

УДК 338.482

Теоретичні основи дослідження спортивного туризму

Theoretical bases of sports tourism research

Скавронська Ірина Володимирівна

Аспірантка кафедри міжнародної економіки Тернопільського національного економічного університету

Анотація

У даній статті пояснено взаємозв'язок між “туризмом” і “спортом”. Здійснено аналіз різних визначень “спортивного туризму”. Запропоновано власний підхід до трактування цього поняття.

Ключові слова: *поняття, взаємозв'язок, спортивний туризм, спортивні заходи.*

Annotation

In a given article the interaction between “tourism” and “sport” is explained. The analysis of different definitions “sports tourism” is carried out. An own approach for interpretation of this concept is suggested.

Key words: *the term, interaction, sports tourism, sport events.*

Вступ. Однією із сучасних тенденцій світового розвитку кінця ХХ ст. – початку ХХІ ст. стало глобальне розширення сфери туризму, що характеризується тимчасовим і добровільним масовим переміщенням людських потоків на інші природно-географічні і соціокультурні території з метою активного проведення часу і відпочинку. Проведення міжнародних спортивних заходів зумовлює масові подорожі людей в інше середовище, прискорюючи там економічні, законодавчі і соціокультурні перетворення.

Крім того, заходи спортивного характеру можуть розглядатися і використовуватися у туристичній галузі як диверсифікований турпродукт, формуючи таким чином новий імідж країни чи міста їх організації.

Популярність і доступність відвідування таких заходів, як Олімпійські Ігри, Чемпіонати з футболу тощо, серед населення дають підстави вважати спортивний туризм, який виражається з їх допомогою, серед пріоритетних напрямів розвитку міжнародного туризму зокрема і національної економіки загалом.

Проблемою дослідження теоретичних аспектів “спортивного туризму” займається багато вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух, Т.Г. Сокол, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, Т.П. Каверіна, А.В. Бабкін, С. Хадсон, Дж. Стендевен, П. де Кноп, Хізер Дж. Гібсон, Джеймс Е.С. Хігхем, М. Від, К. Бул, С. Майкл Холл та інші, кожен з яких трактує значення поняття “спортивний туризм” по-своєму. Проте, до сих пір не існує кінцевого і загальноприйнятого визначення цього терміну, оскільки він весь час знаходиться в процесі трансформації, що вимагає детального аналізу багаточисельних підходів до його тлумачення, у чому і полягає актуальність даної теми.

Мета дослідження полягає у висвітленні теоретичної сутності поняття “спортивний туризм” та формулюванні його визначення.

Результати. Спортивний туризм сьогодні є поширеним явищем. Тому варто відзначити, що в концепції “спортивного туризму” спорт розглядається як об’єкт туристичної привабливості, висуваючи на перший план властивості спорту як унікального елементу туристичної галузі.

Феномен “спортивного туризму” виявляється і характеризується через загальновідомі події, як Олімпійські Ігри, Світові та Європейські Чемпіонати тощо. Найстаріші задокументовані приклади спортивного туризму починають прослідковуватися із стародавніх Олімпійських Ігор у 776 р. до н.е. Однією із найперших праць, що описує взаємозв’язок між спортом і туризмом, є “Спорт і туризм”, написаною Доном Ентоні (Don Anthony) для Центральної Ради Фізичного Виховання у Великобританії в 1966 р., який просто розглядав роль, що міг би відігравати спорт у туризмі.

Хоча ще кілька десятиліть назад не можна було говорити про такий повноцінний напрям у туризмі, як спортивний.

