

Оценка существующего положения туристического сектора Кыргызстана

Методология исследования



Цель исследования: Оценка существующего положения зимнего туризма в Кыргызстане. Изучение опыта посещения туристами зимних мест отдыха Кыргызстана.



География исследования: Кыргызская Республика, страны СНГ, Европы и Азии



Методология исследования: Онлайн опрос посредством распространения ссылки на анкету через группы в соц.сетях, публикаций на сайтах, рассылка туроператорами



Выборка исследования: 273 интервью



Целевая аудитория: Люди, которые за последние 5 лет совершали туристические поездки в/по Кыргызстан (-у) в зимний период времени



Анкета: состояла из 28 вопросов, разработанных на платформе онлайн опроса Unipark, разработанную представителями Университета Люцерн (HSLU).

Язык опроса: английский, русский, кыргызский

Период опроса: апрель-май 2020



Цель исследования: Оценка существующего положения зимнего туризма в Кыргызстане. Анализ положения бизнеса в сфере туризма и оценка влияния COVID-19 на их деятельность



География исследования: г.Бишкек, г.Каракол, Чуйская и Иссык-Кульская области



Методология исследования: Личный опрос с использованием планшетов (ТАPI), онлайн опрос



Выборка исследования: 100 интервью и 41 интервью (8 заполнено частично)



Целевая аудитория: владельцы или руководители бизнеса сферы туризма

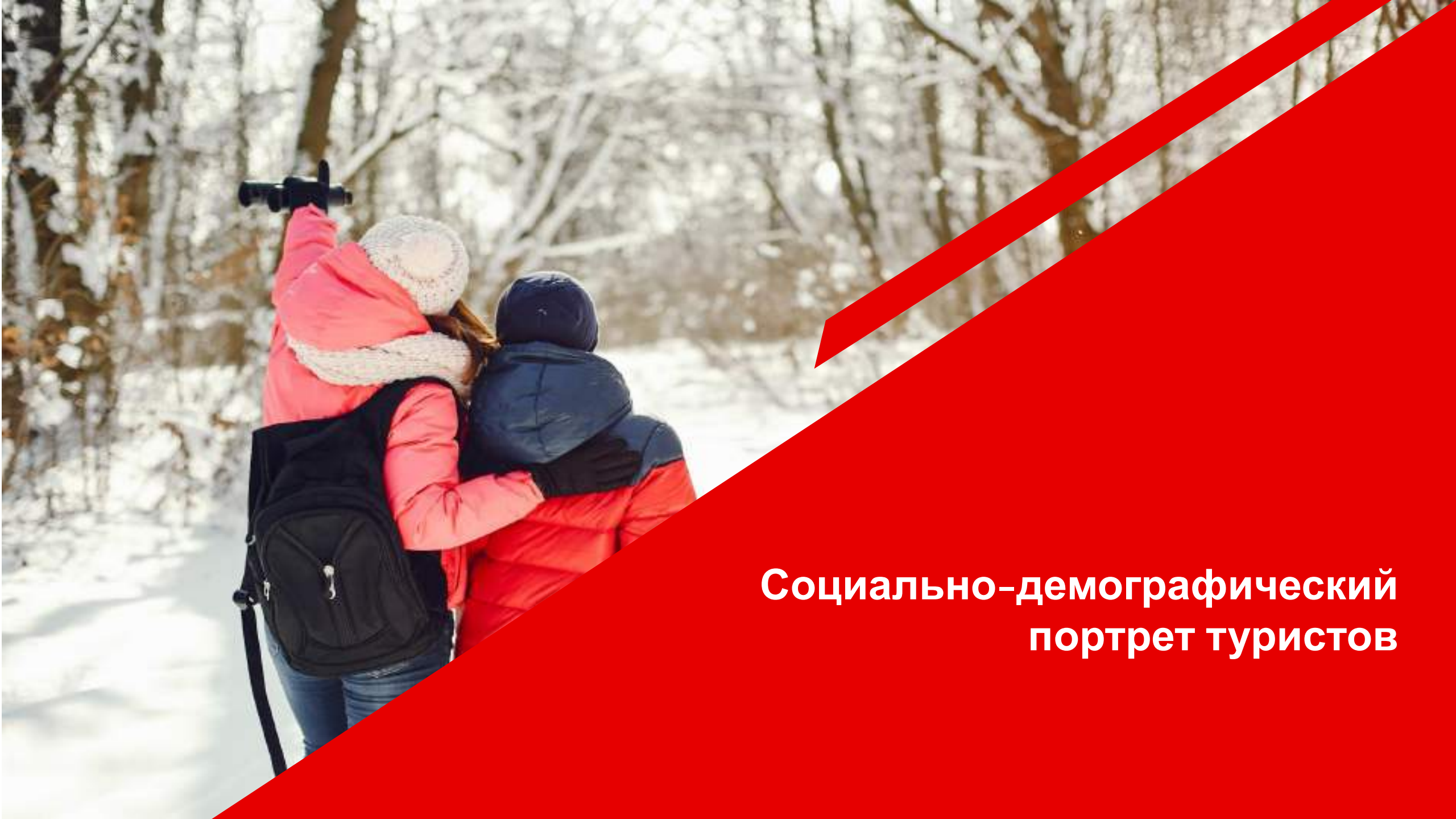


Анкета: состояла из 48 вопросов для опроса методом ТАPI на платформе Simple Forms и из 20 вопросов для онлайн опроса на платформе Lime Survey

Языки опроса: русский, кыргызский

Период опроса: май 2020

Онлайн опрос – продолжение исследования IFC по влиянию коронавируса на деятельность тур. бизнеса



**Социально-демографический
портрет туристов**

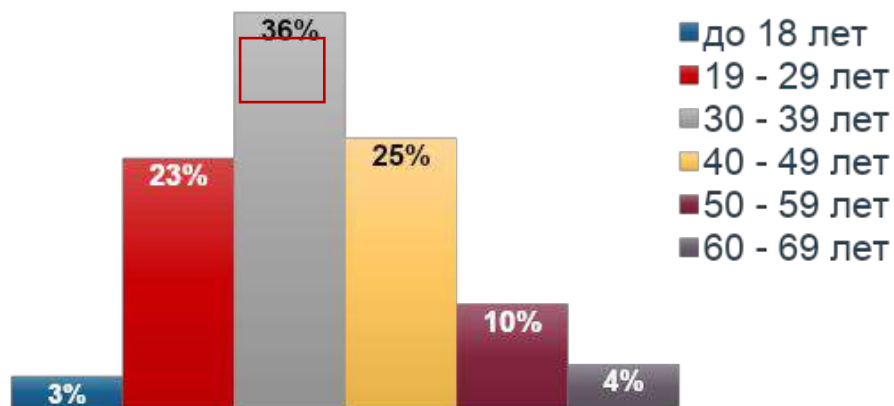
Социально-демографический портрет

Пол, N=273

67%
мужчин

32%
женщин

Возраст респондентов, N=273



Страна проживания респондентов, N=273



36% в возрасте 30–39 лет. В этой категории – 56% респондентов из Кыргызстана, 12% – из стран СНГ, 32% – туристы из Европейских / Американских стран.

