

Số 96 – Tháng 6/2019

CHUYÊN ĐỀ:

**TỔ CHỨC SỰ KIỆN THỂ THAO:
TÂM ẢNH HƯỞNG VÀ CÁC BÀI HỌC CỦA MỘT SỐ
QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI**

LỜI NÓI ĐẦU

Thể thao ngày nay không đơn thuần chỉ là các hoạt động thể chất giúp nâng cao thể trạng cho con người, mà thể thao đã được nâng lên một tầm cao mới. Những báo cáo về công tác tổ chức sự kiện thể thao ngày nay cho thấy hoạt động này mang lại nhiều lợi nhuận cho nền kinh tế địa phương, cho cộng đồng, cho xã hội và đôi khi là thúc đẩy sự phát triển của thể thao tại đất nước hoặc thành phố đấy.

Trong chuyên đề lần này, Ban Biên tập xin gửi đến quý độc giả những câu chuyện về hoạt động tổ chức sự kiện thể thao, tầm ảnh hưởng cũng như bài học về công tác chuẩn bị và tổ chức của một số quốc gia như Thái Lan, Malaysia, Đài Loan, Brazil hay Hoa Kỳ... Chúng tôi hy vọng rằng những câu chuyện này sẽ giúp quý độc giả hình dung ra được sự phát triển và tầm ảnh hưởng của việc đăng cai một sự kiện thể thao đối với một thành phố nói riêng và một quốc gia nói chung.

Ban biên tập

MỤC LỤC

Lời nói đầu	2
Đăng cai tổ chức sự kiện thể thao và các vấn đề liên quan	4
Kinh nghiệm tổ chức các giải đấu thể thao của Thái Lan	34
Phát triển du lịch ở Malaysia qua giải đua xe công thức 1 và Đại hội thể thao Kuala Lumpur 2017	37
Sự kết hợp giữ thể thao và du lịch ở Philippines nhân dịp Sea Games 2019	42
Giải Marathon Wanjinshi, Đài Loan: Xây dựng thương hiệu sự kiện tạo đà cho phát triển du lịch thể thao	45
Sự gắn kết thể thao và du lịch thông qua việc đăng cai tổ chức các giải đấu quốc tế của Nhật Bản	48
Di sản của TVH Olympic 2016 tới thành phố Rio, Brazil	52
Tác động của Olympic và Paralympic 2024 tới thành phố đăng cai LosAngeles	64
Tăng trưởng ngành du lịch thể thao ở Canada	72

ĐĂNG CẠI TỔ CHỨC SỰ KIỆN THỂ THAO VÀ CÁC VẤN ĐỀ LIÊN QUAN

Có cơ hội đăng cai tổ chức một sự kiện thể thao là trách nhiệm, cũng như niềm vinh dự của một thành phố, một đất nước. Đặc biệt hơn nữa nếu như sự kiện thể thao đấy mang tầm cỡ thế giới hoặc châu lục. Vậy thì đăng cai tổ chức sự kiện thể thao sẽ mang lại những ảnh hưởng tích cực gì cho thành phố đăng cai nói riêng và đất nước nhận vinh dự đăng cai xét về tổng thể? Bài viết dưới đây là tổng hợp nghiên cứu của các nhà quản lý và các nhà khoa học trong lĩnh vực kinh tế, xã hội, thể thao, dịch vụ... trước vấn đề đăng cai tổ chức sự kiện thể thao.

I. Chấn hưng nền kinh tế

1. Ảnh hưởng tích cực đến nền kinh tế

Elmer Sterken (2006) đưa ra kết luận rằng để tổ chức một sự kiện thể thao tầm cỡ lớn như TVH Olympic hoặc Vòng chung kết Giải Vô địch Bóng đá thế giới (World Cup), thì khoản kinh phí mà mỗi quốc gia đăng cai phải chi từ 10 cho đến 20 tỷ USD. Elmer Sterken cũng chỉ ra rằng việc đăng cai tổ chức sự kiện thể thao quốc tế cũng mang đến nhiều ảnh hưởng tích cực tới nền du lịch, truyền thông, đầu tư...

Tổ chức một sự kiện thể thao quốc tế đòi hỏi một khoản kinh phí lớn, đặc biệt là trong vấn đề xây mới và nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, địa điểm thi đấu, phòng tập, sân bãi... Ví dụ như để nhận được quyền đăng cai tổ chức World Cup, Liên đoàn Bóng đá thế giới (FIFA) yêu cầu quốc

gia đăng cai phải trình được ít nhất 8 SVĐ mới đạt chuẩn quốc tế. FIFA cho rằng sau khi kết thúc World Cup những địa điểm, SVĐ đạt chuẩn này có thể tiếp tục đưa vào sử dụng trong các mục đích xã hội hóa khác của địa phương hoặc đăng cai tổ chức các sự kiện, chương trình thể thao khác. Điều này sẽ giúp quốc gia đẩy thu được một khoản lợi nhuận kinh tế không nhỏ. Việc phát triển cơ sở vật chất, hạ tầng, địa điểm thi đấu cũng dẫn tới hệ quả tích cực là sự phát triển trong tiến bộ kỹ thuật và nâng cao năng suất lao động của quốc gia đăng cai. Hay như ở Trung Quốc, việc đăng cai tổ chức TVH Olympic Bắc Kinh 2008 đã giúp nhà ga T3 của Cảng Hàng không quốc tế Bắc Kinh sớm đưa vào hoạt động, giúp nâng vị trí xếp hạng của Cảng Hàng không quốc tế Bắc Kinh từ số 30 lên số 3 trong danh sách các cảng hàng không hiện đại và có lưu lượng khách bay nhiều nhất trên thế giới.

Nhận định về vấn đề năng suất lao động, hiệu quả lao động và tỷ lệ việc làm của mỗi quốc gia, mỗi địa phương trước mỗi kỳ đăng cai tổ chức sự kiện thể thao quốc tế quan trọng, Brunet (2005) cho rằng cơ hội việc làm và cơ hội tuyển dụng nhân lực trình độ cao trong giai đoạn này rất nhiều. Theo thống kê, trong giai đoạn từ 1986 đến 1992, để chuẩn bị cho TVH Olympic Barcelona, tỷ lệ lao động có việc làm của Tây Ban Nha đã đạt tới con số 88,7%. Đây được xem là một tỷ lệ “vàng” vào thời điểm bấy giờ.

Một ảnh hưởng tích cực khác của việc tổ chức các sự kiện thể thao tầm cỡ quốc tế chính là sự phát triển du lịch của địa phương tổ chức, của nước chủ nhà. Những nơi đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao lớn như TVH Olympic hay World Cup

được xem như là điểm thu hút khách du lịch, khách tham quan cũng như người hâm mộ thể thao. Du lịch phát triển đồng thời cũng kéo theo một hệ quả có thể dễ dàng nhìn thấy chính là sự phát triển của đội ngũ nhân sự làm việc trong ngành công nghiệp du lịch do sự lớn mạnh đáng kể hệ thống các nhà hàng, khách sạn, CLB giải trí, tụ điểm vui chơi giải trí... Ngoài ra, do số lượng khách du lịch tăng vọt trong khoảng thời gian sự kiện, điều này cũng tạo ra một tác động gián tiếp đến tổng mức chi phí tiêu dùng cá nhân, khiến cho con số này tăng lên nhanh chóng. Điều này được minh chứng qua nghiên cứu của Brad R. Humphreys (2013), sau khi World Cup 2012 được tổ chức thành công tại 2 quốc gia Ba Lan và Ukraine.

Bên cạnh đấy, việc đăng cai tổ chức một sự kiện thể thao quy mô thế giới còn giúp cho quốc gia, địa phương đăng cai nâng cao được vị thế của mình trong lòng bạn bè và quan chức thể thao. Có thể lấy ví dụ nước Đức và World Cup 2006 để hiểu rõ hơn tình huống. Trước World Cup 2006, nước Đức được biết đến như một quốc gia khá “lạnh lùng” và “kín đáo”, với hình ảnh người dân Đức khá “trầm tính”. Tuy nhiên, chính nhờ khẩu hiệu “Đã đến lúc kết bạn”, với các hoạt động, chiến lược, chương trình mà BTC World Cup 2006 đưa ra, nước Đức đã xây dựng được một hình ảnh khác – thân thiện và cởi mở, nhiệt tình và chân thành – trong lòng bạn bè và quan khách quốc tế. Sau khi World Cup 2006 kết thúc, rất nhiều khách du lịch, bạn bè trên thế giới và ngay cả những khán giả xem truyền hình đã có những cái nhìn gần gũi hơn với nước Đức.

Song song cùng với việc phát triển hình ảnh và vị thế này, cũng chính là sự phát triển và phối hợp ăn ý giữa truyền thông quốc gia và chiến lược phát triển hình ảnh quốc gia. Morphet,

Malfas, Theodoraki và Houlihan (2004) cùng thống nhất đưa ra kết luận rằng truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển và quảng bá hình ảnh của nước chủ nhà, thành phố đăng cai sự kiện thể thao trở thành một điểm đến du lịch tiềm năng. Lý giải cho kết luận này, các nhà nghiên cứu cho rằng truyền thông không chỉ đơn thuần chỉ là những chương trình quảng cáo, giới thiệu hình ảnh... mà còn là chuỗi các chương trình, các chiến lược phát triển mang tính lâu dài, hướng tới đối tượng bao gồm khách du lịch, người hâm mộ thể thao, các nhà đầu tư, nhà tài trợ quốc tế.

Trong dài hạn, các tài liệu kinh tế cho thấy rằng có ba cách mở rộng sự gia tăng hoạt động kinh tế nhờ vào việc đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao lớn.

Đó là gia tăng sự tham gia về mặt kinh tế, năng suất, hay nhận thức của nước chủ nhà, hoặc để thu hút các lĩnh vực kinh doanh hay du lịch. Khía cạnh thị trường lao động ở đây sẽ xem xét các bằng chứng hạn chế đối với sự gia tăng phần tham gia của thị trường lao động.

Sau đó khía cạnh du lịch sẽ xem xét bằng chứng về sự gia tăng trong dài hạn số lượng du khách và việc chi tiêu của khách. Phần này đánh giá các tiềm năng tăng năng suất kinh doanh hoặc nhận thức nước chủ là một nơi để kinh doanh.

Về danh tiếng, khi đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao lớn có thể dẫn đến sự tiếp xúc quốc tế đáng kể để quảng bá hình ảnh các hoạt động kinh doanh của một thành phố. PWC (2001) thấy rằng TVH Sydney 2000 đã mở rộng được tiếp xúc kinh doanh thêm cho thành phố. Điều này đã giúp thúc đẩy thương hiệu của thành phố và đã tạo ra một trong những tác động mạnh

mẽ nhất của Đại hội thể thao này, nâng cao uy tín của các doanh nghiệp tham gia cung cấp các nguồn lực cho Đại hội (OECD, 2010). Trở lại, điều này đã góp phần giúp cho việc tăng đầu tư trực tiếp từ nước ngoài mà có thể nâng cao năng lực kinh doanh và năng suất của nền kinh tế. Cũng có bằng chứng từ Barcelona, thành phố đã nâng cao được vị thế của mình một cách đáng kể trong bảng xếp hạng quốc tế với tư cách một nơi để kinh doanh trong thập kỷ gắn với việc đăng cai tổ chức TVH của họ (Brunet, 2005).

Bằng chứng mới đầu xuất hiện từ TVH London cũng cho thấy một thông điệp tích cực. Một cuộc khảo sát được tiến hành ngay sau TVH này đã phát hiện ra rằng 92% các doanh nghiệp đã nhận thức được Đại hội này sẽ giúp quảng bá London đến với quốc tế (KPMG, 2012). Tuy nhiên, điều quan trọng là phải theo dõi xem điều này có chuyển thành kết quả lâu dài hay không trước khi có thể rút ra những kết luận chắc chắn.

Về mặt nâng cao năng suất, cũng có một số bằng chứng cho thấy các cơ sở hạ tầng đã được tăng cường nhờ TVH này có thể giúp cải thiện các cơ hội cho các doanh nghiệp và gia tăng khả năng hoạt động trên một quy mô lớn hơn một cách nhanh chóng hơn. Tuy nhiên, bằng chứng này cũng cho thấy, mặc dù một số dự án hạ tầng có thể trở nên ít được sử dụng và có thể ít được sử dụng cho bộ phận lớn các cư dân sau Giải đấu, song sự cải thiện về mạng lưới giao thông nói riêng cũng có thể giúp các doanh nghiệp phát triển (Smith, 2012).

Bằng chứng từ TVH Barcelona cho thấy những cải thiện cơ sở hạ tầng có thể là một trong những tác động lâu dài nhất của các sự kiện thể thao lớn. Brunet (2005) thấy rằng bằng cách

tập trung một tỷ lệ lớn xuất đầu tư vào cơ sở hạ tầng, Barcelona đã có thể phát triển các cơ sở cho việc cải thiện lâu dài diện mạo của thành phố. Thông tin thêm về vấn đề này có thể được tham khảo trong phần “Bảo vệ môi trường và phát triển cộng đồng bền vững” của báo cáo tổng quan này. Ngoài việc cải thiện các cơ sở hạ tầng, có một số bằng chứng về những biện pháp có thể làm tăng sự phối hợp hành động giữa các tổ chức với nhau nhờ vào việc đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao lớn (Smith, 2012).

Giải đấu này thường lôi cuốn sự hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân, và cũng là cơ hội để các tổ chức mở rộng mạng lưới hoạt động của họ. Điều này có nghĩa là các tổ chức trong cả khu vực công và khu vực tư nhân đều có sự kết nối thông tin liên lạc tốt hơn và các mối quan hệ làm việc với một phạm vi đối tác rộng hơn, và đôi lại, có thể giúp đảm bảo những hoạt động mới cho các doanh nghiệp địa phương.

Đây là trường hợp quan hệ đối tác khu vực tại phía Tây Bắc của nước Anh sau Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung Manchester 2002 (Smith và Fox, 2007). Gần đây hơn, bằng chứng ban đầu từ London cho thấy một mức độ quan hệ đối tác “chưa từng có” (Trung tâm nghiên cứu Giáo dục thể chất và Hoạt động thể thao, 2013: 32). Có ý kiến cho rằng việc đăng cai tổ chức TVH London 2012 dẫn đến sự liên kết hoạt động kinh doanh và kết nối thông tin tốt hơn giữa các đối tác và giữa khu vực tư nhân và khu vực công cộng.

Khi được lồng vào các dự án hiện có, các giải đấu thể thao lớn sẽ phát huy tác dụng như một hợp lực để đạt được một số mục tiêu (Smith, 2012). Trong những sự kiện trước đó, đặc biệt

là ở Đại hội thể thao Khôi thịnh vượng chung Manchester năm 2002 và TVH London 2012, có bằng chứng cho thấy rằng những sự kiện này đã giúp xúc tiến và đẩy nhanh một số đề án hiện tại nhằm tái thiết các khu vực đã bị xuống cấp nặng nề hơn của hai thành phố này.

Các bằng chứng cho thấy điều này rất có thể xảy ra ở nơi nào mà chủ nhà có một chiến lược rất rõ ràng được xây dựng dựa trên những thế mạnh hiện có của một thành phố (Smith, 2012).

Hãn hữu cũng có bằng chứng cho thấy có một loại thành phố hoặc khu vực nhất định được hưởng lợi nhiều nhất nhờ việc đăng cai tổ chức các giải đấu thể thao lớn. Đặc biệt, đó thường là những thành phố hậu công nghiệp có nền tảng cho sự tăng trưởng đáng kể, song ở đó nền kinh tế đã phải vật lộn để phục hồi từ sự thua lỗ của các ngành công nghiệp lớn. Ví dụ điển hình về điều này được nêu trong các tài liệu gồm có Manchester năm 2002 và TVH mùa đông Turin 2006, (OECD, 2010).

2. Tăng cơ hội việc làm và cơ hội được đào tạo

Cùng với những tác động kinh tế rộng rãi hơn, cũng có bằng chứng cho thấy có một mô hình tác động chung đến thị trường lao động.

Phát hiện trùng hợp nhất là sự gia tăng việc làm trong ngành xây dựng trong thời gian tiến tới các giải đấu này, Smith (2012). Điều này cũng được thấy trong các tài liệu đánh giá tổng quan đã được Kasimati (2003) và Gratton và CS (2005) tiến hành và trong một số nghiên cứu riêng về một loạt các sự kiện lớn.

Chắc chắn, sự gia tăng về việc làm có mối tương quan chặt chẽ với hoạt động khi nền kinh tế mở rộng hơn. Do đó sự gia tăng của ngành xây dựng này thường sẽ giảm đi trong năm diễn ra giải đấu nhưng các lĩnh vực ngành nghề khác của nền kinh tế luôn nhận được một mức tăng tại thời điểm giải đấu được tổ chức, đặc biệt là ngành du lịch và khách sạn (Spilling, 1996). Tương tự như vậy, theo đánh giá phân kỳ của mình, DCMS thấy rằng, ngành xây dựng và các lĩnh vực liên quan đến giải đấu chịu sự tác động nhiều nhất từ sự kiện lớn như TVH Olympic. Các ngành này đã có sự gia tăng đáng kể về hoạt động và điều này đã dẫn đến sự gia tăng cơ hội việc làm trong ngắn hạn.

