

УДК 334.021
JEL: D24, D41, E12, F23, F61, F62, M21

DOI: 10.18184/2079-4665.2017.8.4.574-584

Кумулятивный эффект от организации международных автомобильных гонок для развития предпринимательства в регионе на примере Краснодарского края

Андрей Борисович Ильин¹

¹ Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия
125190, Москва, Ленинградский пр-т, д. 80

E-mail: ilandeducation@yandex.ru

Поступила в редакцию: 30.10.2017; одобрена: 28.11.2017; опубликована онлайн: 24.12.2017

Аннотация

Цель: Целью статьи является выявление эффектов на региональном и национальном уровнях от проведения этапа чемпионата мира «Формула-1» на территории Краснодарского края.

Методология проведения работы: Методической основой данной статьи являются: контент-анализ, открытые аналитические материалы в области развития спортивных предпринимательских структур, эмпирические и социологические (наблюдение) методы исследования.

Результаты работы: Изложен выявленный автором мультипликативный эффект от функционирования глобальной компании «Формула-1» в России через призму имиджевого, социального, экономического, индустриального, инфраструктурного, инвестиционного и интеграционного эффектов. Это позволяет сделать вывод о том, что «Формула-1» в России как спортивно-зрелищное мега-событие влечет за собой развитие национальной экономики за счет малого и среднего бизнеса вокруг обслуживания и проведения гонок (рекреация, гостиничный комплекс, рестораны, кафе, развлекательные комплексы, торговые центры, транспортные терминалы, железнодорожная развязка, дополнительные пункты в аэропортах и т.д.). Доказано, что специфика Сочи как всемирно известного курорта стимулирует возникновение дополнительных бизнесов. Эти и иные факторы позволяют Сочи решить народнохозяйственную проблему постолимпийского наследия. Графически представлены эффекты от проведения «Формулы-1» на национальном и региональном уровнях.

Выводы: Практическая значимость работы заключается в обосновании положений и выводов с целью понимания важности проведения этапа «Формулы-1» в России, необходимости ее популяризации и активизации интереса хозяйствующих субъектов к развитию территорий.

Ключевые слова: международное предпринимательство, предпринимательский потенциал, развитие территории, автомобильный спорт, имидж, национальная экономика

Благодарности. Автор выражает благодарность и глубокую признательность доктору экономических наук, профессору Леонтьевой Лидии Сергеевне за советы и ценные замечания при работе над данной статьей.

Для цитирования: Ильин А. Б. Кумулятивный эффект от организации международных автомобильных гонок для развития предпринимательства в регионе на примере Краснодарского края // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2017. Т. 8. № 4. С. 574–584. DOI: 10.18184/2079-4665.2017.8.4.574-584

© Ильин А. Б., 2017

The Cumulative Impact of International Motor Racing Running on the Regional Entrepreneurial Development in the Case of Krasnodar Region

Andrey B. Ilin¹

¹ Moscow University of Finance and Industry "Synergy", Moscow, Russian Federation
80, Leningradskiy av., Moscow, 125190

E-mail: ilandeducation@yandex.ru

Submitted 30.10.2017; revised 28.11.2017; published online 24.12.2017

Abstract

Purpose: the purpose of this paper is to identify the effects from holding the world championship "Formula One" on the territory of Krasnodar Krai on regional nationwide scales.

Methods: the methodological framework of this paper comprises: content analysis, public analysis findings in the sphere of sports business organizations development, empirical and sociological (enumeration) methods.

Results: in this regard, the author of this paper identifies a multiplicative effect from the operation of a global company "Formula One" in Russia through the prism of fashion, social, economic, industrial, infrastructure, investment and integration effects. This allows to draw a conclusion that "Formula One" in Russia as a sports and entertainment mega-event leads to the development of the national economy through small and medium business over race service and arrangement (recreation, hotel complex, restaurants, cafes, entertainment complexes, shopping malls, transportation terminals, railway interchange, additional points in the airport and etc.). It is proved that Sochi profile as a world-famous resort encourages the emerging of additional businesses. These and other factors allow Sochi to solve the economic problem of the post-Olympic heritage. The effects of "Formula One" on nationwide and regional scales are represented by a diagrams.

Conclusions and Relevance: practical implications of current paper lies in the justification of provisions and conclusions in order to understand the importance of "Formula One" stage in Russia, the need for its promotion and revitalization of economic entities interest to the territories development.

Keywords: international business, entrepreneurial potential, territories development, motor sport, image, national economy

Acknowledgements. The author expresses gratitude and deep appreciation to Lidia S. Leontieva, Doctor of Economics Sciences, Professor, for the valuable advice and comments on the article.

For citation: Ilin A. B. The Cumulative Impact of International Motor Racing Running on the Regional Entrepreneurial Development in the Case of Krasnodar Region. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2017; 8(4):574–584. DOI: 10.18184/2079–4665.2017.8.4.574–584

Введение

Идею проведения такого спортивно-зрелищного мега-события как «Формула-1» в Олимпийском парке можно считать экономически целесообразной: с предпринимательской точки зрения это идеальная модель – новейшие олимпийские объекты будут продолжать функционировать, а современная инфраструктура трека выгодно выделяет его на фоне почти 80% гоночных трасс мира, которые, как правило, расположены довольно далеко от крупных городских центров, аэропортов и иной сопутствующей инфраструктуры. В 2014 г. в Сочи, городе-организаторе этапа «Формулы-1», прошли первые в истории России зимние Олимпийские игры, оставив огромное наследие в самых разных сферах жизни нашей страны. Россия получила динамичный импульс для развития спорта. Проведение Гран-при России призвано, в том числе, способствовать популяризации этих зрелищных соревнований. Россия впервые приняла автоспортивное соревнование высочайшего уровня.

Обзор литературы и исследований. В отечественной научной литературе «Формула-1» ни как спорт, ни тем более как предпринимательская структура не исследована. Можно отметить лишь статьи Р.М. Нуреева [1], В.И. Агеева, С.В. Алтухова [2], А.А. Гончарика [3].

