

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО СПОРТИВНЫХ МЕГАСОБЫТИЙ

AN INFORMATIONAL SPACE FOR SPORT MEGA-EVENTS

Елена Корчагина, Андрей Варнаев

ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ

Рост известности принимающего региона, развитие его инфраструктуры, усиление конкурентоспособности национальных брендов являются важными аргументами, заставляющими страны бороться за право проведения Олимпийских игр на своей территории. Однако связанные с Олимпиадой ожидания зачастую оказываются завышенными по сравнению с реальными результатами. В этой связи проведенный в статье анализ международного опыта использования Олимпийских игр как инструмента формирования позитивного имиджа олимпийской столицы и принимающего региона представляет особую актуальность. Исследование воздействия Олимпийских игр, проводившихся с 1972 по 2012 гг., на развитие принимающих территорий позволило выявить как положительные, так и отрицательные для имиджа эффекты. В рамках проведенного исследования особое внимание было уделено изучению положительного олимпийского опыта Пекина (2008 г.) и Лондона (2012 г.). Данные Олимпиады можно признать успешными как с точки зрения полученных социально-экономических результатов, так и с точки зрения укрепления политических позиций принимающих стран на международной арене. Изучение и использование ключевых элементов технологии формирования позитивного имиджа важны для достижения поставленной перед сочинской Олимпиадой цели усиления международного влияния России.

Корчагина Елена Викторовна — доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Санкт-Петербургского филиала Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (elena.korchagina@mail.ru)

Elena Korchagina — Doctor of Science (Economics), Professor, Management Department, National Research University Higher School of Economics (elena.korchagina@mail.ru)

Варнаев Андрей Викторович — аспирант кафедры национальной экономики и организации производства Государственного института экономики, финансов, права и технологий (vav1@fromru.com)

Andrei Varnaev — Postgraduate Student, Department of National Economy and Manufacturing Organization, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology (vav1@fromru.com)

В статье сформулированы задачи политического позиционирования зимних Олимпийских игр Сочи-2014, определены основные риски и условия достижения поставленных перед ними имиджевых целей.

Ключевые слова: *Олимпийские игры, политическое позиционирование страны и региона, имиджевые эффекты.*

Elena Korchagina, Andrei Varnaev

OLYMPIC GAMES AS A TOOL FOR A COUNTRY'S IMAGE DEVELOPMENT

There are many arguments which cause countries to take part in the competition for the right to host the Olympic Games. The most important of them are increasing of host region reputation, development of infrastructure and improvement of the competitiveness of the national brands. However Olympics expectations are often too high compared with the actual results. This paper discusses the international experience of using the Olympic Games as a tool for creating a positive image of the Olympic capital and the host region in general. The study covers period from 1972 to 2012. It identifies both positive and negative effects of Olympic Games on the host region development and image. The special attention was paid to the positive Olympic experience in Beijing (2008) and London (2012). These Olympic Games can be considered as an effective tool both for social and economic development and for strengthening of the political position of the host countries in the international scene. Studying and using the key elements of a technology of positive image creating is important for Sochi Olympic Games because its main political goal is to increase Russia's international influence. The paper formulates the problems of political positioning of Winter Olympic Games Sochi - 2014 and identifies the main risks and conditions of achieving its image goals.

Keywords: *Olympic Games, political positioning of the country and the region, image effects.*

В условиях глобализации мирового экономического пространства событийные проекты международного уровня становятся одним из важных инструментов повышения конкурентоспособности принимающих территорий. Такие события — не только ключевое социокультурное явление современности, но и инструмент обновления социальной, инженерной и транспортной инфраструктуры, стимулирования экономического развития, способ повышения имиджевой и репутационной привлекательности страны и региона, а также повышения уровня жизни населения, в том числе в постсобытийный период.

Среди различных типов крупных событийных проектов наиболее значимым являются, безусловно, Олимпийские игры. Подготовка к проведению Олимпийских игр занимает в среднем от 5 до 10 лет, что оказывает серьезное

влияние на темпы социально-экономического развития принимающего региона. Связанные с данной подготовкой процессы создания или обновления необходимой инфраструктуры, принимаемые федеральными и местными властями управленческие решения, действия спонсоров и инвесторов широко освещаются в средствах массовой информации, что не просто привлекает внимание широкой общественности, но позволяет сформировать в ее глазах желаемый политический образ принимающей территории: открытый, доброжелательный, социально ориентированный.

