

1. Васильева, И. А. Содержание и методика занятий водной аэробикой с женщинами зрелого возраста: автореф. дис. канд. пед. наук / И. А. Васильева. – М., 2005. – 32 с.
2. Ворончихина, И. А. Индивидуально-типологические основы методики водной аэробики для занимающихся зрелого возраста: дис. ... канд. пед. наук / И. А. Ворончихина. – Ма-лаховка, 2006. – 194 с.
3. Фаляхов, Р. Нацпроект «Демография»: что мешает развитию массовой физкультуры. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2020/08/04/13177747.shtml>.
4. Структурирование программ аквафитнеса, ориентированных на улучшение физического состояния женщин молодого и зрелого возраста / А. В. Шаравьева [и др.] // Наука и спорт: современные тенденции. – 2018. – № 3. – Т. 20.
5. Шутова, Т. Н. Методические особенности оздоровительных занятий для женщин на основе аквафитнеса / Т. Н. Шутова, А. В. Шаравьева // Известия ТулГУ. Физическая культура. Спорт. – Тула: ТулГУ, 2013. – С. 61–65.
6. Официальный сайт федерации синхронного плавания России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.synchrorussia.ru/>. – Дата доступа: 29.03.2021.

УДК 338.482.22

Штефан Л.В.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Shtefan L.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

В статье рассмотрены экономические, социальные, культурные и другие выгоды делового туризма, повышающие конкурентоспособность туристической дестинации. Показано, что деловой туризм способствует развитию национальной промышленности, расширению каналов связи и повышению качества рабочей силы в различных секторах экономики, расширению количества и качества деловых, культурных и торговых связей региона с другими регионами и странами.

Деловой туризм; дестинация; конкурентоспособность; экономическая выгода.

BUSINESS TOURISM AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF A TOURIST DESTINATION

The article considers the economic, social, cultural and other benefits of business tourism that increase the competitiveness of a tourist destination. It is shown that business tourism contributes to the development of national industry, the expansion of communication channels and the improvement of the quality of labor in various sectors of the economy, the

expansion of the number and quality of business, cultural and trade relations of the region with other regions and countries.

Business tourism; destination; competitiveness; economic benefit.

Деловой туризм представляет собой путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. Ниже рассмотрим экономические, социальные и культурные и другие выгоды делового туризма, повышающие конкурентоспособность туристической дестинации.

По своему вкладу в мировой ВВП индустрия туризма опережает такие сектора экономики, как сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых [1]. По данным Market Research Company, в 2017 году расходы на деловые поездки составили 1,3 триллиона долларов США в мире и прогнозируется, что к 2022 году такие расходы возрастут до 1,7 триллионов долларов США [2]. В Беларуси, по данным World Travel&Tourism Council на 2020 год, доля расходов на деловые поездки составила 33 %, на отдых – 67 % [3]. Высокая доля расходов на деловой туризм отмечается в более, чем в 190 странах мира [2], что прямо указывает на значительную долю делового туризма в отраслевом составе туристического сектора экономики.

Рассмотрим экономические выгоды делового туризма для дестинации. Существует сильная и коррелятивная связь между национальной экономикой стран и деловым туризмом, потому что этот сектор обычно способствует развитию национальной промышленности, расширению каналов связи и повышению качества рабочей силы в различных секторах экономики, таких как сельское хозяйство, нефтяной сектор, сектор связи, сектор туризма, сектор образования и профессиональной подготовки, сектор здравоохранения, профессиональные ассоциации и т. д.

Деловой туризм способен принести много экономических эффектов для национальной экономики. Многие страны включают доходы от делового туризма в валовый внутренний продукт, а также при анализе затрат на государственные инвестиции в этот сектор. Одним из самых известных и признанных индикаторов развития отрасли и притягательности сектора для иностранных туристов является индекс конкурентоспособности сферы путешествий и туризма Travel&Tourism Competitiveness Index (ТТСИ) [3]. Сектор делового туризма генерирует большое количество постоянных и временных рабочих мест в области цепочек поставок, организации и управления событиями в дополнение к сопутствующим услугам. Многие страны делают ставку на сектор делового туризма, чтобы обеспечить занятость своих граждан. Сектор делового туризма имеет много других экономических преимуществ, которые рассмотрим ниже.

К прямым экономическим последствиям относят:

1. Расходы на проживание, транспорт и туристические услуги, которые оплачиваются международными посетителями выставок и конференций.

2. Рост инвестиций в деловой туризм, который включает в себя создание городских центров, объектов деловой инфраструктуры для организации конференций и выставок, компаний – организаторов конференц- и выставочных центров, компаний – организаторов мероприятий, поставщиков мероприятий и др.

3. Рост инвестиций в деловой туризм, который включает в себя создание городских деловых центров, объектов конференций и выставок, компаний – организаторов конференц- и выставочных центров, компаний – организаторов мероприятий, поставщиков мероприятий, управляющих компаний дестинаций и др.

4. Доходы владельцев и оргкомитетов выставок, конференций, в том числе (спонсорство, регистрационные сборы, продажа площадей экспонентов, продажа авторских прав СМИ, штрафные санкции, продажа сувениров).

5. Доходы поставщиков бизнес-туризма.

6. Торговые обмены и сделки, заключаемые во время выставок и конференций.

7. Маркетинговая продукция спонсоров конференций и выставок.