Уровень образования респондентов, N=273



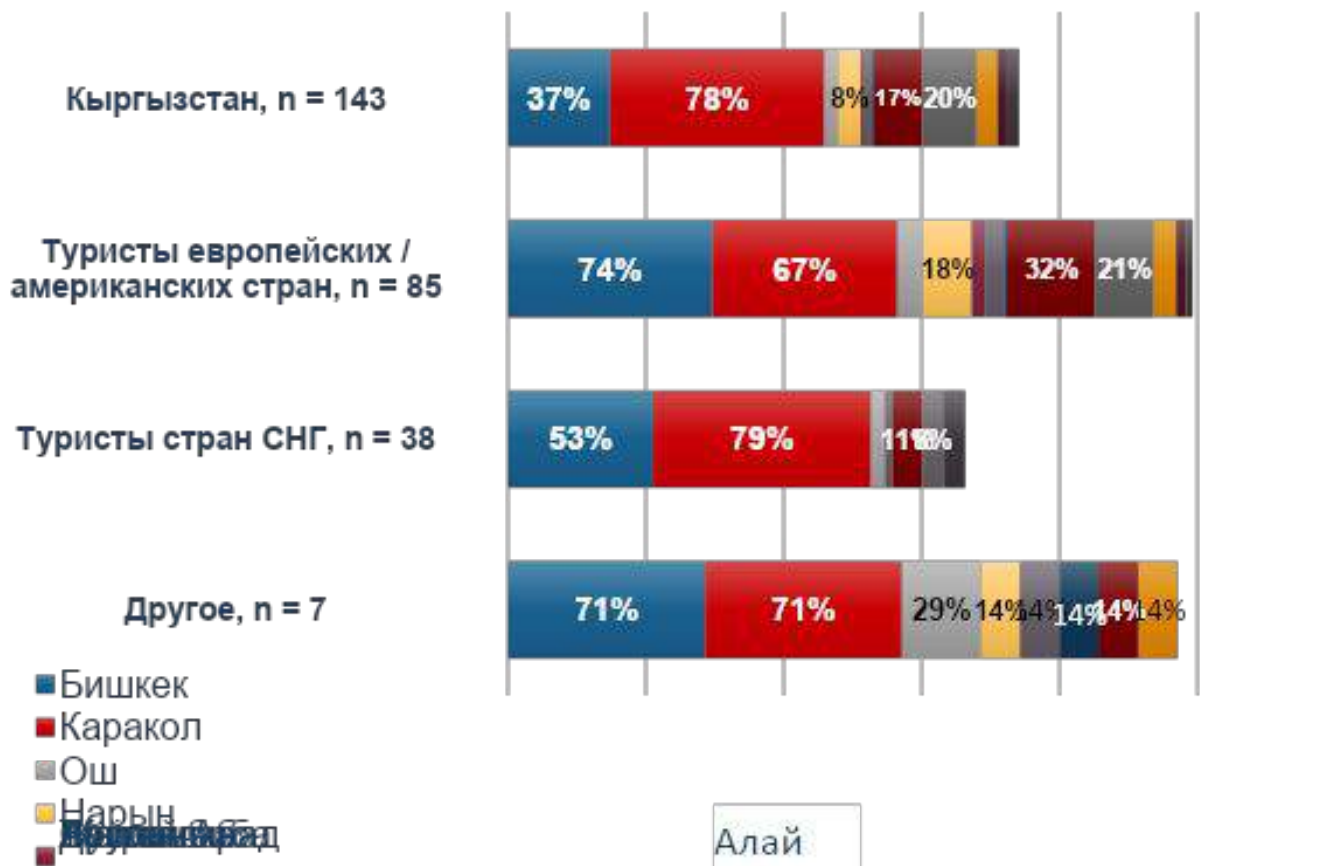
Места посещения

Самые посещаемые места зимнего туризма, N=273



Пожалуйста, укажите место, которое Вы выбрали?

Места зимнего туризма по гражданству



Туристы из стран СНГ и внутренние туристы чаще всего выбирают **Каракол** как их зимнее туристическое направление - 78% и 79% респондентов соответственно.

Туристы из Европейских/Американских стран чаще посещали **Бишкек (74%), Жыргалан и Суусамыр** также является привлекательным местом их зимнего отдыха, 32% и 21%.

Поездка в другие страны как часть поездки в Кыргызстан

Поездки в другие страны как часть поездки в Кыргызстан, n=130



Посещали ли Вы одну из следующих стран в рамках этой поездки в Кыргызстан?

Казахстан и Узбекистан посещают 13% и 12% туристов соответственно в рамках поездки в Кыргызстан. Среди этих туристов 94% - не являются гражданами Казахстана, и Узбекистана.

Поездка в Казахстан как часть поездки в Кыргызстан по гражданству туристов, n=17



Поездка в Узбекистан как часть поездки в Кыргызстан по гражданству туристов, n=16



- При этом в рамках поездки в Кыргызстан, **Казахстан и Узбекистан** чаще посещают граждане **США** (24% и 31% соответственно).
- Около 75% туристов посещающих Казахстан и Узбекистан в возрасте 19-29 лет, 40-49 лет.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

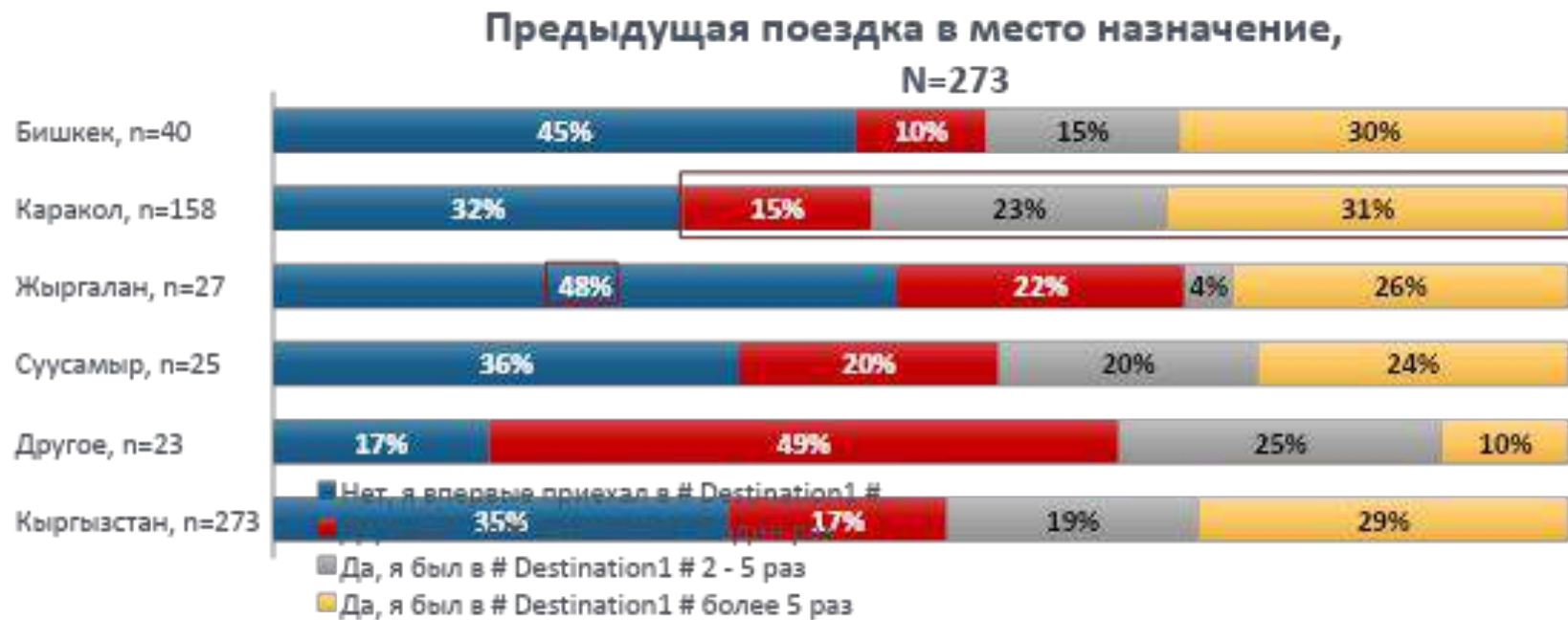
Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER

State Secretariat for Economic Affairs SECO



Предыдущие поездки в места зимнего туризма



Более трети респондентов (35%) впервые отправились в место зимнего туризма.