Xét về tỷ lệ của những tác động này, Nghiên cứu của Viện Kinh tế Oxford về TVH London 2012 công bố rằng 78% số giờ làm việc được tạo ra là trong lĩnh vực xây dựng, 15% trong du lịch và còn lại 7% là ở những ngành khác (2012). Những nghiên cứu khác bao gồm những đề tài do Trung tâm Phân tích kinh tế khu vực (1999) và Giesecke và Madden (2007) cũng cho thấy tác dụng tương tự. Tuy nhiên, những phương pháp phân tích được sử dụng để ước tính tác động ngắn hạn đến vấn đề việc làm đã bị chỉ trích, vì đã đưa ra ước tính quá mức về tác động của các giải đấu lớn và đã dựa trên những số liệu được ước tính để tiến hành việc đó (Kasitmati, 2003).

a. Những tác động lâu dài

Một nghiên cứu về Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung Manchester 2002 đã cho thấy rằng 6.300 chỗ làm việc được coi là chính thức đã được tạo ra trong suốt mười năm gần với Đại hội thể thao này, trong khi KPMG (2006) ước tính rằng

13.600 việc làm được coi là chính thức được tạo ra trong giai đoạn 20 năm gần với Đại hội Thể thao Khỏe mạnh chung Melbourne 2006. Ngoài ra, DCMS (2013) và Oxford Economics (2012) dự đoán sẽ có sự gia tăng mạnh mẽ về việc làm nhờ có TVH London 2012. Điều này đã được củng cố bằng những chứng cứ từ các sự kiện thể thao lớn ở Barcelona, Turin và Manchester là những nơi đã có sự tăng trưởng về việc làm gắn với các kỹ năng đã được tăng lên, cho phép những công nhân thuộc lĩnh vực công nghiệp cũ đã bị thất nghiệp trước đó đạt các kỹ năng theo yêu cầu của nền kinh tế tri thức (Murtagh, 2007; OECD, 2010).

b. Ai được hưởng lợi?

Xét về tổng thể, bất kỳ sự gia tăng việc làm nào đều mang tính chất riêng đối với khu vực địa lý diễn ra sự kiện và có thể không có tác động đáng kể ở mức độ quốc gia (Spilling, 1996). Giesecke và Madden (2007) ghi nhận rằng, rất khó để đánh giá hiệu quả về kinh tế rộng lớn hơn. Tuy nhiên họ cho rằng, tốt hơn cả là giả định không có tác động nào đến nền kinh tế quốc gia, nơi mà không ai có thể quan sát một cách rõ ràng được.

Minnaert (2012) đưa ra lập luận rằng các cơ hội việc làm được phân bố không đều, và rằng đó có thể là thách thức nhắm tới những người sẽ được hưởng lợi nhiều nhất. Ngày càng có nhiều Giải đấu lớn đưa vào đó các chương trình hướng đến các nhóm xã hội bị thiệt thòi. Tuy nhiên, ngay cả khi có mục tiêu rõ ràng, như ở TVH Sydney 2000, cũng đều xuất hiện khó khăn để sao cho các chương trình việc làm đến được với những người cần phải được hưởng lợi nhiều nhất (Minnaert, 2012).

Các cơ hội có xu hướng đến với những người đã sẵn có kỹ năng, chứ không phải là những người đã bị thất nghiệp dài hạn,

hoặc những người cần nhất sự giúp đỡ để trở lại hòa nhập vào thị trường việc làm (Minnaert, 2012). Điều này là hết sức nan giải nếu các nhà tổ chức áp dụng cách tiếp cận quá thận trọng, và chỉ thuê những người được đào tạo một cách khắt khe để phục vụ cho sự kiện này. Vì vậy Minnaert (2012) kết luận rằng các chương trình chung chung là không đủ, mà các chương trình phải được nhắm tới các nhóm dân số cụ thể một cách tỷ mỉ.

Ngoài ra, nếu là nền kinh tế rộng lớn hơn, có thể có khả năng bị rò rỉ trong việc chi tiêu do các công ty đa quốc gia đang được thuê để quản lý các dự án lớn nhất (Smith, 2012). Điều này có nghĩa rằng người dân địa phương có thể bị tuột mất các cơ hội việc làm, do các ứng viên nước ngoài có đủ kỹ năng phù hợp có thể giành được những công việc đang cần có người làm.

Nhìn chung, các nghiên cứu, và trong khi xây dựng mô hình kinh tế cụ thể thường có xu hướng tập trung vào các tác động tổng hợp và do đó không thể thu hút được việc phân bổ các cơ hội việc làm. Những ví dụ này bao gồm các phân tích kinh tế đối với TVH Sydney 2000 do Trung tâm Phân tích kinh tế khu vực (1999) và Giesecke cùng Madden (2007) cung cấp tổng ước tính về các mức phát triển việc làm.

Gần đây hơn, để phù hợp với sự chuyển dịch trọng tâm chính sách, chính phủ đã chỉ đạo hoạt động ở TVH London 2012 phải đưa mục tiêu tập trung vào những người thất nghiệp sống gần các địa điểm có tổ chức thi đấu. Đánh giá phân kỳ của TVH London 2012 đưa ra bằng chứng hơn 30.000 việc làm được tạo ra trực tiếp trong thời gian tiến tới, và trong khi diễn ra các sự kiện Olympic (DCMS, 2012). Ngoài ra, một nghiên

cứ Đánh giá các ngành nghề liên quan đến Olympics của Greater London Authority cho thấy rằng, ước tính trung bình có 68.900 người dân London bị thất nghiệp đã được giúp nhận vào làm việc một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua Đại hội thể thao này (SQW, 2013). Tuy nhiên, hiện vẫn chưa rõ có bao nhiêu trong số đó là những người thất nghiệp dài hạn. Cũng vẫn chưa rõ bao nhiêu chỗ làm việc trong các công việc này là nghề lâu dài, và một lần nữa, rất khó tách biệt hoàn toàn tác động của việc đăng cai tổ chức TVH khỏi quá trình tái thiết rộng lớn hơn ở phần phía Đông London.

c. Những yếu tố nào sẽ có khả năng gây tác động lâu dài?

Nhìn chung, với bằng chứng nêu trên vẫn không thể đi đến kết luận bằng cách nào những tác động kinh tế rộng lớn hơn nhờ các giải đấu thể thao lớn sẽ chuyển thành những tác động đến thị trường lao động. Tuy nhiên, các khu vực hậu công nghiệp dường như được chứng kiến những tác động mạnh mẽ nhất. Một nghiên cứu của OECD (2010) về phạm vi ảnh hưởng của sự kiện toàn cầu này thấy rằng đã có những dấu hiệu cải thiện đối với các mức gia tăng việc làm ở Turin và Barcelona gắn với việc tổ chức TVH Olympic. Ngoài ra Murtagh (2007) nhận thấy rằng có bằng chứng cho thấy tỷ lệ thất nghiệp giảm từ 14,2% xuống còn 5,7% tại New East Manchester trong suốt thời kỳ Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung 2002.

Với tất cả các hoạt động diễn ra trong dịp có sự kiện thể thao lớn, khó có thể tách biệt tác động này khỏi các yếu tố khác có ảnh hưởng đến nền kinh tế. Tuy nhiên, các bằng chứng cho thấy có một mối tương quan giữa các thành phố đã bị rơi vào tình trạng suy giảm hậu công nghiệp và sự suy giảm rõ rệt

tình trạng thất nghiệp. Điều này có thể một phần là do sự giúp đỡ, tạo điều kiện cho những người công nhân đạt được những kỹ làm việc khiến họ có sức cạnh tranh mạnh hơn trong một “nền kinh tế tri thức” hiện đại.

3. Hoạt động tình nguyện

Từ những chứng cứ của Đại hội Thể thao Khôi thịnh vượng chung Manchester 2002, Ralston và Cs. (2005) thấy rằng các giải đấu lớn có thể đóng vai trò như một chất xúc tác để huy động và phát triển cộng đồng theo định hướng tình nguyện và xây dựng các kỹ năng trong lĩnh vực hoạt động tình nguyện. Họ phát hiện ra rằng khoảng 42% các tình nguyện viên được khảo sát cảm thấy muốn được tiếp tục hoạt động tình nguyện do họ đã được trải nghiệm.

Bằng chứng tương tự về sự gia tăng mong ước được làm tình nguyện viên xuất hiện ở giai đoạn đầu của TVH London. Dickson và Benson (2013) cùng DCMS (2013) nhận thấy rằng, 45% các tình nguyện viên đã trả lời trong cuộc khảo sát cho biết họ sẽ tăng cường hoạt động tình nguyện của họ trong tương lai. Tương tự như vậy, McInnes (2012) phát hiện thấy 40% các tình nguyện viên Olympic đã được khích lệ làm tình nguyện lần đầu tiên vì TVH London 2012.

Mặc dù có bằng chứng về sự hào hứng tham gia hoạt động tình nguyện đã tăng lên nhờ có những giải đấu này, song cũng cần lưu ý rằng hầu hết các nghiên cứu được tiến hành ngay sau khi kết thúc các giải đấu. Không có bằng chứng rõ ràng về sự nhiệt thành này sẽ chuyển thành sự thay đổi về hành vi lâu dài như thế nào. Điều này là rất quan trọng, vì nó là điều cần thiết để các tình nguyện viên phục vụ giải đấu trở thành những tình

nguyên viên thường xuyên nếu muốn đạt được lợi ích cộng đồng lâu dài (Smith, 2012).

II. Phát triển du lịch

1. Những tác dụng ngắn hạn

Fourie và Santana-Gallego (2011) tìm thấy bằng chứng trùng hợp về sự gia tăng ngắn hạn lượng khách du lịch nhờ có các giải đấu thể thao lớn. Các tác giả này đã sử dụng mô hình kinh tế để đánh giá các tác động của giải thi đấu thể thao lớn với một loạt các sự kiện thể thao, bao gồm cả TVH mùa hè, TVH mùa đông, và World Cup (tổng số là 169 Giải đấu).

Họ nhận ra rằng số chuyên tham quan du lịch trung bình tăng khoảng 8% trong năm tổ chức sự kiện, nhưng về tác động thì có sự khác nhau rõ rệt tùy theo thể loại giải đấu được tổ chức.

Nhận định này đã được Gratton và Cs (2005) khẳng định lại; tác giả nhận thấy rằng khách du lịch nước ngoài đến Greater Manchester tăng 7,4% trong năm tổ chức Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung (2002) so với năm 2000. Kang và Perdue (1994) cũng phát hiện thấy một trong những triển vọng tích cực về du lịch là nhờ có TVH Seoul 1988, những tác động tích cực nhất là trong năm diễn ra sự kiện, sau đó có sự sụt giảm theo thời gian.

Sự gia tăng về du lịch trong thời kỳ diễn ra sự kiện xảy ra không chỉ do số lượng du khách tăng lên, mà còn do lượng chi tiêu của mỗi người trong khoảng thời gian này cũng đã tăng lên (Chalip, 2004). Điều này là quan trọng bởi vì số lượng du khách không phải luôn luôn tăng lên trong khoảng thời gian

diễn ra sự kiện do họ chuyển đi nơi khác. Tại London 2012, số lượng du khách thực tế đã giảm trong quý 3 là 4,2% so với cùng kỳ năm năm 2011.

Trong đánh giá phân kỳ của mình, DCMS (2013) nhận thấy rằng điều này cho thấy có một số lượng đáng kể du khách thường xuyên chuyển đi nơi khác vì chán nản do tình trạng quá tải, sự phiền toái và giá cả leo thang. Tuy nhiên điều quan trọng, DCMS thấy rằng chi tiêu trung bình của du khách tại Đại hội thể thao là khoảng gấp đôi so với một du khách trung bình. Điều này có nghĩa rằng chi tiêu thực tế của du khách tăng 235 triệu Bảng (không bao gồm doanh số bán vé) trong quý 3 Năm 2012.

Hơn nữa, xét về tổng thể các năm, Visit Britain (2013) nhận thấy rằng có sự gia tăng 1% về số lượng khách du lịch đến Anh vào năm 2012 so với năm trước, và tăng 4% về chi tiêu của du khách so với cùng kỳ.

Mặc dù có những dự đoán trùng hợp và những kết quả về số lượng du khách tăng, tuy nhiên, Hiệp hội Kinh doanh du lịch châu Âu (2010) nhận thấy rằng các thành phố luôn ước tính quá mức về tầm ảnh hưởng. Điều này phần lớn là do sự dịch chuyển của những du khách rút khỏi chuyến tham quan thành phố trong khoảng thời gian diễn ra giải đấu do nhận thấy có quá đông người hoặc sự tăng giá. Họ nhận thấy điều này dẫn đến tỷ lệ lấp đầy các khách sạn giảm nhiều hơn mức dự kiến tại ba thành phố đăng cai Olympic mùa hè gần đây nhất. Ngoài ra, có bằng chứng từ Trung Quốc trong năm tổ chức Olympic Bắc Kinh 2008, rằng trái ngược với dự đoán, số lượng du khách và chi tiêu thực tế đã giảm trong năm tổ chức sự kiện này (Li et al, 2011).

Cũng có bằng chứng cho thấy các chiến dịch quảng bá du lịch liên quan đến các sự kiện thể thao lớn có thể có tác dụng đáng kể. Đỉnh cao nhất trong các chiến dịch này là chiến dịch GREAT, trong đó nêu bật những khía cạnh tích cực của Vương quốc Anh cho mọi đối tượng khán giả trên toàn thế giới với một nỗ lực thúc đẩy nâng cao hình ảnh của Vương quốc Anh trong thời gian tiến tới TVH này. Phân tích của UKTI (2013) cho rằng chiến dịch này sẽ tạo ra khoản thu nhập khoảng 600 triệu Bảng cho Vương quốc Anh.

2. Những ảnh hưởng lâu dài

Các bằng chứng về sự tăng trưởng du lịch trong dài hạn là không trùng hợp nhau (Kasimati, 2003). Một số nghiên cứu đã cho thấy không có sự tăng rõ rệt về việc làm trong những năm sau giải đấu (Spilling, 1996; Giesecke và Madden, 2007). Mặt khác, nhiều nghiên cứu dự đoán có sự tăng trưởng về du lịch, và những nghiên cứu khác đã kết luận rằng có sự tăng mạnh về du lịch sau sự kiện này (Brunet, 1996).

Đã có dự báo về tác động đối với ngành du lịch từ chính các giải đấu lớn với nhiều môn thể thao gần đây tại Anh trong cả hai sự kiện: Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung Manchester 2002 và TVH London 2012; tác động được ước tính là tích cực trong những năm xung quanh hai sự kiện này. Viện Tư vấn Chính sách Cambridge, (2002) dự báo rằng, năm 2002 Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung sẽ thu hút 300.000 du khách đến Manchester mỗi năm, tạo ra khoản chi tiêu thêm 18 triệu Bảng.

Trong trường hợp của London, chắc chắn là ở giai đoạn này có rất ít bằng chứng về tác động dài hạn đối với ngành du lịch.

Oxford Economics (2012) đánh giá tác động về mặt kinh tế của các Đại hội thể thao, ước tính rằng Đại hội thể thao này sẽ đảm trách làm gia tăng 10,8 triệu lượt du khách từ năm 2005 đến năm 2017. Họ ước tính rằng điều này sẽ hỗ trợ cho mức thu ròng của ngành du lịch đạt đến 1,24 tỷ Bảng trong suốt khoảng thời gian giữa các năm 2007 đến năm 2017 và rằng 61.000 chỗ làm việc bổ sung thêm sẽ được hỗ trợ bởi các chi phí bổ sung. Oxford Economics ước tính rằng hầu hết những cải thiện này sẽ có hiệu lực sau khi tổ chức Đại hội thể thao, với 79% các tác động được dự kiến từ năm 2013 trở đi.

Smith (2012) lưu ý rằng có thể có sự tác động tích cực lâu dài đối với ngành du lịch nhờ đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao lớn. Tuy nhiên, điều này không được bảo đảm. Ông nhận thấy rằng tác động lâu dài đối với ngành du lịch liên quan đến nhu cầu sau sự kiện đã thay đổi, việc cung cấp các cơ sở hạ tầng du lịch và năng lực tiếp nhận mới.

Trong điều kiện nhu cầu sau sự kiện thay đổi, các thành phố sử dụng các giải đấu lớn như là một cơ hội chủ yếu để khơi lại thương hiệu của họ trong mắt của du khách. Điều này không phải là đơn giản mà đòi hỏi phải có một chiến lược lâu dài và kỹ lưỡng (Anholt, 2007). Các giải đấu thể thao lớn do đó không phải là một cơ hội xây dựng thương hiệu của chính nó, mà là một cơ hội cho truyền thông. Để tận dụng được điều này thì điều quan trọng là chủ nhà phải có thông điệp rõ ràng sao cho có thể hiện ra ngay khi các tiêu điểm của truyền thông toàn cầu được bật lên.

Khi xét trường hợp của Olympic Bắc Kinh, Zhang và Zao (2009) đồng ý rằng các giải đấu thể thao lớn có thể quảng bá

được một số mặt của thành phố. Tuy nhiên, chúng sẽ ít có được những ảnh hưởng lâu dài, nếu như không được tiếp tục bằng một chiến lược dài hạn, gắn kết thành phố với môi trường kinh tế xã hội hiện tại của nó, và với các giá trị cốt lõi của nó; và có lẽ quan trọng nhất, các sự kiện đó phải được sự chấp nhận của người dân của chính thành phố đó.

Westerbeek và Linley (2011) đồng ý rằng cách tiếp cận dài hạn là rất quan trọng để biện pháp xây dựng thương hiệu thành phố sẽ có tác dụng lâu dài. Họ nhận thấy rằng những thành phố liên tục tổ chức một loạt các giải đấu có nhiều khả năng thấy được tác động tích cực đến nhận thức về thành phố trong thời gian dài hơn so với những thành phố có xu hướng tập trung vào mục tiêu tổ chức một giải đấu đơn lẻ. Họ dẫn ra ví dụ về Melbourne, nơi đã tái khẳng định thương hiệu chính nó là một trong những điểm đến của các sự kiện thể thao lớn trên thế giới. Họ đã xây dựng bằng việc đăng cai tổ chức các sự kiện như Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung, Giải Tennis Australian Mở rộng và Giải thưởng lớn Melbourne Grand Prix để xây dựng hình ảnh lâu bền là một nơi chuyên tổ chức các giải đấu lớn. Bằng cách làm như vậy, họ đã tạo ra được một ngành công nghiệp tổ chức sự kiện tại thành phố sẽ sử dụng một số lượng lớn người dân và tạo ra mức chi tiêu trực tiếp và gián tiếp đáng kể (Westerbeek và Linley, 2011).

