

Безуглий Віталій Вікторович,
кандидат педагогічних наук, доцент
Бойко Зоя Володимирівна,
кандидат географічних наук, доцент
Яроцька Аліна Андріївна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна,
e-mail: vetalbezugly@ukr.net
Університет митної справи і фінансів, м. Дніпро, Україна,
e-mail: zdor_zv@ukr.net
TOURBO event tour club, м. Дніпро, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В ІНДІЇ

Основна мета статті – узагальнення сучасного стану розвитку туристичної галузі Індії, визначення та аналіз перспектив розвитку туристичної сфери в економіці країни, що розвивається (на прикладі Індії).

Методика. В статті були використані такі методи географічного дослідження як аналізу, порівняльний, історичний, статистичний та інші. На їх основі був запроваджений аналіз умов та результатів розвитку туризму в Індії в цілому і в окремих її адміністративних одиницях завдяки статистичних даних певних показників (кількість іноземних туристів, надходження валюти до країни, кількість виїзних туристів з Індії, кількість готелів за категоріями, чисельність закладів ресторанного бізнесу тощо). Теоретичною базою дослідження слугували праці вітчизняних фахівців у сфері туристичного країнознавства (Бейдика О., Масляка П.). Були широко використані статистичні дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і Міністерства статистики і виконання програм Індії, в яких відображені стан розвитку туристичної сфери Індії.

Результати. Проаналізовані особливості розвитку такої нової та перспективної галузі індійського господарства, як туристична сфера. Наведено динаміку основних показників діяльності туристичної сфери Індії (кількість прибуттів іноземних туристів та надходження до країни іноземної валюти, що витрачають туристи) за 2002–2018 роки та їх вплив на ефективність розвитку цієї сфери. Надана геопросторова характеристика туристичної інфраструктури територією Індії, виділені штати країни з найбільшим та найменшим показником прибуття іноземних туристів до них. Проаналізований видовий склад і форми діяльності готельно-ресторанної сфери Індії, виявлено, що готельний сектор утворює ключовий сегмент індустрії туризму країни. Визначені перспективи розвитку туристичної сфери Індії до 2025 року.

Наукова новизна. Полягає в аналізі діяльності туристичної сфери Індії за 2002-2018 роки за допомогою різних статистичних методів. Показані шляхи розвитку та місце туристичної галузі в економіці країни, що розвивається (на прикладі Індії).

Практична значимість. Наведені основні перспективні кроки, необхідні для подальшого поступового розвитку туристичної сфери в Індії. Результати дослідження можуть бути широко застосовані як на лекційних, так і на практичних і семінарських заняттях при вивченні дисциплін туристичного країнознавства, при підготовці фахівців для національної туристичної індустрії, практичній діяльності українських туристичних операторів і агенцій. Виділено ряд ключових позицій, що можуть бути корисними і для розвитку туристичної сфери України.

Ключові слова: Індія, туризм, туристична інфраструктура, іноземні туристи, інвестиції, готельно-ресторанний сектор.

Безуглый Виталий Викторович,
кандидат педагогических наук, доцент
Бойко Зоя Владимировна,
кандидат географических наук, доцент
Яроцкая Алина Андреевна

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепр,
Украина, vetalbezugly@ukr.net
Университет таможенного дела и финансов, г. Днепр, Украина, г. Днепр,
Украина, e-mail: zdor_zv@ukr.net
TOURBO event tour club, г. Днепр, Украина

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В ИНДИИ

Основная цель статьи – обобщение современного состояния развития туристической отрасли Индии, определение и анализ перспектив развития туристической сферы в экономике развивающейся страны (на примере Индии).

Методика. В статье были использованы такие методы географического исследования как анализ, сравнения, исторический, статистический и другие. На их основе был проведенный анализ условий и результатов развития туризма в Индии в целом и в отдельных её административных единицах благодаря статистических данных определенных показателей (количество иностранных туристов, поступление валюты в страну, количество выезжающих туристов из Индии, количество отелей по категориям, численность учреждений ресторанного бизнеса и др.). Теоретической базой исследования послужили труды отечественных специалистов в сфере туристического страноведения (Бейдыка А., Масляка П.). Были широко использованы статистические данные Всемирной туристической организации (UNWTO) и Министерства статистики и выполнения программ Индии, в которых отображены состояние развития туристической сферы Индии.

Результаты. Проанализированы особенности развития такой новой и перспективной отрасли индийского хозяйства, как туристическая сфера. Приведена динамика основных показателей деятельности туристической сферы Индии (количество прибытий иностранных туристов и поступление в страну иностранной валюты) за 2002–2018 года и их влияние на эффективность развития этой сферы. Представлена геопространственная характеристика туристической инфраструктуры территории Индии, выделены штаты страны с наибольшим и наименьшим показателями прибытия иностранных туристов к ним. Проанализирован видовой состав и формы деятельности гостинично-ресторанной сферы Индии, определено, что гостиничный сектор образует ключевой сегмент индустрии туризма страны. Определены перспективы развития туристической сферы Индии до 2025 года.

