

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №3 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-3>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/89EVN315.pdf>

DOI: 10.15862/89EVN315 (<http://dx.doi.org/10.15862/89EVN315>)

УДК 338.48

Кулишкин Дмитрий Юрьевич

ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет»

Россия, Сочи¹

Аспирант

E-mail: m-kulishkin@yandex.ru

Социально-экономические проблемы постолимпийского развития городов: туристский аспект

¹ 354053, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Крымская, д. 36, кв. 54

Аннотация. В статье рассмотрен процесс перехода городов, принимавших Олимпийские игры, на постолимпийский этап. Данный этап является важным для страны проведения в целом и региона в частности с точки зрения получения возможностей развития и потенциальных выгод от «олимпийского эффекта». Однако результат исследования зарубежного опыта в проведении Олимпийских игр показывает, что тем преимуществам, которые они предоставляют, сопутствуют и различные социально-экономические проблемы муниципального, регионального и национального уровней. Автор уделяет особое внимание влиянию Олимпийских игр на рынок туристских услуг и продуктов, а также выделяет процессы трансформации регионального туристского продукта в контексте проведения Олимпийских игр. Акцент в статье сделан на опыте г. Сочи. В частности автором рассмотрены туристские потоки на объекты постолимпийского наследия г. Сочи, обоснована важность и программность событийных мероприятий города и формирования цельного событийного ряда, выделены приоритеты регулирования инвестиционных программ в постолимпийский период. Также сделана попытка переосмысления проблем продвижения регионального туристского продукта курорта Сочи после проведения Олимпийских игр на основе опыта предшествующих олимпийских столиц.

Ключевые слова: олимпийские игры; олимпийское наследие; постолимпийский период; постолимпийское развитие; продвижение туристского продукта; региональный туристский продукт; рецессия; событийный портфель; стратегия продвижения; туристский поток.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Кулишкин Д.Ю. Социально-экономические проблемы постолимпийского развития городов: туристский аспект // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №2 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/89EVN315.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/89EVN315

С 1960 г. Олимпийские игры, после успешного проведения на немунципальной территории Скво-Вэлли (США), стали восприниматься как эффективный инструмент регионального развития благодаря инфраструктурным преобразованиям для проведения крупного спортивного события. Так произошла переориентация мест проведения Олимпийских игр с известных городов с развитой соответствующей инфраструктурой на города, имеющие политическое, промышленное, образовательное или туристское значение (административные и культурные центры), но где требовались инфраструктурные трансформации и повышение туристской привлекательности региона. Попытки проведения Олимпийских игр, в частности зимних, в небольших городах локального значения (в 1992 г. в Альбервиле (Франция) и в 1994 г. в Лиллехаммере (Норвегия)) оказались неудачными и не дали должных результатов и положительных изменений в постолимпийском развитии регионов [7]. Это утвердило политику проведения Олимпийских игр, в особенности зимних, в городах, имеющих особое значение в какой-либо сфере. Проведение зимней Олимпиады в г. Сочи также укладывается в предположение, что Олимпийские игры именно в таких городах имеют наибольшее значение с точки зрения развития экономики региона, повышения имиджа и соответственно постолимпийского развития. Г. Сочи стал первым городом-курортом, принявшим зимние Олимпийские игры, одновременно и для летнего и для активного зимнего отдыха.

В той или иной мере, Олимпийские игры отражают реальную государственную политику в отношении развития принимающего города и региона в целом на период около 10 лет [8]. Другими словами, цель состоит в том, чтобы развить инфраструктуру и сформировать благоприятный внешний имидж города (региона) и, тем самым, создать конкурентное преимущество, в том числе и в туристской привлекательности.

Так, в результате подготовки к проведению подобных мегасобытий появляются новые объекты инфраструктуры, рекреационные зоны, деловые центры, выступающие эффективными инструментами в последующей трансформации позиционирования города и региона в целом. Например, г. Инсбрук (Австрия), после принятия Олимпийских игр дважды, превратился из небольшого зимнего курорта в деловой кластер и спортивный центр, а результатом проведения Олимпийских игр в г. Турин (Италия) стало значительное улучшение городской инфраструктуры города и способствовало решению накопившихся прежде проблем в этой сфере.