Материалы и методы. Прикладными информационными источниками явились отраслевые Интернет-порталы и публицистические книги и издания, в которых изложена коммерческая составляющая «Формулы-1»; телевизионные эфиры и трансляции гонок. Эмпирическую информационную базу составили данные, публикуемые в периодических

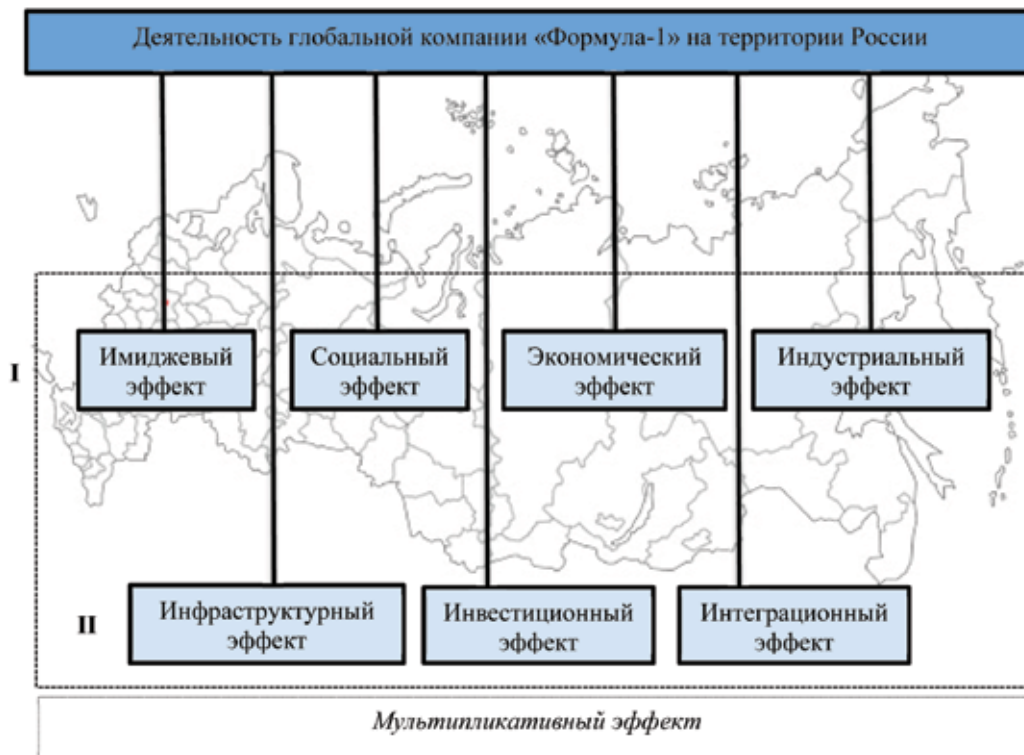
изданиях; круглые столы и конференции, касающиеся проблем спорта, в частности, участие в качестве делегата в первом Russian Motorsport Forum 2016, 2017; экспертные интервью; анкетирование населения; личная оценка «Сочи Автодрома».

Результаты исследований

Крупные спортивные мероприятия – это уникальная возможность России для дальнейшего постолимпийского развития Сочи на базе новой инфраструктуры города. Как следствие, Сочи продолжает двигаться в направлении событийного туризма, предлагая эксклюзивные и зрелищные мероприятия, которые стали катализаторами позитивных изменений в целом, и в Краснодарском крае в частности. Рассмотрим мультипликативный эффект от функционирования глобальной компании «Формула-1» в России более подробно (рис. 1).

Мировая практика организации спортивных мега-проектов имеет диаметрально противоположные результаты и последствия использования крупных материальных объектов – от мультипликативного положительного влияния на последующее развитие места проведения и формирования его бренда до получения колоссальных убытков, связанных с содержанием и недостаточно эффективным менеджментом.

Крупные спортивные мероприятия – это уникальная возможность России для дальнейшего постолимпийского развития Сочи на базе новой инфраструктуры города. Как следствие, Сочи продолжает двигаться в направлении событийного туризма, предлагая эксклюзивные и зрелищные мероприятия, которые стали катализаторами позитивных изменений в целом, и в Краснодарском



Разработано автором

Рис. 1. Формирование эффектов от проведения «Формулы-1» на национальном (I) и региональном (II) уровнях
Developed by the author

Fig. 1. The formation of the effects of "Formula One" at nationwide (I) and regional (II) scales

крае в частности. Одним из таких Postevent-событий является проведение этапа «Формулы-1» с 2014 г. на специально подготовленной для этого гоночной трассе.

Группа I: формирование эффектов с приоритетом на национальный уровень.

Имиджевый эффект. «Формула-1» – это знаковое имиджевое мероприятие, имеющее большое значение для самого города и страны в целом. Благодаря телевизионной трансляции на 200 стран, зрители знакомятся с новыми туристическими территориями (например, до Гран-при «Формулы-1» о таких городах, как Манама и Абу-Даби, практически никто не знал). Осваивая новые территории, посетители останавливаются в отелях, проводят время в кафе и ресторанах, пользуются транспортной инфраструктурой, тем самым порождая сопутствующие от проведения гонки эффекты. Для примера, Гран-при Сингапура в период с 2008 по 2014 гг. по телевизору посмотрели больше 500 млн человек, и это помогло глобальной аудитории показать Сингапур как краси-

вое, яркое и привлекательное место для посещения. Директор по спортивным событиям государственного Сингапурского совета по туризму Джин Нг констатирует цифры, согласно которым город-государство от проведения этапа «Формулы-1» выручает порядка 120 млн долларов в год, «примерно в такую же сумму ежегодно обходится и проведение Гран-при, 60% из этой суммы берет на себя правительство Сингапура. Магазины, рестораны, гостиницы и даже музеи Сингапура готовятся к этому событию: выставляют в витрины манекены, наряженные в одежду с гоночной символикой, в меню ресторанов появляются посвященные гонке блюда и напитки»¹.

