

3. Цифровая повестка ЕАЭС до 2025 года: доклад эксперта [Текст] – Евразийская Экономическая Комиссия, 2017. – 11 с.

4. Головенчик, Г. Г. Трансформация рынка труда в цифровой экономике / Г. Г. Головенчик // Цифровая трансформация. – 2018. – № 4 (5). – С. 27–43.

5. Бровко, Н. А., Борбугулов М. У. Роль экономической интеграции в развитии науки [Текст] / Н. А. Бровко, М. У. Борбугулов // Вестник СИБИТ. – 2015. – №4 (16). – С. 25-27.

6. Бровко, Н.А. Цифровизация экономики стран ЕАЭС: опасения и перспективы [Текст] / Н.А. Бровко // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018 – №4. – Том 6. – С. 14-20.

7. Борисова Е.С., Комаров А.В. Современный рынок труда в условиях становления и развития цифровой экономики / Борисова Е.С., Комаров А.В. // Наука. Общество. Оборона (noo-journal.ru). – 2019. – № 3 (20). – С.18.

УДК: 338.48 (575.2)(04)

Г.К. Кантороева,
профессор кафедры Банковского дела,
Кыргызского Национального университета
им. Ж. Баласагына,
О.А. Москаленко,
доцент кафедры Экономики
Кыргызского Национального университета
им. Ж. Баласагына.

ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация: Электронная коммерция и информационные технологии, в настоящее время, плотно проникают во все сферы как экономического, так и государственного управления, не исключением является и Кыргызская Республика.

Как известно, туристская отрасль является перспективной в развитии национальной экономики Кыргызской Республики, но, к сожалению, данная отрасль не в полной мере использует современные возможности информационных технологий и электронной коммерции.

В статье рассматриваются субъекты туристской деятельности, осуществляющие свою деятельность на территории Кыргызской Республики, которые используют составляющие электронной коммерции для продвижения своих услуг на международный рынок туристских услуг.

Следует отметить, что использование информационных систем, процесса цифровизации и электронной торговли позволяет туристский потенциал республики использовать на международном рынке туристских услуг.

Ключевые слова: Интернет-технологии, интернет, электронная коммерция, интернет-аудитория, информационные ресурсы, экономика Кыргызской Республики, интернет – аудитория, интернет сайты и т.д.

Г.К. Кантороева,

Ж.Баласагын атындагы Кыргыз
Улуттук университетинин
Банк иши кафедрасынын доценти,
О.А. Москаленко,
Ж.Баласагын атындагы Кыргыз
Улуттук университетинин
Экономика кафедрасынын доценти.

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИСТТИК ТАРМАКТА ЭЛЕКТРОНДУК КОММЕРЦИЯНЫ ПАЙДАЛАНУУНУН БААЛУУЛУГУ

Аннотация: Электрондук коммерция жана маалыматтык технологиялар азыркы учурда экономикалык жана мамлекеттик башкаруунун бардык тармактарына күчтүү киришүүдө жана Кыргыз Республикасы да четте калбайт.

Белгилүү болгондой, туризм индустриясы Кыргыз Республикасынын экономикасын өнүктүрүүдө келечектүү, бирок, тилекке каршы, бул тармак маалыматтык технологиянын жана электрондук сооданын заманбап мүмкүнчүлүктөрүн толук пайдаланбайт.

Макалада Кыргыз Республикасынын аймагында өз ишин жүзөгө ашырып жаткан, эл аралык туристтик кызмат көрсөтүү рыногунда өз кызматтарын алга жылдыруу үчүн электрондук соода компоненттерин пайдаланган туристтик иш-аракеттердин субъекттери талкууланат.

Маалыматтык тутумдарды, санариптештирүү жараянын жана электрондук соода тутумун пайдалануу республиканын туристтик потенциалын туристтик кызматтардын эл аралык рыногунда колдонууга мүмкүнчүлүк берет.

Ачкыч сөздөр: Интернет технологиялары, интернет-аудиториянын, маалымат ресурстары, Кыргыз Республикасынын экономикасы, Интернет - аудиторияга, интернет сайттарды, ж.б.