Однако за историю Олимпийских игр были и отрицательные примеры инфраструктурного развития городов. Так, начав в 90-е годы подготовку к проведению летних Олимпийских игр, г. Атланта опережала многие крупные города США по темпам строительства, уровню занятости и росту населения. Но его стремительное развитие как «Нового Юга» обернулось резким ухудшением экологической обстановки, перенаселенностью и нерациональным расширением размеров [2].

Так, Олимпиада играет ключевую роль в переосмыслении имиджа города и определяет вектор развития посредством:

- демонстрации уникальных особенностей и свойств города, как имевшихся, так и приобретенных в ходе подготовки;
- стимулирования трансформационных и модернизационных процессов в городе;
- вовлечения местных жителей в широкомасштабный проект;
- лидерских действий муниципального руководства (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, обеспечивающие успешное постолимпийское развитие города (составлено автором)

Сами по себе Олимпийские игры, а именно подготовительные мероприятия к ним, уже выступают комплексной, структурной стратегией, для успешной реализации которой требуется перестройка всего городского пространства. При этом общим знаменателем таких действий должны выступать инновационность, активность и креативность на всех уровнях [1].

При этом до сих пор ведутся дискуссии об организации мер и действий, направленных на успешное экономическое развитие с помощью Олимпийских игр.

Этап подготовки к Олимпийским играм, на основе изучения в городах (принимавших Олимпийские игры) переходного периода от преолимпийского этапа к олимпийскому и постолимпийскому, в целом показывает динамику роста места проведения по многим экономическим показателям. Начало масштабного строительства городской и спортивной инфраструктуры вызывает приток крупных инвестиций в регион, приводит к появлению новых предприятий, и, как следствие, созданию рабочих мест. Однако после завершения Олимпиады и прохождения пикового периода, в соответствии с экономической цикличностью, намечаются тенденции к спаду в экономике города, что также подтверждается исследованием постолимпийского пространства [5]. В данном аспекте постолимпийский этап является наиболее сложным для места проведения Олимпиады, по сути, выступающий рецессивным периодом, когда на первое место выходят задачи по поиску новых точек роста и разработке стратегий развития региона (рис. 2). Так, например, в г. Сочи, который является в России ведущим курортным регионом, будет целесообразно направить основные усилия на совершенствование туристской сферы за счет реализации объектов постолимпийского наследия.