Аналогичным образом обстоит ситуация с городом-курортом Сочи. По заявлению Президента РФ В.В. Путина, «развитие этого проекта [«Формулы-1» в России] подтолкнуло развитие автоспорта вообще в России, причем не только в этом сегменте, но и в других... кроме всего прочего это делает Сочи еще более привлекательным как курорт. Мы добиваемся той цели, которую перед

¹ Формула денег: как устроен бизнес главного чемпионата по автогонкам. URL: <http://www.rbc.ru/ins/business/12/01/2015/54a158319a79470c85454f70>

собой ставили, а именно – это постолимпийское развитие Сочи как многопрофильного круглогодичного курорта»². Таким образом, «Формула-1», безусловно, приносит имиджевый эффект наряду с такими глобальными спортивно-зрелищными мегасобытиями, как чемпионат мира по футболу и Олимпийские игры, которые не всегда на первый план ставят целью коммерческую составляющую. Например, Москва не отказалась провести Олимпийские летние игры 1980 г. после финансовых убытков Олимпиады в Монреале 1976 г. (1 млрд долларов [1]), так как целью была демонстрация всему миру достижений советской экономики и социалистического образа жизни.

Экономический эффект. По заявлению В. Мутко, доходы от продажи билетов в 2014 г. составили около 700 млн руб., а вот расходы – чуть больше. Отталкиваясь от тезиса Дж. Кейнса [4], что основным источником импульсов, вызывающих экономические колебания, являются инвестиционные расходы, вновь отметим, что на строительство комплекса «Сочи Автодром» было израсходовано 13,1 млрд руб., и еще 4,3 млрд руб. на проведение гонки тратится из бюджета ежегодно; срок окупаемости, по заявлению представителей государственных органов составит 5–7 лет. Ранее исследованный процесс коммерциализации бизнес-модели «Формула-1» [5] приводит к выводу, что основная доходная часть «Сочи Автодрома» основана на продаже билетов зрителям; часть дохода приносит продажа фирменной атрибутики с символикой трассы; важный доходный аспект – коммерческая эксплуатация трассы вне «Формулы-1». Автодром может выйти на операционную безубыточность за счет проведения корпоративных мероприятий, любительских гоночных серий, работы школ контраварийной езды и даже этапа Кубка России по триатлону.

Проект «Сочи Автодром» не может принести существенную чистую прибыль, и окупается только за счет мультипликативного эффекта. Согласно Дж. Кейнсу он основан на том, что все расходы впоследствии становятся чьими-либо доходами, часть из которых снова расходуется, создавая доход следующему экономическому агенту. Таким же самым образом, инвестировав финансовые средства в строительство трассы и проведение гонок, привлекаются дополнительные инвестиции за счет малого и среднего бизнеса вокруг обслуживания и проведения гонок: рекреация, гостиничный комплекс, рестораны, кафе, развлекательные комплексы, торговые центры, транспортные термина-

лы, железнодорожная развязка, дополнительные пункты в аэропорту и т.д. Все это влечет за собой постоянное расходование денег приглашенными клиентами, посетителями Гран-при. Помимо этого, специфика Сочи как всемирно известного курорта стимулирует возникновение дополнительных бизнесов. Тем самым, государство возвращает вложенные инвестиции за счет налоговых отчислений в региональный и федеральный бюджет.

Социальный эффект. Кроме получения прибыли от продаж билетов, в задачу первого Гран-при России входила популяризация автомобильного спорта в стране. Б. Экклстоун, в свою очередь, отмечает: «Благодаря тому, что здесь [на «Сочи Автодроме»] происходит, развивается спорт в Сочи, в России. Нам удалось внести свою лепту в этот процесс»³.

Спорт как индустрия еще на этапе зарождения первых Олимпийских игр стал развлечением для зрителей с элементами шоу. Благодаря «Формуле-1» миллионы болельщиков имеют теперь возможность выразить свои эмоции на домашнем автодроме. Можно также отметить выражение патриотизма и культурно-этнической самобытности. Помимо гонок, летом 2017–2018 гг. на стадионе «Фишт» рядом с автодромом уже состоялись и еще планируются крупные футбольные события – матчи Кубка конфедераций и чемпионата мира. Все объекты проведения чемпионата мира по футболу, а также фан-зона планируются и делаются с учетом того, что автодром действует постоянно. Более того, факт наличия автодрома в шаговой доступности от мест проведения матчей чемпионата мира является еще одним плюсом с финансовой точки зрения: болельщики будут иметь возможность сесть за руль гоночной машины, прокатиться пассажиром гоночного такси, тем самым пополнив доходную часть «Сочи Автодрома». Кроме того, здесь проводятся беговые марафоны и полумарафоны, а также регулярные фитнес-дни для жителей и гостей города Сочи, раз в две недели открывается доступ для бегунов, велосипедистов и роллеров, параллельно приглашаются инструкторы, которые бесплатно проводят бесплатные уроки по аэробике, йоге. Таким образом, «Сочи Автодром» привлекает еще больше людей к активному и спортивному образу жизни и пониманию, что данный объект стоит того, чтобы посещать его по разным поводам, тем самым повышая социальный эффект.

Возможно, «Сочи Автодром» позволит решить следующую социальную проблему. В России, по мне-

² В Сочи завершился российский этап «Формулы-1». URL: <http://www.5-tv.ru/news/106546>

