

Лобас К.В., Логвина Е.В.

УДК 631.162 (477.75)

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ИНДИИ. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В настоящее время Индия становится все более популярной туристской дестинацией и считается вторым быстрорастущим рынком туризма в мире. В данной статье рассмотрена статистика развития туризма Индии с 1997г., отмечены преимущества данного туристского региона. Автор изучает тенденции изменения числа иностранных прибытий и причины, их вызвавшие. В статье проанализировано соотношение туристских прибытий по видам транспорта и аэропортам, а также число внутренних туристов. Проведен анализ наиболее популярных видов туризма в отдельных штатах страны. Рассмотрена политика Министерства туризма Индии и выделены перспективы развития. Сделаны выводы.

Ключевые слова: Индия, туризм Индии, сфера туризма, иностранные прибытия, внутренние туристы, политика в сфере туризма, план по развитию туризма.

Анотація. Сьогодні Індія стає все більш популярною туристською дестинацією і вважається другим швидкозростаючим ринком туризму в світі. У даній статті розглянута статистика розвитку туризму Індії з 1997р., зазначені переваги даного туристського регіону. Автор розглядає тенденції зміни кількості іноземних прибуттів і причини, що їх викликали. У статті проаналізовано співвідношення туристських прибуттів за видами транспорту і аеропортам, а також кількість внутрішніх туристів. Проведено аналіз найбільш популярних видів туризму в окремих штатах країни. Розглянуто політику Міністерства туризму Індії та виділені перспективи розвитку. Зроблено висновки.

Ключові слова: Індія, туризм Індії, галузь туризму, іноземні прибуття, внутрішні туристи, політика в галузі туризму, план по розвитку туризму.

Summary. Nowadays India is becoming more and more popular tourist destination. It is the second fastest growing tourism market in the world. Tourism is one of the most profitable industries in the country. The works on development of tourism in India have been written by both the Indian and foreign authors. However, the research of the tourism industry is spending in more detail by the Ministry of Tourism of India. This article describes the statistics of foreign and domestic tourism development in India since 1997, marked advantages of this tourist destination. The author examines trends in the number of foreign arrivals. Considerable attention is given to the reasons that caused them, especially the state politics in the tourism industry. The article analyzes the ratio of tourist arrivals by type of transport and airports, that are leading in foreign arrivals. It is noted the 10 countries-donors, whose residents travel to India. The author also pays attention to the change in the number of domestic tourists due to the income levels are increase. It analyzes the most popular types of tourism in the most visited by foreign tourists states in the country. Particular attention is given to politics of the Ministry of Tourism of India. Highlights the main aspects of the five-years plan of the development of the sphere in 2011 - 2016, as well as the further development of the brand "Incredible India". In conclusion are disclosed prospects of the industry in the country. Illations were made. This article is going to be interesting for the specialists of international tourism.

Keywords: India, tourism of India, tourism industry, foreign arrivals, domestic tourists, tourism politics, plan of tourism development.

Постановка проблемы. Индия является одной из наиболее посещаемых стран мира, т.к. спрос на туристские услуги здесь ежегодно возрастает на 10%. Такие данные предоставляет Всемирный совет деловых путешествий и туризма (World Travel and Tourism Council, WTTC). Основной поток туристов в Индию направляется из Великобритании и США [3]. Туризм в Индии создает больше рабочих мест, чем такие традиционные отрасли, как сельское хозяйство и автомобильная промышленность, уступая лишь нефтяной и газовой промышленности. Но, тем не менее, индийская индустрия туризма и авиаперевозок не является основной сферой хозяйственной деятельности.

Формирование цели статьи. Цель данной статьи состоит в рассмотрении и изучении опыта развития туризма в Индии. **Анализ исследований и публикаций.** Развитие международного туризма, в т.ч. туристической отрасли Индии, особенности экономического развития ранее рассматривали как индийские, так и зарубежные авторы. Квартальнов В.А. изучал прогнозы развития международного туризма, Калинин Г.И. рассматривала экономическое развитие Индии, Бабкин А.В. – религиозный туризм в мире, Каледин В.Н. – территориальную организацию въездного туризма Индии. Из индийских ученых следует отметить: Худмана Л.Е. исследовал географию туризма, Бхатия А.К. – развитие туризма, принципы и практику, Бадан Б.С. – влияние туризма в Южной Индии. Однако специальные исследования по анализу туристической отрасли страны проводит в основном Министерство туризма Индии.

