

УДК 332.1+796

ББК 65.049:75

К 56

**М.К. Ковалева**

*Соискатель кафедры менеджмента и региональной экономики Майкопского государственного технологического университета, г. Майкоп. Тел.: (918)436-01-31, e-mail: Masha322@mail.ru.*

## «ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ» КАК СОСТАВНОЙ ЭЛЕМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

*(Рецензирована)*

**Аннотация.** В статье исследуется понятие «олимпийского наследия» — долгосрочных последствий для городов либо регионов вследствие проведения ими спортивных мегасоревнований. В качестве элементов олимпийского наследия выделены объекты материального и нематериального свойства. К материальному наследию Олимпийских игр относят олимпийскую инфраструктуру, позволяющую создать специфические конкурентные преимущества для региона в постолимпийский период. В работе рассмотрен также процесс трансформации «олимпийского продукта» в региональный туристский продукт и приведены варианты реализации стратегии управления олимпийским наследием.

**Ключевые слова:** олимпиада, олимпийское наследие, региональный туристский продукт, стратегии управления олимпийским наследием.

**М.К. Kovaleva**

*Applicant for Candidate's Degree, Management and Regional Economics Department, Maikops State Technological University, Maikop. Ph.: (918) 436-01-31, e-mail: Masha322@mail.ru.*

## «OLYMPIC LEGACY» AS A COMPOUND ELEMENT OF THE REGIONAL TOURIST PRODUCT

**Abstract.** The paper examines the concept of «Olympic legacy», that is the long-term consequences for cities or regions in the result of their athlete's mega competitions. It highlights objects of tangible and intangible property as elements of the Olympic legacy. The author considers the Olympic infrastructure as material heritage of the Olympic Games. It gives the opportunity to create a specific competitive advantage for the region in the post-Olympic period. The scientific article also discloses the process of transformation of the «Olympic product» into a regional tourist product as well as presents the options of the Olympic heritage management strategy.

**Keywords:** Olympiad, the Olympic legacy, the regional tourism product, the Olympic legacy management strategy.

Значение проведения Олимпийских Игр в контексте регионального развития в целом и трансформации туристского комплекса территории, проводящей Игры, в частности, в значительной степени обуславливается тем олимпийским наследием, которое остается после проведения Игр. Касаясь исследования данной проблематики, отметим, что в то время, как изучение краткосрочного эффекта от прове-

дения спортивных мегасоревнований для принимающих их городов либо регионов осуществляются в зарубежной экономической литературе уже достаточно давно [1], исследователи лишь на рубеже XX в. и XXI в. стали акцентировать свое внимание на долгосрочных последствиях (именуемых «наследием»), накладываемых этими событиями на динамику территориального развития [2]. При этом необходимо отме-

тять, что данное понятие рассматривается абсолютным большинством специалистов как «многогранное» либо «многомерное», а одно из наиболее цитируемых его определений было дано Х. Прейссом, трактующим олимпийское наследие в качестве совокупности положительных и отрицательных, планировавшихся и непланировавшихся, материальных и нематериальных элементов и проявлений, опосредованных проведением спортивного мероприятия и остающихся после его окончания [3].

Несмотря на различные подходы к определению термина «олимпийское наследие», для того, чтобы охарактеризовать его содержание в полной мере, обычно в качестве элементов наследия выделяют объекты материального и нематериального свойства, которые классифицируют, соответственно, как «твердые» и «мягкие» формы олимпийского наследия [4].

К материальному наследию относят те формы наследия, которые легко идентифицировать и измерить (например, спортивную инфраструктуру, телекоммуникационные и транспортные сети). В то же время для объектов «мягкого» или нематериального наследия характерны такие свойства, как несоизмеримость, невозможность четкой идентификации и т.п. (в частности, имидж, известность, расширение стратегического видения, сплоченность местного сообщества и т.п.).

Что касается выделения конкретных элементов олимпийского наследия, то Р. Кэшмен выделяет шесть основных групп этих элементов: спортивные, инфраструктурные, экономические, информационно-образовательные, общественно-культурные, историко-символические [5]. К. Капланиду и К. Каракадис сужают количество групп элементов олимпийского наследия до трех, указывая на наличие экономических, социальных и экологических проявлений олимпийского наследия.

В этой связи необходимо отметить, что использование термина «олимпийское наследие», как правило, осуществляется в отношении положительных последствий мегаспортивного события, в то время как проявления таких негативных эффектов, как ухудшение качества окружающей среды зачастую игнорируются.

