

УДК 338.42-52(476):796.093

Влияние спортивных мегасобытий на развитие индустрии туризма

В.А. Талай, А.А. Будневич

Учреждение образования «Витебский государственный университет
имени П.М. Машерова»

Одно из важнейших направлений государственной политики Республики Беларусь – развитие туризма. С обеспечением эффективного развития внутреннего туризма повышается авторитет государства на международной арене. Республика Беларусь готова к ведению диалога между государствами и культурно-спортивному сотрудничеству.

Цель статьи – совершенствование современных подходов к проведению спортивных мегасобытий и выявление основных показателей, способствующих развитию страны.

Материал и методы. Материалом явились бизнес-планы проведения соревнований, протоколы соревнований, программа соревнований, нормативно-правовые документы о проведении массовых мероприятий, отчеты Министерства спорта и туризма Республики Беларусь. Методы: анкетирование, математическая статистика, сравнение и обобщение полученных данных.

Результаты и их обсуждение. По результатам научного исследования установлено изменение основных туристических маршрутов, выявлено количество иностранных туристов, посетивших спортивные мероприятия, подсчитана приблизительная экономическая отдача от продажи билетов, стоимости проживания и питания. Проведено анкетирование по отношению граждан к международным спортивным событиям.

Заключение. Следовательно, событийный туризм благоприятно влияет как на имидж нашей страны и экономику в частности, так и на мотивацию граждан к организации подвижной досуговой деятельности. Однако полученные результаты не дают оснований для широких обобщений, но могут сыграть немаловажную роль в дальнейших исследованиях на эту тему и создании актуальных практических рекомендаций по развитию спортивного туризма в целом.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, спортивное мегасобытие, туристические потоки, развитие регионов, досуг.

Influence of Sports Mega-Events on the Development of Tourism Industry

V.A. Talai, A.A. Budnevich

Educational Establishment «Vitebsk State P.M. Masherov University»

One of the most important directions of the state policy of the Republic of Belarus is the development of tourism; ensuring the efficient development of domestic tourism increases the authority of the state in the international arena. The Republic of Belarus is ready to conduct a dialogue between states and cultural and sports cooperation.

The aim of the work was to improve modern approaches to sporting mega events and to identify the main economic patterns of the country development.

Material and methods. The research materials were business plans for holding competitions, the protocols of competitions, the program of competitions, normative legal documents on holding mass events, reports of the Ministry of Sport and Tourism of the Republic of Belarus. The research methods are questionnaires, mathematical statistics, comparison and generalization of the data obtained.

Findings and their discussion. According to the research findings, the changing of the main tourist routes was identified as well as the number of foreign tourists visiting sports events, the approximate economic returns from ticket sales, accommodation and meals were calculated. A survey was conducted on the attitude of citizens to international sports events.

Conclusion. The obtained results demonstrated that event tourism has a favorable effect on the image of our country and the economy in particular, and on motivating citizens to organize mobile leisure activities. However, the research findings do not give grounds for broad generalizations, but they can play an important role in further research on this topic and the creation of current practical recommendations for the development of sports tourism in general.

Key words: tourism, event tourism, sport mega-event, tourist flows, development of regions, leisure.

На данном историческом этапе в Беларуси одним из важнейших путей социально-экономического развития страны является событийный и спортивный туризм. Большой приток туристов сказывается на развитии территории, проводящей данные мероприятия, и стране в частности. Как одну из особенностей такого воздействия можно выделить объединение людей со схожими взглядами на жизнь и увлечениями в течение ограниченного отрезка времени. Подобные встречи «по интересам» позволяют установить долгосрочные контакты с иностранными туристами, бизнесменами или политиками, которые задействованы и заинтересованы в проведении соревнований, а также других сферах социально-экономической активности. Данные контакты способствуют созданию совместных предприятий и обмену опытом, который благотворно сказывается на международном сотрудничестве.