G.K. Kantoroeva,
Professor [g](#) Department of Banking
Kyrgyz National University named after Zh. Balasagyna,
O.A. Moskalenko,
Associate Professor Department of Economics
Kyrgyz National University named after Zh. Balasagyna.

EVALUATION OF THE USE OF E-COMMERCE IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

Abstract: E-commerce and information technologies are now tightly penetrated into all spheres of both economic and public administration, and the Kyrgyz Republic is no exception.

As you know, the tourism industry is promising in the development of the national economy of the Kyrgyz Republic, but, unfortunately, this industry does not fully use the modern capabilities of information technologies and e-commerce.

The article considers the entities of tourism activity, which carry out their activities in the territory of the Kyrgyz Republic, which use the components of e-commerce to promote their services to the international market of tourism services.

It should be noted that the use of information systems, the process of digitalization and electronic commerce allows the tourism potential of the republic to be used in the international market of tourism services.

Keywords: Keywords: Internet technologies, the Internet, electronic commerce, Internet audience, information resources, economy of the Kyrgyz Republic, the Internet there is an audience, the Internet the websites, etc.

Туристская отрасль страны в последнее время начала активно развиваться, но чтобы выйти на мировой рынок и быть конкурентоспособной необходимо использовать современные и передовые интернет-разработки, в число которых входит и электронная коммерция, которые позволят более стремительно привлечь в данную отрасль дополнительное количество клиентов и сократить цепочку посредников между поставщиками и потребителями туристических услуг.

В Кыргызской Республике существуют достаточно основательная база использования электронной коммерции в туристской деятельности, развитие которой в последующие десятилетия было прогрессивным и стремительным, о чем свидетельствует проведенный анализ использования интернет технологий в экономике Кыргызстана.

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

По официальным данным Департамента Туризма Кыргызской Республики в 2018 году 59 процентов туристов, которые посетили Кыргызстан, использовали интернет ресурсы для получения информации как о самой стране, так и о предоставляемых туристских услугах в интернет-пространстве, что, несомненно, является положительной динамикой развития и использования современных методов продвижения и информированности туристских услуг Кыргызстана на международный туристический рынок.

Система электронной коммерции, которая используется в туристской отрасли Кыргызстана, представлена следующими объектами туристического бизнеса [2, с. 82-83]:

- Туристские компании и фирмы
- Горнолыжные базы
- Гостиницы и отели
- Курорты, санатории, профилактории
- Детские оздоровительные центры и комплексы (ДОЦ и ДОК)
- Базы отдыха, центры отдыха, гостевые дома, виллы
- Авиакомпании.

Электронная коммерция, используемая в туристских компаниях и фирмах Кыргызстана позволяет осуществлять основные туристские услуги:

- Покупка авиабилетов;
- Заказ и бронирование гостиниц на интернет-сайтах;
- Закат турпакета онлайн;

- Создание сайтов и интернет-систем туроператоров, гостиничных цепей, ресторанов и т.д.

Проведя оценку использования электронной коммерции в туристской отрасли Кыргызстана можно сделать следующие выводы, для оценки использования электронной коммерции использовался метод кабинетного исследования, т.е. в режиме он-лайн посещались сайты крупных и известных компаний Кыргызстана (рис. 1) [3, с.114].

