

*Е.В. Печерица*

## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

*Исследование выполнено в рамках реализации Программы стратегического развития ФГБОУ ВПО «СПбГЭУ» на 2014-2016 гг. Проект 2.2.3. «Научно-исследовательское и образовательное сопровождение развития туристической индустрии на базе научно-образовательного центра социально-экономического и гуманитарного развития международного и регионального туризма»*

*Рассматривается международный опыт проведения массовых мероприятий спортивно-событийного туризма, среди которых и проведение чемпионатов мира по футболу, и различные крупные теннисные турниры, и, конечно, Олимпийские игры. В заключение делается вывод о том, что в массовый социальный культурно-познавательный и рекреационный туризм оказываются вовлеченными не только зрители спортивных состязаний, но и десятки миллионов туристов, путешественников.*

**Ключевые слова:** *событийный туризм; массовые мероприятия; чемпионат мира по футболу; Формула 1; Олимпийские игры; гостиничные услуги.*

*We look at the international experience of public events of sport and event tourism among which the World Cup, various major tennis tournaments, and certainly the Olympic Games. We make a conclusion that mass social cultural, educational and recreational tourism involves not only the sport events audience but also millions of tourists and travelers.*

**Keywords:** *event tourism; public events; Football World Cup; Formula 1; Olympic Games; hotel services.*

В современном мире сложилась целая индустрия спортивно-событийного туризма. По данным статистики, в системе мирового туризма доля спортивно-событийного туризма стабильно увеличивается примерно на 1,5% в год [10]. Кроме того, произошли существенные изменения в структуре возрастного и имущественного состава туристских потоков. Так, доля путешествующих лиц в возрасте до 30 лет занимает более 40% туристских потоков [4].

Перечень спортивных событий в мире является очень обширным и предоставляет широкий выбор для любителей различных видов спорта. Однако по популярности выше всех находится футбол – игровой вид спорта, ставший частью национальной культуры многих стран и объектом национальной гордости. Это во многом определяет высокий уровень интереса, проявляющегося к футболу.

Самое значительное событие в мире спорта – чемпионат мира (ЧМ) по футболу. Первый чемпионат состоялся в 1930 году в Уругвае, с тех пор он разыгрывается раз в четыре года (кроме 1942 и 1946 г.) [3].

Проведение чемпионатов по футболу способствует экономическому развитию страны. ЧМ–2010 в ЮАР способствовал привлечению в страну более чем 300 тысяч туристов [3]. За время чемпионата только болельщиками было потрачено около 53 млн. USD. При этом 59% из

числа всех туристов приехали в ЮАР с целью туризма в 2010 году в первый раз.

Большое количество туристов, приезжающих на чемпионат, дают мощный толчок развитию всего гостиничного бизнеса в стране. Кроме того, инвестиции в гостиничную сферу благотворно влияют на развитие экономики в целом [8; 9]. Например, в Южной Корее в преддверии ЧМ–2002 размер инвестиций в гостиничный комплекс вырос на 942%: с 17 млн. USD в 1997 году до 179 млн. USD в 2002 году [3].

При этом только «за счет проведения ЧМ (без учета иных влияющих факторов) были достигнуты следующие показатели: стоимость гостиничных услуг составила 262 млн. USD, прибыль гостиничного бизнеса – 62 млн. USD, стоимость гостиничной инфраструктуры увеличилась на 142 млн. USD. За счет только косвенных налогов с гостиничного бизнеса доход государства составил 17млн. USD» [1].

Также популярностью пользуются турниры по теннису, на которые болельщики приезжают по тем же причинам. Самой большой популярностью пользуются крупные международные турниры: WTA, ATP и Большой шлем. Конечно, на данных соревнованиях не такое большое количество развлечений, как, например, на футбольных матчах.

Один из важных сегментов событийного туризма – туры на соревнования «Формула 1»

[2]. Интерес туристов к этому соревнованию очень велик. Статистика показывает, что только туры на Олимпийские игры и чемпионат мира по футболу превосходят «Формулу 1».

Но олимпиады проходят раз в два года, чемпионат мира по футболу – раз в четыре года, а «Формула 1» свои гран-при разыгрывает довольно часто – 18–19 раз в год.

Первые автомобильные гонки, которые получили название «Формула 1», проходили в 1927 году в Италии. С тех пор число стран, которые имеют трассы для проведения соревнований в данном виде спорта, достигло двадцати.