Một số tác động tích cực lâu dài nhất đối với du lịch đã được nhận thấy ở các thành phố hậu công nghiệp, đặc biệt là Olympics Mùa hè Barcelona 1992 và TVH mùa đông Turin 2006 (OECD, 2010). Cả hai thành phố đều sử dụng sự kiện này để giúp xây dựng hình ảnh và cơ sở hạ tầng của thành phố như

là một phần của công cuộc tái phát triển rộng lớn hơn cho thành phố và điều này đã giúp tăng cường mạnh mẽ sự cảm nhận đó là một địa chỉ du lịch. Đặc biệt, TVH Barcelona đã được chọn làm ví dụ về trường hợp một thành phố đã sử dụng một giải đấu để tái khẳng định một cách mạnh mẽ về hình ảnh của mình với khách du lịch. Họ đã làm được điều đó bởi cả hai thành phố này đều nêu bật được vẻ đẹp tự nhiên và bản sắc văn hóa của thành phố.

Ngoài ra, có một số ít bằng chứng cho rằng Đại hội thể thao này đã giúp quảng bá thêm về nước Anh ở nước ngoài. Trên bảng xếp hạng thương hiệu các quốc gia (National Brands Index, 2013) đã thấy nước Anh được chuyển từ vị trí thứ 4 lên thứ 3 trong tổng xếp hạng uy tín quốc tế (DCMS, 2013). Do tính chất ổn định của chỉ số này, thậm chí một sự gia tăng nhỏ lên gần vị trí đầu bảng như thế này đã được xem là quan trọng.

III. Bảo vệ môi trường và xây dựng cộng đồng bền vững

1. Cải thiện môi trường vật chất và xã hội

Sự tác động đối với môi trường vật chất và xã hội là khác nhau tùy theo từng giải đấu. Một yếu tố rất quan trọng cho việc đổi mới liên quan đến giải đấu thành công là các kế hoạch được tích hợp đồng bộ vào các mục tiêu dài hạn hiện tại (Smith, 2012). Các giải đấu nhiều môn thể thao do đó thường mở rộng và đẩy nhanh những kế hoạch hiện có, chứ không phải là tạo ra những giải pháp chiến lược cải tạo mới.

Olympics Barcelona - 1992 thường được sử dụng làm ví dụ để chứng minh một thành phố có thể sử dụng thành công việc tổ chức một giải đấu lớn để mở rộng việc cải tạo đô thị. Như đã thảo luận trong phần phát triển phần thịnh, thành phố này đã sử

dụng TVH để giúp phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở thành phố (Brunet, 2005). Một trong những yếu tố then chốt trong sự thành công của Barcelona là kế hoạch tổ chức TVH đã được đưa vào chiến lược cải tạo dài hạn hiện hữu. Tuy nhiên cũng có luận điểm cho rằng, thành công của Barcelona phải được nhìn nhận thông qua bối cảnh độc đáo của nó, trong đó bao gồm tài trợ của EU và sự trỗi dậy của bản sắc Catalan (Smith, 2012).

Ngoài ra còn có bằng chứng từ Manchester 2002 rằng Đại hội thể thao khối Thịnh vượng chung này đã giúp sức hỗ trợ các cơ hội phát triển bền vững tại thành phố (Viện tư vấn Chính sách Cambridge, 2002). Những cơ hội này bao gồm sự phát triển về thương mại ở phần phía Đông Manchester bao gồm một trung tâm bán lẻ của khu vực, một khách sạn bốn sao, các văn phòng và việc xây dựng khu nhà ở mới tạo thêm đến 3.800 việc làm. Cũng đã có sự phát triển Công viên Bắc Manchester, ước tính đã tạo ra thêm khoảng trên 6.000 việc làm trong thành phố (Viện tư vấn Chính sách Cambridge, 2002).

Ngoài ra TVH London 2012 đang bắt đầu được biểu dương là một mẫu mực về sự tái thiết thành công, góp phần tăng tốc và mở rộng sự tái thiết ở phần phía Đông London (Trung tâm nghiên cứu Giáo dục thể chất và Hoạt động thể thao, năm 2013; DCMS, 2013). Những mặt được cải thiện bao gồm chỉnh trang, dọn dẹp một số lượng đáng kể các khu đất, và dỡ bỏ những tòa nhà bị bỏ hoang. Những sự cải thiện này đã tạo ra không gian cho sáu địa điểm thi đấu thể thao vĩnh cửu, cũng như không gian nhà ở mới, 100 ha không gian xanh, không gian kinh doanh, và phát triển một trung tâm mua sắm mới. Trong số

những thay đổi này có nhiều thứ đã xuất hiện không phải trong quá trình tổ chức TVH mà cả trình này đã được đẩy mạnh và tích hợp nhiều hơn là kết quả của Việc tổ chức Đại hội thể thao này (DCMS, 2013).

Một vấn đề tương tự với việc mạng lưới giao thông được thiết kế để sử dụng ngắn hạn đã được ghi nhận liên quan đến TVH Athens- 2004 (Krohe, 2010).

Trong TVH mùa đông Vancouver 2010, lời hứa về nhà ở xã hội chiếm một phần quan trọng trong hồ sơ dự thầu đã không trở thành hiện thực (Smith, 2012). Kassens-Noor (2012) phân tích vai trò của IOC trong việc tạo tác động tái thiết đô thị về lâu dài và các quy hoạch giao thông của thành phố. Ông kết luận rằng sự ưu tiên đôi được đưa ra nhằm thỏa mãn những nhu cầu ngắn hạn mà không phải bao giờ cũng có lợi cho người dân địa phương và đôi khi những kế hoạch tái thiết ban đầu đã bị bỏ rơi.

Kể từ đó, các sự kiện thể thao lớn, đặc biệt là các TVH Olympic, đã được sử dụng để giới thiệu về cách tổ chức sáng tạo và các tiêu chuẩn cao về thực tế phát triển bền vững. TVH Sydney 2000 là sự kiện thể thao lớn đầu tiên đưa tính bền vững và các tiêu chuẩn cao về môi trường vào mục tiêu cốt lõi của nó và khiến cho chúng trở thành một điểm quan trọng trong quá trình đấu thầu.

Một thập kỷ sau, TVH mùa đông Vancouver 2010 đã hướng tới mục tiêu đạt được một mức cam kết về phát triển bền vững chưa từng có trong tiền lệ. Làng Olympic đã được cho là gần đạt mức hiệu suất năng lượng cao nhất thế giới và giải đấu này đã được sử dụng để giới thiệu các công nghệ mũi nhọn (Smith,

2012). Tuy nhiên, bài học về lâu dài từ mô hình này, cho đến nay vẫn không được ghi lại trong bất kỳ tài liệu nào.

Olympic London 2012 đã đề ra một loạt chính sách và cách làm có tính bền vững, để cố gắng trở thành một Đại hội thể thao “phát triển bền vững nhất từ trước tới nay ”(DCMS, 2013:20). Những sáng kiến này bao gồm ít nhất 90% chất thải của quá trình phá dỡ được tái sử dụng hoặc tái chế, các địa điểm thi đấu được thiết kế để giảm khoảng 40% lượng nước tiêu thụ, tránh được gần 80.000 tấn khí thải carbon do đúc bê tông tại hiện trường, sử dụng vật liệu tái chế, và Làng Olympic đã chiếm hơn 25% quy mô các dự án của Vương quốc Anh, như Tuyến đường sắt tốc độ cao 2, hiện cũng đang sử dụng các tính năng chính của giải pháp phát triển bền vững này (DCMS, 2013). London khuyến khích xây dựng tiêu chuẩn ISO 20.121- một hệ thống tiêu chuẩn quản lý môi trường mới và hiện cũng được sử dụng trong Đại hội thể thao Khối Thịnh vượng chung Glasgow 2014 và TVH Rio 2016.

2. Tăng cường sức mạnh và nâng cao vị thế cộng đồng

Các giải đấu lớn nhiều môn thể thao là cơ hội cho cộng đồng dân cư được tham gia song nó cũng cho thấy rằng để có được thành quả này, mọi người cần phải cảm nhận được rằng họ là một bên của quá trình lập kế hoạch ngay từ ban đầu (Smith, 2012). Barcelona đã được đánh dấu như là một ví dụ thành công. Thay vì chỉ tập trung vào các dự án tạo danh tiếng lớn, việc tái thiết cũng bao gồm nhiều giải pháp can thiệp khu vực lân cận quy mô nhỏ, chẳng hạn như cung cấp các trang thiết bị tiện ích công cộng cho các cộng đồng bị thiệt thòi. Tuy nhiên, đã có một số lời chỉ trích rằng quá trình này lẽ ra phải lôi

cuốn sự tham gia nhiều hơn của các khu lân cận tại địa phương (Calavita và Ferrier, 2000).

Có một số bằng chứng sớm từ Olympics London- 2012 về việc tích cực huy động sự tham gia của cộng đồng. Một cuộc khảo sát trên 1000 người trẻ đã tham gia vào các hoạt động liên quan đến Đại hội thể thao này cho thấy kết quả là phần lớn trong số họ họ đều cảm thấy gắn bó nhiều hơn với cộng đồng của mình và đều có mong muốn được tham gia vào các dự án khác (Legacy tin tưởng Anh, 2013). Tương tự như vậy, đánh giá của chương trình tuyên truyền cũng cho thấy rằng hơn một nửa số người tham gia khảo sát nhận thấy mình trở nên gắn bó nhiều hơn với cộng đồng địa phương của mình khi họ là một phần của chương trình (Hills, 2013). Tuy nhiên, vẫn còn những câu hỏi đặt ra là liệu những ý định này sẽ chuyển thành sự thay đổi hành vi thực tế được hay không.

IV. Ảnh hưởng đến sự phát triển của thể thao

1. Hoạt động thể chất và tham gia các môn thể thao

Veal đã chứng minh rằng sau TVH Sydney 2000, bảy môn thể thao Olympic đã có sự gia tăng về các mức độ tham gia, trong khi có chín môn cho thấy có sự suy giảm mức độ tham gia. So sánh với các môn thể thao không thuộc chương trình thi đấu Olympic cho thấy có sự tăng nhẹ và giảm nhẹ ở các mẫu tương tự, tạo ra một bức tranh rất hỗn độn. Sau đó ông đã cập nhật nghiên cứu này khi xem xét Giải tranh Cúp thế giới môn Rugby năm 2003 và Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung Melbourne 2006 cùng với các dữ liệu TVH Sydney (Veal, 2012). Các số liệu của Sydney cho thấy có một sự gia tăng nhỏ, không đáng kể diễn ra sau khi có sự suy giảm đáng kể, và do đó

Veal cho rằng Đại hội thể thao này đã có sự tiếp tục giảm nhẹ hơn. Dữ liệu liên quan đến Melbourne, mặt khác, cho thấy sự sụt giảm nhỏ trong những năm 2006 và 2007. Ông kết luận rằng các bằng chứng sẵn có vẫn chưa đủ để rút ra bất kỳ kết luận chắc chắn nào và cần phải được nghiên cứu thêm.

Một số nghiên cứu đã xem xét lại những nghiên cứu hiện có về việc liệu việc đăng cai tổ chức một giải đấu lớn nhiều môn thể thao có làm tăng mức độ hoạt động thể chất và sự tham gia tập luyện thể dục thể thao hay không. McCartney và các CS (2010) đã tiến hành rà soát một cách hệ thống, xem xét những nguồn tư liệu công bố từ năm 1978 đến năm 2008. Nghiên cứu của họ làm nổi bật sự thiếu bằng chứng xác thực. Về việc tham gia tập luyện các môn thể thao, chỉ có hai công trình nghiên cứu đưa ra các tiêu chí xác định của họ; trong đó một nghiên cứu cho rằng có sự giảm mức độ tham gia các môn thể thao sau khi tổ chức Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung Manchester 2002, trong khi công trình nghiên cứu kia lại cho rằng có sự tăng lên từ đầu những năm 1980 đến năm 1994 liên quan đến TVH Barcelona 1992.

Đánh giá phân kỳ về TVH London 2012, đã công bố có mức gia tăng nhẹ về tỷ lệ người lớn tham gia luyện tập thể thao một lần một tuần giữa các năm 2005/2006 và năm 2012 (DCMS 2013). Dữ liệu về tham gia tập luyện các môn thể thao được công bố từ các đánh giá phân kỳ cho thấy có một số chỉ tiêu suy giảm ở Anh vào năm 2013 (Thể thao Anh, 2013).

Weed (2009) đã bàn luận về các quá trình có thể thúc đẩy sự gia tăng của việc tham gia luyện tập thể dục thể thao. Tác giả đã vạch ra "hiệu ứng phổ biến", lôi kéo mọi người có được cảm hứng

đề tìm đến hoặc tham gia tập luyện thể thao nhiều hơn do được xem các vận động viên ưu tú trình diễn và "hiệu ứng hội hè"- lôi kéo mọi người có được cảm hứng để tìm đến hoặc tham gia vào các hoạt động thể thao và văn hóa do sự sôi động và bầu không khí tích cực xung quanh sự kiện này (Smith, 2012). Weed kết luận rằng có chứng cứ hỗn hợp cho "hiệu ứng phô diễn" có hiệu lực và hiệu ứng này thường là ngắn hạn. Dù sao thì những hiệu ứng này dường như cũng đã có tác động đến những người đã tham gia tập luyện thể thao, có thể làm cho họ trở nên luyện tập thường xuyên hơn hoặc chuyển sang môn thể thao khác.

Weed (2009) cũng đặt ra vấn đề liên quan trực tiếp giữa các giải đấu thể thao đỉnh cao và sự tham gia của cộng đồng vào các hoạt động thể chất, tức là "Tác động thâm thấu". Ông chỉ ra rằng việc đăng cai tổ chức giải là không đủ mà cần phải có một kế hoạch cho các hoạt động bổ sung làm đòn bẩy cho giải đấu chính. Smith và Fox (2007) đã đưa ra lập luận tương tự khi họ mô tả sự kiện theo chủ đề là tương phản với "sự tái tạo sự kiện chủ đạo" liên qua đến Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung Manchester 2002. Ngoài việc được có liên quan trực tiếp với Đại hội thể thao này, chương trình Di sản của Manchester đã sử dụng Đại hội thể thao này như một cú hích để thúc đẩy mọi người và tạo đà phát triển. Chương trình bao gồm các hoạt động dành cho những người trẻ tuổi được tham gia các môn thể thao và nghệ thuật, các hoạt động đã được tiếp tục trong một vài năm sau giải đấu này.

2. Cơ sở hạ tầng hữu dụng

Xem xét những Đại hội thể thao trước đây cho thấy, có sự thay đổi lớn về mức độ thành công trong việc tích hợp các địa

điểm thi đấu vào cảnh quan địa phương và đảm bảo việc sử dụng chúng sau kỳ Đại hội. Ví dụ thành công bao gồm TVH Barcelona 1992 và TVH Los Angeles 1984. Những thành phố chủ nhà này đã tận dụng đến mức tối đa các địa điểm thi đấu hiện có và xây dựng những địa điểm thi đấu mới chỉ khi điều đó hầu như là nhu cầu trong thời hạn lâu dài đối với chúng (Smith, 2012).

Những yếu tố quan trọng để sử dụng thành công các địa điểm thi đấu của Đại hội Thể dục thể thao Olympic là lập kế hoạch sớm, có tính linh hoạt và quản lý tốt. Giải pháp này đã được áp dụng một cách rộng rãi tại Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung- Manchester 2002 (Branson, 2012). Một bản thỏa thuận với câu lạc bộ Bóng đá Manchester City đã được ký kết từ trước, ràng buộc câu lạc bộ này sẽ tiếp quản sân vận động sau khi kết thúc đại hội và các khoản lợi nhuận tăng thêm thu được từ việc có một địa điểm thi đấu lớn hơn sẽ được chuyển giao cho thành phố (Smith, 2012).

Cũng có một số ít bằng chứng về việc có thể xảy ra sự căng thẳng giữa nguồn kinh phí cho thể thao trình độ cao, và việc cung cấp cơ sở hạ tầng cho việc tham gia tập luyện ở cấp cơ sở. Đánh giá về chính sách dành cho thể thao đối với chính phủ Úc cho thấy rằng việc tập chung chủ yếu cho mục tiêu đoạt huy chương tại các sự kiện thể thao lớn, kể cả TVH Sydney 2000 đã dẫn đến việc “bỏ bê các nền tảng cơ bản của thể thao trong nước (Crawford, 2009: 142) . Vì vậy có rất ít chính sách hướng tới sự tham gia nhiều hơn của các tầng lớp dân chúng.

3. Đưa văn hóa dân tộc tới bạn bè quốc tế

a. Tăng cường sự liên kết về văn hóa

Có bằng chứng từ Melbourne về việc Đại hội Thể thao khối thịnh vượng chung 2006 đã dẫn đến sự gia tăng khát vọng của người dân muốn được tham gia vào các sự kiện của cộng đồng (Insight Economics, 2006). Các nghiên cứu tương tự cũng cho thấy 32% người dân ở Bang này (Victoria) cho biết đã có sự gia tăng lớn hoặc vừa phải về sự sẵn sàng tham dự các sự kiện nghệ thuật và văn hóa trong tương lai (Insight Economics, 2006).

Các bằng chứng sâu rộng hơn về sự gắn kết về văn hóa vẫn còn hạn chế. Tuy nhiên, một nghiên cứu của OECD đã cho thấy rằng, Turin đã có thể khai thác động lực của TVH mùa đông để giúp sức trong một chương trình đầy tham vọng về phát triển văn hóa. Kết quả là, các chuyến tham quan bảo tàng ở Turin đã tăng 170% sau khi đăng cai tổ chức TVH mùa đông 2006 so với ba năm trước đó (OECD, 2010).