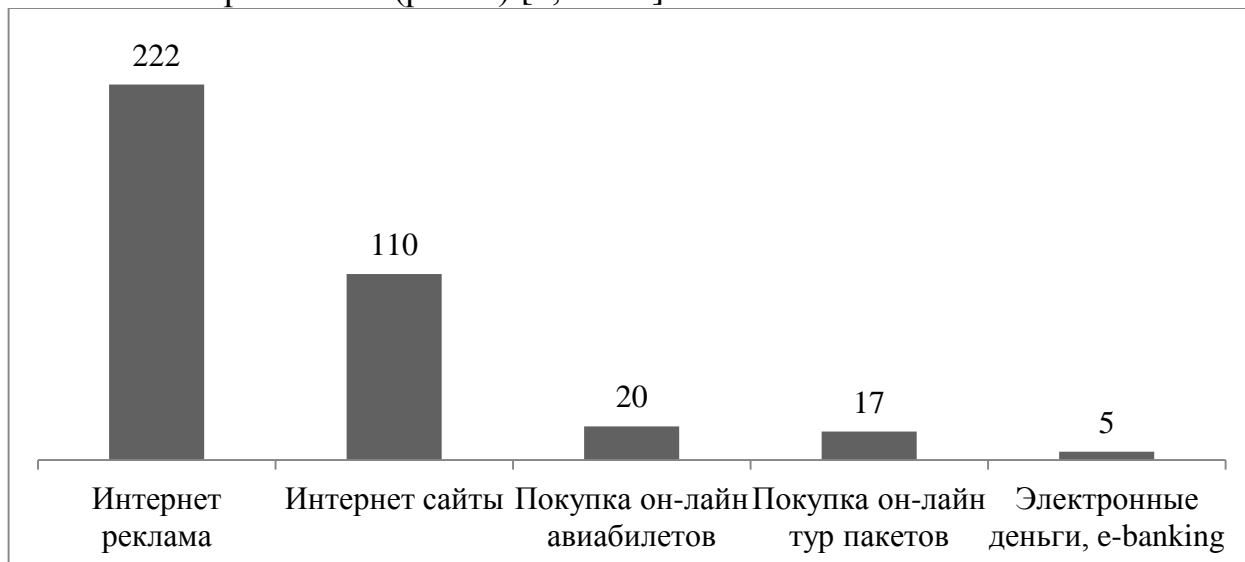


Рис. 1. Оценка использования электронной коммерции в туристских компаниях Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 1. Evaluation of the use of e-commerce in tourism companies of Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

В 2018 году в Кыргызстане, по данным, Национального Статистического комитета КР, осуществляли свою деятельность 3177 туристских агентства, из них, интернет рекламой пользуются 222, в число которых вошли Кыргызконцепт, Караван, Главтур, Муза, Макмал тур, Алия тревел, Ак-Сай тревел.

Количество горнолыжных баз, имеющие интернет рекламу составило 15 ед., 7 баз имеют сайты, систему он-лайн бронирования имеет 3 базы, а он-лайн бронирование и электронные деньги использует одна база (рис. 2) [9].

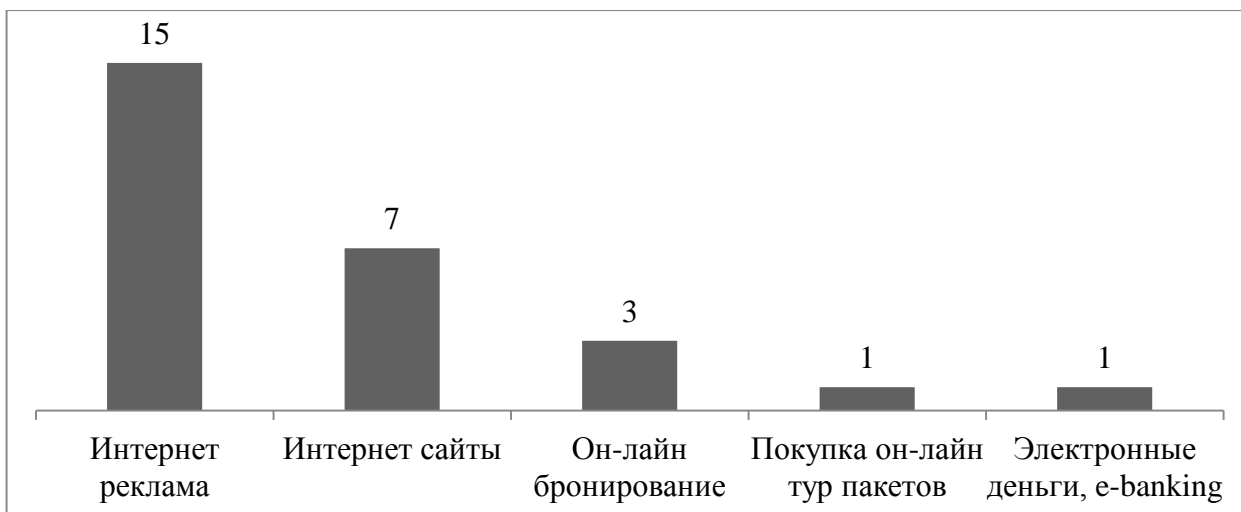


Рис. 2. Оценка использования электронной коммерции на горнолыжных базах Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 2. Evaluation of the use of e-commerce at the ski bases of Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

В категории гостиницы и отели интернет рекламой пользуются 182 ед., у 70 гостиниц есть собственные сайты и 42 используют он-лайн бронирование и 30 продают услуги он-лайн и 12 принимают электронные деньги (рис. 3).

