

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра психології, педагогіки і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему: «Туристсько-рекреаційне зонування в'їзного туризму в
Індії»

Допущено до захисту
« ___ » _____ 2021 року

студентки групи Т 02–17
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Бірченко Олександрі Олегівни

Завідувач кафедри
психології, педагогіки і туризму

Науковий керівник:
к. і. н., доц. Зінченко В. А.

_____ д-р. пед. наук, проф. Матвієнко О. В.
(підпис)

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗОНУВАННЯ	6
1.1. Понятійний апарат дослідження	6
1.2. Особливості туристсько-рекреаційного зонування та його вплив на в'їзний туризм	14
РОЗДІЛ 2. ЧИННИКИ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗОНУВАННЯ ІНДІЇ.....	27
2.1. Регіональні відмінності в'їзного туризму в Індії	27
2.2. Основні напрями розвитку туристичного ринку в регіонах Індії.....	42
2.3. Туристично-рекреаційні зони Індії та особливості їх функціонування в період пандемії	50
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ ІНДІЇ	54
3.1. Особливості та проблеми туристичної галузі в регіонах Індії.....	54
3.2. Шляхи подолання територіальних диспропорцій та перспективи подальшого розвитку індустрії туризму в регіонах Індії	58
ВИСНОВКИ	61
РЕЗЮМЕ/RESUME	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

Сфера туризму на сьогоднішній день є однією з найбільш перспективних у світовому господарстві. Вона відрізняється швидким розвитком, тому не можна не відмітити підвищення її соціально-економічної значущості. Позитивний вплив розвитку у сфері туризму відображається у вигляді підвищення рівня та якості життя населення. Також, показники розвитку у даній сфері враховуються під час формування валового внутрішнього продукту.

В останні десятиріччя туризм став однією з провідних та найбільш динамічних галузей світового господарства та джерелом добробуту багатьох країн світу. Все більшого значення він набуває і для економіки Індії. Країна займає міцне місце серед країн-лідерів у туристичній системі світу і стає все більш привабливою для іноземних туристів. За 2009 – 2019 рр. (2020 рік, у зв'язку з карантинним становищем, ми брати до уваги не будемо) число іноземних туристів, котрі відвідали Індію, збільшилось більш ніж у 3,5 рази і у 2019 році становило 17,914 млн. чол. (порівняно з 2009 р. – 5,168 млн. чол.).

В'їзний туризм став другою за важливістю статтею валютних надходжень.

Для індійської економіки в'їзний туризм – одна з пріоритетних галузей, а в економіці деяких регіонів країни він відіграє ключову роль. Щорічно туристична сфера забезпечує сотні тисяч нових робочих місць, що необхідно для країни, населення якої швидко зростає. З огляду на те, що Індія – це країна з найбільшою кількістю національностей у світі, туризм також виконує і важливу інтеграційну функцію.

Все це робить в'їзний туризм Індії актуальним об'єктом дослідження. Однак число таких досліджень поки що вкрай обмежене.

Туристсько-рекреаційне зонування є основою для планування та проектування системи в'їзного туризму країни з метою освоєння туристсько-рекреаційного простору. З цією метою аналізуються фактори туристсько-

рекреаційного зоноутворення та визначаються етапи їхнього формування, виробляються принципи та визначаються методи зонування.

У результаті зонування території регіону з урахуванням туристської та інвестиційної привабливості, можливе виявлення перспективних видів в'їзного туризму, котрі виступають основою формування туристсько-рекреаційного кластера в Індії.

Значний внесок у розвиток вчення про туристичне районування внесли видатні дослідники, серед яких Ю. О. Веденін, А. В. Даринський, Ю. Д. Дмитрієвський, В. С. Преображенський, І. Т. Твердохлебов, М. С. Мироненко, Д. В. Ніколаєнко, І. В. Зорін, В. О. Квартальнов, Г. Ю. Александрова, Є. О. Котляров, Л. Ю. Мажар, Т. О. Ірисова та ін. Сукупність екологічних факторів розвитку рекреації та туризму розглянуто у працях В. Ф. Протасова, Ю. О. Штюрмера, В. П. Чижової.

Проблема вивчення туристсько-рекреаційного зонування має очевидне прикладне значення. Зокрема, з метою регіонального управління в'їзним туризмом та залучення інвестицій для його розвитку, а також для вивчення та сприйняття позитивного досвіду такого управління на рівні великих держав. До того ж, туристично-рекреаційні ресурси Індії стають все більш затребуваними міжнародним співтовариством, а число туроператорів, що працюють в індійському напрямку з кожним роком збільшується, і це призводить до зростання потреб у наукових розробках проблематики щодо особливостей територіальної організації в'їзного туризму Індії.

Об'єктом дослідження є в'їзний туризм Індії.

Предмет дослідження – територіальна організація в'їзного туризму Індії.

Мета дослідження – виявлення специфічних рис в'їзного туризму Індії та його територіальних особливостей.

Визначена мета стала передумовою необхідності вирішення наступних завдань:

- визначити поняття туристсько-рекреаційного зонування, охарактеризувати його особливості та взаємозв'язок із в'їзним туризмом;
- проаналізувати ресурсний потенціал для організації регіонального в'їзного туризму Індії;
- визначити фактори розвитку та функціонування територіальної організації туристично-рекреаційної системи в'їзного туризму Індії;
- охарактеризувати туристсько-рекреаційні можливості в'їзного туризму в регіонах Індії;
- провести зонування території Індії на основі попередньо визначених факторів;
- визначити перспективні регіони країни та проблеми їх розвитку, а також запропонувати шляхи подолання територіальних диспропорцій.

Під час виконання роботи використовувались такі загальнонаукові методи як історичний, статистичний, типологічний.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний об'єм становить 64 сторінки основного тексту. Робота включає 1 таблицю, 1 рисунок та 2 додатки. Список використаних інформаційних джерел включає 51 джерело.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗОНУВАННЯ

1.1. Понятійний апарат дослідження

Не дивлячись на тривалий (з XIX ст.) досвід вивчення різних аспектів сфери туризму, до сих пір не склалась загальноприйнята термінологічна та методична система для її дослідження, особливо на рівні країни в цілому. При цьому в'їзний туризм залишається найменш вивченим об'єктом, не дивлячись на його значний вплив на економіку країни (Рисунок 1.1.).

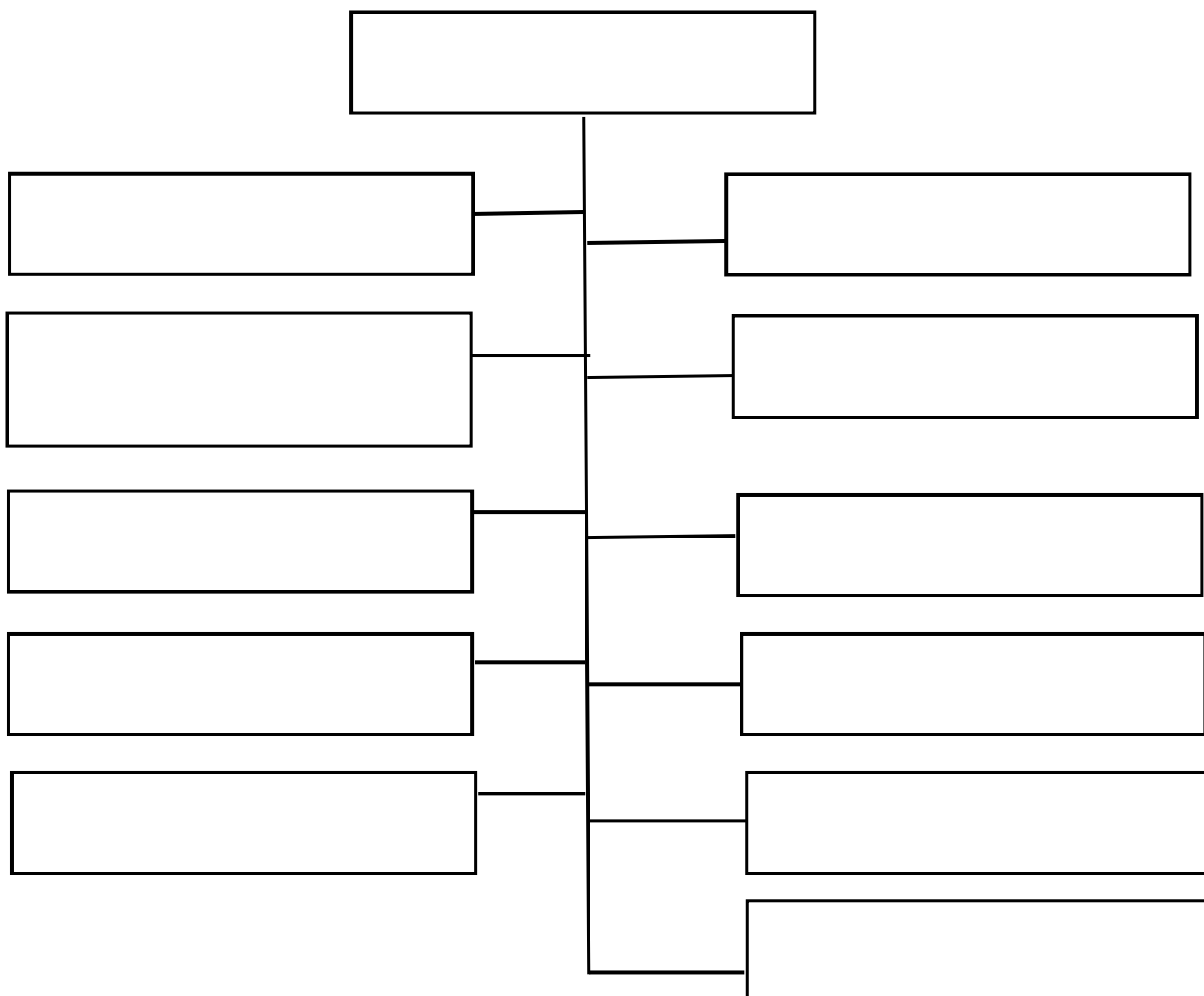


Рис. 1.1. Вплив в'їзного туризму на економіку країни

В роботі обумовлюються ключові теоретичні поняття, необхідні для загальногеографічного дослідження в'їзного туризму на загальнодержавному рівні [30]. Серед них принципове значення мають наступні:

а) «туристсько-рекреаційна система країни» – означає суспільногеографічну систему, котра реалізує туристсько-рекреаційні потреби людини, яка проживає всередині або поза межами країни, і включає підсистеми:

- туристсько-рекреаційну підсистему внутрішнього туризму;
- міжнародну туристсько-рекреаційну підсистему в'їзного туризму;
- міжнародну туристсько-рекреаційну підсистему виїзного туризму.

б) «туристсько-рекреаційна система в'їзного туризму» – міжнародна туристсько-рекреаційна система, котра включає такі складові:

- туристсько-рекреаційні ресурси країни-реципієнта;
- інфраструктурні елементи туристсько-рекреаційних систем країн-донорів та країни-реципієнта;
- іноземних туристів, їхні потреби та інтереси;
- туристсько-рекреаційний образ країни-реципієнта.

в) «туристсько-рекреаційний ресурсний потенціал країни» – сукупність природних та антропогенних (культурно-історичних та соціокультурних) об'єктів у межах території та акваторії країни, котрі, відповідно до рівня її соціально-економічного розвитку, можуть бути використані для організації туристсько-рекреаційної діяльності суспільства з метою задоволення туристсько-рекреаційних потреб власного населення та іноземних туристів. Наведене розуміння потенціалу країни відкриває можливість кількісних та якісних оцінок як самого потенціалу, так і туристсько-рекреаційної діяльності, що розвивається на його основі.

г) «територіальна організація туристсько-рекреаційної системи в'їзного туризму країни» – сукупність територіальних особливостей (тобто, особливостей розташування, територіальної диференціації, концентрації тощо) туристсько-рекреаційного потенціалу країни та туристсько-рекреаційної діяльності в'їзного туризму.

Ця сукупність включає адміністративно-територіальні та видові ресурсні територіальні відмінності, міжнародну територіальну та внутрішньокраїнну (регіональну) організацію туристських потоків, адміністративно-територіальні відмінності в діяльності туристських та готельних компаній, а також інтегральні територіальні відмінності в туристсько-рекреаційній системі в'їзного туризму у формі зон.

Визначення можливостей розвитку туристсько-рекреаційного господарства на певній території ґрунтується на комплексному вивченні ряду елементів рекреаційного потенціалу країни і певної території зокрема. Найважливішими серед них є природні, культурно-історичні, економіко-географічні та соціально-економічні, які становлять рекреаційний потенціал території та створюють передумови для організації рекреаційної діяльності.

Важливою у дослідженні туризму будь-якої території є проблема районування. Цьому питанню присвячені праці багатьох вчених географів: Б. М. Ліханова, В. С. Преображенського, Є. А. Котлярова, І. В. Зоріна, Ю. П. Супрененко, В. М. Котлякова та ін.

Районування – це виділення та вивчення територіальних систем, має два аспекти: гносеологічний та прикладний. Перший пов'язаний з пізнанням, вивченням території, другий – з її організацією. Ці дослідження значною мірою визначили межі системи географічних наук в цілому. Будь-які географічні дослідження проводяться в межах певного простору. У більшості випадків підсумком роботи є районування території. Це об'єктивний процес, котрий триває протягом століть в рамках освоєння території [23].

Рекреаційне районування, як і будь-яке інше районування, має двояку суть – його варто розглядати як інструмент вивчення територіальної організації

досліджуваного явища – в даному випадку туризму та відпочинку – і як відображення певного етапу розвитку даного типу територіальної організації [21]. Ці положення говорять про те, що до завдань районування входить не лише виділення мережі районів, але також і пояснення причин відмінностей між районами, прогнозування еволюції районів та обґрунтування шляхів управління ними.

Рекреаційне районування території є досить важливим завданням, оскільки його вирішення дозволяє з найбільшою ефективністю, без шкоди іншим економічним галузям, а також при мінімальному впливові на природу використовувати пені території для відпочинку людей та розвитку їхньої культури.

Розробка наукових принципів рекреаційного районування та подальший їхній розвиток дозволяє виявляти нові рекреаційні ресурси та інші передумови для розвитку туризму у ще неосвоєних місцях, виділяти та створювати нові туристичні райони різного порядку; правильно визначати їхню туристичну спеціалізацію, переносити досвід розвитку туризму з одних районів в інші з аналогічними умовами; диференційовано ставитись до різноманітних за умовами туристичних районів [23].

Складність рекреаційного районування полягає в двох аспектах:

- 1) розглядаються території, що мають дуже різні, несхожі одна на одну області;
- 2) районування повинно охоплювати такі місця, де туризму практично нема, або ж він розвинений слабо, але для нього є певні передумови.

На перших етапах, коли ще не поставало питання про територіальну організацію відпочинку та туризму як галузі господарства, з'явилися праці з районування окремих елементів рекреації, особливо ресурсів [20]. З 70-х років, котрі відрізняються значним розвитком туризму та відпочинку, зросла потреба у комплексних характеристиках рекреаційних районів. З'являються схеми районування, які поєднують приватні та інтегральні економіко- та соціолого-географічні підходи.

Методи районування розвивались від використання одного-двох домінантних критеріїв до використання кількох рівноцінних, від типологічного до індивідуального районування. Типологічне районування передбачає виявлення індивідуальних рис територіальних одиниць (наприклад, фізико-географічних) на основі певних ознак, а потім групування їх за подібністю (наприклад, за рівнем рекреаційної комфортності). В індивідуальному районуванні на перший план виходить принцип функціональної цілісності рекреаційних районів, їхньої територіальної організації. За ступенем освоєння райони діляться на розвинені, ті, що формуються та ті, що знаходяться на початковому етапі формування.

В ряді праць кінця ХХ ст. витримується принцип поєднання приватних та інтегральних схем районування. Причому, як приватні, так і інтегральні сітки можуть відображати або лише фактичний стан рекреаційних явищ та процесів, або ж також і перспективи розвитку. Це говорить про те, що будь-яке районування не абсолютне. Процеси освоєння нових територій та зміни у раніше освоєних районах ведуть до перебудови районних мереж, що створює необхідність постійного коригування схем районування. Один з методів коригування – порівняльний аналіз схем районування, що відносяться до різних часових періодів [26].