Почти 30% участников опроса побывали в текущем пункте назначения более 5 раз.

Приезжали ли Вы раньше как турист в #Destination1# с остановкой хотя бы на одну ночь?

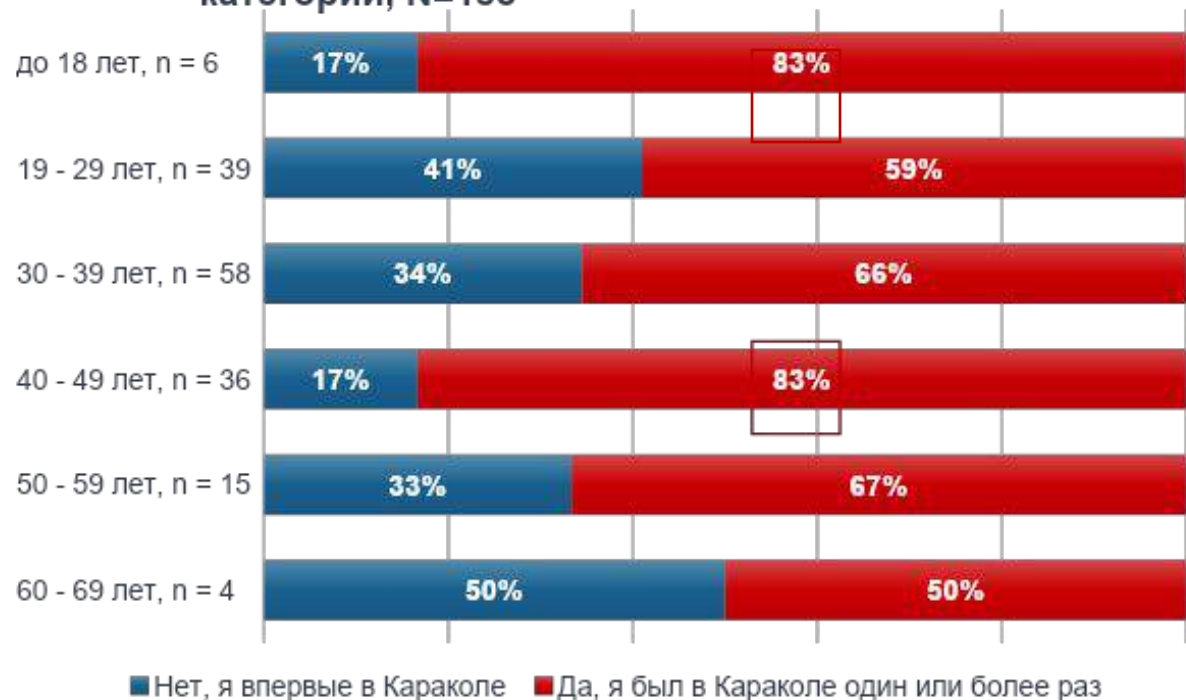
30% и 31% участников опроса, которые посетили Бишкек и Каракол были в данных местах более 5 раз.

Почти половина опрошенных побывала в Жыргалане впервые. Жыргалан только недавно стал известен как пункт назначения ввиду активного продвижения данной локации проектом USAID BGI (Business Growth Initiative).



Предыдущие поездки в места зимнего туризма

Предыдущие поездки в Каракол по возрастной категории, N=158



Предыдущие поездки в Каракол по гражданству



Приезжали ли Вы раньше как турист в #Destination1# с остановкой хотя бы на одну ночь?

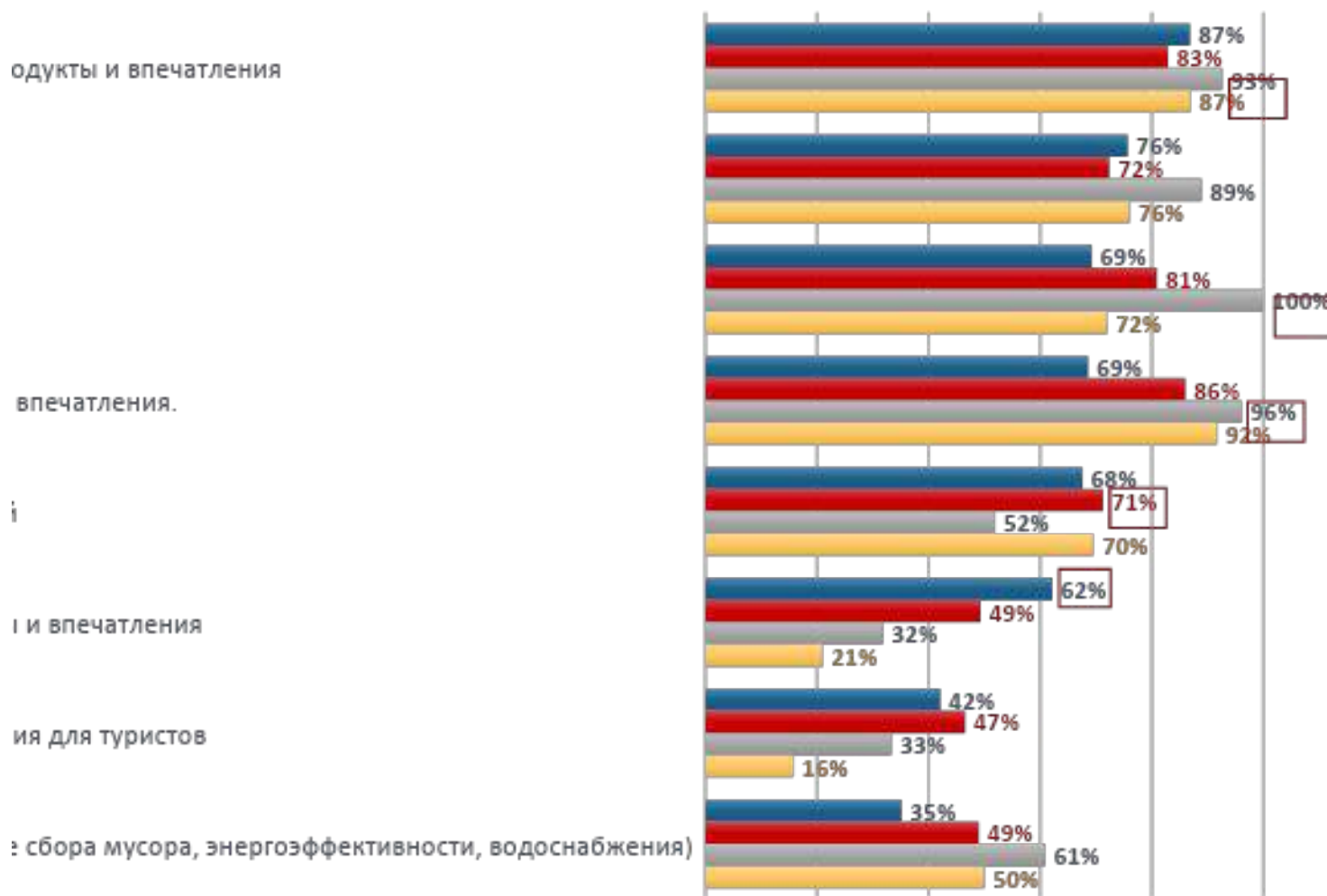
Абсолютное большинство туристов в возрастных категориях от 40 до 49 лет и до 18 лет совершали поездки в Каракол неоднократно.