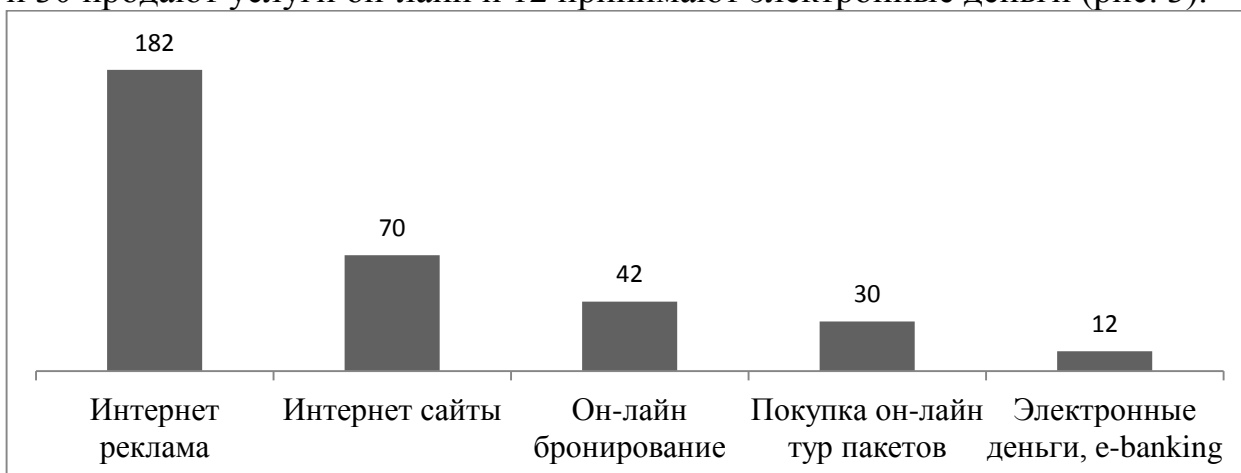


Рис. 3. Оценка использования электронной коммерции в гостиницах и отелях Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 3. Evaluation of the use of e-commerce in hotels and hotels in Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

По состоянию на конец 2018 г. насчитывается 88 санаторно-курортных учреждений. Интернет реклама курортов, санаториев, профилакториев насчитывается 31 единица, из них лишь 12 используют в своей деятельности интернет-сайты и 7 он-лайн бронирование, покупку он-лайн путевок осуществляет только 3 санатория из которых только 2 санатория принимают электронные деньги (рис. 4) [1, с. 19].