При рекреаційному районуванні виникає проблема його масштабу (рангу). Є спроби районування світового туризму. Існують схеми районування на загальнодержавному рівні, часто зустрічаються схеми регіонального та локального районування. Масштаб районування накладає відбиток на його методи. Особливу проблему становить рекреаційне мікрорайонування, найближче до реальних територіальних процесів. В літературі воно отримало назву «зонування».

Рекреаційне районоутворення пов'язане з певним типом освоєння території, котра набуває рекреаційних функцій, а отже, і спеціалізації в рамках загального розподілу праці цілісного простору. Тривалість активного процесу

визначення рекреаційної спеціалізації може бути істотно різною. Конкретні особливості цього процесу залежать від різних факторів [34].

Рекреаційний район розуміється не лише як територія для лікування, відпочинку та туризму, але це також складний адміністративно-господарський механізм. У формуванні району беруть участь не лише рекреаційні, але й сільськогосподарські, промислові, транспортні, будівельні, культурно-побутові підприємства. В межах району пропонують виділяти рекреаційні місцевості, для яких характерні загальні риси географічного положення, однорідні природні ресурси і більш вузька спеціалізація рекреаційних закладів.

Рекреаційне районоутворення спирається на природну основу. Однак, природна основа досить широка, а можливості й потреби рекреаційних районів обмежені. В результаті, вибір конкретного району під рекреаційне освоєння багато в чому визначається потребами соціокультурного освоєння території.

Рекреаційний район повинен бути унікальним; унікальність означає різноманіття, контраст зі звичними умовами середовища [34].

Для проведення рекреаційного районування можна визначити ряд районоутворюючих факторів. У міжнародному туризмі до таких факторів належать наступні:

- особливості географічного положення з точки зору туризму до туристичних ринків та приймаючих регіонів, положення по відношенню до нестабільних в політичному плані районів;
- особливості природи, багатство та різноманітність рекреаційних ресурсів, доступність їх використання;
- насиченість території природними та культурно-історичними пам'ятками, їх положення відносно основних зон та центрів туризму;
- рівень доступності району з точки зору існуючих комунікацій;
- віддаленість території від регіонів – постачальників туристів;
- загальний рівень фінансових витрат туристів для здійснення подорожі;

- рівень розвитку туристичної інфраструктури (оснащеність території засобами розміщення, транспортом, засобами зв'язку, підприємствами харчування, торгівлі і т. д.);
- рівень сервісу та кваліфікації обслуговуючого туристів персоналу;
- ємність території для прийому туристів;
- стабільність внутрішньополітичної ситуації;
- рівень безпеки для туристів з точки зору криміногенної та екологічної ситуації;
- рівень загальноекономічного розвитку (забезпеченість трудовими ресурсами, матеріальними статками та фінансовими можливостями для створення та подальшого розвитку індустрії туризму та гостинності);
- територія з точки зору її місця на туристичному ринку, тобто об'єм туристичних потоків, характерних для даного району, та передумови для формування таких потоків у майбутньому;
- структура зарубіжної туристичної клієнтури, котра відвідує район;
- основні особливості туризму в даному районі (ритми сезонності, тривалості, переважаючі види туризму, основна мета відвідування тощо);
- відношення влади та місцевих туристських органів до проблем туризму;
- економічна роль туризму для даного району (розмір надходжень до бюджету від туризму, витрати на розвиток туристичної інфраструктури, місце туризму серед інших галузей економіки та взаємозв'язок з цими галузями, вплив туризму на зайнятість місцевого населення, загальний економічний ефект від туризму);
- перспективи розвитку туризму в даному районі.

Роль природного підґрунтя у процесі формування рекреаційного району не зовсім однозначна. У багатьох випадках природне середовище відіграє виключно важливу роль. Унікальні природні ресурси, звичайно ж, вкрай привабливі, але рекреаційні райони можуть формуватися і на основі природних ресурсів, катастрофічно несприятливих для розвитку рекреації. Наприклад,

Лас-Вегас, як туристсько-рекреаційний центр світового значення, розташований в пустелі Невада. Пояснити історію його виникнення, розвитку та популярності серед іноземних туристів можна лише тим, що завдання освоєння території, безумовно, домінували при визначенні функції району [40].

В залежності від поставлених дослідниками завдань, в якості районоутворюючих ознак можуть бути застосовані різні характеристики. Вибір районоутворюючих ознак залежить і від масштабу досліджуваної території (району, краю, держави). Зонування території за ступенем комфортності проводиться і на рівні складання генеральних планів курортних зон та окремих рекреаційних об'єктів.

Однак, кожна районоутворююча ознака відображає лише окремі особливості, котрі обумовлюють розвиток туризму в тому чи іншому регіоні. Наприклад, розподіл природних туристсько-рекреаційних ресурсів за ступенем сприятливості їх для організації рекреаційної діяльності. Разом з тим, для оцінки сучасного стану туризму та перспектив його розвитку необхідний комплексний аналіз рекреаційного використання території, що і складає основу рекреаційного районування. При цьому повинні бути дотримані загальногеографічні принципи районування: об'єктивність, багатоаспектність, ієрархічність та конструктивність.

Об'єктивність означає, що районоутворюючі ознаки повинні відображати конкретні характеристики. Багатоаспектність (комплексність оцінки) обумовлена різноманітністю видів туризму, що входять до туристичної галузі. Ієрархічність дозволяє ділити територію на зони, підзони, райони та підрайони, котрі знаходяться в чіткому взаємному зв'язку.

Відмінність між районуванням та зонуванням лише в тому, що перше проводиться на принципах цілісності (системоутворення), а друге – на основі виділення територій за природними ознаками. Райони свого роду унікальні, а туристично-рекреаційні зони можуть повторюватись.

Функціональне зонування – це поділ території (рекреаційної місцевості) на невеликі зони, які мають переважаючу функцію. Мета зонування –

забезпечити максимальну відповідність рекреаційних ресурсів рекреаційним потребам з вирішенням завдань збереження привабливості та відповідності природоохоронному законодавству [36].

Під час аналізу мікрорайонів у їхніх межах зазвичай можна виділити:

- 1) ресурсну зону, яка включає території та акваторії, що володіють рекреаційним потенціалом;
- 2) зону проживання місцевого населення та тимчасового обслуговуючого персоналу; в її межах розташоване житло, ряд закладів туризму та відпочинку, сфера обслуговування тощо;
- 3) зону з господарськими функціями – сільське господарство, промисловість та транспорт;
- 4) охоронну зону;
- 5) зону розташування (проживання) туристів.

Виділені зони можна розбити на підзони. У багатьох випадках, наприклад, можна відокремити підзону охорони природи. Часто спостерігається взаємопроникнення, накладання зон, характер якого багато в чому залежить від того, які з трьох основних за тривалістю типів відпочинку – щоденний, щотижневий чи відпочинок під час відпустки – отримують тут найбільший розвиток. У ряді випадків, особливо у відносно «молодих» рекреаційних районах, курортні комплекси, турбази, дачні масиви відокремлені від місцевих населених пунктів, знаходяться у «вільному природному середовищі» [34].

1.2. Особливості туристсько-рекреаційного зонування та його вплив на в'їзний туризм

Розвиток рекреації та туризму у загальносвітовому масштабі визначається особливостями економічного використання природних та антропогенних рекреаційних ресурсів, наявністю матеріальної та технічної інфраструктури (об'єкти для розміщення туристів, ресторани, сфера послуг, транспорт усіх

видів). Отримання такої узагальненої інформації викликає певні труднощі пов'язані зі складністю обробки статистичних даних. Тому роботи із функціонального зонування мають важливе значення.

Прикладом туристсько-рекреаційного на загальносвітовому рівні зонування є карта «Рекреація та туризм» у атласі «Природа та ресурси Землі» [39]. У цій роботі виділено 6 типів зон чи варіантів використання території для рекреації та туризму:

1. Райони з високим ступенем використання ресурсів та наявністю добре розвиненої матеріально-технічної бази для туризму та рекреації. До таких районів належать великі регіони Європи та Північної Америки. Менші ареали є в Японії, Росії, Латинській Америці, Австралії та Новій Зеландії.

Характерною особливістю є доступність наявних привабливих об'єктів на цих територіях, і відвідуються вони великою кількістю людей. Ще одна риса цих зон – великомасштабне переміщення туристів вздовж всіх головних доріг та густа мережа міжнародних та місцевих аеропортів.

2. Регіони багатих країн, менш щільно населені, і характеризуються середнім та низьким ступенем використання ресурсів та наявністю об'ємної матеріально-технічної бази. Тут є всі необхідні можливості для розміщення туристів та надання їм послуг. Прекрасна мережа автомагістралей та інші транспортні послуги роблять легкодоступними всі основні привабливі об'єкти.

Однак, відповідного рекреаційного освоєння ці райони не отримують через відсутність попиту. До них належать деякі багаті на нафту країни (Оман).

3. Зони, що відрізняються поєднанням високого ступеня використання ресурсів з низьким та середнім рівнем розвитку інфраструктури. В основному це менш багаті країни без великого напливу іноземних туристів. Високий ступінь використання рекреаційних ресурсів обумовлений головним чином високою щільністю населення чи значною часткою представників нового середнього класу, котрі мають регулярні відпустки, стабільну заробітну плату та особисті автомобілі. До цієї категорії попадають країни бувшого СНД. Міжнародний туризм, в основному, представлений турами, конгресами та

діловими поїздками і, як наслідок, виявляє сильний сприятливий вплив на важливі урбаністичні центри. Місцеві відпускники часто недостатньо заможні, щоб дозволити собі оселитись в готелі, і з цієї причини в рекреаційних зонах надаються переважно простіші послуги для розміщення.

4. Зони, де низький ступінь використання ресурсів та слабкий розвиток інфраструктури спостерігається у поєднанні з низькою щільністю населення, а також країнами, де місцеве населення може скористатись цими об'єктами лише в дуже обмеженому об'ємі (або взагалі не може скористатись). З цієї причини в даних регіонах переважає організований іноземний туризм (з турами, оглядом визначних пам'яток, експедиціями, сафарі, походами і т. д.). Це представляє собою ранню стадію розвитку туризму (деякі країни Африки та Азії).

5. Території з мінімальним використанням природних ресурсів у туризмі і майже відсутні необхідні об'єкти для розміщення та інфраструктура. До них належать пустелі, тундра, лісові зони, а також великі території деяких найменш розвинених країн. Незначне туристичне використання цих територій обмежується візитами тих, хто любить проводити свою відпустку з пригодами (включаючи полювання) та добре організованими експедиціями. Такі райони іноді відвідують туристи у ході морських та річкових круїзів (деякі країни Африки, Азії та Південної Америки, північ азійської частини Росії).

6. Туризм розвинений слабо або взагалі відсутній через наявні збройні конфлікти чи безперервні громадянські хвилювання. Країни, що відносяться до цієї категорії, відчули протягом останнього десятиліття згубний вплив таких ситуацій. До даної категорії можна віднести Афганістан, Ірак, де в останні роки у зв'язку з військовими діями припинена рекреаційна діяльність [39].

Туристи користуються комплексом послуг, котрі надаються їм у певному місці (чи регіоні). *Регіони (райони)* відрізняються один від одного рекреаційними ресурсами, розвитком інфраструктури, віддаленістю і т. д.

Коли турист обирає мету своєї подорожі, він порівнює між собою різні регіони і ті послуги, котрі там надаються, і обирає той з них, який найбільше підходить.

Територія, де пропонується комплекс послуг, не завжди має чітко виражені межі. Це може бути і частина регіону, і туристичний центр, де є вся необхідна матеріальна база для організації рекреації та розміщення туристів. Така територія може охоплювати певний адміністративний суб'єкт, країну і навіть групу країн, котрі турист обирає як мету своєї подорожі. [50]

Існує кілька підходів до визначення туристського регіону. Всесвітня туристська організація (ВТО) визначає *туристський регіон* як територію, котра має велику мережу спеціальних будівель та послуг, необхідних для організації відпочинку чи оздоровлення.

У зарубіжній літературі туристський регіон часто іменується як *дестинація* (від латин. «місцезнаходження»). У вітчизняній літературі про туризм даний термін вживається рідко, частіше використовується термін «курорт». У зарубіжній літературі існує два підходи до визначення поняття *дестинації*.

В рамках першого підходу *дестинація* описується як географічна територія, що має певні межі. Згідно другої точки зору, *дестинація* – це географічна територія, яка має певну привабливість для туристів. Наприклад, туристи різного віку, достатку, інтересу, котрі відпочивають на одній обмеженій території (кемпінг, готель), можуть мати зовсім різну мету подорожі. Одних більше приваблюють пляжі й море, інших – історичні місця та музеї, для третіх важливі активний відпочинок та розваги і т. д.

Дестинація (місце призначення) приваблює туристів, оскільки має такі характерні особливості, яких нема в місцях їхнього постійного проживання. Індустрія туризму *дестинацій* займається розселенням (розміщенням), організацією харчування та відпочинку, роздрібним продажем туристського спорядження, сувенірів тощо. На думку М. А. Морозова, для того, щоб

територія (регіон) могла називатись дестинацією, вона повинна відповідати наступним основним вимогам [20]:

- наявність певного набору послуг, необхідних для прийняття туристів. При чому, це повинен бути саме той набір послуг і обов'язково такої якості, яких очікує турист під час придбання пропонованого туристського продукту. Сюди, в першу чергу, належить доставка (транспорт) до дестинації і назад. В даний час значення цієї вимоги збільшується, і її виконання повинно бути обов'язковим. Не менше значення має і можливість переночувати (наявність готелів, кемпінгів, дачних будиночків і т. д.) та поїсти (ресторани, кав'ярні, бари і т. д.) з відповідним рівнем обслуговування;

- наявність певного набору визначних пам'яток, котрі могли б зацікавити туристів. Саме тут виникає конкуренція між дестинаціями, оскільки чим цікавіше місце з точки зору можливостей побачити та взнати більше нового, тим вищий його рейтинг серед дестинацій і, відповідно, тим більше воно відвідується туристами;

- наявність інформаційних систем, котрі є необхідним інструментом діяльності дестинації на туристському ринку. Перш за все, це можливість доступу до інформації систем комп'ютерного резервування та бронювання.

Дестинація – це територія, яка передбачає певний набір послуг, що відповідають потребам туриста та задовольняють його попит на перевезення, ночівлю, харчування, розваги і т. д.

Дестинація може бути первинною та вторинною. Первинна дестинація своєю привабливістю викликає у клієнта інтерес та бажання відвідати її і, відповідно, головна її мета – задовольнити цей інтерес туриста за певний проміжок часу (наприклад, за тиждень). Вторинна дестинація (або зупинка в дорозі) представляє собою місце, в якому неминуха зупинка по дорозі до первинної дестинації. Її основне завдання – задоволення бажань туристів на один – два дні. Вторинна дестинація представляє собою досить цікаве місце. З одного боку, вона є лише необхідною зупинкою на шляху до первинної

дестинації, а з другого боку – може також виступати місцем приваблення туристів на кілька днів для огляду її визначних пам'яток.

З точки зору відвідування первинна дестинація повинна приваблювати відносно невелику кількість туристів на досить тривалий час. Привабливість вторинної дестинації для туристів нижча і, відповідно, її головне завдання полягає у привабленні великої кількості туристів, але на короткий час.

Варто відмітити ще одну важливу обставину. Первинна дестинація завжди пов'язана з певним місцеположенням, територією, а вторинна повинна обов'язково вдало розташовуватись відносно транспортних комунікацій [20].

Будь-який туристичний регіон (дестинація) проходить певний цикл розвитку. Виділяються наступні фази еволюції туристського регіону:

- збільшення кількості новоприбулих туристів; інвестування в індустрію гостинності;
- збільшення кількості туристів у зв'язку з просуванням дестинації на туристському ринку;
- додаткові інвестиції в інфраструктуру та індустрію гостинності;
- створення нових робочих місць, видозміни в архітектурі, оточуючому середовищі, культурі, поява нових жителів;
- втрата привабливості та «новизни» дестинації (скорочення кількості туристів); вільні місця в готелях, туризм за зниженими цінами, знижки;
- створення нового плану розвитку туризму.