Научная новизна. Заключается в анализе деятельности туристической сферы Индии за 2002-2018 года при помощи разных статистических методов. Показаны пути развития и место туристической отрасли в экономике развивающейся страны (на примере Индии).

Практическая значимость. Приведены основные перспективные шаги, необходимые для дальнейшего поступательного развития туристической сферы в Индии. Результаты исследования могут быть широко использованы как на лекционных, так и на практических и семинарских занятиях при изучении дисциплин туристического страноведения, при подготовке специалистов для национальной туристической индустрии, практической деятельности украинских туристических операторов и агентств. Выделен ряд ключевых позиций, которые могут быть полезными и для развития туристической сферы Украины.

Ключевые слова: Индия, туризм, туристическая инфраструктура, иностранные туристы, инвестиции, отельно-ресторанный сектор.

UDC 911.3

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.61-68>

Bezugly Vitaly Viktorovich,
Candidate Of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Boyko Zoya Volodymyrivna,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
Yarotskaya Alina Andriyivna

Dnieper National University named after Oles Honchar, Dnipro, Ukraine,
e-mail:vetalbezugly@ukr.net
University of Customs and Finance, Dnipro, Ukraine,
e-mail:zdor_zv@ukr.net.
TOURBO event tour club, Dnipro, Ukraine

CURRENT STATE OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN INDIA

The main purpose of the article – generalization of modern development of tourist industry of India, determination status and analysis of prospects of development of tourism sphere are in the economy of the country that develops (on the example of India).

Methodology. In the article such methods of geographical research were used as to the analysis, comparative, historical, statistical et al. On this basis, an analysis of the conditions and results of tourism development in India as a whole and in its administrative units was introduced due to statistics of certain indicators (number of foreign tourists, foreign currency arrivals, number of outbound tourists from India, number of hotels by category, number of restaurants business, etc.). The theoretical base of research labors of home specialists served as in the field of tourist country-specific studies (Baidik O., Maslyak P.). Statistical data of World Tourism Organization UNWTO and Ministries of statistics and implementation of the programs of India, that represented development of tourist sphere of India status, were widely used.

Results. The peculiarities of development of such a new and promising branch of the Indian economy as tourism are analyzed. The dynamics of the main indicators of the tourism industry in India (number of foreign tourists' arrivals and arrivals of foreign currency spent by tourists), for the years 2002-2018 and their impact on the effectiveness of the development of this sphere. Geospatial characteristics of tourism infrastructure in India are given, selected states of the country with the largest and smallest number of arrivals of foreign tourists to them. The specific composition and forms of activity of the hotel and restaurant sector of India are analyzed; it is revealed that the hotel sector forms a key segment of the tourism industry of the country. Prospects for development of India's tourism sector by 2025 have been determined.

Scientific novelty. It is an analysis of the tourism industry of India for the years 2002-2018 using various statistical methods. The ways of development and the place of the tourism industry in the developing country economy (on the example of India) are shown.

Practical meaningfulness. The main promising steps required for the further gradual development of the tourism sector in India are outlined. The results of the research can be widely used both in lectures, as well as in practical and seminars in the study of disciplines of tourist country studies, in the preparation of specialists for the national tourism industry, the practical activity of Ukrainian tourist operators and agencies. The row of key positions that can be useful to development of tourist sphere of Ukraine is distinguished.

Keywords: India, tourism, tourism infrastructure, foreign tourists, investments, hotel and restaurant sector.

Постановка проблеми. Туризм на сучасному етапі стає дуже важливою галуззю, що найшвидше розвивається у світовій економіці. Він має власну ієрархічну структуру, перспективи розвитку, додатково наповнює бюджет країн тощо. Все це відчувається завдяки багатству і розмаїттю рекреаційних ресурсів. Актуальність теми полягає в тому, що в умовах зростаючої

глобалізації та інтеграції, туризм як галузь посідає чинну роль в економіці та суттєво поповнює ВВП азійських країн, що розвиваються, у тому числі й Індії. Він розвиває торгівлю, транспортні шляхи, зв'язок та комп'ютерні технології, спонукає до розбудови туристично-рекреаційних баз, розвитку міцних ринкових відносин, а також міжнародного співробітництва тощо.