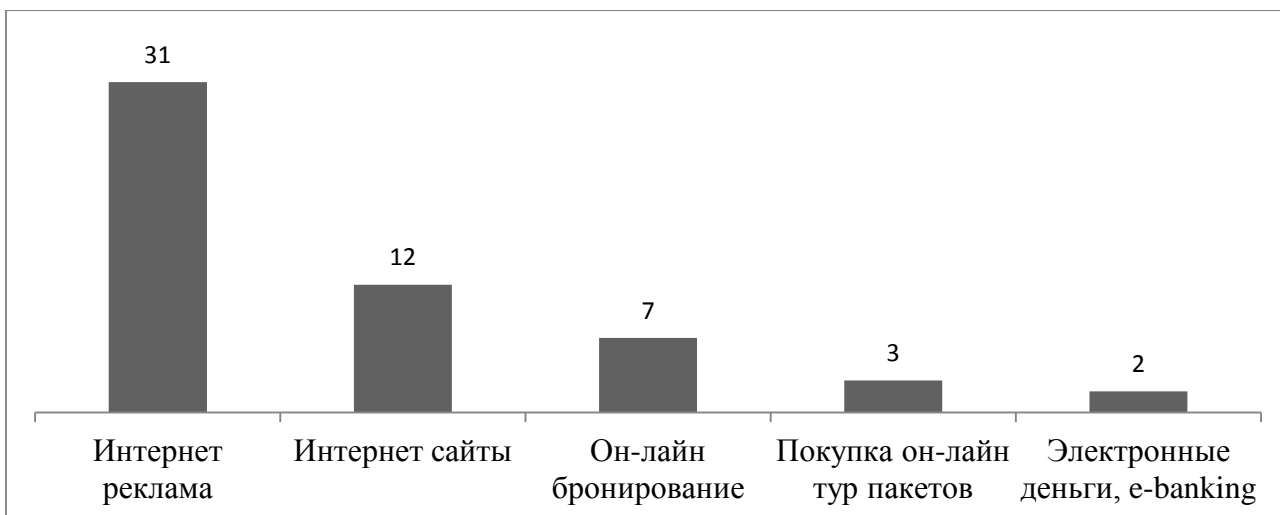


Рис. 4. Оценка использования электронной коммерции на курортах в санаториях и профилакториях Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 4. Evaluation of the use of e-commerce in resorts in sanatoriums and prophylactics in Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

Только 15 Детских оздоровительных центра используют интернет-рекламу и 2 центра имеют интернет-сайты (рис. 5).

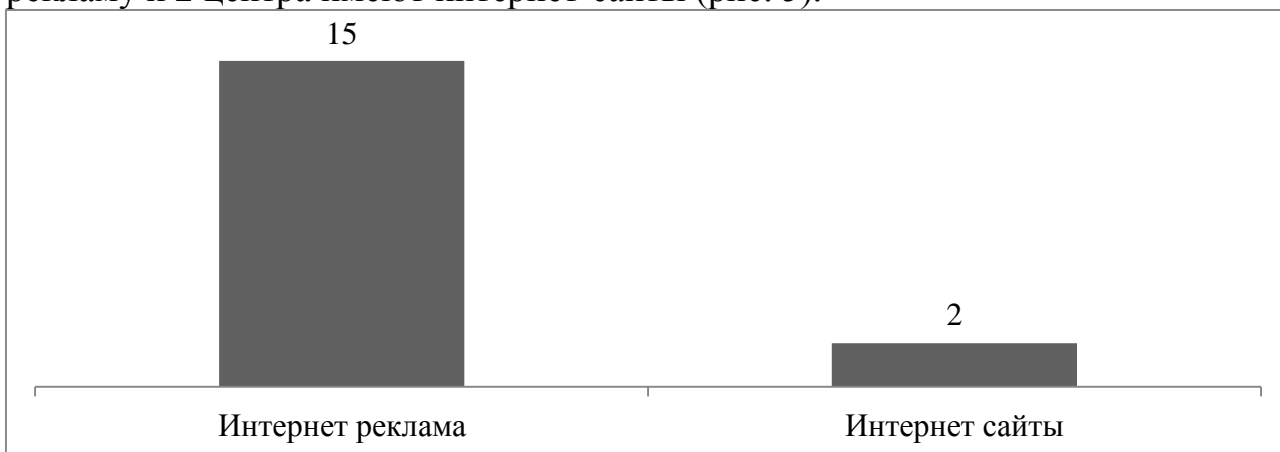


Рис. 5. Оценка использования электронной коммерции в детских оздоровительных центрах и комплексах Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 5. Evaluation of the use of e-commerce in children 's health centers and complexes of Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

В пансионатах, отелях, базах и центрах отдыха 252 объекта использует интернет-рекламу, 71 объект имеет собственный сайт и 53 используют он-лайн бронирование, он-лайн продажу путевок осуществляет 29 единиц, а электронные деньги использует 10 объектов (рис. 6).