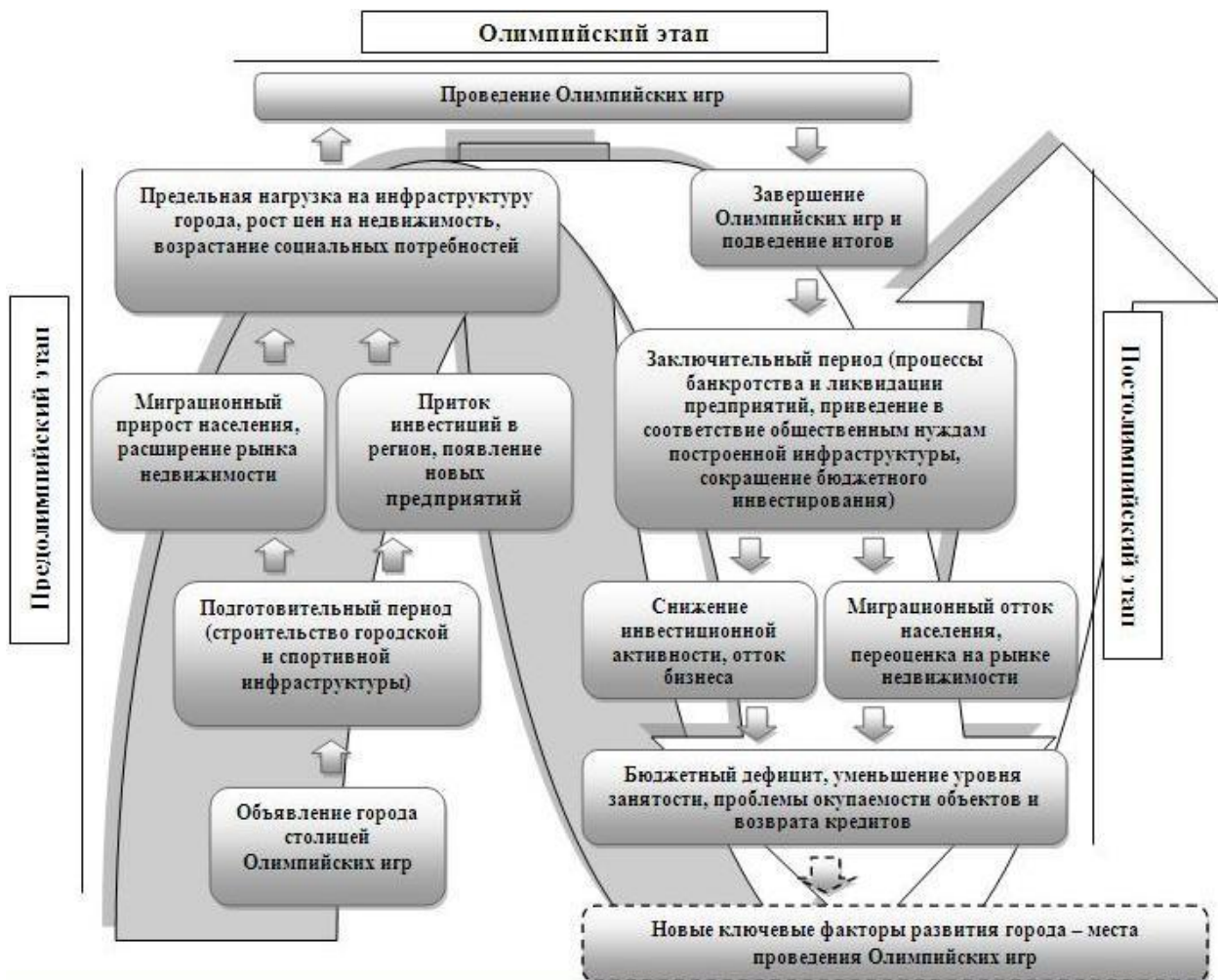


Рис. 2. Обобщенный динамический процесс преобразования социально-экономической сферы города (места проведения Олимпийских игр) в ходе олимпийского делового цикла (составлено автором)

Выбранная стратегия должна активизировать новые факторы развития города. Это достижимо в результате ее оптимизации в условиях постолимпийского пространства города и учета текущих реалий социально-экономической сферы (на национальном, региональном и местном уровнях).

Постолимпийский этап является самым важным для страны проведения в целом и региона в частности с точки зрения доходной части и окупаемости Олимпийских игр. При этом данный этап является наименее исследованным, в силу сложности определения временных границ и оценки эффективности, но наиболее перспективным, так как он связан с использованием всей олимпийской инфраструктуры после завершения Олимпийских игр. Его успешность напрямую связана с тем, насколько точно и верно была разработана программа использования всей инфраструктуры.

Высокая активность туристов и функционирования экономики региона продолжается приблизительно в течение одного года после завершения Олимпийских игр, однако фактическая продолжительность не определена четко во времени. В частности, например, Р.М. Нуреев и Е.В. Маркин отмечают, что уже в первый год может наблюдаться спад деловой активности [6]. Также данные авторы конкретизируют издержки и выгоды государственного и частного секторов на постолимпийском этапе (рис. 3).



*Рис. 3. Издержки и выгоды государства и частного сектора после завершения Олимпийских игр (на постолимпийском этапе)
(источник: [6])*

Для уменьшения рецессии и сглаживания негативных экономических последствий проведения Олимпийских игр и их скорейшей окупаемости на первое место выходит создание четкого плана по использованию олимпийских объектов. На постолимпийском этапе практически каждая страна выдвигала индивидуальные схемы использования олимпийского наследия. Можно выделить основные из них:

- перепрофилирование спортивных олимпийских объектов и сооружений;
- сдача в долгосрочную аренду частным компаниям;
- разбор на материалы для строительства других сооружений;
- изначальное строительство объектов на территории заинтересованных учреждений (например, университетов, для создания учебной спортивной инфраструктуры).