Các sự kiện văn hóa hưởng ứng Olympic London 2012 diễn ra trong vòng bốn năm trên khắp nước Anh và lôi cuốn một số lượng chưa từng có các hoạt động và các giải đấu qua hàng loạt các chương trình và các nguồn kinh phí khác nhau (Garcia, 2013). Các bằng chứng về các chương trình này, cho đến nay, đã được cập nhật đầy đủ nhất, mặc dù khoảng thời gian để xem xét lại các hoạt động này còn tương đối ngắn.

Các sự kiện đan xen tất cả các loại hình nghệ thuật với nhau và trải dài khắp nước Anh. Khảo sát sự hài lòng của khán giả cho thấy 80% số người được hỏi cho rằng sự kiện này đã vượt quá mong đợi của họ và 58% cho biết chắc chắn họ sẽ tham dự các sự kiện văn hóa nhiều hơn nữa (Garcia, 2013; Jackson, 2013). Các cuộc điều tra khác cho thấy những con số khiêm tốn

hơn về số người được hỏi cho biết họ có ý định tham gia nhiều hơn vào các sự kiện văn hóa (16% theo GVA intelligence, tháng 3 năm 2013, 5,2% theo Taking part survey, 12% State of Nation Survey). Tuy nhiên cũng vẫn chưa rõ đến mức độ nào thì những cảm nhận đầy hào hứng này sẽ được chuyển thành hành động tham gia và tham dự trong dài hạn.

Nghiên cứu những trải nghiệm của giới trẻ về London 2012 cho thấy 65% số người được hỏi đã tham gia trong dịp Đại hội thể thao cho biết họ có chắc chắn có thể gia nhập một đội nghệ thuật/văn hóa của địa phương nếu được tham gia và một tỷ lệ ít hơn nói rằng họ thích chuyển sang một đội văn hóa thể thao mới (Nielsen, 2013; Legacy Trust UK, 2013).

Theo khảo sát với các nghệ sĩ đã từng tham gia, Lễ hội văn hóa Olympic London 2012 cũng đã giúp ích cho lĩnh vực sáng tạo nghệ thuật. Các nghệ sĩ cho biết rằng đã có được sự cải thiện các kỹ năng và sự phát triển về chuyên môn, những mối quan hệ đối tác mới, và thể diện quốc gia được nâng cao (Duggan, 2013; Garcia, 2013; Jackson, 2013).

Theo Ủy ban lựa chọn Di sản về Olympic và Paralympic (2013), vẫn còn hoài nghi về tác động lâu dài của Olympic về Văn hóa. Mặc dù nó đã giúp cho TVH này vươn tầm ra xa bên ngoài London và đã tạo ra một số việc làm tạm thời, song vẫn chưa rõ Olympics về Văn hóa này sẽ để lại được di sản khác biệt gì.

b. Tăng niềm tự hào công dân

Mặc dù đã có nhiều bài viết về mối liên hệ giữa các sự kiện thể thao lớn và niềm tự hào công dân, song chỉ có một số ít các nghiên cứu giải quyết vấn đề này mà lại là theo kinh nghiệm

chủ nghĩa. Waitt (2003) đã tiến hành một nghiên cứu dọc hai năm trước khi Sydney 2000

Cũng có một số ít bằng chứng hãn hữu rằng các sự kiện thể thao lớn có thể tác động vào các lĩnh vực phi vật thể, chẳng hạn như tạo ra “yếu tố cảm thấy phấn khởi”. Kavestos (2010) đã tiến hành tính toán các số liệu từ 12 quốc gia châu Âu qua suốt 30 năm. Ông đã tìm thấy bằng chứng có sự gia tăng nhỏ về sự hài lòng với cuộc sống (“yếu tố cảm thấy phấn khởi”) trong giai đoạn ngay sau các sự kiện thể thao lớn.

Cục Văn hóa Truyền thông và Thể thao (2005) cũng đã đưa ra bằng chứng chứng tỏ các yếu tố phi vật thể có thể quan trọng đối với dân chúng của nước chủ nhà. Một cuộc khảo sát được tiến hành để đánh giá hỗ trợ cho các nỗ lực để cai TVH London 2012 đã cho thấy người dân ở Vương quốc Anh tin rằng những lợi ích vô hình của việc đăng cai tổ chức TVH này sẽ vượt xa những thứ hữu hình (như việc chi tiêu trong chuyên du lịch).

c. Nhận thức về nơi dành cho các hoạt động văn hóa

Ngoài việc gia tăng nhận thức nước chủ nhà là nơi thu hút các hoạt động kinh doanh và du lịch, còn có bằng chứng cho thấy các giải đấu lớn có thể giúp thay đổi nhận thức của các thành phố đó là nơi dành cho các sự kiện văn hóa. Bằng chứng xác đáng hơn là việc xây dựng thương hiệu của thành phố, một nhiệm vụ cơ bản được giao cho các phương tiện truyền thông với tầm quan trọng là định hình cách thức cảm nhận về sự kiện (Smith, 2012).

Diện bao phủ của truyền thông này là thường rất rộng lớn, vượt ra ngoài phạm vi các sự kiện, mặc dù quy mô và thể loại

các đối tượng khán giả rất khác nhau. Những bằng chứng từ Đại hội Thể thao Khôỉ thịnh vượng chung Manchester 2002 cho thấy diện bao phủ truyền thông đáng kể đã được tạo ra từ Đại hội này. Nghiên cứu cho thấy khoảng 750 giờ phát sóng truyền hình đến hơn 1 tỷ người trong thời gian diễn ra Đại hội (Policy tư vấn Cambridge, 2002). Tuy nhiên cũng có bằng chứng cho thấy rằng cho lượng khán giả được xem truyền hình lớn nhất là ở TVH mùa hè, ước tính đã có bốn tỷ người xem các sự kiện khác nhau của TVH London 2012, (DCMS, 2012).

Bằng chứng mạnh mẽ nhất về sự chuyển biến tích cực của một thành phố là từ TVH Barcelona 1992. Đặc biệt, các nghiên cứu đã làm nổi bật tầm quan trọng của “Mô hình Barcelona” trong việc cải tạo đô thị đã rất chú trọng đến văn hóa địa phương, và đặc biệt là những di sản về kiến trúc của các họa sĩ như Gaudi (Degen và Garcia, 2011). Theo cách tiếp cận này, các nhà tổ chức TVH Barcelona đã đảm bảo được định hướng tập trung dài hạn vào di sản văn hóa (Brunet, 2005). Tuy nhiên cũng có những lo ngại đáng kể về khả năng áp dụng ‘Mô hình Barcelona’ cho những Đại hội thể thao khác (Herstein và Berger, 2013).

Belloso (2010) cũng cho rằng TVH 1992 đã đóng một vai trò quan trọng trong việc làm thay đổi hình ảnh của Barcelona. Đặc biệt, ông đã biểu dương sự chuyển đổi tích cực của thành phố là tiền đề của sự sáng tạo nghệ thuật. Một ví dụ về điều này trong thực tế là Dự án Barcelona 22 @ đã chuyển đổi một số khu đất được sử dụng cho công nghiệp thành những không gian sáng tạo hiện đại cho nền kinh tế tri thức. Điều này đã giúp tạo ra một diện mạo hiện đại và năng động hơn của thành phố.

Ngoài ra, Boukas và Cs. (2011) cũng đã nhận thấy rằng TVH Olympic 2004 tại Athens đã giúp tạo nên di sản về du lịch văn hóa nhờ việc cấu trúc lại di sản văn hóa và bản sắc của thành phố. Họ đã nhận thấy rằng điều quan trọng là Đại hội thể thao sẽ giúp phát triển các mối liên kết giữa kế hoạch di sản sâu rộng hơn với di sản văn hóa và du lịch. Với Barcelona, bằng chứng này còn cho thấy rằng để cải thiện một cách thành công thương hiệu văn hóa của thành phố, các nhà tổ chức phải đảm bảo rằng những nỗ lực phải được bắt rễ sâu trong bản chất thực sự của văn hóa thành phố.

d. Tăng cường các chương trình giáo dục và học tập

Nhiều TVH có xu hướng chú trọng đến vấn đề giáo dục và học tập, và nhiều TVH có các chương trình giáo dục riêng gắn với sự kiện. Có thể kể đến như Chương trình giáo dục di sản ở Đại hội Thể thao Khôi thịnh vượng chung Manchester 2002, Get Set- chương trình giáo dục trong kỳ TVH London 2012, đã cố gắng thu hút được 85% các trường đăng ký tham gia và đã đạt được mức độ sự tham gia, gắn kết sâu hơn của khoảng 66% số trường học.

Trần Bình và Tuệ Minh tổng hợp

(theo Securing and Sustaining the Olympic City, Cultural Olympiad evaluation, Impact of mega-events on the economy, Hosting the Olympics: a City's Make or Break Impression, Ensuring Legacy from sports và Olympics Legacy and Cultural Tourism)

KINH NGHIỆM TỔ CHỨC CÁC GIẢI ĐẤU THỂ THAO CỦA THÁI LAN

Du lịch thể thao là một trong những trụ cột chiến lược quan trọng của Quy hoạch Phát triển Thể thao lần thứ 6 (2017 - 2012) của Thái Lan. Chính phủ Thái đã vạch ra Chiến lược phát triển thể thao với 6 trụ cột, trong đó du lịch thể thao thuộc Chiến lược thứ 4 về phát triển ngành công nghiệp thể thao. Chiến lược về công nghiệp và du lịch thể thao sẽ là một công cụ để thúc đẩy nền kinh tế và tạo ra giá trị gia tăng. Các yếu tố chính của chiến lược là phát triển ngành công nghiệp thể thao và du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp liên quan đến ngành thể thao như trang phục thể thao, thiết bị, dịch vụ, tổ chức thi đấu... Ngoài ra, du lịch thể thao và việc thành lập một thành phố thể thao sẽ được triển khai để nâng cao tiềm năng biến Thái Lan trở thành trung tâm thể thao của khu vực.

Để thực hiện chính sách của chính phủ, năm giải pháp chiến lược sau đây sẽ được tiến hành:

- Các giải đấu tầm cỡ thế giới;
- Số người tham gia đông đảo tầm cỡ thế giới;
- Địa điểm thể thao tốt nhất thế giới;
- Trung tâm đào tạo của thế giới;
- Đăng cai tổ chức hội nghị thể thao thế giới.

Cơ quan quản lý Thể thao Thái Lan, kết hợp với Trường Đại học thuộc Phòng Thương mại Thái Lan, đã nghiên cứu tác động kinh tế của Đại hội Thể thao trẻ Quốc gia, Hội nghị Hiệp

thương Thể thao 2018 và 36 giải thể thao chuyên nghiệp. Các thông số chính về giá trị kinh tế từ việc tổ chức các giải đấu thể thao được xác định là “Chi phí từ việc tổ chức thi đấu”, “dòng tiền từ chi tiêu” và “Dòng tiền từ du lịch và những hoạt động khác”. Các số liệu được trình bày trong bảng 1 dưới đây.

Bảng 1. Chi phí và lợi nhuận của việc tổ chức các giải đấu thể thao (đơn vị tính: Baht)

	Thể thao thành tích cao		Tổng số tiền thu được từ thể thao thành tích cao (A+B)	Thể thao chuyên nghiệp (36 giải đấu)
	A. Đại hội thể thao thanh thiếu niên Thái Lan 2018	B. Hội nghị Hiệp thương Thể thao 2018		
Chi tiêu từ việc tổ chức thi đấu	177.050.000	95.455.000	372.505.000	2.749.118.753
Dòng tiền từ việc chi tiêu	396.555.278	385.605.000	782.160.278	2.919.592.387
Dòng tiền từ du lịch và các hoạt động khác	11.228.820	52.547.160	63.775.980	3.352.884.580

Bảng 1 cho ta thấy, tổng chi phí tổ chức các giải thể thao thành tích cao và tổ chức các giải thể thao chuyên nghiệp lần lượt là 372.505.000 Baht (khoảng 11 triệu USD) và 2.749.118.753 Baht (khoảng 86 triệu USD).

Điều này cho thấy rõ rằng tác động kinh tế của du lịch và ngành công nghiệp thể thao từ các môn thể thao chuyên nghiệp còn hơn cả các môn thể thao thành tích cao. Điều đó có thể là do sự đa dạng của các giải đấu, rộng hơn, chọn lọc hơn và thường xuyên hơn. Điều này có nghĩa là các vận động viên có

nhiều cơ hội tham gia hơn và mọi người có thể tham gia thường xuyên.

Sự kiện nổi bật nhất để quảng bá Thái Lan năm ngoài là Hội nghị Hiệp thương Thể thao 2018, tuyên bố các nội dung sau: Hội nghị Hiệp thương thể thao là một trong những cuộc hội tụ lớn nhất và quan trọng nhất hàng năm của các nhà lãnh đạo thể thao quốc tế và những người ra quyết định về thể thao trên thế giới. Hội nghị Hiệp thương Thể thao quốc tế này tập hợp các quan chức cấp cao từ các tổ chức thể thao chính thức khác nhau. Với một số lượng lớn các hoạt động, các cuộc họp, hội nghị, mạng lưới kinh doanh, triển lãm và một lễ hội thể thao, có tổng cộng 2.000 người tham dự, 1.500 người tham gia, 200 nhân viên, 200 thành viên của các hãng báo chí/truyền thông (trong đó có 50 người Thái và 150 người nước ngoài) và khoảng 200 tình nguyện viên phục vụ tại hội nghị này.

Có thể thấy rằng dòng tiền từ việc tổ chức Hội nghị Hiệp thương Thể thao 2018 là 519.675.960 Baht (khoảng 16 triệu đô la Mỹ). Giá trị cao nhất được tạo ra bởi “Dòng tiền từ chi tiêu” (chỗ ở, thực phẩm, đi lại...) với 385.605.000 Baht (khoảng 12 triệu đô la Mỹ). Từ các thông tin trên, việc tổ chức hội nghị quốc tế, các sự kiện thể thao trong nước và các giải thi đấu thể thao chuyên nghiệp có thể làm tăng đáng kể phần đóng góp kinh tế cho Thái Lan.

... tổng hợp theo APEC Sports Newsletter

PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MALAYSIA QUA GIẢI ĐUA XE CÔNG THỨC 1 VÀ ĐẠI HỘI THỂ THAO KUALA LUMPUR 2017

Trong thập kỷ qua, sự quan tâm và đầu tư của Chính phủ Malaysia vào thể thao đã tăng lên sau khi nhận ra tiềm năng thúc đẩy ngành du lịch của nó và mang lại lợi nhuận kinh tế lớn cho nền kinh tế. Du lịch thể thao đã được công nhận chính thức Tại Malaysia, đặc biệt sau khi tổ chức thành công Đại hội Thể thao Khối thịnh vượng chung ở Kuala Lumpur năm 1998 và Khai trương Giải đua xe Công thức 1 Petronas Grand Prix Malaysia ở Sepang. Hai sự kiện này đã mang lại cho Malaysia một danh tiếng quốc tế nổi bật trong việc tổ chức các sự kiện thể thao lớn, mặc dù thành tích thể thao của Malaysia so với các nền kinh tế khác chỉ ở mức trung bình. Kể từ đó, thể thao đã giành được vị trí thích hợp trong chương trình nghị sự về chính sách thể thao của Malaysia.

Dưới thời Tun Dr.Mahathir Bln Mohamad bắt đầu từ năm 1995, Chính phủ bắt tay vào việc quảng bá Malaysia như một địa điểm cho các sự kiện thể thao quốc tế nổi tiếng. Nỗ lực này bắt đầu với Le Tour de Langkawi (LTdL) vào năm 1995, một cuộc đua xe đạp Hors Class 2.0 ban đầu được tổ chức để quảng bá Lang Kawils là một điểm đến của thế giới, cũng như tận dụng cơ hội để giới thiệu các điểm đến độc đáo khác trên khắp các tuyến đường đua ở bán đảo Malaysia. Sau đó, Malaysia liên tiếp giành được hai hồ sơ dự thầu tổ chức hai sự kiện thể thao

lớn; cụ thể là Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung năm 1998 và Giải đua xe Công thức 1 Petronas Malaysia năm 1999.

Để tổ chức các sự kiện này, Chính phủ Malaysia đã đầu tư một số tiền rất lớn vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng thể thao mới, chẳng hạn như Khu liên hợp thể thao quốc gia ở Kuala Lumpur cho Đại hội thể thao Khối thịnh vượng chung và Đường đua quốc tế Sepang gần Sân bay quốc tế Kuala Lumpur (KLIA) để tổ chức Giải đua xe Công thức 1 Petronas Grand Prix Malaysia. Tổng cộng, Chính phủ Malaysia đã chi hơn 1,1 tỷ RM (27 triệu USD) cho việc xây dựng những tuyến đường mới, đường sắt, mua lại đất và các cơ sở khác, cộng với KLIA mới đã lên tới gần 20,5 tỷ RM (5 tỷ USD) để tổ chức hai sự kiện thể thao lớn này.

Tuy nhiên, khoản đầu tư đã đưa hình ảnh của Malaysia lên một tầm cao mới trên toàn cầu, đặc biệt là sau khi tổ chức hoàn hảo cả hai sự kiện vào năm 1998 và 1999. Với cơ sở hạ tầng thể thao mới được xây dựng, Malaysia đã trở thành chủ nhà của nhiều sự kiện thể thao lớn khác, bao gồm cả giải đua xe Grand Prix cuối cùng của Malaysia Racing (Sepang Moto GP) được triệu tập vào năm 1999, cũng như nhiều sự kiện thể thao quy mô lớn, vừa và nhỏ khác liên tục đưa Malaysia trở thành một trong những điểm đến chính cho các sự kiện thể thao.

Cuối cùng, các sự kiện thể thao này cũng thúc đẩy các ngành công nghiệp khác, bao gồm ngành khách sạn, hàng không và ngành du lịch ở Malaysia.