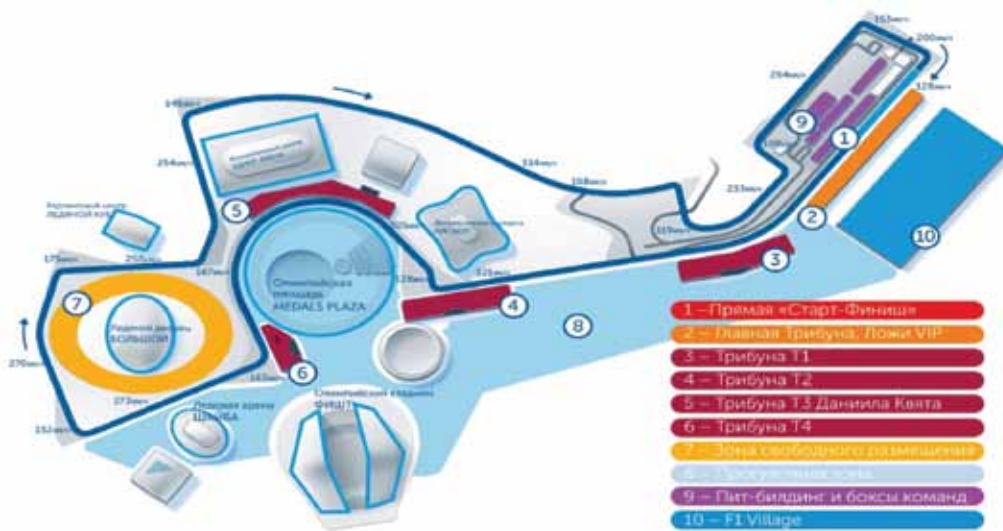
³ Формула денег: как устроен бизнес главного чемпионата по автогонкам. URL: <http://www.rbc.ru/ins/business/12/01/2015/54a158319a79470c85454f70>

нию автора, существует разобщенность между возрастными предпочтениями к автомобильному спорту и низкая заинтересованность в нем. Социологический опрос, проведенный организаторами Гран-при России, показал, что 85% зрителей, которые планировали посетить исторический этап – люди в возрасте от 25 до 45 лет⁴. Учитывая, что у «Сочи Автодрома» есть конкретная и измеримая цель – присутствие 100 тыс. зрителей в день проведения гонки к 2020 г., необходима точечная маркетинговая кампания, которая позволила бы этой цели достичь. Задача – иметь оптимальный баланс между зарубежными гостями и возможностью для посещения Гран-при российскими зрителями.

Индустриальный эффект. Такие крупные спортивные события как «Формула-1» влияют на развитие сопутствующих отраслей промышленного производства (автомобилестроение, шинная промышленность, топливная промышленность, текстильная промышленность, инженерия, маркетинг, сфера обслуживания и т.д.). При строительстве автодромов также задействовано значительное количество специалистов, техники и строительных материалов. В 2014 г. только промоутерской организацией со стороны «Центр Омега» занималось 260 человек. Трехслойное полотно асфальтобетона «Сочи Автодрома» толщиной 20 см (и общим

объемом 5000 куб. м) укладывали 50 дорожников и 15 единиц техники. При этом первые два слоя стандартные – из песка, щебня, гравия и битума. Верхнее покрытие, по которому болиды могут разогнаться до 320 км/ч, содержит ряд полимерных добавок, способствующих лучшему сцеплению колес с дорогой. Кроме того, в асфальт, который укладывали при температуре 158 градусов, заложили датчики, фиксирующие температуру покрытия, и оборудование для измерения скорости.

Главной особенностью трассы стал третий поворот вокруг Медальной площади – самый длинный левый вираж во всем календаре чемпионата. Ширина трассы составляет 13–15 м (рис. 2). Она включает в себя 18 поворотов – 12 правых и 6 левых. Протяженность трассы в Олимпийском парке Сочи составляет 5853 м (в календаре «Формулы-1» 2017 г. есть лишь три трека длиннее – в Бельгии, Баку и Сильверстоуне). На «Сочи Автодроме» установили также два типа кербов (бордюров, поребриков) – «Валлелунга» и «Мельбурн», цвет которым придает специальная краска с зернистой структурой, внешне похожая на зернистую пленку. Суммарная площадь покрытия – 4,5 тыс. кв. м, а совокупная протяженность – 15 км. Суммарная мощность системы звукового оповещения на автодроме составляет 100 000 ватт.



Источник: <http://бормур.рф/gallery/harakteristika-i-shema-trassy-formuly-1.html>

Рис. 2. Схема трассы «Сочи Автодром»

Source: <http://бормур.рф/gallery/harakteristika-i-shema-trassy-formuly-1.html>

Fig. 2. The track "Sochi Circuit"

⁴ Чикирис О. Советский спорт. Спецвыпуск. Гран-при России F1: полный путеводитель. Октябрь, 2014. С. 7

Таблица 1
Технические характеристики трассы «Сочи Автодром»
Table 1
Technical characteristics of the track "Sochi Circuit"

| Название: | Международный Автодром Сочи |
|---|-----------------------------------|
| Протяженность гонки: | 309.745 км |
| Количество кругов в гонке: | 53 |
| Широта: | 43.405944 С |
| Долгота: | 39.96103 В |
| Высота над уровнем моря: | 2 м |
| Самый длинный разгон: | 1000 м |
| Длина пит-лейна: | 434 м |
| Поворотов: | 18 (12 правых, 6 левых) |
| Время движения по пит-лейну и скорость: | 19.5 секунды, 80 км/ч |
| Высота поребриков: | низкие |
| Асфальт: | гладкий |
| Максимальная скорость: | 334 км/ч |
| Минимальная скорость: | 80 км/ч |
| Скорость движения по пит-лейну: | 60 км/ч |
| Время движения по прямой: | 14.3 секунды |
| Влияние веса: | 0.34 с на круге за 10 кг веса |
| Влияние мощности: | 0.23 с на круге за каждые 10 л.с. |
| Комплекты резины: | Софт/Медиум |
| Аэродинамическая нагрузка: | высокая |
| Сцепление: | продольное |
| Количество топлива на гонку: | 92 кг |
| Нагрузка на двигатель: | высокая |
| Нагрузка на коробку передач: | тяжелая |
| Торможение: | средней степени тяжести |
| Количество переключений передач: | 3817 раз за гонку |
| Время торможения за один круг: | 16.9 секунды |
| Максимальная мощность торможения: | 2067 кВт |

Составлено автором по материалам: <http://бортур.рф/gallery/harakteristika-i-shema-trassy-formuly-1.html>

Compiled by the author based: <http://бортур.рф/gallery/harakteristika-i-shema-trassy-formuly-1.html>

Всего на территории трека расположено более 600 динамиков, на соединение которых понадобилось 500 км кабелей. Система видеонаблюдения на «Сочи Автодроме» представляет собой 48 камер, способных дать обзор на 360 градусов в горизонтальной плоскости и на 180 градусов – в вертикальной, 150 км кабеля из оптоволокна, способность техники к 32-кратному увеличению картинки и хранилище данных на 40 терабайт (достаточно, чтобы создать 7-дневный архив соревнований); на финише установлена камера, снимающая 10 000 кадров в секунду.