Для полноценной и всесторонней оценки экономических и социальных выгод от проведения Олимпийских игр было создано множество исследований. Результаты оказались смешанными, а после завершения мероприятия аналитическая работа практически не проводится, что связано, как правило, с долгосрочным эффектом. Оценить влияние Олимпийских игр подразумевает сложную и противоречивую задачу. Практика показывает, что, в частности, проблема реализации объектов постолимпийского наследия остается одной из актуальных в настоящее время для стран, принимавших Олимпийские игры, и одной из менее проработанных. Строительство новых стадионов и спортивных объектов для нужд Олимпиады часто оказывается невыгодным. После Олимпийских игр они становятся невостребованными, а государства вынуждены тратить внушительные суммы на их содержание или отказываться от такового [3].

Даже некоторые аспекты из международного опыта использования олимпийского наследия указывают на значительные трудности в решении этой проблемы. Например, после Олимпиады в Пекине площадки для каякинга, пляжного волейбола и бейсбола заброшены, а срок окупаемости объектов, которые продолжают использовать (стадион «Птичье гнездо»), превышает 30 лет. В Греции, где Олимпиада проходила в условиях нарастающего кризиса, спортивные объекты просто забросили. С проблемами реализации объектов постолимпийского наследия столкнулась и Россия после проведения Зимних Олимпийских

игр в г. Сочи 2014 г. Сложности состоят не только в разделе олимпийского имущества, но и в оценке объектов по возможности отдачи от дальнейшего их использования. Взвешенность решения о реализации постолимпийского наследия определяется, в первую очередь, отсутствием четких программ финансирования содержания объектов, а также прогнозов спроса на перепрофилированные объекты.

Целесообразное использование объектов инфраструктуры Олимпийских игр действительно может способствовать развитию экономики региона и послужить базой для разработки стратегии продвижения туристского продукта региона с целью увеличения туристских потоков.

Олимпийские игры, в соответствии с мировой практикой их проведения, притягивают не только многомиллионные туристские потоки, но и как следствие этого мощные финансовые потоки, что и делает олимпийский продукт экономически жизнеспособным [9]. Так, именно туризм получает все условия для своего развития в регионе проведения Олимпийских игр. Поэтому целесообразно олимпийский продукт рассматривать как определенным образом интегрированный в региональный туристский продукт и создающий своеобразный олимпийский туристский продукт (рис. 4).

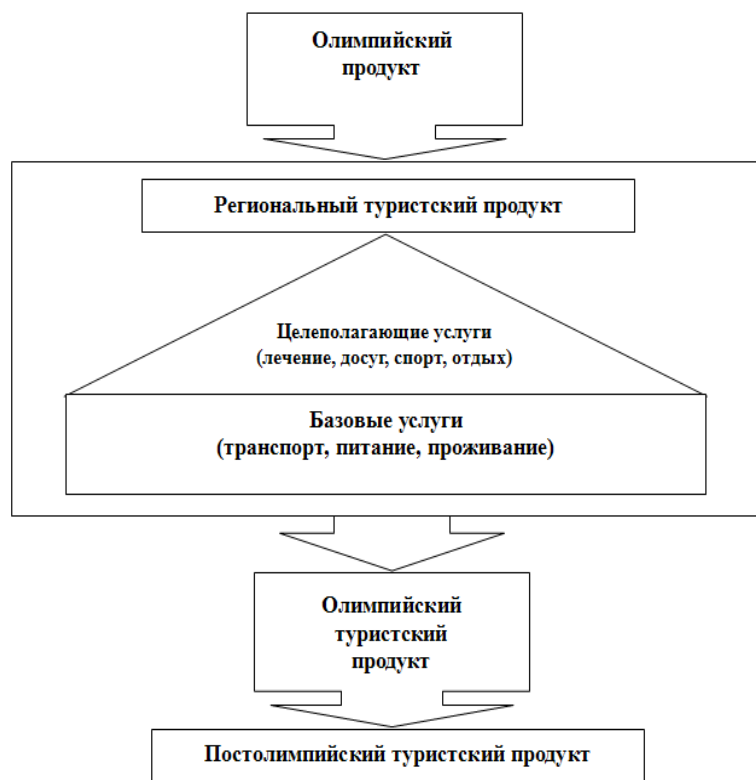


Рис. 4. Трансформация туристского продукта в контексте проведения Олимпийских игр
(составлено автором)