Актуальність теми обумовлена й інтеграцією Індії у всесвітні культурні процеси, у тому числі у процеси розвитку туристичної сфери, як одного з найперспективніших напрямів соціальної та економічної співпраці країн. Спостерігається і державний інтерес, що проявляється в намаганні збільшити потоки туристів до своєї країни за рахунок популяризації деяких видів туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дана вузька тематика не знайшла широкого відбитку у наукових працях вітчизняних дослідників. Нині в Україні спостерігається тенденція до розгляду загальних питань міжнародного туризму, зокрема у працях Любіцевої О., Бейдика О., Мальської М., Антонюк Н., Панкової Є., Ганича Н. Туристсько-країнознавчий характеристиці Індії присвячені праці українських географів Бейдика О. та Масляка П., є певні нароби щодо цієї тематики й у таких російських та західних фахівців, як Калєдин В., Бабкін А, Сінгх А, Бешем А. та ін.

Метою роботи є узагальнення сучасного стану розвитку туристичної галузі Індії та аналіз перспектив розвитку туристичної сфери в економіці цієї азійської країни.

Виклад основного матеріалу. Індія належить до найперспективніших туристичних країн світу. Це держава, де минуле, сучасне і майбутнє тісно переплелися. В цій величезній космічно-ядерній державі з більш як мільярдом населенням та найсучаснішими інформаційними технологіями по вулицях великих мегаполісів мирно гуляють корови, роз'їжджають рікші, а на берегах найбільших річок горять вогнища, на яких сплячуть мертвих. Іншої такої країни у світі немає, саме ця її унікальність і приваблює численних туристів. В Індії зосереджений значний потенціал природних та культурно-історичних туристсько-рекреаційних ресурсів. Територія Індії, зважаючи на геопросторове положення та розміри території, характеризується яскраво вираженою диференціацією природних умов, ландшафтів, багатством флори та фауни [1].

Нині туризм стає найбільшою складовою індустрії послуг в Індії, що дає майже 2,5 % від національного ВВП країни та 8,77 % від загальної зайнятості індійського населення. На нього припадає близько 45 % від усіх туристичних прибуттів країн Південної Азії і більше 70 % валютних надходжень від туризму регіону. Міністерство туризму, що є основним агентством із розвитку туризму в Індії, свідчить про 17,8 млн іноземних туристів у 2018 р. Індустрія туризму в Індії у 2018 р. дала прибуток у понад 28,56 млрд дол, і очікується, що й далі ця сума буде зростати майже на 9 % на рік [6]. За даними Всесвітньої туристичної організації [4], Індія має найвищий 10-річний потенціал зростання туристичного попиту з 2014 по 2024 рр. Відповідно до Доповіді про конкурентоспроможність по туризму у 2019 р. [8], проведеному Всесвітнім економічним форумом, Індія з 2017 р. покращила свої позиції на 6 пунктів в Індексі конкурентоспроможності в сфері мандрівок і туризму, посівши 34 місце, отримавши 4,4 бали із 7. Індійська туристична індустрія зайняла 5-е місце в довгостроковому (10-річному) рейтингу розвитку туризму і, як очікується, стане другим за величиною роботодавцем у світі до 2019 р.

Організований туризм в Індії почав розвиватися в 1950-х рр., а найбільших успіхів національна туристична індустрія досягла в середині 1990-х рр., коли щорічний приріст кількості іноземних туристів сягав 7,7 %. Протягом минулих років популярність Індії значно зросла, про що свідчить збільшення кількості іноземних туристів (рис. 1).

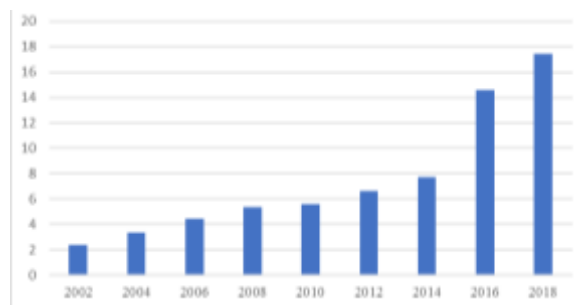


Рис. 1. Динаміка відвідування Індії іноземними туристами, млн осіб. (за [7])

Потік туристів збільшився з незначних 2,4 млн у 2002 р. до майже 17,5 млн у 2018 р. Завдяки успішному запуску дуже проникливої рекламної кампанії «Incredible India» (Дивовижна

Індія) потік іноземних туристів до країни має тенденцію до збільшення. Нині туризм став другим за величиною джерелом прибутку в країні після легкої промисловості. Іноземні туристи приносять великі валютні надходження до скарбниці країни (рис. 2).

