

НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ХОККЕЮ 2014 г. В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Л.М. ГАЙДУКЕВИЧ

*Белорусский государственный университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Большое значение для развития событийного туризма имеет такое его направление как событийный спортивный туризм. В Беларуси 2014 год назван годом спортивного туризма. Страна располагает достаточным количеством спортивных объектов, которые можно и следует активно использовать для привлечения туристов. К таким объектам относятся Минск–Арена, Чижовка–Арена, Футбольный манеж, Дворец спорта, Дворец тенниса и другие. Кроме того, благодаря проведению Чемпионата мира по хоккею 2014, Республика Беларусь получила ценный опыт организации и проведения крупных международных соревнований. Спортивная инфраструктура находится на высоком уровне и ее развитию уделялось большое внимание в подготовительный период Чемпионата.

В рамках подготовки к Чемпионату большая работа была проведена в регионах республики. В **Брестской области** были определены основные пункты пересечения Государственной границы:

«Домачево» (пропускная способность 2,5 тыс. автомобилей и автобусов в сутки), «Варшавский мост» (пропускная способность более 12 тыс. человек в сутки) и железнодорожный пункт пропуска – станция «Брест–центральный». Все они были готовы к увеличению потока туристов весной–летом 2014 года.

На железнодорожном вокзале в г. Бресте все объекты оборудованы системами кондиционирования, визуального информирования, видеонаблюдения и системой доступа + WI–FI. Расписание поездов и информационное сопровождение велось на английском языке.

Особое внимание в области было уделено установке указателей, в том числе с дублированием на латинице (более 1000 указателей по области). РУП «Бреставтодор» к Чемпионату была произведена замена 483 дорожных знаков, 3496 световозвращающих элементов. На республиканских автомобильных дорогах в области функционировало 288 объектов придорожного сервиса (99 АЗС, 66 торговых объектов, 69 объектов общепита, 12 гостиниц, 20 охраняемых стоянок, 16 СТО) [2, с. 5–6].

На железнодорожном и автовокзалах **Гомельской области** были оборудованы специальные информационные стенды с расписанием игр Чемпионата, графиками движения поездов и автобусов на г. Минск, адресами гостиниц и другой полезной информацией для зарубежных гостей.

В области был установлен летний режим работы музейных учреждений с 10.00 до 19.00 с шестидневной рабочей неделей. В г. Гомеле информационную поддержку осуществляли два туристических информационных центра: филиал «Туристический информационный центр «Гомель» ГУ «НАТ» (Советская, 28) и туристско–информационный центр ООО «Грандтур» (Советская, 61).

Для обслуживания туристических групп, болельщиков Чемпионата в области было задействовано 76 гостиниц и аналогичных средств размещения, в т.ч. 39 санаторно–курортных организаций, 289 субъектов агроэкотуризма.

Управлением спорта и туризма **Гродненского облисполкома** в пунктах пропуска «Привалка» и «Брузги» (с Республикой Польша) и «Каменный Лог» (с Литовской Республикой) было обеспечено распространение гостям печатной рекламной продукции в виде буклетов, карт, путеводителей [2, с. 10–14].

В обслуживании гостей Чемпионата в городе Гродно было задействовано 11 средств размещения, 19 ресторанов, 52 кафе, 73 бара, 23 кофейня, 3 ресторана быстрого питания, 56 объектов досуга, продлен режим работы музеев [2, с. 10–14].

В **Минской области** для приема гостей было подготовлено для проживания гостей 2105 мест и 2090 посадочных мест для питания. Определен перечень агроэкоусадоб, готовых разместить и представить развлекательные программы для гостей Чемпионата. Это позволило во время Чемпи-

оната на территории области разместить более 2,5 тысяч болельщиков. На 132 объектах области была организована продажа сувенирной продукции.