Согласно утверждению Н. Preuss, «воздействие события на страну зависит от количества иностранных туристов, посетивших ее во время его проведения. Зачастую это приводит к притоку дополнительных инвестиций в страну, созданию новых видов бизнеса и росту ее экономического потенциала. Прибывшие туристы создают повышенный спрос на местную продукцию и услуги, а также развивается общественное сознание ввиду принятия других точек зрения на мир» [1]. В свою очередь G. Shaw и A.M. Williams заявляют: «Региональная экономика подвергается серьезному воздействию, связанному с туризмом, это касается не только принимающего спортивное мегасобытие региона, но и при достаточно крупных масштабах данное мероприятие захватывает и периферию страны, оказывая комплексное воздействие на все ее отрасли» [2]. В пример они приводят небольшие дестинации, своеобразные курортные городки, экономика которых живет от одного туристического сезона до другого, когда же туристов нет или не сезон, такие городки пустеют и время в них буквально останавливается. Это делает подобные регионы крайне зависимыми от сезонов года и их определенного вида туристических ресурсов.

Безусловно, мегасобытия различаются по масштабу, не являясь при этом похожими друг на друга. К основным различиям относятся время их проведения, принимающий их регион, количество приглашенных стран-участников, объем проделанных работ по предварительной подготовке к проведению данных спортивных состязаний, политическая ситуация в стране, открытость границ и покупательная возможность туристов, престижность страны и узнаваемость ее на мировом рынке туризма, а также другие уникальные, скрытые и открытые особенности организации крупного спортивного события. Для того чтобы выбрать главное из всего этого многообразия факторов, необходимо использовать научный подход, который позволит выявить главные аспекты, оказывающие влияние на привлекательность той или иной страны для туристов. Помимо этого, мы должны помнить, что, перенося международный опыт в реалии своей страны, нельзя забывать и про собственные культурные традиции, делая упор на узнаваемость. Страна при таком подходе становится как бренд и создает определенные положительные ассоциации у туристов.

В соответствии с вышесказанным спортивное мегасобытие не должно разрушать сложившийся уклад жизни людей принимающего его региона, не мешая, а помогая добиваться экономического и социального благополучия. Примером отрицательного вмешательства можно отнести летние Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро, где во время строительства спортивного комплекса было снесено большое количество домов и людям пришлось переселяться. Кроме этого, следует отметить тенденцию к изменениям популярных мест туристического отдыха [3].

Поэтому политика, ориентированная на развитие туризма, должна принимать во внимание изменения, происходящие на международном рынке туристических продуктов. Своевременная реакция на изменение тенденций позволит не только не отстать от других стран, что поможет сохранить поток постоянных туристов, но еще и привлечь новых. Создание имиджа страны и способность меняться под современные реалии туристического рынка должно стать одним из важнейших аспектов политики касательно развития спорта и туризма в стране. Способность предвидеть, что будет популярно в будущем, или же самостоятельно создавать туристическую моду – показатель значимости и влиятельности страны на международной политической арене. Общими требованиями организации спортивных мегасобытий должны стать потребительская ценность и повышенный спрос на данный вид услуг, использование всех видов туристического и социально-экономического потенциала принимающего региона с учетом особенностей его развития и минимизацией негативных воздействий, связанных с туризмом.

Цель статьи – совершенствование современных подходов к проведению спортивных мегасобытий и выявление основных показателей, способствующих развитию страны.

Материал и методы. Исследование проводилось в несколько этапов.

На первом этапе анализировались научно-методическая литература, влияние мегасобытий на индустрию туризма и экономику страны в целом. Изучались нормативно-правовые акты для обоснования актуальности применения и внедрения проведенных исследований.

На втором этапе осуществлялось анкетирование для выявления мнения и отношения различных групп населения касательно спортивного туризма и спорта в частности. Было опрошено 130 человек различного возраста от 17–64 лет. Из них $n=61$ – женского пола, $n=69$ – мужского пола. По трудоустройству: учащиеся ($n=41$), работающие ($n=82$), временно безработные ($n=7$).

На третьем этапе проходила статистическая обработка данных, информация бралась за период 2012–2016 гг. (расчет валового дохода, объединение полученных данных для создания общей картины ситуации, а также оценка влияния спортивных событий на общественную жизнь людей).

Методы: теоретический анализ научно-методической литературы, который проводился с целью изучения состояния вопроса по организации и проведению мегасобытий, анкетирование, математической статистики, сравнение и обобщение полученных данных.