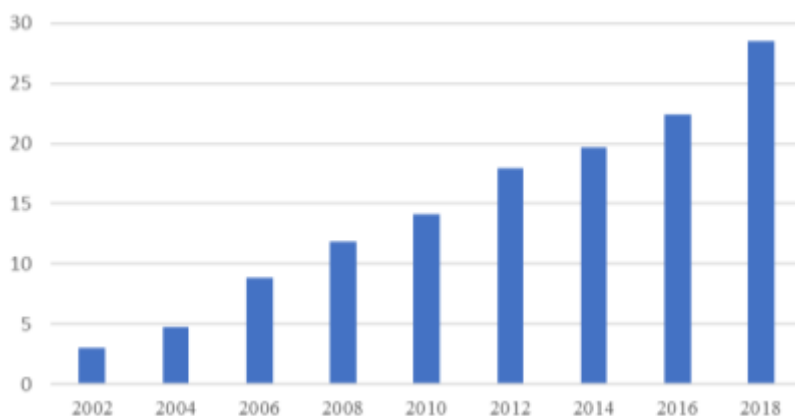


Рис. 2. Динаміка прибутків від туризму в Індії, млн дол. (за [7])

У 2010 р. основний потік туристів до Індії припадав на Велику Британію, США, Німеччину та Іспанію. Українці та росіяни в туристичному потоці країни складали всього понад 0,7 % (рис. 3). Відповідно, максимально (30% іноземних туристів) прибували до Індії із Західної Європи, у той час, коли Східна Європа мала незначний внесок (лише 2% туристів).

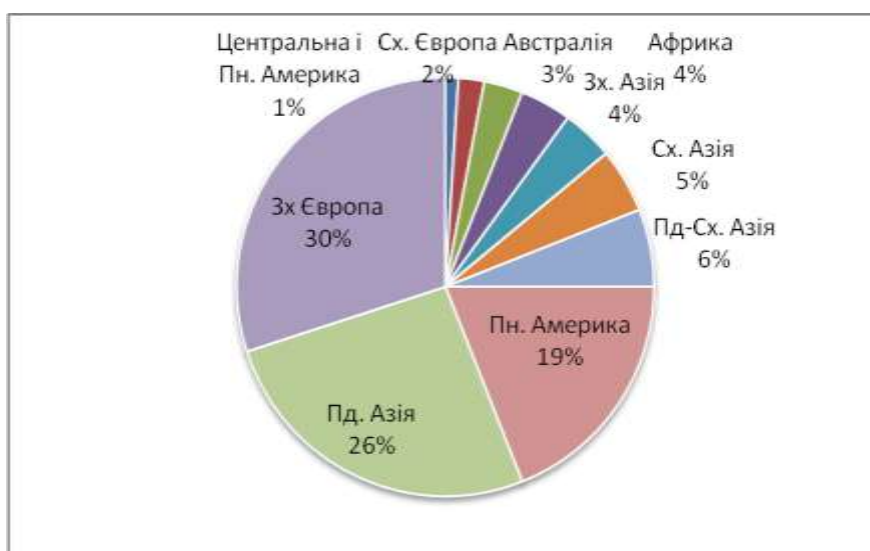


Рис. 3. Частка відвідувань Індії іноземними туристами (за [6])

У 2016 р. ситуація дещо змінилася. Найбільше туристів нині приїждять до Індії із Бангладеш та США – понад мільйон з кожної країни. Також значно більше туристів стали прибувати із Великої Британії, Канади, Малайзії, Шрі-Ланки, Австралії, Німеччини, Китаю і Франції (табл. 1).

Підвищенню попиту на відвідування Індії сприяє м'яка зовнішня політика уряду країни, зокрема спрощення візового режиму. Так, з 2013 р. туристи ряду країн здобули можливість отримувати візу в Індію по приїзду. Для цього необхідно всього лише заповнити заявку в інтернеті не пізніше ніж за 5 днів до в'їзду в Індію та сплатити візовий збір. Візовий збір залежить від так званої категорії країни: для країн «першої категорії» візовий збір становить 75 дол. (Україна, Росія, США), для країн «другої категорії» – 25 дол. (Шрі-Ланка, Сінгапур, Японія тощо), для країн «третьої категорії» (Ямайка, Фіджі, Уругвай, Вануату, Самоа тощо) візового збору не існує.

Найпопулярнішими індійськими штатами для відвідування є Таміл-Над, Уттар-Прадеш, Махараштра та інші (рис. 4). Як вважає Всесвітня туристична організація (UNWTO), туризм сьогодні став ключовим чинником соціально-економічного прогресу за рахунок експортних надходжень, створення робочих місць та підприємств й розвитку інфраструктури [4]. Внесок

подорожей та туризму до ВВП Індії у 2017 р. становив 2,17 млрд. рупій, що дорівнює 2,5 % від загального ВВП країни [5]. Крім того сучасна туристична галузь надає близько 22,3 млн робочих місць (4,9 % від загальної зайнятості) в Індії. Очікується, що їх кількість буде збільшуватися на 2,5 % щороку, аж до 28,08 млн робочих місць (5,1 % від загальної зайнятості) у 2024 р. [5].