Социально-экономические и имиджевые эффекты Олимпийских игр широко освещены в англоязычной научной литературе. Изучению влияния Олимпиад на социально-экономическое развитие принимающих регионов посвящены многие работы (Porter 2008; Matheson 2006; Fourie, Santana-Gallego 2011; Rose Spiegel 2011; Mills, Rosentraub 2013; Malfas, Theodoraki, Houlihan 2004). В частности, М. Малфас и его соавторы (Malfas, Theodoraki, Houlihan 2004) выявляют наличие значимого положительного влияния Олимпийских игр в социально-экономической, инфраструктурной, культурной и политической областях.

Исследование трех американских олимпийских столиц: Лос-Анджелеса, Атланты и Солт-Лейк-Сити (Andranovich, Burbank, Heying 2001) позволило его авторам выделить два мощных маркетинговых эффекта, возникающих вследствие проведения игр. Первый из них касается создания уникального информационного повода для продвижения территории в медийном пространстве на протяжении всего периода — от подачи заявки до завершения игр, а также возможности получения широкого доступа к региональным, национальным и международным медиа по относительно низкой цене. Второй — привлечение повышенного внимания со стороны потенциальных туристов, рост туристического потока и в итоге — увеличение доходов от туристической деятельности. Исследователи (Rose, Spiegel 2011) доказали значительное влияние факта проведения Олимпийских игр на объем экспорта принимающей страны. По оценке авторов, статистически значимый рост экспорта составляет более 20 %. Было также выявлено положительное влияние Олимпийских игр на краткосрочную занятость (Feddesen, Maening 2013): наибольший рост краткосрочной занятости наблюдается в сферах розничной торговли, общественного питания, гостиничного бизнеса, отдыха и развлечений.

В то же время ряд авторов современных публикаций говорят о том, что зачастую предполагаемые положительные эффекты от проведения Олимпийских игр значительно завышены по сравнению с реальными результатами. Причем завышение реальных результатов мегасобытия происходит по четырем основным причинам (Mills, Rosentraub 2013). Во-первых, основные мегасобытия, как правило, проводятся в крупных, обладающих необходимой инфраструктурой городах, которые давно являются крупными туристическими центрами. При этом сложно выделить из всего туристического потока ту часть, интерес которой к данному месту обусловлен именно проведением мегасобытия. В то же время очевидно, что больший туристический эффект могут получить менее известные города. Во-вторых, при расчете доходов от мегасобытия обычно учи-

тывается не добавленная, а полная стоимость проданных за период его проведения товаров и услуг, в то время как значительная часть из них может быть импортирована. В-третьих, часть создаваемых на период подготовки и проведения мегасобытия рабочих мест требует привлечения миграционного труда. Следовательно, часть доходов населения в виде заработной платы будет выведена за пределы региона и не скажется на увеличении объема регионального покупательского спроса. И, наконец, в-четвертых, в совокупных доходах включены покупки проживающих рядом с принимающим регионом людей, которые осуществили бы их в любом случае, независимо от проведения мегасобытия.

Таким образом, проблематика влияния Олимпийских игр на развитие территории достаточно проработана в англоязычной литературе, однако в отечественной научной литературе эта проблема не рассматривается. Поэтому задача анализа перспектив формирования бренда отечественного летнего курорта Сочи как столицы зимних Олимпийских игр и в дальнейшем как перспективного международного горнолыжного курорта в условиях российского национального контекста весьма актуальна и составляет значительную научную новизну. Данная задача не может быть решена без изучения основных рисков и условий достижения поставленных перед Олимпиадой Сочи-2014 имиджевых целей. При этом необходимо учесть особенности геополитического положения курорта, риски, связанные с террористическими провокациями, напряженность в отношениях с Грузией, осуждение со стороны мирового сообщества ряда принятых в последнее время российских законов, репутационные потери от коррупционных скандалов, связанных со строительством олимпийских объектов, и т. д.

Итак, целью данного исследования является сравнительный анализ социально-экономических и имиджевых эффектов Олимпийских игр, проводившихся с 1972 по 2012 гг., а также определение основных рисков и условий достижения поставленных перед Олимпиадой Сочи-2014 имиджевых целей. Безусловно, полную оценку полученных имиджевых эффектов и достигнутых результатов можно будет провести только после окончания Олимпийских игр, однако анализ основных факторов, влияющих на формирование имиджа, и промежуточных результатов реализации стратегии развития бренда Сочи как олимпийской столицы на современном этапе дает ценную информацию, позволяющую скорректировать разработанную стратегию и повысить ее эффективность.

