

1. Поширене уявлення щодо соціально-економічної ролі туризму в економіці Монако є перебільшеним і не відповідає дійсності.
2. Туризм в Монако є однією з важливих галузей господарства князівства, якому загалом притаманна диверсифікована економіка з акцентом на розвиток торгівлі, високих технологій, наукових досліджень та розробок.
3. Туристичний ринок Монако характеризується чергуванням періодів різкого зниження і зростання туристичних прибуттів, що свідчить про його залежність від соціально-економічних та інших чинників, що відбуваються у світі і передусім на теренах Європи.
4. Загальний тренд розвитку в'їзного туризму у Монако за період 1992-2011 рр. відображає певну стагнацію, що значною мірою зумовлено останньою за часом глобальною кризою.
5. Перспективи розвитку туристичного ринку Монако визначатимуться не лише реалізацією стратегії на відновлення високих темпів попередніх років, але й зовнішніми чинниками.

Використані джерела:

1. Michael Porter. MONACO'S TOURISM CLUSTER. *Microeconomics of Competitiveness. Final Paper.*, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Monaco_Tourism_2011.pdf
2. Monegasque Institute of Statistics and Economic Studies. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.monacostatistics.mc/>
3. Организация Объединенных Наций. Пятьдесят пятая сессия. 11-е пленарное заседание. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org/ru/ga/55/plenary/monaco.pdf>

УДК 911.3

Матвієнко Н.М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ІНДІЇ

Охарактеризовано сучасний стан та перспективи розвитку туризму Індії. Розглянуто особливості туристичної інфраструктури. Проаналізовано місце Індії у рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності сектора туризму.

Ключові слова: туристична інфраструктура, конкурентоспроможність, транспортна інфраструктура, маркетингова кампанія.

Охарактеризованы современное состояние и перспективы развития туризма Индии. Рассмотрены особенности туристической инфраструктуры страны. Проанализированы место Индии в рейтинге стран мира по индексу конкурентоспособности сектора туризма.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, конкурентоспособность, транспортная инфраструктура, маркетинговая кампания.

The current state and prospects of development of tourism in India are characterized. The features of the tourism infrastructure of the country are considered. The place of India in the ranking of countries according to the index of competitiveness of the tourism sector are analyzed.

Keywords: tourism infrastructure, competitiveness, transport infrastructure, marketing campaign.

Актуальність дослідження. Сучасна Індія – країна, що динамічно розвивається, має потужну промислову базу, розвинене сільське господарство, значні трудові ресурси, різноманітну мінерально-сировинну базу, зростаючий науково-технічний потенціал та сектор послуг, що швидко розвивається, включаючи інформаційні технології, телекомунікації, фінансово-банківську справу, транспорт, будівництво. Політика уряду країни націлена на досягнення Індією протягом найближчих 20 років статусу однієї з провідних економічних держав світу. Завдяки активним економічним реформам, Індія стає все більш відкритою та привабливою для західних інвесторів, що значно сприяє прискоренню розвитку міжнародного туризму країни. В індійському місті Гайдарабад 12-14 квітня 2013 р. було проведено 25-е статутне об'єднане засідання Комісії ВТО для Азії та Тихоокеанського регіону. Паралельно з ним проходила Конференція зі сталого розвитку сектору туризму. Її організатором виступило Міністерство туризму Індії у співпраці з урядом штату Андхра-Прадеш. У ході Конференції країни обговорювали існуючі в них проблеми і труднощі у розвитку сталого туризму і виступили за посилення внеску туризму в викорінення бідності, ведення моніторингу довгострокового впливу та підвищення пріоритету туризму в національній політиці розвитку. Індія стала учасником кампанії «Глобальні лідери на підтримку туризму».