Таблиця 1

Топ-10 країн-постачальників туристів до Індії, 2016 р. (за [6])

№	Країна	Кількість іноземних туристів, млн осіб
1	Бангладеш	1 380 409
2	Сполучені Штати Америки	1 296 939
3	Велика Британія	941 883
4	Канада	317 239
5	Малайзія	301 961
6	Шрі-Ланка	297 418
7	Австралія	293 625
8	Німеччина	265 928
9	Китай	251 313
10	Франція	238 707

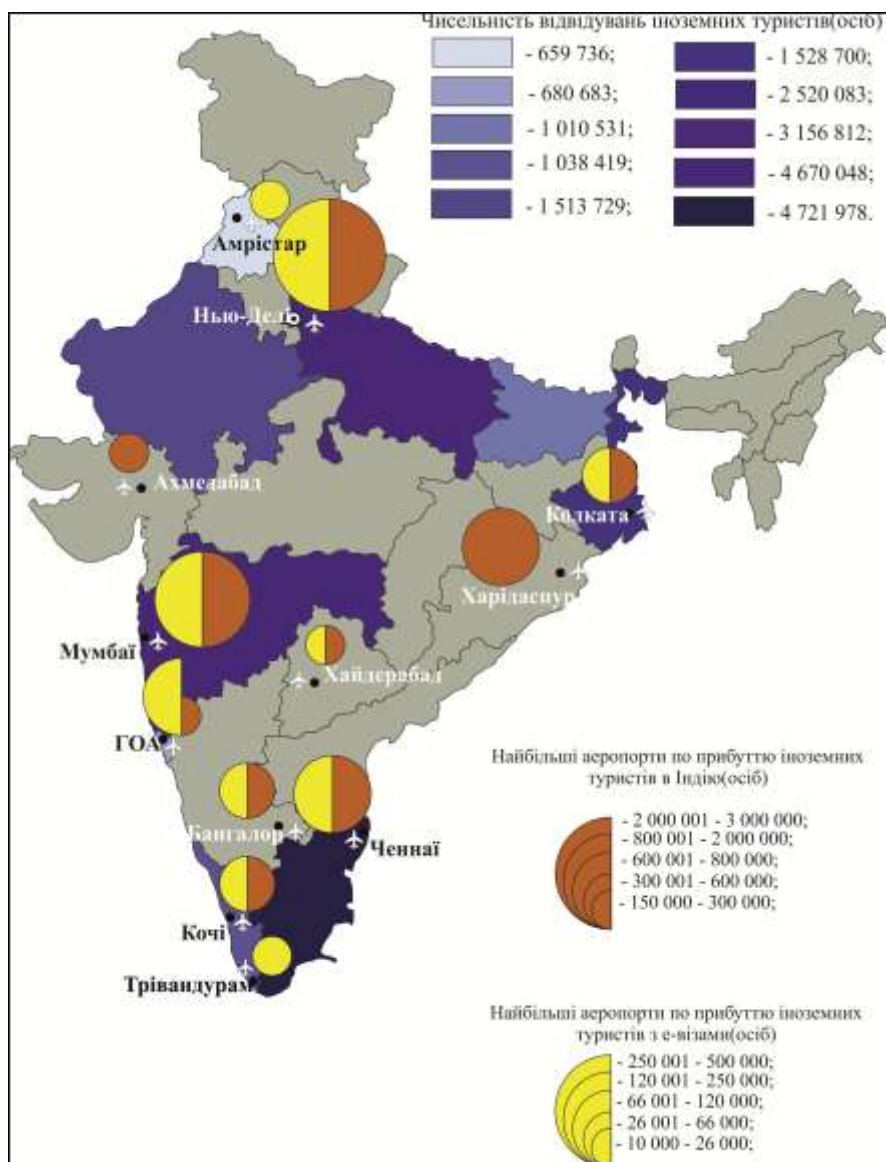


Рис. 4. Найпопулярніші штати та аеропорти Індії серед іноземних туристів, 2016 р.

Прямі інвестиції у туристичну галузь Індії протягом 2017 р. склали 1,93 млрд рупій, або 6,2% від загального обсягу інвестицій. Також очікується, що вони зростатимуть на 6,5 % річних протягом наступних десяти років до 3983,3 млн рупій у 2024 р. (6,4% від загального обсягу) [5].