Однако не меньший интерес у современных специалистов в области туризма вызывает формирование, реализация и продвижение туристского продукта в условиях постолимпийского пространства региона.

Положительным примером может служить Олимпиада в г. Барселона (Испания, 1992 г.). Подготовка к ней была использована не только для трансформации урбанистического ландшафта, но и для формирования туристской инфраструктуры как конкурентного преимущества города (например, количество гостиничных номеров увеличилось на 90%).

Такой подход дал свои результаты: с 1990 г. по 2009 г. численность туристов, ежегодно посещающих г. Барселона, возросла более чем втрое – с 1,7 млн. чел. до 5,5 млн. чел., а количество деловых мероприятий, проводимых в городе, увеличилось в 3,6 раз [10]. Однако этот результат был достигнут за период более чем в 15 лет, что подчеркивает стратегическое направление в воплощении установок на развитие туризма.

Так, для дальнейшего привлечения туристских потоков на постолимпийском этапе региону важно обеспечить продвижение среди мирового туристского сообщества своего конкурентного и уникального туристского продукта одновременно качественно повышая его технологический уровень за счет реализации объектов олимпийского наследия.

Применительно к Олимпиаде 2014 г. в г. Сочи, проблема концептуального продвижения регионального туристского продукта после проведения Олимпийских игр фактически не была поставлена изначально. В настоящее время основные темы обсуждений и дискуссий все еще сводятся к оценке вложенных инвестиций в олимпийские проекты, без постановки вопроса о том, какой туристский продукт был получен в результате и насколько он будет жизнеспособен с уменьшением «олимпийского эффекта».

Дефицитным является понимание того, какие параметры приобрел региональный туристский продукт в результате проведения Олимпийских игр 2014 г. и как на их основе сформировать стратегию продвижения постолимпийского туристского продукта.

Пройдя закономерный пиковый этап в количестве туристов в «олимпийский» год, г. Сочи, в соответствии с мировой практикой, может столкнуться в последующие года с уменьшением туристского потока. Это может быть связано с двумя факторами: отсутствием «олимпийских» туристов (туристов, прибывших на Олимпийские игры), а также с эффектом перераспределения определяющих для г. Сочи туристских потоков (туристы из других регионов России) между регионами после завершения аттрактивного мероприятия (рис. 5).

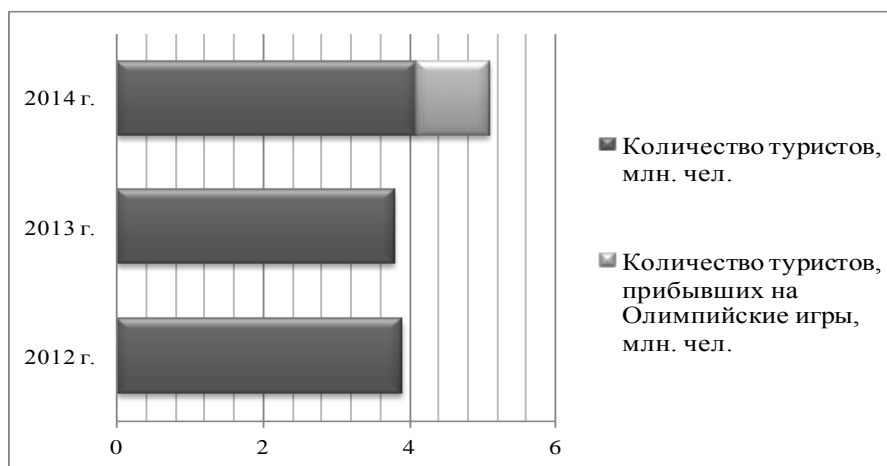


Рис. 5. Общее количество туристов, прибывших в г. Сочи за период 2012-2014 гг. (составлено автором. Источник: Администрация города Сочи. Режим доступа: <http://www.sochiadm.ru> (дата обращения 10.12.2014))