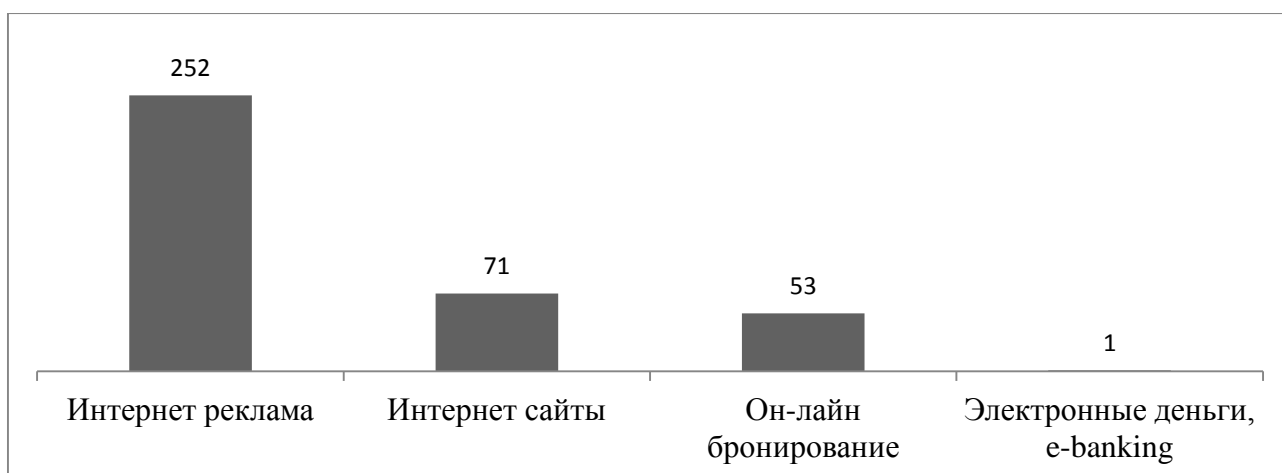


Рис. 6. Оценка использования электронной коммерции в пансионатах, отелях, базах и центрах отдыха, гостевых домах и виллах Кыргызстана в 2018г. (ед.)
 Fig. 6. Evaluation of the use of e-commerce in boarding houses, hotels, bases and recreation centers, guest houses and villas of Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

Наиболее эффективно система электронной коммерции используется авиакомпаниями, из 5 компаний все используют интернет-рекламу, все имеют собственные сайты, (рис. 7) [7, с. 31].

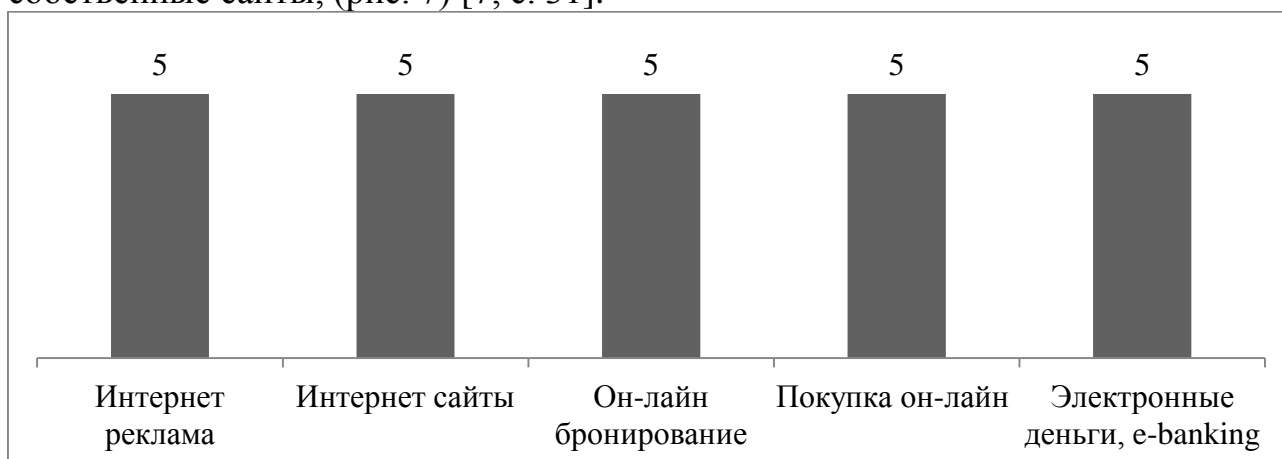


Рис. 7. Оценка использования электронной коммерции в авиакомпаниях Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 7. Evaluation of e-commerce usage in Kyrgyzstan airlines in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

В 2018 г., непосредственно, интернет-рекламу используют 722 компании (таблица 1) [9].