Năm 2010, Hội đồng Du lịch Thể thao Malaysia đã kết luận rằng du lịch thể thao đã trở thành động lực chính cho ngành du lịch đang bùng nổ với 55 tỷ RM (13,4 tỷ USD), 24,6 triệu lượt

khách đã được ghi nhận. Số lượng du khách đến Malaysia đã tăng đáng kể sau năm 1999, được cho là do tác động của việc tổ chức các sự kiện thể thao lớn này đã mang đến cho Malaysia số lượng khách đông đảo này. Hội đồng Du lịch Thể thao Malaysia nhấn mạnh rằng du lịch thể thao, chiếm 5 tỷ RM (1,2 tỷ USD) mỗi năm, đã trở thành một trong những phân khúc phát triển nhanh nhất của ngành công nghiệp này, tương đương 600 tỷ RM (146 tỷ USD) một năm mang tính chất quốc tế. Tổng điều tra kinh tế về nghệ thuật, giải trí và tiêu khiển của Malaysia năm 2015 cũng ghi nhận tăng gấp ba tổng sản lượng trong các hoạt động thể thao và giải trí địa phương, chiếm 17,2 tỷ RM (4.2 tỷ USD) vào năm 2015, so với 5,3 tỷ RM (1,2 tỷ USD) vào năm 2010. Điều này phù hợp với việc tạo ra nhiều cơ hội việc làm trong các lĩnh vực thể thao và giải trí, theo đó hơn 30.000 việc làm được cung cấp trong các lĩnh vực đó với mức lương xứng đáng tổng cộng hơn 4 triệu RM (108 triệu USD) mỗi năm. Điều này chứng tỏ rằng các hoạt động thể thao và giải trí là một trong những động lực chính thúc đẩy nền kinh tế Malaysia.

Việc tổ chức Giải đua xe Công thức 1 Malaysia (Formula 1 Petronas Grand Prix Sepang) cho đến năm 2017 làm sáng tỏ một hình mẫu quan trọng về sự lan tỏa kinh tế tích cực, là sự kiện nổi bật của nền kinh tế kể từ năm 1999, Giải đua xe Công thức 1 Grand Prix ghi nhận lợi ích kinh tế hơn 300 triệu RM (73 triệu USD) mỗi năm thông qua tiếp xúc với truyền thông rộng rãi, bên cạnh việc tạo ra hơn 4.500 việc làm cho người dân địa phương, cũng như thu hút hơn 40.000 du khách hàng năm vào thời điểm đó trong năm. Tương tự, việc ký kết tổ chức Giải đua xe đạp Le Tour de Langkawl của Malaysia cũng đã góp

phần quan trọng vào việc biến Malaysia thành điểm đến của thế giới thông qua các phương tiện truyền thông rộng rãi về các điểm tham quan độc đáo của Malaysia.

Năm 2018, Le Tour de Langkawi đã được tổ chức ở chín tiểu bang khác nhau của Malaysia và được truyền hình trên toàn thế giới, đạt tới cơ số 182 triệu người xem với giá trị truyền thông hơn 28 triệu RM (6 triệu USD). Từ năm 1995, Le Tour de Langkawi đã là một trong những nền tảng tốt nhất để quảng bá các điểm đến độc đáo trên khắp bán đảo Malaysia do cuộc đua đường dài bao trùm ít nhất 9 tiểu bang khác nhau trong giải đấu kéo dài 10 ngày.

Malaysia chưa bao giờ ngừng phấn đấu để giành quyền tổ chức các giải đấu thể thao lớn. Năm 2017, Malaysia một lần nữa bước ra ánh đèn sân khấu thế giới, đặc biệt là các đối tác Đông Nam Á, sau khi tổ chức thành công Đại hội thể thao Đông Nam Á và Para ASEAN Games (Đại hội thể thao Kuala Lumpur 2017), sự kiện thể thao lớn nhất ở khu vực Đông Nam Á.

Tổng cộng, Chính phủ đã chi hơn 550 triệu RM (13 triệu USD) và đã hợp tác với các công ty xuyên biên giới của Malaysia là Yayasan Sime Darby, Tập đoàn Naza, Celcom Axlata Berhad và Petronas Oil and Gas là các nhà tài trợ chính để tổ chức Đại hội Thể thao Kuala Lumpur 2017 nổi tiếng nhất. Đổi lại, các công ty này đã nhận được những ưu đãi miễn thuế cho đóng góp của họ đối với việc phát triển thể thao ở Malaysia.

Kể từ đó, các địa điểm đẳng cấp thế giới mới được trang bị đã thành công trong việc đăng cai tổ chức nhiều sự kiện thể thao quốc tế, như Giải vô địch đua xe đạp châu Á 2018, Giải Vô địch Taekwondo thế giới Malaysia mở rộng 2018, Giải Vô địch Thể dục dụng cụ châu Á 2018 (vòng loại Olympic), Giải

vô địch Bóng bầu dục châu Á 2018. Tổng cộng, 96 sự kiện thể thao quốc tế đã được tổ chức với kỷ lục hơn 86.000 người tham gia vào năm 2018. Một phần năm số lượng tương đương hơn 17.000 khách quốc tế đã đến Malaysia chủ yếu để tham gia vào một trong những sự kiện đó. Trên thực tế, các nhà tổ chức thể thao đã có thể tận hưởng việc sử dụng các địa điểm tập luyện, thi đấu này với tỷ lệ chiết khấu như một phần nỗ lực của Chính phủ để tăng tỷ lệ sử dụng hàng tháng.

Tóm lại, du lịch thể thao ở Malaysia bắt đầu bùng nổ vào năm 1995 với việc thường xuyên tổ chức các sự kiện thể thao lớn. Tiếp theo đó, du lịch thể thao Malaysia đã phát triển theo thời gian, với sự đầu tư lớn của Chính phủ về cả kinh phí và sự nỗ lực để đăng cai tổ chức nhiều sự kiện thể thao quốc tế hơn trong tương lai. Điều này có ý nghĩa sâu rộng đối với các nền kinh tế mới công nghiệp hóa như Malaysia, nơi vẫn đang vật lộn với nhiều chương trình nghị sự quan trọng của địa phương. Tuy nhiên, ngoài việc là một trong những phương tiện truyền thông tốt nhất để thúc đẩy hình ảnh quốc tế của nền kinh tế, du lịch thể thao đã giúp khơi dậy niềm tự hào và lòng yêu nước trong nước, vốn rất quan trọng trong bối cảnh xây dựng địa phương trong một xã hội đa sắc tộc của Malaysia. Kinh nghiệm du lịch thể thao Malaysia nói riêng, bằng cách tổ chức các sự kiện thể thao quốc tế mặc dù đầu tư tài chính lớn, rõ ràng đã nâng cao hình ảnh quốc tế của Malaysia, đóng góp lợi ích kinh tế và tăng cường hội nhập xã hội trong sự đa dạng về sắc tộc và văn hóa của Malaysia.

... tổng hợp theo APEC Sports Newsletter

SỰ KẾT HỢP GIỮA THỂ THAO VÀ DU LỊCH Ở PHILIPPINES NHÂN DỊP SEA GAMES 2019

Philippines luôn tự hào khi được vinh dự tổ chức các sự kiện thể thao quốc tế vì đây là cơ hội để đất nước này quảng bá du lịch. Theo thống kê du lịch thể thao ở Philippines dự kiến sẽ tăng 6,1% trong giai đoạn từ 2013 đến 2020 và 4,7% trong giai đoạn từ 2020 đến 2030. Theo dữ liệu từ Cơ quan Thống kê Philippines (PSA), du lịch chiếm 8.2% của tổng GDP của nền kinh tế năm 2015.

Philippines có nhiều địa điểm được giới thiệu là đủ điều kiện thể tổ chức các sự kiện thể thao.

Boracay, một trong những bãi biển đẹp nhất thế giới, là lựa chọn hàng đầu cho các cuộc đua thuyền kayak và bóng chuyền bãi biển, trong khi Subic ở thành phố Olongapo là địa điểm thường xuyên cho cuộc thi ba môn phối hợp. Việc tổ chức các giải đua thuyền kayak ở Boracay đã giúp ngành du lịch địa phương mở thêm nhiều nhà hàng và khách sạn. Cư dân của hòn đảo cũng được hưởng lợi khi họ có thể bán đồ thủ công địa phương cho người nước ngoài háo hức với những món quà lưu niệm từ Philippines.

Đảo Siargao và La Union, nơi nổi tiếng với các giải thi đấu lướt sóng, cũng đã chứng kiến sự tăng trưởng về du lịch của địa phương. Một số người nước ngoài đam mê lướt sóng đã biến Siargao thành ngôi nhà thứ hai của họ, đặt các khách sạn nghỉ dưỡng cũng tạo việc làm cho người dân địa phương. Ngoài ra, Camarines Sur hiện được coi là điểm đến của các môn thể thao

và du lịch mạo hiểm nổi tiếng. Thu nhập của chính quyền địa phương từ các doanh nghiệp liên quan đến du lịch đã tăng lên rất nhiều nhờ lượng khách du lịch tham gia các giải đấu thể thao khác nhau như lướt sóng, ba môn phối hợp, xe đạp... Sự phát triển các cơ sở hạ tầng có thể dễ dàng nhận thấy ở khắp mọi nơi ngày nay.

Khi Philippines đăng cai Đại hội thể thao Đông Nam Á (SEA Games) năm 2005, BTC đã quyết định tổ chức một số môn thể thao ở vùng ngoại ô để đưa Đại hội đến gần hơn với mọi người và giúp cho ngành du lịch địa phương. Ngoài ra, Ủy ban Thể thao Philippines cũng nhận thấy tầm quan trọng của thể thao và du lịch, điều đó chính là lý do Philippines luôn hỗ trợ các Hiệp hội thể thao địa phương đăng cai tổ chức các giải đấu thể thao quốc tế. Năm 2019, Philippines một lần nữa đăng cai SEA Games vào tháng 11, 12 tại Metro Manila, Clark ở Pampanga và Subic. Một số giải đấu sẽ diễn ra tại Khu Liên hợp Thể thao RizalMemorial lịch sử, Trung tâm thương mại thể giới và Trung tâm thương mại châu Á.

Theo thống kê ban đầu của BTC, sẽ có tổng số 9.840 vận động viên thi đấu, tại 47 địa điểm, ở ba trung tâm thi đấu. Số lượng người tham gia bao gồm vận động viên, quan chức và nhân viên truyền thông có thể vượt quá 15.000 vì một số đội cũng sẽ mang theo các cổ động viên của họ trong khi có một số lượng khán giả sẽ tới Philippines để xem các cuộc thi đấu của Đại hội. Hơn nữa, một số lượng lớn người dự kiến sẽ đổ về các địa điểm khác nhau trong thời gian diễn ra Đại hội, chắc chắn sẽ thúc đẩy du lịch với nhu cầu gia tăng về khách sạn, nhà hàng và các phương tiện giao thông (nhu cầu cho khách du lịch nước ngoài đến và đi từ Đại hội).

Philippines sẽ tiếp tục tổ chức các giải đấu quốc tế để thúc đẩy du lịch thể thao, đây là một trong những phân khúc phát triển nhanh nhất và lớn nhất của ngành du lịch. Ngoài ra, Philippines đã trở thành nước chủ nhà được yêu thích do đã ghi được dấu ấn thiện cảm trong việc tổ chức các giải thể thao trong suốt nhiều năm.

Có nhiều yếu tố cần xem xét khi một thành phố đang cai tổ chức giải đấu một môn thể thao riêng lẻ hoặc giải đấu nhiều môn thể thao. Điều quan trọng nhất là phải có các cơ sở tập luyện, thi đấu thể thao đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Cũng cần có đủ khách sạn để phục vụ người tham gia và phải có sẵn các dịch vụ vận chuyển. Tất nhiên, việc đảm bảo an toàn và an ninh cho mọi người tham gia giải đấu là điều bắt buộc.

Để tổ chức Đại hội Thể dục thể thao Đông Nam Á lần thứ 30, chính phủ đã chi ra hàng tỷ peso (95 triệu USD). Các cơ sở tập luyện, thi đấu thể thao đẳng cấp thế giới sẽ được xây dựng bên trong Trung tâm hành chính chính phủ quốc gia rộng 40 ha ở New Clark City ở Capas, Tarlac. Các cơ sở tập luyện, thi đấu thể thao này bao gồm sân vận động thể thao 20.000 chỗ ngồi với chín đường chạy, và một trung tâm thể thao dưới nước với hồ bơi thi đấu 10 đường bơi, bể tập luyện 8 đường bơi, bể lặn 5m và khán đài có sức chứa 2.000 người. Trên hết, làng vận động viên sẽ có khu nhà ở, khu ăn uống, phòng cầu nguyện, khu quốc tế, khu vực tổ chức sự kiện và văn hóa, trung tâm giao thông và y tế.

...tổng hợp theo APEC Sports Newsletter

GIẢI MARATHON WANJINSHI, ĐÀI LOAN: XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU SỰ KIỆN TẠO ĐÀ CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH THỂ THAO

Trong những năm gần đây, việc tổ chức các giải thi đấu thể thao quốc tế đã trở thành mục tiêu theo đuổi của nhiều nền kinh tế. Ngoài việc nâng cao trình độ thi đấu thể thao, còn có nhiều lợi ích khác, bao gồm thể hiện sự ổn định chính trị, giới thiệu những bản sắc riêng của thành phố, tăng cường thói quen tham gia các hoạt động TDTT của người dân, cải thiện các cơ sở hạ tầng và các lợi ích phi kinh tế khác. Hơn nữa, việc tổ chức các giải đấu cũng dẫn đến những lợi ích kinh tế như tăng chi tiêu của người tiêu dùng và cơ hội việc làm. Tại Đài Loan, chính quyền trung ương, cơ quan quản lý thể thao, hợp tác với ban tổ chức để tổ chức hơn 100 sự kiện thể thao mỗi năm và đạt được kết quả vượt bậc về số lượng người xem, doanh số bán vé số thể thao và nâng cao trình độ thi đấu. Năm 2018, 130 giải đấu thể thao quốc tế đã được tổ chức. Những giải đấu thể thao này đã thu hút 800.000 khán giả trực tiếp đến xem, hơn 100 triệu người xem trên sóng truyền hình, 13.000 tình nguyện viên và 18.000 VĐV nước ngoài, cho thấy các cuộc thi thể thao có sức lôi cuốn rộng khắp.

Năm nay, Cơ quan Quản lý Thể thao xác định các giải đấu thể thao có tiềm năng nâng cấp và quốc tế hóa, đồng thời hỗ trợ ban tổ chức tạo ra giá trị thương hiệu trên các đặc điểm đặc trưng của địa phương thông qua danh hiệu tài trợ. Với mục đích thu hút người dân trong và ngoài nước đến tham dự hoặc tham

gia giải đấu, Cơ quan Quản lý Thể thao thường hướng dẫn các nhà tổ chức bổ sung nội dung của các giải đấu và gắn chúng với khu vực địa phương và các ngành công nghiệp liên quan. Hy vọng rằng các mục tiêu thúc đẩy tầm nhìn toàn cầu và lợi ích kinh tế địa phương có thể đạt được, do đó tạo ra thương hiệu độc quyền của các giải đấu thể thao quốc tế khi có sự hợp tác giữa các cơ quan chính phủ trung ương có liên quan và chính quyền địa phương.

Ví dụ, Giải Marathon Wan Jin Shi New Taipei là giải thi đấu Điền kinh gắn “Nhãn Bạc” duy nhất được Liên đoàn Điền kinh quốc tế (IAAF) cấp phép tổ chức tại Đài Loan, thu hút hơn 10.000 VĐV trong và ngoài nước hàng năm và có tiềm năng phát triển lớn để trở thành một trong những giải đấu có thương hiệu độc quyền.

Cuộc thi Marathon Wan Wann Shi New Taipei City 2019 được tổ chức vào ngày 17/03/2019 tại Vịnh Feicui, Wanli, thành phố New Taipei. Cơ quan Quản lý Thể thao đã hợp tác chặt chẽ với chính quyền thành phố Đài Bắc mới để biến giải đấu này thành sự kiện thể thao thương hiệu quốc tế của riêng Đài Loan bằng cách mời các VĐV ưu tú quốc tế có đẳng cấp cao hơn, tăng số lượng các trạm y tế và tổ chức 4 kênh phát sóng truyền hình trực tiếp, cũng như phát triển các sản phẩm sáng tạo văn hóa phụ trợ. Cuộc đua marathon này không chỉ là một giải đấu thể thao, mà còn kết hợp các ngành công nghiệp du lịch, nghệ thuật, văn hóa và sáng tạo của địa phương để mang lại giá trị kinh tế đáng kể cho các quận Wanli, Jinshan và Shimen. Theo thống kê của BTC, giải đấu năm nay đã thu hút hơn 11.000 VĐV, với gần 350 VĐV nước ngoài đến từ 29 nền kinh tế.

Trong tương lai, Cơ quan Quản lý Thể thao sẽ tiếp tục hỗ trợ sự kiện này để được IAAF công nhận ở đẳng cấp cao hơn; việc tiếp thị du lịch và các tài nguyên khác nhiều hơn cũng sẽ được cam kết để biến giải đấu quốc tế này thành thương hiệu độc quyền của chúng ta với mục đích thúc đẩy du lịch thể thao địa phương và tiếp thị hình ảnh của chúng ta ra thế giới. Ngoài ra, Cơ quan Quản lý Thể thao sẽ tiếp tục đóng vai trò là nhà cung cấp lợi thế sân nhà cho các VĐV và hy vọng rằng, thông qua việc tổ chức các giải đấu thể thao quốc tế, vị thế quốc tế của Đài Loan, trình độ thi đấu và số lượng người đến xem thể thao, sẽ được tăng lên.