Основные аспекты, используемые в анкетировании:

1. О личности респондента (касаются его возраста, образования, профессии, семейного положения, занятий спортом и физической активности).
2. О фактах сознания (предназначены для выявления мнений, мотивов, ожиданий, планов, оценочных суждений отвечающих).

Это позволило в дальнейшем обработать и сопоставить полученные данные для формирования общественного мнения.

Результаты и их обсуждение. Крупные спортивные соревнования требуют больших финансовых затрат на подготовку и проведение. Для их осуществления на современном научно-технологическом и организационном уровнях перед правительством страны стоят следующие основные задачи:

- обеспечение максимального уровня качества организации и безопасности для лиц, посещающих подобные мероприятия;
- совершенствование инфраструктуры места проведения соревнований. Строительство новых гостиниц, обновление домов, обустройство города, создание и совершенствование транспортной системы; создание информационных панелей с картой города на иностранном языке и другие изменения;
- отношение и вовлеченность людей в спортивные соревнования и спортивную деятельность, их воздействие, оказываемое на общество.

Для создания общего видения ситуации касательно организации и отношения людей к проведению крупных спортивных соревнований был проведен опрос 130 человек различного возраста от 17–64 лет. Из них $n=61$ – женского пола, $n=69$ – мужского пола. По трудоустройству: учащиеся ($n=41$), работающие ($n=82$), временно безработные ($n=7$).

Полученные данные свидетельствуют, что Беларусь считают безопасной страной 78%, затруднились ответить 6%, считают небезопасной 16%. Большинство респондентов положительно относятся к иностранным туристам (86%), что связано с желанием культурного обмена, а также родственниками, живущими или работающими за рубежом, в основном в странах СНГ, нейтрально – 11% отрицательно – 3%.

Через анкетирование было выявлено, что в основном люди довольны инфраструктурой: общественный транспорт доступен, работает исправно и комфортно – 68%, не пользуются его работой 13%, не довольны работой общественного транспорта, его сильной загруженностью в определенные дни 19%. Качество дорог 41% считает приемлемым, 23% – хорошим, 26% – плохим, 10% затруднились ответить. Зачастую отмечалось снижение качества дорог в зимне-весенний период года. Основные нарекания были связаны с выбоинами, отсутствием или слабой видимостью дорожной разметки, весенней распутицей, некоторые грунтовые дороги не были своевременно посыпаны, назывались ошибки в проектировании, вызывавшие огромные лужи на дорогах. Архитектура и убранство города нравится 82%. Большинство (74%) считает, что коммунальные службы работают хорошо и в достаточной степени следят за убранством улиц, 11% затруднились ответить, 15% утверждают, что недостаточно хорошо. Работой пунктов общественного питания довольны 82%, 14% недовольны, 4% опрошенных затруднились ответить.

Выяснилось, что спортивная деятельность влияет на отношение людей к крупным спортивным соревнованиям. Анкетируемые, которые активно занимаются физической культурой (67%), зачастую

уделяют большее внимание к проведению соревнований в нашей стране. Стараются посещать соревнования в своем городе 27%. Основные источники информации: у 41% – телевидение, у 31% – интернет, 28% используют другие источники информации. Успехи и достижения отечественных спортсменов мотивируют и вызывают гордость у 92% людей.

Информация о численности туристов, посетивших Республику Беларусь с 2012 по 2016 год, отражена в табл. 1.

Таблица 1

Количество посетивших Республику Беларусь и город Минск туристов

Год	2012	2013	2014	2015	2016
Всего туристов	118749 (13%)	136821 (15%)	137444 (16%)	276260 (31%)	217398 (25%)
Туристов, посетивших Минск	69696 (19%)	69944 (19%)	76151 (21%)	55683 (16%)	88150 (25%)

Можно увидеть закономерность, что не мегасобытия способствуют притоку инвестиций в страну. Примером служит чемпионат мира по хоккею с шайбой. За 17 дней проведения его посетили 60000 иностранных туристов и 643734 человека всего. Получим процент иностранных туристов от всех зрителей: $60000 \times 100 / 643734 = 9,32\%$. Рассчитаем процент от всех иностранных туристов, посетивших Минск в этом году: $60000 \times 100 / 76151 = 79\%$. Доля от всех посетивших страну иностранных туристов составляет 44%. В другие годы в Минске также проходили различные масштабные спортивные события (чемпионаты Европы, этапы Кубка мира и др.) (табл. 2).