Будущая Олимпиада в Сочи является важным имиджевым проектом не только для самого города и Краснодарского края, но и для России в целом. Правительство страны неоднократно заявляло о том, что сам факт проведения Олимпийских игр на территории России говорит о востребованности страны на международной арене, о ее политическом позиционировании как сильного, независимого, самостоятельного государства, имеющего собственное мнение и готового его отстаивать. Данный тезис можно подтвердить цитатой из выступления В.В. Путина: «Если бы мы не смогли восстановить территориальную целостность страны, если бы мы не прекратили противостояние на Кавказе в том виде, в котором оно было лет пять-семь назад, если бы принципиальным об-

разом не изменили ситуацию в экономике и в решении социальных задач — не видать бы нам никакой Олимпиады ...» (Победа в борьбе за Олимпиаду... 2007).

Таким образом, по мнению российского политического руководства, сам факт проведения Олимпиады в Сочи должен транслировать всему миру новый образ России — успешного современного государства, которое смогло решить задачи сохранения территориальной целостности и территориального устройства; с внешнеполитической точки зрения находится в состоянии мира; имеет серьезную экономическую базу, позволяющую развивать крупнейшие инфраструктурные проекты; обладает поддержкой населения; является сильным и самостоятельным игроком на международной арене.

Олимпийские игры в Сочи имеют, в том числе, и символическое значение. Впервые они будут проведены на Северном Кавказе, который длительное время был ареной войн и вооруженных столкновений. Идеалы мира, гуманизма, взаимоуважения, которые несет олимпийское движение, имеют особую ценность для народов Кавказа и России в целом. Успешное проведение Олимпиады может стать серьезным аргументом, подтверждающим безопасность кавказского региона и грамотность территориальной политики России.

Формирование позитивного международного имиджа России в результате проведения Олимпийских игр может стать катализатором ряда важных положительных социально-экономических эффектов, к основным из которых следует отнести: расширение бизнес-возможностей, развитие межрегионального и международного сотрудничества, привлечение инвестиций, увеличение числа рабочих мест, развитие инфраструктуры, благоустройство территории, привлечение иностранных и российских туристов, развитие туристической индустрии и сферы услуг, содействие развитию соседних с Краснодарским краем территорий и регионов (Нуреев, Маркин 2010; Краткий отчет о влиянии... 2013).

Однако опыт проведения предыдущих Олимпийских игр показывает, что помимо положительных, существуют и серьезные отрицательные эффекты. Среди них: краткосрочность экономических и маркетинговых стимулов для развития страны и региона; рост цен и связанное с ним ограничение экономического роста; неудобства, связанные с подготовкой территории к строительству новых объектов, включая возможное переселение жителей и снос зданий, не исчерпавших свой ресурс; усиление антропогенной нагрузки на природную среду (Рак 2009: 17–26). Данные отрицательные эффекты могут вызвать серьезные протестные выступления, которые, в свою очередь, будут негативно отражаться на имидже как самих Олимпийских игр, так и международного бренда страны в целом.

Анализируя возможные политические и имиджевые эффекты Олимпийских игр, необходимо помнить о том, что для их получения принимающая страна должна пойти на существенные экономические затраты. Проведение Олимпийских игр требует значительных инвестиций, связанных не только с организацией самого события, но и с созданием необходимой для этого инфраструктуры. Но высокие ожидания, сопровождающие мегасобытийные проекты, далеко не всегда оправдываются на практике. Зачастую сделанные

инвестиции не окупаются ни во время проведения самого мероприятия, ни в последующем. Прямой экономический эффект Олимпийских игр часто оказывается несущественным по сравнению с высокими рисками, связанными со значительной капиталоемкостью таких мероприятий, ограниченностью ресурсов, возможной низкой востребованностью дорогостоящих инфраструктурных объектов после завершения Олимпиады. Если обобщить экономические результаты проведения Олимпийских игр, можно сказать, что менее половины из них оказались рентабельными (см. табл. 1).

Таблица 1

Экономические результаты Олимпийских Игр

Год проведения	Принимающий регион	Плановые расходы (млн. долл. США)	Фактические расходы (млн. долл. США)	Уровень бюджетного финансирования	Экономический результат (млн. долл. США)
1972	Мюнхен, ФРГ	150	540	188	-120
1976	Монреаль, Канада	310	1600	1200	-1000
1980	Москва, СССР	Нет данных	1400	1400	-200
1984	Лос-Анджелес, США	347	1200	600	215
1988	Сеул, Южная Корея	1700	710	0	246
1992	Барселона, Испания	690	2930	330	3,5
1996	Атланта, США	1640	4050	0	900
2000	Сидней, Австралия	2360	4480	1300	230
2004	Афины, Греция	4650	13500	8640	-4000
2008	Пекин, Китай	16300	43190	39400	1000
2012	Лондон, Великобритания	4600	18200	14000	0
2014	Сочи, РФ	1517,6	50000	47000	Нет данных

Источник: Flyvbjerg, Stewart 2012.