«Сочи Автодром» идеально подойдет и для проведения этапов других серий, трек-дней, спортивных мероприятий. То, что в России появляются треки мирового уровня, свидетельствует о всевозрастающей роли нашей страны в автоспорте. При этом важно, чтобы у нас строились не только трассы мирового уровня, но и небольшие треки, где люди в регионах могли бы тренироваться. Важно организовывать участие российских пилотов в национальных чемпионатах, которое пока осуществляется в России на спонсорские средства. Не менее важен вопрос с развитием детских автоспортивных школ – картинг-центров, которые для многих желающих заниматься спортом остаются недоступными с финансовой или географической позиции.

Отметим, что автоспорт – это идеальная площадка для демонстрации высоких эксплуатационных характеристик автомобилей, топлива, резины, масел, а также иных продуктов (рекламируемых посредством размещения логотипов на болидах и комбинезонах гонщиков), которые могут использовать любые лица при повседневном использовании. Наиболее передовые инженерные идеи апробируются на гоночных трассах, а затем их переводят в гражданские версии машин. Так, антиблокировочная система пришла именно из «Формулы-1».

Гран-при будет интересен крупным спонсорам. «Формула-1» имеет серьезное значение для России, ведь география чемпионата мира постоянно расширяется, его популярность растет во всем мире. В России еще не до конца осознают, что такое «Формула-1», сколь велико ее влияние на развитие автомобильной промышленности в зарубежных странах.

«Формула-1» – это не только спорт, но и бизнес. Гран-при России – это «лицо» страны. Такое мероприятие, безусловно, должно быть организовано исключительно на высоком уровне, вопреки информационной войне вокруг политического имиджа и экономической ситуации в нашей стране.

Не менее важными для профессионального роста российских гонщиков являются младшие гоночные серии. Главная серия в иерархии молодежных гонок и последняя ступенька пилотов перед «Формулой-1» – серия GP2 – была создана в 2005 г. на базе «Формулы-3000» (первый этап которой про-

шел в 1984 г.). Первый россиянин в истории чемпионата мира, Виталий Петров, получил пропуск в «Формулу-1», став вице-чемпионом этой серии в 2009 г. Более того, единственный случай в истории, когда команда из России смогла выиграть международный формульный чемпионат – это серия GP2. Речь идет о команде Russian Time в 2013 г.

Еще одна младшая гоночная серия – GP3 – организована в 2010 г. Из четырех пилотов, успевших завоевать здесь титул, трое сейчас выступают в «Формуле-1». В их числе Даниил Квят, который стал первым гонщиком в истории, кто перешел в «Формулу-1» напрямую из серии GP3. В сезоне-2014 в начале года успело выступить трое россиян и всего по одному этапу – на большее не хватило финансирования. Автоспорт в России по-прежнему строится исключительно на энтузиастах. Лишь немногие компании имеют серьезные намерения. Так, несколько лет назад компания «Газпром нефть» создала проект G-Drive Racing – настоящий флагман и отличный пример для российских компаний, которым не безразличен автоспорт. Программа SMP Racing также целенаправленно настроена на выявление лучших пилотов и их прогресс. В их числе: Виталий Петров, Михаил Алешин, Сергей Сироткин, Егор Оруджев и другие.

На основе вышесказанного автором выявлены основные препятствия для развития российского автоспорта:

- недостаточная финансовая поддержка автомобильного спорта;
- незаинтересованность российского бизнеса в поддержке автогонщиков;
- низкая популярность автоспорта среди населения в целом;
- отсутствие достаточного количества грамотных журналистов;
- нехватка профессионально подготовленных кадров (от строительства трасс до фитнес-подготовки гонщиков).

При этом необходимо учитывать специфику автомобильного спорта. Например, для занятия гимнастикой необходим один зал, спортсмены и тренер. В автоспорте же дело состоит в трассах, механиках, пилотах. Только в конце декабря 2015 г. В. Мутко в эфире телеканала «Матч ТВ» заявил: «хотим создать программу поддержки картинг-клубов под руководством Даниила Квята. Займемся этим со следующего года. Мы заинтересованы в том, чтобы русские ребята появлялись в «Формуле-1».

Популяризация «Формулы-1» в России зависит от взаимодополняющих действий стейкхолдеров: не-

обходимо замотивировать крупный бизнес, а чтобы его заинтересовать, требуются маркетинговые коммуникации для популяризации «Формулы-1» в России, в том числе посредством печатных СМИ и ТВ; чтобы заинтересовались СМИ, нужна популярность данного вида спорта среди болельщиков. Таким образом, необходимо:

- обосновать предполагаемым спонсорам экономическую целесообразность их вложений;
- лоббировать строительство автотрасс;
- обеспечить молодежь большим количеством гоночных школ;
- поддерживать автомобильный спорт с помощью медиа-ресурсов.

До тех пор, пока автоспорт в России не станет частью спортивной индустрии (как показали результаты проведенного исследования, на Западе это доходный бизнес), не появится не только специализированного профессионального, но и просто грамотного телевизионного освещения в федеральных СМИ автоспортивных соревнований, а российские гонщики так и будут тренироваться и выступать в международных спортивных соревнованиях на собственные финансовые средства. Именно это неразвитое до мирового современного уровня состояние российского автоспорта и открывает для России определенные перспективы.

Группа II: формирование эффектов с приоритетом на субфедеральный уровень, и затем на национальный уровень.