Таблица 2

Соревнования и количество туристов, посетивших крупные спортивные события

Год	Спортивное мероприятие	Сроки проведения	Всего зрителей	Иностранных
2012	Чемпионат мира по фигурному катанию среди юниоров	27 февраля–04 марта (7 дней)	32760	2621(8%)
2012	Этап Кубка мира по художественной гимнастике	13–15 июля (3 дня)	9220	461(5%)
2013	Чемпионат мира по велоспорту на треке	20–24 февраля (5 дней)	18730	2248(12%)
2013	40-й чемпионат Европы по боксу	30–09 июня (11 дней)	29117	6406(22%)
2014	Чемпионат мира по хоккею с шайбой	9–25 мая (17 дней)	643734	57936(9%)
2015	Чемпионат мира по биатлону среди юниоров	17–24 февраля (8 дней)	20560	3701(18%)
2015	Чемпионат мира по футболу в зале	17–25 апреля (9 дней)	22410	3138(14%)
2015	31-й чемпионат Европы по художественной гимнастике	01–03 мая (3 дня)	13740	2061(15%)
2016	110-й чемпионат Европы по конькобежному спорту	9–10 января (2 дня)	9741	780(8%)

Основными посетителями крупных спортивных мероприятий в Беларуси являются ее граждане. Самое большое процентное соотношение иностранных туристов от численности всех посетивших

показал чемпионат Европы по боксу – 22%, а самое значительное количество иностранцев привлек чемпионат мира по хоккею с шайбой.

После проведения чемпионата мира по хоккею (2014 год) количество приезжих туристов сильно возросло. Помимо этого динамика туристических маршрутов изменилась со столицы на регионы страны, что положительно сказалось на развитии агро- и экотуризма, придорожного сервиса и финансов других городов и регионов. Главными туристическими областями в 2015 году стали Брестская и Витебская. Прирост туристов в Брестской области составил 142674 человека или 476% в сравнении с прошлым годом. В Витебской области 8708 человек, 52%. Непосредственно такое масштабное спортивное событие, как чемпионат мира по хоккею, привлекло внимание к нашей стране не только стран-соседей, но и стран дальнего зарубежья.

Мы проследили также динамику развития туристического рынка. В 2012 году приток туристов по сравнению с 2011 годом возрос на 2,3%, в 2013 г. рост составил 15,2%. В 2014 г. – на 0,5%, а 2015 год показал невероятные темпы роста туристического рынка (100,9%) к предшествующему году. В 2016 году произошел спад на 27% (рис.). К основным причинам падения притока туристов в 2016 году можно отнести незаинтересованность в посещении страны, дорогие услуги авиаперевозчиков и дорогие даже по меркам Европы цены на проживание в гостиницах и отелях. Как итог – принят указ: если иностранный турист прибывает в страну, используя авиалинии, то ему не нужно оформлять визу, однако оформить визу получится дешевле, чем воспользоваться воздушным коридором. Упрощение визового режима, снижение стоимости гостиниц (за счет оптимизации персонала) и создание оптимальных условий для ведения туристического бизнеса могут выровнять ситуацию.