Наиболее значительные убытки принесли Олимпийские игры в Монреале в 1976 г. и в Афинах в 2004. При подготовке Олимпийских игр в Монреале более 1 млрд. долларов было потрачено на строительство спортивных объектов и Олимпийской деревни. Компенсация убытков, связанных с проведением монреальской Олимпиады, заняла ровно 30 лет. Для покрытия долгов канадское правительство ввело специальный налог на табак, тем не менее полностью рассчитаться с долгами удалось только в 2006 г. (Patel, Bosela, Delatte 2013).

Убытки от Олимпиады в Афинах превысили 4 млрд. долларов. Афины являются рекордсменом по доле затрат на Олимпиаду в бюджете страны. Общие расходы на проведение Олимпийских игр в Афинах составили около 7 % ВВП за 2004 г. (Экономический эффект для страны... 2012). Основные затраты включали в себя расходы на создание инфраструктуры, строительство спортивных сооружений и Олимпийской деревни. Большинство построенных спортивных объектов после проведения игр было закрыто.

Не оправдались и затраты на продвижение Афин как туристического центра, поскольку Афины и до Олимпиады были хорошо развитым туристическим городом. Ряд экспертов говорят о том, что миллиардные долги, связанные с проведением Олимпиады, послужили катализатором того глубокого кризиса, в котором до настоящего момента находится Греция (Экономический эффект для страны... 2012). Олимпийские игры в Мюнхене в 1972 г. и в Москве в 1980 г. также не окупили затрат на их проведение, хотя результирующий убыток все же не был настолько серьезным, как в Монреале и Афинах.

Примерами финансово успешных являются Олимпиады в Лос-Анджелесе в 1984 г., Сеуле в 1988 г., Атланте в 1996 г., Сиднее в 2000 г. Однако зачастую для достижения финансового успеха необходима жесткая экономия. В частности, для проведения Олимпиады в Лос-Анджелесе использовались старые стадионы, построенные еще для Олимпийских игр 1932 г., для размещения спортсменов и организаторов арендовались помещения университетов (The 1984 Olympics...). Олимпиада в Сеуле стала прибыльной во многом благодаря тому, что большинство использованных спортивных и туристических объектов было построено для X Азиатских игр, проходивших перед Олимпийскими играми (Yu, Liu 2011).

Важную роль сыграли Олимпийские игры 1992 г. в судьбе Барселоны. Они не только окупили себя в краткосрочном периоде, но и позволили осуществить ребрендинг города как туристического центра мирового уровня. Подготовка к Олимпиаде потребовала значительных инвестиций, однако развитие инфраструктуры и благоустройство городской среды происходило ускоренными темпами. Для достижения полученного уровня развития в условиях отсутствия подготовки к проведению Олимпиады городу потребовались бы десятилетия. В результате Барселона стала не только крупным промышленным, но и международным туристическим центром. Доходы от развития туристической отрасли увеличились более чем в два раза. Тем не менее, следует отметить, что большинство спортивных объектов остались невостребованными после проведения игр (Brunet 1995).

Перед Китаем при проведении Олимпийских игр в Пекине в 2008 г. стояли задачи, во многом аналогичные текущим российским имиджевым задачам — изменение концепции политического позиционирования страны на международной арене. Новая концепция позиционирования Китая должна была адаптировать имидж страны к современным реалиям международной политики. Необходимо было изменить образ мировой фабрики по производству дешевых и некачественных товаров массового спроса, где пренебрежительно относятся к вопросам социальной ответственности и сохранения окружающей среды, и предложить мировому сообществу новый, прогрессивный, социально и экологически ориентированный образ Китая.

Цель концепции репозиционирования заключалась в формировании бренда страны, способной положительно воздействовать на развитие остального мира. Для ее достижения были сформулированы три основные задачи. Первая из них была связана с необходимостью гармоничной интеграции с остальным миром и демонстрации уважения к правам человека, что было вызвано как внутренними претензиями со стороны собственного населения, стремящегося к получению дополнительных свобод, так и внешним давлением со стороны международного сообщества. Вторая задача заключалась в преодолении восприятия китайских предприятий как производителей низкокачественных и дешевых товаров и демонстрации их новых возможностей в области проектирования и разработки инновационных продуктов. И, наконец, третья задача касалась улучшения экологической ситуации, проблемы которой были связаны с отсутствием нормативного природоохранного контроля (Berkowitz et al. 2007).