Сьогодні багато дослідників інтерпретують поняття “спортивний туризм” по-різному. Так, М.П.Мальська, В.В.Худо і В.І.Цибух розглядають спортивний туризм як пересування людей у вільний час, щоб займатися спортом, який має такі різновиди: пішохідний; гірський; водний (на плотах, байдарках); лещетарський; гірськолижний; велосипедний; автомобільний та інший [1, с.27], тоді, як Т.Г.Сокол наголошує, що “спортивний туризм” об’єднує подорожі для участі у спортивних заходах як у ролі глядача-уболівальника, так і для безпосередньої участі у заняттях спортом [2, с.101]. У свою чергу, І.В.Зорін, В.А.Квартальнов і Т.П.Каверіна у своєму підході до тлумачення вищеназваного поняття звертають увагу на те, що ринок спортивного туризму складає така група споживачів, як особи (непрофесійні спортсмени), які бажають під час подорожі чи на дозвіллі займатися обраним видом спорту. Таким чином, до цієї групи турів відносяться спеціалізовані тури, зорієнтовані на спортивні заняття, що виділяються у спеціальні програми, а відповідно в окремі сегменти попиту [3]. А.В.Бабкін вказує на те, що спортивний туризм передбачає виїзд для проведення спортивних заходів у тих чи інших країнах чи регіонах. Його можна розділити на професійний і любительський туризм [4].

Різноманітні тлумаченнями поняття “спортивний туризм” пропонуються і вченими Зах.Європи і США. Так, згідно із визначенням С. Хадсона, спортивний туризм – це не лише спортивна діяльність, а й можливість обрання місця відпочинку, з яким вона пов’язана і яка виражається через організацію різноманітних спортивних заходів. Такі спортивні події можуть використовуватися як сприяючий інструмент розвитку туризму в країні їх проведення, оскільки такі заходи привертають багато туристів, у змінній поведінці яких, спорт стає частиною туристичної діяльності, а спортивні події – туристичними ресурсами, які

можуть поступово поліпшити імідж країни [5, с.28]. Треба відзначити, що у випадку пасивної участі, спортивна подія носить і розважальний характер, оскільки глядачі розглядають її як можливість відпочинку і приємного проведення дозвілля.

Цікавим є підхід і Хізер Дж. Гібсона, який висунув свої пропозиції щодо визначення даного поняття у презентації під назвою “Спортивний туризм на роздоріжжі? Міркування для майбутнього” на конференції Асоціації дослідження проведення дозвілля у 2001 р., де і пропонує дефініцію поняття “спортивний туризм”, що поєднує три поведінкових набори: це заснована на дозвіллі подорож, в якій тимчасово знаходяться люди за межами місця проживання для а) участі у фізичній діяльності; б) спостереженні за фізичною діяльністю; в) відвідуванні заходів, пов’язаних з фізичною діяльністю [6, с.9].

Заслуговує на увагу трактування Дж.Стендевена і П. де Кнопа, які вважають, що поняття “спортивний туризм” охоплює всі форми активної чи пасивної участі у випадковій чи організованій спортивній діяльності з некомерційних чи комерційних/ділових причин, що включена у подорож за межами місця проживання і роботи. Вони також відзначають, що спорт – це сегмент туристичної індустрії, а туризм забезпечує інфраструктуру для розвитку спорту і участь у спортивній діяльності, що й показано на рис. 1.

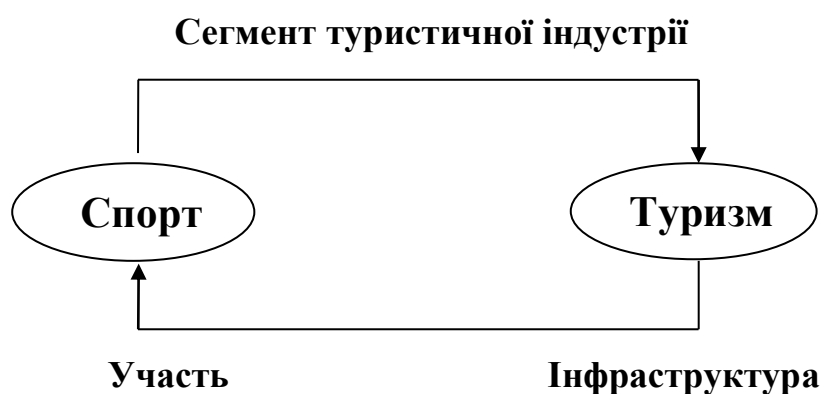


Рис.1. Спрощена модель спортивного туризму [7, с.5]