Инфраструктурный эффект. С точки зрения инфраструктуры для болельщиков, пилотов и команд автодром в Сочи – один из лучших в мире. Здесь нет необходимости, как в Германии, Великобритании, Италии или Венгрии, длительное время добираться из центра. Отелей хватает для всех желающих, транспортная инфраструктура на высшем уровне. В этом плане Сочи похож на Абу-Даби. В рамках поиска оптимальной бизнес-логики организации «Формулы-1» в Краснодарском крае, с учетом сложного финансового состояния, прорабатываются все варианты. Задача автодрома вне рамок «Формулы-1» – коммерческий результат.

Коммерческая эксплуатация трассы началась через шесть дней после завершения этапа «Формулы-1». Клиенты активно пользовались автодромом: в зимний период 2014–2015 гг. автодром посетило более 100 тыс. человек. На момент третьего Гран-при России посещаемость составила более полутора миллиона человек⁵. На трассе постоянно проходят мероприятия, которые стали уже традиционными:

⁵ Сочи Автодром – история новых побед. URL: <http://sochiautodrom.ru/teamvideo>

триатлон, полумарафон, экскурсии, мастер-классы, гоночные такси. Большинство из них являются платными. С момента открытия «Сочи Автодрома» в сентябре 2014 г. объект стал местом проведения более 120 массовых культурных и спортивных мероприятий. Гоночная трасса загружена круглый год: помимо Гран-при «Формулы-1» трасса принимает у себя гоночные соревнования любого уровня: TCR, SMP Formula 4, РСКГ, ралли, GP2, GP3. Таким образом выполняется задача по эффективному использованию олимпийского наследия, что очень важно для России, учитывая затраты.

Говоря об итоговой стоимости Олимпиады в Сочи, стоит сказать, что первоначальный бюджет Игр в 2007 г. равнялся 314 млрд руб. Но итоговая сумма затрат существенно превзошла изначально запланированную, и составила 1,524 трлн руб. (т.е. в 4,85 раза больше). Таким образом, сочинская Олимпиада получилась самой дорогой в истории (как среди зимних, так и среди летних Игр). До этого рекорд принадлежал Олимпийским играм в Пекине в 2008 году – 40 млрд долларов США. Наиболее полное распределение всех расходов и структур, которые участвовали в финансировании олимпийского строительства, представлены в аналитической статье С. Алтухова и В. Агеева [2]. Значения были сформированы по данным, предоставленным «Олимпстроем» и газетой «Ведомости».

Лидерами по общим затратам на Олимпийские игры стали: ОАО «РЖД» – 359,1 млрд руб. (23,6% от общих расходов) на все железнодорожное сообщение в регионе; ОАО «Газпром» – 224,1 млрд руб. (14,7%) – затраты на Адлерскую ТЭС, газопровод «Джубга-Лазаревское-Сочи» и Лыжно-биатлонный комплекс «Лаура»; бюджет Краснодарского края – 169,1 млрд руб. (11,1%) – на инфраструктуру региона. Из общих расходов на Олимпиаду (в 1,524 трлн руб.) 269 млрд руб. было потрачено на спортивную инфраструктуру (17,6%). Остальные средства примерно поровну были направлены на развитие города Сочи и на развитие городской инфраструктуры, непосредственно не связанной с Олимпиадой (по 41,2%). Таким образом, существенной проблемой для экономики страны стала программа олимпийского наследия – как спортивных объектов инфраструктуры, так и всей олимпийской темы.

По мнению Р.М. Нуреева и Е.В. Маркина [6], «постолимпийский этап самый важный для организаторов Игр с точки зрения доходности и самый длительный. Его успешность напрямую связана с тем, насколько точно была разработана программа использования всей инфраструктуры, а его продолжительность равна приблизительно одному году, в течение которого продолжается высокая активность туристов и функционирование эко-

номики». В случае с постолимпийским наследием России, данный временной лаг более одного года. При проведении этапа «Формулы-1» задействованы следующие объекты, построенные к Олимпийским играм-2014: Олимпийская деревня (для размещения персонала); гостиничный комплекс Azimut (для заселения туристов); Олимпийский парк развлечений «Сочи-Парк» (для туристов); Международный аэропорт Сочи; другие гостиничные комплексы; Порт Сочи Имеретинский и, в первую очередь, Олимпийский парк, который принимает у себя во время гоночного уик-энда всех болельщиков, поскольку именно здесь располагаются трибуны, точки общественного питания, развлекательные мероприятия и концертные программы. Гоночная трасса также интегрирована в парк: болиды команд «Формулы-1» сначала проезжают мимо церемониальной площади и дворца «Айсберг», затем огибают Большой ледовый дворец, после чего оставляют за собой «Ледяной куб» и проходят мимо «Адлер-арены». 1700 м этого участка используются как обычные городские дороги вовремя, свободное от соревнований.

Сегодня территория Олимпийского парка – это муниципальная собственность, которую необходимо поддерживать. В общей сложности это более 50 га, более 3,5 тыс. насаждений, 17 га газона, Олимпийский фонтан, 26 объектов недвижимости, асфальтобетонные покрытия, площадки и т.д. В год парк посещают порядка 2 млн туристов. Всего из бюджета края ежегодно (в 2014-2015 гг.) на парк выделено 500 млн руб. От долговой нагрузки НАО «Центр «Омега» (управляющая компания Олимпийского парка) планирует выйти до 2020 года за счет гостиничного бизнеса. На сегодняшний день Центр имеет более 9 тыс. единиц номерного фонда, и является крупнейшим гостиничным комплексом в Европе. Гостиничный комплекс «Бархатные сезоны» вмещает порядка 8 тыс. номеров, и в гостинице TULIP INN OMEGA SOCHI 3 звезды еще 334 номера.

Новый гостиничный фонд, оставшийся после Олимпиады, в целом составляет 35 гостиниц на 20 тыс. номеров уровня 3-5 звезд. Общий номерной фонд был доведен до 57 тыс. номеров. Это уже существенно больше, чем в Москве – 41,3 тыс. По прогнозам властей города Сочи, этот фонд позволит Сочи обслуживать 4,5-5 млн туристов в год. В 2013 г. Сочи посетило 3,8 млн туристов. Для эффективной работы отелей необходим годовой прирост туристов на 20% [2].