Большая часть участников опроса из европейских и американских стран никогда не были в Караколе ранее – 62%, в то время как 60% туристов стран СНГ ранее посещали Каракол.



Восприятие мест зимнего туризма

Портрет мест зимнего туризма



■ Бишкек, n=37 ■ Каракол, n=153 ■ Жыргалан, n=27 ■ Суусамыр, n=23

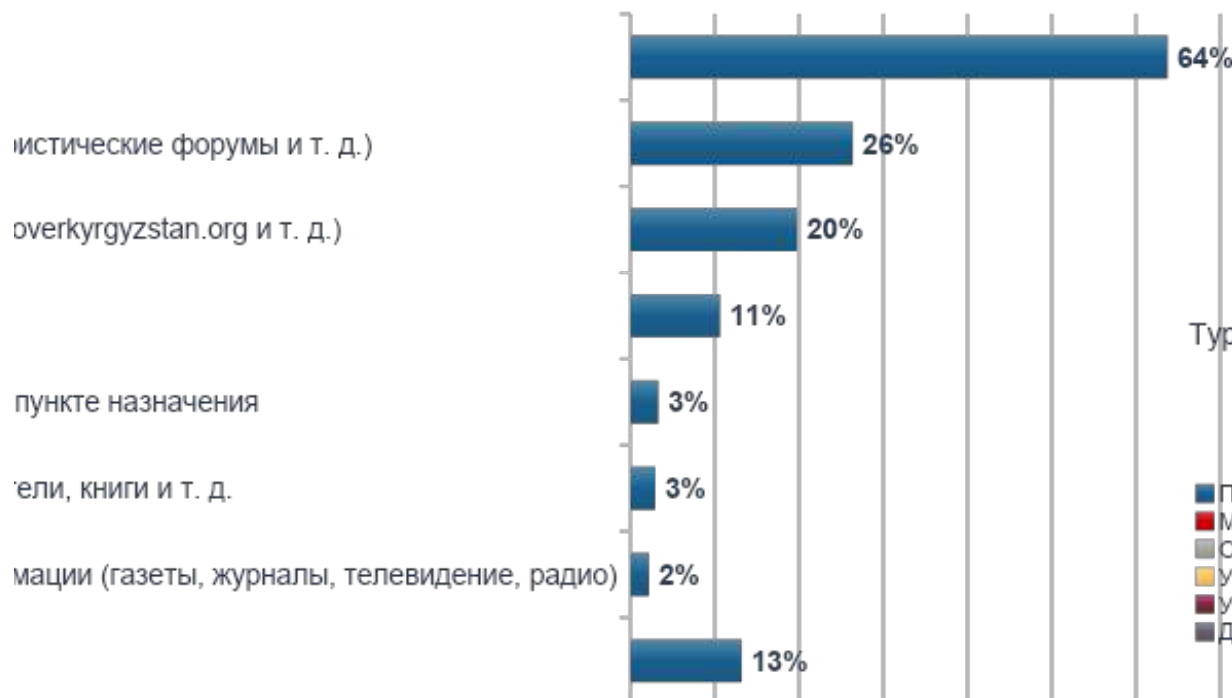
Бишкек как зимнее туристическое направление выделяется из других мест своим **хорошим культурным впечатлением** – 62%.

Около 71% опрошенных, посетивших Каракол, согласны с утверждением, что место подходит для **семейного отдыха**.

Абсолютное большинство туристов, посетивших Жыргалан, согласились со следующими утверждениями: **место оставляет хорошее впечатление от природы** – 93%, **уникальное и аутентичное** – 89%, **гостеприимное** – 100%, **предлагает хорошие снежные турпродукты** – 96%. Однако упомянутые выше заявления также были отмечены большинством респондентов и по остальным направлениям.

Заявления, соответствующие таким критериям как **предлагающее хорошие культурные турпродукты, хорошие исторические впечатления и экологичности**, являются наименее соответствующими критериями мест зимнего отдыха.

Источники информации, N=273



Организация поездки по гражданству



- Полностью независимое путешествие: я сам организовал каждый аспект этой поездки
- Минимальное участие туроператора: туроператор предоставил информацию
- Основное участие туроператора: Туроператор предоставил базовые заказы за отдельную плату
- Участие туроператора в Кыргызстане: туроператор в Кыргызстане организовал большинство услуг
- Участие международного туроператора: не кыргызский туроператор управлял пакетом
- Другое, пожалуйста, укажите:

Из каких источников Вы получили информацию для Вашей поездки в #Destination1#?

Примерно 65% участников опроса получили советы от друзей и родственников в качестве источника информации о поездке в последний зимний сезон. Почти такой же процент туристов, посетивших Каракол и Бишкек, принял решение по совету друзей.

Кроме того, 46% респондентов указали, что интернет является источником информации о месте назначения зимней поездки – для 26% это социальные сети и для 20% это веб-сайты.

Примерно 30% туристов из европейских и американских стран организовали свою поездку с помощью услуг, предоставленных кыргызскими туроператорами, а также 38% из них организовали поездку самостоятельно.