Таке тлумачення піддається критиці з боку Джеймса Е.С. Хіггема. У своїх дослідженнях він розглядає спортивний туризм як такий, що пов'язаний із спортивною діяльністю, де спорт визнається істотною туристичною діяльністю або первиною чи вторинною метою подорожі. Джеймс Е.С. Хіггем акцентує свою увагу на трьох ключових чинниках: глобалізації, мобільності та ідентичності. Ці чинники дозволяють стверджувати, що спортивний туризм має стосунок до організації міжнародних спортивних заходів у плані того, чи зможуть вони виступати інструментом державної політики, скажімо, для залучення іноземних інвестицій. У такому випадку спортивний туризм дає можливість формувати нові відносини між містами, регіонами, країнами з позицій розвитку ділового партнерства, інвестування, збільшення робочих місць і т.д. З іншої сторони, спортивний туризм пов'язаний із бажанням людей переміщатися у різні місця з метою здійснення специфічної спортивної діяльності. Такий взаємозв'язок відображено на рис. 2.

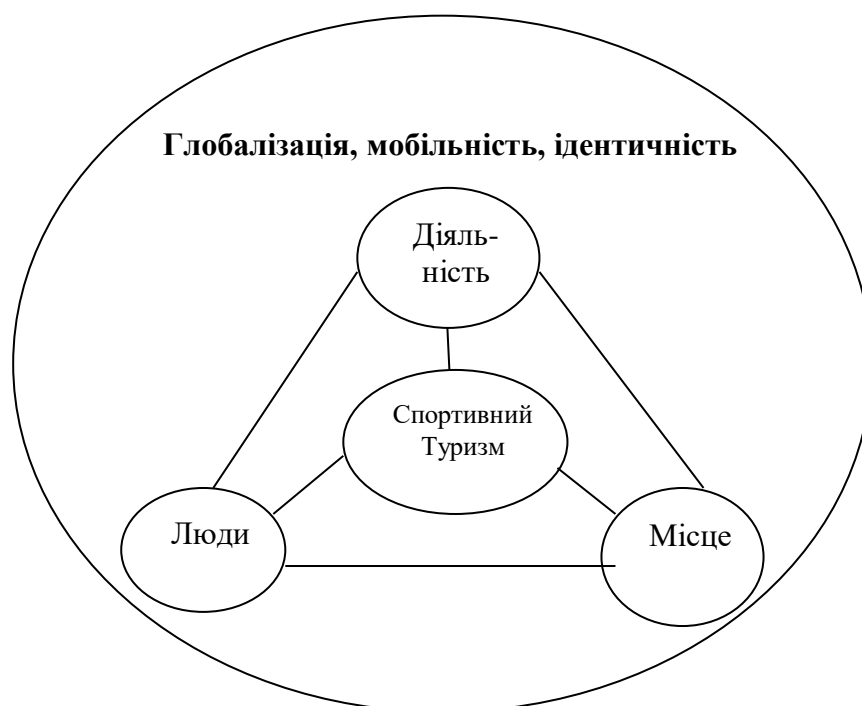


Рис. 2. Спортивний туризм як сполука між діяльністю, людьми і місцем [8, с.28]

Цієї точки зору дотримуються і М.Від та К.Бул, які також розглядають спортивний туризм як соціальне, економічне і культурне явище, що виникає внаслідок унікальної взаємодії діяльності, людей і місця [9, с.16]. При цьому поняття “спорт” визначається як певна форма діяльності (наприклад, велогонки), участь в якій може бути формальною чи неформальною, активною чи пасивною, дозвільною чи оздоровчою. До того ж, вчені відзначають, що “спорт” включає 2 категорії осіб, а саме конкурентів та глядачів. Конкуренти – активні учасники, тоді як глядачі – пасивні. Так само туризм поєднує так званих співмандрівників і/або так званих господарів.