На початку розвитку туризму в регіоні основними мотивами приїзду людей в дестинацію є зустріч з родичами чи друзями, а також ділові інтереси. Дехто з приїжджиків оглядає природні та культурні визначні пам'ятки відвідуваної території. На цій стадії розвитку дестинації лише невелика частина інфраструктури (готелі, громадське харчування) залежить від кількості туристів та строків їхнього перебування. Однак, поступово кількість туристів збільшується і на це реагує бізнес, розвиваючи спеціалізовані сервісні послуги для в'їзних туристів. Територія починає набувати характерних рис туристської дестинації. Відкриваються нові ресторани, кав'ярні та бари, котрі пропонують

туристам як звичні для них страви, так і національні; магазини починають торгувати сувенірами місцевого виробництва. Інвестиції в економіку дестинації приносять більший прибуток і, звичайно ж, збільшуються. Громадський та приватний сектори знаходять нові можливості приваблювання туристів та їхнє обслуговування [21].

До туристичного регіону прибувають все більші маси туристів, котрі вносять до місцевої культури свої традиції та культуру. Під їхнім впливом відбуваються зміни в традиційному укладі життя корінного населення дестинації, що призводить до певних змін і у взаємовідносинах між людьми. До дестинації йде постійний приплив нової робочої сили. Як правило, приїжджають молоді робочі та службовці зі своїми сім'ями та осідають на даній території на досить тривалий час. Поступово відбувається асиміляція місцевих жителів (аборигенів) з приїжджими. Це призводить до втрати місцевих культурних звичаїв та появи нових, але вже не властивих і не характерних для даної дестинації. Під впливом цих процесів відбувається зміна початкової природи дестинації, але втрачає свою винятковість, і починається падіння її привабливості для туристів.

Найголовніше завдання приватного та суспільного секторів на даний момент – швидко відреагувати на такі зміни. Перш за все, необхідно створити новий маркетинговий план розвитку дестинації і знайти перспективні сегменти туристського ринку, котрі можуть повністю відрізнятись від ринкових сегментів первинної дестинації.

Цикл розвитку дестинації включає кілька стадій: зародження, народження, ріст, насичення, спад, зникнення або відродження. Багато які туристичних дестинації у своєму розвитку проходять всі стадії від зародження до зникнення, а потім здійснюється відродження на принципово новій основі. На цикл розвитку дестинації можуть впливати різні фактори, наприклад, розвиток транспорту [20].

Аналіз стану та розвитку туризму в регіоні обумовлює характерні передумови для цільового вивчення туризму як сфери господарської діяльності за наступними основними напрямками:

- маршрути туристичних потоків до регіону та з нього, структура (соціальне положення, вік, інтерес до певного виду туризму і т. д.) місцевих громадян, котрі виїжджають з туристичною метою, і зарубіжної туристської клієнтури;
- особливості туризму у даному регіоні: ритми сезонності, переважаючі види та форми туризму, основна мета відвідування і т. д.;
- ставлення влади та місцевих туристських органів до проблем туризму, специфіка їхньої туристичної політики;
- економічна роль туризму в господарській структурі даного регіону;
- перспективи розвитку туризму на даній території [11].

Проектування туристсько-рекреаційних систем в регіонах базується на виділенні різних композиційних, функціональних та планувальних елементів. Серед таких елементів є доцільним виділити наступні типи:

- ареали (туристичні райони) – регіони зосередження туристсько-рекреаційних ресурсів;
- ядра (центри туризму) – функціонально-економічні та містобудівні центри районів та зон;
- осі – ландшафтно-маршрутні коридори, які зв'язують між собою ареали та ядра в єдиний територіальний каркас;
- локуси – точкові елементи функціонально-планувальної структури, пов'язані з окремими пам'ятниками, турбазами, будинками відпочинку, поселеннями.

Рекреаційний район є частиною територіально-виробничого комплексу (ТВК), тому рекреаційний район чи зона можуть бути представлені як територіально-рекреаційний комплекс (ТРК). Існує тісний зв'язок туристських районів різного рангу з територіально-рекреаційними комплексами (ТРК) [12].

Територіально-рекреаційний комплекс – складне господарство, до нього входять лікувальні та оздоровчі заклади, які обслуговують підприємства та супутні галузі (підприємства торгівлі та громадського харчування, побутові, культурні та спортивні заклади, екскурсійні об’єкти, дорожньо-транспортна мережа, сувенірне виробництво та ін.).

Туристські райони відрізняються наступними основними ознаками:

- час виникнення, історичні особливості формування;
- природні, історико-культурні, соціально-економічні та громадські передумови формування;
- рівень розвитку туристської інфраструктури;
- туристська спеціалізація.

На основі цих ознак може бути побудована класифікація туристських районів. Вона може бути дуже детальною, але загальна схема є досить економічною.

За передумовами формування (видами атрактивності) можуть бути виявлені наступні типи районів:

- природні (оздоровчі, курортні чи лікувальні);
- культурно-історичні;
- економічні;
- комплексні.

За рівнем розвитку туристської інфраструктури можуть бути відмічені райони:

- з високорозвиненою інфраструктурою;
- з середньорозвиненою інфраструктурою;
- з низькорозвиненою інфраструктурою.

За туристською спеціалізацією:

- пізнавального чи екскурсійного туризму;
- рекреаційного чи оздоровчого туризму;
- лікувального туризму;
- наукового туризму;

- подієвого туризму;
- релігійного туризму;
- спортивного туризму;
- ділового туризму;
- сільського туризму (екотуризму).

Існує багато змішаних типів туристської спеціалізації (пізнавально-рекреаційний, пізнавально-фестивальний і т. д.). Наприклад, курорт в гірській місцевості може мати лікувальну спеціалізацію, але в зимовий час може також являтися гірськолижним центром. Райони наукового та фестивального туризму зазвичай не є постійними. Знаходження в них туристів носить швидше епізодичний характер [1].

Туристські райони діляться на райони широкої та вузької спеціалізації. У туристичній галузі районів широкої спеціалізації увага організаторів та посередників туристичних заходів сконцентрована в основному на організації відпочинку в сезон відпусток. Туристичні регіони широкої спеціалізації важливі також для ділового туризму. До таких туристичних місць належать освітні промислово-адміністративні та транспортні центри. Освітні центри – це місця, пристосовані для проведення конгресів, а також заклади дослідницького та освітнього характеру. Промислово-адміністративні центри також належать до туристської пропозиції широкої спеціалізації. Вони діляться на промислові, або комерційні, й політичні центри. Промисловими центрами вважаються місця, куди їдуть, щоб укласти комерційні та товарні угоди. Політичні центри – це місця, де розташовуються адміністративно-політичні структури чи проводяться заходи політичного характеру. В центрах транспортного сполучення туристи користуються туристськими послугами з технічних причин [11].

Туристські регіони вузької спеціалізації відрізняються від регіонів широкої спеціалізації тим, що основна причина їхнього відвідування – бажання досліджувати ці місця. Туристські місця вузької спеціалізації діляться на місця відпочинку та місця, які містять туристські визначні пам'ятки.

Рекреаційна привабливість регіонів обумовила розвиток в них центрів туризму. З позиції концепції територіальної рекреаційної системи, одним з її елементів є рекреаційний центр (туристський центр), котрий є об'єктом, комплексом, населеним пунктом, що забезпечує функції розселення та обслуговування населення.

Типологія туристських центрів (центрів туризму) пов'язана з наявністю рекреаційних ресурсів та відображає велику різноманітність рекреаційної діяльності туристів.

І. В. Зорін та інші дослідники пропонують типологію туристських центрів на основі провідного циклу рекреаційної діяльності або їхньої комбінації. Серед багатьох запропонованих типів туристських центрів виділяють: культурно-історичні, паломницькі, курортні, приморські, альпійські, комерційно-ділові, екологічні, водні, спортивні, розважальні та ін. [12].

При статистичному аналізі сімнадцяти типів туристських центрів було виявлено 4 первинні типи: аксіологічний (ціннісний), екологічний (природний), рекреаційний (оздоровчий) та гірський:

- *аксіологічний (ціннісний)* тип об'єднує велику групу туристських центрів, відвідування яких пов'язане з вивченням культурного спадку та цінностей, релігійних святинь, етнографічних промислів, проведенням фестивалів та конгресів;

- *екологічні (природні)* туристичні центри формуються завдяки природним цінностям. Вони включають найбільш привабливі акваторії, мисливсько-риболовні ресурси, національні парки та заповідні території, природні ландшафти, унікальні екзотичні території, в яких проходять маршрути самодіяльного та екологічного туризму;

- *рекреаційні (оздоровчі) туристичні центри* орієнтують на оздоровчі ресурси. Виділяють райони вже освоєних рекреаційно-туристських інфраструктур, організованих туристських та курортних місцевостей. Узагальнюючи фактичні характеристики, варто інтерпретувати даний фактор як оздоровчий, а туристичні центри, що формуються під його впливом, іменувати

туристичними центрами рекреаційного типу. Особливо сприятливі для рекреаційних туристичних центрів приморські ландшафти;

- *гірські центри* туризму мають свої особливості, пов'язані з вертикальною зональністю. Це зона інтенсивної та екстремальної рекреації. Такі типи мають компактне поєднання найсуперечливіших ресурсів (на площі у 50 – 100 км² можна спостерігати арктичний лід, тропічні ліси, долини та пустелі).

У зв'язку з різними масштабами дослідження типи центрів туризму можуть відрізнитись у загальносвітовому масштабі автори карти «Рекреації та туризм» (W. Ritter, S. V. Odesser) пропонують класифікацію центрів туризму, яка складається з п'яти типів: історико-культурні, лікувально-оздоровчі, гірські, водні, приморські [39].

1. *Історико-культурні*. Найбільш привабливими для туристів є великі міста – адміністративні та економічні центри з широкими можливостями для огляду визначних пам'яток, розваг та походів за покупками. Вони також забезпечують відповідні умови для ділової активності та проведення найрізноманітніших зборів і, крім того, дають шанс відчути та насолодитись стилем міського життя інших культур. У деяких випадках такі міста приваблюють велику кількість відвідувачів навіть за відсутності значного числа історичних пам'ятників, як це властиво для Сінгапуру, Сіднею, Ріо-де-Жанейро та інших міських агломерацій. Крім того, до цієї категорії належать прославлені центри культури та мистецтва, такі як Венеція, Флоренція та ін., а також велика кількість дрібніших поселень зі всесвітньо відомими історичними пам'ятниками і навіть «мертві» міста, такі як Пальміра, центри паломництва і т. д.

2. *Приморські*. В найбільш розвинених країнах центри такого роду зазвичай приваблюють як вітчизняних, так і іноземних відвідувачів. У багатьох випадках спостерігається тенденція до того, що одне чи два подібних поселень приваблюють до себе основну масу туристів, як, наприклад, Агадир в Марокко. Приморський туризм зберігав високий рівень розвитку протягом багатьох років

в Європі та Північній Америці, і сьогодні швидко поширюється в тропіках. Серед основних причин цього – економічний фактор: компанії, що володіють готелями, схильні надавати перевагу цілорічним курортам, у порівнянні з сезонними. В багатьох, нещодавно утворених та густозаселених країнах, пляжі – це єдине місце відпочинку, доступне для найбільш вразливих прошарків населення. До речі, найбільше число нових та великих курортів розміщені у Південній, Південно-Східній Азії та Тихоокеанському регіоні. Багато дрібних держав на тропічних островах активно розширюють свою участь у світовому туристичному бізнесі та зорієнтовані, головним чином, на прийом організованих іноземних відвідувачів. Подальше поширення пляжного туризму далі на північ чи південь (в залежності від півкулі) обмежується, звичайно, низькими температурами води та коротшою тривалістю сезону. Лише у Північній півкулі та у Європі цей розвиток істотно зайшов за 50-ту паралель. Зазвичай, межами поширення в бік полюсів є 40° північної та південної широти.

3. *Водні центри.* Хоча туризм, пов'язаний, переважно, з водними видами спорту на річках та озерах (включаючи штучні водойми), широко поширений у світі, він нечасто зустрічається у великих центрах. Курорти на берегах озер отримали найбільшого розвитку в тих регіонах світу, для яких характерна наявність постгляціальних озер в Альпах, Скелястих горах, у Скандинавії, на Канадському щиті тощо. До об'єктів, що користуються особливою привабливістю, належать і відомі водоспади.

4. *Гірські центри.* Ці центри туризму досягають великих розмірів лише тоді, коли вони пов'язані з зимовими видами спорту. З цієї причини більшість об'єктів – за винятком гір Кіліманджаро та Еверест, де здійснюються сходження, — це лижні курорти. Найчисленніші вони в Альпах та Скелястих горах. Ряд подібних об'єктів сформувались в Японії та у Південній півкулі. Створення та підтримка зимових спортивних курортів обходиться дорого.

5. *Лікувально-оздоровчі центри.* Такі центри розташовуються в місцях з мінеральними водами, лікувальними грязями та сприятливим кліматом.

Лікувально-оздоровчі центри можна вважати культурною особливістю як континентальної Європи, так і Японії. Певного розвитку вони досягли в країнах, які зазнають сильного європейського впливу, однак оздоровчий туризм не популярний ні в англо-саксонських країнах, ні в Скандинавії. Навіть в Європі основний ареал оздоровчого туризму охоплює приморські чи високогірні курорти. Ці об'єкти, як правило, не приваблюють іноземних туристів. Лише в Індії та Південно-Східній Азії такі високогірні курорти змогли розвинути у великі національні центри рекреації.

Отже, для того, щоб в'їзний туризм успішно розвивався, необхідно дотримуватись наступних правил:

- в першу чергу – зонування території туризму в державі, тобто виділення специфічних територій для туризму, котрі мають належне оформлення;
- діюче законодавство країни повинно відповідати вимогам міжнародного права, для того, щоб забезпечити безпеку перебування туристів;
- економічні механізми в державі повинні бути обробленими, чітко функціонувати, бути спрямованими на розвиток іноземного та внутрішнього туризму;
- необхідно залучати інвестиції у туристичну сферу.

РОЗДІЛ 2. ЧИННИКИ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗОНУВАННЯ ІНДІЇ

2.1. Регіональні відмінності в'їзного туризму в Індії

В'їзний туризм на території Індії має багатовікову (принаймні 2500 років) історію. Аналіз історичних та літературних джерел дозволяє виділити та охарактеризувати три великі історичні етапи у розвитку в'їзного туризму [28]:

- доколоніальний;
- колоніальний (з XVII ст. до першої половини XX ст.);
- сучасний (з середини XX ст.).

З давніх часів відвідати цю екзотичну країну прагнули купці та мандрівники з Європи, країн Сходу, релігійні паломники з Південно-Східної Азії та Тибету, а з появою мусульманських святинь – з арабських країн. Паломників-буддистів приваблювали і приваблюють до цього часу найвизначніші буддійські святині, пов'язані з життям та вченням Будди і його наступників – Сарнатх, Бодхгая, монастирі Ладакха та багато інших місць, розташованих переважно на півночі країни. Наступники індуїзму у Південно – Східній Азії також прагнули в першу чергу до північних районів – до Гангу та храмових комплексів Варанасі, Харадвара, Ганготрі, Матхури тощо.

Вже з XIX ст., у період британської колонізації, Індію відвідують організовані групи туристів та індивідуальні мандрівники, переважно з Європи, виникають перші компанії, котрі організовують поїздки до цієї країни.

У цей же період як об'єкти туризму виникають перші музеї та національні парки. Європейських туристів в той час приваблювали історико-культурні видатні пам'ятки та полювання на екзотичних для європейців тварин.

Після набуття Індією незалежності у 1947 р. новий уряд майже відразу став приділяти увагу розвитку галузі. У 1949 р. в структурі Міністерства транспорту Індії було організовано відділ туризму, а, починаючи з другого П'ятирічного Плану (1956 – 61 рр.), в країні реалізуються програми підтримки

та розвитку туристичної галузі. Здійснюються програми розвитку як в'їзного, так і внутрішнього туризму на державному рівні, на рівні штатів, союзних територій і в ряді міст та районів штатів [13].

Перші два десятиліття після набуття країною незалежності не були відзначені істотним припливом іноземних туристів. І лише у 1970-х роках в зв'язку з ростом міжнародного авторитету країни, популярності її природного та історико-культурного спадку, а також розвитком міжнародних шляхів сполучення та прогресом туристичної інфраструктури Індії можливість відвідувати країну отримали не лише заможні туристи, але й люди з середнім статком.