Касаясь анализа сущности и структуры олимпийского наследия в отечественной

экономической литературе, в частности, О.Ф. Козинский и его соавторы к материальному наследию Олимпийских игр относят олимпийскую инфраструктуру, включающую такие элементы, как средства размещения, объекты спортивной, жилой, коммунальной, телекоммуникационной, образовательной, транспортной, инженерно-энергетической и социальной инфраструктуры. В свою очередь, элементами нематериального олимпийского наследия, по мнению указанных авторов, являются [6]:

- уникальные технологии реализации масштабных проектов;
- предложения по совершенствованию законодательной базы;
- команды людей, способных профессионально и в сжатые сроки решать поставленные задачи;
- информация о состоянии окружающей среды в преолимпийский и олимпийский периоды;
- новая городская среда, формируемая такими составляющими, как архитектурное качество олимпийских объектов, возросший уровень связности городских территорий и транспортной доступности городских объектов, благоустроенные зоны гостеприимства и публичные пространства, методология формирования архитектурно-ландшафтного единства, более благоприятное состояние окружающей среды, соответствующее требованиям олимпийских «зеленых стандартов».

При этом развитие именно олимпийской инфраструктуры создает специфические конкурентные преимущества для региона в постолимпийский период, в частности, с точки зрения повышения его туристической привлекательности. В то же время одновременно с формированием олимпийской инфраструктуры происходит качественное улучшение всей туристической инфраструктуры территории, что обусловлено рядом причин. Прежде всего, необходимо указать на то, что некоторые элементы туристической инфраструктуры входят в категорию объектов олимпийской инфраструктуры. Кроме того, для привлечения большего числа туристов в регионе дополнительно возводятся и модернизируются различные объекты туристической инфраструктуры.

Создание объектов олимпийской инфраструктуры способствует физической

трансформации городского пространства, а также инфраструктурным изменениям в ключевых отраслях социально-экономической сферы региона. Модернизированная городская среда, вновь созданная современная инфраструктура способствуют созданию положительного образа города, обеспечению комфортных условий для его посещения туристами и, как следствие, повышению туристической привлекательности столицы Олимпийских игр и региона в целом в постолимпийский период.

В частности, по мнению специалистов, проведение XXII зимних Олимпийских Игр в Сочи обусловило то, что на уровне местной дестинации произошли следующие важнейшие изменения [7]:

— ориентированный ранее преимущественно на организацию летнего пляжного отдыха курорт постепенно превраща-

ется в международный круглогодичный центр, связанный с оказанием широкого спектра туристских услуг;

— модернизация внутригородской инфраструктуры привела к появлению новых объектов размещения высокого класса, что способствует продвижению сочинской дестинации как курорта мирового уровня;

— в городе формируется новый кластер туристских предприятий, ориентированных на спортивный, событийный и деловой туризм, что позитивно отражается на имидже Сочи.

Процесс использования олимпийского наследия ориентирован на трансформацию «олимпийского продукта» путем интеграции в региональный туристский продукт в форму «постолимпийского туристского продукта», что иллюстрирует рисунок 1.



Рисунок 1. Трансформация туристского продукта в рамках региона — места проведения Олимпийских Игр [8]

При этом необходимо подчеркнуть, что процессу создания олимпийского продукта, который выступает в качестве ориентированного на удовлетворение зрительского интереса пакета визуально значимых мероприятий, присущи свои концептуальные особенности. *Во-первых*, по большей мере он локализован в рамках принимающего города и оказывает значительное влияние на процесс территориального развития, а в силу ориентированнос-

ти этого процесса на обеспечение максимального привлечения зрителей ключевое значение уделяется туристскому аспекту данного развития. Поэтому олимпийский продукт встраивается в территориальный туристский продукт, выступая впоследствии в качестве постолимпийского туристского продукта, которому присущ комплекс уникальных характеристик. *Во-вторых*, процесс создания олимпийского продукта происходит в течение довольно

продолжительного временного отрезка, а управление им производит Организационный комитет Игр во взаимодействии с организациями внешней среды.

При этом необходимо учитывать, что сам факт проведения Олимпийских игр представляет уникальные возможности для диверсификации и обогащения регионального туристского продукта в постолимпийский период. Формирование постолимпийского туристского продукта обуславливает необходимость определения того, на какие внутренние и внешние туристические потребности должны быть ориентированы ресурсы развития олимпийской столицы, чтобы «избыточный» потенциал, созданный в рамках олимпий-

ского проекта, нашел свое эффективное применение [9].