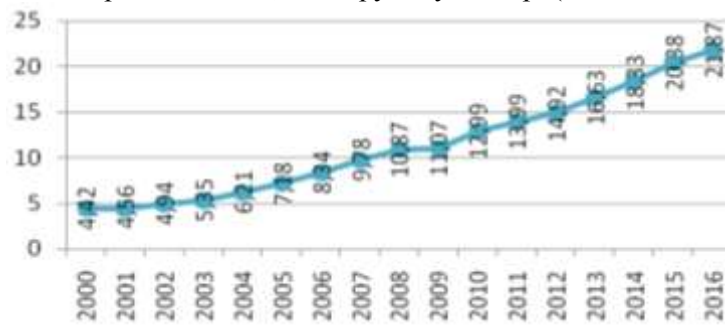


Рис. 5. Динаміка кількості виїзних туристів з Індії, млн осіб (за [6])

Щодо іноземних туристичних прибуттів до Індії, то тут спостерігається виражена сезонність, також відрізняється і мета візиту. Найбільша кількість іноземних туристів відвідує Індію в зимовий період (із грудня до березня), тоді як найменша – у червні. Це зумовлено кліматичними особливостями. Щодо мети візиту, то за даними 2012 р., опублікованими Міністерством туризму [6], близько 27,2% іноземних туристів відвідували Індію задля зустрічі з друзями та родичами; 12% іноземних туристів, що приїжджали до Індії протягом 2012 р. були паломниками. Внутрішній туризм є важливим сегментом сфери послуг, хоча детальні статистичні дані щодо внутрішніх туристів відсутні. Хоча вважається, що внутрішні туристи значно перевищують кількість іноземних і є, безумовно, найбільшим сегментом національного туристичного ринку. Потік внутрішніх туристів значно зріс протягом останніх кількох десятиліть. Покращення рівня життя, вплив із боку засобів масової інформації поступово розширюють обізнаність індійців про туристичні атракції рідної країни.

Окрім самої Індії, все більше індійців вирушає у закордонні подорожі. Так, у 2017 р. майже 22 млн туристів виїхали з Індії, і це не враховуючи заробітчан і студентів (рис. 6).

Статистичні дані свідчать, що за останні п'ять років кількість звернень індійців до туристичних компаній зросла вдвічі. Це пояснюється покращенням умов життя людей, підвищенням заробітних плат, а також тим, що люди почали цінувати власний час і комфорт. Кількість організаційних туристичних організацій в країні постійно зростає. India Tours є найбільшим туристичним агентством країни, що активно просуває тури до Індії та в інші країни. Також успішно працюють два найбільших туроператори – Astravel та ІТС. Особливий туристичний продукт пропонують спеціалізовані залізничні «готелі», такі як «Палац на Колесах» і «Роял Орієнт», які здійснюють тижневі подорожі по штатах Раджастхан і Гуджарат.

Індійський готельно-ресторанний сектор отримує вигоду від відносно сталого економічного зростання Індії, стабільного політичного середовища, іноземних інвестицій, зростання доходів. За прогнозами Euromonitor International [2], середні доходи одного такого підприємства зростуть до 90 % у реальному вимірі з 2015 по 2030 роки. Готельний сектор утворює ключовий сегмент індустрії туризму. Більша частина іноземної валюти, що отримується туристичною галуззю, припадає саме на готелі. Розуміючи важливість готельного сегменту, уряд запровадив ініціативу, щоб стимулювати готельну індустрію, надаючи податкові пільги та інші стимули. Нова промислова політика Індії проголосила готелі та туризм пріоритетною галуззю. З метою забезпечення сучасних стандартів послуг, доступних у готелях, Міністерство туризму сформулювало схему класифікації готелів, що застосовується до таких категорій: 5 зірок делюкс, 5 зірок, 4 зірки, 3 зірки, 2 зірки та 1 зірка, готелі спадщини (ті, що залишилися від британських колонізаторів): Heritage Grand, Heritage Classic & Heritage Basic. Готелі в Індії відповідають європейському рівню. Готелі 4*+ і 5* – це світові ланцюжки іноземних корпорацій, готелі 4* і нижче, як правило, належать національним власникам. Готельний бізнес та індустрія відпочинку Індії переживають нині бурхливого розвитку. Доходи галузі становлять близько 450 млрд. рупій щорічно. Цей сегмент ринку динамічно зростає, щороку в Індії будуються сотні готелів (рис. 6).