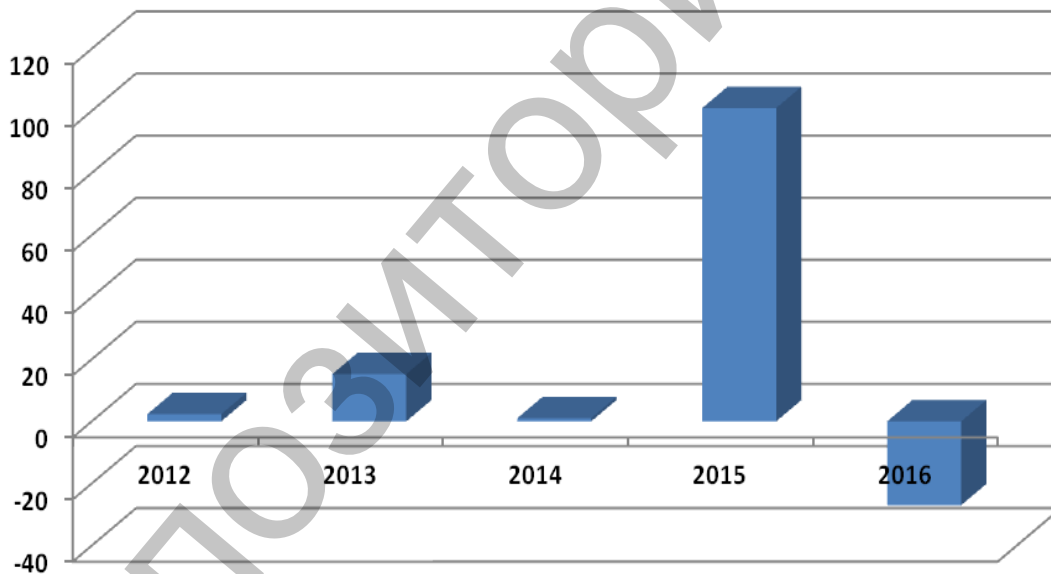


Рис. Динамика изменения туристического рынка

Туризм является важной экономической статьей доходов любого развивающегося государства. Болельщики, посещая любимые виды спорта и следуя за своими командами-«кумирами», вносят значительный экономический вклад в страну, которую они посетили. Расчет приблизительного валового дохода представлен ниже. Он проводился в евро с учетом изменения курса на данный период времени. Конвертировав стоимость билетов в евро, учитывая при этом колебания курса, мы узнали, что валовой доход с продажи билетов принес в первую очередь внутренний туризм, а затем и внешний. Валовой доход – это общий доход предприятия от всех видов хозяйственной деятельности и хозяйственных операций до уплаты из него налоговых платежей, входящих в цену продукции [4]. Валовой доход поступает главным образом от реализации продукции, произведенной как государственными предприятиями, так и различными умельцами или ремесленниками.

Валовой доход

Год	Мероприятие и дни проведения	Куплено билетов	Стоимость билетов в евро	Сумма валового дохода	Иностранные туристы затратили на проживание
2012	Чемпионат мира по фигурному катанию среди юниоров (7)	32760	6,3	206388	317141
2012	Этап Кубка мира по художественной гимнастике (3)	9220	14,3	131846	50336
Итого	10	41980	–	338234	367477±(4132)
2013	Чемпионат мира по велоспорту на треке (5)	18730	31	580630	285496
2013	40-й чемпионат Европы по боксу (11)	29117	32	931744	813562
Итого	16	47847	–	1512374	1099058±(9386)
2014	Чемпионат мира по хоккею с шайбой (17)	643734	20	12874680	9791184±(24000)
2015	Чемпионат мира по биатлону среди юниоров (8)	20560	25	514000	507037
2015	Чемпионат мира по футболу в зале (9)	22410	38	851580	429906
2015	31-й чемпионат Европы по художественной гимнастике (3)	13740	36	494640	282357
Итого	20	56710	–	1860220	1219300±(9717)
2016	110-й чемпионат Европы по конькобежному спорту (2)	9741	22	214302	126360±(891)

Приток туристов, связанный с проведением крупных спортивных соревнований, требует от страны-организатора создания и функционирования дополнительных мест размещения. К ним относятся различные отели, отличающиеся как по комфорту и качеству предоставляемых услуг проживания спортсменам и туристам, так и более бюджетные варианты, кемпинги, мотели и туристические базы, которые по относительно небольшой цене могут обеспечить проживание. В свою очередь, стихийный приток туристов увеличивает количество людей, занятых в сфере услуг, такси, пункты общественного питания и другие возможности для заработка потенциально создают временные рабочие места, что положительно сказывается на финансовом благосостоянии граждан. Помимо этого туристы могут не только посетить спортивное событие и уехать из страны, но и продолжить отдых через организацию культурно-досуговой деятельности.