Инвестиционный эффект. Также представляется интересным отметить, что только 309 млрд руб. расходов на Олимпиаду в Сочи приходится на частных инвесторов (20,3%), а оставшиеся 1,215 трлн руб. – это средства государственного бюд-

жета или связанных с государством компаний (79,7%). Помимо этого, существовала программа по поддержке частного бизнеса кредитами Государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» (сокращенно – ВЭБ). Суммарная стоимость этой программы составила 248,6 млрд руб., и, таким образом, практически полностью покрыла все частные инвестиции Олимпиады. В результате реальное соотношение государственных и частных инвестиций на спортивные объекты в Сочи – 90% на 10%. Для сравнения, на Олимпиаду-80 в Москве потрачено 97% бюджетных средств [1]. На строительство трассы «Сочи Автодром» первоначально также планировалось 90% расходов оплатить из федерального бюджета. В силу того, что титульный спонсор Гран-при России не был найден, данный процент достиг стопроцентной отметки.

Срок окупаемости проекта «Роза Хутор» изначально оценивался в 40–50 лет. Содержание комплекса обходится владельцам в 2 млрд руб. в год, на операционные расходы и необходимое постолимпийское перепрофилирование курорта. По оценкам генерального директора «Роза Хутор» Сергея Бачина, чтобы сделать курорт по-настоящему привлекательным для туристов, требуются еще вложения: оптимальный объем средств, по словам эксперта, – 4–4,5 млрд. руб.⁶ По словам других экспертов, на то, чтобы построенная к Олимпиаде инфраструктура заработала на полную мощность и начала приносить прибыль, необходимо еще произвести вложения на сумму в 10% от уже произведенных затрат на Олимпиаду, то есть вложить еще дополнительно 150 млрд руб.⁷

В этой связи проведение этапа «Формулы-1» носит хоть и незначительное, но определенное значение при возврате инвестиций в Олимпийские объекты. Иными словами, работает мультипликационная модель Дж. Кейнса: новый спрос удовлетворяется за счет новых инвестиций, что приводит к росту дохода. Многие исследования относительно экономической эффективности Олимпийских игр свидетельствуют о том, что каждый дополнительно потраченный доллар приносит дополнительный доход в 2,5–2,8 доллара [7].

Интеграционный эффект. Анализ взаимодействия международных предпринимательских структур с национальными экономическими системами и функционирующими в них хозяйствующими субъектами показал, что при проведении этапа «Формулы-1» в Сочи задействовано значительное количество стейкхолдеров разной отраслевой на-

правленности. Основная нагрузка с точки зрения организации гоночного уик-энда ложится на НАО «Центр «Омега», являющийся промоутером исследуемого глобального спортивно-зрелищного мега-события в России. С точки зрения теории и практики предпринимательства такое интеграционное взаимодействие обуславливает развитие отечественных предпринимательских структур как с точки зрения накопления опыта, так и с точки зрения увеличения основных экономических показателей фирмы (рентабельность, чистая прибыль и т.д.). В перспективе Гран-при России планируется сделать ночным, что потребует новых инвестиций в освещение трассы и, в тоже время, привлечет к работе хозяйствующих субъектов с соответствующим видом экономической деятельности.

Выводы

С интеграционной точки зрения «Формула-1» для России – возможность продемонстрировать свои предпринимательские, ментальные характеристики с наилучшей стороны: это и высочайшие требования международного организатора, и требования к безопасности, и высокая спортивная составляющая, транспортное и гостиничное обеспечение.

По аналогии с Олимпийскими Играми можно констатировать, что «Формула-1» как глобальное спортивно-зрелищное мега-событие используется государством, бизнесом и обществом в следующих целях:

- государством – для создания положительного имиджа, международного авторитета, развития инфраструктуры региона проведения Гран-при;
- бизнесом – для извлечения прибыли от реализации товаров и услуг, в том числе косвенными способами;
- обществом – для проявления культурных и субкультурных составляющих личности, патриотизма.

Повышение предпринимательской активности как показатель уровня развития национальной экономики в значительной степени отражает наличие позитивных макроэкономических тенденций. В настоящее время Гран-при «Формулы-1» оказывает гораздо большее влияние на экономику развивающихся стран, чем на экономику развитых. Его воздействие на общие макроэкономические показатели в развивающихся странах (включая Россию) оказывается более существенным, в том числе на ВВП как основной индикатор экономического ро-

⁶ Игры, в которые играют в Сочи // Kommersant.ru. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2554133>

⁷ Там же.

ста. Переход к статусу страны, принимающей этап «Формулы-1», может дать целый ряд положительных социально-экономических эффектов. Прежде всего, это мощный инвестиционный «толчок» развития территории Олимпийского парка в Сочи, а также развитие новых институциональных форм взаимодействия государств и частного бизнеса по трансформации олимпийской базы под потребности «Формулы-1». Безусловно, ежегодное проведение этапа этого престижного международного соревнования по контракту с 2014 по 2025 гг. создают условия для рефрешмента статуса Сочи как мирового центра автоспорта, что позволит реализовать предпринимательский потенциал не только бизнес-структур автоспорта, но и всей сферы услуг территории. С точки зрения формирования позитивного территориального имиджа, это находит отражение в повышении степени узнаваемости и притягательности не только Сочи, но и Краснодарского края в целом.