У 1951 р. країну відвідали всього 16 829 туристів, у 1960 р. – більше 123 тис., а в 1970 р. – більше 280 тис. Поступово Індія стає все більш популярним об'єктом для іноземних туристів, і в 1980 р. їхня кількість склала вже більше 1,25 млн чоловік.

Найбільш стрімко туристична індустрія Індії розвивається з 1990-х років. Якщо у 1990 р. країну відвідали близько 1,7 млн туристів, то у 2000 р. – 2,65 млн чоловік. Потім в країні настав туристичний бум – у 2006 р. У країні з метою туризму побувало 4,45 млн іноземних туристів, а в 2007 р. їхнє число перевищило 5 млн чоловік [49]. За попередніми даними Міністерства туризму Індії у 2008 р. країну відвідало близько 5,37 млн іноземних туристів, а у 2019 р. – 17,4 млн. [48]

Більшість іноземних туристів приїжджають до Індії з Великобританії, США, Канади, Франції та Німеччини. При цьому ріст іноземців, що відвідують Індію, реєструється навіть в окремих індійських штатах.

При виділенні туристично-рекреаційних районів Індії варто пам'ятати, що вони повинні представляти собою території, які відрізняються комплексом певних районоутворюючих ознак, однорідні і в той же час специфічні за характером рекреаційного використання, що володіють певними ознаками атрактивності та рекреаційною спеціалізацією.

Індія відрізняється унікальним комплексним потенціалом туристично-рекреаційних ресурсів. Однак, розподілений він по території країни нерівномірно, що сприяє формуванню регіональних відмінностей в масштабах, характері та темпах розвитку туріндустрії. Це відображає не лише ландшафтні відмінності, але й історичну нерівномірність освоєння території та структуру регіонального розвитку й рівня життя населення, контрасти в туристичній інфраструктурі і в цілому в рівнях соціально-економічного розвитку штатів та союзних територій. Багато регіонів країни можуть запропонувати лише певні, обмежені види туризму. Найбільш популярними та розрекламованими за кордоном напрямками туризму в Індії є різні поїздки та тури з метою відпочинку та розваг [18].

Окрім того, значну роль у розвитку туризму в регіонах відіграють міністерства туризму в штатах країни, активність яких значно впливає на туристичні потоки.

Досить важливі й геополітичні фактори – загрози міжнаціональних конфліктів, терористичних акцій, особливий режим ряду прикордонних районів.

Зазначені чинники регіоналізації туріндустрії формують відмінності в туристичній привабливості та відвідуванні різних штатів (їх зараз нараховується 28), союзних територій (їх 6) та Національного столичного округу Делі для іноземних туристів. Формуються регіональні відмінності, котрі відкривають можливість виділення на території сучасної Індії ряду туристичних районів, що об'єктивно склались і відрізняються один від одного як за специфікою потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів, так і за видами туристичної діяльності для іноземців.

Однак, у зв'язку із різноманітням рекреаційних об'єктів Індії та транскордонним характером багатьох з них, як і пов'язаних з ними турів (їхнім розташуванням одночасно на території кількох адміністративних одиниць), не завжди можливо точно співвіднести межі туристичних районів та адміністративні кордони штатів країни.

Крім того, на території країни можна виділити регіони, котрі малопривабливі або ж, з огляду на різні причини, ще не отримали певної значущої рекреаційної привабливості для іноземних туристів, але в той же час є важливими районами для місцевих туристів.

Різноманітність кліматичних умов та ландшафтів Індії також є важливим чинником регіоналізації туріндустрії, впливаючи на привабливість різних регіонів країни. Зокрема, це дозволяє виділяти території, котрим властива сезонність функціонування, пов'язана з природною ритмікою.

Розвиток в'їзного туризму в Індії на сучасному етапі відрізняється високою динамікою та річною ритмікою.

Кількість туристів, що відвідують Індію, значно менша за число іноземних відвідувачів країн – лідерів туріндустрії. Індія займає 41-е місце у списку найбільш відвідуваних іноземними туристами держав, і це не дивлячись на те, що країна є одним із найпривабливіших об'єктів туризму у світі.

В той же час, останні півстоліття в Індії майже кожного року спостерігалось зростання числа іноземних туристів. Особливо інтенсивний приріст відбувається з початку 1990-х рр.: 1,7 млн у 1990 р., 2,12 млн у 1995 р., 2,65 млн у 2000 р., 5,37 млн у 2008 р.

У порівнянні з багатьма країнами-лідерами туристичного ринку, світова фінансова криза 2008 р. незначно вплинула на кількості відвідувачів Індії – за попередніми даними у 2009 р. країну відвідали близько 5,1 млн іноземних туристів. [32]

У міжнародній територіальній організації в'їзного туризму Індії найбільша кількість туристів (у 2008 р.) припадала на США (828 тис. чол., 15,43%), Великобританію (787 тис. чол., 15,9%), Бангладеш (540 тис. чол., 10,06%), Шрі-Ланку (229 тис. чол., 4,26%), Канаду (224 тис. чол., 4,17%), Францію (218 тис. чол., 4,06%), Німеччину (209 тис. чол., 3,9%). [4]

У зв'язку з переважанням на території Індії мусонного клімату, річній динаміці в'їзного туризму властива чітко виражена сезонність. Пік відвідувань припадає на найбільш комфортний зимовий період – з листопада до березня.

Майже 90% іноземних туристів прибуває в Індію посередництвом авіатранспорту. Найважливішими пунктами в'їзду до країни є аеропорти міст Делі, Мумбаї та Ченнай – через них до Індії приїжджають 64,5% в'їзних туристів.

Туризм в Індії розвинений нерівномірно – цьому сприяє нерівномірний розподіл природних та антропогенних туристських ресурсів по країні. На узбережжі розвинений пляжний відпочинок, практично у всіх регіонах – релігійний туризм, у Центральній Індії велике значення має пізнавальний туризм, в Індійських Гімалаях – активні види туризму. У Таблиці 2.1. відображено штати, які найбільше відвідуються іноземними туристами.

Таблиця 2.1.

Найбільш відвідувані іноземними туристами штати та союзні території Індії у
2018 році

Місце	Штат / Союзна територія	Кількість	Частка у %
1	Махараштра	4 815 421	24,7
2	Тамілнад	3 373 870	17,3
3	Делі	2 159 925	11,1
4	Уттар-Прадеш	1 887 095	9,7
5	Раджастхан	1 351 974	6,9
6	Західна Бенгалія	1 213 270	6,2
7	Біхар	972 487	5,0
8	Керала	732 985	3,8
9	Карнатака	574 005	2,9
10	Хімачал-Прадеш	484 518	2,5
	Загальна кількість всіх 10 штатів	17 656 550	90,1
	Інші	1 929 329	9,9
	Загальна кількість	19 494 879	100

Видно, що найбільше відвідуються штати Махараштра, Тамілнад, зі столицями Мумбаї та Колката відповідно. Варто також виділити Західну Бенгалію з Ченнай. Це відбувається тому, що ці великі міста-столиці одні з найбільших, а також саме сюди в першу чергу прибувають туристи з-за кордону для подальших подорожей країною.

Штати Уттар-Прадеш та Раджастхан, а також Національний столичний округ Делі відвідують з причини концентрації тут найвідоміших за кордоном визначних пам'яток країни. Тут знаходиться так званий Золотий Трикутник (Делі, Джайпур, Агра) – найбільш популярний маршрут серед іноземних туристів.

Перше, що приваблює туристів – одне з чудес світу та візитна картка країни, Тадж-Махал (Агра), котрий щорічно відвідують близько 1 млн іноземних туристів. Тадж-Махал вважається символом Вічного Кохання.

Штати Керала та Карнатака найбільш популярні серед туристів, котрі надають перевагу пляжному відпочинку, а також тут розвиваються йога та аюрведа. У штаті Біхар розташоване привабливе, в першу чергу для буддистів, місто Бодхгайя. За переказами, саме тут Будда набув просвітлення. Це одне з чотирьох основних місць паломництва у буддизмі. Штат Хімачал – Прадеш розташований в Індійських Гімалаях. Тут розвиваються активні види туризму. Крім того, тут розташоване місто Дхарамсала з резиденцією Далай-лами XIV [4].

Територіальні відмінності *ступеня використання туристично-ресурсного потенціалу* наочно характеризує коефіцієнт використання туристично-рекреаційних ресурсів. У відповідності з його значеннями всі адміністративно-територіальні одиниці Індії розділені на 3 групи [29]:

- з високим ступенем використання (Делі, Тамілнад, Уттар-Прадеш, Андхра-Прадеш, Махараштра, Західна Бенгалія та Раджастхан (на ці штати припадає більше 80% відвідувань іноземними туристами);

- з середнім ступенем використання – Мадх'я-Прадеш, Керала, Гоа, Хімачал-Прадеш, Пондішері, Біхар, Дадра та Нагар-Хавелі, Чандігарх, Хар'яна);

- з низьким ступенем використання туристично-рекреаційного потенціалу (решта 18 штатів та територій).

Під час співставлення коефіцієнту використання в'їзним туризмом туристично-рекреаційного ресурсного потенціалу та ключових соціально-економічних показників штатів і територій Індії не спостерігалось прямого зв'язку між цими показниками. Очевидно, що в'їзна туріндустрія має як в Індії в цілому, так і на рівні адміністративно-територіальних одиниць осередковий характер, що є однією з найбільш яскравих особливостей її територіальної організації.

Географічною основою виділення районів в'їзного туризму є схема адміністративно-територіального поділу країни, оскільки як управління індустрією, так і статистична інформація про туризм в державній статистиці Індії ведеться в адміністративних одиницях (штатах та союзних територіях). Таким чином і адміністративно-територіальний устрій країни є одним із основних чинників регіоналізації в'їзного та внутрішнього туризму [36].

Важливим чинником виділення туристично-рекреаційних районів можна також вважати і маршрути найважливіших та найпопулярніших турів, що пропонуються туристичними компаніями, та обумовлених певним попитом. Такі тури зазвичай проводяться на території того чи іншого туристичного району, який має певну кількість точкових туристичних центрів з характерною для даного району рекреаційною специфікою та тематикою, наприклад, конкретні природно-рекреаційні ресурси чи комплекси пам'ятників культурно-історичного спадку.

Концентрація рекреаційних ресурсів в районах в основному достатньо висока, що обумовлює у більшості випадків проведення туру лише в одному конкретному районі за достатньої насиченості програми.

Питання туристично-рекреаційного зонування країни, особливо зонування в'їзного туризму, недостатньо вивчене як в індійській, так і у світовій науково-дослідницькій та професійній літературі. У дослідженнях та популярній літературі, що описує рекреаційний потенціал Індії, переважає спрощений підхід до туристично-рекреаційного зонування країни (переважно беруться за основу економіко-географічний поділ території на Північ, Південь, Захід, Схід, іноді Центр), який не розглядає комплексу факторів та статистичних даних. Дослідження індійських авторів зазвичай роз'єднані та стосуються лише якогось штату, району країни чи регіону на території певного штату [4, 32].

Деякі індійські дослідники, розглядаючи як в'їзний, так і внутрішній туризм, виділяють на території країни чотири туристично-рекреаційні зони:

- зона Делі (Північна Індія),
- зона Мумбай (Західна Індія),
- зона Колката (Східна Індія),
- зона Ченнай (Південна Індія).

Даний підхід обґрунтовується, перш за все, існуючими зараз *туристичними потоками та близькістю популярних туристичних об'єктів* до цих великих міст, котрі є в той же час найважливішими транспортними пунктами. Але запропоноване туристично-рекреаційне районування не охоплює всієї території країни, припускаючи з розвитком туристичної сфери приєднання до цих районів прилеглих регіонів [13].

Аналіз передумов та факторів розвитку, функціонування та територіальної організації туристично-рекреаційної системи в'їзного туризму Індії показав, що поряд з найбагатшим ресурсним потенціалом, основними переважаючими факторами розвитку цієї системи є:

- дешевизна більшості послуг туристичної інфраструктури всередині країни;
- розвинута транспортна мережа;
- активна участь державних структур в управлінні галуззю;

- підтримка учасників туристичного ринку;
- фінансовані державою зарубіжні підприємства з популяризації Індії як об'єкту туризму;
- простота отримання віз.

Важливим фактором функціонування та територіальної організації туристично-рекреаційної системи країни в цілому та в'їзного туризму зокрема, є особливості територіальної організації підприємств туристичної індустрії – туристичних компаній та готелів.

Організацією туристично- рекреаційної діяльності в Індії займаються 1059 ліцензовані державою спеціалізовані підприємства, віднесені до п'яти категорій [35]:

- туроператори;
- туристичні агентства (разом вони становлять близько 88% підприємств);
- туристичні транспортні компанії;
- агентства внутрішнього туризму;
- агентства пригодницького туризму.

Однак, на території країни ці організаційні ресурси розташовані вкрай нерівномірно, про що свідчать адміністративно-територіальні відмінності в їхній діяльності. Вони обумовлені як різною туристично-рекреаційною привабливістю штатів і, відповідно, попитом на послуги турфірм, так і наявністю якісної інфраструктури в тому чи іншому регіоні. Значний вплив виявляє і чисельність місцевого населення, що проживає в штатах та територіях, оскільки саме воно є основним споживачем послуг більшості туристичних компаній. [5]

Більше половини підприємств Індії сконцентровані в столиці країни – Делі.

Значна кількість підприємств, що спеціалізуються на організації туризму, зосереджені в штатах Махараштра, Тамілнад, Керала та Карнатака. Всі ці штати є найбільш популярними серед іноземних туристів і, до того ж, саме через

транспортні вузли, розташовані на їхній території, прибуває більша частина іноземців.

Відносно невелика кількість підприємств, що організовують туризм, у штатах півночі та північного заходу Індії (Уттара-Прадеш, Мадхья-Прадеш, Раджастхан, Хімачал-Прадеш, Уттаракханд), багато в чому пояснюється високою концентрацією подібних організацій у близько розташованій столиці країни – Делі. Саме зі столиці вирушає значна частина турів до багатьох регіонів Індії, та й географічне положення Делі сприяє утвердженню міста як головного центру туризму [43].

В той же час, в шести штатах (Чхаттісгарх, Джарканд, Тріпура, Нагаленд, Мізорам, Мегхалая) та в чотирьох союзних територіях (Даман та Діу, Лакшадвіп, Дадра, Нагар-Хавелі) ліцензовані державою підприємства відсутні.

Яскраво виражені адміністративно-територіальні диспропорції характерні також для діяльності підприємств готельного сервісу (у 2008 р. було 1593 готелі, кваліфіковані за дев'ятьма категоріями, серед яких близько 70% становили дво- та тризіркові готелі).

До числа найбільш забезпечених готелями, котрі надають якісні послуги та кваліфіковані Міністерством туризму, входять штати Керала, Махараштра, Тамілнад, Раджастхан, Андхра-Прадеш, Пенджаб, Гуджарат та Гоа. Небагато таких готелів у штатах Карнатака, Уттар-Прадеш, Мадхья-Прадеш, Західна Бенгалія, Хімачал-Прадеш, Уттаракханд, не дивлячись на їхню популярність серед іноземних туристів. Столична територія Делі має всього 51 готель, що явно недостатньо для найбільшого туристичного центру країни. На кожний з інших адміністративно-територіальних суб'єктів припадає менше 1% від усієї кількості підприємств готельної сфери, а в штатах Маніпур, Мізорам та Нагаленд класифіковані готелі відсутні.

Виявлено також регіональні відмінності у розподілі різних класів готелів за штатами та територіями.

Окрім класифікованих готелів, в Індії є кілька десятків тисяч готелів та хостелів, які мають державну реєстрацію, але не класифіковані з різних причин.

Більшість з них не відповідають світовим стандартам якості, але завдяки низькій вартості проживання або, у багатьох регіонах, через відсутність альтернативних видів розміщення, послугами цих готелів досить інтенсивно користуються не лише індивідуальні іноземні туристи, але також і організовані групи [4].

Туристи, в тому числі іноземні, також мають можливість за символічну плату чи в деяких випадках і безкоштовно, проживати на території багатьох культових споруд та монастирів – індуїстських ашрамів, сикхських гурдвар, тибетських монастирів. В багатьох популярних серед туристів місцях є можливість проживання у будинках та кімнатах, які спеціально здаються місцевим населенням. Багато самостійних туристів надають перевагу саме такому виду розміщення.