Постановка проблеми. Індія належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн світу. Незважаючи на глобальний економічний спад у 2012 р. прямий внесок від подорожей та туризму у ВВП країни становив близько 32 млрд. дол. США. У 2011 р. World Travel and Tourism Council прогнозував, що в період з 2011 по 2021 рр. щорічний приріст цього важливого сектору індійської економіки складе 8,8 %. Це дозволило Індії посісти п'яте місце у рейтингу країн із швидкозростаючою туристичною галуззю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Туристсько-країнознавчому аналізу Індії присвячені праці українських вчених О.О. Бейдика, П.О. Масляка.

Мета статті полягає в оцінці сучасного стану, конкурентоспроможності та перспектив розвитку туризму Індії.

Виклад основного матеріалу. Історики називають Індію «Найстарішою уцілівшою цивілізацією на Землі». Досягнення давньої і середньовічної Індії в науці, літературі та мистецтві здійснили вплив на розвиток багатьох цивілізацій Сходу, стали невід'ємною складовою світової культури. Країна має різноманітне природне середовище та багато культурних пам'яток світового значення. Індійська архітектура є однією з областей, у якій найяскравіше представлена розмаїтість індійської культури. Архітектура древнього та середньовічного періодів відрізнялась незвичайною пишністю декоративних прикрас. Індія з повним правом може носити назву «музею під відкритим небом». 28 пам'яток Індії занесено до реєстру природної та культурної спадщини людства

ЮНЕСКО: форт в Агрі, печерні храми в Аджанті, печерні храми в Еллорі, Тадж-Махал, групу святилищ у Махабаліпурамі та інші.

Ландшафт на індійському субконтиненті пропонує дивовижний ряд контрастів. Високі Гімалаї на півночі і зелені пагорби Західних та Східних Гат на півдні Індії – прекрасні місця для альпінізму та трекінгу. Для пляжів і любителів водних видів спорту, протягну берегову лінію Індії пропонують відомі в усьому світі штати Гоа і Керала. Пустеля Тар в штаті Раджастан відкриває вид на хвилясті піщані дюни. Особливими є ліси Індії. Вони вкриті джунглями та тропічною рослинністю. Це дім для багатьох видів рідкісних і екзотичних представників флори та фауни. У країні створена ціла мережа національних парків, зокрема Казіранга, Кеоладео, Сундарбанс, Раджаджі, Дадхва та інші. Різноманітність Індії приваблює туристів різних категорій. Йога, Аюрведа, Тадж-Махал, Гімалаї, пляжі Гоа, вегетаріанська кухня – головні стереотипи, пов'язані з Індією. Дійсну славу індійській кухні принесли солодкі страви. Індію, а зокрема Західну Бенгалію, називають «світовою колискою солодошів». На сьогодні в Індії вже добре розвинені та користуються популярністю екскурсійний, пляжний, паломницький, релігійний, екологічний та шопінг туризм. Серед європейських туристів популярний навіть «нетрянський» туризм Індії. 650 млн. дол. США щорічний дохід від відвідування туристами нетрів Мумбаї.

Основу економіки Індії складає сфера послуг. І хоча у сільському господарстві зайнято близько 60% (500 млн. чоловік) працездатного населення, його частка у ВВП становить лише 20%, тоді як сфера послуг (включаючи туристичну індустрію) дає 55,9% надходжень до бюджету країни.

Впродовж останніх 15 років ВВП Індії збільшився з 320 млрд. до 1,676 трлн. доларів США (країна піднялася з 15-го на 12-е місце в світі, а ВВП за паритетом купівельної спроможності (ПКС) становить 4,5 трлн. – 4-е місце). У розрахунку на одного жителя за ПКС — 3700 доларів США (165 місце). Середньорічне зростання ВВП складає 8,5%, а найближчими роками уряд Індії розраховує вийти на темпи щорічного зростання на рівні 9-10%. З метою досягнення цілей поставлених керівництвом країни реалізуються довгострокові державні програми з розвитку енергетичної, нафтогазової, металургійної, хімічної та інших галузей. Створюються спеціальні економічні зони, зокрема в таких сферах, як сільське господарство, текстильна промисловість, нафтохімія, інформаційні технології, харчова промисловість.

