

ОСНОВНІ ПОТРЕБИ ТА ЦІНОСТІ ТУРИСТІВ З ІНДІЇ

Оксана Фастовець

канд. пед. наук, доцент,

Національний університет фізичного виховання та спорту України

Індія є однією з найбільш населених країн світу, туристичний ринок якої надзвичайно активно розвивається. Принаймні 30% населення країни, тобто 375 мільйонів осіб, мають доходи на рівні громадян США чи Канади, а відтак можуть собі дозволити подорожі за кордон. Щороку понад 25 млн. громадян Індії здійснює міжнародні подорожі. Експерти UNWTO прогнозують, що вже 2020 р. чисельність мандрівників з індійськими паспортами у світі досягне 50 млн. Громадяни Індії, виїжджаючи за межі своєї держави, витрачають щонайменше \$1000 за поїздку, а в більшості випадків ці суми є значно вищими. Туристичний барометр UNWTO свідчить, що середні витрати одного громадянина Індії за кордоном 2017 року перевищували \$2500. Тому, індійський ринок візного туризму перетворюється на один з найперспективніших у світі.

Україна стає більш відомою на туристичному ринку світу. Про це свідчить постійне зростання чисельності іноземних відвідувачів до нашої держави. Так у 2017 р. до України було зафіксовано 14,2 млн. іноземних відвідувань [2]. Ця тенденція актуальна для відвідувачів з Індії, проте чисельність відвідувачів України з Індії все ще залишається незначною. Лише за період 2007-2017 рр. туристичний потік з Індії до України збільшився в 3 рази. Якщо у 2007 р. кордони України перетнули 7 300 громадян Індії, то у 2017 р. їх кількість зросла до 23 173 [1].

Зростання попиту з боку індійського ринку до України обумовлено особливостями клімату, аутентичною культурою та вигідним курсом української гривни до індійської рупії та долару США. Популярність України як туристичного напрямку не падає в зимовий час (холодний період року дозволяє знайомити індусів з малознайомим для Індії снігом та зимовими розвагами). Природні ландшафти України повністю відповідають тренду екологічного туризму у сучасних туристів.

Необхідно зазначити, що туристи з Індії мають певні особливості менталітету. Тому, для успішного просування туристичного продукту України на туристичному ринку Індії, необхідно враховувати, що більшість індійців сприймає поїздку в Україну як перший крок на шляху до Європи. Для індусів Україна є європейською країною із своєю особливою історією та культурою. Представники українського туристичного бізнесу зазначають інтерес індійських туроператорів до подорожей у регіони та комбіновані тури через Україну до Західної Європи.

Завдяки активізації двосторонніх зв'язків Україна спростила з 1 березня 2017 р. процедуру отримання візи для певних категорій індійських мандрівників. Так індійські бізнесмени мають право отримати візу тривалістю на 15 діб по приїзду в Україну. Новий закон також знизив збори за видачу разової української візи до 85 дол. США. За даними Держприкордонслужби України у 2016 р. чисельність індійських туристів в Україні становила 19,5 тис. У квітні 2017 року уряд України включив Індію до списку країн, громадянам яких надається віза в аеропорту по прильоту. Це мало дуже позитивний вплив: кількість індійських туристів, які відвідали Україну, в 2017 році зросла до 29 тис. 400, тобто на 33% [1].

Індійці – неоднорідна нація, в межах якої традиції та устої різних груп сильно різняться, проте можна виділити загальні вимоги до відпочинку та комфорту, які наведені у таблиці 1.

Табл. 1. Основні потреби та цінностей індійських туристів

Потреби	Цінності
Індійський сніданок	Програми лояльності
Послуги для вегетаріанців	Увага до релігійних традицій
Великі номери із сучасним дизайном	Приватні цінності
Наявність суміжних номерів	Співвідношення ціна-якість
Бізнес-центри та СПА, дитячі зони	Індійські фестивалі
Тури по місту	Рекламні акції
Безоплатний трансфер	Знижки

Необхідно зазначити, що більшість індійських туристів є вегетаріанцями, що пов'язано із традиціями та особливостями віросповідання. Вони не споживають яловичину. Індійці майже категорично не приймають іншу їжу, окрім національної. За умови неможливості харчуватися саме нею почувають себе некомфортно. У готелі повинен бути організований адаптований сніданок, де наявно не менше 5 найменувань гарячих вегетаріанських страв. У загальному меню повинні бути пояснення, є та чи інша страва вегетаріанською та чи містить яловичину. Бажано створити умови для організації кейтерингу з індійського ресторану міста, якщо такий існує, або залучити фахівця з індійської кухні. Також можливі особливі запити з оточення гостей з Індії в ресторані. Вегетаріанці з Індії не вживають м'ясо та не бажають знаходитися в оточенні тих, хто його споживає.

