

**АНАЛИЗ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ
В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КЫРГЫЗСТАНА:
НА ПРИМЕРЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

О. А. Москаленко, преподаватель
Кыргызского национального университета им. Ж. Баласагына
<olushka_ms@mail.ru>

**THE ANALYSIS OF THE MARKET OF ELECTRONIC COMMERCE AND
THE INTERNET OF TECHNOLOGY IN TOURIST BRANCH
OF KYRGYZSTAN: ON THE EXAMPLE OF ENTRANCE TOURISM**

O. A. Moskalenko, the teacher of Kyrgyz National University of Zh. Balasagyn
<olushka_ms@mail.ru>

Abstract

From finding of Kyrgyzstan of independence, the tourist branch of the country, is the most perspective and dynamically developing, but for attraction tourist the stream from abroad should be made the considered branch more recognizable, and tourist resources have to be presented in full and in a free access both within the country, and beyond its limits, this direction can be developed with use of elements of electronic commerce and the Internet of technologies.

In article the analysis of major customers of the world market of electronic commerce in tourist branch is carried out, researches on availability of Internet technologies in the territory of the Kyrgyz Republic are conducted, and also use of electronic commerce in travel companies of Kyrgyzstan is analysed.

Key words: Internet technologies, electronic commerce, tourist market, online population of the planet, travel agencies, Kyrgyzstan.

Аннотация

С обретением Кыргызстаном независимости туристская отрасль страны является наиболее перспективной и динамично развивающейся, но для привлечения туристических поток из-за рубежа следует рассматриваемую отрасль сделать более узнаваемой, а туристские ресурсы должны быть представлены в полном объеме и в свободном доступе как в пределах страны, так и за ее пределами, данное направление можно развить с использованием элементов электронной коммерции и интернет-технологий.

В статье проведен анализ основных клиентов мирового рынка электронной коммерции в туристской отрасли, исследована доступность интернет-технологий на территории Кыргызской Республики, а также проанализировано использование электронной коммерции в туристических фирмах Кыргызстана.

Ключевые слова: интернет-технологии, электронная коммерция, туристический рынок, он-лайн население планеты, туристические компании, Кыргызстан.

Использование электронной коммерции и онлайн продаж в туристической отрасли было зафиксировано в США в начале 90-х гг., в начале 2000-х гг. распространение электронной коммерции в туристической индустрии наблюдалось в странах Западной и Восточной Европы, Китае, Индии и Южной Америке, к середине 2000-х гг. и в России, а в конце 2000-х гг. в странах СНГ – Украине, Беларуси, Казахстане [9].

Мировой рынок электронной коммерции в туристической отрасли в 2013 г. назван самым динамично развивающимся, однако данный сегмент рынка в Кыргызстане практически не

используется, основные игроки данного рынка вынуждены осуществлять свою деятельность и осваивать данное направление в хаотических условиях [4].

Развитие электронной коммерции и он-лайн-туризма в мире происходило в двух направлениях [9]:

1) отраслевое – изначально с использованием интернет-ресурсов и технологий можно было бронировать авиабилеты, далее гостиницы, поезда, автомобили, автобусы и т.п.;

2) географическое – США, Австралия, Европа, Азия.

Использование интернет-технологий в туристической отрасли Кыргызстана позволит расширить как внутренний (туры в пределах Кыргызстана лиц, постоянно проживающих в Кыргызстане), так и въездной туризм (туры в пределах Кыргызстана лиц, которые постоянно не проживают в Кыргызстане).

Для оценки использования электронной коммерции в туристической отрасли рассмотрим потенциальных клиентов в мировом масштабе, поэтому полезна будет информация о том, где сосредоточены потенциальные покупатели онлайн-туров в Кыргызстан [1].

