УДК 33

Перспективы развития спортивного событийного туризма в Сочи в постолимпийский период

[1] Артем Эдуардович Маюрников
[2] Диана Владимировна Сагрян
[3] Надежда Константиновна Сердюкова

[1] Сочинский государственный университет, Россия
Лаборант-исследователь
354000, г. Сочи, ул. Советская, 26а
artemmaurnikov@gmail.com
[2] Сочинский государственный университет, Россия
Лаборант-исследователь
354000, г. Сочи, ул. Советская, 26а
[3] Сочинский государственный университет, Россия
Кандидат экономических наук, доцент
354000, г. Сочи, ул. Советская, 26а
E-mail: nserdyukova@sutr.ru

Аннотация. Статья посвящена развитию спортивного событийного туризма в Сочи, который является одним из наиболее перспективных направлений на туристическом рынке Сочи после Олимпиады. Авторы исследовали спортивные мероприятия, их специфику как туристского продукта и его влияние на развитие туристического рынка Сочи.

Ключевые слова: турпродукт; спортивный событийный туризм; формирование турпродукта.

Введение. Событийный туризм – направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное, основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма [1].

Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар.

Методы и методология. Методологической основой данной работы является диалектический метод. Также использовались следующие общенаучные методы: анализ, наблюдение.

Обсуждение. Сочи, являясь столицей предстоящих зимних Олимпийских игр, на наших глазах становится обладателем мощной современной инфраструктуры, позволяющей принимать спортивные мероприятия любого масштаба. Не случайно Сочи был включен FIFA в список городов России, которые примут матчи Чемпионата мира по футболу в 2018 году.

Все эти спортивные мега-события и созданные спортивные объекты позволяют прогнозировать развитие Сочи как центра мирового спортивного событийного туризма. По данным опроса экспертов из числа руководителей туристско-рекреационных предприятий Сочи, проведенного учеными СГУ в 2012 году, развитие Сочи как тренировочной базы и центра спортивного событийного туризма признано перспективным направлением развития Сочи в постолимпийский период, приоритетность на уровне 4,3 балла по 5-балльной шкале.

В рамках настоящего исследования были изучены перспективы и возможности развития туризма в Сочи в связи с проведением Чемпионата мира по футболу в 2018 году.

В спортивном событийном туризме чемпионаты мира по футболу по количеству привлекаемых туристов занимают одно из первых мест, опережая зимние Олимпийские игры и гонки Формулы-1, уступая лишь летним Олимпийским играм.

Чемпионат мира по футболу – это международное соревнование по футболу. Чемпионат мира (далее по тексту – ЧМ) проводится управляющим органом мирового футбола ФИФА, и участвовать в нем могут мужские национальные сборные всех стран-членов ФИФА [2]. Последний чемпионат мира по футболу прошел с 11 июня по 11 июля 2010 года в ЮАР. Следующий чемпионат мира по футболу пройдет в 2014 году в Бразилии.

Степень влияния ЧМ-2014 на экономику Бразилии согласно прогнозам [3]:

- ЧМ будет способствовать росту бразильской экономики. С 2010 по 2014 гг. экономика этой страны может получить дополнительно около 71 млрд. долл. США.
- Будет дополнительно получено около 9 млрд. долл. США налогов.
- Будет организовано около 3,5 млн. рабочих мест.

• Доходы населения (в целом) предположительно увеличатся на 31,5 млрд. долл. США.

Чемпионат мира по футболу в 2018 году станет третьим в списке самых дорогих проектов за последние несколько лет. Планируемая сумма расходов на чемпионат мира по футболу в 2018 году сейчас составляет 632,4 млрд. руб. Этот бюджет значительно превышает затраты на проведение соревнований в Германии в 2006 г. (9 млрд. долл. США) и ЮАР в 2010 г. (4,3 млрд. долл. США), вместе взятых.

Помимо общей инвестиционной программы, существует операционный бюджет оргкомитета «Россия-2018» в 699 млн. долл. США. Он выделяется FIFA. Для сравнения, в ЮАР эта сумма составила 1,12 млрд. долл. США.