Данные задачи были решены в процессе разработки комплексной концепции продвижения Пекинской Олимпиады, включавшей в себя три основных направления: «народной» Олимпиады, высокотехнологичной Олимпиады и «зеленой» Олимпиады. В рамках направления позиционирования «народной» Олимпиады основной акцент был сделан на развитии кросскультурных коммуникаций, повышении международной информированности о богатой истории и культуре китайского народа, особенностях его менталитета. С целью развития положительных кросскультурных коммуникаций и солидарности людей с различным этническим и культурным бэкграундом для помощи в организации и проведении Олимпийских игр было приглашено более ста тысяч волонтеров, как из Китая, так и из-за рубежа. Для повышения прозрачности и открытости нового имиджа Китая был обеспечен легкий доступ для журналистов, освещавших проведение игр (Yu, Liu 2011).

При реализации концепции высокотехнологичной Олимпиады Китай стремился показать высокий потенциал своей мощнейшей производственной базы, способной производить продукцию для любых отраслей экономики. Символом новых технологических возможностей китайской промышленности стал построенный для проведения игр стадион «Птичье гнездо», при строительстве которого были использованы инновационные материалы. Другим значимым технологическим достижением стало строительство шанхайского маглева (от англ. magnetic levitation) — первой в мире коммерческой железнодо-

рожной линии на магнитном подвесе, соединяющей международный аэропорт с шанхайским метро.

Концепция «зеленой» Олимпиады также была исключительно важна для репозиционирования бренда Китая. Учитывая стремительное развитие китайской промышленности, усиливающей техногенную нагрузку на окружающую среду, и недостаточность контроля за ее загрязнением, решение этой задачи не было для Китая простым. Китаем была предпринята специальная «зеленая» инициатива, в рамках которой на природоохранные проекты было потрачено более 12 млрд. долларов (Berkowitz et al. 2007: 174). Таким образом, в Китае было действительно очень многое сделано для того, чтобы изменить его международный имидж и позиционировать страну как современную, дружелюбную, культурную, технологически развитую и экологически ориентированную.

Необходимо отметить, что многие города используют Олимпийские игры как шанс получения финансирования на реализацию стратегических планов развития территорий. Из 43 млрд. долларов, потраченных Китаем на проведение Олимпиады в Пекине в 2008 г., только 2 млрд. были израсходованы непосредственно на строительство спортивных сооружений и необходимую инфраструктуру (Там же: 168). Основная часть инвестиций касалась проектов, направленных на развитие жилищного строительства, транспортных систем и инфраструктуры.

Несмотря на высочайшую затратность, в настоящее время реализованные строительные проекты приносят городу более 1 млрд. долларов в год. По оценкам экспертов, ускорение роста китайской экономики в целом за счет проведения Олимпийских игр составляет от 0,3 до 0,5 % (Yu, Liu 2011: 2297).

Среди последних тенденций необходимо отметить не только увеличение расходов на проведение Олимпиад, но и стремление к рациональному использованию так называемого олимпийского наследия. Ярким примером такого рационального подхода является организация Олимпиады в Лондоне в 2012 г. Организация Олимпиады была использована городом как шанс проведения давно назревшей реконструкции Восточного Лондона. Планируется, что после проведения игр Олимпийская деревня, где жили спортсмены, будет использоваться как многоквартирные дома. Все построенные для проведения Олимпиады спортивные объекты продолжают работу и после завершения игр. Также предполагается, что застройка в границах Олимпийского парка будет продолжаться не менее 15–20 лет. Территория, в прошлом занятая в основном железнодорожной инфраструктурой, будет использована под жилую и общественно-деловую застройку. Таким образом, подготовка к проведению Олимпийских игр в Лондоне стала важной частью стратегической градостроительной политики, позволившей успешно трансформировать ранее депрессивную территорию в современный комфортный район с застройкой высшего класса (Nimmo et al. 2011; Epstein, Jackson, Braithwaite 2011).

Анализируя экономические параметры будущей Олимпиады в Сочи, следует отметить, что она является зимней, а уровень расходов на проведение зимних Олимпиад, как правило, на порядок ниже, чем летних. Это связано с тем, что зимние Олимпийские игры уступают летним как по числу включенных в прог-

рамму видов спорта, и, соответственно, участвующих спортсменов, так и по общему значению в контексте Олимпийского движения. И если летние Олимпиады проводятся в основном в столицах, то зимние — в провинциальных городах. Соответственно, международный резонанс и имиджевый эффект от их проведения значительно меньше.

В то же время, как видно из данных табл. 1, по уровню затрат, составляющему 50 млрд. долларов, Олимпиада в Сочи превосходит даже все летние Олимпиады. Учитывая, что до ее открытия (на момент исследования) осталось более полугода, можно ожидать дальнейшего роста затрат. В этой связи возникают вопросы о том, насколько обоснованны данные затраты, насколько проводимые в процессе подготовки к Олимпиаде мероприятия помогут в процессе формирования положительного имиджа России в международном политическом пространстве и сумеет ли Россия эффективно воспользоваться шансом принять зимние Олимпийские игры? Ответы на эти вопросы зависят от качества управления процессами подготовки и проведения игр.