Більшість індійських готелів розташовані у великих містах і основних туристичних або бізнес-центрах. В Індії існує ряд мереж готелів світового класу, а також міжнародних мереж із франчайзингу. Ці фірмові готелі обслуговують бізнесменів та туристів і є переважно готелями преміум-класу (5-зіркові / 5-зіркові делюкс / спадщина) та середнього рівня (3 та 4 зірки). Так,

мережа готелів Marriott з 2000 по 2017 рр. відкрила 28 нових готелів в Індії. І в цілому їх кількість вже зросла до 47, а чисельність номерів у них дорівнює 3324 (від номерів люкс до кімнат середнього класу).

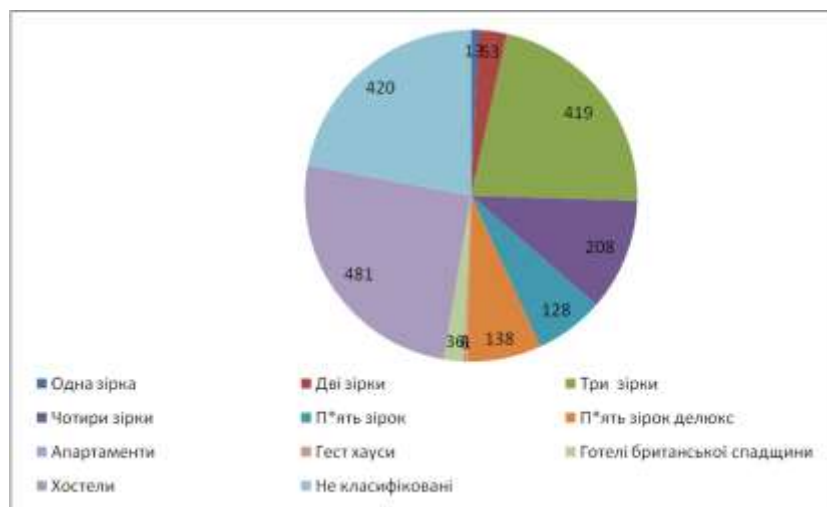


Рис. 6. Кількість готелів за категоріями на 31 травня 2017 р. (за [5])

Готельна мережа Hilton також активно працює на індійському туристичному ринку. У 2013 р. вона оголосила про створення спільного підприємства з індійською компанією DLF для розвитку готельної сфери в Індії. Було заплановано, що об'єднана компанія збудує в країні 75 готелів протягом наступних 7 років. Більшість з цих готелів будуть функціонувати під брендом Hilton Garden Inn.

Протягом 2016-17 рр. 32 об'єкти були класифіковані за категорією «Спадщина», що розроблена спеціально Міністерством інфраструктури, до якої увійшли готелі, збудовані ще в часи британської колонізації. Найвідомішим серед таких готелів є «Тадж-Махал Палас» у Мумбаї, що приймає відвідувачів уже понад сто років. Найбільша кількість готелів функціонує у найпопулярніших туристичних містах та бізнес-центрах Індії, таких як Нью-Делі, Мумбаї, Бангалор, Каніпур, Ченнаї, Джайпур, Путна тощо. Щодо їх зірковості, то найбільша кількість п'ятизіркових готелів розміщена в штатах Уттар-Прадеш, Махараштра, Гуджарат, Мадх'я-Прадеш і Керала. Готелі спадщини популярні в тих штатах, де колись жили англійці, наприклад, північні штати Уттар-Прадеш, Хімчал-Прадеш та Уттаракханд, а також західні штати Гуджарат, Махараштра і Гоа. Останнім часом помітно зросли прибутки ресторанного бізнесу. На індійському ринку з'являються все нові іноземні та національні компанії, а існуючі відкривають все нові заклади. В Індії нині працює понад 120 тис. сучасних організованих ресторанів, які визначаються як ресторани з більш ніж двадцятьма посадочними місцями та постійним меню. У таких закладах існує чимало можливостей для розвитку та збільшення прибутків.

Зростання кількості кафе в Індії обумовлене багатьма факторами, в тому числі зростанням рівня доходів, розвитком середніх міст та появою міжнародних мереж на ринку Індії. Останні кілька років кавова культура у великих містах популяризується через такі мережі, як Costa Coffee, Starbucks та Café Coffee Day. Ресторани високої кухні в Індії представлені на найкращих курортах і у найбільших містах, зокрема у Мумбаї, Нью-Делі та Гоа. Фастфуди, кафе та кав'ярні, що доступні більшості населення країни, є майже в усіх містах та містечках Індії. Навіть у гірських регіонах туристи можуть знайти місце, де можна похарчуватися.

Готельно-ресторанний комплекс Індії значно виріс за останні 20 років, але поки що індійські готелі не завжди пропонують такий рівень сервісу, до якого звикли європейські туристи. Але є тут і особливі готелі, яких не знайдеш ніде в світі. Дуже часто саме за цією екзотикою і їдуть туристи. Індійська кухня стає дедалі популярнішою в світі.