Розвиток інфраструктури в Індії традиційно є турботою державного сектора. За минуле десятиліття готельна індустрія Індії зростала вражаючими темпами, що пов'язано в першу чергу з зростанням індійської економіки. Сьогодні Індія розвиває всі напрямки готельної інфраструктури – від невеликих хостелів до розкішних п'ятизіркових готелів класу делюкс. У країні було побудовано безліч першокласних готелів, які вже отримали довіру у сфері готельного бізнесу. До компаній, які беруть участь у

розбудові готельних мереж Індії відносяться: Tune Hotels, Resorts and Palaces, ITC Hotels, Starwood Hotels and Resorts, Carlson Hospitality, Marriot International, Hyatt Hotels, Intercontinental Hotel Group, India Tourism Development Corporation, Hilton Worldwide та інші. У найближчі три роки група Tune Hotels, що традиційно пропонує дуже низькі ціни на проживання, планує відкрити по всій Індії 20 нових готелів. Шість з них будуть розташовані в штаті Гуджарат (Gujarat) [4].

Готелі Індії в цілому можна поділити на 7 категорій (п'ятизіркові готелі класу люкс, п'ятизіркові, чотири зірки, три зірки, дві зірки, одна зірка та історичні готелі). Найбільшу кількість готелів мають штати Керала та Уттар-Прадеш, а також місто Делі. Особливістю індійських готелів є те, що деякі з них крім основної будівлі мають окремі вілли та котеджі. Є готелі, які представлені виключно котеджами, наприклад «Devaaya Ayurveda Spa Resort». Готель представлений 60 котеджами в традиційному гоанському стилі. Крім вищезгаданих закладів розміщення в Індії можна зупинитися в готелях, які не мають зірок, приватних апартаментів та човнах, які також можна зняти в якості житла. Категорії човнів поділяються на стандартні, де люкс та для молодят. На кожному човні є всі сучасні зручності, зокрема ванна кімната з душем, кондиціонер, спальня, житлова кімната, кухня. Кількість ванних кімнат відповідає кількості спалень. Човен супроводжує команда, яка представлена капітаном, помічником та кухарем.

За оцінками WTTC, туристський попит на Індію зросте на 8,2% в період між 2010-2019, але основною перешкодою цьому є те, що наявність готельної бази навіть не відповідає половині такого зростаючого попиту [9].

Заклади харчування. Всі місця громадського харчування в Індії поділяються на вегетаріанські (veg) та звичайні (non-veg). У великих містах і туристичних центрах є ресторани європейської (континентальної) кухні або ресторани із звичним меню, а також для великих міст характерні ресторани італійської, ізраїльської та китайської кухонь. У невеликих містах та на курортах заклади харчування представлені індійськими ресторанами та кафе. У маленьких містечках та селах поїсти можна в місцевих їдальнях (дхаба). Через високий рівень антисанітарії, їжу на вулицях індійських міст та вокзалах, а також в «мобільних» кухнях краще не купувати [1, с.7].

Майбутнє ресторанної індустрії є досить перспективним. Різноманітні кулінарні звички, широкий асортимент страв та різноманітних методів приготування їжі є одними з основних факторів розвитку ресторанної справи в Індії. З лібералізацією політичного ринку, що проводиться урядом, Індія стала споживчим ринком з величезною клієнтською базою, що дало поштовх розвитку ресторанного бізнесу в країні. Сьогодні спостерігається тенденція серед індійців спробувати різні види кухонь, що в свою чергу призводить до диверсифікації та зростання кількості ресторанів (за прогнозами до 4,5%). Так міжнародні ресторани

мережі також відкривають свої філії в різних містах країни. Зростання кількості закладів харчування в Індії та вподобання індійської молоді призвело до зростання фаст-фуду в країні. Ресторанний бізнес став популярним варіантом кар'єри для молоді Індії. Все більше і більше молодих людей вважають що для початку успішної кар'єри варто працювати в різних сегментах цієї галузі [10].