Более 40 объектов **Могилевской области**, расположенных на республиканских дорогах, были подготовлены к приему гостей Чемпионата. В период проведения соревнования в области были проведены ряд мероприятий, посвященных Дню Победы (с 8 по 11 мая 2014 г.), Ночь музеев (с 16 по 17 мая 2014 г.), День открытых дверей на агроусадьбах (25 мая 2014 г.), что расширило возможности знакомства гостей Чемпионата с нашей страной [2, с. 15–16].

Работа государственных и общественных структур в регионах республики была дополнена большой подготовительной работой в самом месте проведения Чемпионата – в г. Минске.

В целях информирования гостей Чемпионата в столице республики была организована работа 9 туристических информационных центров: на территории Национального аэропорта «Минск», железнодорожного вокзала, зоны гостеприимства у Дворца спорта, в Верхнем городе, на проспекте Победителей, 19 и ул. Революционная, 13. К Чемпионату было издано более 300 тысяч экземпляров рекламной продукции.

В результате городские информационные центры на ул. Революционной, у Дворца спорта и в Верхнем городе и на пр. Победителей, 19 посетили 4 685 человек [2, с. 1].

Перед началом Чемпионата была запущена новая версия сайта www.belarustourism.by на английском и немецком языках. Выход на сайт www.belarustourism.by был обозначен стикерами со знаком и реквизитами туристического информационного центра, а QR-кодом обозначены объекты придорожного сервиса трасс республиканского значения (АЗС, точки питания, размещения), крупные торговые центры, вокзалы, места наибольшего скопления туристов. Как результат, по данным «Google Analytics» за май 2014 года посещаемость сайта составляла 31 486 посещений (в апреле 2014 г. – 18237) [1, с. 5].

К Чемпионату мира гостиничная сеть г. Минска насчитывала 43 гостиницы на 9250 мест и увеличилась в 2 раза по сравнению с 2012 годом (с 4405 мест до 9250 мест) [1, с. 1]. С 8 по 26 мая 2014 года гостиницами предоставлено 94 368 койко-суток. Средняя загрузка номерного фонда г. Минска составила 82%. Пиковый уровень загрузки приходился на период с 8 по 11 мая – 96% и с 23 по 26 мая 86,6% (в 2013 году среднегодовая загрузка была около 53%). Около 800 болельщиков воспользовались услугами агроэкоусадоб. Более 400 болельщиков были размещены в санаториях и гостиницах Минской области. Кроме этого, более 700 индивидуальных предпринимателей г. Минска предоставили услуги по размещению в квартирах и индивидуальных домах (около 1000 объектов), а также в 15 хостелах. В страну прибыло около 80 караванеров (дома на колесах), которые разместились на автостоянках г. Минска.

Глобальным оператором бронирования www.booking.com в период проведения Чемпионата по отзывам гостей был составлен рейтинг гостиниц г. Минска: «Виктория Олимп», «Виктория-2», «Виктория», «Монастырский», «Пекин», «Спорт-тайм», «Айти-тайм», «Холт-тайм», «Ист-тайм», «Минск», «Европа», «Краун Плаза», «Юбилейная», «Планета», «Президент-отель», «Спутник», «Беларусь», «BON hotel», «Веста», «Славянская», «IBV», 8,5 по 10-балльной системе (табл.) [2, с. 2].

Таблица – Рейтинг гостиниц г. Минска, размещенных на сайте международного туроператора booking.com, в период с 8 мая по 25 мая 2014 г.

Категория гостиницы	Количество гостиниц	Средняя оценка
5*	4	8,4
4*	5	8,2
3*	11	8,4
2*	5	8,3
б/к	3	9
Всего:	28	8,5

По предварительным данным в Республику Беларусь в период с 25 апреля по 25 мая прибыло до 100 тысяч туристов и экскурсантов, из них более 60 тысяч из стран ближнего и дальнего зарубежья. По данным Госпогранкомитета в Беларусь въехали 31400 иностранных граждан по билету на чемпионат (без учета России и Казахстана, стран СНГ).