Таблица 1

Оценка эффективности использования электронной коммерции в туристской отрасли Кыргызстана в 2018 г.

Table 1

Evaluation of e-commerce efficiency in the tourism industry of Kyrgyzstan in 2018

	Интернет реклама	Интернет сайты	Он-лайн бронирование	Покупка он-лайн туров (услуг)	Эл. деньги
Туристские агентства	222	110	20	17	5
Горнолыжные базы	15	7	3	1	1
Гостиницы	182	70	42	30	12
Курорты, санатории, профилактории	31	12	7	3	2
ДОЦ и ДОК	15	2	0	0	0
Пансионаты, отели и др.	252	71	53	29	10
Авиакомпании	5	5	5	5	5
ИТОГО	722	277	130	85	35

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

Интернет сайты разработаны и функционируют у 277 компаний, наибольшее количество компаний, использующих интернет-рекламу приходится на туристские агентства – 222 ед., пансионаты, отели – 252 ед., и гостиницы – 182 ед., наибольшее количество интернет-сайтов приходится на туристские агентства - 110 ед.

Он-лайн бронирование туристских услуг предлагают 130 предприятий, из которых 53 ед. приходится на пансионаты и отели, 42 гостиницы используют он-лайн бронирование и 20 туристских агентств используют данную услугу. Продажу он-лайн туров и услуг осуществляют 85 компаний, из которых 29 пансионатов и отелей, 30 гостиниц и 17 туристских агентств, 35 предприятий используют электронные деньги, наибольшее количество приходится на гостиницы – 12 ед. и пансионаты и отели – 10 ед. (рис. 8) [9].

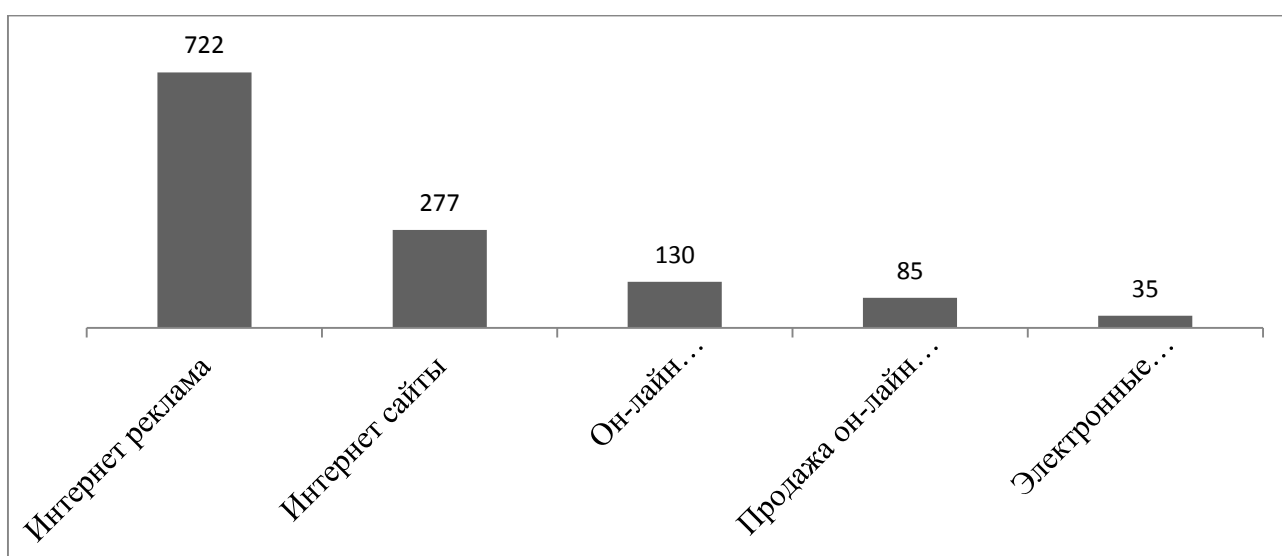


Рис. 8. Оценка эффективности использования электронной коммерции в туристской отрасли Кыргызстана в 2018г. (ед.)

