

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В СІНГАПУРІ: 50 РОКІВ НА ШЛЯХУ ДО УСПІХУ

О. О. Шаповалова,

к. істор. н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

shapovalova@karazin.ua

У статті розглянуто особливості організації державної туристичної політики Сінгапуру. Проаналізовано основні досягнення в сфері туризму Сінгапуру на сучасному етапі. Особливу увагу зосереджено на роботі Ради з туризму Сінгапуру – офіційного органу Міністерства торгівлі та індустрії, який відповідає за розвиток туризму в країні. Показано структуру Ради з туризму Сінгапуру, виявлені основні напрямки та досягнення її діяльності в сфері туризму.

Ключові слова: Сінгапур, туризм, туристична політика, організація туризму, Рада з туризму Сінгапуру.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В СИНГАПУРЕ: 50 ЛЕТ НА ПУТИ К УСПЕХУ

В статье рассмотрены особенности организации государственной туристической политики Сингапура. Проанализированы основные достижения в сфере туризма Сингапура на современном этапе. Особое внимание сосредоточено на работе Совета по туризму Сингапура – официального органа Министерства торговли и индустрии, который отвечает за развитие туризма в стране. Показана структура Совета по туризму Сингапура, выявлены основные направления и достижения её деятельности в сфере туризма.

Ключевые слова: Сингапур, туризм, туристическая политика, организация туризма, Совет по туризму Сингапура.

PECULIARITIES OF TOURISM ORGANIZATION IN SINGAPORE: 50 YEARS TOWARDS SUCCESS

The article studies peculiarities of the organization of state tourism policy in Singapore; analyses main achievements in the field of tourism development in Singapore at the present stage. Particular attention is given to the analysis of the organization of Singapore Tourism Board as the official organization of Trade and Industry Ministry, which is responsible for the development of tourism in the country. The structure of the Tourism Council of Singapore is shown, main directions of its activities and achievements in the field of tourism are analyzed.

Key words: organization of tourism, Singapore, Singapore Tourism Board, tourism, tourism policy.

У 2015 р. виповнюється п'ятдесят років з народження незалежної Республіки Сінгапур. Країна, яка не має корисних копалин, досягла високого розвитку в різноманітних галузях економіки, зокрема в туризмі. Сьогодні Сінгапур займає перше місце в рейтингу конкурентоспроможності в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (АТР) і друге місце у світі згідно з Глобальним індексом конкурентоспроможності Світового економічного форуму 2014 – 2015 рр. [6]. Великої популярності Сінгапур набув також серед користувачів мережі Інтернет. Так, наприклад, згідно з порталом «Lonely Planet» в 2015 р. країна зайняла перше місце як найкраща туристична дестинація світу [4].

Мета даної статті – виявити особливості організації туризму в Сінгапурі на основі дослідження діяльності Ради з туризму Сінгапуру.

Туризм в Сінгапурі займає істотне місце в суспільному житті. Основними перевагами розвитку туризму в Сінгапурі, крім багатого природно-рекреаційного потенціалу, мальовничих ландшафтів, екологічно чистого довкілля, є бездогана транспортна інфраструктура, високий розвиток економіки в цілому і в туристичній сфері зокрема. Сінгапур є однією із найпопулярніших туристичних дестинацій серед іноземних туристів. За останні 50 років кількість іноземних туристів збільшилась з 90 тис. у 1964 р. до 15,6 млн у 2013 р. [5; 2]. Аналізуючи кількість ту-

ристів, які відвідують країну в останні роки (рис. 1), можна зробити висновок, що на кожного мешканця Сінгапуру припадає приблизно 3 туриста.