Тому якщо Індія прагне позиціонувати себе туристично привабливою країною та збільшити потік іноземних туристів, уряд та бізнес повинні провести ряд реформ, щоб зробити країну гостиннішою для іноземних мандрівників. Відповідно до останніх досліджень Міністерства туризму Індії та його стратегічного партнера Oxford Economics [3], що виконане в 2017 р., в Індії очікується:

➤ збільшення попиту на подорожі та туризм на 8,2 % у період між 2015 і 2025 рр., що поставить Індію на третю сходинку в світі;

- туристична галузь Індії стане другим за величиною роботодавцем у світі, в яку до 2019 р. буде залучено понад 49 млн осіб;
- із 2015 по 2025 роки очікується зростання на 8,8 % іноземних капіталовкладень в індустрію подорожей та туризму;
- прогнозується, що Індія стане п'ятим найдинамічнішим напрямком ділових поїздок у 2015-25 рр. із очікуваним реальним зростанням у 7,6 %.

Одні з останніх ініціатив, які уряд прийняв для сприяння розвитку туризму, включають стимулювання для сприяння приватним інвестиціям у формі звільнення від оподаткування при податку на прибуток, субсидію на відсоткову ставку та зменшення імпортного мита. Готельно-ресторанна галузь і туризм були визнані високопріоритетними напрямками для іноземних інвестицій. Це передбачає автоматичне збільшення прямих інвестицій до 51% іноземного капіталу та надання 100% індійських інвестицій, а також спрощення правил щодо надання ліцензій турагентам, туроператорам та операторам туристичного транспорту.

Висновки. Отже, індустрія туризму в Індії невинно розвивається, вона має величезний потенціал для отримання великої кількості іноземних інвестицій. Але ще потрібно багато чого зробити. Туризм в Індії повинен розвиватися таким чином, щоб він надавав послуги туристам у такий спосіб, який є мінімально нав'язливим і руйнівним для навколишнього середовища, а також підтримував би самобутню місцеву культуру. Крім того, оскільки туризм є багатопрофільним, необхідно, щоб усі гілки центральних та державних органів влади, приватного сектору та добровільних організацій стали активними партнерами у справі досягнення сталого розвитку туризму, якщо Індія стане світовим гравцем на туристичній арені.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О., Грешнякова Т.В. Індія в об'єднанні БРІК: туристський вимір // Географія та туризм: Наук. зб. – К., 2011. – Вип. 12. – С. 133-138.
2. Глобальна база даних ринкових досліджень Euromonitor International [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.euromonitor.com/>
3. Консалтингове агентство Oxford Economics [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.oxfordeconomics.com>
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.unwto.org/>
5. Офіційний сайт Міністерства статистики і виконання програм Індії [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://mospi.gov.in/>
6. Офіційний сайт Міністерства туризму Індії [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://tourism.gov.in/>
7. *International Tourism Highlights*. UNWTO. Retrieved 8 September 2019 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Список использованных источников

1. Бейдык А.А., Грешнякова Т.В. Индия в объединении БРИК: туристическое измерение // География и туризм: Научн сб. – К., 2011. – Вып. 12. – С. 133-138.
2. Глобальная база данных рыночных исследований Euromonitor International [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.euromonitor.com/>
3. Консалтинговое агентство Oxford Economics [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.oxfordeconomics.com>
4. Официальный сайт Всемирной туристической организации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.unwto.org/>
5. Официальный сайт Министерства статистики и выполнения программ Индии [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mospi.gov.in/>
6. Официальный сайт Министерства туризма Индии [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://tourism.gov.in/>
7. *International Tourism Highlights*. UNWTO. Retrieved 8 September 2019 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

References

1. Beydyk A.A., Greshnyakova T.V. Indiya v ob'yedinenii BRIK: turisticheskoye izmereniye // Geografiya i turizm: Nauchn sb. – K., 2011. – Vyp. 12. – S. 133-138.
2. Global'naya baza dannykh rynochnykh issledovaniy Euromonitor International [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <https://www.euromonitor.com/>
3. Konsaltingovoye agentstvo Oxford Economics [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <https://www.oxfordeconomics.com>
4. Ofitsial'nyy sayt Vsemirnoy turisticheskoy organizatsii [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <http://www.unwto.org/>
5. Ofitsial'nyy sayt Ministerstva statistiki i vypoleniya programm Indii [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <http://mospi.gov.in/>
6. Ofitsial'nyy sayt Ministerstva turizma Indii [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <http://tourism.gov.in/>
7. *International Tourism Highlights*. UNWTO. Retrieved 8 September 2019 [Elektronnyy resurs] / Rezhim dostupa: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Надійшла до редколегії 06.11.19