

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ГЭМБЛИНГ – ТУРИЗМА КАК ПЕРЕЗАПУСКАЮЩЕГО ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ БОЛЬШОГО СОЧИ

Людмила Белослутцева, Евгения Видищева

Сочинский государственный университет, Сочи, Российская Федерация

АННОТАЦИЯ

В современном мире важнейшим аспектом жизнедеятельности общества является досуг. Трансформация общества определяет направления развития новых видов досуга как в мире, так и России. Для России таким направлением развития является гэмблинг-туризм. Исследования данного вида туризма позволяют сделать вывод о наличии взаимосвязей между гэмблинг-туризмом и определёнными социально-экономическими переменными развития дестинации – игорный бизнес может быть важной составляющей туристской аттракции дестинации и способствовать экономической стабильности и процветанию местного сообщества.

Перспективы развития гэмблинг-туризма в Сочи, а главное, оценка его положительных и отрицательных эффектов на дестинацию, определяет необходимость изучения мирового опыта и применения мировой практики.

Ключевые слова: досуг, гэмблинг-туризм, дестинация, игорный бизнес, г. Сочи.

ВВЕДЕНИЕ

Гэмблинг-туризм на современном этапе является востребованным видом досуга во всём мире. Очевидно, что, когда такой прибыльный бизнес как игорный затрагивает развитие туризма, то его влияние на дестинацию – как реальное, так и перспективное – может быть впечатляющим.

Исследования данного вида туризма позволяют сделать вывод о наличии взаимосвязей между гэмблинг-туризмом и определёнными социально-экономическими переменными развития дестинации – игорный бизнес может быть важной составляющей туристской аттракции дестинации и способствовать экономической стабильности, процветанию местного сообщества. Развитие гэмблинг-туризма рассматривается как перезапускающий и обновляющий фактор развития туристской дестинации, потенциально способный развивать дестинацию, генерировать капитализацию прибыли в экономическую и политическую культуру конкретной дестинации.

Цель исследования – оценка потенциала гэмблинг-туризма как фактора развития туристской дестинации на примере Большого Сочи.

МЕТОДИКА

Источниками для написания статьи стали теоретические и методологические положения, содержащиеся в трудах учёных, посвящённых индустрии туризма, игорного бизнеса и развитию гэмблинг-туризма. В основу методологии исследования гэмблинг-туризма как фактора развития туристской дестинации положены методы логического, структурного, функционального и системного анализа. Информационную основу составляют

действующие законодательные и нормативные акты РФ федеральных и региональных органов исполнительной власти.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ

Проблемы развития туристских дестинаций и гэмблинг-туризма в современных исследованиях отражены в трудах W. M. Abbott, A. A. Volberg (2006), A. Alegria (2014), L. Caneday, J. Zeiger (1991), M. C. Hall (2008), R. Harrill, T. Potts (2003), S. K. Kang, C. K. Leeb, Y. Yoonb, P. T. Long (2008), T. K. Lee, C. K. Lee (2014), A. A. Ligthelm (2009) и других. Развитие дестинации, проекты и процессы, происходящее в ней оказывают значительное влияние на местные сообщества, поэтому в туристских дестинациях должно системно планироваться поступательное развитие, непременно учитывая отношение и восприятие местным населением. Проведённые исследования по развитию в туристских дестинациях гэмблинг-туризма демонстрируют сдвиг оценки от негативной до позитивной в результате полученных социальных и экономических эффектов. Достижение таких социально-экономических эффектов принципиально важно для долгосрочной жизнеспособности туристской дестинации. Планирование развития дестинации должно учитывать ориентированный на развитие местного сообщества подход.