Транспортна інфраструктура. Пересуватися по країні на далекі відстані можна літаком та поїздом, а на короткі - автобусом, таксі, мото- та велорикшах. Індія сполучена авіалініями з усіма великими містами світу. Авіап перевезення в Індії в останні роки переживають справжній бум. Близько тридцяти авіакомпаній здійснюють перевезення у цій великій країні. А конкуренція, що неминуча при такій ситуації, лише на руку туристу. Найбільші авіаперевізники: Air India, Jet Airways, Air Deccan, Kingfisher Airlines, IndiGo і багато інших. Найбільша державна авіакомпанія Індії – Air India, забезпечує більшу частину міжнародних авіаперевезень. Приватні авіакомпанії Kingfisher Airlines і Jet Airways з'єднують більше 80 міст Індії і є найбільшими внутрішніми перевізниками. Останнім часом з'явилися приватні авіакомпанії, які працюють під назвою «Авіатаксі». Більша частина авіакомпаній має свої інтернет-сайти, на яких можна купити квиток за допомогою кредитної карти. Повітряний коридор Мумбаї - Делі є одним з найнавантажених у світі. У країні понад 355 цивільних аеропортів. Найбільші міжнародні аеропорти розташовані у Делі, Мумбаї та Колкаті. Аеропорти ім. Індіри Ганді та ім. Чатрапаті Шіваджі забезпечують понад половину всього повітряного руху в Південній Азії.

Мережа автомобільних доріг країни становить 3320410 км – третя за протяжністю у світі. Згідно National Highways Authority of India, автомобільні дороги забезпечують близько 65% вантажних і 80% пасажирських перевезень. Усередині Індії існує розгалужена мережа автобусних маршрутів, що з'єднують між собою всі частини країни. Це особливо актуально для тих районів, в яких немає залізничного сполучення, зокрема для високогірних територій. Автобуси становлять понад 90% громадського транспорту в містах Індії і є дешевим та досить зручним засобом пересування. Автобусні компанії головним чином є власністю урядів штатів. Найбільший автовокзал Esplanade Bus Station знаходиться в місті Колката. Більшість таксі в країні – автомобілі індійського виробництва. Дуже поширеним індійським транспортом, зручним у використанні на завантажених міських вулицях є мото- та велорикші. Цей екзотичний, зручний, дешевий і відносно швидкий спосіб пересування, представляє собою критий триколісний моторолер, зазвичай без дверей та придатний лише для нетривалих поїздок. Швидкість їх мала, зручність мінімальна, а якщо ще й дорога веде в гору, то подорожньому доведеться йти поруч. Крім цього це дуже небезпечний транспорт [1]. Мумбаї – єдине місто, де доступ авторикш в деякі частини міста заборонений законом, а за проїзд тут введена нормована плата.

Індійська мережа міжнародних залізниць є найбільшою в Азії та другою за величиною в світі. Індійська залізнична система воістину легендарна і проїзд індійською залізницею буде відрізнятися від будь-якого іншого виду подорожі. Залізничні вокзали є практично у кожному місті країни. Ціни на квитки суттєво різняться залежно від класу. На залізничному транспорті існує офіційна квота для іноземних туристів та діє спеціальна програма «Перепустка в Індію». Завдяки останній турист маючи один квиток може мандрувати без обмеження на будь-яких потягах протягом визначеного періоду [7].