Важность поставленных перед Сочинской Олимпиадой задач формирования нового политического имиджа России требует высокой ответственности за качественное проведение спортивного мегасобытия. Но, к сожалению, вся история подготовки к Олимпиаде-2014 омрачена громкими коррупционными скандалами. Последним из них стало увольнение А. Билалова с поста вице-президента Олимпийского комитета России в феврале 2013 г. Причины отставки — срыв графика строительства олимпийских объектов и нецелевое использование кредитов Внешэкономбанка, ставшие поводом для возбуждения уголовного дела.

Для реализации управленческих, контрольных и других общественных функций по проектированию, строительству, реконструкции и эксплуатации объектов Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи была создана государственная корпорация «Олимпстрой». Однако, по оценке экспертов, госкорпорация в целом неудовлетворительно и неэффективно выполняет возложенные на нее функции. Одной из причин такой оценки является значительное (в несколько раз) завышение стоимости строительства объектов. Второй — частая смена руководства госкорпорации: за период с 2007 по 2013 гг. сменилось четыре президента ГК «Олимпстрой». При этом в 2009 г. Следственный комитет по Краснодарскому краю возбудил 19 уголовных дел по фактам коррупции в административных структурах и предприятиях Сочи, а в 2010 г. — уже 27 уголовных дел по тем же основаниям (Глава «Олимпстроя» ушел... 2011). В августе 2012 г. пресс-центр МВД России сообщил о возбуждении уголовных дел по фактам необоснованного завышения сметной стоимости двух крупных олимпийских объектов — центрального стадиона «Фишт» и санно-бобслейной трассы (Соколов 2012).

Проверка счетной палаты показала, что стоимость сочинских олимпийских объектов в несколько раз превышала международные стандарты, при этом сроки проектирования и согласования проектной документации специально затягивались с тем, чтобы превысить суммы, установленные государственной экспертизой бюджета. В результате срыва запланированных сроков было невозможно пересмотреть бюджеты или перепроектировать объекты (Там же).

В результате на сегодняшний день семьдесят из четырехсот объектов выбились из запланированного графика строительства (Сергеев 2013). Ситуация отчасти напоминает саммит АТЭС во Владивостоке, к началу которого была построена и введена в действие лишь треть запланированных объектов. К настоящему моменту в Сочи еще не достроено значительное число гостиниц (Нельзя быть уверенным... 2013). Проблемы наблюдаются с необходимой инфраструктурой, а также с благоустройством территорий, прилегающих к олимпийским объектам, которые в настоящий момент представляют собой строительную площадку.

Затягивание сроков строительства олимпийских объектов ставит Олимпийские игры в Сочи под угрозу срыва. Если Россия не успеет подготовить олимпийские объекты и на высоком уровне провести игры, это нанесет ущерб не только концепции позиционирования Сочи как оптимальной площадки зимней Олимпиады 2014 г. Это будет серьезным ударом по международной репутации России в целом, который отразится и на ее политических амбициях, и на деловом и инвестиционном климате.

Серьезным политическим и имиджевым риском предстоящей Олимпиады является угроза террористических атак. Северный Кавказ остается нестабильным регионом, в котором периодически активизируются экстремистские террористические группы. В этой связи одной из важнейших задач организации будущей Олимпиады является обеспечение антитеррористической безопасности, профилактика потенциальных провокаций со стороны Грузии, эффективное урегулирование проблем черкесской диаспоры.

Побочным экологическим эффектом Олимпийских игр является значительное увеличение антропогенной нагрузки на окружающую среду. С одной стороны, строительство необходимых для проведения Олимпиады объектов может причинить ущерб природной среде. С другой, увеличение туристического потока увеличивает нагрузку на существующую транспортную, инженерную и социальную инфраструктуру, приводит к росту бытовых отходов и т. д. Осознание данных эффектов привело к установлению Международным олимпийским комитетом (МОК) жестких экологических требований по отношению к участвующим в конкурсе на проведение Олимпиады городам. Одним из основных требований МОК является реализация инициативы «3R: Reuse-Reduce-Recycle», предполагающей повторное использование материалов, снижение объемов потребления, переработку отходов (Manual on Sport... 2005). Необходимость выполнения данных требований заставляет принимающие Олимпиаду города постоянно совершенствовать технологии экологического сопровождения олимпийских проектов.