Наибольшее количество покупателей за последние 20 лет было сосредоточено в Северной Америке, однако в последнее время лидером электронной коммерции является Азиатско-Тихоокеанский регион, далее следуют страны Европы, Латинской Америки, Ближнего Востока и Африки. Согласно исследованиям E-Marketer к 2017 г. лидером продаж посредством электронной коммерции будет Китай [5].

Использование элементов электронной коммерции для развития туристической отрасли Кыргызстана должно быть сосредоточено именно в тех странах, которые в своем большинстве используют онлайн-технологии, а так как сфера туризма не использует данный вид ресурса для продвижения своих туристических услуг на мировой рынок, поэтому из представленных стран количество туристов, которые приезжают в Кыргызстан, незначительно. Тогда как численность туристов, посетивших Кыргызскую Республику в период с 2009 по 2013 г., возросла почти в 3 раза: если в 2009 г. страну посетило 1394,2 тыс. человек, то к 2013г. поток туристов увеличился до 3076,0 тыс. человек.

Наибольший поток туристов в Кыргызскую Республику в период с 2009 по 2013 г. зарегистрирован из Казахстана, а в 2013 г. он возрос более чем в 3 раза: с 687,3 тыс. человек в 2009 г. до 2156,0 тыс. человек в 2013 г. Поток туристов из России также имеет тенденцию к увеличению более чем в 3 раза по сравнению с 2009 г., в 2013 г. количество туристов составило 448,9 тыс. человек. Количество туристов из Узбекистана за анализируемый период увеличилось на 1 тыс. человек. Из стран дальнего зарубежья наибольшее количество туристов прибыло из США – 20,2 тыс. человек, из Франции количество туристов в 2013 г. составило 5,2 тыс. человек и Великобритании – 4,3 тыс. человек [7].

Далее, для определения потенциальных клиентов внутреннего рынка электронной коммерции Кыргызстана проведем анализ наличия точек доступа в сеть Интернет в Кыргызской Республике в 2009-2013 гг., от которых зависит процент использования компаниями в своей деятельности элементов интернет-технологий (табл. 1).

Опираясь на приведенные данные, видим, что количество точек доступа в сеть Интернет в Кыргызской Республике с 2009 г. увеличилось на 52,81% и составило в 2013 г. 13 855 единиц [2].

Наибольшее количество точек доступа приходится на город Бишкек – 65,32%, или 11 011 единиц в 2013 г., в Чуйской области – 1414 единиц, или 8,38%, в остальных областях их наличие не превысило 5% от общего количества точек доступа в Кыргызской Республике.

Однако согласно данным Национального статистического комитета количество внутренних туристов в 2013 г. составило 1245,0 тыс. человек, из них 56% приходится на отдых в организованном секторе, а в неорганизованном секторе количество отдохнувших туристов составляет 44%, или 547 тыс. человек. По сравнению с 2012 г. число внутренних туристов увеличилось всего лишь на 10%, однако по сравнению с 2009 г. увеличение потока внутренних туристов произошло более чем в 2 раза. Следует отметить, что доля граждан Кыргызстана в

общем числе туристов, отдохнувших в организованном секторе, превысило 80% (более 560 тыс. человек) [6].

Таблица 1 – Количество точек доступа в сеть Интернет в Кыргызской Республике в 2009-2013 гг. (единиц)

Регион	2009	2010	2011	2012	2013
Кыргызская Республика	11030	13939	15345	16756	16855
Баткенская область	293	368	279	571	585
Джалал-Абадская область	649	884	1 150	1 069	819
Иссык-Кульская область	286	465	642	741	916
Нарынская область	259	315	390	540	543
Ошская область	136	180	226	301	465
Таласская область	229	301	363	418	289
Чуйская область	608	702	877	1 362	1 414
г. Бишкек	7 935	10 045	10 428	10 610	11 011
г. Ош	635	679	990	1 144	813

Источник: [2].

