

*Климова Т.Б.,*  
канд. экон. наук, доцент Белгородского государственного  
национального исследовательского университета  
*Шишлаков М.Ю.,*  
магистрант Белгородского государственного национального  
исследовательского университета

## **СПЕЦИФИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ К МЕСТАМ ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

В статье рассматривается специфика привлечения туристских потоков в спортивно-событийном туризме. Отмечена важность спортивных мероприятий в развитии внутреннего и въездного туризма, а также в формировании здорового образа жизни молодого поколения.

На сегодняшний день состояние экономики Российской Федерации переживает нелегкие времена на фоне нестабильных политических отношений в международном сообществе. Это снижает как инвестиционную, так и туристическую привлекательность государства и приводит государственную власть к необходимости поиска новых решений, которые бы способствовали стабилизации ситуации в период экономического кризиса, а также позитивно влияли на дальнейшее развитие регионов и страны в целом. В нынешнее время уже обсуждаются и частично решаются вопросы импортозамещения, укрепления национальных позиций во всех отраслях экономики внутри страны и на международной арене. Естественно, что туризм, как неотъемлемая часть экономики, также не остался без внимания [6].

Одним из наиболее перспективных направлений индустрии туризма, в нынешнее время, является событийный туризм, который рассматривается как вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться

к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д. В России употребление термина «событийный туризм» может звучать как ивент-туризм, а также по аналогии из международной практики как «eventtourism» (от англ. событие или специальное мероприятие). Для развития событийного туризма и туристической отрасли в целом выработано ряд долгосрочных программ. Кроме того, выделены соответствующие бюджетные средства на реализацию всех разработанных программ.

В государственной программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013-2020 года» выделено несколько целей, среди которых реализация потенциала российской культуры как духовно-нравственной основы развития личности и общества, а также развитие туризма. Стоит отметить, что госпрограмма включает несколько подпрограмм, которые по сути являются составляющими и выделяются в следующие направления: «Наследие», «Искусство», «Туризм», «Обеспечение условий реализации государственной программы». Вместе с тем, в состав программы интегрированы и федеральные целевые программы: «Культура России (2012-2018 годы)» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [7].

Для достижения поставленных целей программы предлагаются несколько основных задач:

- сохранение культурно-исторического наследия народа, возможность беспрепятственного доступа граждан к культурным ценностям и участию в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации;

- повышения уровня качества и доступности услуг в сферах внутреннего и международного туризма;

- создание благоприятных условий устойчивого развития сферы культуры и туризма [1].

Госпрограмма будет реализована в три этапа: 2013-2014 годы, 2015-2018 годы, 2019-2020 годы, и имеет достаточное финансовое обеспечение в размере 847 455 436,3 тыс. рублей, которое будет расходоваться в соответствии с годовым планом реализации программы (рис.).



Рис. Финансирование программы культуры и туризма

Несмотря на активный подхват регионов России и активизации многих отраслей и предприятий в поддержку государственной программы, существует ряд факторов, которые сдерживают темпы роста туризма. Например, достаточно большое количество туристических фирм еще не сформировали свой полноценный турпродукт на территории РФ. Как отмечают специалисты, связано это в первую очередь с недостаточной информационной поддержкой. Отсутствие или недостаточная реклама приводит к неузнаваемости потенциально привлекательных территорий и к незнанию предложения областей между собой. На этом фоне у потенциальных туристов остаются стереотипы, что, безусловно, влияет на принятия решения по выбору дестинации для отдыха. На специальном двустороннем туристическом форуме «Kazakhstan-Russia 2016» обсуждалась данная тема на примере Автономной республики Крым. Данный пример был повязан стереотипами о сохраняющихся политических волнениях на полуострове, а также об организации отдыха на уровне раннего постсоветского времени, что, конечно, является заблуждением. Полуостров готов оказать прием туристов на высоком уровне [7].

С другой стороны, на российском рынке уже есть предложения от ряда туроператоров, которые все же успели

заранее подготовиться и выделяют въездной и внутренний туризм как приоритетное направление. Это существенное вложение в развитие регионов, но стоит указать и на существенный недостаток в создании подобной туристической услуги – это в большей степени профориентированность на такие центры как г. Москва и г. Санкт-Петербург, а также ряд городов «Золотого кольца» России. При этом развитие в остальных регионах длится все также долго [2].