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

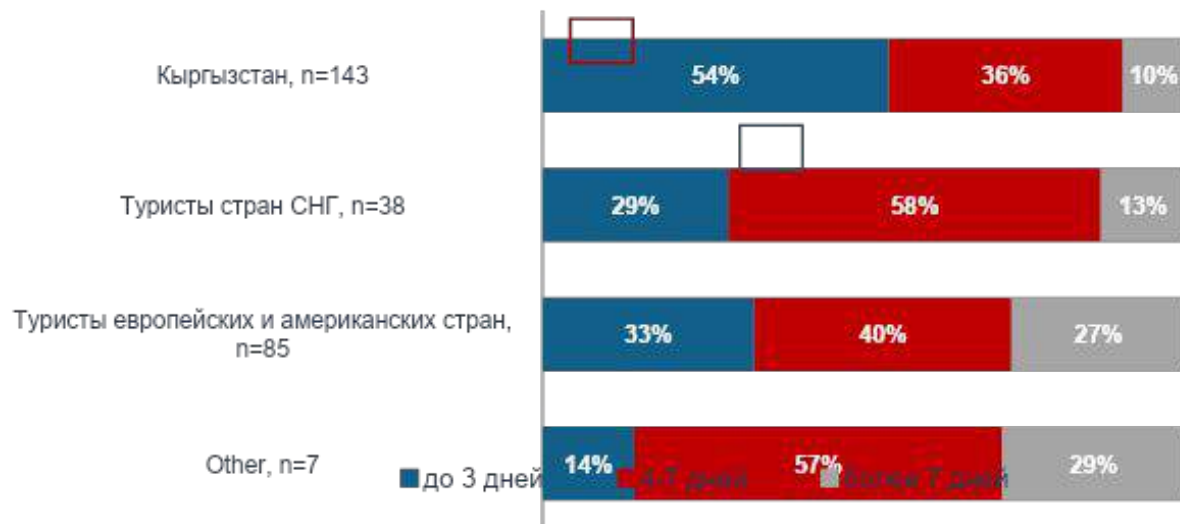
Swiss Confederation



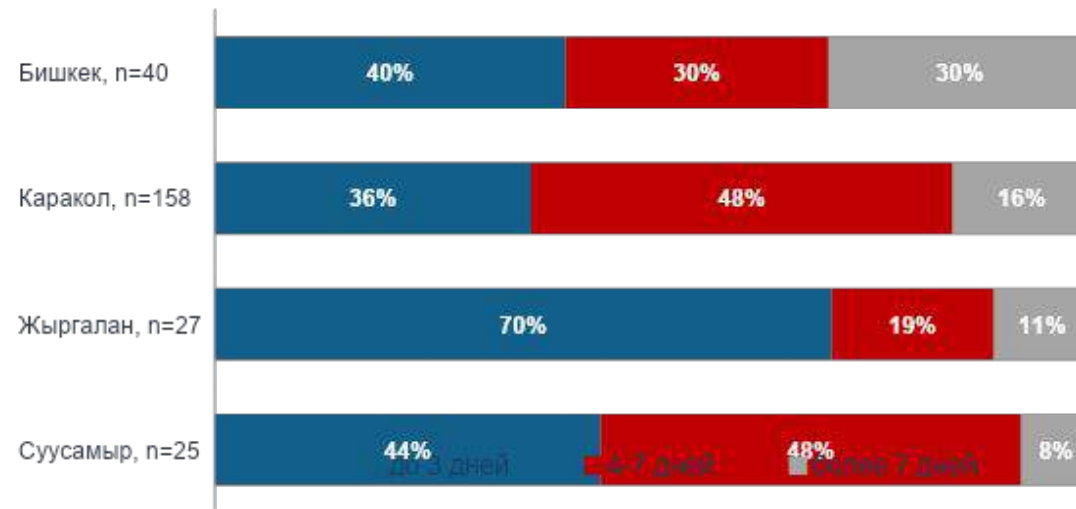
Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Продолжительность пребывания

Продолжительность пребывания в дестинации по гражданству



Продолжительность пребывания по месту зимнего отдыха



Сколько дней Вы провели в #Destination1# в рамках Вашей поездки?

- Около 50% опрошенных, которые побывали в **Караколе**, останавливались там в течение 4-7 дней, тогда как в **Жыргалане** 70% туристов оставались не более 3 дней.
- В среднем респонденты пробыли в выбранном зимнем направлении 5 дней.
- Гостевой дом – это тип размещения, который выбрали большинство респондентов, посетивших **Бишкек** – 33% и **Каракол** – 48%. В **Жыргалане** туристы чаще (63%) выбирали **юрты** в качестве места своего размещения, **курорт (горнолыжный курорт другие близлежащие курорты)** в **Суусамыре** – 72%.
- Около 70% туристов, которые останавливались в **юртах** – это туристы из **Европейских / Американских стран**. Вероятно, это можно объяснить тем, что иностранцы с Запада всегда интересуются **аутентичными кыргызскими культурными аспектами**, так как **юрта** является его частью.



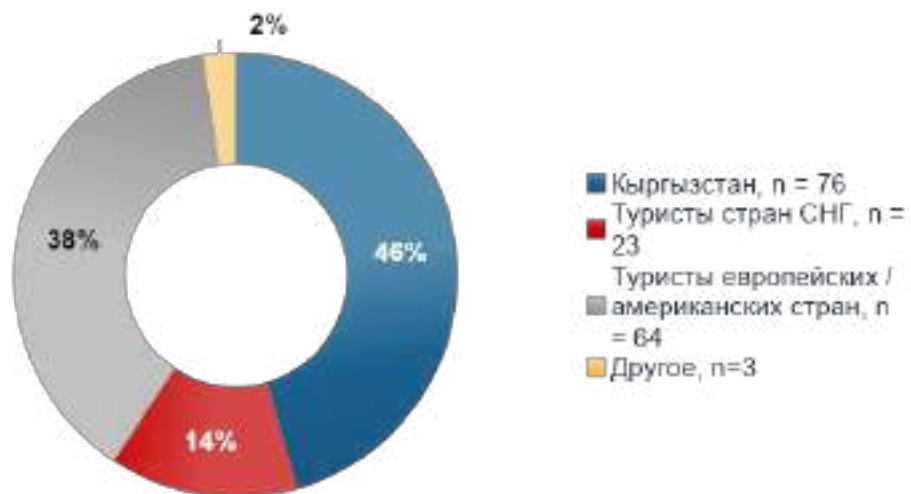
Виды отдыха в месте зимнего туризма

Топ-5 ежедневных видов активности, N=273



Какими видами отдыха Вы занимались во время Вашей поездки в #Destination1#?

Времяпровождение на природе по гражданству



Среди тех, кто проводил время на природе каждый день, 46% – туристы из Кыргызстана. В основном эту повседневную деятельность осуществляют респонденты в возрастной группе 30-39 лет.

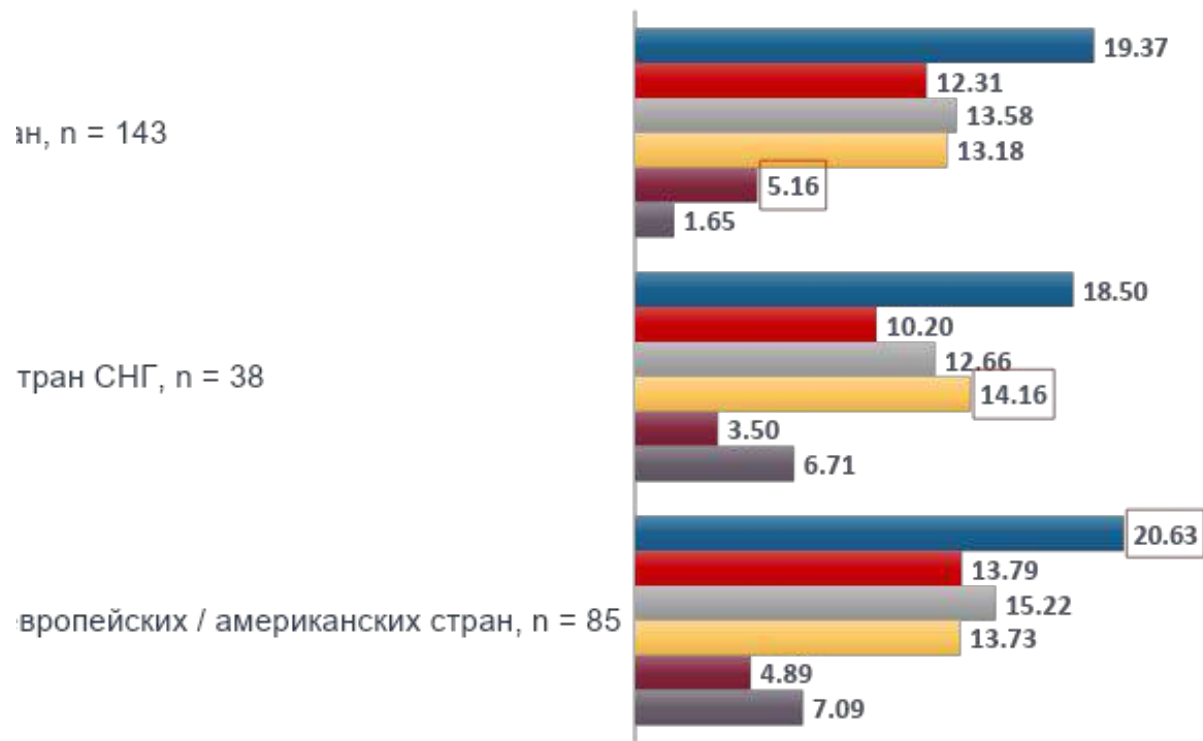
Местные туристы и туристы стран СНГ ежедневно или довольно часто занимаются классическим катанием на лыжах, в то время как туристы из Европы/Америки чаще занимаются фрирайд катанием.