Так, последние Олимпийские игры в Лондоне были признаны Всемирным фондом дикой природы (WWF) самыми «зелеными» (Олимпиада в Лондоне... 2012). Еще на стадии планирования игр была проведена оценка возможного углеродного следа, показавшая, что более половины всех потенциальных выбросов придется на строительство олимпийских сооружений. Результаты данного предварительного анализа позволили сократить углеродный след на 38 % за счет отказа от строительства части капитальных сооружений и замены их на

временные, облегчения дизайна сооружений, выбора строительных материалов с низким углеродным следом и т. д. Изменение первоначального проекта позволило значительно сократить затраты на строительство. Также были реализованы программы по снижению энергоемкости спортивных объектов и повышению энергоэффективности расположенных вблизи них сооружений, что дало возможность сократить эксплуатационные выбросы на 50 %. 99 % строительных отходов были направлены на утилизацию. 98,5 % материалов, использовавшихся на временных сооружениях, переработаны. На месте заброшенной промышленной зоны был построен олимпийский парк, в котором высажено более двух тысяч деревьев и триста тысяч растений (Противоречивая экология Олимпиады... 2012).

Экологический аспект исключительно важен для имиджа грядущих Олимпийских игр в Сочи, поскольку большая часть олимпийских объектов возводится в зонах особо охраняемых природных территорий. Протесты со стороны экологических организаций, крайние формы которых выражались в призывах к бойкоту Олимпийских игр, могут существенно повлиять на экологическую репутацию российского государства. Первоначальный проект строительства олимпийских объектов вызвал протест со стороны экологов и общественности, предлагалось даже внести объект всемирного наследия ЮНЕСКО «Западный Кавказ» в список объектов, находящихся под угрозой. Однако после обсуждения экологических проблем сочинской Олимпиады в Правительстве РФ было принято решение о переносе олимпийских объектов с Грушевого горного хребта. На сегодняшний день наиболее острой экологической проблемой Олимпийских игр в Сочи является отсутствие современной системы сбора и переработки строительных и твердых бытовых отходов.

Подводя итоги анализа социально-экономических и имиджевых задач, стоящих перед Олимпийскими играми в Сочи, необходимо отметить следующее. Олимпиада могла бы стать катализатором социально-экономического развития принимающего региона, в первую очередь, за счет создания современной транспортной, инженерной, спортивной и социальной инфраструктуры. Однако получение положительного экономического эффекта всегда требует внимательного планирования потенциальных доходов и расходов и элиминации лишних трат. Для Сочи, численность населения которого не достигает пятисот тысяч, перспективы использования построенной олимпийской инфраструктуры остаются не ясными. Если же большинство построенных олимпийских объектов не будут востребованы и стечением времени обветшают и придут в негодность, это станет дополнительным фактором, негативно характеризующим имидж России, ее деловой и инвестиционной среды.

В то же время у России остается шанс использования Олимпиады в Сочи в качестве эффективного инструмента формирования позитивного имиджа страны на международной арене в целом за счет сопутствующих играм рекламного и маркетингового эффектов. Реализация крупных спортивных проектов превращает на время часть территории страны в объект, привлекающий внимание всего мира. Однако положительные имиджевые эффекты в случае Сочин-

ской Олимпиады могут быть достигнуты только в случае преодоления рисков, связанных, в первую очередь, с коррупционной, террористической и экологической угрозами.

Концепция восприятия национального бренда очень важна и может оказать существенное влияние на покупательское поведение в отношении национальных товаров, туризм, инвестиционную активность. В этой связи России было бы полезно использовать успешный опыт Пекинской Олимпиады, которая позволила продемонстрировать высокий потенциал китайских компаний в области производства инновационных и высокотехнологичных продуктов. Очевидно, что демонстрация технологических возможностей отечественных компаний могла бы повысить ценность российских брендов как на внутреннем, так и на внешнем рынках, что особенно актуально в связи со вступлением России в ВТО. К сожалению, в рамках Олимпиады в Сочи данная имиджевая задача даже не была поставлена руководством страны.

Литература и источники

Глава «Олимпстрой» ушел в отставку. 2011. [<http://www.interfax.ru/business/txt.asp?id=175444>] (Дата обращения 30.06.2013).

Краткий отчет о влиянии игр. 2013. [http://sochi2014.blob.core.windows.net/storage/games/strategy/OGI%20Digest_Rus_fin.pdf] (Дата обращения 30.06.2013).

Нельзя быть уверенным, что к Олимпиаде все гостиницы будут достроены. 2013. [<http://www.kommersant.ru/doc/2200299>] (Дата обращения 30.06.2013).

Нуреев Р.М., Маркин Е.В. Издержки и выгоды Олимпийских игр // *Общественные науки и современность.* 2010. 1. С. 88–104.