Из финансово-экономического обоснования законопроекта «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA 2017 года» следует, что в период мероприятия Россию должны посетить 1,525 млн. иностранцев, из которых 500 тыс. – обладатели билетов на матчи [3].

Для сравнения, во время чемпионата в Германии только 300 тыс. иностранцев заплатили за вход на стадион. В ЮАР готовились встречать 483,25 тыс. туристов, но в итоге их было только 373 тыс. человек, из которых билеты были у 80%.

Ожидается, что дополнительный прирост ВВП России к 2018 г. составит не менее 527 млрд. руб. (+0,96% к показателю 2011 г.), будет создано, как минимум, 810 тыс. рабочих мест. Экономический эффект прогнозируют долгосрочный, влияние от чемпионата скажется и в последующие годы после проведения.

Что касается крупных событий в ближайшее время, то это Гран-при России по автогонкам в классе "Формула-1", которое пройдет в Сочи в 2014 году. Трасса будет состоять из двух гоночных колец. Общая ее протяженность составит 5872 метра. На строительство трассы выделено 5,8 млрд. рублей из федеральных источников. Ожидается, что за три дня проведения гонок соревнования смогут посмотреть 90 тыс. зрителей. В связи с этим мы провели опрос среди студентов и выяснили, что 54% опрошенных хотели бы посетить гонки Формулы-1, однако, такое же количество студентов полагает, что соревнование не принесет большой пользы для города.

Но главное, что принесет России чемпионат мира по футболу, – это счастье. Исследование, проведенное Георгиосом Каветсосом из Caas Business School и Стефаном Шимански, автором книги «Футболономика», показало, что уровень счастья жителей стран – хозяек крупных спортивных мероприятий – во время турнира повышается. Для этого использовались данные опросов жителей 12 европейский стран, проводимых в течение 30 лет. Выяснилось, что среднестатистический гражданин становится в два раза счастливее во время проведения чемпионата мира по футболу, чем после того, как получил высшее образование [3] .

Рассматривая предстоящие спортивные события с точки зрения формирования турпродукта и обслуживания туристов, необходима сегментация рынка, так как целевая аудитория любого события – это клиенты двух основных типов [1]:

1 – *организаторы и участники события*, профессиональные группы участников, для которых участие в событии связано с их профессиональной деятельностью, с точки зрения классификации туризма по цели путешествия данные поездки относятся к профессионально-деловым турам;

2 – *зрители*, туристы, прибывшие специально для участия в событии или посетившие событие, оказавшись в это время в данном месте, если речь идет о посещении спортивного события, то такие поездки будут относиться к физкультурно-спортивным турам.

Опираясь на опыт МОК с точки зрения требований к сервису, в рамках настоящей работы были выделены основные клиентские группы для обслуживания участников и гостей ЧМ по футболу в Сочи (таблица 1) [4].

Табл. 1

Клиентские группы для организации сервиса на крупных футбольных соревнованиях

К группе относятся	Цель приезда на ЧМ-2018	Сервисные навыки персонала	Требования к сервису и особенности клиентов группы
Официальные лица (иностранные и российские)			
Главы государств и правительств, министры, ответственные за спорт, главы дипмиссий и др.	Представительские цели, участие в официальных мероприятиях под эгидой ФИФА согласно протоколу	Обязательное знание английского языка (Intermediate)	o Высокие, но разумные требования к сервису o Зависимость от протокола o Частые изменения в программе и графике o Быстрота, вежливость, гибкость и стандарты обслуживания