Из вышеотмеченных особенностей вытекают объективные предпосылки со стороны принимающего города к максимальному продлению «олимпийского эффекта» путем поддержания интереса к месту проведения Олимпийских Игр после их завершения благодаря реализации комплекса специальных мероприятий. Данное обстоятельство обуславливает в качестве одной из ключевых задач, на которые ориентирована реализация постолимпийского туристского продукта, максимально возможное продление во времени заключительной стадии олимпийского делового цикла, структура которого приведена на рисунке 2.

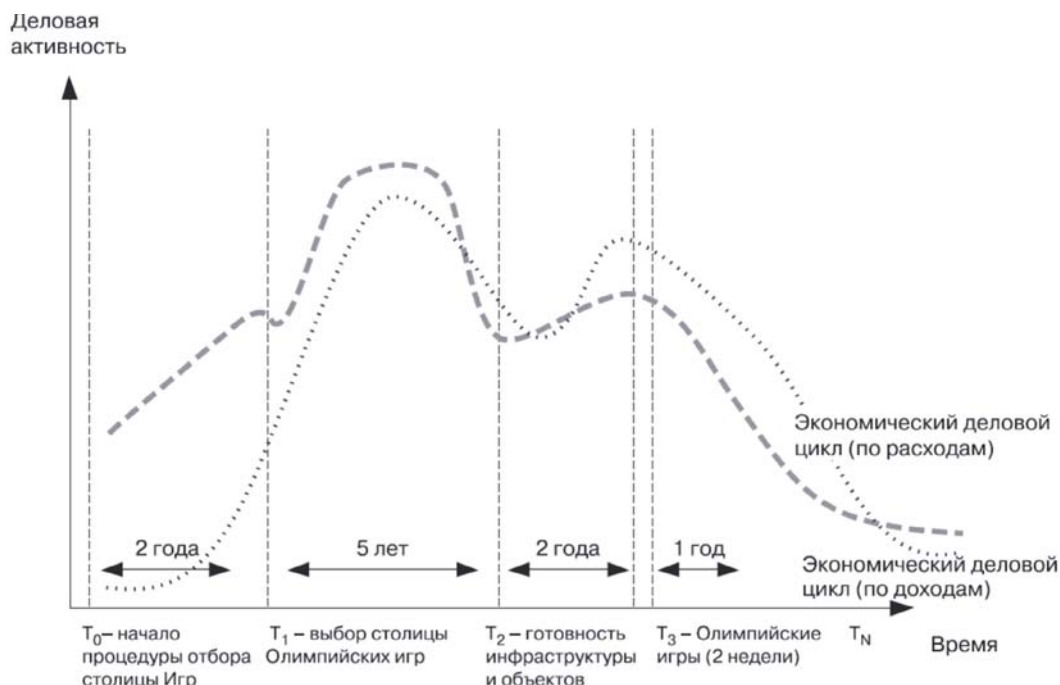


Рисунок 2. Временная структура этапов олимпийского делового цикла [10]

При этом успешное решение данной проблемы может быть произведено на основе наиболее приемлемой в конкретных условиях стратегии управления олимпийским наследием, ключевые варианты реализации которых приведены в таблице 1.

Для большинства олимпийских столиц, в том числе Сочи, характерна реализация смешанной стратегии, ориентированной на увеличение продолжительности сохранения «олимпийского эффекта» в рамках изменяющейся рыночной конъюнктуры. Смешанная стратегия базируется на формировании и реализации комп-

лекса частных стратегий, затрагивающих различные аспекты реализации олимпийского наследия, в частности, продвижение постолимпийского туристского продукта.

Необходимо отметить, что в январе 2015 г. Законодательным Собранием Краснодарского края были внесены изменения в региональный закон «О туристской деятельности в Краснодарском крае», которыми, в частности, на нормативном уровне было закреплено понятие «олимпийский туризм», подразумевающее разновидность туризма, ориентированную на ознакомление с олимпийски-

**Таблица 1**

**Варианты реализации стратегии управления олимпийским наследием [11]**

Тип стратегии	Содержание стратегии
Поддерживающая	Использование объектов олимпийского наследия в рамках их функционального назначения, формирование специализированных структурных подразделений системы территориального менеджмента, ответственных за управление олимпийским наследием
Территориально-ориентированная	Ориентация на решение проблем постолимпийского развития территории с учетом ее социально-экономических особенностей, расширенный подход к реализации олимпийского наследия на основе адаптации объектов созданной инфраструктуры под нужды территории
Проектная	Реализация проектов по реконструкции объектов олимпийского наследия, отсрочка проявлений «олимпийского эффекта» на долгосрочную перспективу, привлечение дополнительных финансовых ресурсов
Смешанная	Сочетание инструментария различных стратегических подходов, ориентированное на состояние рыночной конъюнктуры и учет ключевых факторов территориального развития

ми объектами, которые расположены на территории региона. Однако реализация постолимпийского туристского продукта, по нашему мнению, предполагает более широкий комплекс направлений реализации туристического потенциала бывшей олимпийской столицы.