Олимпиада в Лондоне признана самой «зеленой» // *Новый регион.* 12.08.12. [<http://www.nr2.ru/sports/399009.html>] (Дата обращения 30.06.2013).

Победа в борьбе за Олимпиаду — результат политики последних лет // *РИА «Новости»* 24.07.07. [<http://ria.ru/politics/20070724/69587955.html>] (Дата обращения 30.06.2013).

Противоречивая экология Олимпиады в Лондоне. Информационно-аналитическое агентство Cleandex. Официальный сайт. 2012. [http://www.cleandex.ru/news/2012/07/30/protivorechivaya_ekologiya_olimpiady_v_londone#.UMr_ZHp5d7k] (Дата обращения 30.06.2013).

Соколов А. Затраты на Олимпиаду в Сочи — рекордные за всю историю Олимпийских игр. 2012. [http://igpr.ru/articles/zatraty_na_olimpiadu_v_sochi] (Дата обращения 30.06.2013).

Сергеев М. Олимпийский недострой. 2013. [http://www.ng.ru/economics/2013-02-08/1_olimpiada.html] (Дата обращения 30.06.2013).

Экономический эффект для страны, принимающей у себя Олимпийские игры, часто оказывается не таким, как хотелось бы. 2012. [<http://fincake.ru/stock/articles/12697>] (Дата обращения 30.06.2013).

Andranovich G., Burbank M., Heying C. Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-Event Politics // *Journal of Urban Affairs*, 2001, 23(2), pp. 113–131.

Berkowitz P., Gjermano G., Gomez L., Schafer G. Brand China: Using the 2008 Olympic Games to Enhance China's Image, Place Branding and Public Diplomacy, 2007, 3, pp. 164–178.

Brunet F. An Economic Analysis of the Barcelona'92 Olympic Games: Resources, Financing and Impact. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. 1995.

Epstein D., Jackson R., Braithwaite P. Delivering London 2012: Sustainability Strategy, Proceedings of the Institution of Civil Engineers – Civil Engineering, 2011, 164(5), pp. 27–33.

Feddesen A., Maening W. Mega-Events and Sectoral Employment: The Case of the 1996 Olympic Games, Contemporary Economic Policy, 2013. 31(3). Pp. 580–603.

Fourie J., Santana-Gallego M. The Impact of Mega-sport Events on Tourist Arrivals // Tourism Management. 2011. 32. Pp. 1364–1370.

Flyvbjerg B., Stewart A. Olympic Proportions: Cost and Cost Overrun at the Olympics 1960–2012. Working Paper, Said Business School of University of Oxford, 2012.

Malfas M., Theodoraki E., Houlihan B. Impacts of the Olympic Games as Mega-events, Proceedings of the Institution of Civil Engineers–Municipal Engineer, 2004, 157(3), pp. 209–220.

Manual on Sport and the Environment. International Olympic Committee. 2005. [http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_963.pdf] (Retrieved 30.06.2013).

Matheson V. Mega-events: The effect of the World's Biggest Sporting Events on Local, Regional and National Economies. The Department of Economics of College of the Holy Cross. 2006. [http://college.holycross.edu/RePEc/hcx/Matheson_MegaEvents.pdf] (Retrieved 30.06.2013).

Mills B., Rosentraub M. Hosting Mega-events: A Guide to the Evaluation of Development Effects in Integrated Metropolitan Regions, Tourism Management, 2013, 34(4), pp. 238–246.

Nimmo A. Frost J., Shaw S., McNevin N. Delivering London 2012: Master Planning, Proceedings of the Institution of Civil Engineers – Civil Engineering, 2011, 164(5), pp. 13–19.

Pak V. Enhancing Cities' Competitiveness through Mega-events: A Spatial and Temporal Analysis of Atlanta's 1996 Summer Olympics. NY, 2009.

Patel A., Bosela P., Delatte N. 1976 Montreal Olympics: Case Study of Project Management Failure, Journal of Performance of Constructed Facilities, 2013, 27(3), pp. 362–369.

Porter P. The Economic Impact of the Olympic Games: Ex Ante Predictions and Ex Poste Reality, Journal of Sport Management, 2008, 22(4), pp. 470–486.

Rose A., Spiegel M. The Olympic Effect, Economic Journal, 2011, 121(553), pp. 652–677.

The 1984 Olympics in Los Angeles [http://www.spaziomondo.com/page_progetto.cfm?id_progetto=85] (Retrieved 30.06.2013).

Yu Y., Liu J. A comparative analysis of the Olympic Impact in East Asia: from Japan, South Korea to China, The International Journal of the History of Sport, 2011, 28(16), pp. 2290–2308.