Международные футбольные федерации			
Представители федераций	Проведение состязаний	Обязательное знание английского языка (Advanced)	o Хороший базовый уровень сервиса o Оперативность и четкость в обслуживании и информировании o У первых лиц федераций может часто меняться график
Спортсмены и национальные футбольные организации			
Спортсмены, тренеры, медработники, тех. персонал, спортивные чиновники	Участие в матчах, организация соревнования	Обязательное знание английского языка (Advanced)	o Самое важное – пунктуальность и четкость в обслуживании, жесткий тайм-менеджмент o В плане условий и сервиса неприхотливы o Возможность хорошего отдыха в перерывах между играми
Пресса			
Пишущая пресса и фотографы	Освещение матчей, анализ и оценка происходящего, формирование общественного мнения	Обязательное знание английского языка (Intermediate,Upper Intermediate)	o Внимательны к деталям, ищут информационные поводы: необходимы высокие стандарты и качество сервиса o Оперативность, пунктуальность сервиса
Телерадиовещательные компании			
Журналисты, репортеры, комментаторы и т.д., технический персонал	Освещение трансляций в режиме реального времени	Обязательное знание английского языка (Intermediate,Upper Intermediate)	o Нетребовательны к сервису (кроме первых лиц компаний) o Четкость в предоставлении информации o Пунктуальность сервиса, жесткий тайм-менеджмент
Зрители, гости, жители города			
Средний класс, который старается участвовать в значимых событиях	Участие в масштабном мировом событии, незабываемые впечатления	Обязательное знание английского языка (Elementary, Intermediate) для обслуживания иностранцев	o Требования к сервису согласно бюджету o Готовы разместиться у родственников и знакомых или арендовать квартиру o Очень чувствительны к радушию, обстановке в городе, внешнему облику города и мероприятий

При формировании туристского продукта в событийном туризме важны следующие параметры предстоящего события: дестинация (страна и город проведения), время проведения, место (места) проведения события (venue), программа события. Нужно иметь четкие ответы на 4 вопроса (см. рис. 1) [1].

Пакет услуг для гостей ЧМ-2018 будет включать следующие услуги:

- проживание в отеле уровня 3–5*, расположенном не далее, чем в 50 км от Олимпийского парка в Имеретинской низменности;
- трансфер на встречу аэропорт (ж/д станция) – отель;
- обзорная экскурсия по Сочи «Сочи – олимпийская столица»;
- билеты на посещение двух футбольных матчей.

Рис. 1. Разработка туристского продукта в спортивном событийном туризме

Заключение. По текущему уровню цен такой пакет на 3 дня/2 ночи при размещении уровня 3–4* обойдется с авиаперелетом из Москвы порядка 900 евро с человека, с авиаперелетом из Берлина порядка 1200 евро с человека при двухместном размещении в стандартном номере. Данные цены являются конкурентоспособными на рынке спортивно-событийных туров.

Примечания:

1. Сердюкова Н.К. Особенности формирования и реализации туристского продукта в событийном туризме. Развитие туристско-рекреационной деятельности: опыт, проблемы, перспективы. Сб. науч. тр. // Под науч. ред. д.э.н., проф. Т.П. Левченко. Сочи: ИП Кривлякин С.П., 2011. С. 157-161.

2. Чемпионат мира по футболу // Википедия. Свободная энциклопедия. URL http://ru.wikipedia.org/wiki/, дата обращения 02.04.2013/

3. Паноян А. 19 миллиардов в одни ворота // Ежедневная деловая газета РБК Daily, 24.12.2012. URL http://rbcdaily.ru/economy/562949985389934, дата обращения 02.04.2013

4. Чиликина А.В., Сердюкова Н.К. Особенности обслуживания участников и гостей Олимпийских игр и крупных спортивных событий // Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: Матер. IV Междунар. науч.-практ. конф., г. Сочи, 16–19 мая 2012 г. / Отв. ред. Г.М. Романова. В 2 ч. Ч. 2. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2012. С. 180-183.

UDC 33

Prospects of Sports Tourism Development in Sochi post-Games

[1] Artyom E. Mayurnikov
[2] Diana V. Sagryan
[3] Nadezhda K. Serdyukova

[1] Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya St., Sochi 354000, Krasnodar Region
Research Assistant
artemmaurnikov@gmail.com
[2] Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya St., Sochi 354000, Krasnodar Region
Research Assistant

[3] Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya St., Sochi 354000, Krasnodar Region
PhD (Economics), Associate Professor
E-mail: nserdyukova@sutr.ru

Abstract. The article deals with the prospects of sports tourism development in Sochi post-Games. Sports events is one of the most prospective trends of Sochi tourism market development of the nearest future. The authors have studied sports events as a tourist product and its impact on Sochi tourism market development.

Keywords: tourist product; sports tourism, tourist product creation.