Получается, что участники туров на гонки «Формула 1» имеют прекрасную возможность совершить настоящее кругосветное путешествие в течение года, если будут перемещаться вместе со спортсменами. Так, к примеру, один из маршрутов «Формулы» представляет собой путешествие по следующим странам: Бахрейн, Малайзия, Австралия, Сан-Марино, Германия, Монако, Венгрия. Конечно, в данном туре могут позволить себе участвовать только те люди, у которых доход значительно превышает средний.

В последнее время в событийный туризм прочно вошли туры на *авиационные гонки-слалом «Red Bull»* – один из наиболее захватывающих и зрелищных видов спортивных состязаний, своеобразный аналог «Формулы 1».

«Соревнования Red Bull Air Race впервые прошли в 2003 г. в Цельтвене (Австрия) и сразу обернулись коммерческим триумфом. В течение 2004 г. соревнования прошли в Кембле (Великобритания) и в Будапеште (Венгрия), где за один день собрали рекордную аудиторию в 1,3 млн. зрителей, среди которых 40% составляли туристы, приехавшие специально на эти соревнования» [7].

С 2005 г. состязания в воздухе получили название Red Bull Air Race World Series, т.е. Мировая серия воздушных гонок по формуле «Ред Булл». С 2006 г. серия воздушных гонок проводится в 9 этапов в различных странах мира [7].

И, наконец, рассмотрим такой феномен спортивно-событийного туризма, каким является *олимпийский туризм*.

Идея олимпийского туризма – инициатива множества ценителей спорта и туризма во многих городах и странах. Идеалы олимпизма – воспитание молодежи, гармоничное развитие человека, идеи мира во всем мире. Олимпизм – мощное массовое социальное движение, которое объединяет следующие социокультурные феномены [6]: олимпийские и параолимпийские игры; олимпийская академия; олимпийская солидарность; «Спорт для всех».

В 2000 году под патронажем МОК и ЮНЕСКО в Сиднее был проведен международный конгресс олимпийского туризма, где была принята Хартия олимпийского туризма [6], которая является моральным кодексом посетителей спортивных мероприятий. Это правовой акт, который регламентирует условия «посещения

спортивных мероприятий», а также устанавливает обязательства проводящих организаций по соблюдению моральных основ поведения участников и посетителей спортивных мероприятий.

Организация и осуществление мероприятий олимпийского туризма основываются на системном развитии менеджмента туристско-спортивного оперейтинга, то есть на научно обеспечиваемом и рациональном формировании и осуществлении туров и услуг, предлагаемых организаторами спортивных мероприятий, а также на обеспечении самостоятельного туризма и функционировании инфраструктуры обслуживания участников программ туризма и спорта [10].

Таким образом, состязательный зрелищный спорт – основной фактор туристского паломничества, развития и функционирования олимпийского туризма. В массовый социальный культурно-познавательный и рекреационный туризм оказываются вовлеченными не только зрители спортивных состязаний, но и десятки миллионов туристов, путешественников, экскурсантов. Всех их объединяет идея саморазвития и культурного досуга.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Архарова И.* На чемпионат мира по футболу в Бразилию туристам рекомендуют ехать организовано // Инфограмма «ТУРПРОМ»: [сайт]. URL: <http://www.tourprom.ru/news/25050/> (дата обращения: 17.05.2014).
2. *Гвозденко А.А.* Гостиничный и туристский бизнес. М.: Тандем, 2008. 284 с.
3. Главные спортивные события мира. Календарь событий // «Sports-event». URL: <http://sports-event.ru/ru/calendar> (дата обращения: 11.04.2014).
4. *Кульгачёв И.П.* О полноте и достоверности статистических наблюдений в области российского туризма // Союз туриндустрии России: [сайт]. URL: <http://www.rostourunion.ru/pages/rus/gor/statistika/> (дата обращения: 16.04.2014).
5. *Курушина Е.В.* Транснациональный менеджмент: стратегический аспект. Тюмень, 2012.
6. *Новиков В.С.* Инновации в туризме. М.: Академия, 2008. 262 с.
7. *Олимова В.* Люди и игры. У истоков современного спорта. М., 2009. 262 с.
8. *Печерица Е.В.* Развитие спортивно-событийного туризма в РФ (на примере Южного федерального округа (ЮФО)) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9–3. С. 119–123.
9. *Полякова А.Г.* Инновационная деятельность как фактор модернизации экономического пространства региона // Научные труды Вольного экономического общества России. 2010. Т. 137. С. 419–427.
10. Событийный туризм // Союз туриндустрии России: [сайт]. URL: [www.rostourunion.ru/pages/rus/ob\\_rst/](http://www.rostourunion.ru/pages/rus/ob_rst/) (дата обращения: 12.05.2014).