Частые виды активности по гражданству туристов, N=273



Условия проживания в месте зимнего туризма

Средние затраты по гражданству туристов, USD



Туристы из Европейских / Американских стран тратили в среднем **20.63 USD на проживание** что больше, чем у любой другой группы респондентов. Кроме того, они тратили в среднем **13.79 USD на транспорт** и **15.22 USD на продукты питания и напитки** что больше, чем затраты туристов из Кыргызстана и стран СНГ.

Туристы из стран СНГ тратят больше на развлечения – **14.16 USD** в среднем.

Местные туристы имеют большие расходы на аренду зимнего оборудования, чем другие – **5.16 USD**.

- Проживание
- Транспорт
- Продукты питания и напитки
- Активности/мероприятия
- Аренда зимнего снаряжения
- Сувениры



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER

State Secretariat for Economic Affairs SECO

Удовлетворенность туристов поездкой

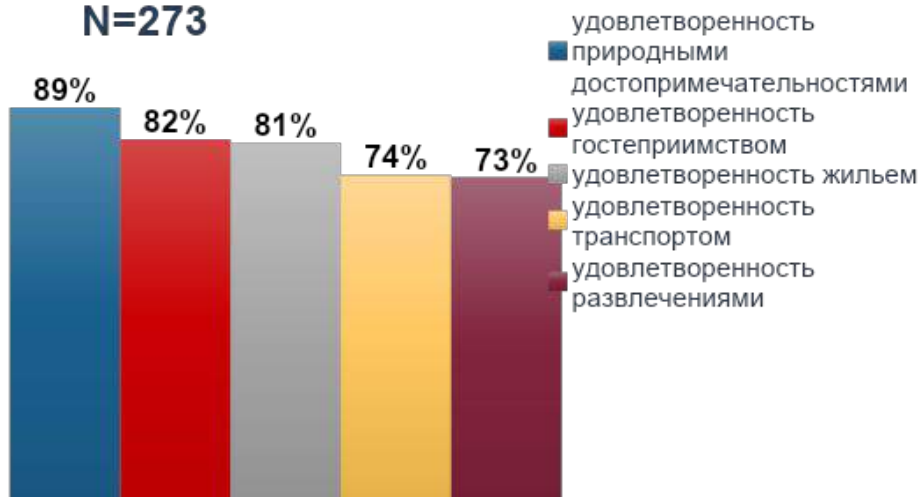
Общая удовлетворенность поездкой, N=273



Насколько Вы были довольны следующим?

Большинство участников опроса **довольны** своей зимней поездкой в пункт назначения – 92%, причем 64% из них **удовлетворены** полностью.

Топ-5 аспектов удовлетворенности, N=273



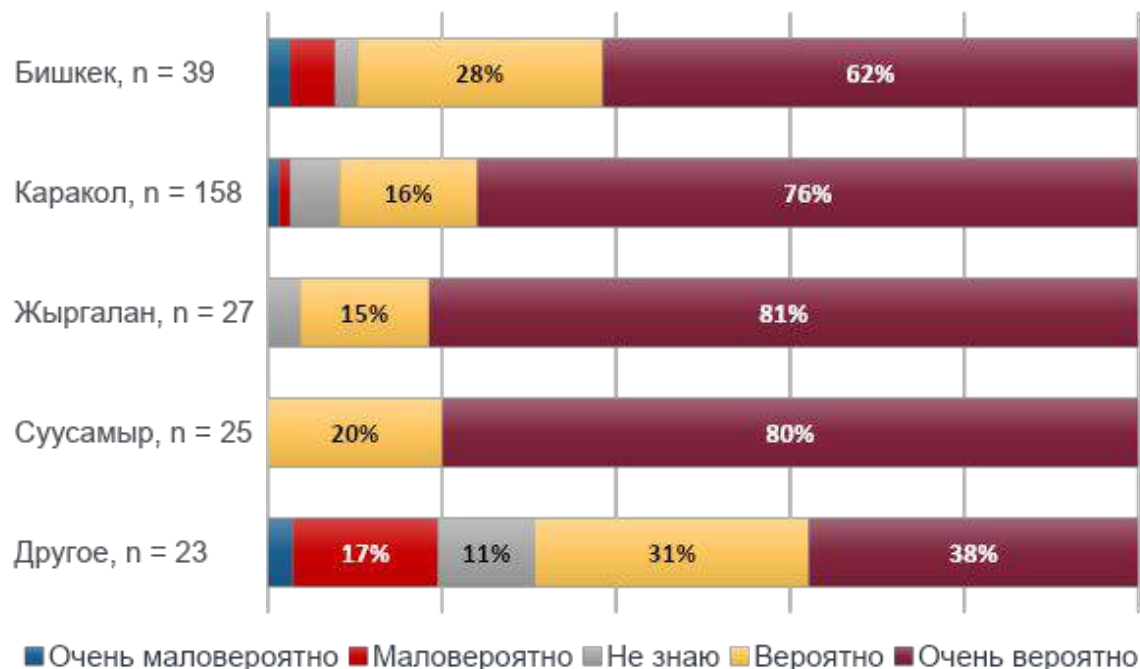
Насколько туристы были довольны поездкой в пункт назначения / Очень доволен



Очевидно, что туристы посетившие Каракол чуть менее довольны своей поездкой, чем посетители других мест.

Вероятность поездки в Кыргызстан в предстоящем сезоне

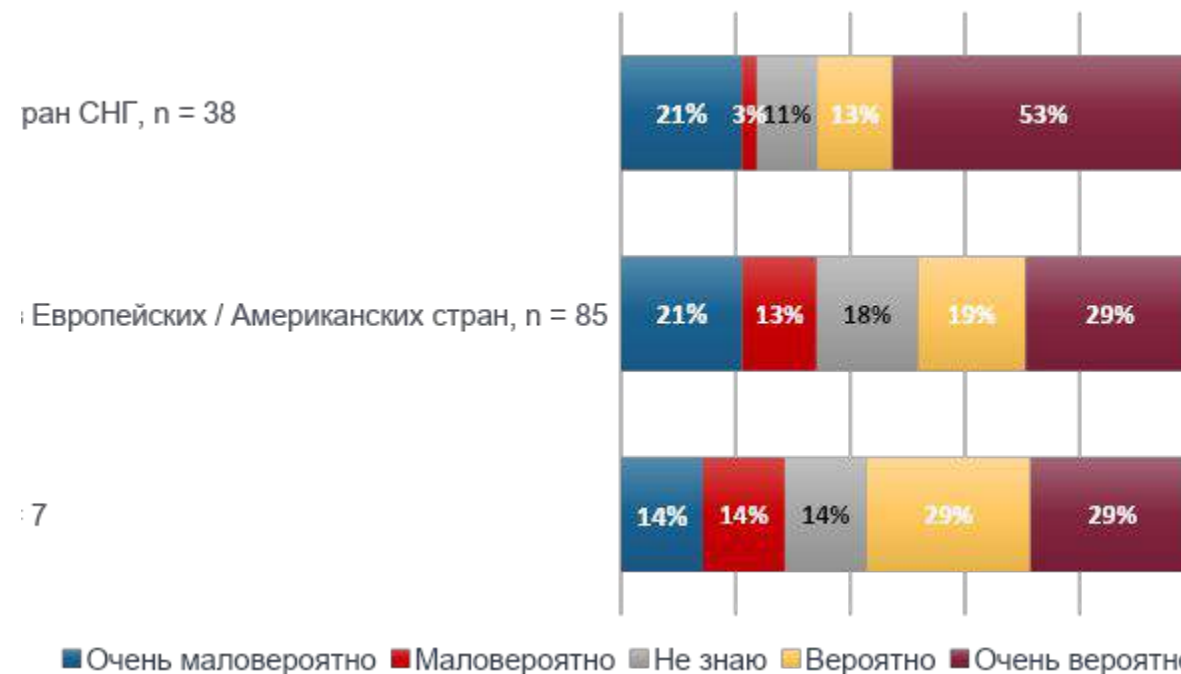
Рекомендация поездки в место зимнего туризма



Какова вероятность того, что Вы порекомендуете поездку в #Destination1#?