Основними лімітуючими факторами у розвитку в'їзного туризму є географічна віддаленість Індії від економічно розвинених країн – основних постачальників іноземних туристів у світі, невисокий рівень соціально-економічного розвитку країни, невисока урбанізованість, недостатній розвиток якісної транспортної та соціальної інфраструктури в окремих районах, нерозвиненість якісної туристичної інфраструктури в більшості районів країни, нестабільна політична ситуація у багатьох регіонах, нестача кваліфікованих кадрів, які обслуговують туріндустрію, кліматичні умови, що обумовлюють сезонність туристичної діяльності, незадовільна екологічна ситуація в багатьох районах країни, зокрема, побутове забруднення населених пунктів та зон відпочинку [4].

З урахуванням перерахованих обставин, на території Індії досить чітко прослідковуються туристсько-рекреаційні райони (Додаток 1), котрі мають певну рекреаційно-ресурсну та діяльнісно-туристську організаційну специфіку, що відображається в конкретних характеристиках туристсько-рекреаційного використання. Для виявлення інтегральних територіальних відмінностей у функціонуванні туристично-рекреаційної системи в'їзного туризму Індії здійснено її зонування.

Спираючись на адміністративно-територіальний поділ країни та беручи за основу ресурсний потенціал кожного регіону, на території Індії виділено та охарактеризовано 9 туристично-рекреаційних зон:

- 1) Гірський район;*
- 2) Центральний район;*
- 3) Раджастхан;*
- 4) Гуджарат;*
- 5) Південно-західне узбережжя;*
- 6) Південно-східний район;*
- 7) Південний район;*
- 8) Північно-східний район;*
- 9) Острівна зона. (Додаток 1, 2)*

Кожна з них відрізняється від іншої за інтенсивністю прояву таких туристично-рекреаційних властивостей (параметрів системи, які вимірюються кількісно) як *ресурсний потенціал*, ступінь його використання, розвиненість туристичної інфраструктури, відвідуваність іноземними туристами, а також *спеціалізацією туристично-рекреаційної діяльності на певних видах туризму* (Додаток 2).

Дві туристично-рекреаційні зони Індії характеризуються високим сукупним туристично-рекреаційним потенціалом та частою відвідуваністю іноземними туристами (Південна, Центральна).

Три зони володіють високим та середнім рівнями забезпеченості туристично-рекреаційними ресурсами у поєднанні з помірною часткою відвідування іноземними туристами (Раджастхан, Південно-західне узбережжя, Гірська зона).

Досить чітко виділяється третя група зон, що володіє низьким рівнем забезпеченості та ступенем використання туристично-рекреаційних ресурсів (Північно-східна, Південно-східна, Острівна зони) [6].

Коротко розглянемо основні особливості кожного з районів.

1. **Гірський район.** Включає, перш за все, Гімалаї та прилеглі гірські системи й хребти – Ладакх, Занскар та ін. Географічно ділиться на дві туристичні підзони: Західні Гімалаї з прилеглими гірськими системами (штат Джамму та Кашмір, Хімачал-Прадеш, Уттаракханд) та штат Сиккім. Головні туристично-рекреаційні ресурси – гірські курорти та станції, можливості для занять альпінізмом, найважливіші індуїстські паломницькі центри, давні буддійські монастирі, у передгір'ї – національні парки (Корбетт, Дачігам). Головні напрями туристичної активності в цьому районі – гірський, екстремальний, екологічний, етнічний та релігійний види туризму. Район зі слаборозвиненою туристичною інфраструктурою. У зв'язку з кліматичними особливостями та важкодоступністю району властива сезонність функціонування туріндустрії. Більша частина району приваблива та відкрита для вільного доступу лише протягом літніх місяців. Район економічно слабо розвинений, рекреаційно недостатньо освоєний і не є об'єктом масового туризму, однак має широкі перспективи розвитку. Найважливіші туристичні центри – в Західних Гімалаях міста Шимла, Лех, Дхарамсала, Срінагар, Джамму, Маналі, а у Східній частині – Гангток. На район припадає 3,67% іноземних туристів, що відвідують Індію [50].

2. **Центральний район** – частина Індо-Гангської низовини та ряд прилеглих територій. Включає столичну територію Делі, штати Пенджаб, Хар'яна, Уттар-Прадеш, Мадх'я-Прадеш, Біхар, Західна Бенгалія та союзна територію Чандигарх. Це найбільш освоєний у туристсько-рекреаційному відношенні район Індії, який найчастіше відвідується, на нього припадає 41,37% іноземних туристів. Характерна специфіка району – екскурсійний та релігійний туризм. Район приваблює увагу туристів в першу чергу пам'ятками культурно-історичного спадку – середньовічними архітектурними комплексами (найвідоміший Тадж-Махал у місті Агра) та храмовою архітектурою (Делі, Агра, Кхаджурахо, Колката та ін.), найважливішими релігійними центрами індуїзму (найважливіші – Варанасі, Харідвар, Матхура), сикхізму (Амрітсар), буддизму (Бодхгая, Сарнатх) та ісламу (Делі, Аджмер), можливостями

екологічного туризму у заповідниках та національних парках (Дадва, Сундербнс). Туристична активність тяжіє до міст Делі та Колката, котрі є також і найбільшими транспортними центрами. Найважливіші туристичні центри – міста Делі, Агра, Варанасі, Кхаджурахо, Колката, Харідвар, Матхура, Амрітсар, Патна).

3. **Раджастан.** Район співпадає з кордонами штату Раджастан. Унікальний в своєму роді регіон, найбільш відомий своїми історичними пам'ятками – грандіозними давніми фортами та палацами (Джайпур, Удайпур, Джодхпур та ін.), можливістю здійснювати сафарі на верблюдах пустелею Тар та великими національними парками (Саріска, Рантхабхор, пташиний заповідник Бхаратпур). Штат найбільш розрекламований за межами Індії, має ефективну туристську інфраструктуру, анаслідок чого дуже привабливий (10,39% іноземних туристів) для відвідування переважно організованими групами.

4. **Гуджарат.** Територіально район включає також дві союзні території Даман і Діу та Дадра і Нагар-Хавелі – колишні португальські колонії. Має свою специфіку туристсько-рекреаційних ресурсів – Качський Ранн (унікальна солончакова низовина), заповідники та національні парки (Сасангір, Нал-Саровар), історичні визначні пам'ятки (Ахмедабад, Діу), храмові комплекси (Ахмедабад, Дварака), пляжі (Даман). Відвідується досить малою кількістю іноземних туристів (0,84%) через маловідомість, віддаленість від основних туристичних маршрутів та політичну нестабільність.

5. **Південно-Західне узбережжя** півострова Індостан. Район включає штати Гоа та Керала. Один з найбільш відвідуваних іноземними туристами туристичних районів Індії (6,89%). Привабливий перш за все для любителів пляжного та пізнавального туризму переважно у зимовий період. Велика португальська колонія Гоа зараз є головним центром пляжного туризму Індії, також має ряд історико-культурних (колоніальна архітектура, індуїстські храмові комплекси) та природних об'єктів (3 заповідники та 1 національний парк). Штат Керала, розташований на самому півдні регіону, будучи другим за

важливістю пляжним ресурсом країни, є також важливим районом екологічного туризму (ряд національних парків та заповідників, найвідоміший – заповідник Періяр) та центром лікувально-оздоровчого туризму – тут розташовані найважливіші лікувальні центри традиційної індійської медицини – Аюрведи. Найважливіші туристичні центри – міста Трівандмур, Кочин, Панаджі.

6. **Південно-Східний район.** Включає штати Орїсса, Чхаттїсгарх, Джаркханд. Один з найменш привабливіших та відвідуваних іноземцями регіон країни (0,38% іноземних туристів). Виявляється нерозвинутість туристичної інфраструктури, політична нестабільність, регулярні повені (штат Орїсса). В той же час район володіє гарними туристсько-рекреаційними ресурсами - пляжі вздовж узбережжя Бенгальської затоки, історичні пам'ятки та храмові комплекси (Пурі, Бхубанешвар, Конарк). Район може бути також цікавим для любителів дикої природи (національний парк Сїмїліпал), етнічного та сільського туризму, для бажаючих познайомитись з життям індійських селищ.

7. **Південний район.** Об'єднує штати Махараштра, Карнатака, Андхра-Прадеш, Тамїлнад та союзню територію Пудучеррі (раніше – Пондішері). Район входить до числа найпривабливіших та туристсько освоєних районів Індії (на нього припадає 36,19% відвідувачі країни) та відрізняється різноманітністю туристсько-рекреаційних ресурсів. Іноземних туристів приваблюють історично-культурні пам'ятки (Пондішері, Майсур, печерні комплекси Аджанта та Еллора в районі міста Аурангабад), індуїстські храмові комплекси та святині (Махабаліпурам, Тіручіраппаллі), національні парки та заповідники (Джавхар, Пулікат, Ведантхангал). Найважливіші туристичні центри – Мумбай, Ченнай, Пондішері, Хайдерабад та ін.

8. **Північно-східний район.** Район з найменш розвиненою туристичною інфраструктурою, політично нестабільний і лише частково відкритий для відвідування іноземцями. Об'єднує 7 штатів Індії – Ассам, Аруначал-Прадеш, Нагаленд, Мегхалая, Тріпура, Маніпур, Мізорам. Число іноземних туристів, що відвідують регіон, незначне – 0,17%. Район найцікавіший з точки зору екологічного та етнічного туризму – тут проживають

народності переважно тибетсько-бірманської групи, котрі зберегли давній життєвий уклад. Важливий туристський центр – Гувахаті.

9. **Острівний район.** Об'єднує дві союзні території – Андаманські та Нікобарські острови й Лакшадвіп (розташована на Лаккадівських островах). Розміщені в тропіках Андаманські та Нікобарські острови (572 острови, з яких лише 36 заселені) та Лаккадівські острови (36 островів, 11 заселених) – віддалені від півострова Індостан і зберегли унікальну природу. Район має великий туристсько-рекреаційний потенціал – в першу чергу пляжний. На сьогодні більшість островів закриті для відвідування туристами, оскільки (не беручи до уваги пандемію) погано розвинена туристська інфраструктура, недостатньо розвинені транспортні комунікації – дістатись на острови можна або морем з території Індії, або за допомогою місцевих індійських авіаліній. Це найменш відвідуваний іноземними туристами район – близько 11 тис. чоловік (близько 0,1%) [41].

Всередині районів звичною є точкова географічна структура в'їзної туристичної діяльності. Існуючі точки-центри туристської активності (їх у районі в середньому 7-8) відрізняються за значущістю і є найважливішими туристськими центрами з комплексом туристсько-рекреаційних ресурсів (наприклад, Джайпур, Дарджилінг, Срінагар) або рідше визначеними історично-культурними, природними об'єктами чи ресурсами (наприклад, Кжаджурахо, національні парки). Зазвичай ці точки туристської діяльності є найважливішими центрами туристської інфраструктури в'їзного туризму. Багато точок в'їзної туристської діяльності співпадають з точками внутрішнього туризму. Одночасно існує велика кількість точок, котрі мають велике значення для місцевих туристів, але мало затребувані іноземцями (Хайдерабад) [46].

В географічній структурі районування туристичної сфери Індії прослідковується певний ієрархічний принцип. Всередині виділених районів у більшості випадків на основі точок в'їзної туристичної діяльності можна

виділити підрайони, що знаходяться у взаємному зв'язку. Для вирішення цього питання необхідне спеціальне дослідження.

2.2. Основні напрями розвитку туристичного ринку в регіонах Індії

Індія займає досить скромне місце у світовій індустрії туризму, значно поступається провідним країнам світу за кількістю туристів, що її відвідали (лідер за всі роки – Франція – 79,1 млн чоловік (2006)). В той же час вона має величезний нереалізований туристичний потенціал – країна є однією з небагатьох у світі, здатних в комплексі запропонувати іноземним відвідувачам практично всі види туризму [5].

Ресурсний потенціал туристично-рекреаційної системи Індії унікальний за об'ємом та різноманіттю об'єктно-ресурсного складу для розвитку в'їзного туризму. Він представлений 3136 об'єктами, які діляться на природні (1055 об'єктів, 33,4%), культурно-історичні (1602 об'єкти, 50,6%) та соціально-культурні (506 об'єктів, 16%).

Оцінка туристично рекреаційних ресурсів показала значні регіональні (адміністративно-територіальні) відмінності у забезпеченні цими ресурсами.

За забезпеченістю туристично-рекреаційними ресурсами можна виділити три групи штатів та територій [40]:

- найбільш забезпечені штати - Раджастхан, Махараштра, Карнатака, Хімачал – Прадеш, Мадхья – Прадеш, Тамилнад, Гуджарат, Уттар – Прадеш, західна Бенгалія, Керала і Джамму та Кашмір;
- штати та території з середнім рівнем забезпечення – Андаманські та Нікобарські острови, Уттаракханд, Орїсса, Андхар – Прадеш, Гоа, Делі, Біхар, Сиккім, Ассам;
- група з 15 штатів та союзних територій, що характеризуються слабким забезпеченням туристично-рекреаційними ресурсами.

Такий підхід при оцінюванні туристично-рекреаційного потенціалу Індії виправданий, оскільки статус об'єкта істотно впливає на його туристичну привабливість.

Вибірковість (надання переваги) у відвідуванні тих чи інших районів обумовлена кількома причинами:

- спеціалізація (однорідність) та значна концентрація природних та історично-культурних рекреаційних ресурсів у популярних серед туристів районах,;
- залежність популярності районів від природно-кліматичних факторів;
- недостатність розвитку інфраструктурного зв'язку між районами (їхня віддаленість один від одного значно збільшує вартість всієї поїздки).

Зазвичай об'єктом відвідування іноземними туристами обирається один з районів, рідше – два-три. Це відображається і в продуктах туристських компаній, котрі пропонують певні види туристських поїздок у певний регіон без міжрегіональних переїздів.

Найпопулярніші пропозиції зарубіжних та індійських турфірм, котрі орієнтуються на іноземних туристів [37]:

- відпочинок в Гоа (іноді до туру включається відвідування м. Мумбай);
- тури Центральним районом (наприклад, тур Делі – Агра – Главіор – Орчха – Кхаджурахо – Варанасі – Делі або: Делі – Варанасі – Патна – Колката);
- тури по історичних визначних пам'ятках Раджастану (наприклад, Делі – Джайпур – Удайпур – Джодхпур – Пушкар);
- відпочинок та лікування у Кералі (до туру входить відвідування заповідників штату – найпопулярніший – Періяр);
- тури Південним районом (наприклад, Ченнай – Махабалі-Пурам, Пондічеррі – Ауровіль – Чідамбарам – Бангалор – Путтапарті – Ченнай або Мумбай – Пуна – Аурангабад – Аджанта - Еллора – Мумбай);
- тури Гірським районом (наприклад, Делі – Шрінагар – Лех – Маналі – Шимла – Делі).

У деяких випадках відвідування іншого регіону пов'язане з необхідністю використання його важливих транспортних вузлів, в той же час основним об'єктом відвідування є конкретний район. Наприклад, для турів до Раджастану пунктом прибуття до Індії зазвичай є Делі. В цілому ж міжрегіональна туристична діяльність для Індії не характерна. Винятком є найпопулярніший серед іноземних туристів маршрут Делі – Агра – Джайпур, котрий захоплює два райони.

Природно-географічні умови Індії вкрай різноманітні [21]. Майже 60% території країни лежить в гірських районах. Більшу частину центру та півдня півострова займає нагір'я Декан, обмежене з двох боків Східними та Західними Гатами, а з півночі – горами Сатпура та плато Малва. Загальна висота цих районів над рівнем моря невелика – близько 600 м, однак, окремі гірські масиви здіймаються на висоту до півтори тисячі метрів (Пушпагірі – 1713 м, Калаубал – 1646 м, Астамба – 1325 м, Кхундабола – 1255м і т. д.). крім того, на півдні Декану зустрічаються невеликі гірські масиви (Аравалі, Анамаллай, Нілагірі, Паланати, Шиварой та ін.), окремі верхівки яких доходять до 233 – 288 м. Узбережжя облямоване вузькою смугою рівнин та щільно заселене [4].