Відштовхуючись від категоризації у теорії “спорту” і “туризму”, варто приділити увагу і визначенню поняття “спортивний туризм”, яке пропонує С. Майкл Холл: спортивний туризм – це подорожі з некомерційних причин, які мають 2 категорії: поїздки з метою спостереження за спортивними змаганнями чи поїздки, безпосередньо пов’язані з участю у спортивній діяльності, за межами місця проживання. Виділяючи ці категорії, він пропонує використовувати дві розмірні структури, в межах яких досліджувати поведінку туристів: 1) ступінь активності – від найменш до найбільш активних відвідувачів; і 2) мотивація або ступінь конкурентоздатності – неконкурентоздатні чи конкурентоздатні відвідувачі [10, с.210].

На основі перелічених підходів до трактування поняття “спортивний туризм”, вважаємо за доцільне запропонувати власне визначення. На нашу думку, спортивний туризм – це суспільно-економічне явище, яке являє собою відпочинкову діяльність людей різного віку і фаху у формі вільного пересування (подорожей) з метою занять спортом, спостереження за спортивними змаганнями або безпосередньої участі в них у місцевостях, віддалених від місць постійного проживання.

Висновки

1. Дослідження тематики спортивного туризму має важливе як наукове, так і практичне значення, оскільки спортивний туризм виступає одним із важливих чинників збереження та поліпшення здоров'я окремих людей та населення в цілому.

2. Розробка теоретичних основ вивчення спортивного туризму пов'язана із визначенням поняття, яке відображає це важливе суспільне явище. Це дозволяє виокремити суспільні параметри явища, що є необхідною умовою всього наукового дослідження.

3. Дослідження поняття “спортивного туризму”, обгрунтованого різними вченими, дає змогу окреслити деякі риси, що характеризують явище спортивного туризму. Зокрема, поняття “спортивного туризму” відображає конвергенцію інтересів туризму і спорту, специфічне злиття яких відображає властивості (характеристики) “спортивного туризму”. Крім цього, спортивний туризм охоплює подорожі, пов'язані з різними видами спорту; виражається у формі спортивних заходів; включає активну чи пасивну участь; виступає у ролі одного з провідних напрямів розвитку національної економіки.

4. Особливість нашого підходу до трактування поняття “спортивного туризму” полягає в тому, що воно в деякій мірі синтезує поняття, подані в науковій літературі. Це дає позитивний синергетичний ефект. Разом з тим воно більш повно вловлює суспільні параметри явища спортивного туризму, що сприяє більш повному його вивченню та одержанню більш вагомих наукових результатів.

Список використаних джерел

1. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: [навч. посіб.] / Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
2. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: [підручник] / Сокол Т.Г.; за заг. ред. В.Ф.Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.: – (Бібліогр. 260 с.).
3. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности / Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/zorin.
4. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / Бабкин А.В. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/babkin01.htm
5. Simon Hudson. Sport and Adventure Tourism / Simon Hudson. – Routledge, 2003. – Pp. 324.
6. Heather J.Gibson. Sport tourism: concepts and theories / Heather J.Gibson. – Taylor & Francis Group, 2004. – Pp. 224.
7. Joy Standeven. Sport tourism / Joy Standeven and Paul de Knop. – Human Kinetics, 1999. – Pp. 367. – (Includes bibliographical references and index).
8. James E.S. Higham. Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis / James E.S. Higham. – Butterworth-Heinemann, 2005. – Pp.300. – (Includes bibliographical references and index).
9. Mike Weed. Sports tourism: participants, policy and providers / Mike Weed and Chris Bull. – Butterworth-Heinemann, 2004. – Pp. 241.
10. C. Michael Hall. Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility / C. Michael Hall. – Harlow: Pearson Education, 2005. – Pp. 448.