Для развития туристской дестинации необходимо сформировать предложение, в котором планирование и развитие гэмблинг-туризма необходимо рассматривать на основе комплексного анализа, включая местное сообщество, как наиболее влиятельного участника процесса, например, через представительство в гражданских институтах. Необходимо учитывать социальное, экономическое, политическое, культурное и пространственное влияние в целом при определении подхода к планированию и выбору модели реализации развития дестинации. Модель, таким образом, должна представлять процесс, в котором сообщество присутствует на всех этапах и остаётся «партнёром» с момента планирования и до завершения процесса внедрения (Сердюкова, Белослутцева, 2015).

В качестве позитивных эффектов было установлено, что гэмблинг-туризм, являясь значительно распространённым видом отдыха, ведёт к развитию дестинации, создавая налоговые поступления, которые можно использовать для финансирования сферы здравоохранения, образования и других социально-значимых направлений, и, следовательно, повышать гражданскую вовлечённость местных жителей, занятость, улучшать благосостояния местного населения и уровень жизни в целом. Чем больше доходов дестинация получает благодаря созданию рабочих мест в сфере туризма, напрямую связанных с игорным бизнесом, тем меньше у местного населения негативного отношения к гэмблинг-туризму (Belosluttceva, Romanova, 2015).

Принимая во внимание зарубежный опыт устойчивого развития дестинаций через экономические и социальные эффекты гэмблинг-туризма следует оценивать такое влияние с применением модели определения баланса доходов и расходов. Установлено, что, несмотря на очевидное увеличение номинального ВВП, в дестинации формируются различные виды негативных внешних факторов. Так, неконтролируемый или слишком быстрый рост

гэмблинг-туризма привносит эффекты, которые разрушают устойчивое развитие дестинации. Например, «проблема игровой зависимости» местного населения и явная взаимосвязь этой проблемы с отождествлением гэмблинга как формы развлечения с одной стороны, и недостатком административно-управленческого регулирования в гэмблинг-дестинациях с другой. Следовательно, рекомендуется, чтобы правительство помнило об устойчивости развития дестинации, когда проводит политику развития туристских дестинаций, тщательно обдумывая все связанные с этим социальные, экономические, экологические и политические факторы.

Политика устойчивого развития туризма рассматривается как наиболее эффективная и определяет такой подход, как экологически приемлемый в долгосрочной перспективе, финансово осуществимый, а также этический и социально-ответственный для местного сообщества. То есть, устойчивое развитие туристской дестинации призвано минимизировать влияние на окружающую среду и максимизировать социально-экономические выгоды для туристской дестинации. Туристская деятельность должна постоянно подвергаться мониторингу, оцениваться и модернизироваться под производительность местного сообщества государственной властью и представителями индустрии туризма.

Рассмотрев системные элементы туризма – регион, туристы, инфраструктура дестинации, гибкая туристская индустрия – можно сделать вывод о том, что сама дестинация может быть «собственно туристским продуктом», с атрибутами, ассоциирующимися с именно этой конкретной дестинацией, которая сама по себе способна привлекать туристов. Основная идея продвижения дестинации, как туристского продукта, в том, что каждая дестинация уникальна: со своими особенностями, различными аттракциями, своеобразной средой, культурой, историей. Всё это может быть сильным мотивирующим фактором для привлечения туристов и формированием из дестинации «туристского продукта» (Alegria, 2014).

Собственно, такой дестинацией и является Сочи. Уникальные климатические и бальнеологические условия, развитая санаторно-курортная база, современнейшая инфраструктура, построенная в рамках подготовки к Олимпийским играм, и громадное предложение средств размещения любого уровня. Только в «Горки Город» находятся четыре пятизвездочных отеля общей стоимостью 80 млрд. руб. Курорт рассчитан на 6,5 тысяч мест. Однако, зимой заполняется лишь на две трети, а летом этот показатель ещё меньше. Схожая ситуация на соседнем курорте «Роза Хутор». Так в сезон 2014–2015 гг. средняя загрузка номерного фонда «Розы Хутор» была 62%, в декабре была всего 25%, в январе, феврале и марте она была соответственно 70, 86 и 67%. Курорт «Горки город» в высокий сезон (январь–март) был загружен на 66,5%. Это выше показателей первого квартала 2014 года (по данным международной консалтинговой компании JLL), когда загрузка отелей составляла 47%. При этом стоимость проживания в гостиницах горного кластера выросла на 12% (5,8 тыс. руб. в 2014 году и 6,6 тыс. руб. в начале 2015 г.). Высоких показателей загрузки, по данным JLL, сочинские отели достигли благодаря таким факторам, как достаточный