Північніше районів Декану гігантським кутом тягнеться широка Індо-Гангська низовина (Джамно-Гангська рівнина). Ганг бере початок зі схилів Гімалаїв та тече на південний схід, пробиваючи стіну гір та поступово вбираючи в себе все нові й нові притоки, та впадає в Бенгальську затоку величезним гирлом (через переплетіння на цій ділянці численних рукавів Гангу та Брахмапутри, це величезне гирло носить навіть окрему назву – Мегна). Його плодюча наносна долина лежить на висотах в середньому від 700 до 200 м і практично повністю освоєна людиною. Інд бере початок на Тибеті і збігає на південний захід, до Аравійського моря (річкове русло практично повністю лежить на території Пакистану), також утворюючи при впаданні величезне (близько 8 тис м²) гирло. На відміну від Гангу, долина Інду широка та пустельна – майже вся її східна частина зайнята районами пустелі Тар, лише у

передгір'ї Пенджабу Інд (точніше – його праві притоки) утворює відносно широку та плодючу долину Сатледж.

Північно-східним кордоном Індії слугує колосальна стіна Гімалаїв (довжина понад 2400 км, ширина – до 350 км) – найвища гірська система планети. Ці молоді гори утворюють з півдня на північ 3 уступи. З півночі Індо – Гангську низовину обмежують невисокі (до 2000 м) гори Сіва – лік (Передгімалаї), суцільно порослі тропічними вічнозеленими та дощовими лісами. Біля підніжжя тягнеться дуже заболочена рівнина Тераї (Терай), вкрита мангровими лісами, багновиськами та посівами рису. Ще північніше починається смуга Малих Гімалаїв (хребти Пір-Панджал, Дхаоладхар та ін.), чия висота вже досягає 3500 м, а рослинність представлена листопадними та вічнозеленими гірськими лісами. Ця гірська країна досить сильно почленована та багата на тектонічні западини (Катманду, Кашмірська та ін.), в котрих зосереджені великі міста та сільськогосподарські райони. А ще північніше починаються високогірні райони Великих Гімалаїв, утворені цілою вервечкою гірських хребтів з висотами до 7000 м – Ассамські, Непальські, Кумаонські, Пенджабські Гімалаї тощо. Тут вже типове «царство» високогірних лук, альпійських пусток та пустель, облямованих льодовиками (загальна площа зледеніння понад 33 тис. км²).

Особливістю Індії є те, що практично вся територія країни знаходиться в жаркому поясі (екваторіальний та субекваторіальний). Клімат Індії на півдні – ближчий до екваторіального, на півночі – до гірського субтропічного. Зміна сезонів визначається мусонами. Жаркий, сухий сезон триває з квітня до червня – середня температура - +38 - 46°C; з кінця липня до жовтня триває сезон дощів – температура +38°C. найпрохолодніший період – грудень – січень, температура +10 -23°C. найсприятливіший період для відвідування Індії – після сезону мусонних дощів. З жовтня до березня триває прохолодний сезон, цей час вважається туристичним сезоном. А найкращі місяці для подорожі Індією – листопад та грудень.

Рослинність Індії дуже різноманітна – тут представлені практично всі види природних комплексів, що існують на території Євразії (винятком є лише арктична тундра). Західні області (Пенджаб та Раджастхан) своєю флорою схожі скоріш на Сахару, але південніше тягнуться болота Гуджарата. Ассам, Мегхалая и Аруначал-Прадеш широко відомі своїми джунглями, котрі мало в чому поступаються знаменитій Амазонії, зате Орісса, Гоа, Даман та Діу дуже схожі за своєю природою на Середземномор'я. І на фоні всього цього різноманіття виділяються величні Гімалаї, де можна зустріти 14 природних комплексів, не рахуючи дрібних локальних екоценозів.

Величезний інтерес представляють національні парки країни – Казіранга, Джалдапара, Манас, Дачігам (тут зустрічаються рідкий вид оленя – хангул, чорні та бурі ведмеді, леопарди, гніздування чапель), Джавхар (включає парки Бандіпур, Нагархол, Мудумалай та Ваянад). Цікаві оригінальні заповідники птахів – Говінд Сагар (місце проживання журавлів, качок, гусей, чирків та ін.), Кеолоадео-Ганга, Канха, Пойнт-Калімер, Пулікат (фламінго, сірий пелікан, чапля, крячок), Ведантхангал та Нал-Саровар. Унікальні тигрові заповідники: Паламау (Біхар), Сун-дернас (Західна Бенгалія) [4].

Деякі види рекреаційної активності, доступні на території країни, унікальні, наприклад, екстремальний та лікувально-оздоровчий туризм або історико-пізнавальний (дуже популярний серед заможних іноземців тур у «Палаці на колесах» — ретро-потязі, що здійснює поїздки по штату Раджастхан).

Головні фактори, які визначають ступінь використання туристично-рекреаційних об'єктів:

- культурно-історичне значення регіону;
- рівень соціально-економічного розвитку штату чи території;
- наявність сучасної розвиненої туристичної інфраструктури.

Співставлення ступеня використання туристично-рекреаційних ресурсів штатів та території Індії для цілей в'їзного туризму з аналогічними показниками внутрішнього туризму дозволило виявити регіони, потенціал яких

використовується відносно слабо, для потреб в'їзного туризму (штати Андхра-Прадеш, Уттаранчал, Карнатака, Джаркханд).

Культурно-пізнавальні об'єкти, особливості історичного розвитку, природні умови та ресурси сприяють розвитку в Індії наступних видів туризму [8]:

1. Подієвий туризм.

Найбільш колоритні – парад у Нью-Делі з нагоди Дня Республіки, Водний фестиваль та Фестиваль слонів у Кералі (січень), цілий каскад святкувань під час селянського свята Лорі (січень), Міжнародний фестиваль повітряних зміїв у Ахмадабаді (січень), мальовничий парад карнавальних автомобілів в Мадуарі та Тамілнаді (лютий), щорічний фестиваль танцю в Кхаджурахо (лютий), загальнодержавний фестиваль Шивратрі Натьянд жалі (лютий – березень), весняний фестиваль Дулхенді (Пушпадолотсав) та весняне свято Шимго в Гоа (березень).

Кожного року 16 березня на півночі Індії, у місті Джайпурі, проводиться Фестиваль слонів. Ніде в світі більше не можна побачити такої кількості цих гігантських тварин, що зібрались одночасно в одному місці. Всі вони вдягнені в різнокольорові тканини та гірлянди. У день свята туристи можуть побачити процесію слонів, котрі простують під музику, подивитись гонки на слонах чи на справжні змагання з поло на слонах.

Фестиваль храмового танцю Хойсала Махотсава проводиться в Халібіді та Карнатаці (квітень), 10-денний шиїтський фестиваль Мухаррам проходить у квітні – травні, міжнародний фестиваль квітів в Сиккімі (травень), триденний фольклорний Літній фестиваль в Раджастхані (червень), Фестиваль колісниць «Ратха Ятра» в Пурі (Орісса, червень – липень), щорічний фольклорний фестиваль Тарнетар Мела (Мелва) в серпні, сотні мальовничих святкувань та феєрверків по всій країні у період Дурга-пуджа (вересень – жовтень) та Холі (березень), а також Пушкарський ярмарок верблюдів у Раджастхані (жовтень – листопад), Міжнародний фестиваль перлів у Хайдарабаді (листопад),

Міжнародний фестиваль дарів моря в Гоа (листопад), фестиваль садівництва Раджарані в Ориссі (грудень) та тисячі інших, не менш цікавих подій.

Фестиваль Ганеш Чатурті (Вінаяка, серпень – вересень) присвячений слоноголовому богові Ганеші.

У вересні-жовтні проводиться Фестиваль Богів в Кулу, частина Фестивалю Дашахра, найбільш захоплюючі події, котрі проходять в Майсурі та Ахмадабаді [4].

2. Гірськолижний туризм.

Аулі (кращі у світі схили для слаломістів та сноубордистів, а також найдовша канатна дорога, є школа для лижників-початківців та для дітей); Соланг; Куфрі (найперший гірськолижний курорт); Гулмарг (застарілий курорт, котрий найбільше підходить для початківців).

3. Культурно-пізнавальний туризм – Делі, Агра, Ченнай та інші міста.

4. Купально-пляжна рекреація.

Західне узбережжя Індії омивається Аравійським морем, східне – водами Бенгальської затоки. Тому й пляжі у цій країні різноманітні – від піщаних на південному заході до скелястих, з урвищами на сході країни.

Найпопулярніші пляжі знаходяться на південному заході країни – в курортному районі Гоа. Палітра барв берегової лінії Гоа різноманітна і змінюється від яскраво-жовтої до сріблясто-білої. Найвідоміший в Гоа пляж з виблискуючим сріблястим піском – це Колва. Найдовший пляж – протяжністю близько 50 км – Арамбол, «золотий» пляж з яскраво-жовтим піском – Мірамар. Ідеальний пляж для занять водними видами спорту – Дона Паула, а найпопулярніший серед молоді – «бірюзовий» пляж з дискотеками Калангут. Він називається бірюзовим завдяки унікальному для океанського узбережжя дну. Вже за 50 м від пляжу глибина сягає 7 – 9 м, і здалеку ці ділянки здаються ніжно-бірюзовими, в той час як решта пляжів (типово океанічні) мають біло-блакитний колір води [4].

Один із найгарніших пляжів в Індії – Палолем: білосніжний пісок, блакитна затока з двома мисами, невеликі острівці, вкриті мальовничою рослинністю. Все це знаходиться за 70 км від столиці штату Пананджі.

Пляж Агонда – досить довгий і не надто багатолюдний.

Маджорджа – мальовничий пляж з великою кількістю кокосових пальм та фруктових дерев. Тут розташовані одні з найкращих пляжів Гоа.

Ще один чистий, мальовничий та не надто багатолюдний пляж – Богмоло. Прекрасне місце для любителів підводного плавання, є школа дайвінгу.

Пляж Агуада окрім відпочинку цікавий з історичної точки зору. У XVII ст. португальцями тут був побудований форт, котрий захищав вхід в гирло річки Мандові.

Пляж Кандолім – один з найрозкішніших пляжів Гоа.

За 10 км від Мапу розташований пляж Бага. Це дуже мальовниче місце славиться своїм нічним життям. На пляжі велика кількість кав'ярень, барів та ресторанів.

Але не всі пляжі в Індії добре обладнані та придатні для купання. За Гоа починається «царство каміння». Скелі, що круто заходять в море, хвилі, котрі б'ються об них з неймовірною силою. Краса цих пляжів криється в їхньому природному прояві.

Пляжі Мумбая (Бомбею) окрім основного призначення в нічний час використовуються як нічні дискотеки під відкритим небом.

Пляжі узбережжя Бенгальської затоки не відрізняються комфортом та різноманіттям, як на узбережжі Аравійського моря.

Всі пляжі в Індії – громадські (державні). В багатьох готелях заради безпеки туристів виставляється охорона. Перебування на пляжах та використання пляжного обладнання (тапчани, парасольки, рушники) – безкоштовне [25].

Отже, основними критеріями для поділу Індії на туристсько-рекреаційні зони є ресурсний потенціал країни та спеціалізація туристсько-рекреаційної діяльності кожного регіону на певних видах туризму.

2.3. Туристично-рекреаційні зони Індії та особливості їх функціонування в період пандемії

У перші місяці пандемії Індія вважала себе країною, оточеною «ворожою хворобою», і тому необхідно було терміново закритись, захватись від неї. Тут звикли, що всі негаразди, всі біди величезного та ізольованого, не схожого на оточуючий світ субконтиненту здавна приходять ззовні: із-за високих Гімалаїв або ж із-за моря. Це звідти з'являються завойовники та колонізатори, чужі релігії та вчення, навіть чума і ось ще – COVID-19. Ще 100 років тому правовірні наступники індуїзму вважали гріхом поїздки «за море»: у давніх текстах про дотримання законів, Дхармашастрах, прямо вказувалось, що відвідувати чужі землі не варто, адже там духовна нечистота, релігійна скверна і навіть чужі хвороби. Тому зараз, у період пандемії, ніби згадавши заповіді предків, країна під тиском нової хвороби, спробувала закритись від усіх, а на приїжджих в Індії стали дивитись з недовірою [39].

Для цього були певні передумови: перший вірус завезла у лютому 2020 року до південного штату Керала група студенток, котрі повернулись додому з університету у китайському Ухані. Незабаром коронавірус виявили майже у 20 італійських туристів, котрі приїхали подивитись Тадж-Махал, і тут декому з них стало погано. До цього часу «італійський» вірус від гостей встигли підчепити місцеві водії, гіді, офіціанти, не всі з яких чули, що Італія минулої весни вважалась однією із найзараженіших країн. Коли про це заговорили, по всій Індії і прокотилась хвиля неприязні до іноземців або тих, хто виглядав як чужий, - вона досить сильно налякала туристів. Влада ж у цей момент вирішила просто жорстко закритись – як і вчить древній закон.

Мільярдна Індія, здавалось, просто спустіла: не було людей на вулицях, зупинились підприємства, спустіли офіси у містах та безкінечні поля по країні. Для пересування з міста в місто вимагався спеціальний «пермішн» (право

безперешкодно виходити з дому отримали представники лише ряду професій, зокрема і журналісти).

Закрилися базари та магазини – працювали лише аптеки та продовольчі лавки. Перервався зв'язок із зовнішнім світом: припинився рух літаків та кораблів – виключенням були лише виїзні рейси, на яких залишали країну змучені та перелякані туристи.

Однак, дуже швидко стало зрозуміло, що довго залишатись під замком гігантська та перенаселена країна не зможе. До червня ситуація стала критичною – ВВП рухнув у першому кварталі на 23,9%. Цей період став найгіршим за всю історію спостережень (з 1996 року). Тому у країні, яка закрилась 25 березня, вже 8 червня уряд вирішив почати першу фазу послаблення.

Пандемічна ситуація у світі і в Індії, зокрема, стала причиною значного зниження розвитку та зміни у структурі туристичної інфраструктури регіонів. Наприклад, популярному курорту Гоа довелось змінити концепцію розвитку туризму після закінчення пандемії коронавірусу. У міністерстві даного штату вважають, що відновлення сектору можливе лише після створення вакцини від COVID-19, як повідомив портал LiveMint. Після закінчення пандемії прийдеться починати все з нуля, оскільки туризм даного регіону зараз знаходиться в мінусі. Гоа буде повинен повернутись до концепції розвитку туризму 1960-х років, щоб перезапустити галузь, оскільки, поки що подорожі неможливі. Туріндустрія штату зможе стати на ноги лише після вакцинації населення, як зауважив міністр туризму Гоа Манохара Айгаонкара [39].

За його словами, згідно нової стратегії Гоа буде орієнтуватись в основному на забезпечених туристів, а не вибудовувати галузь за рахунок внутрішнього туризму та мандрівників з невеликими статками.

Голова Мінтуризму підкреслив, що він не хоче бачити туристів, котрі приїжджають до Гоа, щоб побалуватись наркотиками, живуть дикунами чи створюють незручності на пляжах. Орієнтація буде на туристів, котрі цінують культуру штату.

За даними LiveMint, починаючи з 2007 року, туристичний потік Гоа стрімко зростає, однак соціальна та транспортна інфраструктура не справляються з кількістю іноземних гостей. З початком пандемії туризм зупинився повністю, а це завдає серйозних збитків економіці регіону, оскільки турсектор – один із основних джерел доходу [42].

На сьогодні Гоа зіткнувся з цілою низкою найсерйозніших проблем, котрі невдовзі можуть обернутись обвалом всієї туристичної галузі країни. Через блокування Індії в сусідніх державах, введення нічної комендантської години, скорочення частоти внутрішніх польотів, діючої заборони на міжнародні чартери, закриття готелів та спалах коронавірусу, причому з подвійною мутацією, Гоа зіткнувся з безпрецедентною туристичною кризою, котра загрожує перерости у катастрофу.

Число офіційно зареєстрованих готелів на курорті становить приблизно 3500. Близько 2100 з них вже закрились. 5-зіркові готелі знизили вартість перебування майже на 40-50%, але заповнюваність все-одно залишається максимально низькою – близько 5-10%, що у порівнянні з минулим березнем, коли відвідування готелів досягало 80%, є різким падінням. Відповідно впав попит на оренду автомобілів та човнів, в казино також нема туристів, оскільки діють правила нічної комендантської години на фоні пандемії коронавірусу та втрати засобів до існування, єдиними споживачами туристичних послуг а Гоа залишилися 15 знімальних груп для фільмів /серіалів, котрі раніше переїхали на Гоа для роботи, а також сім'ї та пари, котрі перебрались на курорт на більш тривалий строк. Більшість 1-4-зіркових готелів залишаються закритими через заборону на міжнародні чартерні рейси. Зараз найбільшим попитом користуються 5-зіркові готелі, оскільки туристи почувають себе у більшій безпеці в готелях високого класу. Човновий бізнес скоротився на 40%, а невеликі готелі, котрі раніше зачинялись у травні, в цьому році зачинились вже у березні.