Содержание статьи. Индия считается вторым быстрорастущим рынком туризма в мире. Туризм в Индии приносит более 6% ВВП государства и обеспечивает около 9% занятости населения. Сфера туризма является одной из наиболее прибыльных отраслей в стране [5]. Кроме того, полученный от туризма доход - 32.7 млрд. долларов США в ВВП страны в 2011г., позволил Индии занять в Отчете о конкурентоспособности Всемирного экономического форума 6-е место в сфере туризма и гостеприимства. При этом с 2006г. по 2011г. среднегодовой темп роста дохода от туризма составил 13% [1]. По оценкам Министерства туризма Индии в течение последних восьми лет сфера туризма создала более 11 млн. рабочих мест, а также имеет потенциал для создания еще 37 млн. из прогнозируемых требуемых 120 млн. мест к 2020г. [6]. Если рассматривать номерной фонд в Индии то в настоящее время он составляет около 95 тыс. номеров. Для сравнения: 4,8 млн. номеров в США и 1,2 млн. номеров в Китае. Количество аэропортов в Индии – 91, по сравнению с 293 в Китае и 1445 в США [6]. Индийская сфера туризма достигла больших

высот на туристском рынке. Предсказывают, что объем туристского рынка Индии вырастет с 67,2 млрд. долларов США в 2010г. до 262.7 млрд. долл. США в 2021г. [2]. Этому поспособствуют такие основные преимущества Индии, как туристской дестинации [2]: 1. Растущий спрос: - количество иностранных туристов выросло на более, чем 45%, в течение 2005-10гг. (табл.1); - внутренний туризм вырос в связи с ростом доходов. 2. Разнообразие достопримечательностей: - в Индии расположено 29 объектов всемирного наследия; - одно из чудес света - Тадж-Махал ежегодно посещает около 900 тыс. иностранных туристов; - значительная береговая линия предполагает наличие многочисленных пляжей. 3. Государственная поддержка: - выделяемые правительством средства на развитие туризма ежегодно возрастают (например, в 2009г. из общего бюджета в 200 млн.дол. США на продвижение внутреннего туризма было направлено 12 млн.).

Таблица 1. Число иностранных прибытий в Индию, 1997 – 2013 гг. [4]

Год	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ЧИП (млн.чел.)	2,37	2,36	2,48	2,65	2,54	2,38	2,73	3,46	3,92
Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (январь-июнь)	-
ЧИП (млн.чел.)	4,45	5,08	5,28	5,17	5,78	6,31	6,58	3,31	-

Из табл.1, видно, что в течение 1997 – 2002гг. в числе иностранных прибытий наблюдался постепенный рост, а затем спад. И в итоге за этот период осталось на одном уровне. Начиная же с 2003г. виден постепенный рост. Это связано с тем, что до 2002г. правительство Индии разрабатывало политику в сфере туризма, однако не поддерживало туризм в согласованном порядке. С 2002 г. министерство туризма страны выработало единую стратегию по продвижению Индии на мировом рынке туризма. Нанятая министерством фирма по рекламе и маркетингу «Ogilvy & Mather» (Индия) создала новую кампанию, направленную на увеличение потока туристов в страну. Эта кампания, разработанная в 2002 г., проводится до сих пор и называется «Incredible India» («Невероятная Индия»). Она введена как способ привлечь туристов, показывая разные стороны индийской культуры и истории. Начиная с 2003 г. по 2012 г. виден уверенный рост числа прибытий: с 2,73 млн. чел. до 6,58 млн.чел. Исходя из формулы: $ИП = (C/B - 1) * 100\%$, где C – число после изменения, B - первоначальное число, ИП – изменение в процентах: $ИП = (6,58 / 2,73 - 1) * 100\% = 141\%$. Соответственно число прибытий выросло на 3,85 млн.чел., т.е. в 2,4 раза или на 141% за данный период. При этом туристы в страну прибывают как наземным транспортом, так и водным и воздушным (рис.1).

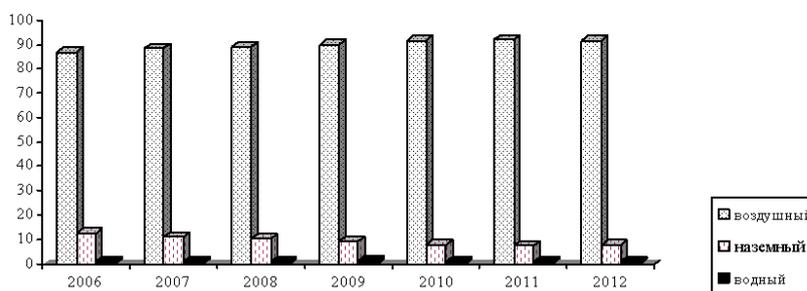


Рис.1. Соотношение туристских прибытий по видам транспорта, 2006 – 2012гг. [4]

Туристы прибывают в Индию в основном на воздушном транспорте. Это объясняется тем, что страна удалена от основных туристских рынков мира (Европа, США). И туристы из этих регионов могут добраться в Индию именно самолетом. А т.к. в настоящее время страна становится все более популярной дестинацией, многие авиакомпании мира предлагают перелеты в различные аэропорты: Дели, Колката, Мумбаи, Ченнай и др. Кроме того, исходя из таблицы, можно сказать, что авиатранспорт всегда лидировал и в настоящее время приобретает большую популярность, однако практически остается на одном уровне. Наземный транспорт же, наоборот, теряет позиции, он с каждым годом все больше уступает авиаперевозкам. Водный транспорт не конкурирует с другими и составляет менее 1%. Необходимо отметить, что туристы прибывают в различные аэропорты, порты страны, а также пересекают границу на разных постах (табл. 2).

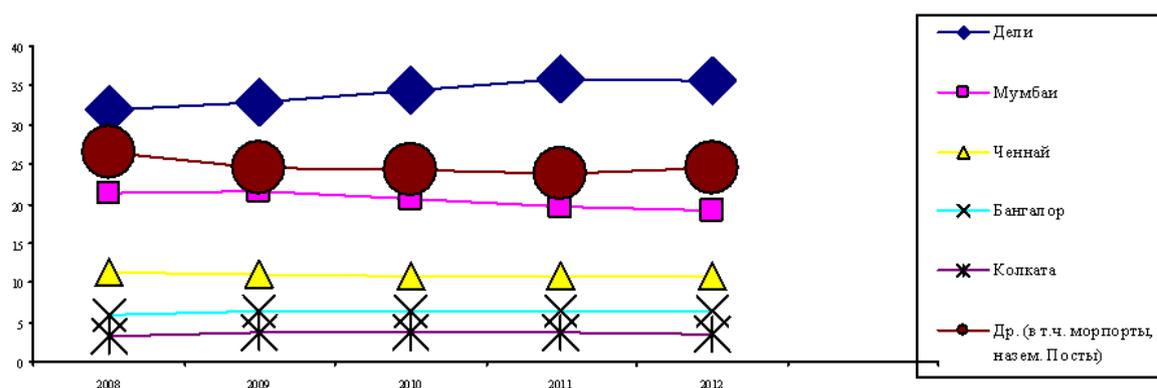


Рис.2. Иностранные туристские прибытия в аэропорты за 2008 – 2012гг. [4]

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ИНДИИ. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Итак, в основном за последние годы иностранные туристы прибывали в Международный аэропорт им. Индиры Ганди в Дели (более 30%). Затем идет аэропорт в Мумбаи. И уже после – аэропорты Ченная, Бангалора и Колкаты. Это объясняется тем, что именно эти города являются самыми крупными в Индии, а также основными центрами для начала путешествия по стране. Остальные аэропорты, порты и наземные посты составляют меньшее число. Стоит выделить пограничный пост Харидашпур, расположенный на границе с Бангладеш. Через этот пост в страну въезжает более 6% иностранных туристов. Кроме того, следует отметить 10 стран, откуда туристы направляются в Индию. Это, в первую очередь, США, Европа, а также близлежащие страны (табл. 2).

Таблица 2. Иностранные туристские прибытия из Топ-10 стран, 2008 – 2012гг. [4]

Страна	2008		2009		2010		2011		2012	
	Млн. ИТП	%								
США	0,83	15,4	0,80	15,7	0,93	16,1	0,98	15,6	1,04	15,8
Велико-британия	0,79	14,7	0,75	14,7	0,76	13,1	0,79	12,7	0,79	11,9
Бангладеш	0,54	10,1	0,46	8,9	0,43	7,5	0,46	7,3	0,49	7,4
Шри-Ланка	0,23	4,3	0,24	4,7	0,27	4,6	0,31	4,9	0,29	4,5
Канада	0,22	4,2	0,22	4,3	0,24	4,2	0,26	4,1	0,26	3,9
Германия	0,21	3,9	0,19	3,8	0,23	3,9	0,24	3,8	0,26	3,9
Франция	0,22	4,1	0,19	3,8	0,23	3,9	0,23	3,7	0,24	3,7
Малайзия	0,12	2,2	0,13	2,6	0,18	3,1	0,21	3,3	0,19	2,9
Австралия	0,15	2,8	0,15	2,9	0,17	2,9	0,19	3,1	0,20	3,1
Япония	0,15	2,8	0,12	2,4	0,17	2,9	0,19	3,1	0,22	3,3
Итого (10 стран)	3,46	64,5	3,25	63,8	3,61	62,2	3,86	61,6	3,98	60,4

Таким образом, несмотря на удаленность, Индию посещают в основном туристы из США (более 15% по последним данным), Европы (Великобритания, Германия, Франция), соседних стран (Шри-Ланка, Бангладеш), а также из стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Тем не менее, последние 5 лет лидируют США, Великобритания, Бангладеш, Шри-Ланка и Канада. Они прочно занимают первые 5 позиций. В Топ-15 стран в последние годы входит и Российская Федерация. Туризм в Индии развит неравномерно, этому способствует неравномерное расположение природных и антропогенных туристских ресурсов по стране (табл.3). На побережье развит пляжный отдых, практически во всех регионах – религиозный туризм, в Центральной Индии – большое значение имеет познавательный туризм, в Индийских Гималаях – активные виды туризма.

Таблица 3. Доля индийских штатов в иностранных туристских прибытиях, 2012г.[4]

Штат (Союзные территории)	Иностранные туристские прибытия	
	Млн. чел.	%
Махараштра	5,12	24,7
Тамил Наду	3,56	17,2
Дели	2,35	11,3
Уттар-Прадеш	1,99	9,6
Раджастхан	1,45	7,0
Западная Бенгалия	1,22	5,9
Бихар	1,09	5,3
Керала	0,79	3,8
Карнатака	0,59	2,9
Химачал-Прадеш	0,50	2,4
Другие	2,05	9,9
Всего	20,71	100,0

В таблице отражены наиболее посещаемые штаты иностранными туристами в 2012 г. Видно, что посещаются штаты Махараштра, Западная Бенгалия и Тамил Наду со столицами Мумбаи, Колката и Ченнай соответственно. Это происходит потому, что эти города одни из наиболее крупных, а также именно сюда в первую очередь прибывают туристы из-за рубежа для дальнейшего путешествия по стране. **Штаты Уттар-Прадеш и Раджастхан**, а также Национальный столичный округ Дели посещаются по причине концентрации здесь наиболее известных за рубежом достопримечательностей страны. Здесь находится так называемый Золотой Треугольник (Дели, Джайпур, Агра) – наиболее популярный маршрут среди иностранных туристов. Первое, что привлекает туристов – одно из чудес света и визитная карточка страны, Тадж-Махал (Агра), который ежегодно посещают около 1 млн. иностранных туристов и до 3 млн. индусов.

Тадж-Махал считается символом Великой любви. Он расположен на берегу реки Ямуны, построен Шах-Джаханом в память о своей жене Мумтаз-Махал, умершей при родах 14-го ребенка. Тадж-Махал сооружен из белого мрамора и отделан драгоценными и полудрагоценными камнями. Построен за 22 года: с 1631 по 1653гг. Штаты Керала и Карнатака наиболее популярны среди туристов, предпочитающих пляжный отдых, а также здесь развиваются йога и аюрведа.

В штате Бихар расположен привлекающий в первую очередь буддистов город Бодхгайя. Здесь, по преданию, Будда обрел Просветление. Это один из четырех основных мест паломничества в буддизме. Штат Химачал-Прадеш расположен в Индийских Гималаях. Здесь развиваются активные виды туризма. Кроме того, здесь расположен город Дхарамсала с Резиденцией Далай-ламы XIV. Следует отметить, что в

последние десятилетия активно развивается внутренний туризм. Происходит это благодаря повышению уровня доходов в стране, а также благодаря государственной политике в сфере туризма (табл. 4).

Таблица 4. Число внутренних туристов, 1997 – 2011 гг. [4]

Год	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Число туристов, млн.чел.	159,9	168,2	190,7	220,1	236,5	269,6	309,0	366,3
Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	-
Число туристов, млн.чел.	392,0	462,3	526,6	563,0	668,8	747,7	864,5	-

Мы видим рост числа путешествий внутри страны.

По формуле: $ИП = (C/B - 1) \times 100\%$ высчитывает процентное изменение числа туристов с 1997 по 2011гг. $ИП = (864,53 / 159,88 - 1) * 100\% = 440,7\%$. Т.о., число туристов за этот период возросло со 159,88 млн. чел. до 864,53 млн. чел, т.е. в 5 раз. Число туристов всегда растет с ростом доходов населения. Кроме того, развивается деловой туризм внутри государства. Соответственно улучшается инфраструктура. Также индусы путешествуют зачастую с религиозными целями, с целью паломничества. Они посещают четыре святых места, называемых Чар-дхам, расположенные в разных частях Индии: Бадринах на севере, Рамешварам на юге, Дварка на западе и Пури на востоке. Считается, что их должен посетить каждый индуст. Следует отметить, что священных городов в стране множество. Они относятся к разным религиям: индуизм, буддизм, христианство, ислам, сикхизм и др. Учитывая, что население Индии по состоянию на 2012 г. составляет 1,237млрд., а число туристов в 2011г. – 864,53 млн.чел.

Таким образом, мы видим, что практически 70 % населения путешествуют. Однако необходимо брать во внимание тот факт, что некоторые жители не путешествуют вовсе, а некоторые – по несколько раз в год, причем с различными целями (отдых, деловые поездки, паломничество). Также число туристов резко возрастает во время Кумбха-мелы. Это обряды массового паломничества индусов к святым индуистским местам, проводящиеся раз в 6 или 12 лет.

Необходимо отметить, что в пятилетнем плане по развитию туризма, изданном Министерством туризма Индии на 2011 – 2016гг. обращается внимание на такие аспекты [4]: количество иностранных туристических посещений в 2016г. должно возрасти до 35,96 млн.; количество внутренних туристов к 2016г. 1,45 млрд. чел.; увеличение дохода от туризма с 14,19 млрд. \$ в 2010г. до 30,3 млрд.\$ в 2016г.; рост числа рабочих мест с 53 млн. в 2010г. до 77,5 млн. в 2016г.; увеличение номерного фонда со 130 тыс. номеров в 2010 г. до 310 тыс. в 2016 г.; создание новых учебных заведений по подготовке и переподготовке кадров; развитие туристической инфраструктуры.

Дальнейшее развитие бренда «Невероятная Индия»: 1. проведение широкомасштабных рекламных мероприятий; развитие новых рынков – СНГ, страны АСЕАН, Ближний Восток, африканские страны; 2. открытие новых представительств за рубежом; разработка и продвижение новых турпродуктов: медицинский туризм, аюрведа - туры, гольф, поло, эзотерические путешествия, МICE-туризм, круизный, приключенческий, активный и др.

Также Индия планирует полностью перейти на выдачу туристических виз в аэропортах прилета.

Выводы. Политика Министерства туризма Индии всячески способствует развитию как международного, так и внутреннего туризма. Это видно по таблицам, приведенным выше. Мы видим неуклонный рост числа иностранных туристов в Индии, а также рост числа внутренних туристов. Таким образом, можно сделать вывод, что политика по развитию туризма в стране проводится правильно.

Источники и литература:

1. Бегешева А. Новый гигант / А. Бегешева. // GEO. – 2012. – № 7. – С. 72–75.
2. Tourism and Hospitality. – Delhi : IBEF, 2011. – 39 с.
3. Economy Watch [Электронный ресурс] : Режим доступа 2010 – <http://www.economywatch.com/>
4. Government of India, Ministry of tourism [Электронный ресурс] : Режим доступа 2014 – <http://tourism.gov.in/>
5. Indian Mirror [Электронный ресурс] : Режим доступа 2012 – <http://www.indianmirror.com/>
6. Jagran Josh [Электронный ресурс] : Режим доступа 2011 – <http://www.jagranjosh.com/>