В качестве примера эффективного встраивания олимпийского наследия в туристский продукт региона можно отметить разработанную Министерством курортов и туризма Краснодарского края универсальную программу формирования данного продукта, охватывающую различные виды данного наследия и туристского пространства [12]:

1) прибытие в дестинацию — транспортное наследие (транспортная инфраструктура);

2) размещение — экономическое наследие (инфраструктура размещения);

3) посещение предприятий питания — экономическое наследие (инфраструктура питания);

4) обзорная экскурсия по дестинации — культурное наследие;

5) ознакомление с местными традициями, обычаями, фольклором — культурное наследие (событийное пространство);

6) экскурсия по олимпийским объектам — спортивное наследие;

7) посещения объектов рекреации — туристское наследие (рекреационное пространство);

8) посещение предприятий сферы услуг — туристское наследие (сервисное пространство);

9) посещение различных мероприятий — туристское наследие (событийное пространство);

10) отбытие из дестинации — транспортное наследие (транспортная инфраструктура).

Так как мотивация выбора маршрута путешествия является движущей силой поведения туриста, необходимо понимание побуждений туристов для того, чтобы сегментировать существующий рынок и развивать успешные стратегические планы по реализации постолимпийского туристского продукта.

В числе направлений деятельности, способствующих реализации постолимпийского компонента регионального туристского продукта, можно отметить уже осуществленное и планируемое проведение на основе использования олимпийских объектов ряда крупных спортивных и деловых событий, таких, как этап чемпионата мира по автогонкам в классе «Формула-1», матчи чемпионата мира по футболу 2018 г., Кубанский инвестиционный форум и т.д., формирование специализированных подразделений горнолыжных курортов, ориентированных на реализацию постолимпийского продукта, круглогодичное проведение массовых событийных мероприятий, за-



действующих потенциал олимпийского наследия.

При этом использование сегментированной стратегии продвижения регионального туристского продукта способствует более эффективному развитию отдельных направлений туризма, связанных с реализацией потенциала олимпийского наследия, а также определению наиболее перспективных направлений туризма, как во внутреннем, так и во внешнем аспектах. В частности, необходимо учитывать, что крайне высокую заинтересованность в посещении в качестве туристического направления Российской Федерации в целом и курортов Краснодарского края — в частности — проявляют граждане Китайской Народной Республики. Значимым фактором в данном контексте является значительный интерес китайских туристов к ознакомлению с объектами олимпийского наследия Сочи, обусловленный предстоящим проведением зимних Олимпийских Игр 2022 г. в Пекине.

В этой связи, начиная с ноября 2016 г., планируется организация ежедневных прямых рейсов китайской авиакомпании Tibet Airlines в Сочи. Администрация Сочи анонсировала разработку специальных туристических маршрутов для гостей из КНР и размещение указателей не только на английском, но и на китайском языке.

Министерством курортов и туризма Краснодарского края совместно с региональными туроператорами разработаны туристские продукты, ориентированные на различные возрастные категории и социальные слои граждан Китая.

В рамках реализации программы «China Friendly» планируется проведение добровольной аттестации предприятий туристского сервиса края (гостиниц, ресторанов, музеев, развлекательных центров), а также компаний, оказывающих туристские и экскурсионные услуги, на соответствие потребностям туристов из КНР с присвоением им Знака Качества.

Что касается перспективных направлений реализации стратегии управления олимпийским наследием, ориентированной на внутренний туристический рынок, то одним из них может явиться организация спортивных и сопутствующих им мероприятий в рамках реализации потенциала отечественных атлетов, подвергшихся дискриминационным ограничениям со стороны ряда международных спортивных организаций, продолжение, а возможно и расширение действие которых в ближайшем будущем отнюдь нельзя исключать.

Таким образом, стратегия управления олимпийским наследием как элементом регионального туристского продукта должна носить адаптивный характер, базирующийся на учете трансформирующихся условий внешней среды и изменяющихся потребностей различных подгрупп целевой туристской аудитории. Подобный подход позволит расширить временные рамки олимпийского делового цикла на основе его постепенной трансформации в постолимпийский цикл, имеющий усложненную структуру, большую продолжительность и другие специфические особенности, которые определяются широким комплексом факторов внешней среды.