... tổng hợp theo APEC Sports Newsletter

SỰ GẮN KẾT THỂ THAO VỚI DU LỊCH THÔNG QUA VIỆC ĐĂNG CẠI TỔ CHỨC CÁC GIẢI ĐẤU QUỐC TẾ CỦA NHẬT BẢN

Đạo luật thể thao cơ bản, được ban hành năm 2011, đã đánh dấu một bước ngoặt cho ngành thể thao ở Nhật Bản. Đạo luật này quy định Chính phủ Nhật Bản chịu trách nhiệm phát triển thể dục thể thao trong xã hội. Kể từ đó, việc đăng cai và tổ chức các sự kiện thể thao quốc tế đã nằm trong chương trình nghị sự chính trị của họ. Theo tờ Sport Economical, Nhật Bản hiện đứng thứ 5 trong trong 10 nền kinh tế thể thao hàng đầu của toàn cầu năm 2018, mặc dù, trước năm 2018 nước Nhật thậm chí chưa hề có tên trong danh sách này.

Chỉ số Thể thao Toàn cầu (GSI Index) cũng xếp Tokyo là thành phố chủ nhà số 1 từ năm 2012 đến 2025 trong bảng phân tích năm 2018. Với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ Chính phủ, cái gọi là “Những năm vàng của các sự kiện thể thao quốc tế” sẽ bắt đầu với Giải tranh Cúp thế giới bóng bầu dục (Rugby World Cup) năm 2018, tiếp theo là Thế vận hội Olympic và Paralympic 2020, World Masters Games 2021 và Asian Games 2026. Những sự kiện thể thao toàn cầu này là chìa khóa tuyệt vời cho sự phát triển của các ngành công nghiệp khác nhau ở Nhật Bản, bao gồm cả thể thao và du lịch.

Dựa trên Chiến lược tăng trưởng 2016, nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng GDP) danh nghĩa lên 600 nghìn tỷ yên (50 tỷ USD Mỹ) vào năm 2020, Chính phủ đã đặt ra 10 trụ cột của các dự

án liên doanh công - tư bao gồm cả việc phát triển thể thao và du lịch. Chỉ số đo lường hiệu suất (KPIs) được xác định như sau trong hai trụ cột này.

- Thúc đẩy ngành thể thao là một ngành công nghiệp đang phát triển: Tăng quy mô thị trường từ 5,5 nghìn tỷ yên (49 tỷ USD) năm 2015 lên 15 nghìn tỷ yên (130 tỷ USD) vào năm 2025.

- Thực hiện du lịch là một ngành công nghiệp chính: tăng mức chi tiêu của du khách nước ngoài từ 3,5 nghìn tỷ yên (31 tỷ USD Mỹ) trong năm 2015 lên 8 nghìn tỷ yên (71 tỷ USD Mỹ) vào năm 2020; 15 nghìn tỷ yên (130 tỷ USD) vào năm 2030.

Lần đầu tiên, một loạt các sự kiện thể thao quốc tế lớn đã kích hoạt Chính phủ coi thể thao là một ngành công nghiệp đang phát triển. Nói theo góc độ văn hóa và lịch sử, mọi người đã coi thể thao là một môn học đơn thuần ở Nhật Bản. Trong thời gian dài nhất, thể thao và kinh doanh đã phần nào tách biệt nhưng với việc thành lập Cơ quan Thể thao Nhật Bản (JSA) năm 2015, người ta đã bắt đầu nói đến sự kết hợp thể thao và kinh doanh; các chiến lược và cách tiếp cận để thúc đẩy ngành Công nghiệp này. Ngoài ra, JSA cũng đã ký Biên bản ghi nhớ với Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp, Tổ chức Đối ngoại Nhật Bản (JETRO) và Hội đồng Thể thao Nhật Bản (CTCP) để tăng cường hợp tác chặt chẽ hơn giữa các lĩnh vực kinh doanh và thể thao ở cấp Chính phủ và địa phương.

Do chiến lược thực hiện cải cách trong ngành du lịch bao gồm cả việc nới lỏng các yêu cầu về thị thực, du lịch nội địa của Nhật Bản đã tăng trưởng nhanh chóng trong những năm

gần đây cũng như sự gia tăng đáng kể khác trong cả lĩnh vực du lịch và các cửa hàng miễn thuế. Mặc dù không có bằng chứng rõ ràng về các sự kiện thể thao quốc tế lớn sắp tới và sự gia tăng của du lịch, số lượng khách nước ngoài đã đạt hơn 30 triệu lần đầu tiên vào năm 2018. Ước tính, GDP sẽ tăng từ 1.496 lên 8.2% và tỷ lệ việc làm từ 1.0% đến 7.6% vào năm 2027. Một Báo cáo khác của World Travel & Du lịch Nhật Bản năm 2017, đã cho biết sự thúc đẩy thông qua đi lại và du lịch là 7.496 GDP và nó tương đương với 12 nghìn tỷ yens (107 tỷ USD) và tỷ lệ thất nghiệp 6,996, tạo ra khoảng 4 triệu việc làm trong năm 2016.

Các sự kiện thể thao quốc tế sắp diễn ra dự kiến sẽ đưa nhiều khách du lịch đến Nhật Bản trong năm nay. Để kết hợp thể thao với du lịch, Chính phủ đã đưa ra hai sáng kiến gồm: (1) Hệ thống Thành phố chủ nhà và (2) Ủy ban thể thao khu vực.

Mục đích của việc thiết lập Hệ thống Thành phố chủ nhà là để kích hoạt các khu vực thông qua trao đổi về thể thao, văn hóa và kinh tế giữa chính quyền địa phương và các ngành kinh tế/khu vực riêng lẻ khác sẽ tham gia vào Tokyo 2020. Chính phủ cấp các khoản trợ cấp đặc biệt cho chính quyền địa phương, chi trả một nửa chi phí cho các hoạt động được áp dụng, khoảng 358 chính quyền địa phương Tại Nhật Bản đã đăng ký đăng cai tổ chức 111 ngành kinh tế cá thể và các khu vực khác từ khắp nơi trên thế giới vào cuối năm 2018.

Ngoài ra, Ủy ban Thể thao Khu vực bao gồm các tổ chức Tích hợp công-tư nhằm thu hút khách du lịch từ các khu vực bên ngoài cũng như kích hoạt các khu vực thông qua các môn thể thao, bao gồm các nhà tổ chức sự kiện và/hoặc các trại huấn

luyện thông qua sử dụng các nguồn lực môi trường và văn hóa cụ thể theo vùng của Ủy ban thể thao khu vực. Nhiệm vụ giao cho Ủy ban Thể thao khu vực là phát triển thể thao và thúc đẩy du lịch ở các khu vực khác nhau thông qua hợp tác giữa chính quyền địa phương, ngành công nghiệp thể thao và du lịch tư nhân với các tổ chức khác. Theo phiên bản “2” của Quy hoạch thể thao cơ bản, JSA kiểm soát việc tăng số lượng Ủy ban thể thao khu vực từ 83 lên 170 vào năm 2021.

Thông qua tổ chức các giải đấu thể thao toàn cầu lớn, đây chỉ là một vài ví dụ để chỉ ra những phương pháp kết hợp thể thao với du lịch.

Năm 2018, JSA đưa ra Chiến lược quốc tế về thể thao - đấu thầu và tổ chức các giải đấu thể thao quốc tế. Theo một số nghiên cứu, rõ ràng, một số lợi ích không chỉ đòi hỏi ở khía cạnh kinh tế mà cả những khía cạnh xã hội cũng như môi trường. Tuy nhiên, nó không tự diễn ra. Nó đòi hỏi sự tham gia của các tổ chức trong nước và quốc tế từ các ngành nghề khác nhau, đào tạo và phát triển những người có thể có quan điểm khác nhau nhưng hiểu được lợi ích của du lịch thể thao và khả năng điều phối chiến lược của các ngành khác nhau để đáp ứng các nhu cầu cần thiết. Và với tư cách là một nền kinh tế riêng, điều cần thiết là phải có những cách tiếp cận chiến lược theo phương thức hợp tác; bao gồm cả chính quyền địa phương, các công ty tư nhân, các ngành kinh tế/giáo dục và truyền thông.

... tổng hợp theo APEC Sports Newsletter

DI SẢN CỦA TVH OLYMPIC 2016 TỚI THÀNH PHỐ RIO, BRAZIL

I. Giới thiệu

TVH Olympic Rio 2016 là một sự kiện thể thao lớn, nơi có rất nhiều thành tích thể thao mới được thiết lập, nơi mà các câu chuyện thể thao đầy cảm hứng được chia sẻ, và là nơi mà kỷ lục truyền thông cũng như tầm ảnh hưởng của nền công nghiệp kỹ thuật số được thể hiện một cách rõ ràng nhất. Trong bối cảnh của những thách thức kinh tế, chính trị và xã hội, việc đánh giá, kế thừa và phát triển những di sản của các sự kiện thể thao lớn tại các thành phố và quốc gia nơi đã từng tổ chức sự kiện luôn được xem là việc làm vô cùng quan trọng.

Lập kế hoạch quản lý và kế thừa di sản của TVH Olympic 2016 đã được chính quyền thành phố Rio và Chính phủ Brazil nghĩ tới không phải từ thời điểm ngọn đuốc Olympic chính thức được thắp lên vào buổi lễ khai mạc ngày 05/08/2016, hay từ khi thành phố này được vinh dự xưng tên là thành phố chủ nhà của TVH Olympic 2016 vào năm 2009. Thay vào đó, người ta đã nghĩ về kế hoạch đầy kể từ khi Rio nộp đơn xin trở thành một ứng cử viên đăng cai tổ chức TVH Olympic.

Trong suốt quá trình vận động đăng cai, cho đến khi được xưng tên và thời điểm ngọn đuốc Olympic được chuyển giao từ Rio sang Tokyo, điều quan trọng nhất mà các nhà tổ chức thể thao của Brazil và quốc tế luôn suy nghĩ đầy là những điều mà Rio có thể mang đến cho TVH Olympic, cũng như quan

trọng hơn đây là những di sản mà TVH Olympic có thể để lại cho thành phố xinh đẹp này. Khi đề xuất bản dự thảo đăng cai và phát triển Rio cho xứng tầm với một thành phố đăng cai TVH Olympic, nước chủ nhà đã trình bày một bản kế hoạch khá chi tiết về quy hoạch phát triển Rio, những khu vực dành cho xây dựng thành phố thể thao, hệ thống cơ sở hạ tầng... Đặc biệt hơn cả, tại khu vực Maracana, nơi được quy hoạch trở thành Công viên Olympic Barra, các nhà quản lý và quy hoạch còn đưa ra được chi tiết kế hoạch chuyển giao địa điểm này trở thành Trung tâm đào tạo và huấn luyện thể thao thành tích cao ngay khi TVH Olympic Rio 2016 kết thúc.

Ngoài ra, BTC của TVH Olympic Rio 2016 cũng luôn đề cập đến những mặt tích cực trong xã hội, giao thông, kinh tế, văn hóa, du lịch... mà sự kiện thể thao quan trọng này mang lại cho thành phố. Có thể nói, TVH Olympic 2016 đã để lại cho Rio một “di sản sáng ngời”.

II. Thể thao và thể hệ trẻ

Trọng tâm của TVH Olympic Rio 2016 là gắn kết thể hệ trẻ thông qua các sự kiện thể thao. Các em sẽ biết đến thể thao nhiều hơn qua những câu chuyện giáo dục, những lời nói truyền cảm hứng do chính các VĐV chia sẻ. Đôi khi, các em đến gần hơn với thể thao qua những lần cổ vũ thi đấu trực tiếp, chứng kiến VĐV luyện tập, hay đôi khi là góp một phần nhỏ bé khả năng của mình trong sự thành công của sự kiện.

Trong số “di sản tinh thần” mà TVH Olympic Rio 2016 mang đến cho thể hệ trẻ chính là Chương trình giáo dục Transforma, một trong những chương trình giáo dục bên lề của sự kiện. Transforma không chỉ đơn thuần là mở rộng các dịch

vụ của thể thao đến với trường học, mà chương trình này còn thúc đẩy một cách thành công các giá trị tuyệt vời của tinh thần Olympic – đây là sự xuất sắc, lòng tôn trọng và tình hữu nghị. Kể từ khi chính thức đưa vào triển khai vào năm 2013, Chương trình Transforma đã thu hút được hơn 8 triệu học sinh, sinh viên, đến từ 16.000 trường học trên địa bàn cả nước. Chương trình cũng được triển khai một cách rộng rãi trên phạm vi 20 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Các nhà quản lý và điều hành thể thao cho rằng, đây quả thực đã là một sự thành công trong công tác đưa tinh thần thể thao Olympic đến với thanh thiếu niên.

Bên cạnh Chương trình Transforma, thể hệ trẻ của Brazil còn được thừa hưởng những công trình thể thao hiện đại, phục vụ cho công tác đào tạo và tập luyện của các em. Có thể kể đến như Công viên nước Maria Lenk, phòng thí nghiệm Olympic, địa điểm thi đấu Khúc côn cầu và rất nhiều các địa điểm khác.

Công viên nước Maria Lenk chính thức mở cửa vào năm 2012, nằm trong khuôn viên Trung tâm đào tạo trẻ Time Brazil. Trung tâm này hiện đang là địa điểm huấn luyện, đào tạo và thi đấu của các VĐV Brazil nhỏ tuổi của 13 môn thể thao cơ bản gồm: Điền kinh, Bơi, Lặn, Bơi nghệ thuật, Thể dục nghệ thuật, Judo, Karatedo, Quần vợt, Chèo thuyền, Bóng chuyền bãi biển...

Phòng thí nghiệm Olympic được Ủy ban Olympic Brazil khởi xướng vào năm 2009 với sự hợp tác của 9 tổ chức nghiên cứu và giáo dục Brazil, dưới sự tài trợ của Cơ quan tài trợ nghiên cứu và dự án (FINEP), cùng Bộ Khoa học, Công nghệ và Sáng tạo (MCTI).

Theo các nhà quản lý thể thao của Brazil, tất cả các trang thiết bị và dụng cụ được sử dụng cho giải đấu Khúc côn cầu của nước này đều là tài sản được bàn giao sau khi kết thúc TVH Olympic Rio 2016. Ngay cả đến nhân sự trong quá trình tổ chức thi đấu môn Khúc côn cầu trong khuôn khổ TVH như BTC môn, tình nguyện viên, cán bộ hỗ trợ... đều là những thành viên chủ chốt cho công tác phát triển và điều hành môn thể thao Khúc côn cầu này ở Brazil vào thời điểm hiện tại.

III. Cách quản lý và sử dụng địa điểm thể thao sau TVH

Sau khi TVH Olympic Rio 2016 kết thúc, theo đúng những điều khoản được nêu trong Biên bản thỏa thuận sử dụng địa điểm thi đấu, thành phố Rio bắt đầu bước vào giai đoạn quản lý và sử dụng các địa điểm thi đấu một cách hợp lý nhất với tình hình phát triển thể thao. Dưới đây là những tổng hợp về thực trạng sử dụng công trình thể thao sau khi kết thúc TVH Olympic Rio 2016:

- Công viên Olympic Barra: được mở cửa cho công chúng vào tham quan bắt đầu từ tháng 1/2017, với những địa điểm thu hút khách du lịch như: Bức tường nhà vô địch, khu vực quảng trường, các địa điểm đã từng tổ chức thi đấu thể thao...

- Khu tổ hợp các công trình thể thao dưới nước: được xây dựng với nguồn lực xã hội hóa, sau khi kết thúc TVH Olympic Rio 2016, các địa điểm thuộc công trình thể thao dưới nước đã được tháo dỡ và tái sử dụng ở những khu vực cần thiết. Tính đến tháng 3/2017, 5 bể bơi của khu tổ hợp đã được phân bổ lại cho 4 cơ sở thể thao khác của Brazil như cơ sở Manaus, cơ sở Salvador, cơ sở Palmas/Tocantin, cơ sở Guaratinguetá/São Paulo... Riêng bể bơi thứ 5 được chuyển về Trường đào tạo

Thể chất quân đội ở Urca, Rio de Janeiro. Theo báo cáo, tất cả đều được sử dụng hiệu quả, chất lượng, đảm bảo cho hoạt động đào tạo và thi đấu các môn thể thao dưới nước theo chuẩn quốc tế.

- Địa điểm thi đấu Bóng ném: được xây dựng tạm thời trong thời gian tổ chức TVH Olympic Rio 2016 chỉ với mục đích thi đấu. Sau khi TVH kết thúc, địa điểm thi đấu đã được tháo rời, sử dụng để xây các công trình thể thao cho 4 trường học theo chỉ định của chính quyền thành phố.

- Các sân thi đấu Khúc côn cầu: hiện đang được sử dụng bởi các trường đại học trên địa bàn thành phố, phục vụ cho công tác đào tạo và tổ chức thi đấu các giải quy mô địa phương.

- Các địa điểm tổ chức thi đấu Canoeing: được sử dụng để tổ chức các giải Vô địch Canoeing thường niên khu vực Mỹ Latinh.

- Via Olimpica: công trình này là tổ hợp các con đường kết nối các địa điểm thi đấu nằm trong khuôn viên Công viên Olympic Barra, được xây dựng và quản lý bởi nguồn kinh phí xã hội hóa. Sau khi TVH kết thúc, công trình được một nhà thầu tư nhân quản lý, bảo trì và mở cửa tự do cho người dân đi lại.

- Cung thi đấu Xe đạp: địa điểm này được xây dựng và hoàn thiện dựa trên nguồn kinh phí của Chính phủ. Sau khi TVH kết thúc, địa điểm thuộc sự quản lý của Bộ Thể thao Brazil và mở cửa tự do cho người dân vào luyện tập.

- Trung tâm thi đấu Quần vợt: được xây dựng và thiết kế là tổ hợp gồm nhiều sân thi đấu Quần vợt. Sau khi kết thúc TVH,

tổ hợp này còn được sử dụng để tổ chức nhiều môn thể thao khác, trong đấy phải kể đến như Bóng chuyền bãi biển...