С начала 21 в. зимние Олимпийские игры в среднем посещает около 1,3 млн. чел. По предварительным данным 1,2 млн. зрителей посетили соревнования на всех площадках Олимпийских игр в г. Сочи, а число посетителей Олимпийского парка г. Сочи в период Олимпиады составило 1,5 млн. чел.². Исходя из этого и учитывая отсутствие единых методик

² Триумф России. Олимпиада в цифрах и фактах. Режим доступа: <http://www.aif.ru/olymp2014/dontknow2014/1113070> (дата обращения 03.06.2015).

и критериев в подсчете «олимпийских туристов», а также затяжной характер обработки данных, можно предположить с долей погрешности двойного учета, что количество туристов, прибывших на олимпийские игры в г. Сочи составило около 1 млн. чел. Таким образом, без «олимпийских туристов» г. Сочи за 2014 г. принял количество туристов, соответствующее предшествующим периодам, что говорит о привлечении дополнительного туристского потока только фактически за счет крупного мероприятия.

В связи с этим, важной задачей является при уменьшении с последующими годами «олимпийского» эффекта сохранить и наращивать туристский поток в г. Сочи благодаря потенциалу постолимпийского наследия. При этом необходимо учитывать, что простое механическое наращивание туристского потока может дать мало возможностей для развития города (в том числе в силу нагрузки на природно-рекреационный комплекс) без оптимизации расходов туристов [2].

Важным фактором развития региона на постолимпийском этапе является поддержание «событийного ряда», заданного проведением крупного спортивного мероприятия. Благоприятная политическая, социальная, экономическая и экологическая обстановка города и региона создает привлекательную площадку для различных мероприятий и повышает интерес со стороны инвесторов, туристов и других заинтересованных лиц, что, в свою очередь, оказывает влияние на бренд места и его продвижение.

При этом событийный туристский продукт в рамках его формирования, продвижения и реализации не должен подразумевать механический отбор наиболее значимых дат или отдельных событий жизни региона. Необходимо создание цельного технологического пакета с закрепленными датами, организационными механизмами, экономическими составляющими, который должен быть стабилен (по большей части в плане дат) для обеспечения его итерации. В этом случае аттрактивное мероприятие позволит привлечь туристов благодаря возможности точного бронирования гостиниц, заблаговременному планированию транспортного маршрута до места проведения и т.д. Однако, в г. Сочи все еще большой процент имеют запланированные мероприятия (25% в 2015 г.), проведение которых уточняется в плане дат или вовсе не подтверждено даже накануне. Так, необходимым становится проведение комплексных мероприятий твердо привязанных по времени и месту, прежде всего в межсезонный период (фактически единственным мероприятием в этом плане выступает этап Гран-при «Formula 1»), способных к воспроизводству и защищенных от срывов (например, отмена международных авиагонок в г. Сочи за 2 месяца до запланированного проведения).

Инвестиционные потоки, генерируемые в ходе подготовки к проведению Олимпийских игр, но в объемах, в конечном счете, превышающие общественные потребности, ставят проблему окупаемости вложенных средств. Решение проблемы, так или иначе, сводится к эффективному использованию наследия и привлечению дополнительных туристских потоков в процессе продвижения и реализации постолимпийского туристского продукта.

Инвестиционные программы в процессе реализации объектов постолимпийского наследия эффективны, если соответствуют следующим приоритетам в их взаимосвязи (рис. 6):

1. созданная инфраструктура доказывает свою эффективность, как правило, в том случае, когда ее создание является частью долгосрочного плана развития города;
2. проекты модернизации городской среды и строительства новых объектов дают возможность получения экономической выгоды в долгосрочной перспективе при условии соответствия реальным общественным потребностям;

- успешная реализация крупномасштабных инфраструктурных проектов возможна при использовании комплексного подхода к расходованию средств и их обоснования: прозрачная система контроля и отчетности, структурированный проектный надзор, четко определенные сроки;
- высокая перспективность реализации крупных инфраструктурных объектов, главным образом спортивных сооружений, после завершения мероприятия;
- использование модели государственно-частного партнерства в финансировании проектов;
- четкое взаимодействие всех уровней власти: федерального, регионального и местного в процессе реализации объектов наследия³.



