

удк 339.138

СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КНР

Богаревич Н.О., канд. экон. наук, заведующий кафедрой физической культуры и экономики спорта, УО «БГЭУ»

Пу Баошэн, аспирант, 2 курс, УО «БГЭУ»

Аннотация. Статья посвящена спортивно-событийному туризму на примере Китайской Народной Республики. Туризм представляет собой сложное социально-экономическое явление, которое влияет на многие области жизни. В настоящее время в контексте развития спортивно-событийного туризма спортивные мероприятия являются важным элементом мотивации как на мировом уровне, так и для конкретной дестинации.

Ключевые слова: спортивно-событийный туризм, Китай, спортивные мероприятия, Олимпийские игры.

Введение. Спортивно-событийный туризм – новое направление в туризме, связанное с проведением какого-либо массового и зрелищного спортивного события. Соревновательный зрелищный спорт, в данном случае, является причиной туристического паломничества. Сегодня данное направление в туризме активно развивается и получает большую популярность, и с каждым годом событийные туры становятся все востребованнее. Роль туристского спортивно-событийного рынка в экономике страны и социально-культурном развитии населения огромна.

В настоящее время популярность событийного туризма растет и рынки, реагируя на спрос, предлагают все новые и новые места для туристов [1].

Традиционно, потребителей спортивно-событийного туризма принято делить на активных (практикующих занятия спортом) и пассивных (предпочитающих становиться исключительно свидетелями каких-либо спортивных событий). Что касается характеристики целевой аудитории спортивно-событийного туризма, обозначим, что, это туристы молодого или же зрелого возраста, в среднем, от 25 до 40 лет. Также потребителей можно разделить на фанатов (или болельщиков), которые отслеживают все спортивные мероприятия и точно знают, какое событие они хотят посетить, и любителей, которому интересны разнообразные мероприятия.

Проведение спортивного мероприятия потенциально может принести как для страны, так и для региона различные выгоды, экономические, социальные, культурные. К числу таких выгод относятся капитальное строительство и сооружение объектов инфраструктуры, создание новых спортивных объектов, комплексов отдыха и оздоровления, организация спортивных ассоциаций; создание новых рабочих мест, а в следствии, улучшение уровня жизни, уменьшение безработицы; снижение издержек, например, транспортных, благодаря улучшению сети дорог; увеличение доходов от развитой инфраструктуры; увеличение потока инвестиционных поступлений в бюджет; усиление чувства гражданской гордости и национальной общности; рост престижа принимающего региона или страны, и в следствии, за счет пропагандирования и распространения спорта, развитие активных видов спорта, становление новых взглядов на оздоровление организма как фактора жизни; повышение статуса спортивно-подготовленного населения, и, несомненно, улучшение уровня здоровья в регионе. Отметим также, что при проведении спортивно-событийных мероприятий повышается рост духовного и культурного уровня населения, помимо спортивного.

По статистике объема международных туристских потоков, к основным спортивным событиям зарубежного рынка относятся, несомненно, зимние и особенно летние Олимпийские игры, футбольные турниры, теннисные турниры, автогонки «Формула 1», авиагонки Red Bull Air Race и другие.

Основная часть. На сегодняшний день Китай является крупным игроком в мире большого спорта. И это не случайно, потому что приоритетом внутренней политики этого государства является процесс физического развития страны [2].

Индустрия туризма Китая представляет собой комплексную отрасль, которая предоставляет услуги туристам на основе туристических ресурсов и туристических объектов. Поэтому туризм имеет особую двойственность, то есть культурный характер экономики, или экономический характер культуры. Это в корне отличается от общих отраслей промышленности по своей природе.

Характер туризма в Китае необходимо анализировать в контексте социального развития и экономических отношений.

Во-первых, туризм – это продукт социально-экономического развития на определенном историческом этапе. В соответствии со стадией развития производительных сил, уровень жизни населения развивается по закону: бедность - натуральный тип → зажиточный тип → роскошь. Только когда туризм достигает стадии обеспеченного и роскошного потребления, он становится массовым видом деятельности и социальным явлением. В конечном счете, туризм является результатом высокого уровня развития социальной производительности.