8. Рост рекламной активности.

К косвенным экономическим последствиям относят:

1. Расходы, оплачиваемые посетителями конференций и выставок общим службам.

2. Расходы на приобретение подарков, оплачиваемые посетителями конференций и других мероприятий в рамках делового туризма.

3. Продажи фабрик, фермеров, ремесленников и поставщиков услуг.

4. Вклад делового туризма в городское развитие и развитие инфраструктуры.

5. Увеличение инвестиционных возможностей дестинации, где проводится выставка или конференция.

6. Содействие инвестициям в локальное место проведения конференции или выставки.

Доклады международного экономического форума, а также статистика Всемирной туристской организации (UNWTO), Международной ассоциации конгрессов и конвенций (ICCA) ставят деловой туризм в ряд основных факторов конкурентоспособности дестинации [3].

Существует большая корреляция между деловым туризмом и развитием туристической индустрии, особенно между отелями, туроператорами, туристическими агентствами и другими бенефициарами отрасли. Конференц-залы в гостиницах представляют собой ключевые объекты для проведения конференций и выставок, кроме того, участники конференций и выставок также проживают в гостиницах. Многие страны связывают свои туристические стратегии со стратегиями развития делового туризма, например, Германия, Дания, Бельгия и другие наиболее развитые в экономическом плане страны Западной и Северной Европы [1].

Рассмотрим социальные выгоды делового туризма. По данным UNWTO, туристические поездки с целью участия в конференциях и выставках составляют более 15 % от общего объема туризма в мире [2]. Выставки и конференции повышают спрос на туристические услуги и продукты дестинации, особенно в период межсезонья, и обеспечивают местных жителей рабочими местами. Взгляд на место проведения бизнес-мероприятия как на туристическую дестинацию может приводить к продлению срока проживания бизнес-туриста или повторению визита. Таким образом, богатый календарь событий в дестинации – это объективная необходимость при развитии сектора делового туризма.

При развитии делового туризма закономерно повышается спрос на услуги туроператоров, экскурсионные программы и туристические путеводители. Деловой туризм – это благодатная среда для использования свободного времени людей. Кроме того, волонтерская работа в деловом туризме считается важным фактором для молодежи, позволяющим с пользой распорядиться своим временем и приобрести опыт.

Также деловой туризм оказывает влияние на развитие технологий и науки. Сектор делового туризма, приглашая международных экспертов для участия в конференциях и выставках, в значительной степени способствует привлечению новейших международных технологий, знаний и способствует развитию науки в целом.

Важное значение делового туризма заключается в том, что он оказывает большое влияние на национальную репутацию и имидж дестинации. Рассмотрим плюсы делового туризма, которые оказывают положительное воздействие на формирование имиджа и национальной репутации туристической дестинации.

1. Улучшение ментального образа государства.
2. Проецирование значимости деловых мероприятий на репутацию лидеров государства через их участие в мероприятиях делового туризма.
3. Предоставление более эффективных средств укрепления культурного диалога.
4. Усиление политического влияния государства.
5. Развитие управленческой компетентности государственных служащих.

Преимущества делового туризма заключаются в том, что туристы, приезжающие с целью посещения различного рода конференций и выставок, – это люди, которые в основном способны тратить и имеют высокую покупательную способность. Сектор делового туризма относится к наиболее прибыльным направлениям туристического бизнеса. Деловая туристическая деятельность, то есть «конференции, семинары, форумы», считается отличным средством развития компетентности трудовых ресурсов в различных государственных и частных секторах, а также эффективным средством обмена опытом, освещения культур и возрождения традиций и наследия.

1. Бессараб, Д. А. География международного туризма: пособие для студентов вузов / Д. А. Бессараб, Л. В. Штефан. – 2-е изд., испр. – Минск: ТетраСистемс, 2013. – В 2 ч. – Ч. 2. География видов туризма. – 224 с.
2. Информационно-аналитическая справка о деловом туризме в мире / Выставочный научно-исследовательский центр. Market Research Company 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mrc-concult.ru.
3. Belarus 2020. Annual Research: Key Highlights. Global Data 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. – Дата доступа: 04.04.2021.
4. About the Travel and Tourism Competitiveness Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://reports.weforum.org/>. – Дата доступа: 04.04.2021.

УДК 796.075.4

Шульгина А.А.

Бондарович Ж.Н.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Shulhina H., Bondarovich Zh.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

СПОРТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК ОБЪЕКТ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье раскрывается суть реализации белорусских спортивных проектов посредством исследования спортивного мероприятия «Кубок Дэвиса», проведенного в г. Минске.

Управление проектами; проект; спорт; спортивное мероприятие; теннис.

SPORTS EVENT AS A PROJECT MANAGEMENT OBJECT

The article reveals the essence of the implementation of Belarusian sports projects through the study of the Davis Cup sports event held in Minsk.

Project management; project; sport; sport's event; tennis.

В мировой практике разработка проектов и применение проектного менеджмента в спорте используется достаточно давно. Однако для Республики Беларусь это явление относительно новое. Применение управления проектами в спорте позволяет наиболее полно учитывать риски и планировать пути их минимизации, оптимизировать использование имеющихся ресурсов или при необходимости вовремя привлекать недостающие, избегать конфликтных ситуаций в команде проекта, анализировать фактические показатели на этапах контроля и вносить своевременную коррекцию в ход работ. Важным преиму-