Наибольшее количество гостей составили болельщики из России далее Латвии, Литвы, Польши, Словакии, Финляндии, Чехии, Германии, Швеции.

Генеральным туроператором чемпионата, компанией «ЦЕНТРКУРОРТ» было обслужено 16728 туристов из 46 стран мира, в том числе в общежитиях студенческой деревни размещено 10116 туристов. В гостиницах и апартаментах г. Минска – 6203 туриста [2, с. 3].

На рецеции генерального туроператора в студенческой деревне гостям столицы были представлены экскурсионные маршруты: «Минск – столица Республики Беларусь», «Архитектурные и исторические памятники Мира», «Архитектурные и исторические памятники Несвижа», историко-культурный комплекс «Линия Сталина», «Путешествие в Дудutki», «Белорусский скансен» и др. Экскурсию можно было заказать и оплатить на месте. Организованным экскурсионным обслуживанием было охвачено более 10,5 тысяч иностранных туристов, в т.ч. туроператором «ЦЕНТРКУРОРТ» – 1297 туристов. Предприятием «Виаполь» обслужено 1878 туристов, из России, Украины, Латвии, Испании, Великобритании, Австрии, Швеции и других стран.

С 9 мая 2014 г. двухэтажные экскурсионные автобусы ООО «Дром-тур», курсировали по городу вдвое чаще, чем прежде – 8 раз в день. На маршруте за период чемпионата было обслужено около 3000 экскурсантов (в прошлом году за май – 1700 человек).

По данным ООО «Дром-тур» в 2013 году соотношение российских и европейских туристов составляло 9:1, до 40 процентов экскурсантов составили гости из дальнего зарубежья (Финляндии, Швеции, Англии, Канады, Германии, Италии, Швейцарии, Словакии, Латвии, Америки, Чехии, Франции, Японии).

Турцентром «Дортур» Минского отделения Белорусской железной дороги с 1 по 25 мая обслужено около 2200 туристов.

В музейных учреждениях в сравнении с аналогичным периодом прошлого года выросло количество посетителей путешествующих самостоятельно, в том числе и иностранных туристов [2, с. 3].

Безусловным лидером по посещаемости стал мемориальный комплекс «Брестская крепость»: с 1 по 25 мая обслужено 107000 человек, из них в дни чемпионата – с 9 по 25 мая – 100000 туристов.

Гомельский дворцово-парковый ансамбль Румянцевых-Паскевичей с 9 по 25 мая посетили 14000 человек.

С 28 апреля по 23 мая 2014 года Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» посетили около 41000 человек, что на 20% больше по сравнению с аналогичным периодом 2013 года [2, с. 3–4]. В замковом комплексе «Мир» в мае побывало около 30000 человек. Значительно возросло число туристов из дальнего зарубежья.

На 5000 человек в сравнении с маем прошлого года увеличилось количество посетителей Национального Полоцкого историко-культурного музея-заповедника (30000 посетителей, из них 25% – россияне).

По данным объектов торговли в период чемпионата за счет иностранных туристов увеличилось количество покупателей сувенирной продукции. Так, например, по данным Центрального универмага г. Минска (ЦУМа) в период чемпионата стало в 3 раза больше покупателей в отделе сувениров. В целом же товарооборот за две недели работы объектов торговли и общественного питания на 2-х спортивных аренах Чемпионата, в фан-зонах и 3-х зонах гостеприимства в г. Минске составил 36,7 млрд. руб. [5].

Таким образом, прошедший Чемпионат мира по хоккею 2014 г. показал, что мероприятия такого уровня требуют выполнения большого объема строительных работ и инфраструктурной модернизации, однако экономический эффект (прямой и косвенный), его имиджевая составляющая государства достаточно высокая.

Бесспорным положительным результатом Чемпионата является вывод потребности развития в республике событийного туризма. Событийный туризм чаще всего рассматривается как «туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран» [3].