Во-вторых, туризм является неотъемлемой частью современной жизни. После удовлетворения потребностей в пище, одежде и жилье у населения появляются более высокие культурные потребности, которые проявляются следующим образом: постоянное расширение жизненного пространства; стремление к получению новых знаний; восприятие большего количества прекрасных вещей. Основным действием, которое превращает эти стремления в реальность, является туризм, с помощью которого удовлетворяются три вышеперечисленные потребности.

В-третьих, туризм – это разнообразный, многослойный и сложный синтез экономических, культурных, социальных и политических аспектов, выраженный в форме экономической деятельности.

В 2009 году Национальное управление туризма и Главное государственное управление спорта совместно выпустили "Инициативу по содействию развитию спортивного туризма в Китае", в которой подчеркивается "научное планирование, жесткая практика и инновационные механизмы для интеграции и развития индустрии спортивного туризма между туристическим и спортивным секторами", с целью ускорения и продвижения сотрудничества в области спортивного туризма и достижения взаимного продвижения и общего развития смежных отраслей.

Не смотря на то, что формирование и развитие индустрии туризма в Китае происходило относительно позже, чем в развитых странах, был создан огромный туристический рынок.

По данным Национального бюро статистики Китая, в 2019 году ВВП Китая достиг 99,1 трлн. юаней при темпе роста 6,1% и занял второе место в мире. Экономическая структура Китая также постепенно трансформируется в сторону сферы услуг и высокотехнологичных отраслей, а доля обрабатывающей промышленности постепенно снижается.

Согласно данным, опубликованным Китайской академией туризма, в 2019 году количество внутренних туристов в Китае превысило 6 млрд. человек, а доходы от туризма достигли 5,7 трлн. юаней с темпами роста 11,7%. Кроме того, Китай также стал крупнейшим в мире рынком въездного туризма: в 2019 году число въездных туристов достигло 150 миллионов человек. Развитие туристической индустрии играет важную экономическую роль в развитии Китая.

В 2021 году, согласно Статистическому бюллетеню национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики за 2021 год, страну посетили 3,25 млрд. отечественных туристов, что на 12,8% больше, чем в предыдущем году. Среди них 2,34 миллиарда туристов были городскими жителями, что на 13,4% больше; 900 миллионов туристов были сельскими жителями, что на 11,1% больше. Доход от внутреннего туризма составил 2 919,1 млрд. юаней, увеличившись на 31,0%. Из них городские жители потратили 236,44 млрд. юаней, что на 31,6% больше; сельские жители потратили 554,7 млрд. юаней, что на 28,4% больше. Приведенные выше цифры показывают, что Китай по-прежнему имеет огромный туристический рынок и большие темпы роста в 12,8% в период COVID-19, что свидетельствует о том, что туристическая экономика Китая имеет большой потенциал для развития и что Китай находится среди мировых лидеров по количеству участников туристической деятельности и темпам роста.

Развитие спортивно-событийного туризма в КНР требует структурированного подхода (спортивное развитие населения за счет популяризации спорта), что в свою очередь оказывает экономическое и социальное влияние на инфраструктуру государства: создание современных комплексов отдыха для оздоровления различных слоев населения с применением средств физической рекреации; комплексное решение межличностных отношений в системе спорта как путь для улучшения взаимопонимания между спортсменами и организаторами спортивных мероприятий; практическая реализация опыта в контексте становления новых взглядов на оздоровление организма как фактора жизни и воспитание физической культуры личности. Основная цель разработки политики развития туризма – создание конкурентоспособного туристского комплекса, способного удовлетворить с учетом требований международного рынка спортивно-познавательные,

спортивно-событийные, спортивно-оздоровительные, культурные и иные потребности, при условии соблюдения системы сервиса для данной категории путешественников.