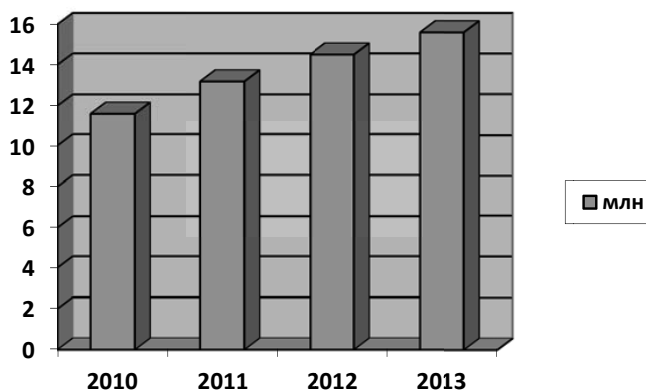


Рис. 1. Кількість іноземних прибуттів до Сінгапуру
Складено автором за матеріалами : [2]

Географія міжнародних туристичних прибуттів представлена чотирма групами країн:

– країни Південно-Східної Азії (40 %), які були основними постачальниками туристів до Сінгапуру. У цій групі безумовними лідерами є Індонезія і Малайзія, з яких до Сінгапуру в 2014 р. приїхали більше 4 млн туристів (28 %);

– країни Північної Азії (29 %) була і залишається основним постачальником туристів в країну і особливу роль у цьому регіоні відіграє Китай, з якого у 2014 р. Сінгапур відвідало більше 2,2 млн туристів (14,6 %);

– європейські країни (10,2 %), в першу чергу Велика Британія (3 %), Німеччина (1,6 %) і Франція (1 %);

– інші зарубіжні країни, зокрема країни Океанії (8 %), Південної Азії (7,6 %), Америки (4 %) [2].

Таким чином, на сусідні азіатські країни припадає 77 % туристичного потоку (12 млн туристів). Найбільш популярним Сінгапур є серед мешканців таких азіатських країн, як Індонезія, Китай, Малайзія, Індія, Японія, Філіппіни, Гонконг та Таїланд.

Більше половини туристів – 61 % – відвідують Сінгапур повторно. Молоді туристи віком від 25 до 34 років складають 22,5 %, люди економічно активного віку 35 – 44 років – 21 %, а туристи 45 – 54 років – 17,2 %. В цілому, середній вік іноземного туриста складає 38 років. Кількість чоловіків серед туристів несуттєво переважає – 52 % проти 48 %. Майже половина туристів (49 %) приїжджають з чоловіком чи жінкою. Така статеві-вікова структура туристичного потоку пояснюється такими цілями туристичних подорожей: більше чверті туристів (36 %) приїжджають до Сінгапуру з метою відпочинку, на другому місці (20 %) – ділові цілі, на третьому місці (14 %) – відвідування друзів чи родичів [2].

З 1964 р. діяльність у сфері туризму в Сінгапурі регламентується Актом Ради з туризму Сінгапуру. Цим актом було створено Раду з просування туризму. Робота Ради була направлена на розповсюдження обізнаності про Сінгапур у світі та створення нових туристичних атракцій, зокрема острову Сентоса.

У 1970 р. Рада з просування туризму Сінгапуру розпочала маркетинг міста Сінгапур як міста для проведення різних подій. Через десять років Рада прийняла «Мільярдний план з розвитку туристичного продукту». Завданням плану було збереження історичних місць Сінгапуру, таких як Чайнатауну, Маленької Індії, Арабської вулиці, очищення сінгапурської річки і розробка нових туристичних продуктів та подій.

З метою розширення повноважень у 1997 р. Раду було перейменовано в Раду з туризму Сінгапуру (Singapore Tourism Board). Сьогодні це офіційний орган управління в Міністерстві торгівлі та індустрії країни. Його мета полягає у розвитку туристичного сектору країни та просування Сінгапуру як туристичної дестинації за кордоном. Головне управління Радою з туризму Сінгапуру здійснює рада директорів на чолі з головою [1]. В свою чергу, виконавчому директору підпорядковуються такі відділи:

– маркетингова група (відділи комунікації та маркетингу індустрії; стратегічного маркетингу та брендингу; міжнародного маркетингу);

– група з розвитку бізнесу (відділи розвитку бізнес-туризму; договорів, зустрічей і промо-туризму;

організації виставок та конференцій; круїзів; просування);

– група з політики та планування (відділи аналізу; наукових досліджень; стратегічного планування; готельного господарства та кадрів; туроператорів та тургідів);

– служба виконавчого директора (відділи управління кадрами; розвитку організацій; фінансовий; юридичний);

– група з розвитку (відділи розвитку культури; спорту; мистецтва, розваг та інтегрованих курортів; концепцій туризму);

– міжнародна група (відділи планування та Океанії; Південно-Східної Азії; Великого Китаю; Північної Азії; Південної Азії, Близького Сходу та Африки; Європи; Америки) [3].