снежный покров, хорошее состояние трасс, рост цен на перелёт в Альпы, высокий спрос на отдых в выходные, а также целый ряд праздников в феврале и марте.

По данным олимпийского департамента Администрации города Сочи за 12 месяцев 2013 г. Сочи посетило 3,8 млн. туристов, в том числе 2,7 млн. туристов без учёта экскурсантов и однодневных посетителей, а за 12 месяцев 2014 г. уже 5,6 млн. туристов, в том числе 3,7 млн. без учёта экскурсантов и однодневных посетителей, в т.ч. в постолимпийский период около 3,9 млн. (www.olympdep.ru, 2015). Отельные комплексы прибрежной зоны сталкиваются с противоположной проблемой – достаточно высокая загрузка в летний сезон и низкая зимой.

Сразу после завершения Олимпийских игр вопрос развития Сочи, как центра игорного бизнеса, серьёзно не обсуждался. Позже, когда стало ясно, что содержание части олимпийских объектов ляжет непосильным грузом на городской бюджет всерьёз стал обсуждаться этот вариант постолимпийского развития города.

Вопрос о создании игорной зоны был поднят в мае 2014 года на заседании Общественного совета Сочи в присутствии вице-премьера Дмитрия Козака. Тогда были представлены соответствующие «сочинские» предложения главы Сбербанка Германа Грефа и премьер-министра Дмитрия Медведева.

Но на тот момент дорогу сочинской игорной зоне «перешёл» вошедший в состав России Крым. И хоть закон о включении его в список территорий, где разрешено создание игорных зон, вышел только 22 июля 2014 года, тем не менее, президент и правительство изначально отнеслись благосклонно к начинанию в Крыму – чего нельзя сказать о Сочи.

Начался ажиотаж вокруг конкуренции Сочи и Крыма: хотя, полуостров был открыт для посещения россиянами всегда, и с вхождением его в состав России ничего не изменилось. Оценка последствий использования этого экономического инструмента для Крыма не однозначна – планируется, что игорная зона будет расположена в Ялте. Игорная зона предполагает наличие комфорта, инфраструктуры. А перед Ялтой сегодня остро стоит вопрос реконструкции, выход на современный технологичный уровень лечебно-оздоровительного потенциала города. И всё это значительно отстаёт от уровня Сочи.

И «азартные, жаркие, твои» в Сочи – дело времени. По замыслам краевого и сочинского руководства, именно игорная зона могла бы решить проблемы использования и содержания объектов олимпийского наследия, обеспечить рекламу городу, привлечь средства в бюджеты разных уровней, в том числе для содержания олимпийского наследия, создать новые рабочие места.

Учёные, в целом положительно оценивая экономический эффект от создания игорной зоны, вместе с тем подчёркивают необходимость взвешенно и грамотно использовать этот инструмент. Необходимо, чтобы игорная зона вписалась, не нарушив, а улучшив туристскую структуру города, – недопустимо рассматривать её как доминирующую концепцию, а только в качестве элемента, органично сопряжённого с другими. Для достижения максимального экономического эффекта необходима детальная проработка этого проекта во всех деталях, чего не скажешь относительно традиционных видов туризма в Сочи. Ведь во всём мире

вокруг казино «подтягивается» множество событий – концерты мега-звёзд, различные шоу, развлечения, другие виды туризма – альпинизм, горнолыжный, экскурсионный и т. д.