Согласно расчетам Национального управления по туризму, среднегодовые темпы роста индустрии спортивного туризма Китая за последние два года составляли 30-40%, а темпы роста инвестиций в спортивный туризм даже достигли более 60%, намного превышая темпы роста инвестиций в туристическую отрасль, составлявшие около 30% за тот же период [3].

Согласно разнообразию, китайской национальной и региональной культуры, в Китае насчитывается 977 видов традиционных национальных видов спорта, в том числе 301 вид ханьской национальности и 676 видов этнических меньшинств. Например, различные виды китайских боевых искусств, китайский танец льва с различиями между Северным и Южным Китаем, стрельба из лука разных этнических групп и т. д.

Сочетание индустрии спортивного-событийного туризма и строительной отрасли в основном включает инженеринговые услуги по проектированию, строительству и использованию спортивных объектов, гостиничных номеров и других сопутствующих технических средств для нужд спортивного туризма.

Проведение Олимпийских игр 2008 года в Пекине привлекло большое количество туристов со всего мира и Китая, что способствовало быстрому развитию индустрии, а также предоставило огромные возможности для развития строительной отрасли Китая. В ходе подготовительных работ к Олимпийским играм 2008 года, в Пекине было построено в общей сложности 11 пекинских олимпийских стадионов, 11 реконструированных и расширенных стадионов, 9 временных стадионов и 6 спортивных объектов для проведения соревнований за пределами Пекина (всего 37 стадионов).

Например, Китайский национальный стадион, широко известный как «Птичье гнездо», который расположен на юге центральной части пекинского Олимпийского парка, являлся главным стадионом 29-х Олимпийских игр 2008 года. Проект занимает общую площадь 21 га, площадь застройки 258 000 м². В зале около 91 000 зрительских мест, в том числе около 11 000 временных мест. Строительство Национального стадиона требовало интеграции большого количества рабочей силы, материальных ресурсов, финансовых и других ресурсов, что напрямую стимулировало развитие, модернизацию и преобразование горнодобывающей и обрабатывающей промышленности, строительной отрасли. Сталь, используемая на Китайском национальном стадионе, поставляется научно-исследовательской и производственной базой, для широких и толстых стальных листов, Wuyang Iron and Steel Co., Ltd. Согласно требованиям строительства стадиона, китайские исследователи стальных материалов добились прорыва в технологии производства и произведенная сталь со спецификациями Q460, соответствует требованиям Национального стадиона. Реализованный с нуля, проект по производству стали со спецификациями Q460, обладает характеристиками независимых инноваций и правами интеллектуальной собственности на сталь Q460 китайского производства, что непосредственно стимулирует прямое развитие горнодобывающей промышленности, металлообрабатывающей промышленности и строительной отрасли, а также оказывает огромное влияние на развитие вторичной промышленности Китая.

В связи с развитием социально-экономической модернизации, развитием смежных отраслей, определились задачи и цели научно-технического развития и прогресса, экологии и устойчивого развития.

Темы Олимпийских игр 2008 года в Пекине: Зеленая Олимпиада, Олимпиада высоких технологий и Народная Олимпиада.

Коннотация Зеленых Олимпийских игр заключалась в использовании концепции устойчивого развития для защиты окружающей среды, защиты ресурсов и экологического баланса для руководства строительством проектов, развитием рынка, закупками, логистикой, размещением, питанием и крупномасштабной деятельностью, максимально минимизировать воздействие негативного влияния на окружающую среду и экологию.

С проведением зимних Олимпийских игр 2022 года в Пекине зимние виды спорта стали горячей темой для обсуждения и внимания со стороны всех слоев общества, что открыло новые возможности для его развития. Индустрия зимнего спортивного туризма играет уникальную роль в экономическом строительстве страны и неуклонном прогрессе общества, а также стимулирует совместное развитие других смежных отраслей.