Для развития отечественной отрасли туризма очень важно отметить событийный туризм, как перспективный вид туризма и инструмент привлечения внимания к регионам. Так, например, очень актуальными являются всевозможные туристические форумы, круглые столы, выставки и семинары. Среди последних, вышеупомянутый туристический форум «Kazakhstan-Russia 2016», проводимый в феврале в городе Алматы. Еще один форум прошел в марте под названием «China Friendly Russia 2016», в Москве, и не менее важный международный туристический форум «Большой Урал» в Екатеринбурге. Данные события рассчитаны не просто на то, чтобы рассказать жителям или туристам о важных старых и новых направлениях, но и дать серьезный вектор развития и становления межрегионального взаимодействия, партнерских отношений для консолидации решений в сфере туризма. Важные замечания от участников круглых столов, такие как: недостаточная информационная поддержка и слаборазвитая инфраструктура отдельных регионов принимаются к сведению присутствующими средствами массовой информации и представителями государственной власти. Присутствие крупных туроператоров, железнодорожных и автобусных перевозчиков, авиакомпаний, рестораторов и отельеров позволяет устанавливать личные контакты, обсуждать новые тенденции и возможности на рынке, давать старт новым совместным проектам крупного масштаба. По статистике опросов, проводимых среди участников-предпринимателей среднего и малого турбизнеса, около 70% готовы перенимать опыт крупных компаний и переориентировать свою деятельность с выездного на въездной и внутренний туризм, что, несомненно,

является положительным результатом проводимых мероприятий [6].

Существенным является проведение спортивных мероприятий в контексте событийного туризма. В настоящее время, Россия уже имеет успешный международный опыт проведения важных спортивных мероприятий и приема гостей на своей площадке не только из отдаленных регионов РФ, но и стран СНГ, стран дальнего зарубежья. Одним из важных спортивных событий 2012 года, стал Чемпионат Европы по футболу 2012 в Польше и Украине (оф. название – UEFA Euro 2012). Изначально Россия принимала участие в жеребьевке на право проведения чемпионата на территории своей страны, однако не прошла предварительную аттестацию и была исключена. При этом, не имея прямого отношения России к событию на Украине, несколько приграничных областей стали серьезной поддержкой, позволяющей принять и разместить событийных туристов. Среди таких областей оказались: Брянская, Орловская, Курская, Белгородская, Воронежская, Ростовская область и др. [1].

Во время того, когда в Украине СМИ поднимали вопросы о коррупции и хищении денежных средств из бюджета, выделенного на Евро 2012, и было недостаточно отелльного фонда для размещения туристов, а часть и вовсе была в непригодном для этого состоянии – российские гостиницы достойно принимали гостей на своей территории. В некоторой степени уже на в время проводилась рекламная кампания предстоящих Зимних Олимпийских игр в Сочи 2014 года [4].

Прошедшие в 2014 году Зимние Олимпийские игры в городе Сочи прошли очень успешно, об этом свидетельствуют всевозможные отзывы, оставленные как во время проведения олимпиады, так и на протяжении долгого времени после ее проведения. Спортсмены, журналисты, туристы и другие гости события отмечали хороший уровень подготовки мероприятия, начиная от красочной и очень привлекательной рекламы, до инфраструктуры мест проведения. По данным приведенным Международным олимпийским комитетом (МОК), Сочи приняло

в общей сложности более 2859 спортсменов из 88 стран мира. В качестве болельщиков гостями Сочи стали представители 126 стран. На Олимпиаде в Сочи было продано более 1,1 милл. билетов на соревнования, что превышает количество проданных билетов за зимнюю Олимпиаду 2010 года. Интенсивность международного аэропорта Сочи в пиковые дни достигала 575 взлетно-посадочных операций в сутки, что является показателем уровня крупнейших аэропортов мира. Исследования компании Nielsen показали, что Олимпийские игры в Сочи не просто оправдали, но даже превзошли ожидания большинства (94%) опрошенных граждан России. Кроме того, 75% опрошенных жителей уверены, что Игры в Сочи оставили после себя большое наследие, которое будет работать в будущем еще долгие годы [4].

Во время подготовки и проведения XXII Зимних Олимпийских игр был разработан и воплощен проект Культурной Олимпиады «Сочи 2014». Основной миссией было выделено – сохранение и приумножение культурного богатства России, а также вовлечение каждого жителя в грандиозный праздник и представление всего самого лучшего гостям Игр. Проект был рассчитан на период с 2010 по 2014 год и включал территорию всей страны с центром в городе Сочи. За 4-х летний промежуток времени, а рамках Культурной программы Олимпиады «Сочи 2014» прошло более 3000 различных мероприятий (концертов, фестивалей, спектаклей, фильмов, выставок) с участием более 100 000 артистов. Гостями мероприятий стали порядка 4 миллионов человек [6].

Опираясь на вышесказанное, можно отметить, что Россия смогла приоткрыть двери для иностранных туристов, показать свое отношение к спорту и здоровому образу жизни в стране. Успешное проведение международных мероприятий позволяет наблюдать положительный прирост туристических потоков в страну.

Одной из возможных вариантов поддержания и привлечения новых потоков туристов, могла стать мощная рекламная кампания будущих спортивных мероприятий на территории России, регламентированная Ростуризмом, сразу после

окончания Игр в Сочи. Прибыль, полученная российскими туристическими компаниями, не была вовремя использована в этом направлении, что привело к потере потенциально заинтересованных туристов в спортивно-событийных мероприятиях. Кроме того, выделяемые средства каждого заинтересованного туроператора РФ на собственную рекламу значительно менее действенны в отдельности. Важно учитывать опыт предыдущих лет в продвижении совместного комплекса услуг за денежные средства, выделенные каждым из заинтересованных предприятий.