Успех сочинским казино может быть обеспечен, в том числе, потому, что своё начало они возьмут не в чистом поле, как Азов-Сити и другие три игорные зоны, а в городе с современной инфраструктурой, транспортной системой, готовыми средствами размещения и развлекательными центрами, налаженным турпотоком и олимпийской известностью.

Дислокация игорной зоны пока точно не определена. Но, судя по неофициальной информации, скорее всего, будет располагаться на территории комплекса «Горная карусель» в поселке Эсто-Садок в Красной Поляне. Им на 92% владеет всё тот же Сбербанк. Центр азартных игр на одноимённом горнолыжном курорте впишется в структуру жилой и коммерческой недвижимости проекта «Горки город» на площади более чем 600 тысяч кв. м.

Главный акцент нововведения – на привлечении туристов, чтобы задействовать «средства размещения» с их 60 тысячами мест. Сейчас «старые» отели заполнены на 85–100%, а новые, в большинстве своем сетевые, пустуют. Подобное положение обусловлено недостатком рекламы, а также маркетинговыми ошибками в непривычных условиях.

Иными словами, отели снизили цены на проживание лишь через несколько месяцев после Олимпиады, не позаботились о создании, если можно так выразиться, собственного внутреннего турпродукта, чем активно занялись только на излёте пляжного сезона лета 2014 года. Курортный сезон-2014 отели Имеретинки проиграли и им необходима новая концепция и стратегия для последующих сезонов, как и для Красной Поляны. У горных отелей те же ошибки «поведения».

Усилий сочинской городской администрации по развитию делового туризма, заключающихся в привлечении на курорт событий российского и международного уровня явно недостаточно. Даже «Формула-1», чемпионат мира по футболу, Всемирные хоровые игры и т. д. не способны заполнить пустующие отели, задействовать бывшие ледовые дворцы на длительное время. То же относится и к «случайной» загрузке сочинских отелей клиентами, переориентированными в условиях «санкций».

Лечебный туризм на курорте всё еще развит недостаточно и не вернулся к объёмам советского периода – многочисленные санатории заполнены на 85–100% только четыре месяца в году. Не стал исключением и первый постолимпийский сезон. В предолимпийские годы некоторые бывшие отели, пансионаты развернулись было в сторону развития медицинской базы, но их стремления сталкиваются с недостатком средств и квалифицированных кадров – врачей.

Но самое главное – не сформирован сочинский турпродукт, в отсутствие которого туристы объезжают и облетают курорт стороной по пути к турецкому, греческому, египетскому «allinclusive».

Оценка Сочи представителями бизнеса и общественности как дестинации гэмблинг-туризма неоднозначна. Как показала недавняя олимпиада, ее гости, в основном, проводили время в Адлере и Имеретинке, поэтому, очевидно, что для объектов инфраструктуры, с появлением игорной зоны в одном из районов в целом, в Большом Сочи изменится не

многое. Гэмблинг-туристы могут не поехать смотреть на красоты парка «Дендрарий» в центр Сочи, потому что и в Имеретинке, и в Красной Поляне в избытке площадок, которые могут быть задействованы для развлечений. Но, привлечение гэмблинг-туристов однозначно, может решить проблемы с загрузкой олимпийского района. Руководство незагруженных отелей, расположенных в Имеретинке, несомненно, видит преимущества от будущих нововведений. Хотя пока до конца не совсем ясно, где именно будут располагаться казино – в Имеретинской низменности или Горном кластере, в любом случае загрузка гостиничных комплексов должна возрасти.

Что касается местных жителей, то многие категорически против игровой зоны. Есть опасения по обострению криминальной обстановки, роста наркомании и проституции. А увлечение азартными играми может стать катализатором, способствующим росту пристрастия к азартным играм и игровой зависимости.

Пока, по большому счёту, перспектива работы игровой зоны в Сочи очень неопределённая – не определено ни место расположения, ни инвесторы и отсутствует, собственно, концепция формирования и развития игровой зоны.