- Khu thể thao dưới nước Maria Lenk: Sau khi kết thúc TVH, tổ hợp các địa điểm thi đấu và luyện tập của khu thể thao dưới nước Maria Lenk còn được sử dụng để đăng cai một số các giải đấu quan trọng khác như Đại hội thể thao khu vực Châu Mỹ Latin, Giải Vô địch Bơi quốc gia... Bên cạnh đó, tổ hợp còn trở thành trung tâm đào tạo VĐV chuyên nghiệp của Brazil. Hiện nay, số lượng VĐV tham gia công tác tập luyện tại trung tâm vào khoảng gần 200 người.

- Nhà thi đấu 1, 2 và 3: Nhà thi đấu số 1 và 2 hiện đang nằm dưới sự quản lý và điều hành của Bộ Thể thao quốc gia. Hai địa điểm này vẫn thường xuyên được sử dụng để tổ chức các giải đấu thể thao lớn như Bóng rổ (nhà thi đấu số 1) hoặc Trung tâm đào tạo VĐV Olympic (nhà thi đấu số 2). Riêng nhà thi đấu số 3, nằm dưới sự quản lý và điều hành của chính quyền thành phố Rio đã chuyển thành mô hình trường học, với mục tiêu chính hướng vào phát triển hoạt động thể chất cho người dân địa phương.

- Nhà thi đấu Olympic Rio: Kết thúc TVH, nhà thi đấu được sử dụng để tổ chức thi đấu các môn nằm trong khuôn khổ Đại hội thể thao khu vực Châu Mỹ Latin và địa điểm tập luyện chính của đội tuyển Thể dục nghệ thuật Brazil.

- Trung tâm Truyền hình quốc tế (IBC): Được xây dựng và hoàn thiện bằng nguồn kinh phí của tư nhân, sau khi kết thúc TVH, IBC được tháo dỡ, di chuyển và lắp đặt thành một trung tâm truyền hình mới ở PyeongChang và Tokyo.

- Trung tâm Báo chí (MBC): Được xây dựng và hoàn thiện bằng nguồn kinh phí của tư nhân, sau khi kết thúc TVH được bàn giao cho công ty sở hữu. Hiện tại, ngoại trừ một số khu vực được thuê làm mục đích văn phòng, đa phần những diện tích còn lại của MBC chưa được sử dụng triệt để.

IV. Sự thay đổi hạ tầng giao thông thành phố

Ủy ban Olympic quốc tế luôn coi TVH Olympic là một chất xúc tác, một cái cớ để thúc đẩy các dự án tái thiết và phát triển đô thị tại chính thành phố đăng cai tổ chức. Một TVH được đánh giá là tổ chức thành công nếu như các công trình phục vụ cho TVH gắn liền với mục tiêu phát triển dài hạn cũng như quy hoạch tương lai của thành phố. Và TVH Olympic Rio 2016 đã hoàn thiện tốt vai trò của mình, mang lại cho thành phố Rio sự phát triển cơ sở hạ tầng có thể nói là vô cùng ấn tượng. Theo thống kê của chính quyền thành phố Rio, nhờ có TVH Olympic Rio 2016 mà tỷ lệ người dân của thành phố được tiếp cận và sử dụng hệ thống giao thông vận tải chất lượng cao tăng từ 18% năm 2009 lên 63% năm 2016.

Bốn tuyến xe buýt nhanh (BRT) với tổng chiều dài hoạt động làm 150km hiện vẫn đang được sử dụng hiệu quả. Tuyến tàu điện ngầm nối Barra và Zona Sul được khánh thành trước khi TVH chính thức diễn ra đã giảm thiểu đáng kể khoảng thời gian di chuyển giữa 2 thành phố. Hệ thống đường sắt được mở rộng, nâng cấp, với 6 ga trung tâm được cải tạo...

Khu vực Porto Maravilha được cải tạo, nâng cấp bằng các khoản đầu tư xã hội hóa lên tới 8 triệu BRL (tương đương 2,1 triệu USD), đã khiến khu vực này mang một diện mạo mới hoàn toàn. Ngày nay, khu vực này là một phần sôi động của thành phố Rio de Janeiro.

V. Nền kinh tế khởi sắc

Những dự án gắn liền với kế hoạch tổ chức TVH Olympic Rio 2016 đã mang lại hàng ngàn việc làm cho một nền kinh tế quốc gia bị ảnh hưởng từ cuộc suy thoái kinh tế giai đoạn 2005-2010. Và các nhà kinh tế học tin tưởng rằng những ảnh hưởng tích cực từ TVH sẽ còn mang đến rất nhiều cơ hội phát triển cho quốc gia châu Mỹ này.

Theo thống kê, có gần 100 khách sạn và khu dân cư mới được xây dựng tại thành phố Rio để chuẩn bị cho TVH Olympic Rio 2016. Tổng nguồn kinh phí đầu tư cho ngành du lịch của Rio và Brazil trong giai đoạn này vào khoảng 5 tỷ BRL (tương đương 1,3 tỷ USD).

TVH Olympic Rio 2016 đã mang đến cho thành phố này những con số vô cùng ấn tượng trong ngành du lịch và kinh tế:

- Tạo cơ hội việc làm cho hơn 16.000 lao động;
- Trong năm 2016, Brazil đón 6,6 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tăng 4,8% so với những năm trước đó;
- Về doanh thu do du lịch tạo ra trong năm 2016, tổng cộng là 6,2 tỷ USD, tăng 6,2% so với năm trước;
- Thu nhập của người nghèo tăng tăng 29,3% so với trước;
- Ngoài ra, hơn 13.000 doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia vào các chương trình đào tạo và dịch vụ, nâng cao chất lượng, và mang đến cho họ cơ hội đấu thầu vào các công trình, dự án của TVH Olympic Rio 2016;
- Các nhà kinh tế và quản lý đã đưa ra một tổng kết rằng: “cứ mỗi 1 BRL được sử dụng để đầu tư vào các công trình, địa điểm thể thao, thì 5 BRL được dùng để cải tạo, nâng cấp và cải thiện các công trình liên quan chặt chẽ đến cuộc sống của

người dân”. Đây chính là nguyên nhân lý giải vì sao chất lượng cuộc sống của người dân sau khi kết thúc TVH Olympic Rio 2016 được cải thiện rõ rệt.

VI. Di sản xã hội

TVH Olympic Rio 2016 không những để lại một di sản xã hội tuyệt vời cho người dân thành phố Rio de Janeiro, mà còn trở thành biểu tượng cho những giá trị nhân văn mới tại Brazil, khu vực Nam Mỹ và trong lòng bạn bè quốc tế.

1. Tinh thần tình nguyện viên

Tình nguyện viên là một trong những yếu tố quan trọng đóng góp cho sự thành công của tất cả mọi kỳ TVH Olympic. Sự nhiệt tình, thân thiện, gần gũi mà người dân Brazil thể hiện trong các hoạt động tình nguyện của sự kiện đã mang Brazil đến gần hơn với quốc tế. Hơn 240.000 người đã đăng ký tham gia trở thành tình nguyện viên cho sự kiện, với hơn 50.000 người được chính thức lựa chọn và tham gia công tác đào tạo. BTC TVH Olympic Rio 2016 tự tin mà khẳng định rằng 50.000 tình nguyện viên đã hoàn thành xuất sắc vai trò của mình, cũng như đóng góp to lớn cho sự thành công của TVH.

Theo thống kê của BTC, tình nguyện viên của TVH Olympic Rio 2016 đến từ 192 quốc gia, trong đó có 60% là người Brazil; độ tuổi của các TNV từ 16 đến 80; 50% TNV ở độ tuổi dưới 25; 50% TNV là nữ giới. Các TNV được lựa chọn đều phải trải qua một khóa tập huấn kỹ năng và ngôn ngữ ít nhất 1 năm, trước khi được chính thức đảm nhiệm vị trí của mình.

2. Các dự án cộng đồng

Cộng đồng người dân địa phương được trực tiếp tham gia vào công tác chuẩn bị cho TVH Olympic Rio 2016 với nhiều

nhiệm vụ và chức năng khác nhau. Điều này được cho là sẽ giúp người dân tăng cường hiểu biết, kỹ năng cũng như kiến thức, phần nào đẩy hỗ trợ cho cuộc sống của họ sau khi TVH kết thúc. Dưới đây là một số những dự án cộng đồng nổi bật:

- Dự án cài đặt các trang thiết bị hiện đại tại các trung tâm cộng đồng tại thành phố Rio do công ty Cisco thực hiện đã cung cấp các khóa huấn luyện và đào tạo miễn phí dành cho đối tượng chính là những người dân của các khu lao động nghèo trong thành phố, với mong muốn chính bản thân họ sẽ là “chuyên gia công nghệ người bản địa”, góp phần vào thành công của TVH;

- Những phụ nữ khó khăn trong các khu lao động của thành phố được hướng dẫn về thiết kế, quản lý nguyên liệu và may cơ bản để làm 22.000 ga trải giường sử dụng tại Làng VĐV;

- Liên hiệp quốc, Ủy ban Olympic quốc tế triển khai nhiều chương trình, dự án nhằm thúc đẩy phong trào tương lai bền vững, bình đẳng cho nữ giới và đấu tranh vì hòa bình...

3. Việc làm và đào tạo

Những người học việc trẻ được đào tạo về quản lý sự kiện và thể thao cũng như trao cơ hội việc làm đầu tiên tại TVH Olympic Rio 2016.

Khoảng 1.450 chuyên gia trẻ tuổi đã được đào tạo về công nghệ và sau đó là công việc trong các lĩnh vực liên quan đến dịch vụ phát thanh truyền hình tại TVH Olympic Rio 2016.

VII. TVH Olympic Rio 2016 và những hoạt động bảo vệ môi trường

Bảo vệ môi trường và phát triển các hoạt động, dự án bảo vệ môi trường là nhiệm vụ vô cùng quan trọng mà tất cả TVH

Olympic đều hướng tới. TVH Olympic Rio 2016 không phải là điều ngoại lệ. BTC TVH Olympic Rio 2016 luôn làm việc chặt chẽ ở mọi cấp, từ quốc tế, quốc gia cho đến địa phương... để đảm bảo rằng các tiêu chí về bảo vệ môi trường được gắn chặt trong mọi hoạt động, kế hoạch của TVH.

BTC TVH Olympic Rio 2016 đã tổ chức ba cuộc đối thoại với các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong lĩnh vực xã hội và môi trường trong quá trình chuẩn bị TVH. Hơn 70% trong số 200 đề xuất nhận được đã được triển khai xuyên suốt quá trình tổ chức và chuẩn bị TVH. Bên cạnh đấy, BTC cũng thường xuyên trao đổi cởi mở về những điều thực hiện được, không thực hiện được, từ đấy thuận lợi cho công tác tổ chức các sự kiện quan trọng trong tương lai.

Chương trình phát triển bền vững của TVH Olympic Rio 2016 đã được nhận chứng chỉ ISO 20121, sau khoảng thời gian kiểm toán của bên thứ ba xác nhận tất cả mọi hoạt động đều tuân thủ nghiêm ngặt, đầy đủ các điều khoản và quy định theo thông lệ quốc tế. Điều này cũng giúp nâng tầm cho các hoạt động môi trường được triển khai trong TVH suốt khoảng thời gian chuẩn bị, vận hành và kết thúc sự kiện.

Rất nhiều các hoạt động thay đổi khí hậu và môi trường thực hiện trong quá trình chuẩn bị và diễn ra TVH Olympic Rio 2016 gặt hái được thành công vượt xa mong đợi của các nhà quản lý và tổ chức. Có thể kể đến như công nghệ tiết kiệm năng lượng và giảm lượng khí thải carbon xả ra môi trường đã được triển khai thành công ở Brazil và các quốc gia thuộc khu vực Mỹ Latin, giúp giảm thiểu 2,2 triệu tấn khí carbon và chứng minh tính khả thi của việc giảm thiểu khí carbon trong các hoạt động liên quan đến nông nghiệp và công nghiệp.

Hơn 50 triệu hecta thảm thực vật bản địa đã được trồng mới và phục hồi tại các khu vực sử dụng làm địa điểm thi đấu như sân Golf, công viên Olympic...

9km đường sông đã được phục hồi thông qua các dự án về cải tạo cảnh quan ven bờ và khu vực thoát nước. Nhà máy xử lý nước thải cũng được nâng cấp, với mong muốn cải thiện công tác quản lý môi trường và đô thị.

Trước khi TVH Olympic diễn ra, số lượng rác thải được tái chế của thành phố chỉ vào khoảng 300 tấn. Tuy nhiên với sự đầu tư và hỗ trợ của các tổ chức quốc tế, lượng rác thải của Rio trong khoảng thời gian diễn ra TVH đã tăng lên hơn 1.200 tấn. Đây được xem là một nỗ lực lớn của chính quyền thành phố trong việc bảo vệ môi trường, tận dụng rác thải tái chế, giảm thiểu sự lãng phí cũng như nâng cao thu nhập cho những người dân xung quanh thành phố.

Phuong Ngọc tổng hợp

(theo Olympic Games Rio 2016 – The Legacy và The value of hosting major sports events)

TÁC ĐỘNG CỦA OLYMPIC VÀ PARALYMPIC 2024 TỚI THÀNH PHỐ ĐĂNG CAI LOS ANGELES

I. GIỚI THIỆU

Theo quyết định và kế hoạch của Ủy ban Olympic quốc tế, thành phố Los Angeles sẽ nhận vinh dự đăng cai tổ chức TVH Olympic và Paralympic 2024. Thành phố Los Angeles hứa hẹn rằng sẽ tổ chức một kỳ TVH ấn tượng và mang đến những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho tất cả mọi người. Với những ưu thế về địa lý, văn hóa, kinh tế, lịch sử, xã hội, đồng thời kinh nghiệm từng tổ chức 2 lần TVH vào những năm 1932 và 1984, Los Angeles hy vọng rằng, TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ để lại dấu ấn đặc biệt và di sản thể thao ấn tượng.

Được biết, theo tính toán của BTC TVH Olympic và Paralympic 2024, hầu hết các địa điểm thi đấu, tập luyện, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất... của TVH sẽ không được xây mới, mà tận dụng hệ thống địa điểm cũ của TVH 1984. Điều này được cho là sẽ không gây ảnh hưởng đến quy hoạch kiến trúc thành phố, ngân sách bang, vấn đề kinh tế, địa điểm công cộng... như các kỳ TVH trước. Các địa điểm sẽ được nâng cấp, cải tạo và trang bị mới bắt đầu từ năm 2022.

Lợi thế về kinh tế này sẽ cho phép nước chủ nhà cũng như thành phố đăng cai đầu tư nhiều hơn vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ, thiết kế những chương trình, hoạt động trải nghiệm độc đáo cho VĐV, HLV, người tham dự cũng như cho tất cả người dân của Los Angeles.

II. QUY MÔ CỦA OLYMPIC VÀ PARALYMPIC 2024

TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ diễn ra chủ yếu ở bốn công viên thể thao độc đáo: Downtown, Valley, South Bay và Long Beach. Các địa điểm bên ngoài các công viên thể thao này, chẳng hạn như Rose Bowl, Trung tâm thể thao Honda, SVĐ Bóng đá... sẽ được cải tạo và sửa chữa trong thời gian sắp tới.

III. SỰ ỦNG HỘ TỪ NGƯỜI DÂN

Theo báo cáo của BTC TVH Olympic và Paralympic 2024, tỷ lệ người dân ủng hộ cho kế hoạch tổ chức TVH rất cao, lên tới 88% (số liệu thống kê của Trung tâm nghiên cứu Trường Đại học Loyola Marymount tháng 02/2016). Bên cạnh đó, thành phố này cũng có số lượng lớn người yêu thích và hâm mộ thể thao lớn nhất Hoa Kỳ. Chính vì vậy, TVH Olympic và Paralympic 2024 dự kiến sẽ có khoảng từ 10 đến 12,5 triệu vé được bán ra.

IV. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA TVH OLYMPIC VÀ PARALYMPIC 2024

Tác động của TVH Olympic và Paralympic 2024 tại Los Angeles được dự tính là sẽ mang lại những ảnh hưởng tích cực theo cấp số nhân. Số lượng người tham dự TVH và lượng khách đến với Los Angeles trước, trong và sau TVH (giai đoạn 2018 đến 2025) đã được BTC TVH tính toán. Các khoản chi tiêu của một cá nhân trong giai đoạn 2018 đến 2025 này cho dù rất nhỏ, nhưng góp phần tạo nên tác động tổng thể lớn đến nền kinh tế Los Angeles, tiểu bang California và toàn bộ Hoa Kỳ đáng kể.

1. Tác động tới tiểu bang California

Theo tính toán TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ tạo ra từ 13,3 tỷ đến 14 tỷ USD sản lượng kinh tế, tạo thêm từ 87.628

đến 93.566 việc làm toàn thời gian, nâng mức thu nhập từ 5,8 tỷ đến 6,1 tỷ USD và mang về từ 690,1 triệu USD đến 742,4 triệu USD chon thuế nhà nước và địa phương trên toàn tiểu bang California.

2. Tác động tới Hoa Kỳ

Các tác động đến toàn nước Mỹ thậm chí còn lớn hơn. TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ tạo ra từ 17,4 tỷ USD đến 18,3 tỷ USD về sản lượng kinh tế, hỗ trợ từ 108.447 đến 115.400 việc làm, tạo ra thu nhập từ 6,9 tỷ đến 7,2 tỷ USD và mang về từ 1,56 tỷ USD đến 1,64 tỷ USD tiền thuế liên bang.

V. TÁC ĐỘNG XÃ HỘI CỦA TVH OLYMPIC VÀ PARALYMPIC 2024

Nếu như không tổ chức TVH Olympic và Paralympic 2024, các dự án hạ tầng và nguồn ngân sách xây dựng thành phố Los Angeles vẫn nằm trong kế hoạch được triển khai trong tương lai của thành phố. Chính vì vậy, khi Ủy ban Olympic quốc tế chính thức công bố nước chủ nhà của TVH Olympic và Paralympic 2024, các công trình xây dựng, đặc biệt là các dự án hạ tầng liên quan đến TĐTT nằm hoàn toàn ở nguồn tài chính độc lập. Các dự án và công trình này được cho là sẽ góp phần vào sự thành công của TVH mà không tạo ra gánh nặng tài chính của TVH Olympic và Paralympic 2024. Bên cạnh đây, BTC TVH Olympic và Paralympic 2024 cam kết rằng đây sẽ là một trong những TVH “xanh” nhất của thế giới, góp phần bảo vệ môi trường và gìn giữ những giá trị tinh thần cao quý của thể thao cho tương lai. Tương tự như TVH Olympic 1984, di sản của TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ tồn tại lâu dài, góp phần cho sự phát triển của thể thao cộng đồng tại thành phố Los Angeles, cũng như cho toàn đất nước Hoa Kỳ.