Водний транспорт в Індії розвинений досить слабо. Головні морські порти – Мумбай, Колката, Кочин, Ченнай, Калікут, Панаджі (Гоа) та Рамешварам. Морське сполучення існує між Колкатою та Мадрасом, а в період туристичного сезону між Порт-Блером (Андаманські острови) - Колкатою та Мадрасом. Туристичний сезон триває у найбільш м'який кліматичний період Індії – з вересня по березень. Пік попиту на індійський турпродукт на міжнародному ринку припадає на вересень, квітень та різдвяні свята. У 2011 р. майже 6,3 млн. іноземних туристів відвідали Індію, що більше на 8%, ніж у 2010 році, коли кількість туристів становила 5,8 млн. осіб. Кількість внутрішніх туристів, які відвідують всі штати та союзні території Індії, налічує 747,7 млн. чоловік. Більшість іноземних туристів приїжджають з США (16%), Великобританії (12,6%), Канади та Австралії. У 2011 р. найбільш популярними штатами серед іноземних туристів стали Махараштра, Тамілнад та Делі. Внутрішні туристи найчастіше відвідують Уттар-Прадеш, Андхра-Прадеш та Тамілнад. Найбільш відвідуваними іноземними туристами містами Індії в 2011 р. стали Ченнаї, Делі, Мумбаї та Агра. У міжнародному рейтингу Ченнаї займає 41-е місце за кількістю відвідування іноземними туристами, Делі – 50-е, Мумбаї – 57-е, а Агра – 65-е [8]. Найвідоміша для іноземних туристів індійська туристична дестинація – «Золотий трикутник», кути якого утворюють міста Делі, Агра та Джайпур. За спостереженнями «Індійського клубу», на міжнародному ринку зростає популярність літніх напрямків. Так, за даними статистичного департаменту Гоа, у 2012 р. частка російського ринку склала 31% (перше місце серед зарубіжних країн). Російський турпотік у цей індійський регіон досяг 140 тис. чоловік, що на 4,7% більше, ніж в 2011 р. Після Росії йдуть Великобританія (119 тис. туристів, частка в загальному потоці 26%), Фінляндія (відповідно 23,8 тис. та 5%) та Франція (відповідно 20 тис. та 4%). У зимовий сезон 2013 року Гоа відвідали 125 тис. росіян [5]. У 2012 р. прямий внесок від подорожей та туризму у ВВП країни становив 1,9 млрд. INR (індійських рупій), або 2,0 % ВВП. За прогнозами на 2013 р. він має зрости до 2,053 млрд. INR. Цей показник відображає діяльність готелів, ресторанів, розважальних закладів, турагентств, авіакомпаній та інших пасажиро-транспортних підприємств з обслуговування туристів. Завдяки прямому внеску від подорожей та туризму в Індії було створено 24,9 млн. робочих місць, що становить 5% від загальної зайнятості в країні у 2011 р. За прогнозами на

2023 р. планується підвищити кількість робочих місць до 30,6 млн. Витрати туристів в країні під час подорожей – ключовий фактор прямого внеску від туризму. У 2012 р. Індія отримала один мільярд INR доходу від витрат туристів. У 2013 р. цей показник має збільшитись на 8,7 %, а країна очікує на 7,5 млн. міжнародних туристичних прибуттів.

У 2012 р. було залучено близько 1,8 млрд. INR капіталовкладень. У 2013 р. очікується їх зростання на 5,5 %, а до 2023 - на 6,5 % щорічно і сягнуть 3,5 млрд. INR. Частка національних (внутрішніх) інвестицій у туризм Індії має знизитись від 6,2 % у 2013 р. та до 5,1 % у 2023 р. [6].