Fig. 8. Evaluation of e-commerce efficiency in the tourism industry of Kyrgyzstan in 2018 (unit)

Источник: составлено автором по данным <http://yellowpages.akipress.org/>

Уровень развития электронной коммерции в туристской отрасли страны можно оценить используя метод SWOT-анализа (табл. 2).

Изучив все позиции предложенной методики можно предположить, что к сильным сторонам использования электронной коммерции в туристской отрасли относятся возможность расширить рынок сбыта, сократить временные затраты для выбора тура, сократить стоимость тура за счет сокращения цепочки посредников, повысить качество и скорость обслуживания потенциальных клиентов.

В качестве предполагаемых возможностей использования электронной коммерции в туристской отрасли можно выделить повышение информированности клиентов, дополнительное поле для рекламы туристских услуг, возможность обеспечения контроля со стороны государственных органов в отношении качества предоставляемых услуг.

Таблица 2

SWOT-анализ рынка электронной коммерции в туристской отрасли Кыргызской Республики

Table 2

SWOT-analysis of e-commerce market in the tourism industry of the Kyrgyz Republic

Сильные стороны	Возможности
1. Расширение рынка сбыта (интернет аудитория)	1. Повышение информированности потенциальных клиентов о туристском потенциале региона
2. Сокращение количества посредников	2. Дополнительная рекламная площадка для туристских услуг
3. Сокращение затрат времени на поиск нужного тура	3. Легкость навигации и простота поиска нужного тура или услуги
4. Снижение себестоимости услуг	4. Дополнительный контроль со стороны государства за качеством оказываемых услуг
5. Повышение качества и скорости обслуживания	5. Повышение налоговых поступлений от сферы туризма за счет вывода из тени части туристских компаний
Слабые стороны	Угрозы
1. Слабая развитость интернет-технологий в стране	1. Повышение количества «недобросовестных фирм» - «фирм однодневок»
2. Низкий уровень проникновения интернета в стране	2. Слабое обеспечение конфиденциальности информации
3. Неполное использование возможностей контента – низкая кастомизация	3. Незащищенность (угроза) взлома ресурса

4. Охват в большей степени молодой аудиторией	4. Сокращение количества мелких фирм-посредников
---	--

Источник: составлено автором

К слабым сторонам развития электронной коммерции можно отнести неразвитость интернет-технологий и низкий уровень проникновения интернета в стране, недостаточно полное использование всех возможностей контента, ориентация на молодую аудиторию. А к угрозам, можно отнести, повышение «недобросовестных фирм», недостаточное обеспечение конфиденциальности информации и большая вероятность взлома ресурса.

Использование интернет-технологий в экономике Кыргызстана позволят наиболее эффективно использовать электронную коммерцию в развитии туристской отрасли Кыргызстана, а использование интернет технологий в туристской отрасли Кыргызстана позволит расширить как въездной, так и выездной туризм.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Москаленко О.А. Экономические основы развития электронной коммерции и ее роль в развитии туристской отрасли Кыргызской Республики: Автореферат дисс... канд. эк. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ienaskr.org/uploads/files/17_10_07_23-71.pdf – Дата доступа: 18.10.2019.
2. Москаленко О.А. Анализ рынка электронной коммерции и интернет-технологии в туристской отрасли Кыргызстана: на примере въездного туризма // Реформа. - 2016.- № 1 (69).- С. 80-84.
3. Отдых, туризм, туристические организации, гостиницы и отели // Режим доступа <http://yellowpages.akipress.org/>. – Дата доступа: 19.10.2019.

УДК 330.322.011

Н. Ф. Корсун, доцент, М. М. Кондровская, старший преподаватель,
учреждение образования «Белорусский государственный
аграрный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ОКУПАЕМОСТИ РЕСУРСОВ И ОЧЕРЕДНОСТИ ОСВОЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗРЕЗЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНОВ

Аннотация: Целями и задачами региональной политики является создание и упрочение единого экономического пространства; относительное выравнивание условий социально-экономического развития регионов; приоритетное развитие регионов, имеющих