Важным аспектом в привлечение турпотоков спортивно-событийного туризма также является пропаганда здорового образа жизни в государстве. Так как молодежь – это всегда активные люди, необходимо развивать и поддерживать их интерес к спорту, что в результате может способствовать укреплению и улучшению здоровья нации, и воспитанию туристически активного населения. В виду компьютеризации общества, спорт теряет свой интерес среди молодежи, но данный недостаток можно обернуть в преимущество, если подойти внимательно к изучению их специфических интересов. Например, проведение областных и городских любительских соревнований по разновидностям спорта можно рекламировать в социальных сетях, где молодежь проводит достаточно большое количество времени. Обязательно стоит учитывать максимальное количество факторов для прогнозирования спроса, такие как: пол, возраст, национальность и прочее. Стоит учитывать и мало известные, но быстро растущие виды спорта, которые так популярны среди молодежи. Примерами могут послужить: фристайл фрисби – это игра с летающей тарелкой, стиллето – это фитнес на каблуках, современные виды спортивных танцев.

Кроме того, в каждой области РФ существуют собственные профессиональные, спортивные команды по разным видам спорта. История большинства таких команд достаточно обширна и уходит в глубокие десятки лет назад. Как для приезжих туристов, так и для местного населения было бы полезно знать об истории существования таких команд. Обширные музеи с

памятными спортивными трофеями могли бы привлекать туристов спортивно ориентированных и проводить развернутую рекламу доступных спортивных ивентов. Это особенно становится актуально в преддверии Чемпионата мира по футболу FIFA2018 года в России.

Из существующих по всей России, выделяют лишь несколько подобных музеев. Первый общественный музей футбола в России появился в Самаре в 2007 году, сначала располагался под крышей Самарского спортивного лицея, но в 2014 году переехал в собственное здание. Экспозиция оформлена разнообразными фрагментами футбольного стадиона, воротами и искусственным газоном, также в ней представлены награды и ценные призы, живописные и фотографические работы, посвященные футболу, инсталляции на футбольные темы и даже конфеты «Крылья Советов» – главного клуба Самары. Большая часть экспонатов была подарена музеем игроками региональных команд и их болельщиками.

Клубный музей московского «Локомотива» открылся в ноябре 2011 года. Место выбрали прямо на стадионе, между 12-м и 13-м секторами Северной трибуны. В данном музее экспозиция представлена на двух этажах. На первом этаже можно сфотографироваться с фигурами футболистов основного состава и узнать о выдающихся личностях в истории клуба из представленной фотогалереи. Второй этаж посвящен победной истории клуба. Здесь выставлены медали, кубки, различные ценные призы, исторические артефакты, редкие архивные фотографии и видеofilмы о клубе в разные времена.

Еще один важный музей появился на центральном стадионе им. В.И. Ленина, который в настоящее время известен как Олимпийский комплекс «Лужники». Это Государственный музей спорта, который был основан еще в 1957 году. Основой его стала коллекция, полученная в дар от музея при Институте физической культуры. В дальнейшем музей заполнялся медалями и прочими трофеями от текущих спортивных побед при СССР. В 1991 году коллекция была разделена на две части – одна осталась в Лужниках, а другая была перенесена в запасниках Госкомспорта.

Возрожден музей был только в 2010 году. Сейчас он располагается в здании министерства спорта.

Таким образом, можно сказать, что Россия уже имеет богатый опыт успешного проведения спортивных мероприятий международного уровня. Тем не менее, остаются недостаточно развитыми внутренние направления для использования всего потенциала в области спортивного событийного туризма.

Стоит отметить, что государством определены пути развития приоритетных направлений, которые могут укрепить и улучшить ситуацию, при этом важная роль отводится туристской отрасли. Вместе с тем, туристические компании только начинают совместную работу по актуальным направлениям, к которым и относится событийный туризм. На базе полученного опыта организации и проведения международных спортивных состязаний, разрабатываются комплексные турпродукты для организации спортивно-событийного туризма. По-прежнему, сохраняется необходимость в правильной информационной поддержке и современных подходах к привлечению туристских потоков внутри страны, а также из-за рубежа. В будущем Россия рассматривается как страна, которая сможет предоставить конкурентоспособный и качественный национальный турпродукт.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Википедия. Событийный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/Событийный\\_туризм](http://ru.wikipedia.org/Событийный_туризм).
2. Двусторонний туристический форум «Kazakhstan-Russia 2016» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uralweek.profi.travel/>.
3. Неделя туризма на Урале 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uralweek.profi.travel/>.
4. Официальный сайт Олимпийских игр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.olympic.org>.

5. Реликвии ждут. Футбольные музеи России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://welcome2018.com/materials/47377/>.

6. Российский союз туристической индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>.

7. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>.

8. Ярмарка молодежного событийного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sobtur.com/>.