Развитие индустрии зимнего спортивного туризма оказывает мощное стимулирующее воздействие на повышение качества рабочей силы, построение корпоративной культуры, развитие

спортивной индустрии и смежных отраслей, развитие народного хозяйства в плане социальной экономики, спортивных состязаний Китая, массового спорта. Проведение Олимпийских игр в Пекине, способствовало развитию зимних видов спорта, а также увеличению количества занимающихся. Благодаря огромному влиянию масштабных мероприятий, Зимние Олимпийские игры 2022 года в Пекине напрямую привлекли огромный поток людей для участия в зимнем спортивном туризме, что принесло огромную экономическую выгоду. Что касается преимуществ спонсоров зимних Олимпийских игр, согласно «Докладу об экономическом наследии зимних Олимпийских и зимних Паралимпийских игр 2022 года в Пекине (2022)», помимо 14 глобальных олимпийских партнеров, Зимние Олимпийские игры в Пекине подписали 45 спонсорских соглашений. Среди них 11 – официальные партнеры, официальные спонсоры – 11, официальные эксклюзивные поставщики – 10 и официальные поставщики – 13. Доход от спонсорства, который может быть реализован в развитии рынка зимних Олимпийских игр в Пекине, превысил данные предыдущих зимних Олимпийских игр. Зимние Олимпийские игры привлекли около 346 миллионов китайцев к участию в зимних видах спорта, создав обширные и устойчивые социальные и экономические преимущества для китайского народа.

В общей сложности 2,01 миллиарда зрителей во всем мире смотрели Зимние Олимпийские игры в Пекине по телевидению и цифровым платформам. По сравнению с Зимними Олимпийскими играми 2018 года в Пхенчхане, количество зрителей увеличилось на 5%.

Проведение зимних Олимпийских игр 2022 года не только способствовало экономическому развитию района Чжанцзякоу, но и открыло возможности для оптимизации промышленной структуры района Чжанцзякоу. С помощью зимних Олимпийских игр 2022 года район Чжанцзякоу изменил структуру промышленности с высокими инвестициями и низкой эффективностью в прошлом, активно скорректировал структуру промышленности и будет способствовать преобразованию и модернизации структуры промышленности. Зимние Олимпийские игры 2022 года способствовали развитию природоохранной и высокотехнологичной промышленности в Чжанцзякоу, а также осуществили трансформацию и модернизацию современной сферы услуг.

Заключение. Подводя итог, можно сказать, что экономика спортивно-событийного туризма в Китае становится важной частью экономического развития страны, и ее роль в развитии экономической структуры Китая очевидна [4]. Продвижение и развитие спортивно-событийного туризма напрямую способствует развитию смежных отраслей, а также возможностей трудоустройства и инвестиций в бизнес, реализуя социальный и экономический рост, способствует развитию региональной экономики и играет важную роль в стабильном развитии экономики Китая.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Толстогузова, К. А. Роль событийного туризма в развитии страны / К. А. Толстогузова // Human Progress. – 2017. – № 11. – С. 1 – 15.
2. Богаревич, Н.О., Роль государства в развитии спортивной индустрии КНР/ Н.О. Богаревич // Бухгалтерский учет и анализ. – 2023. – № 3 (315). – С. 21 –24.
3. Хуссамов, Р.Р., Насибуллин, И.У., Бондалет, А.А. Туристическая отрасль Китая: этапы развития и национальные особенности // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 6. – С. 258-260.
4. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management. 2018. № 29. P. 56.

SPORTING EVENTS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INPUT TOURISM IN THE PRC

Bogarevich N.O., candidate of economic sciences, head of the department of physical culture and economy of sports, BSEU

Pu Baosheng, postgraduate student, BSEU

Annotation. The article is devoted to sports and event tourism using the example of the People's Republic of China. Tourism is a complex socio-economic phenomenon that affects many areas of life. Currently, in the context of the development of sports and event tourism, sporting events are an important element of motivation both at the global level and for a specific destination.

Key words: sports and event tourism, China, sporting events, Olympic Games.