

УДК 911.3

Матвієнко Н. М.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МІСЦЕ ТУРИЗМУ В ГОСПОДАРЬКОМУ КОМПЛЕКСІ МАЛЬТИ

Проаналізовано місце туризму в господарському комплексі Мальти. Розглянуто позицію Мальти за індексом конкурентоспроможності туризму (на основі даних Всесвітнього економічного форуму).

Ключові слова: туристична інфраструктура, Мальта, інвестиції, конкурентоспроможність.

Актуальність дослідження. Сучасною тенденцією в економіці розвинених країн є зростання частки туристичних послуг як у структурі валового внутрішнього продукту, так і в структурі споживання. Розвинений ринок туристичних послуг стимулює створення нових робочих місць, підвищує національний дохід сприяє загальній конкурентоспроможності економіки країни. Невеликій острівній країні Мальті вдалося перетворити своє рекреаційно-туристичне господарство на провідну галузь економіки. Більше того, за даними Всесвітнього економічного форуму, країна у 2012 році за індексом конкурентоспроможності туризму зайняла досить високу позицію.

Постановка проблеми. На Мальті прийнятий стратегічний план розвитку туристичної індустрії. Уряд країни, оцінюючи значення туризму для економіки, вкладав і вкладає значні кошти у поліпшення інфраструктури туристичної індустрії та охорону навколишнього середовища. Туристична сфера в Україні також проголошена пріоритетним напрямком розвитку національної економіки, а тому потрібно вивчати позитивний досвід туристської політики інших країн.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Туристсько-країнознавчому дослідженню Мальти присвячені праці С. Коломієць, В. Стафійчука, П. Масляка, І. Дахна, але вони не містять докладного аналізу місця туризму у господарському комплексі Мальти на

сучасному етапі, що й стало проблемним питанням дослідження.

Мета статті полягає у визначенні місця та ролі туризму в господарському комплексі країни.

Виклад основного матеріалу. Мальта – країна, яка знайшла свій унікальний шлях економічного розвитку. Острів, що знаходиться в центрі Середземноморського басейну, на перехресті торгових шляхів, максимально використовує своє географічне положення. Важливими статтями доходу бюджету країни є транспортна логістика та залучення іноземних компаній. Присутність на Мальті дає їм виходи на ринки Європи та Північної Африки. При цьому на відміну від інших можливих місць базування (Італія, Східна Європа, Північна Африка) у Мальти є ряд конкурентних переваг. Перш за все, це низька собівартість виробленої продукції, політична стабільність, мова міжнародного ділового спілкування (англійська мова є однією з двох державних мов на Мальті), високий рівень ділової культури бізнесу та якісний персонал (завдяки якійсній вищій освіті та адаптації місцевими вузами своїх програм до потреб іноземних інвесторів). Уряд стимулює іноземні компанії розширювати свій бізнес на острові та надає різного роду податкові пільги. Компанії-резиденти не обмежені в правах у порівнянні з місцевими підприємствами. Готовність мальтійської влади враховувати інтереси інвесторів зумовила привабливість країни для ряду високотехнологічних сфер діяльності, зокрема ІТ-компаній [3]. Та, безумовно, одним з основних секторів економіки острова є туризм. На Мальті є все для розвитку туристичної діяльності: сухий середземноморський клімат, свіже морське повітря, тривалий купальний сезон (з травня по жовтень), цікаві туристсько-екскурсійні об'єкти, привітні місцеві жителі, сучасна сфера гостинності. Багато туристів вирушають на Мальту з метою пляжного та активного відпочинку. Найбільшою популярністю користуються також круїзні послуги, зелений, діловий та «освітнього-лінгвістичний» туризм.

В країні створена сучасна туристська інфраструктура. Мальта має розгалужену мережу закладів розміщення. В основному це готелі, туркомплекси, апартготелі, пансіонати, хостели та вілли. Зустрічаються тут й представники міжнародних всесвітньо відомих готельних корпорацій. Заклади розміщення підлягають єдиній стандартизації, яка запроваджена урядом країни. В останні роки значно збільшилась кількість апартаментів, будинків відпочинку і

місце розміщення із самообслуговуванням, а також зросли обсяги будівництва готелів вищої категорії з метою залучення заможних туристів. У 2011 році було побудовано готелі сімейного типу, а на півночі країни був створений цілий комплекс для відпочинку туристів з дітьми [2, 4].

Заклади харчування на Мальті теж мають досить розгалужену мережу. Це незалежні один від одного бари, кафе, ресторани, що існують вже не один десяток років. В меню ресторанів можна знайти як традиційні мальтійські страви, так і традиційні страви інших країн.