#### Примечания:

1. Ritchie J.R.B., Smith B.H. The impact of a mega-event on host region awareness: A longitudinal study // *Journal of Travel Research*. 1991. № 1. P. 3-10.
2. Essex S., Chalkley B. Olympic Games: catalyst of urban change // *Leisure Studies*. 1998. № 3. P. 187-206.
3. Preuss H. The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies // *Journal of Sport & Tourism*. 2007. № 3-4. P. 217.
4. Kaplanidou K., Karadakis K. Understanding the legacies of a host Olympic city: The case of the 2010 Vancouver Olympic Games // *Sport Marketing Quarterly*. 2010. № 2. P. 111.
5. Cashman R. The bitter-sweet awakening: The legacy of the Sydney 2000 Olympic Games. Petersham: Walla Walla Press, 2006.
6. Значение олимпийского наследия в пилотном проекте Сочинско-Туапсинской курортной агломерации / О.Ф. Козинский, О.В. Козинская, В.Н. Шарафутдинов [и др.] // *Academia. Архитектура и строительство*. 2015. № 2. С. 87.
7. Мовсесян Г.Г. Особенности формирования особых экономических зон туристско-рекреационного типа // *Материалы научной и научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма*, 15 мая 2014 года, г. Краснодар. Краснодар: Изд-во КГУФКСТ, 2014.

8. Кулишкин Д.Ю. Социально-экономические проблемы постолимпийского развития городов: туристский аспект // *Наукovedение*. 2015. № 3.
9. Концепция устойчивого социально-экономического развития Сочи. Сочи: ФОК, 2013.
10. Нуреев Р.М., Маркин Е.В. От Олимпиады к Олимпиаде: экономический деловой цикл // *Вестник спортивной науки*. 2011. № 1. С. 55.
11. Кулишкин Д.Ю. Постолимпийский период: реализация наследия, пути развития, оценка потенциала (на примере г. Сочи) // *Известия Сочинского государственного университета*. 2015. № 2. С. 71.
12. Крузжков Д.А., Мартыненко Н.М. Наследие Игр-2014 в системе формирования регионального туристского продукта // *Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма*. Вып. 2. Краснодар, 2015. С. 56-57.

#### References:

1. Ritchie J.R.B., Smith B.H. The impact of a mega-event on host region awareness: A longitudinal study // *Journal of Travel Research*. 1991. № 1. P. 3-10.
2. Essex S., Chalkley B. Olympic Games: catalyst of urban change // *Leisure Studies*. 1998. № 3. P. 187-206.
3. Preuss H. The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies // *Journal of Sport & Tourism*. 2007. № 3-4. P. 217.
4. Kaplanidou K., Karadakis K. Understanding the legacies of a host Olympic city: The case of the 2010 Vancouver Olympic Games // *Sport Marketing Quarterly*. 2010. № 2. P. 111.
5. Cashman R. The bitter-sweet awakening: The legacy of the Sydney 2000 Olympic Games. Petersham: Walla Walla Press, 2006.
6. Kozinsky O.F., Kozinskaya O.V., Sharafutdinov V.N., Kleimenova N.N. The meaning of the Olympic legacy in the pilot project of Sochi and Tuapse resort agglomeration // *Academia. Architecture and Construction*. 2015. №2. P. 87.
7. Movsesyan G.G. The peculiarities of the special economic zone formation of the tourist and recreation type // *The materials of the scientific and practical conference in the Kuban State University of physical training sports and tourism (15 May 2014, Krasnodar)*. Krasnodar: KSUPST, 2014.
8. Kulishkin D.Yu. Social and economic problems of the postolympic development of the cities: tourist aspect // *Naukovedenie*. 2015. № 3.
9. Concept of the stable social and economic development of Sochi. Sochi. FOK, 2013.
10. Nureyev R.M., Markin Ye.V. From the Olympic games to Olympic games: economic business cycle // *Vestnik of the sport science*. 2011. № 1. P. 55.
11. Kulishkin D.Yu. The postolympic period: realization of the heritage, ways of development, valuation of the potential (on the example of Sochi) // *Proceedings of the Sochi state university*. 2015. № 2. P. 71.
12. Kruzjzkov D.A., Martynenko N.M. The heritage of the Games-2014 in the system of the formation of the regional tourist product // *The materials of the scientific and methodic conference in the Kuban State University of physical training sports and tourism*. Ed. 2. Krasnodar, 2015. Pp. 56-57.