«Вписывание» нового вида туризма в развитую туристскую дестинацию дело не простое и небыстрое. Однако, отрицательные эффекты при создании игровой зоны в Сочи могут потенциально возникнуть только в результате неэффективного менеджмента. Именно поэтому, важно изучать мировой опыт и применять мировую практику (Интернет-газета, 2014).

Международная игорно-развлекательная выставка-конференция *RussianGamingWeek* (RGW Сочи), прошедшая в г. Сочи в ноябре 2014 года, была посвящена демонстрации последних достижений игровой индустрии и обсуждению актуальных вопросов отрасли, в том числе также были рассмотрены вопросы, которые в течение 5 лет находились под запретом. В обсуждении перспектив развития гэмблинг-туризма в Сочи приняли участие представители законодательной сферы, все операторы игорного бизнеса, международные эксперты, инвесторы и владельцы бизнеса. RGW Сочи – крупнейшее событие для представителей игровой индустрии на территории стран СНГ и Восточной Европы. Фактически, данное мероприятие – первый практический шаг к развитию гэмблинг-туризма в Сочи (Российский союз туристической индустрии, 2014).

ВЫВОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Для развития туристской дестинации необходимо сформировать предложение, в котором планирование и развитие гэмблинг-туризма необходимо рассматривать на основе комплексного анализа, включая местное сообщество, как наиболее влиятельного участника процесса, например, через представительство в гражданских институтах. Принимая во внимание зарубежный опыт устойчивого развития дестинаций через экономические и социальные эффекты гэмблинг-туризма следует оценивать такое влияние с применением модели определения баланса доходов и расходов.

Дестинация города Сочи как туристского продукта, представлена в том, что она уникальна: со своими особенностями, различными аттракциями, своеобразной средой, культурой, историей. Учёные, в целом положительно оценивая экономический эффект от создания игорной зоны, вместе с тем подчёркивают необходимость взвешенно и грамотно использовать этот инструмент. Оценка Сочи представителями бизнеса и общественности как дестинации гэмблинг-туризма неоднозначна. На данный момент перспектива работы игорной зоны в Сочи очень неопределённая – не определено ни место расположения, ни инвесторы и отсутствует, собственно, концепция формирования и развития игорной зоны.

Гэмблинг-туризм может оказать позитивное влияние, поскольку способен привлечь состоятельных туристов приезжать в низкий сезон. Будучи независимым от сезонности, он способен обеспечивать круглогодичный поток туристов. Гэмблинг-туры, являясь составляющей туристского продукта дестинации, диверсифицируют и улучшают туристские продукты и услуги, привлекая новых туристов и формируя новый имидж дестинации для повышения конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Abbott, W. M., Volberg, A. A. (2006). The measurement of adult problem and pathological gambling. *International Gambling Studies*, 6 (2), 175–200.
2. Alegria, A. (2014). Gambling Tourism & Marketing. *Eastern European Gaming Summit, Sofia, Bulgaria [Electronic resource]*. [20-10-15]. Retrieved from <http://eegamingsummit.com/sites/>
3. Belosluttceva, L. A., Romanova, G. M. (2015). Gambling tourism for tourist destination development: Case of Russia – Challenges and Solutions, International Conference Tourism in transition economies. *Issues and Challenges for Destination Competitiveness*, 3, 58–61.
4. Caneday, L., Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gambling community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 30 (2), 45–49.
5. Hall, M. C. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.). London: Prentice Hall.
6. Harrill, R., Potts, T. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69 (3), 233–244.
7. Harrill, R. (2004). Resident' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18 (3), 251–266.
8. Kang, S. K., Leeb, C. K., Yoonb, Y., Long, P. T. (2008). Resident perception of the impact of limited-stakes community-based casino gaming in mature gaming communities. *Tourism Management*, 29 (4), 681–694.
9. Lee, T. K., Lee, C. K. et al. (2014). Comparing stress and leisure type preference between South Korean and nonsmoking casino employees. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi.10.1007/s11469-014-9495-0.
10. Ligthelm, A. A. (2009). *Community Attitudes towards Casinos and the Estimated Magnitude of Problem Gambling: The Mpumalanga Case [Electronic resource]*. [20-10-2015]. Retrieved from http://www.codesria.org/Links/Publications/asr5_2full/ligthelm.pdf