По данным исследования туристической отрасли Кыргызской Республики [3], наибольшее количество внутренних туристов наблюдается из города Бишкека (32%), 14% – из города Оша, 12% – из Чуйской области, 11% – из Джалал-Абадской области и наименьшее количество туристов – из Таласской области – 4% (рис. 1).

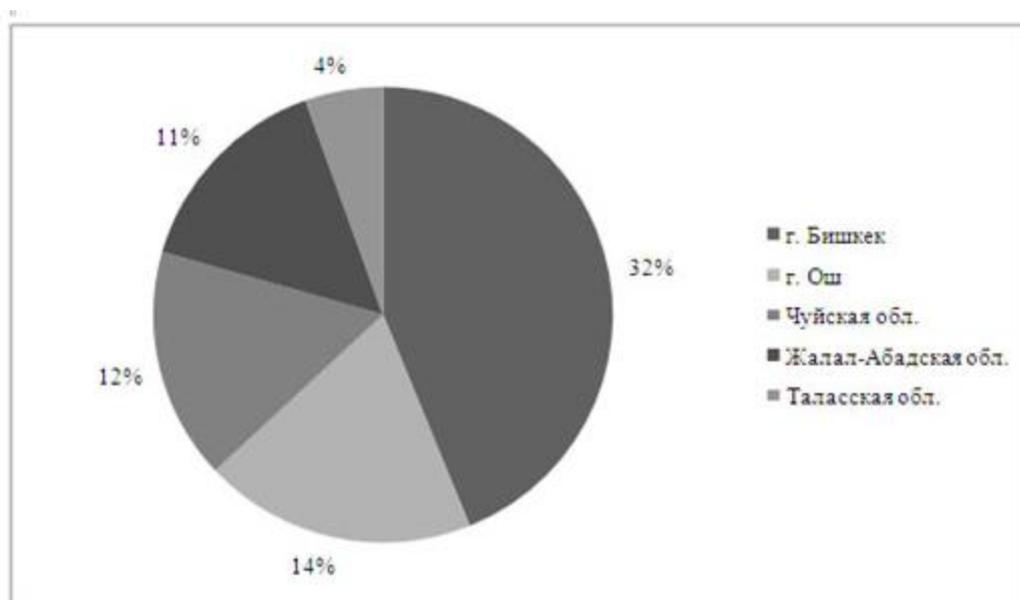


Рис. 1. Динамика внутренних туристов Кыргызстана в 2013 г.

Также следует отметить, что внутренний поток туристов имеет стихийный характер, 94% внутренних туристов предпочитают самостоятельно подготовленные поездки и лишь 6% воспользовались туристическими потоками, то есть обратились в туристические компании [3]. Данная тенденция позволяет судить о неразвитости предоставления туристических услуг, поэтому основным элементом в решении данной проблемы может служить использование электронной коммерции в туристической отрасли Кыргызстана.

Электронная коммерция позволяет осуществлять такие основные туристические услуги, как:

- покупка авиабилетов;
 - заказ и бронирование гостиниц на интернет-сайтах;
 - заказ турпакета онлайн;
- создание сайтов и интернет-систем туроператоров, гостиничных цепей, ресторанов и т.д.

Для оценки использования электронной коммерции использовался метод кабинетного исследования, то есть в режиме онлайн посещались сайты крупных и известных компаний Кыргызстана, которые осуществляют свою деятельность на 99% в г. Бишкеке, всего было изучено сайтов 115 компаний, в число которых вошли Кыргызконцепт, Караван, Главтур, Муза, Макмал тур, Алия тревел, Ак-Сай тревел (рис. 2).