Низька чисельність туристів пояснюється закриттям та ростом випадків захворювання на COVID-19 у Карнатаці, Махараштрі та Делі.

Нестача туристів також дуже вплинула на суміжні види бізнесу. Компанії з прокату автомобілів та велосипедів повною мірою відчують нестачу туристів.

В той час, як компанії з прокату транспорту живуть в очікуванні туристів, надзвичайним попитом користується довгострокова оренда житла на Гоа. Багато сімей та молодих пар переїжджають сюди на строк від 6 місяців до 1-2 років, а тому вичерпується запас орендованого житла.

Пандемія також змінила ландшафтні уподобання туристів, котрі довгий час проживають на Гоа. Раніше всі хотіли жити у безпосередній близькості до моря чи річки, тепер перевага надається усамітненим місцям: туристи уникають переповнених пляжів та хочуть жити у більш тихих районах.

Виробництво фільмів та телевізійних серіалів надає певну допомогу індустрії туризму. Гоа не є новим фаворитом індустрії розваг, але пандемія перетворила штат на улюблений прихисток кіногалузі. Якщо у серпні 2020 року на Гоа знімали 4 фільми, то зараз вже не менше 15. Більшість груп бронюють готелі на 2 місяці, тим самим забезпечуючи засобами до існування інші галузі [39].

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ ІНДІЇ

3.1. Особливості та проблеми туристичної галузі в регіонах Індії

Звіт про конкурентоспроможність у сфері подорожей та туризму за 2017 рік визнав Індію 40-ю зі 136 країн у цілому. В доповіді рейтингу цінової конкурентоспроможності туристичного сектора Індія займає 10 місце зі 136 країн. У ньому зазначається, що Індія має досить хороший повітряний транспорт (32-е місце), особливо з урахуванням стадії розвитку країни, та достатньо розвинену транспортну інфраструктуру (29-е місце). Країна також високо оцінюється за природними та культурними ресурсами (на 9-му місці) [1].

Незважаючи на вищезгадані досягнення у різних сферах, Індійська індустрія гостинності має ряд проблем, які впливають на рішення людини повернутись вдруге, та загалом впливають на імідж країни. Індія має світовий образ країни, оточеної бідністю, небезпекою, політичною нестабільністю та хворобами. Це може справляти dvojake враження на туриста як в готельній, так і в туристичній галузях.

Основними проблемами туризму в Індії є інфраструктура, безпека, недостатньо розвинений екологічний туризм. Тому далека від сучасності концепція демонстрації лише історичної спадщини та пам'яток Індії повинна змінитись, оскільки люди в усьому світі більше зацікавлені в екотуризмі і хочуть бачити місцеву флору та фауну [14]. Іншою проблемою є великий розрив у потребах туристів і наявністю номерів за розумними цінами. Попит явно перевищує пропозицію, і приватний сектор розширює кількість альтернатив, таких як недорогі гостьові будинки та готелі типу «ліжко та сніданок».

Відсутність інфраструктури — це серйозна проблема для індійського сектора туризму та гостинності. Економічна і соціальна інфраструктура

— транспортний зв'язок, людські ресурси, гігієна, медичні установи і т. д. недостатньо розвинені в Індії. Індія має дуже мало готельних номерів на душу населення у порівннні з міжнародним показником та маленьку кількість банкоматів. Про низький рівень інфраструктури говорить 112-те місце Індії в компоненті готовності до ІКТ і 104-те в компонентах охорони здоров'я та гігієни в Індексі конкурентоспроможності ВЕФ в сфері туризму і подорожей 2017 [15]. Основною причиною такої ситуації є неправильний розподіл фінансових ресурсів. Слід зазначити, що в бюджеті на 2017-18 рр. уряд виділив усього 1840 крор рупій на такий перспективний сектор, як туризм [15]. Попри це, за останні три роки ці цифри виросли, інфраструктура почала потрохи покращуватись, але для того, щоб зайняти рівень, відповідний європейським стандартам, потрібно ще багато працювати над цим питанням.

Охорона і безпека. Охорона і безпека туристів, особливо іноземних, є основною перешкодою на шляху розвитку індустрії гостинності. Напади на іноземних громадян, особливо на жінок, викликають питання про здатність Індії приймати туристів з далеких країн. Серед 141 опитаної країни Індія опинилася на 124-му місці з точки зору безпеки в Індексі ВЕФ 2019 року [16].

Доступність: більшість туристичних місць в країні недоступні для бідних, жінок і людей похилого віку. Це пов'язано з високими витратами на поїздки, поганим зв'язком і великою кількістю дозволів, необхідних з різних причин. Фактом є те, що дів'янгі, що на хінді означає «люди з обмеженими можливостями» і складають більше 2% населення, не можуть отримати доступ до багатьох туристичних місць у країні.

Зростання сектору гостинності та його внесок у ВВП буде і надалі значно вищим, ніж в інших галузях економіки, на тлі величезного туристичного потенціалу в країні. Однак сектор готельного господарства є однією з найбільш оподатковуваних галузей, і він обкладається численними рівнями податку, такими як ПДВ, податок на послуги, податок на розкіш тощо, коливаючись від 20 до 30 відсотків [17]. Це багаторазове оподаткування збільшує операційні витрати та знижує прибутковість. Хоча очікується, що функціонування

довгоочікуваного режиму GST раціоналізує структуру оподаткування, принесе позитивний результат за рахунок спрощених податків, підвищить простоту ведення бізнесу та знизить витрати для споживачів, існує нагальна потреба у зниженні стягнутих податків для стимулювання та залучити більше інвестицій у сектор.

Розвиток інфраструктури є основою і ключем до зростання сектору гостинності. Податки на розвиток нерухомості для сектору гостинності повинні бути знижені для збільшення інвестицій, оскільки в країні гостро відчувається брак якісного житла. По-друге, галузь уже два десятиліття вимагає статусу галузі. Надання галузевого статусу сектору гостинності пройде довгий шлях у залученні інвестицій та розвитку сектора. Уряд також повинен дивитись на стимулюючі інвестиції у розвиток розкішних та ультра-розкішних проєктів, що дасть поштовх сектору гостинності та подорожей в Індії. Уряд повинен також передбачити звільнення від сплати податку на послуги для нових розробок та більш тривалий податковий відпочинок для нових готелів та курортів, що допоможе у залученні інвестицій у галузь. Також ставка податку для сектора повинна бути знижена з запропонованої 18% податкової плати, що розглядається для нового режиму GST [17].

Особливістю економіко-географічного положення Індії є відносна ізольованість та віддаленість території, що несприятливо позначається і на розвитку туризму. Окрім того, до числа несприятливих факторів розвитку можна віднести низький рівень розвитку країни, відносно пізній старт на світовому туристичному ринку та інші.

Останнім часом, багато в чому завдяки державній політиці в сфері туризму, потік іноземних туристів до Індії постійно росте.

Наприклад, за період з 2003 по 2005 рік число туристів з-за кордону виросло на 44% - з 2,7 млн. чол. до 3,9 млн. в 2007 році було зареєстровано більше 4,9 млн. відвідувачів. У 2005 році сумарний прибуток від туризму збільшив бюджет країни на 4,55 млрд \$, а у 2006 р. – склав 6,6 млрд \$. У 2006

році в туризм було вкладено 746 млн \$ капітальних інвестицій (3-тє місце у світі).

У сфері туристичного обслуговування працюють майже 42 млн чоловік [8].

Міністерство туризму та культури уряду Індії та археологічна служба Індії, спираючись на статистику відвідування пам'ятників культурно-історичного спадку, виділяє 21 туристичний округ з центром в певному великому місті. Таке районування також не охоплює всієї території країни і не враховує природно-рекреаційні об'єкти, котрі в певних випадках є головним фактором приваблення туристів.

Певна спроба туристично-рекреаційного районування прослідковується у проекті створення індійським урядом за прикладом особливих економічних зон особливих туристичних зон, розташованих у найпривабливіших, з точки зору туризму, регіонах [5].

Майже повна відсутність робіт, котрі досліджують питання туристично-рекреаційного районування країни, очевидно, пов'язана з тим, що штати та союзні території Індії самі часто можуть розглядатись як туристичні райони з певним комплексом рекреаційних ресурсів, і котрі мають свою, значною мірою автономну інфраструктуру туризму, свої державні структури, відповідальні за залучення туристів та розвиток галузі, свою політику в рекреаційній сфері [18].

Не сприяє вивченню питань туристично-рекреаційного районування країни й позиціонування Індії на світовому туристичному ринку як єдиного рекреаційного простору.

При виділенні туристично-рекреаційних районів Індії варто пам'ятати, що вони повинні представляти собою території, які відрізняються комплексом певних районоутворюючих ознак, однорідні і в той же час специфічні за характером рекреаційного використання, що володіють певними ознаками атрактивності та рекреаційною спеціалізацією.

За прогнозами спеціалістів, протягом найближчих 10 років, Індія може вийти на 3 місце у світі за популярністю серед туристів, якщо прогнозований

потік туристів буде збільшуватись на 8,8% щорічно. Всесвітня туристична організація включила Індію до списку 10 країн та регіонів, де в найближчі роки буде спостерігатись динамічний розвиток галузі туризму [5].

3.2. Шляхи подолання територіальних диспропорцій та перспективи подальшого розвитку індустрії туризму в регіонах Індії

Розуміючи всю важливість розвитку галузі, уряд Індії робить серйозну ставку на туризм, як один із локомотивів економіки країни. Міністерство туризму та культури проводить успішні міжнародні рекламні компанії, в першу чергу в національних та зарубіжних ЗМІ та електронних засобах масової інформації. Міністерство має 13 представництва за кордоном.

Туризм став другою за значенням сферою (після торгівлі коштовним камінням та ювелірними прикрасами), котра приносить країні валютні надходження. У 2007 р. Індія заробила на туризмі 10,7 млрд доларів, галузь забезпечила більше 6% ВВП країни, а у 2019 р. – 31,7 млрд.

Індія займає досить скромне місце у світовій індустрії туризму, значно поступається перед провідними країнами за кількістю туристів. Але одночасно вона має і величезний нереалізований туристичний потенціал – країна є однією з небагатьох у світі, здатних у комплексі запропонувати іноземним відвідувачам практично всі види туризму [14].

Для життя такої великої країни зі стрімко зростаючим населенням (вдвічі швидше, ніж у Китаї) в'їзний туризм виконує ряд дуже важливих функцій – створює робочі місця, сприяє покращенню рівня життя, виконує не менш важливу для такої багатонаціональної країни інтегруючу роль, сприяє розвитку програм зі збереження пам'ятників архітектури та природних заповідників тощо.

Отже, для успішного розвитку в'їзного туризму в країні повинна бути розвинена інфраструктура різних галузей економіки. Так, з туризмом прямо чи опосередковано пов'язані близько 30 різних галузей економіки, котрі повинні

успішно функціонувати. Для розвитку в'їзного туризму повинна бути розвинена система доріг, мостів, готелів, підприємств харчування. Тому в'їзний туризм дозволяє створювати нові робочі місця та стимулювати розвиток економіки у перерахованих галузях. І нарешті, туризм виступає в якості двоїстого засобу збереження історичного, культурного та природного спадку.

Крім того, на території кожного регіону повинен бути розроблений специфічний національний туристичний продукт. Він виступає як сукупність наявних природних, кліматичних, архітектурних, культурних, історичних та інших ресурсів та визначних пам'яток, котрі можуть бути використані в туристичній діяльності. Туристична компанія при цьому створює, просуває та реалізує конкретний туристичний продукт, направлений на приваблення туристів з інших регіонів та держав світу.

Індустрія туризму та гостинності є однією з найбільших сфер обслуговування в Індії [16].

Туризм є невід'ємною частиною програми Make in India. Він відіграє роль значного економічного мультиплікатора і стає критично важливим, оскільки Індія повинна рости швидкими темпами та створювати робочі місця.

Індія пропонує географічне різноманіття, об'єкти всесвітнього спадку та нішеві туристичні продукти, такі як круїзи, пригоди, медицина, екологічний туризм і т. д.

Рейтинг Індії в Індексі конкурентоздатності у сфері подорожей та туризму (ТТСІ) Всесвітнього економічного форуму перемістився з 52-ї позиції у 2015 році на 40-ву позицію у 2017 р. тепер Індія піднялась ще на 6 позицій і зайняла 34-те місце у 2019 році [32].

Туризм сприяє розвитку інфраструктури різного використання, включаючи готелі, курорти та ресторани, транспортну інфраструктуру (авіація, дороги, судноплавство та залізні дороги) і медичні заклади.

Прогнозується, що до 2028 року туризм та готельний бізнес отримають \$50,9 млрд у вигляді експорту відвідувачів у порівнянні з 28,9 млрд \$, заробленими у 2018 році. До 2029 року на частку Travel & Tourism буде

припадати близько 53 млн робочих місць у порівнянні з 43 млн робочих місць безпосередньо у 2018 році (8,1% від загальної зайнятості) [5].

На думку спеціалістів, найбільш перспективними видами туризму у подальшому будуть:

- пляжний туризм на Гоа;
- відвідування визначних пам'яток у «Золотому трикутнику» (Делі, Джайпур, Агра);
- річковий туризм;
- екологічний туризм;
- «чайний туризм», що включає проживання на чайних плантаціях (як різновид сільського туризму);
- шопінг-туризм.

Деякі види рекреаційної активності, доступні на території країни, унікальні, наприклад, екстремальний та лікувально-оздоровчий туризм або історико-пізнавальний.

Очікується, що до 2030 року Індія увійде до п'ятірки лідерів ділових поїздок [5].

ВИСНОВКИ

Основними факторами, що лімітують розвиток та туристично-рекреаційне зонування в'їзного туризму в Індії є географічна віддаленість країни від економічно розвинених країн – основних постачальників іноземних туристів у світі, невисокий рівень соціально-економічного розвитку країни, невисока урбанізованість, недостатній розвиток якісної транспортної та соціальної інфраструктури в окремих регіонах, нерозвиненість якісної туристичної інфраструктури в більшості районів країни, нестабільна політична ситуація в багатьох регіонах, нестача кваліфікованих кадрів, котрі обслуговують туріндустрію, кліматичні умови, незадовільна екологічна ситуація в багатьох районах країни.

Співставлення ступеня використання туристично-рекреаційних ресурсів штатів та території Індії з аналогічними показниками внутрішнього туризму дозволило виявити регіони з відносно слабким використанням потенціалу для завдань в'їзного туризму (штати Андхра-Прадеш, Уттаранчал, Карнатака, Джаркханд).

В'їзний туризм на території Індії має багатовікову (принаймні, 2500 років) історію. Аналіз історичних та літературних джерел дозволив виділити три великі історичні етапи у розвитку в'їзного туризму: доколоніальний, колоніальний (з XVII ст. до першої половини XX ст.) та сучасний (з середини XX ст.).

Завдяки центральному географічному положенню, великій загальній площі території і значній протяжності кордонів, значному різноманіттю природних ресурсів та вражаючим демографічним показникам, серед країн півострова Індостан Індія повинна об'єктивно відігравати лідируючу роль в туристичній індустрії. Її можна розглядати як впливового азійського геополітичного гравця, оскільки вона вже перевищила інші країни Південної Азії за своїми економічними, військовими та ядерними показниками.

Однак, в Індії існують численні перешкоди як внутрішньополітичного характеру, так і зовнішні: складні відносини, асиметричність у взаєминах з регіональними сусідами (на користь офіційного Делі), це не дозволяє Бхарату отримати статус супердержави. Лише вирішивши ці проблеми, стане можливою докорінна модернізація країни.

Варто зазначити, що найбільш серйозним викликом для сучасної модернізації країни є перенаселення, спричинене демографічним вибухом як постколоніальним наслідком: за нетривалий час чисельність населення країни зросла на 660 млн чоловік.