Більшість індійських гостей володіє англійською, тому достатньо забезпечити наявність англомовного персоналу, що є однією з основних вимог. У готелі повинен бути безоплатний Wi-Fi та, за можливістю, пропозиція місцевої сім-карти, для того щоб було можливо користуватися мобільним Інтернетом. Також у готелі повинна бути надана можливість здійснювати платежі банківськими картами. Для комфортного перебування, також важливою є наявність адаптерів азійського стандарту для особистих електроприладів. Їх бажано видавати на рецепції при реєстрації разом із ключами. Індійці повинні мати цілодобовий доступ до чаю, кави та води. Для цього необхідно забезпечити наявність електричних чайників у номерах.

Багатьох індійських туристів дивує небажання українців посміхатися так часто, як це прийнято в інших країнах. Тому, привітність персоналу залишається важливим моментом у обслуговуванні індійських гостей. З врахуванням наявності мовного бар'єру відсутність посмішки на обличчях персоналу сприймається як недобррозичливе відношення. Зазначимо, що на інтереси туристів впливає те, до якого покоління належать туристи. У таблиці 2 наведена основні категорії туристів та дана характеристика ключових особливостей їх потреб під час подорожі.

Разом із тим існують певні особливості, які об'єднують мандрівників із Індії. Все частіше туристи обирають комплексні пропозиції у форматі «все включено»: перельоти, трансфери, розміщення з харчуванням (частіше НВ, ФВ або АІ), насичені екскурсійні програми. Гості з Індії потребують постійної уваги та супроводу, тому проблема наявності англомовного трансфермену та гіда є першочерговою. Для індивідуалів та міні-груп бажано мати супроводжуючого, який є носієм мови.

Табл. 2. Ключові особливості категорії туристів з Індії

Категорія	Вікові межі	Ключові особливості покоління
GEN Z (Digital Gen, iGen)	Особи, які народилися після 1996 р.	До них належать студенти коледжу та молоді люди, які активно використовують соціальну мережу та схильні прислухатися до думки інших та відгуків в Інтернеті. При цьому вони проявляють високу адаптивність до трендів та змін, добре усвідомлюють особливості західної культури та ідей. Фінансово це покоління в більшості залежить від батьків. У контексті туристичних вподобань у цій категорії спостерігається тенденція до вибору одного напрямку відпочинку
Мілленіали GEN Y	Покоління, яке народилося у період 1980- 1995 рр.	Частіше за все це молоді пари з маленькими дітьми або без дітей, поодинокі туристи працездатного віку, молодята та корпоративні мандрівники. Вони добре інформовані, високотехнологічні, високоосвічені, мають високий дохід. Вони мають високі очікування від свого відпочинку. Багато витрачають у ресторанах, магазинах та СПА-зонах. Вони іноді економно відносяться до свого розміщення, проте багато витрачають під час подорожі. Відносно туристичних вподобань їх увагу привертає пляжний туризм та відвідання тематичних парків
GEN X	Категорія осіб, які народилися 1961-1979 рр.	Частіше за все це корпоративні туристи та пари, що працюють, для яких подорожі є засобом позбавитися стресу. Високий рівень доходу дозволяє обирати цій категорії дорогі сегменти відпочинку. Вони звертають увагу на співвідношення ціна-якість. У випадку, якщо якість їх задовольняє, готові за неї платити. Важливим моментом є наявність СПА та якісного харчування
Baby Boomers	Народжені між 1946-1960 рр.	В основному надають перевагу груповим подорожам, враховуючи вимоги безпеки та можливість спілкування. Найчастіше обирають дуже насичені програми, щоб знову відчувати себе молодими. Для цієї категорії подорож є можливістю провести час з друзями та побути із родиною
Silent Generation	Пенсіонери або пари, що народилися до 1945 р.	В основному надають перевагу відвіданню культурних та релігійних об'єктів. Важливою умовою якісного відпочинку для них є наявність медичного обслуговування високого рівня та можливість дотримуватися дієтичного харчування

Отже, Україна має для потенційних туристів з Індії різноманітні туристичні пропозиції. Проте, перевага буде надаватися комплексним пропозиціям (трансфери, розміщення з харчуванням та насичена екскурсійна програма). Туристи з Індії потребують постійної уваги та супроводу (англомовна інформація та англомовні співробітники). Розробляючи спеціальні пакети та пропозиції фахівці сфери туризму України повинні враховувати, що трендами є «зелений туризм» та тури, які мають національний колорит. Також потенційно перспективним є «весільний туризм», який активно розвивається серед індійських мандрівників: в Індії заведено відзначати урочисті події.

Список використаних джерел

1. Туристичні потоки // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukr/stat/gov/ua>
2. Tourism Highlights 2018 // World Tourism. URL: <http://www.world-tourism.org>