Не зависимо от места посещения, **80%** туристов из **Европы/Америки** вероятнее всего порекомендуют другим место своего посещения.

Вероятность возврата в Кыргызстан



Насколько вероятно то, что Вы вернетесь в #Destination1# в предстоящем зимнем сезоне?

Туристы из стран СНГ с большей вероятностью вернутся в Кыргызстан в предстоящем зимнем сезоне: **53%** из них – **очень вероятно**, **13%** – **вероятно**.

Преобладает также доля туристов из **Европейских / Американских стран**, которые, скорее всего, вернутся в Кыргызстан: **29%** – **очень вероятно**, **19%** – **вероятно**.

- Самые популярные места зимнего туризма: **Каракол** – 74% респондентов посетили данную дестинацию, и **Бишкек**, который посетили 52% участников опроса.
- Туристы из стран СНГ и из Кыргызстана чаще посещают **Каракол** в качестве места зимнего туризма – 79% и 78% респондентов соответственно.
- **Свыше 70% туристов не посещали никакие другие страны** в рамках их поездки в Кыргызстан.
- **Почти 30%** участников опроса побывали в текущем пункте назначения **более 5 раз**.
- Среди посетителей Каракола, абсолютное большинство внутренних туристов и туристов из стран СНГ имели опыт посещения данной локации ранее.
- По времени пребывания в месте отдыха 43% респондентов находились в дестинации 3 дня или менее, 41% – от 4 до 7 дней, и 16% – более 7 дней.
- Среди видов отдыха, которыми респонденты **занимались каждый день**, выделяются: времяпровождение на природе – 61%, классическое катание на лыжах – 34%, фрирайд катание на лыжах – 19%, посещение спортивных мероприятий – 17%, катание на бэбкантри лыжах – 13%.
- В среднем туристы из стран Европы/Америки потратили больше средств на отдых, чем внутренние туристы и туристы из стран СНГ.



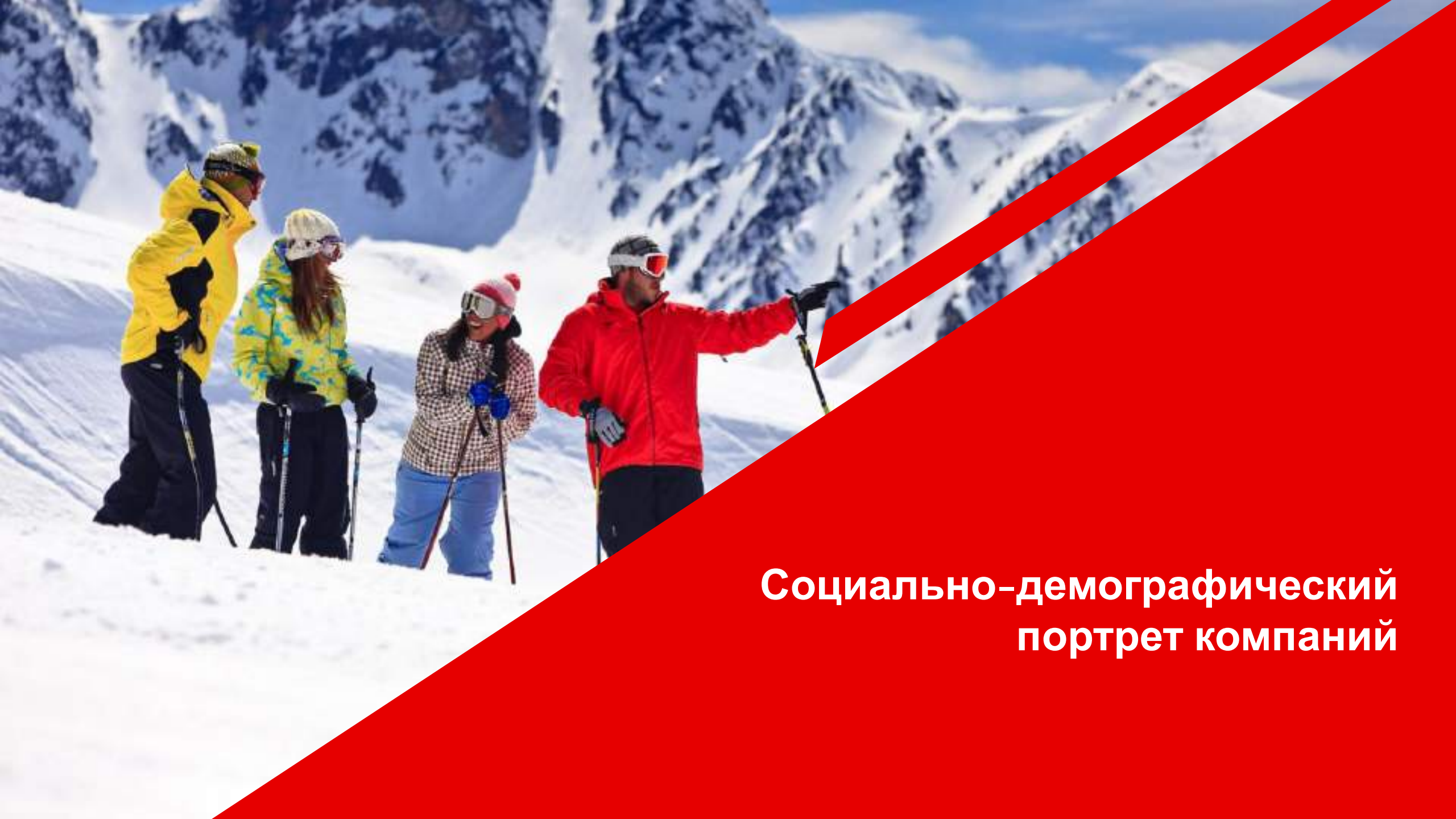
Основные результаты. Удовлетворенность и вероятность возвращения

- Около **92%** участников опроса удовлетворены в той или иной степени поездкой в место назначения.
- Больше всего респонденты остались довольны времяпровождением на природе – **89%**, гостеприимством – **82%**, поставщиками услуг размещения – **81%**, транспортными услугами – **74%** и поставщиками различных активностей/мероприятий – **73%**.
- Туристы из стран СНГ с большей вероятностью вернутся в Кыргызстан в наступающем зимнем сезоне: **53% из них – очень вероятно, 13% – вероятно**. Также преобладает доля туристов из европейских / американских стран, которые могут вернуться в Кыргызстан: **29% – очень вероятно, 19% – вероятно**.
- Участники опроса, которые посетили четыре основных места зимнего отдыха: Бишкек, Каракол, Жыргалан и Суусамыр, более вероятно вернутся в эти дестинации.





**Оценка существующего
положения
туристического сектора
Кыргызстана
Бизнес**



Социально-демографический портрет компаний

Социально-демографический портрет компаний

Форма регистрации компании:



Всего было опрошено 100 представителей бизнеса из г. Каракол, г. Бишкек, Чуйская и Иссык-Кульская область.

В г. Каракол доля предприятий, работающих по регистрации «ОсОО», **значительно меньше**, относительно Чуйской и Иссык-Кульской областей.