Це стало передумовою для створення в Індії ряду дуже актуальних соціально-економічних проблем: обезземелення та фрагментування землі, конфлікти за земельні наділи, поширене сезонне чи повне безробіття, голод, бідність, функціональна неосвіченість майже третини населення країни, хаотичні міграції, що спричинюють бурхливе неконтрольоване розростання міст, загострення конкуренції за освітні та робочі місця.

Проблему перенаселення ускладнює значна нерівномірність заселення країни. Як результат цього, найбільша у світі щільність населення констатується на Індо-Гангській рівнині та прибережних районах Південної Індії, а найнижча – на півночі країни, у гірських районах, та на території західних штатів, котрі межують з Пакистаном.

Однак, спостерігаючи за швидкістю розвитку Індії, її величезним природно-ресурсним, культурним та людським потенціалом, можна передбачати, що у XXI ст. ця країна зможе диктувати світовий економічний порядок (поряд з Китаєм). Зокрема й розвиток рекреаційно-туристичного господарства .

Сьогодні Індія займає четверте у світі місце по вартості валового національного продукту, у чому випереджає всі країни Європи. Перевагу мають лише США, Китай та Японія.

Щороку країна приймає більше 2 млн туристів, а це приносить до державного бюджету до 2,5 млн \$ прибутку.

В цілому в Індії вирізняють чотири туристичні області: Західну, Північну, Східну та Південну. Всі вони мають різний комплекс рекреаційних ресурсів та умов – від культурно-історичних до природних. Кожна з них по-своєму приваблива для іноземних туристів.

Територія Індії різноманітна за тектонічною та геологічною будовою, кліматичними умовами та орографією, характерна багатими природними ресурсами.

Рекреаційні ресурси Індії відрізняються різноманітністю і багатством: гірські масиви Каракоруму та Гімалаїв, вологі тропічні ліси, савани, тропічні пустелі та морське узбережжя. Природоохоронні території займають 4,4% території та включають 339 охоронний об'єктів. В країні створено мережу заповідників та національних парків. Вражає надзвичайна кількість історико-культурних пам'яток.

Все це надзвичайно приваблює туристів і створює всі передумови для перспективного розвитку інфраструктури туристично - рекреаційного в'їзного туризму в регіонах Індії.

РЕЗЮМЕ / RESUME

Дана робота присвячена питанню вивчення туристсько-рекреаційного зонування в'їзного туризму в Індії. Предметом дослідження територіальна організація в'їзного туризму Індії. Зокрема увага звертається на регіональні відмінності в'їзного туризму та основні напрями розвитку туристичного ринку в регіонах Індії. В ході дослідження як ключовий момент проводиться характеристика основних туристсько-рекреаційних зон Індії, розглядаються основні напрями розвитку туристичного ринку в регіонах та функціонування їх у період пандемії. В процесі дослідження виявлено особливості регіональної політики Індії в туристичній галузі, шляхи подолання територіальних диспропорцій та означено перспективи подальшого розвитку індустрії туризму в регіонах Індії.

Ключові слова: в'їзний туризм, туристсько-рекреаційне зонування, туристичні центри Індії, туристичні дестинації, напрями розвитку туризму, Індія, Гірська зона, Центральна зона, Раджастхан, Гуджарат, Південно-західне узбережжя, Південно-східна зона, Південна зона, Північно-східна зона, Острівна зона, Гоа, COVID-19.

This paper is devoted to the study of tourism and recreation zoning of inbound tourism in India. The subject of the study is the territorial organization of inbound tourism in India. In particular, attention is paid to regional differences in inbound tourism and the main directions of development of the tourism market in the regions of India. The key point of the study is the characteristics of the main tourism and recreational areas of India, considering the main directions of development of the tourism market in the regions and their functioning during the pandemic.

Key words: inbound tourism, tourist and recreational zoning, tourist centers of India, tourist destinations, directions of tourism development, India, Mountain Zone,

Central Zone, Rajasthan, Gujarat, Southwest Coast, Southeast Zone, South Zone, Northeast Zone, Island Zone, Goa, COVID-19.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В.І. Економіка і організація туризму. М.: Аспект-Пресс, 2010. 439 с.
2. Алієва-Барановська В. М. Міжнародний туризм: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 344 с.
3. Аркан І. Життя в гармонії зі світом як традиційна світоглядна концепція Індії / Актуальні проблеми міжнародних відносин: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2015. – Ч. 1. с. 71-73.
4. Бейдик О. О. Індія – гігант на півдні Азії. Подорож Індостаном. Країнознавство. Географія. Туризм. 2011. – № 27 (704). С. 3 – 14.
5. Бейдик О. О. Індія в об'єднанні БРІК: туристський вимір / О. О. Бейдик, Т. В. Грешнякова // Географія та туризм : наук. зб. 2011. – Вип. 12.
6. Грешнякова Т. В. Індія як провідна туристична дестинація Південної Азії / Т. В. Грешнякова // Географія, геоекологія, геологія: досвід наукових досліджень : матеріали VIII Міжнар. наук. конф. студ., аспірантів і молодих учених / за ред. Л. І. Зеленської. К. : ДНВП «Картографія», 2011. – Вип. 8. с. 324–325.
7. Воронкова Л. История туризма: Учеб. Пособие. М.: МГУ, 2011. 304 с.
8. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
9. Грабар О. Індія / О. Грабар // Географія. 2012. - № 2. с. 24-29.
10. Етика туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://xreferat.ru/117/456-1-etika-i-social-nauka>
11. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2012. 192 с.

12. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. Довідник. М: Фінанси і статистика, 2003. 368 с.
13. Каледин В. Н. Региональные различия въездного туризма в Индии//Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 7. 2009. Вып. 2, с. 83-91.
14. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М.: Юнити, 2016. 787 с.
15. Кружалин В.И. География туризма : учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
16. Круль Г. Я. Основы готельної справи: навч. Посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
17. Любіцева О. О. Паломництво і релігійний туризм: навч. посіб. / О. О. Любіцева, О. В. Романчук. К., 2011.
18. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: Збірник тез доповідей (I частина). Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2014. 132 с.
19. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік [та ін.]. К. : Центр учбової літератури, 2012. 307 с.
20. Морозов М. А., Львова Т.В. Дестинация как инструмент формирования конкурентных преимуществ туристского региона. / Экономика. Бизнес. М.: Синергия, 2012.
21. Николаенко Д. В. Рекреационная география. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: ВЛАДОС, 2001. 288 с.
22. Немець Л. М., Кулешоква Г. О., Соколенко А. В., Туристсько-рекреаційні ресурси світу: навч.-метод. посібник. Харків, ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015.
23. Основы туристской деятельности: Учебник/ Г.И. Зорина, Е.Н.Ильина, Е.В.Мошняга и др. М.: Совет. Спорт, 2010. 200 с.
24. Писаревский Е. Л. Безопасность туризма. Правовое обеспечение. В 3 книгах. Книга 1. Основы безопасности туризма. М.: Финансы и статистика, 2016. 320 с.
25. Погрібна С. Індія - країна контрастів / Все для Вчителя. 2011. - № 7-8. с. 6-7.

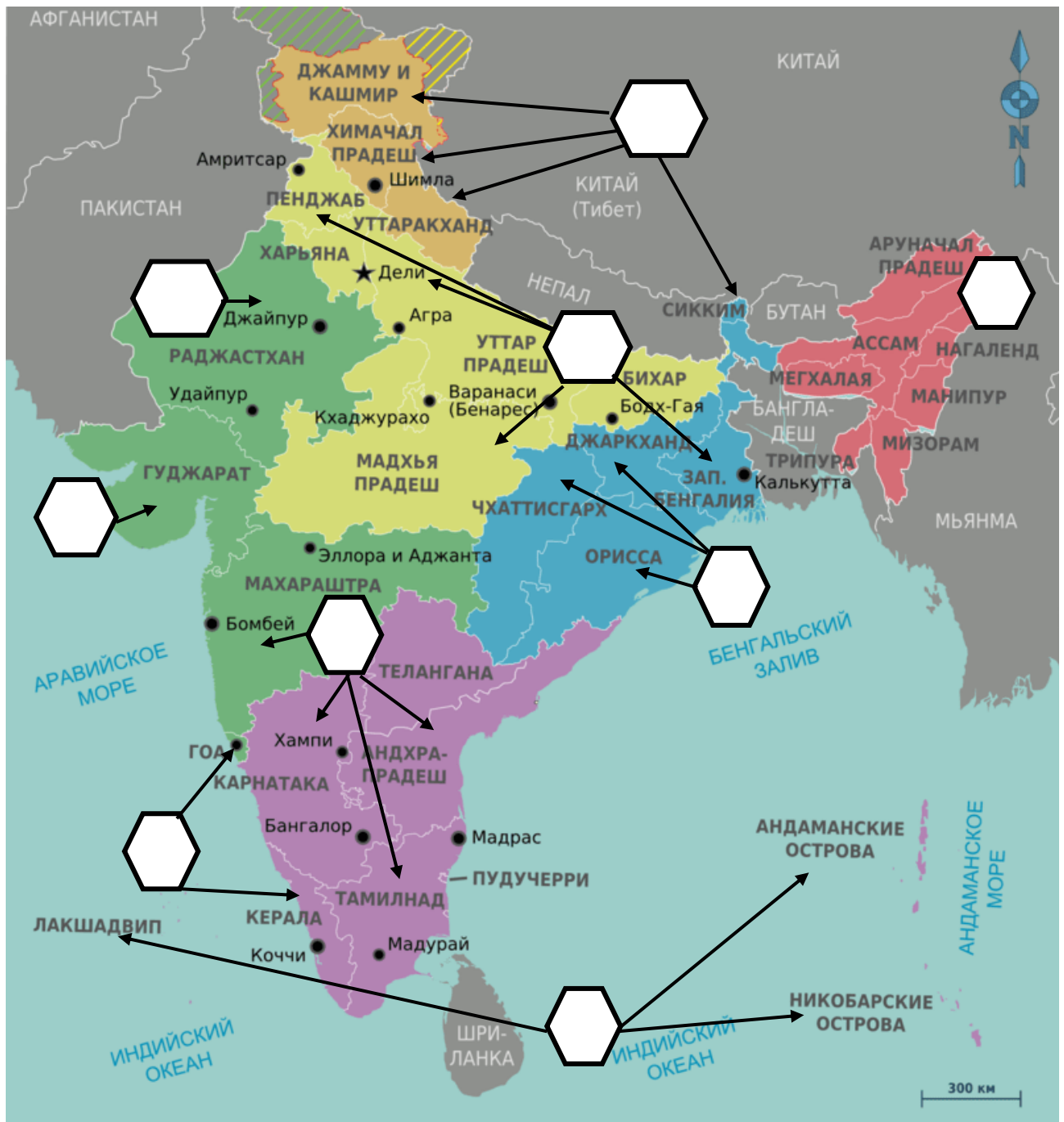
26. Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. с.9
27. Ровенчак І., Мамчур О. Географічне країнознавство [Текст] / І.Ровенчак, О.Мамчур. Львів: ЛНУ, 2012. 106 с.
28. Ромасишин Г. Індія. Краєзнавство. Географія. Туризм. 2015. - берез. (№ 5). с. 40-47.
29. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. М.: Питер, 2017. 512 с.
30. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме. М.: Магистр, 2015. 448 с.
31. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.- практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 418 с.
32. Толстых К.С. Специфика развития рынка труда индустрии туризма в рамках экономического кризиса// Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. №1. С.261-268.
33. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник /заг. редакція Любіцева О.О. /О.О. Любіцева та ін - К.: Альтерпрес, 2012.
34. Устименко Л. М. Основи туризмознавства : навч. посіб. К., 2011. 345 с.
35. Федорченко В.Х., Мініч І.М. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. К.: Дніпро, 2010. 54 с.
36. Щербакова, С. А. Международный туризм. Экономика и география. М.: Финансы и статистика, 2016. 144 с.
37. Government of India, Ministry of tourism [Электронный ресурс] : Режим доступа 2014 – <http://tourism.gov.in/>
38. Indian Mirror [Электронный ресурс] : Режим доступа 2012 – <http://www.indianmirror.com/>
39. Resources and environment: Wold atlas.. Vienna, 1998.
40. Антоненко Є. Сучасний стан світового туризму. <http://inostranets>

41. Дедовских Е. О., Дроздов А. В. , Чижова В. П. Экологический туризм как современная идеология путешествий в природу./ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecodelo.org/3290-12_что_такое_экотуризм_современная_концепция_экотуризма_экологический_туризм_как_современ
42. Индия и коронавирус. Кто кого победил? - <https://www.kommersant.ru/doc/4510177>
43. Туризм <https://eoi.gov.in/rsashgabat/?1473?000>
44. Природа и ресурсы Земли. = Resources and Environment World Atlas. I, II. [В 2-х т.] /Гл. ред. А.А. Лютый.- Vienna: Ed. Hoelzel; Moscow: IG RAS, 1998.190 plates. - *Compiler of maps.*
45. Это катастрофа: в Гоа 2100 отелей закрылись, кругом один ковид и больные <https://www.tourprom.ru/news/50146/>
46. Tourism in vesting in energy and resource efficiency. United Nations Environment Programme. 2010. [Электронный ресурс]. URL: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biodiv.unwto.org/en>
47. <file:///C:/Users/admin/Downloads/regionalnye-razlichiya-vezdnogo-turizma-v-indii.pdf>
48. <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-razlichiya-vezdnogo-turizma-v-indii>
49. <https://www.investindia.gov.in/ru-ru/sector/tourism-hospitality>
50. [knoema.ru/atlas/Индия/topiks/Туризм/Ключевые-показатели-туризма/Число прибытий](https://knoema.ru/atlas/Индия/topiks/Туризм/Ключевые-показатели-туризма/Число-прибытий)
51. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/69706/>

ДОДАТКИ

Додаток 1

Туристсько-рекреаційні зони Індії



1 - Гірський район; 2 - Центральний район; 3 - Раджастхан; 4 - Гуджарат; 5 - Південно-західне узбережжя; 6 - Південно-східний район; 7 - Південний район; 8 - Північно-східний район; 9 - Острівна зона.

Додаток 2

Туристично-рекреаційні зони Індії

Зона	Частка іноземних туристів, %	Частка внутрішніх туристів, %	Штати та території, що утворюють зону	Міста – найважливіші центри в'їзного туризму в зоні	Спеціалізація зони за видами туризму (за значущістю)
1. Гірська зона	3,9	6,8	Джамму та Кашмір, Хімачал-Прадеш, Уттаракханд, Сиккім	Шимла, Лех, Дхарамсала, Срінагар, Джамму, Маналі, Гангток	гірський, екстремальний, екологічний, етнічний, релігійний
2. Центральна зона	41	3,4	Делі, Пенджаб, Хар'яна, Уттар-Прадеш, Мадх'я-Прадеш, Біхар, Західна Бенгалія, Чандигарх	Делі, Агра, Кхаджурахо, Колката, Варанасі, Харідвар, Матхура, Амрітсар, Бодхгая	екскурсійний, релігійний, екологічний
3. Раджастхан	10,5	5	Раджастхан	Джайпур, Удайпур, Джодхпур, Джайсалмер	екскурсійний
4. Гуджарат	0,8	2,8	Гуджарат, Даман та Діу, Дадра та Нагар-Хавелі	Ахмедабад, Діу, Даман	екологічний, релігійний, екскурсійний
5. Південно-західне узбережжя	6,7	1,7	Гоа, Керала	Трівандрум, Кочин, Панаджі	пляжний, лікувально-оздоровчий, екологічний

6. Південно-східна зона	0,3	2,3	Орісса, Чхаттисгарх, Джаркханд	Пурі, Бхубанешвар, Конарк	етнічний, пляжний, релігійний
7. Південна зона	36,2	47,2	Махараштра, Карнатака, Андхра-Прадеш, Тамілнад, Пудучеррі	Мумбай, Ченнай, Пондішері, Хайдерабад, Майсур	екскурсійний, екологічний
8. Північно-східна зона	0,1	0,7	Ассам, Аруначал-Прадеш, Нагаленд, Мегхалая, Тріпура, Маніпур, Мізoram	Гувахаті	екологічний, етнічний
9. Острівна зона	0,1	>0,1	Андаманські та Нікобарські острови, Лакшадвіп	Порт-Блер	пляжний, екологічний