Рис. 6. Приоритеты регулирования инвестиционных программ в процессе реализации объектов постолимпийского наследия (составлено автором, источник: *К игре готовы. Крупные спортивные мероприятия как стимул к развитию инфраструктуры. Режим доступа: http://www.pwc.ru/ru_RU/ru/globalisation/assets/Mega-Events-Infrastructure-rus-august.pdf (дата обращения 03.06.2015)*)

Олимпийские игры в г. Сочи ярко продемонстрировали проблему гигантизма Олимпиад. Данная проблема превращает Олимпийские игры, с возрастающими ресурсами на подготовку к их проведению, в предприятие со слишком высокими рисками и невыполнимую задачу, что делает Олимпиады прерогативой больших стран и городов.

Снизить «давление» Олимпийских игр на место их проведение можно было бы пересмотрев базовый формат трех единств: времени, места и действия [8]. Главным образом, облегчить материально-техническое обеспечение Олимпийских игр можно было благодаря пересмотру принципа единства места. Географическое рассредоточение соревнований по региону (а не сосредоточение в пределах одного города) позволило бы более эффективно использовать спортивные объекты, построенные или реконструированные, после завершения

³ К игре готовы. Крупные спортивные мероприятия как стимул к развитию инфраструктуры. Режим доступа: http://www.pwc.ru/ru_RU/ru/globalisation/assets/Mega-Events-Infrastructure-rus-august.pdf (дата обращения 03.06.2015).

Олимпиады и значительно снизило бы проблемность расселения туристов и транспортного обеспечения. Решение данного вопроса организаторы Олимпийских игр в г. Сочи пытались воплотить в сборно-разборных конструкциях спортивных объектов для их перемещения в соседние регионы, однако затратность данного мероприятия на фоне совокупных расходов не позволила реализовать данную идею.

Таким образом, проведение мегасобытий, таких как Олимпийские игры, позволяет ускорить развитие городов и регионов в целом, изменить качество городской среды, улучшить условия жизни людей и сформировать значимое материальное и духовное наследие. Пример г. Сочи показывает, как Олимпиада способствует, в первую очередь, развитию инфраструктуры города, а также его социальной и культурной составляющих.

Одной из главных проблем проведения Олимпийских игр является краткосрочность непосредственно олимпийского этапа, то есть самого спортивного события, и его невоспроизводимость в месте проведения (всего в трех городах Олимпийские игры проводились повторно, однако интервал составлял от 12 до 20 лет) [4]. Все это не позволяет обеспечить окупаемость капитальных вложений в процессе проведения Олимпиады и требует понимания того, как объекты будут рентабельно работать в долгосрочной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 336 с.
2. Кетова Н.П., Онищенко Е.В., Шарафутдинов В.Н. Формирование и реализация регионального туристского продукта на рынке рекреационно-оздоровительных услуг: маркетинговый подход. Ростов-н/Д: Изд-во «Содействие XXI век», 2011. 288 с.
3. Корчагина Е.В. Социально-экономические и экологические эффекты Олимпийских игр: анализ динамики развития Сочи в контексте других олимпийских столиц // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. №2. С. 14-19.
4. Кудрявцев В. Об объекте и предмете исследований в спортивном менеджменте // Вестник РМОУ. 2014. №4. С. 50-57.
5. Кулишкин Д.Ю. Формирование стратегии продвижения туристского продукта в условиях постолимпийского пространства г. Сочи: экономические аспекты // Современная экономика: проблемы и решения. 2014. №7(55). С. 162-170.
6. Нуреев Р.М., Маркин Е.В. Олимпийский деловой цикл // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. №3. С. 50-64.
7. Нуреев Р.М., Маркин Е.В. Экономика Олимпийских игр. М.: Норма, 2015. 144 с.
8. Шаппле Жан-Лу, Кюблер-Маббот Б. Международный олимпийский комитет и Олимпийская система. Управление мировым спортом. М.: ООО «Издательство «Рид Медиа», 2012. 240 с.
9. Шарафутдинов В.Н. О «сочинском турпродукте» в преддверии зимней Олимпиады 2014 г. // Вестник Института экономики РАН. 2013. №4. С. 53-61.
10. Шипунова С.Е. Олимпийское наследие Сочи. М.:ОЛМА Медиа Групп, 2014. 416 с.