Через незначні розміри архіпелагу, можна швидко дістатися з одного місця в інше. Найдовша відстань між протилежними берегами – 28 кілометрів. Основний вид транспорту – автомобільний. Збільшується кількість регулярних та чартерних перевезень, що задовольняє попит на авіаційні перевезення туристів.

Щорічно мальтійські острови з їх 400 тисячами населення відвідують понад 1 мільйон осіб. Найбільшу чисельність іноземних туристів на Мальті становить вікова група від 25 до 44 років. Переважну більшість іноземних туристів, що приїжджають до Мальти, складають англійці (42,8%), німці (13,1%) та італійці (10,3%). Республіка Мальта – це країна цілорічного туризму. Переважна більшість мандрівників приїжджає влітку (з червня по серпень Мальту відвідують близько 40% туристів). Проте в інші пори року Мальта теж не позбавлена бажаючих побачити її надзвичайну красу. Близько 15% туристів приїжджають до Мальти взимку, а восени та весною їх кількість збільшується до 25% та 20% відповідно. Тому й більшість готелів працюють цілий рік [5].

Безпосередній внесок туристичної індустрії в ВВП Мальти в 2011 році складав 929,1 млн. євро (24 % від ВВП країни). Довгостроковий прогноз на 2022 рік показує що внесок туристичної індустрії до ВВП країни буде складати 1, 17 млрд. євро (приріст на 26,8 %) (рис. 1) [1].

Завдяки індустрії туризму на Мальті в 2011 році було створено 25000 робочих місць (15,7 % від всього ринку зайнятості). За прогнозами до 2022 року очікується зростання рівня зайнятості у галузі до 4 % [1].

В 2011 році туристична галузь Мальти отримала інвестиції в сумі 136,7 млн. євро. Довгостроковий прогноз на 2022 рік свідчить

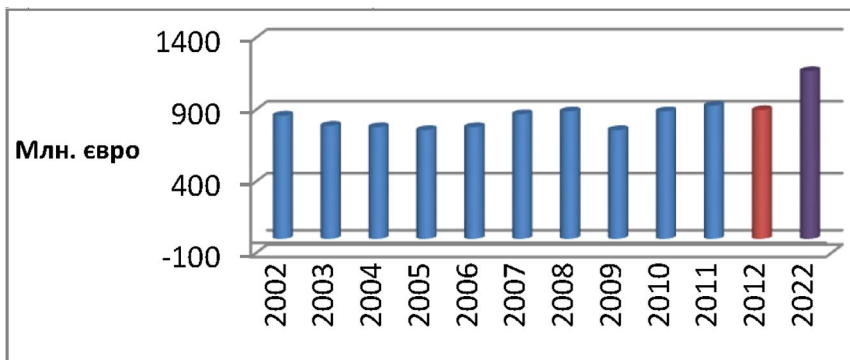


Рис. 1. Внесок туристичної галузі у ВВП Мальти [складено за 1]

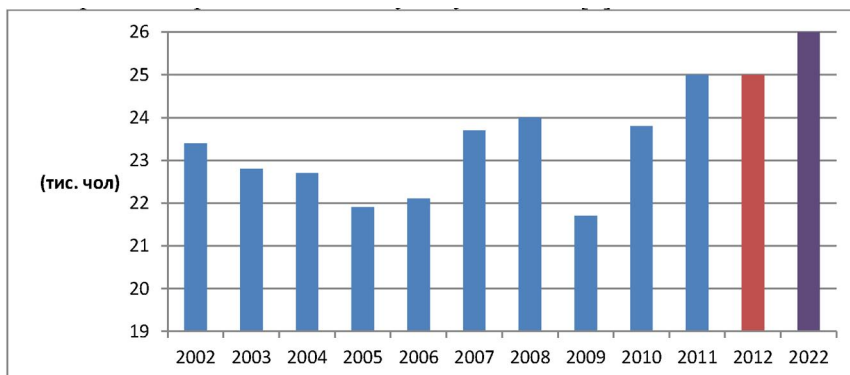


Рис. 2. Створення нових робочих місць в індустрії туризму [складено за 1]

про збільшення інвестицій більше ніж на 5 % [1]. Через невелику площу країни нерухомість дорожчає, а інвестиції зростають з кожним днем. Ряд значних цікавих проєктів з реконструкції старих районів Мальти здійснює Міністерство навколишнього середовища. Це нові проєкти – «вхід у Валетту», морський причал із центром відпочинку для пасажирів, театр на 1000 місць. На місці будинків, що не мають історичної цінності, і колишніх англійських бараків будуть побудовані житлові будинки, магазини, причали для катерів та підземні паркінги [5] (рис. 3).