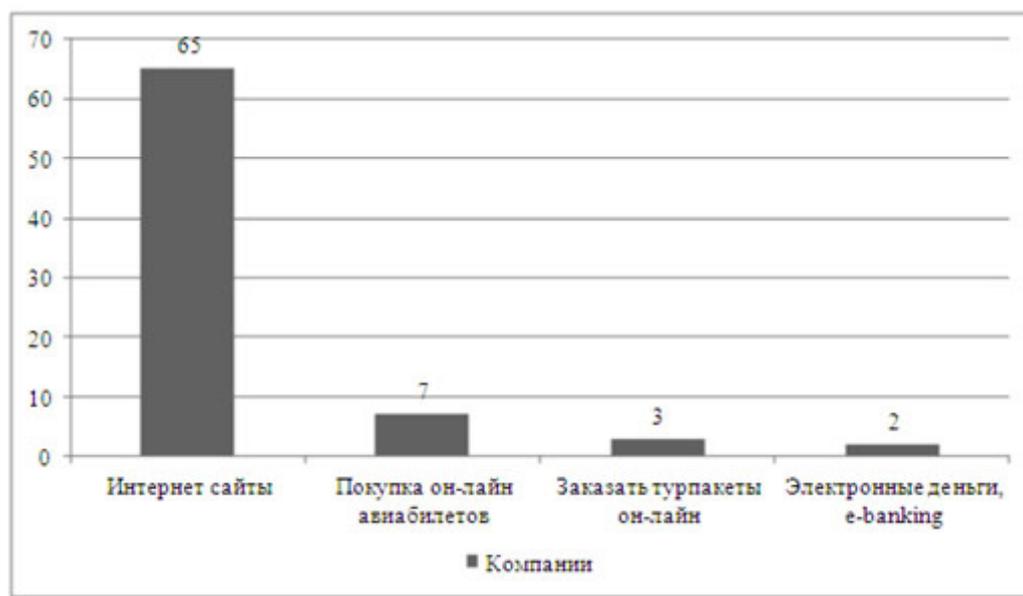


Рис. 2. Оценка использования электронной коммерции в туристических компаниях Кыргызстана

Источник: [8]

Из представленных компаний лишь у 65 имеются интернет-сайты, покупку онлайн-авиабилетов можно осуществить лишь у семи компаний, заказать турпакет онлайн возможно лишь у трёх компаний, две компании используют при оплате e-banking или систему электронных денег, а остальные компании производят оплату своих услуг в режиме офлайн, то есть в офисе производят оплату, а оформление визы и страховки осуществляется в 99% в офисах компании.

Итак, применение интернет-технологий и элементов электронной коммерции в туристических компаниях Кыргызстана расширяет спектр услуг, увеличивает целевую аудиторию, упрощает процесс продажи туристических услуг.

Использованные источники

1. Беленький А. Коммерция в Интернете: вчера, сегодня, завтра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://compress.ru/article.aspx?id=21978>
2. Информационно-коммуникационные технологии в Кыргызской Республике 2009-2013. – Бишкек: Нацстатком Кырг. Респ., 2014. – С. 34.
3. Исследование туристической отрасли Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://deptourism.gov.kg/wp-content/uploads/2014/09/Tourism_Annual_Report_Russ_2013.pdf с. 93, с. 33-35.
4. Маревский С. Есть ли будущее у онлайн-туризма в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://firrma.ru/data/s_opinion/2407/?sphrase_id=6315

5. Перспективные E-commerce рынки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/company/astoundcommerce/blog/232701/>
6. Туризм в Кыргызстане 2009-2013 гг. / Статсборник. – Бишкек: Национальный статистический комитет, 2014. – С.19.
7. Туризм в Кыргызстане / Статсборник. Годовая публикация. – Бишкек: Национальный статистический комитет Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.kg/media/publicationarchive/f9b7dff1-0ec6-4b7a-8a55-83e82e740dc3.pdf>
8. Туроператоры, турагентства, туристические компании в Бишкеке – 115 организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spr.kg/bishkek-i-bishkekский-gorodskoy-okrug/puteshestviya-turizm/turooperatori-turagentstva-turisticheskie-kompanii/>
9. Вульф Ф. Онлайн-туризм на взлете. Как воспользоваться моментом? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=80849>