Рецензент: Вербин Юрий Иванович, доцент кафедры «Финансов, кредита и мировой экономики», кандидат экономических наук, ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет».

Kulishkin Dmitriy Jurevich
Sochi State University
Russia, Sochi
E-mail: m-kulishkin@yandex.ru

Socio-economic problems of the post-Olympic city development: the tourist aspect

Abstract. The article describes the process of transition of cities to host the Olympic Games, at the post-Olympic stage. This stage is important for the host country as a whole and the region in particular in terms of getting development opportunities and potential benefits of the "Olympic effect". But the result of the study of international experience in the Olympic Games shows that the benefits that they provide, and are accompanied by a variety of socio-economic problems of municipal, regional and national levels. Author paid special attention to the impact of the Olympic Games on the market of tourist services and products and highlights the processes of transformation of the regional tourism product in the context of the Olympic Games. An important focus of the article is made on the experience of Sochi. In particular, the author examined the objects of tourist flows post-Olympic legacy Sochi, substantiated the importance of software and event management, to prioritize regulation of investment programs in the post-Olympic period. It is also an attempt to rethink the issues of promotion of regional tourism product of the resort of Sochi after the Olympic Games based on the experience of previous Olympic city.

Keywords: olympic games; olympic legacy; olympic period; post-olympic development; promotion of tourism product; Regional tourist product; the recession; event list; promotion strategy; tourist flow.

REFERENCES

1. Dinni K. Brending territoriy. Luchshie mirovye praktiki. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2013. 336 s.
2. Ketova N.P., Onishchenko E.V., Sharafutdinov V.N. Formirovanie i realizatsiya regional'nogo turistskogo produkta na rynke rekreatsionno-ozdorovitel'nykh uslug: marketingovyy podkhod. Rostov-n/D: Izd-vo «Sodeystvie XXI vek», 2011. 288 s.
3. Korchagina E.V. Sotsial'no-ekonomicheskie i ekologicheskie efekty Olimpiyskikh igr: analiz dinamiki razvitiya Sochi v kontekste drugih olimpiyskikh stolits // Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy. 2013. №2. S. 14-19.
4. Kudryavtsev V. Ob ob"ekte i predmete issledovaniy v sportivnom menedzhmente // Vestnik RMOU. 2014. №4. S. 50-57.
5. Kulishkin D.Yu. Formirovanie strategii prodvizheniya turistskogo produkta v usloviyakh postolimpiyskogo prostranstva g. Sochi: ekonomicheskie aspekty // Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya. 2014. №7(55). S. 162-170.
6. Nureev R.M., Markin E.V. Olimpiyskiy delovoy tsikl // Ekonomicheskiy vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. №3. S. 50-64.
7. Nureev R.M., Markin E.V. Ekonomika Olimpiyskikh igr. M.: Norma, 2015. 144 s.
8. Shapple Zhan-Lu, Kyubler-Mabbot B. Mezhdunarodnyy olimpiyskiy komitet i Olimpiyskaya sistema. Upravlenie mirovym sportom. M.: OOO «Izdatel'stvo «Rid Media», 2012. 240 s.
9. Sharafutdinov V.N. O «sochinskom turprodukte» v preddverii zimney Olimpiady 2014 g. // Vestnik Instituta ekonomiki RAN. 2013. №4. S. 53-61.
10. Shipunova S.E. Olimpiyskoe nasledie Sochi. M.:OLMA Media Grupp, 2014. 416 s.