Незалежний аудит ефективності роботи Ради з туризму Сінгапуру здійснюється спеціальним відділом зовнішнього аудиту. Рада має велику мережу офісів у всьому світі. На цей час існує 20 регіональних відділень і 3 маркетингові представництва в семи регіонах світу (в Америці, Південно – Східній Азії, Океанії, Європі, Китаї, Північній Азії, Південній Азії, на Близькому Сході і в Африці). Регіональні відділення здійснюють весь спектр функцій з розвитку туристичного бізнесу – від туристичного маркетингу до заохочення інвестицій [1].

У 2013 р. Рада з туризму і туристичний інформаційний центр Сінгапуру представили нову мету – розвиток якісного нового туризму, – для досягнення якої було поставлено чотири завдання:

– прийняття маркетингового підходу, орієнтованого на покупця. Вдалим прикладом такого підходу стала PR кампанія для індійських туристів, девізом якої став лозунг «Сінгапур – це свято, яке ти забереши з собою». Результатом кампанії стало збільшення на 10 – 30 % турів до Сінгапуру, на 88% відвідувань офіційного веб-сайту, на 47 % фанів у Facebook;

– підвищення привабливості Сінгапуру як туристичної дестинації, зокрема проведення різноманітних спортивних, культурних і бізнес-подій;

підтримка конкурентоспроможності індустрії, зокрема трансформація туристичного сектору до сталого зростання і розвиток готельного господарства;

– заохочення участі місцевих громад у розвитку туризму, зокрема робота зі студентами (надання більше ніж 500 можливостей для стажувань та більше ніж 50 стипендій) [5].

Аналіз кількості щорічних іноземних прибуттів свідчить про те, що туризм в Сінгапурі став привабливим для іноземців і вагомим компонентом структури національної економіки. Завдяки правильній політиці країни в сфері туристичного бізнесу, надходження від туризму у 2013 р. становили більше 18 млрд доларів США, а туристична індустрія склала 4 % ВВП і створила 160 000 робочих місць [2].

Таким чином, розвиток туризму в Сінгапурі обумовлено не лише наявністю багатого рекреаційного потенціалу країни, стабільно високим рівнем еконо-

міки, бездоганною транспортною інфраструктурою, але й сталою державною політикою в сфері туризму, основи якої були закладені 50 років тому зі створенням Ради з туризму Сінгапуру. Рада відіграла ключову роль у розробці та імplementації програм з розвитку туризму країни на середню і дальньою строкові пер-

спективи. Протягом 50 років Рада розробляла креативні інноваційні методи туристичної діяльності і позиціонувала позитивний туристичний імідж країни за кордоном. Уряд Сінгапуру докладає багато зусиль для забезпечення сталого росту і розвитку туризму, і цей досвід може бути корисним і для України.

Література

1. About STB [Electronic resource]. – Way of access : <https://www.stb.gov.sg/about-stb/Pages/overview.aspx>.
2. Annual Report on Tourism Statistics 2013 [Electronic resource]. – Way of access : https://www.stb.gov.sg/statistics-and-market-insights/marketstatistics/annual%20report_2013_f_revised.pdf.
3. Overview of STB's Management [Electronic resource]. – Way of access : https://www.stb.gov.sg/about-stb/Documents/STB_Management%20Team_2015%20Updated%20%20Jan.pdf.
4. Singapore – Best in Travel 2015 – Lonely Planet [Electronic resource]. – Way of access : <http://www.lonelyplanet.com/best-in-travel/countries/01-singapore?detail=1>.
5. Speech by Singapore tourism board chief executive Lionel Yeo at the tourism industry conference 2014 [Electronic resource]. – Way of access : https://www.stb.gov.sg/Documents/tic2014_stbce%20speech.pdf.
6. The Global Competitiveness Report 2014 – 2015 [Electronic resource]. – Way of access : <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>.