У рейтингу країн світу за Індексом конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму 2013 (Travel and Tourism Competitiveness Index 2013), який опублікований аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), Індія займає 65 позицію з 140 можливих (піднялася на три позиції відповідно до попереднього рейтингу) та 11 позицію у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. З факторів конкурентоспроможності, за якими в звіті оцінюються країни, досить сильними сторонами Індії є наявність природних ресурсів (займає 9-е місце) та культурних ресурсів (24-е місце). Досить добре розвинений повітряний транспорт (39-е місце), особливо враховуючи сучасний розвиток країни. Відносно добрий розвиток наземного транспорту (43-е місце), хоча якість доріг (85-е місце) та інфраструктура портів (79-е місце) потребують подальшого удосконалення. За конкурентоспроможністю у ціновій політиці у сфері туризму Індія зайняла 20-е місце. Однак, за рівнем розвитку туристичної інфраструктури, країна займає 95-е місце. Країна має дуже низький показник готельних номерів на душу населення порівняно з міжнародними стандартами, а також низький рівень поширення банкоматів, низький рівень розвитку та використання інформаційно-комунікативних технологій (111-е місце). Ще однією проблемою є стабільність політичного середовища (125-е місце), необхідність великого капіталу для відкриття власного бізнесу, обмежувальна візова політика (132-е місце), проблеми з охороною здоров'я та гігієнічними нормами (109-е місце) [2]. Міністерство туризму вживає активних заходів щодо подальшого розвитку та диверсифікації індійського туристичного продукту та надає великого значення покращенню туристичного іміджу з метою просування країни на світовий туристичний ринок. Міністерство консультується і співпрацює з різними зацікавленими особами, включаючи центральні міністерства та агенції, уряди штатів та союзних територій, а також приватний сектор. Спільними зусиллями здійснюється пошук нових туристичних продуктів, щоб розвинути такі види туризму, як сільський, гольф туризм, круїзний, медичний, кемпінговий, вертолітний, автомобільний, оздоровчий, екотуризм, залізничний, діловий [3]. Міністерство туризму також підтримує міжнародну маркетингову кампанію «Incredible India» («Неймовірна Індія»), яку проводить уряд Індії з 2002 р. для просунення та розвитку туризму на глобальний рівень. У 2008 р. Міністерство туризму для доповнення попередньої кампанії також

розробило концепцію «Atithidevo Bhava» («Гості як Бог»), орієнтовану на місцеве населення, яка повинна навчати жителів хорошій поведінці та етикету, коли вони спілкуються з іноземними туристами. Ця кампанія також мала за мету прищепити почуття відповідальності місцевого населення до туристів та зміцнити довіру іноземних туристів до Індії, як гарного місця для відпочинку. Великі витрати туристів в Індії, стали наслідком діяльності грамотної політики Міністерства туризму Індії, яке завдяки кампанії «Incredible India», змогло створити такий потужний ринок. Починаючи з 2012 р. Міністерство туризму знову співпрацює з фірмою «Ogilvy & Mather», яка була автором попередньої концепції, щоб впродовж наступних трьох років переглянути бренд та забезпечити стратегічне бачення кампанії [8].

Висновки. Індія належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн світу. Головними причинами цього є унікальний природно-ресурсний потенціал, чисельні унікальні пам'ятки історії, культури і релігії, традиційні та культурні особливості народу, постійно зростаюча база розміщення, розвиток та удосконалення транспортного сполучення, а, найголовніше, ефективна політика держави щодо просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок, а також надання пріоритету туризму в національній політиці розвитку.

Використані джерела:

1. Бейдик О.О. Індія – гігант на півдні Азії. Подорож Індостаном. [Текст] / О.О. Бейдик // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2011. - № 27. - С. – 3-14.
2. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2013>.
3. Звіт туристичної індустрії Індії (2011). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iittm.org/doc/IITTM_ITC_Report-2011-rev.pdf
4. Первый в Индии отель Tune предлагает номера по \$11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.travel.ru/news/2013/05/06/217010.html>
5. Российские туристы вышли на первое место по посещению Гоа [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.travel-news.ru/nid/21622/>
6. Товариство світових подорожей та туризму. Економічний вплив 2012. Індія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/india2012.pdf
7. Транспорт в Индии. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
8. Туризм в Индии. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
9. Туризм та готельне господарство Індії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cci.in/pdf/surveys_reports/tourism-hotel-industry.pdf
10. Growth of Restaurants in India. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://restaurants.mapsofindia.com/growth-of-restaurants-in-india.html>

УДК 379.851

Ковальчук А.П.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГА