



ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ИНДИИ

Ж. Н. Хасанова

Ташкентский государственный университет востоковедения

Аннотация: *Индия страна контрастов, где туристов привлекают необычные памятники культуры, места религиозного паломничества, золотистые пляжи и высококлассные курорты. Государство способствует развитию туристической сферы в стране, так как после развития данной сферы в стране понизился уровень терроризма и загрязнения окружающей среды. Власти целенаправленно вкладывают свои усилия и финансы в развитие этого направления, а в ответ получают высокую прибыль.*

Ключевые слова: *туризм, восстановление, Индия, пандемия, цифровизация.*

Индия – страна ярких контрастов, которая обладает уникальной тропической природой, длинными морскими побережьями и богатой историей, и культурой, которая отражена в памятниках архитектуры. В связи с этим индустрия туризма, на данный момент развивающаяся быстрыми темпами, играет важную роль в экономике Индии.

До нашествия пандемии коронавируса индустрия путешествий и туризма и экономический рост Индии был одним из самых высоких в мире за последнее десятилетие. Позитивные изменения на экономической арене должны были способствовать развитию индустрии туризма в стране, поскольку все большее число индийцев с растущим располагаемым доходом совершали больше поездок по стране и за границу. Индийская программа UDAN-Regional Connectivity Scheme (UDAN-RCS), запущенная в 2016 году, сделала авиаперевозки доступными для более широкого спектра экономических групп, что привело к значительному увеличению внутренних пассажирских перевозок в Индии. Необходимо ответить тот факт, что до 2015 года остро стояла проблема о том, что индийские туристы предпочитают выезжать по туристическим целям за границу, чем путешествовать по Индии. Основной причиной было то, что авиабилеты на внутренние рейсы были дорогие и им было выгоднее выехать в Шри-Ланку и другое соседнее пограничное государство. И индийская программа UDAN-RCS была необходимой мерой для стимулирования и увеличения доходов Индии от туризма. После принятых мер ожидается, что внутренний туризм наберет обороты раньше, а последние имеющиеся данные свидетельствуют о большом объеме неудовлетворенного спроса, который поддерживает относительно быстрое восстановление. По сообщениям, индийские туристические фирмы наблюдают увеличение на 25-30% бронирований как авиаперелетов, так и проживания на рождественские и новогодние праздники.[1]

Согласно исследованию Booking.com²⁶, все больше и больше туристов хотят испытать незабываемый опыт от путешествия и ищут места, отличные от традиционных отелей и курортов. Хостелы – один из самых быстрорастущих сегментов, не относящихся к отелям. Исследование показывает, что 56% индийских путешественников (по сравнению со средним глобальным показателем 33%) хотели бы включить в свою поездку хотя бы один хостел (местный или заграничный), чтобы добавить социальный опыт к своему путешествию.

Но за последние годы, анализируя въездной туризм Индии, можно заметить, что с каждым годом количество туристов все продолжает расти и индустрия постепенно восстанавливается. По сообщают газета Hindustan Times. Индию в 2022 году посетило 6,9 миллиона иностранных туристов, что в 4 раза больше, чем за 2 года предыдущих года.[2] Далее газета цитирует



Innovative Society: Problems, Analysis and Development Prospects (Spain)

высказывание министра туризма и культуры страны Гангапурам Кишан Редди, который заявил и после двух лет падения турпотока из-за пандемии коронавируса число прибытий выросло в четыре раза. По его словам, увеличение турпотока означает, что отрасль продвигается в правильном направлении для достижения устойчивого туризма».

Для развития и привлечения иностранных туристов в 2023 году будет запущена промо-акция «Посетите Индию-2023». «У нас есть 40 объектов, входящих в список наследия ЮНЕСКО, и мы ежегодно отмечаем более 1000 фестивалей», — уточняет господин министр, отмечая, что за последние 8 лет в стране была построена обширная туристическая инфраструктура.¹

В стране планируется развивать приключенческий туризм, экотуризм и другие направления. По прогнозам, к 2025 году, туристический сектор страны вырастит в среднем на 7,5%. [3]

Для обеспечения цифровизации туристического сектора разрабатывается «Национальная миссия по туризму», создаётся национальная интегрированная база данных индустрии гостеприимства.

Рынок онлайн-путешествий в Индии в основном определяется несколькими факторами:

- растущей индустрией туризма;
- растущим проникновением использования Интернета и пользователей смартфонов в разных странах;
- быстрой урбанизацией;
- увеличением дохода на душу населения;
- экономическим ростом;
- изменением образа жизни клиентов в связи с глобализацией мировой экономики;
- предложением туристической индустрией более качественных и комфортабельных услуг оказывают положительное влияние на рост рынка;
- государственной программой развития региональных аэропортов способствует обеспечению связи с небольшими городами и поселками.

Индийский рынок онлайн-путешествий приближается к зрелости, поскольку все больше их сегментов туризма переходят на цифровые каналы. Общий объем забронированных онлайн-путешествий растет и опережает общий рынок путешествий. С появлением Интернета и внедрением цифровых технологий индустрия онлайн-путешествий в Индии быстро меняется и развивается, в связи с чем все большее число индийцев обращаются к удобству интернет-предложений, чтобы получить более выгодные цены на путешествия и проживание.

Рост индийского рынка онлайн-путешествий в первую очередь, связана с увеличением предложений на международные рейсы и по бронированию отелей, предлагаемых платформами, такими как Cleartrip, MakeMyTrip, Yatra и другими, что в свою очередь приводит к увеличению пользовательского спроса, поскольку ожидается, что индийские потребители будут тратить почти 4% своего дохода на путешествия. Комбинация предложений путешествий и транспорта, которые включают трансфер из аэропорта, и праздничные пакеты, стремительно растет.

Следующим фактором роста рынка онлайн-путешествий в Индии является увеличение располагаемого дохода населения. Представители туристического рынка внедряют и предлагают инновационные предложения, такие как, бюджетные туристические пакеты для международных направлений, скидки на аренду автомобилей и кэшбэк на международных рейсах. чтобы помочь путешественникам принять обоснованные решения о поездках в

¹ <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/online-travel-market-in-india>



соответствии с их возможными расходами.

Согласно отчету How Does India Travel²⁷, основанному на совместном исследовании Bain & Company и Google India, онлайн-платформы влияют на принятие решений клиентами на каждом из трех этапов изучения информации на пути к покупке путешествия: интерес, исследование и опыт.

Исследование же Amadeus Journey of Me Insights²⁸ высказывают мнение о том, что, сайты онлайн-бронирования или путешествий, такие как Expedia или Skyscanner, являются наиболее влиятельными источниками информации среди индийцев, равно как и друзья / семья / коллеги (методы передачи информации из уст в уста или через социальные сети) и отзывы путешественников (например, на таких сайтах, как TripAdvisor). Путешественники в Индии также предпочитают интерактивные 360-градусные видеоролики, которые могут позволить им наглядно понять, что они увидят во время поездки.² [4]

Далее они утверждают, что индийские путешественники любят оставаться на связи во время путешествий: 43% хотят использовать приложения для путешествий и социальные сети, чтобы познакомиться с новыми людьми, а 47% хотят иметь возможность использовать удобные приложения. MakeMyTrip – самое популярное мобильное приложение, используемое индийцами во время путешествий, за ним следуют WhatsApp и Google Maps.

И в заключение мы хотим отметить тот факт, что на протяжении многих тысячелетий, из поколения в поколение передавались тайны, культура и традиции. Туристов привлекают необычные памятники культуры, места религиозного паломничества, золотистые пляжи и высококлассные курорты. Государство способствует развитию туристической сферы в стране, так как после развития данной сферы в стране понизился уровень терроризма и загрязнения окружающей среды. Власти целенаправленно вкладывают свои усилия и финансы в развитие этого направления, а в ответ получают высокую прибыль.

В стране создан специальный Департамент по туризму, который принимает все меры по привлечению посетителей в страну и способствует их комфортному пребыванию в ней. Постоянные промоакции для внутреннего и внешнего туризма, информация и программы размещаются в интернете и передаются путем использования средств телекоммуникации. В Департаменте работают только высокопрофессиональные кадры, которые оканчивают Индийский институт туризма и путешествий.

Список использованной литературы.

1. <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/online-travel-market-in-india>
2. <https://www.goatrip.ru/turizm-odna-iz-naibolee-razvityh-sfer-v-indii.html>
3. Проблемы и перспективы развития индустрии туризма Индии <https://e-koncept.ru/2017/570046.htm>
4. Анализ рынка туристических услуг Индии. https://myexport.exportcenter.ru/marketing-research/Turizm_Indiya_1510.pdf
5. Zubaydullayev, U. Z., & Maxmatqulov, I. T. (2021). ARCHITECTURE SELF-BUILT KHANAKA BUILDINGS OF MEDIEVAL CENTRAL ASIA. World Bulletin of Management and Law, 3, 56-59.
6. Зубайдуллаев, У. З., & Тангирова, П. (2018). ПАРКОВЫЕ ЛАНДШАФТЫ И ФОРМИРОВАНИЕ ИХ ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ. Актуальные научные исследования в современном мире, (4-12), 46-49.



7. Абдуллаева, Д. К. & Нарзуллаева, Д. К. (2017). Основные тенденции развития делового туризма в Узбекистане. In *Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества* (pp. 232-235).
8. Абдуллаева, Д. К. & Нарзуллаева, Д. К. (2016). Анализ тенденций развития делового туризма в Узбекистане. *Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения*, (3), 66-71.
9. Абдуллаева, Д. К., & Нарзуллаева, Д. К. (2016). Анализ современного состояния делового туризма в Узбекистане. *Потенциал современной науки*, (2 (19)).
10. Нарзуллаева, У. Н., & Абдуллаева, Д. К. (2021). Состояние делового туризма в посткризисный период в Узбекистане. *ПАРАДИГМЫ*, 2021149.
11. Нарзуллаева, Д., Белалова, С., Анваржонов, А., & Стафеева, В. (2022). Создание питомника по выращиванию растений для автомобильных дорог Республики Узбекистан.
12. Нарзуллаева, Д. К. (2021). УЗБЕКИСТАН НА ПУТИ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА. In *Вызовы и решения для бизнеса: энергия регионов* (pp. 327-331).
13. Абдуллаева, Д. К., & Нарзуллаева, Д. К. (2018). Актуальные вопросы налогообложения туристической отрасли в Республике Узбекистан. In *Методы и технологии учёта, анализа и управления* (pp. 6-11).
14. Абдуллаева, Д. К., & Нарзуллаева, Д. К. (2018). ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ. In *ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА* (pp. 75-80).
15. Нарзуллаева, Д. К. (2016). МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ. *World science*, 2(6 (10)), 24-26.