Положительная динамика в этой статье доходов прослеживается до 2014 года, далее замечен спад, несмотря на увеличение количества проведенных соревнований в 2015 году. В 2016 году произошло лишь одно массовое событие (всего два дня), что не позволило набрать нужную аудиторию и вызвать общественный резонанс. Следовательно, приток туристов определяется не только количеством и качеством проведения соревнований, но и созданием мирового резонанса. Наиболее рационально проводить крупные спортивные события циклично, раз в три-четыре года, тем самым не создавая избыточной нагрузки на экономику страны и не позволяя туристам пресытиться, чтобы вновь было желание приехать в Беларусь [4–6].

Заключение. Событийный туризм благоприятно влияет положительно как на имидж и экономику страны, так и на мотивацию занятий спортом у граждан и организацию досуга. Несомненно, получен-

ные результаты не дают оснований для широкого обобщения, но могут сыграть немаловажную роль в дальнейших исследованиях на эту тему и создании актуальных практических рекомендаций по развитию и организации спортивно-туристической деятельности в целом.

Важно учитывать следующие особенности проведения спортивного туризма:

– существенные финансовые затраты и людские ресурсы, задействованные при организации и проведении крупных спортивных соревнований, оказывают большую нагрузку на экономику страны. Срок окупаемости некоторых крупных событий по их бизнес-планам достигает от трех до девяти лет, например, чемпионат мира по хоккею 2014 года окупится согласно плану лишь к 2021 году;

– изменение туристических маршрутов со столицы на регионы, в случае заинтересованности туристами в посещении нашей страны необходимо создавать качественную инфраструктуру и туристические, историко-культурные объекты. Проведение же в регионах соревнований меньшего масштаба будет способствовать развитию внутреннего туризма;

– при увеличении количества проведения соревнований и их масштаба повышается нагрузка на службы, обеспечивающие общественную безопасность. Отдельно можно выделить таможенную службу: во время проведения крупных спортивных событий им необходимо оказывать всяческую поддержку для создания оптимальных транспортных коридоров и предотвращения заторов на границах (этому частично поспособствует введение временного безвизового режима). Сотрудники же правоохранительных органов, обеспечивающие порядок, нуждаются в обширной технической поддержке, чтобы охватывать и оперативно реагировать на любую ситуацию;

– ориентация на самоокупаемость: привлечение спонсорской поддержки, удержание права за принимающей страной на видеотрансляцию, приемлемые цены на повседневное использование гражданами стадионов и спортивных объектов, на которых проводились международные соревнования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Менеджмент туризма: Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 120–136.
2. Shaw, G. Tourism and economic development: Western European experiences. The second edition / G. Shaw, A.M. Williams. – London and New York: Belhaven Press, 2001. – С. 15–21.
3. Гомилевская, Г.А. Региональные модели внутреннего туризма / Г.А. Гомилевская. – Владивосток: ВГУЭС, 2002. – С. 89–73.
4. Квартальнов, В.А. Иностраный туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – С. 50–58.
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск, 2017. – С. 29–32.
6. Балабанов, И.Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – С. 134–140.

REFERENCES

1. *Menedzhment turizma: Ekonomika turizma: uchebnik* [Tourism Management: Tourism Economics: Textbook], M., Finansy i statistika, 2001, pp. 120–136.
2. Gomilevskaya G.A. *Regionalniye modeli vnutrennego turizma* [Regional Models of Domestic Tourism], Vladivostok, GSUES, 2002, pp. 89–73.
3. Shaw G., Williams A.M. Tourism and economic development: the experience of Western Europe. The second edition. – London and New York: Belhaven Press, 2001. – S. 15–21.
4. Kvartalnov V.A. *Finansi i statistika* [Finance and Statistics], M., 1999, pp. 50–58.
5. Chigireva I.G. *Turizm i turistsheskiye resursy v Respublike Belarus: stat. sb.* [Tourism and Tourism Resources in the Republic of Belarus, Statistical Collection], Minsk, 2017, pp. 29–32.
6. Balabanov I.T., Balabanov A.I. *Finansi i statistika* [Finance and Statistics], M., 1999, pp. 134–140.

Поступила в редакцию 24.04.2018

Адрес для корреспонденции: e-mail: akceoma@gmail.com – Будневич А.А.