Là một thành phố nhận 3 lần vinh dự đăng cai tổ chức TVH Olympic, có thể nói rằng tinh thần Olympic nằm trong “huyết mạch” của thành phố Los Angeles xinh đẹp. Quay trở lại quá khứ, TVH Olympic 1932 và TVH Olympic 1984 được coi là hai trong số những TVH thành công nhất trong lịch sử từ góc độ hình ảnh, tài chính và di sản. Những di sản của 2 TVH Olympic đây vẫn còn hiện diện tại thành phố Los Angeles cho đến ngày hôm nay.

Đây là SVĐ Memorial Coliseum, trung tâm tổ chức các hoạt động chính của 2 kỳ TVH cũ, hiện đang là sân nhà của 2 đội bóng USC Trojans và Los Angeles Rams. Hay LA84, một trong những tổ chức hoạt động trong lĩnh vực phát triển TDTT thanh thiếu niên của Los Angeles, được thành lập từ năm 1984, luôn đóng vai trò quan trọng trong mọi công tác thể thao trẻ, cũng như luôn giành nguồn kinh phí lên tới hàng triệu USD cho việc đưa thể thao đến gần hơn cho thế hệ trẻ. TVH Olympic và Paralympic 2024 hy vọng rằng sẽ kế thừa được những tinh hoa đây, tổ chức được một kỳ TVH sáng tạo, ấn tượng và đặc biệt nhất cho người dân.

Với điều kiện địa lý và tính chất dân cư, thành phố Los Angeles hoàn toàn phù hợp trong việc phát triển các môn thể thao như Đua Xe đạp, Bóng chuyền bãi biển, các môn thể thao dưới nước... Không bị chịu quá nhiều áp lực về chi phí xây dựng địa điểm thi đấu, cơ sở lưu trú cho VĐV, nên BTC TVH Olympic và Paralympic 2024 có thể hoàn toàn dồn kinh phí xây dựng cho các hoạt động khác cho TVH như tuyên truyền, quảng bá, phát triển, cải thiện hình ảnh, thương hiệu...

Về hệ thống giao thông công cộng của thành phố Los Angeles, TVH Olympic và Paralympic 2024 chắc chắn sẽ

mang đến tác động không hề nhỏ. Người dân của thành phố Los Angeles tự tin phát biểu rằng, bộ mặt của thành phố này khi tổ chức TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ vô cùng ấn tượng, sáng tạo, cải tiến và hiện đại.

Trong thời gian tới, thành phố Los Angeles sẽ đầu tư hàng tỷ USD vào các dự án đường cao tốc, cơ sở hạ tầng, bãi đỗ xe và rất nhiều các dự án địa phương khác. Các dự án cải tạo hệ thống giao thông công cộng cũng bao gồm dự án mở rộng hệ thống tàu điện ngầm trị giá 88 tỷ USD, đường sắt cao tốc, xe buýt nhanh và bổ sung thêm các làn đường cao tốc mới kết nối các điểm, nút giao thông cơ bản giữa sân bay, trung tâm thành phố và địa điểm thi đấu.

Bên cạnh đấy, thành phố Los Angeles cũng sẽ đầu tư gần 300 tỷ USD vào các dự án cơ sở hạ tầng giao thông công cộng, trong đấy dành hẳn 14 tỷ USD cho Kế hoạch cải thiện sân bay quốc tế Los Angeles (LAX).

VI. TÁC ĐỘNG KINH TẾ

BTC TVH Olympic và Paralympic 2024 đang tìm cách xây dựng và định hình một khái niệm “tổ chức sự kiện thể thao kiểu mới”, trong đấy thay vì phải thay đổi thành phố để phù hợp với các hoạt động thi đấu, thì giờ đây, các môn thể thao được lựa chọn sẽ phải phù hợp với điều kiện kinh tế và xã hội của thành phố Los Angeles. Tại thành phố này, hầu hết địa điểm thi đấu và các cơ sở hạ tầng phục vụ cho công tác tổ chức TVH Olympic và Paralympic 2024 đã sẵn sàng, đảm bảo mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho VĐV, trọng tài, HLV, thành viên của gia đình Olympic, khán giả... Điều duy nhất BTC cần phải làm lúc này đấy là nâng cấp, cải tạo để mang đến những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho tất cả mọi người.

1. Chi phí trực tiếp

Theo tính toán, để chuẩn bị cho TVH Olympic và Paralympic 2024, BTC cần phải chi một khoản kinh phí vào khoảng 1,2 tỷ USD. Trong thời gian TVH Olympic và Paralympic 2024 diễn ra chính thức, khoản ngân sách chi sẽ lên tới 4,11 tỷ USD. Cùng lúc này, khoản doanh thu mang lại từ lượng khách du lịch sẽ vào khoảng 1,17 tỷ USD cho sự kiện và 1,46 tỷ USD cho các dịch vụ khác khi lưu trú tại thành phố Los Angeles.

Còn trong khoảng thời gian trước và sau khi TVH Olympic và Paralympic 2024 kết thúc, khoản doanh thu đến từ khách du lịch lần lượt sẽ là 0,24 tỷ USD và 0,3 tỷ USD.

2. Cơ hội việc làm

Tổ chức TVH Olympic và Paralympic 2024 chắc chắn sẽ mang lại những cơ hội việc làm, bao gồm cả việc làm toàn thời gian và bán thời gian, cho thành phố Los Angeles. Dựa vào con số thống kê của các kỳ TVH cũ, và xu hướng việc làm trong tương lai, Đại học California đã đưa ra một con số dự tính như sau:

- Thời điểm trước TVH sẽ tạo cơ hội việc làm cho ít nhất 11.000 người;
- Trong thời gian tổ chức TVH cơ hội việc làm sẽ vào khoảng 42.000 người;
- Và cơ hội việc làm trong các lĩnh vực, ngành, nghề khác như giải trí, nghệ thuật, du lịch... vào khoảng 80.000 người...

VII. TVH OLYMPIC VÀ PARALYMPIC LOS ANGELES 2024 – HƯỚNG TỚI XÂY DỰNG THÀNH PHỐ BỀN VỮNG

TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ là TVH đầu tiên xây dựng mô hình thành phố “năng lượng sạch” trên thế giới. TVH

Olympic và Paralympic 2024 đã đặt ra rất nhiều mục tiêu ngắn hạn và dài hạn để bảo vệ môi trường, củng cố nền kinh tế và xây dựng sự công bằng trong xã hội.

Bám sát theo những nguyên tắc được cam kết trong Chương trình nghị sự thường niên của Ủy ban Olympic quốc tế, TVH Los Angeles 2024 chắc chắn sẽ được nhắc đến như một “tấm gương” trong việc xây dựng TVH bền vững và trách nhiệm.

Trong 20 năm tới, thành phố Los Angeles, với những di sản của TVH Olympic và Paralympic 2024, sẽ là một trong những thành phố xanh của thế giới, sẽ hiện thực hóa ước mơ “là một thành phố biết sử dụng nguồn năng lượng hiệu quả, khoa học và tiết kiệm”. Các nhà quản lý và lãnh đạo còn mong muốn rằng, đến năm 2025, Los Angeles sẽ trở thành thành phố lớn đầu tiên của Hoa Kỳ nâng cao được chất lượng không khí, giảm lượng ô-tô cá nhân lưu hành trên đường, phân loại và tái chế được 70% lượng rác...

Thành phố này sẽ luôn là thành phố tiên phong, đổi mới trong các chính sách về phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Đây là việc các công trình, tòa nhà trong thành phố đạt được chứng nhận LEED (chứng nhận về đảm bảo năng lượng và môi trường); hay việc nâng cao nhận thức của người dân trong việc tiết kiệm nước, hướng tới mục tiêu trở thành thành phố có thể tích nước sử dụng bình quân của một người ít nhất thế giới; trở thành một trong những thành phố lớn của Hoa Kỳ cấm sử dụng túi nilong...

Đến năm 2024, thời điểm diễn ra TVH Olympic và Paralympic 2024, Los Angeles sẽ trở thành một thành phố chủ nhà “xanh”, với việc tăng cường che phủ thành phố bằng cây xanh, tiết kiệm

nước, hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng hiện có một cách khoa học và sáng tạo, đảm bảo tính thân thiện với môi trường.

VIII. SỰ TRƯỜNG TỒN CỦA DI SẢN OLYMPIC

Nói tiếp những thành công mà các di sản của TVH Los Angeles 1932 và 1984 để lại, TVH Olympic và Paralympic 2024 hy vọng rằng những tác động tích cực trong quá trình chuẩn bị và tổ chức TVH sẽ còn được nhắc đến mãi trong tương lai.

Nếu như TVH Los Angeles 1984 mang lại cơ hội việc làm cho hơn 3 triệu người, cung cấp trang thiết bị, hệ thống cơ sở vật chất phát triển và cải thiện thực trạng thể thao của thành phố trong khoảng thời gian 5 năm trước và sau sự kiện, thì các nhà tổ chức và quản lý thể thao hy vọng rằng TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ mang lại những bước chuyển mình tích cực và khả quan hơn. TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ hợp tác với chính quyền thành phố, các Liên đoàn, Hiệp hội thể thao, các đơn vị liên quan... để xây dựng một di sản Olympic ấn tượng, mở rộng các chương trình phát triển thể thao, đặc biệt là thể thao thanh thiếu niên. TVH Olympic và Paralympic 2024 sẽ là nền tảng, là nguồn cảm hứng lan tỏa những thông điệp yêu thương và gắn kết tới tất cả mọi người.

*Trần Bình và Trần Nguyễn tổng hợp
(theo Impacts of the 2021 Olympic and Paralympic Games in
Los Angeles)*

TĂNG TRƯỞNG NGÀNH DU LỊCH THỂ THAO Ở CANADA

Báo cáo của Liên minh Du lịch thể thao Canada công bố vào quý 2/2018 đều cho thấy rằng ngành du lịch thể thao có tác động đáng kể đến nền kinh tế Canada trong năm 2017. Theo các số liệu thống kê khách hàng từ công trình nghiên cứu điều tra về du lịch của các cư dân Canada (TSRC) và Khảo sát về du lịch quốc tế (ITS), Canada đã có sự gia tăng liên tục về giá trị của du lịch thể thao, với tổng chi tiêu là 6,8 tỷ USD, tăng hơn 33 triệu USD so với năm 2016. Sự gia tăng đáng kể nhất là chi tiêu của du khách đến từ Hoa Kỳ và trên toàn thế giới:

- Du lịch thể thao quốc tế từ cả hai thị trường này tiếp tục tăng đều đặn với năm 2017 tăng 5% so với năm trước;
- Lượng khách du lịch thể thao đến từ Hoa Kỳ tăng 3%;
- Lượng khách du lịch thể thao từ các nước ngoài khác tăng 2%;
- Khách quốc tế chiếm 35% tổng giá trị du lịch thể thao ở Canada, tăng từ 27% trong năm 2014.

“Canada tiếp tục là một nước chủ nhà rất hấp dẫn đối với nhiều giải đấu quốc tế, thu hút mọi người đến thi đấu, cổ vũ và xem các giải đấu đó”, ông Rick Traer, CEO của Liên minh Du lịch Thể thao Canada nói. “Chúng tôi có danh tiếng xuất sắc về chuyên môn trong việc tổ chức các giải đấu thể thao mùa hè và mùa đông, với cơ sở vật chất tuyệt vời, khả năng tổ chức, tình nguyện viên và chương trình hỗ trợ tài chính mạnh mẽ ở các cấp liên bang và cấp tỉnh”.

Cũng đã có sự nỗ lực chung để tiếp thị, quảng bá về hình ảnh Canada là một nước chủ nhà được ưa thích đối với các giải đấu thể thao quốc tế, vị CEO này giải thích. “Phối hợp với Cơ quan thông tin du lịch Canada, Ủy ban Olympic Canada, Tập đoàn truyền thông Canada - CBC Sports và một số điểm đến trên khắp Canada, chúng tôi đã tiếp thị thành công Canada trên trường thế giới, tại các hội nghị quốc tế lớn bao gồm SportAccord và những nơi khác. Trong năm 2017, Canada đã tổ chức 41 giải đấu quốc tế đủ khả năng đầu tư kinh phí theo chương trình đăng cai tổ chức của chính phủ liên bang, chỉ đứng sau Hoa Kỳ về số lần được đăng cai tổ chức tại bất kỳ một quốc gia nào. Đó là yếu tố chính trong sự phát triển của ngành du lịch thể thao”.

Rick Traer cũng rất hài lòng khi thấy ngành công nghiệp này tiếp tục phát triển mạnh vào năm 2017. “Chúng tôi đã thấy lượt khách đến thăm tăng đáng kể vào năm 2015, khi Canada đăng cai cả Giải FIFA World Cup Bóng đá nữ Canada 2015 tại sáu thành phố khác nhau và Đại hội Thể thao/ Đại hội Thể thao khuyết tật Liên Mỹ - 2015 ở Toronto. Vẫn thấy sự gia tăng ổn định trong hai năm qua, mà không có giải đấu thể thao lớn nào để tạo ra sức hút, chúng tôi tổ chức các điểm tổ chức và quyền đăng cai giải đấu thể thao mà chúng tôi đã giành được để tổ chức đã mang lại hiệu quả đến mức nào”.

Xét về thị trường du lịch thể thao nội địa, số lượng khách nghỉ qua đêm đến từ Canada hầu như không thay đổi so với năm 2016 trong khi số lượng khách du lịch trong ngày đã đăng ký giảm 9%. Mặc dù có sự gia tăng 4% giá trị chung của thị trường du lịch thể thao đối với khách du lịch qua đêm trong nước, nhưng đã giảm đáng kể 21% giá trị của khách du lịch trong ngày. Tuy nhiên, do thị trường qua đêm lớn hơn đáng kể

so với thị trường trong ngày, tổng giá trị của du lịch thể thao trong nước có sự giảm nhẹ 2%.

Dưới đây là bảng tổng hợp về sự phát triển của ngành du lịch thể thao của Canada cũng như lượng khách du lịch đến với Canada trong những năm gần đây:

GIÁ TRỊ CỦA NGÀNH DU LỊCH THỂ THAO (đơn vị tính: triệu USD)						
Nguồn khách	2013	2014	2015	2016	2017	% thay đổi so với 2016
<i>Khách quốc tế</i>	<i>1427,4</i>	<i>1566,4</i>	<i>1793,7</i>	<i>2226,8</i>	<i>2334,3</i>	<i>5%</i>
Đến từ Hoa kỳ	506,9	513,1	615,1	709,5	723,3	2%
Đến từ các nước khác	920,5	1053,3	1178,6	1517,3	1611	6%
<i>Khách nội địa</i>	<i>4394,4</i>	<i>4224,2</i>	<i>4724,1</i>	<i>4494,2</i>	<i>4419,7</i>	<i>-2%</i>
Du lịch ngắn ngày	1030,3	953,5	1087,2	950	750,1	-21%
Du lịch dài ngày	3364	3270,8	3636,9	3544,2	3669,6	4%
TỔNG LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH	5821,8	5790,6	6517,8	6721	6754	0.5%

LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH THỂ THAO (đơn vị tính: nghìn người)						
Nguồn khách	2013	2014	2015	2016	2017	% thay đổi so với 2016
<i>Khách quốc tế</i>	<i>1.380</i>	<i>1.426</i>	<i>1.601</i>	<i>1.747</i>	<i>1.799</i>	<i>3%</i>
Đến từ Hoa kỳ	791	768	883	941	973	3%

Đến từ các nước khác	589	658	718	806	826	2%
Khách nội địa	19.089	17.934	20.418	18.883	17.992	-5%
Du lịch ngắn ngày	10.160	9.273	10.736	9.674	8.788	-9%
Du lịch dài ngày	8.929	8.661	9.682	9.209	9.204	0%
TỔNG LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH	20.469	19.360	22.019	20.630	19.791	-4%

Nhìn vào tổng lượng khách du lịch thể thao của các tỉnh, Ontario nhận ra tỷ lệ khách tới thăm cao nhất (37%), tiếp theo là Quebec (25%), British Columbia (12%), Alberta (11%) với tất cả các Tỉnh và vùng Lãnh thổ khác chiếm 16% lượng khách tới thăm từ các thị trường này. Số liệu này cho thấy sự thay đổi đáng kể về tỷ lệ doanh thu đến từ khách quốc tế, từ mức thấp 2% đối với Saskatchewan và cao 51% đối với British Columbia.

... tổng hợp theo Canadian Sport Tourism Alliance

THÔNG TIN TỔNG HỢP

TRUNG TÂM THÔNG TIN THỂ DỤC THỂ THAO

36 Trần Phú – Ba Đình – Hà Nội

ĐT: 04.3747.2958 – 04.3747.5254; Fax: 04.37471981

Email: banbientap@tdtt.gov.vn

Website: www.tdtt.gov.vn

Chịu trách nhiệm xuất bản và nội dung:

Giám đốc Trung tâm Thông tin TDTT

Tổng biên tập Trang tin Điện tử thể thao Việt Nam

TS. ĐÀM QUỐC CHÍNH

Biên tập:

Ths. Ngô Thịnh Hường

Biên dịch:

Phương Ngọc, Trần Bình, Thu Hà, Hồng Anh

Hồng Hạnh, Hải Yến, Đức Anh

Trình bày:

Quý Bảng