11. *Интернет-газета. Сочи.* (2014). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sochinskie-novosti.com> [Дата доступа 02-09-2014].
12. *Российский союз туриндустрии. Москва.* (2014). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rostourunion.ru/pages/rus/ob_rst/novosti/oktyabr_2014 [Дата доступа 22-10-2014].
13. Сердюкова, Н. К., Белослутцева, Л. А. (2015). Социально-экономические эффекты гэмблинг-туризма и его влияние на развитие туристской дестинации. *Современные исследования социальных проблем*, 6, 554–561.
14. *Справка Олимпийского департамента.* (2015). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.olympdep.ru/doc/spravka_olymp_05.2015.pdf [Дата доступа 22-10-2014].

ASSESSMENT OF THE POTENTIAL OF GAMBLING TOURISM AS A RESTARTING FACTOR FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATION OF GREATER SOCHI

Liudmila Belosluttceva, Evgeniya Vidishcheva
Sochi State University, Sochi, Russian Federation

ABSTRACT

Research background. Currently, gambling tourism is one of the most popular forms of leisure all across the globe. It is apparent that, when a business as lucrative as gambling has something to do with the development of tourism, its impact on a tourist destination, both current and future, can be impressive. Research into this type of tourism reveals an interrelationship between gambling tourism and certain social-economic variables in the development of tourist destinations – the gambling business can be a crucial component in the attractiveness of tourist destinations and facilitate economic stability and prosperity in the area. The development of gambling tourism is regarded as a restarting and renewing factor for the development of tourism destinations which can potentially facilitate their development through the reinvestment of revenue into their economic and political culture. Issues in the development of tourist destinations and gambling tourism have been examined in works by W. M. Abbott, A. A. Volberg (2006), A. Alegria (2014), L. Caneday, J. Zeiger (1991), M. C. Hall (2008), R. Harrill (2003), S. K. Kang, C. K. Leeb, Y. Yoonb, P. T. Long (2008), T. K. Lee, C. K. Lee (2014), A. A. Ligthelm (2009) and others.

Research aims. The study aims to assess the potential of gambling tourism as a factor in the development of tourist destinations through the example of Greater Sochi.

Inferences. The development of a tourist destination requires forming some kind of supply, with the process of planning and development of gambling tourism approached based on integrated analysis, including by the local community. Taking into account the foreign experience of sustainable development of tourist destinations via the economic and social effects of gambling tourism, this impact ought to be assessed using a model for establishing a balance between revenue and expenditure.

The tourist destination of the city of Sochi as a tourism product is unique, with its peculiarities, various attractions, its original environment, culture, and history. Researchers, who generally have been positive in their assessments of the economic effect from creating a gambling zone, have also been stressing the need to use this tool judiciously and competently. The assessment of Sochi by representatives of its business community and public as a gambling tourist destination is mixed. At the moment, the prospects of a gambling zone in Sochi are quite undecided, as no site has been determined for the zone, there is a lack of investors willing to do it, and there is no developed concept for the formation and development of a gambling zone in Sochi.

Gambling tourism could produce a positive impact, since it could attract well-off tourists during the off-peak season. Immune to seasonality, it could ensure tourism flows all year round. Gambling tours, as a component in the destination's tourism product, could help diversify and improve tourism products and services, which would help attract new tourists and foster a new image for the destination, with a view to boosting its competitiveness.

Keywords: leisure, gambling tourism, destination, gambling business, city of Sochi.