Всесвітній Економічний Форум опублікував дослідження «Travel and Tourism Competitiveness Report 2012», яке, по суті, є рейтингом країн з позицій їх привабливості та конкурентоспроможності як

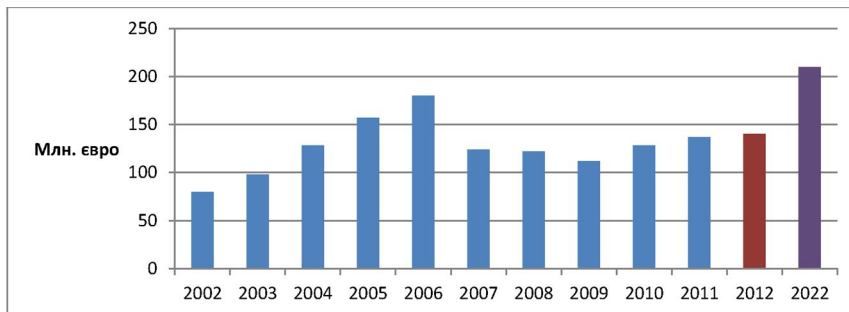


Рис. 3. Інвестиції в туристичну індустрію Мальти
[складено за 1]

туристичного напрямку. Мальта зайняла в ньому 24-е місце серед 140 країн світу, які ввійшли до цього рейтингу. Він будувався на оцінюванні цілого ряду характеристик і виведенні підсумкового коефіцієнта. У розрахунок бралися такі характеристики кожної країни, як її політичні норми та правила, екологічна стабільність, безпека, відповідність санітарним нормам, ступінь розвитку авіасполучення і громадського транспорту, роль туризму в економіці, стан туристичної інфраструктури, конкурентоспроможні ціни, людські, природні та культурні ресурси тощо [1]. Тобто мова йде не про вподобання самих туристів, а про міру привабливості туристичного сектору цих країн для інвесторів та бізнесменів. Рейтинг Мальти за цією шкалою складає 24 місце (4.92 пункти). Для порівняння, рейтинг Росії 63-е місце, України - 76-е місце, а лідерами списку стали Швейцарія (5.66), Німеччина (5.39), Австрія (5,39) та Іспанія (5,38).

За даними звіту, найвищі показники Мальта отримала за:

- наявність і доступність перевіреної чистої питної води. На Мальті п'ють тільки воду в пляшках, яка продається скрізь і коштує досить дешево.
- Можливість взяти машину напрокат. На Мальті, дійсно, дуже багато компаній, що пропонують послуги оренди автомобіля.
- Кількість номерів у готелях.
- Рівень поширення Інтернету.
- Рівень витрат на туристичний сектор, передбачений в бюджеті.
- Небезпека зараження туберкульозом.

• Рівень безпеки (за рівнем злочинності Мальта займає одне з останніх місць в Європі).

Висновки та перспективи дослідження. Туризм є дуже важливою складовою економіки Мальти. Сьогодні Міністерство туризму Мальти вживає активних заходів щодо просування країни на світовий туристичний ринок, як країни цілорічного відпочинку. Україна має також всі передумови для перетворення туризму в одну з найприбутковіших сфер національної економіки, потрібна лише зважена туристична політика уряду, щодо управління розвитком конкурентоспроможності регіонів.

**Рецензент – кандидат географічних наук, доцент
О. Ю. Малиновська**

Література:

1. Всесвітня рада з туризму та подорожей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/m/malta>.

2. Готелі Мальти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.maltavista.ru>.

3. *Долмов, С.* Средиземноморский остров с британским характером / Долмов С. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2012/11/19/sredizemnomorskij-ostrov-s-britanskim-harakterom/>

4. Мальтийское управление по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.malta.ru/cruises.html>.

5. Туристичне районування Мальти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dvenedeli.ru>.

Н. М. Матвиенко

МЕСТО ТУРИЗМА В ХОЗЯЙСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ МАЛЬТЫ

Проанализировано место туризма в хозяйственном комплексе Мальты. Рассмотрены позиции Мальты по индексу конкурентоспособности туризма (на основе данных Всемирного экономического форума).

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, Мальта, инвестиции, конкурентоспособность.

N. Matviyenko

THE PLACE OF TOURISM IN THE MALTA ECONOMIC COMPLEX

The tourism place in the economic complex of Malta is analyzed. The position of Malta Tourism Competitiveness Index (based on the World Economic Forum) is considered.

Keywords: tourism infrastructure, Malta, investment, competitiveness.

Надійшла до редакції березня 2013 р.