Список литературы

1. *Нуреев Р.М.* Эти разные Олимпийские Игры / Р.М. Нуреев, Е.В. Маркин // TERRA ECONOMICUS (Пространство экономики). 2009. Том 7. № 3. С. 10–28. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13080048>
2. *Алтухов С.В., Агеев В.И.* Эффективность финансирования спортивных мероприятий и реинжиниринг бизнес-процессов спортивного наследия (на примере Олимпийских игр в Сочи) // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2014. № 11 (77). С. 120–135. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22649034>
3. *Гончарик А.А.* Образы места проведения гран-при Формулы-1 в городской среде // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. XVI. № 5 (70). С. 108–122. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21232510>
4. *Keynes J.* The General Theory of Employment, Interest and Money. London, Macmillan, St. Martin's Press, 1973.
5. *Ильин А.Б., Леонтьева Л.С.* Коммерциализация бизнес-идей предпринимательскими структурами: монография. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. 164 с.
6. *Нуреев Р.М.* Олимпийский деловой цикл / Р.М. Нуреев, Е.В. Маркин // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Том 6. № 3. С. 50–64. URL: <http://rustem-nureev.ru/wp-content/uploads/2011/01/319.pdf>
7. *Heinemann K.* The Olympic Games: Short-Term Economic Impacts or Long-Term Legacy? The Legacy of The Olympic Games 1984–2000, International Symposium, Lausanne, 2002. p. 184.
8. *Алтухов С.В.* Три Σ спортивного менеджмента. Как не заблудиться в лабиринтах профессии / С.В. Алтухов, А.И. Воробьев. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2016. 228 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28899589>
9. *Орлова Л.Н., Остроухов С.А.* Предпринимательство в спорте или как формируется конкурентоспособность спортивных организаций // Российское предпринимательство. 2017. Том 18. № 3. С. 405–416. DOI: 10.18334/rp.18.3.37454
10. *Bower T.* No Angel. The Secret Life of Bernie Ecclestone / T. Bower. Faber & Faber, 2011. 432 p.
11. *Etemad H.* Internationalization of small and medium-sized enterprises: a grounded theoretical framework and an overview / H. Etemad // Canadian Journal of Administrative Sciences. 2004. Vol. 21, Issue 1. P. 1–21.
12. *Ingram P.* Introduction: The new institutionalism in strategic management / P. Ingram, B.S. Silverman // Advances in Strategic Management. 2002. Vol. 19. P. 1–30.
13. *Корчагина Е.В., Варнаев А.В.* Олимпийские игры как инструмент формирования имиджа страны // Журнал социологии и социальной антропологии (ЖССА). 2013. Том XVI. № 5 (70). С. 189–202. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21232515>
14. *Нишуков В.* Понятие спорта // Логос. 2014. № 3 (99). С. 181–190. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23269367>

Об авторе:

Ильин Андрей Борисович, доцент кафедры теории и практики конкуренции, Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (125190, Москва, Ленинградский пр-т, д. 80), Москва, Российская Федерация, **Researcher ID: M-5928-2016**, кандидат экономических наук, ilandeducation@yandex.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Nureev R.M., Markin E.V. These sundry Olympic Games. *TERRA ECONOMICUS*. 2009; 7(3):10–28 (in Russ.)
2. Altukhov S.V., Ageev V.I. Engineering of Business Processes of Sport Heritage (Illustrated by Olympic Games in Sochi). *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*. 2014; 11(77):120–135. URL: [https://www.rea.ru/ru/org/managements/izdcentr/PublishingImages/Pages/archivevestnikreu/Engl%20site%2011\(77\)2014.pdf](https://www.rea.ru/ru/org/managements/izdcentr/PublishingImages/Pages/archivevestnikreu/Engl%20site%2011(77)2014.pdf) (in Eng.)
3. Goncharik A.A. Images of a place of formula one grand prix in cities. *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Antropologii = The Journal of Sociology and Social Anthropology (JSSA)*. 2013; XVI(5(70)):108–122 (in Russ.)
4. Keynes J. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London, Macmillan, St. Martin's Press, 1973 (in Eng.)
5. Ilin A.B., Leontieva L.S. Commercialization of business ideas, business structures. Monograph. Moscow: Publishing Plekhanov Economics University, 2016. 164 p. (in Russ.)
6. Nureev R.M., Markin E.V. Olympic business cycle. *Ekonomicheskij vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta = Economic Herald of Rostov state University*. 2008; 6(3):50–64. (in Russ.)
7. Heinemann K. The Olympic Games: Short-Term Economic Impacts or Long-Term Legacy? The Legacy of The Olympic Games 1984–2000, International Symposium, Lausanne, 2002. p. 184. (in Eng.)
8. Altukhov S.V. Tri sigmy sportivnogo menedzhmenta. Kak ne zabludit'sya v labirintakh professii [Three sigma sports management. How not to get lost in the labyrinths of the profession] / S.V. Altukhov, A.I. Vorob'ev. M.: Plekhanov Russian University of Economics, 2016. 228 p. (in Russ.)
9. Orlova L.N., Ostroukhov S.A. Entrepreneurship in sports or formation of competitive sport organizations. *Russian Journal of Entrepreneurship*. 2017; 18(3):405–416. DOI: 10.18334/rp.18.3.37454 (in Russ.)
10. Bower T. No Angel. The Secret Life of Bernie Ecclestone / T. Bower. Faber & Faber, 2011. 432 p. (in Eng.)
11. Etemad H. Internationalization of small and medium-sized enterprises: a grounded theoretical framework and an overview. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 2004; 21(1):1–21 (in Eng.)
12. Ingram P. Introduction: The new institutionalism in strategic management / P. Ingram, B.S. Silverman. *Advances in Strategic Management*. 2002; 19:1–30 (in Eng.)
13. Korchagina E.V., Varnaev A.V. Olympic games as a tool for a country's image development. *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Antropologii = The Journal of Sociology and Social Anthropology (JSSA)*. 2013; XVI(5(70)):189–202 (in Russ.)
14. Nishukov V. The Concept of Sports. *Logos. Filosofsko-literaturnyi zhurnal*. 2014; 3(99):181–190 (in Russ.)

About the author:

Andrey B. Ilin, Assistant Professor, Moscow University of Finance and Industry "Synergy" (80, Leningradskiy av., Moscow, 125190), Moscow, Russian Federation, **Researcher ID: M-5928-2016**, Candidate of Economic Sciences, ilandeducation@yandex.ru

The author have read and approved the final manuscript.