События – важнейший мотивирующий фактор в туризме. Они заметно влияют на социально-экономическое развитие и конкурентоспособность большинства туристских территорий. Правительства разных стран поддерживают и включают события как часть стратегии экономического развития, государственного строительства и брендинга территорий. Корпорации и предприятия используют события в качестве ключевых элементов в своей маркетинговой стратегии и продвижения своего имиджа.

Таким образом, событийный туризм можно определить как инструмент событийного маркетинга, служащий средством привлечения туристов и создания имиджа страны (региона).

Событийный туризм представляет собой не только перспективное направление в туризме, ориентированное на посещение дестинации в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни общества, но и является сложным процессом планирования и организации мегамероприятий с целью улучшения имиджа региона, получения прибыли, привлечения туристов в дестинацию и создания актуального уникального туристического предложения [4, с.38–41].

Сложился ряд тенденций развития современного событийного туризма, среди которых большое значение, как для туристов, так и для организаторов мероприятий имеет широкое использование современных информационных технологий, инноваций, нововведений. Предъявляются высокие требования к качеству и безопасности проводимых мероприятий.

Рассматривая прошедший Чемпионат мира по хоккею 2014 г. как основное звено в организации событийного туризма, необходимо отметить его особую экономико-социальную значимость для развития республики, как туристской дестинации в силу следующих причин:

Во-первых, развитие событийного туризма связано с растущим числом туристов, заполнение ими средств размещения, предприятий питания и других объектов туристической инфраструктуры.

Во-вторых, событийный туризм позволяет минимизировать проблему сезонности в туризме и нагрузки средств размещения в «низкий» сезон.

В-третьих, учитывая высокую конкуренцию в туристической отрасли, событийные мероприятия позволяют организаторам туров создать уникальный, отличный от конкурентов туристический продукт.

В-четвертых, проведение уникального события европейского или мирового масштаба создает перспективы для нового позиционирования дестинации, создания положительного имиджа страны и ее регионов.

Таким образом, проведение Чемпионата мира по хоккею–2014 г. явилось хорошим примером развития событийного туризма в стране, который может соответствовать европейскому уровню и быть востребован на туристическом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Текущий архив Министерства спорта и туризма Республики Беларусь. Справка о развитии туризма в регионах Республики Беларусь по итогам 2013 года и задачах на 2014 год. – 8 с.
2. Текущий архив Министерства спорта и туризма Республики Беларусь. Справка о готовности регионов к проведению чемпионата мира по хоккею. – 18 с.
3. Долженко, Г.П. Опыт разработки классификации современного российского туризма // Труды Международной туристской академии. Выпуск 5. «Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке». М., 2010 г. – С. 59–69.
4. Гайдукевич, Л.М. Культурный туризм: теория и практика / Л.М. Гайдукевич. – Минск: издат-во «Четыре четверти», 2013. – 192 с.
5. Tio.by – новостной портал газеты «Туризм и отдых» [Электронный ресурс]. 24.05.2014. Новости. – Режим доступа: <http://www.tio.by/novosti/Za-14-dnej-ChM-po-hokkeyu-na-arenaх-v-fan-zonax-i-zonax-gostepriimstva-prodano-tovarov-na-367-mlrd-rublej>.

**SOME OF THE OUTCOMES OF THE WORLD ICE HOCKEY CHAMPIONSHIP
2014 IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN THE
REPUBLIC OF BELARUS**

L.M. GAYDUKEVITCH

Summary

The author analyzed the process of preparation and operation of the tourist complex of the Republic of Belarus during Ice Hockey World Championships 2014 in Minsk. As the author's opinion active cooperation of the State with foreign investors allowed to improve qualitatively the situation with accommodation facilities, service on the roadside objects, as well as to provide interesting excursion programs for participants and guests of the event. According to the author, holding the World Hockey Championship is also an invaluable experience for Belarus in the organization and conducting of touristic events.

© Гайдукевич Л.М.

Поступила в редакцию 30 июня 2014 г.