География деятельности компании, N=100:



Тип бизнеса, N=100:

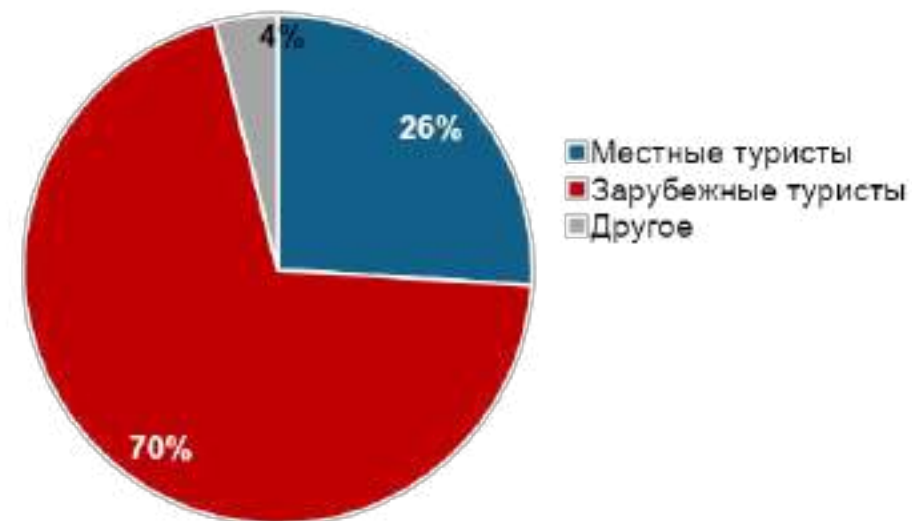


Социально-демографический портрет компаний

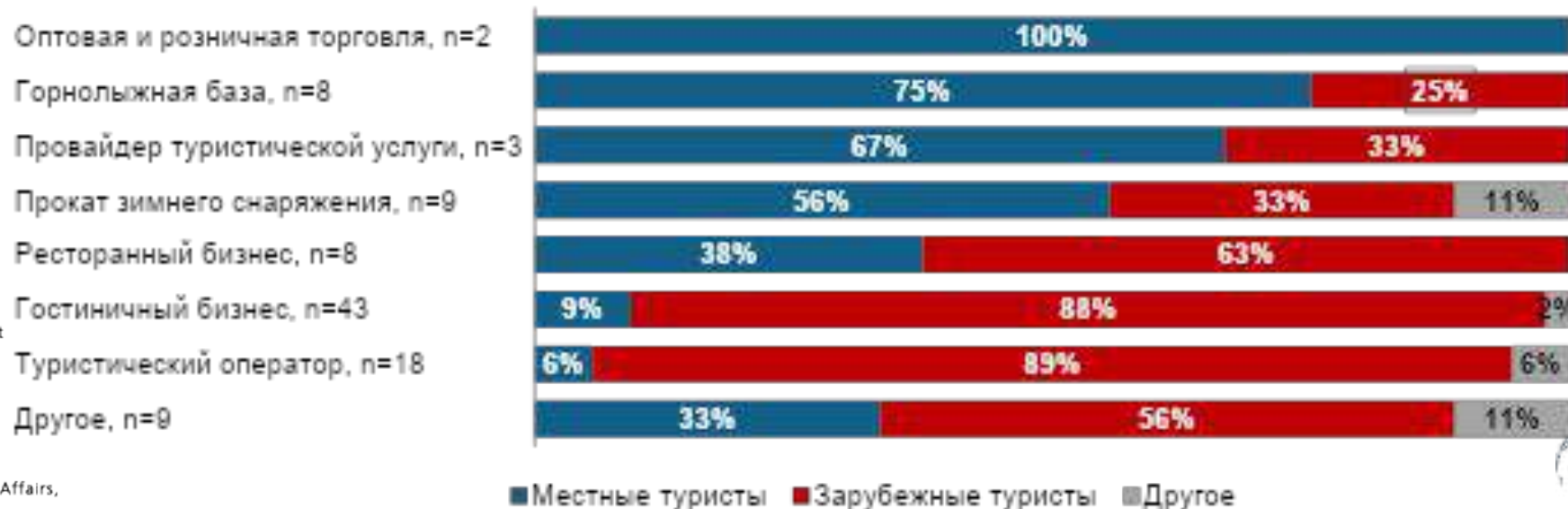
Основные клиенты компании, N=100:

- ✓ Для 70% бизнеса основными клиентами являются **зарубежные туристы**, что также подтверждается данными НСК, согласно которым, *экспорт* туристических услуг в 2018 году составил 62% (613 млн \$).
- ✓ Только **четверть** всех клиентов горнолыжных баз – **иностранцы**.
- ✓ Бизнес в г. Каракол до 80% принимает **зарубежных туристов**, в то время как г. Бишкек только 50%.

*Другое 4%– предоставление товара/услуги в равной степени как местным, так и зарубежным туристам.

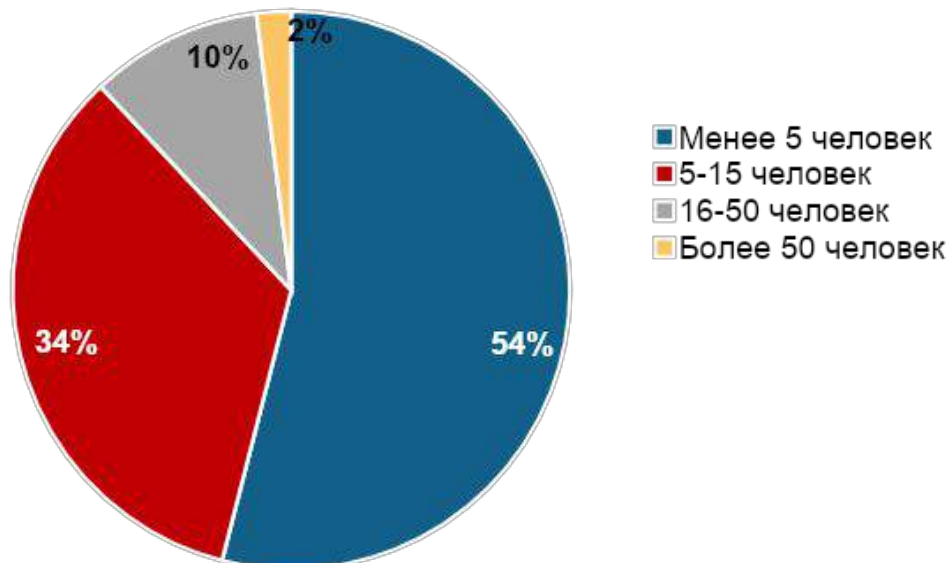


Укажите основного клиента/потребителя Вашего товара или услуги?
Основные клиенты компаний, по виду деятельности, N=100:



Кадровый состав компании

Размер компании по численности /
Постоянные сотрудники, N=100:



Сколько человек работает в Вашей организации?

- ✓ Среди всех респондентов, только у 2% в штате работает **более 50 человек**;
- ✓ **Около 20%** всех предпринимателей не нанимают **сезонных сотрудников**.
- ✓ **В среднем**, в организации работает **22 человека**, включая сезонных сотрудников.

✓ **До 80%** компаний увеличивает штат сотрудников в пиковый сезон.

- ✓ Только 15% всех респондентов придерживаются **равного распределения сотрудников по всем возрастам**;
- ✓ Наиболее «**молодой**» сферой деятельностью в туристическом секторе является **прокат зимнего снаряжения**;
- ✓ Коллектив среднего возраста превалирует в гостиничном и ресторанном бизнесе.

Средний возраст сотрудника компании, по виду деятельности, N=100:

Прокат зимнего снаряжения, n=9

Туристический оператор, n=18

Гостиничный бизнес, n=43

Горнолыжная база, n=8

Ресторанный бизнес, n=8

Оптовая и розничная торговля, n=2

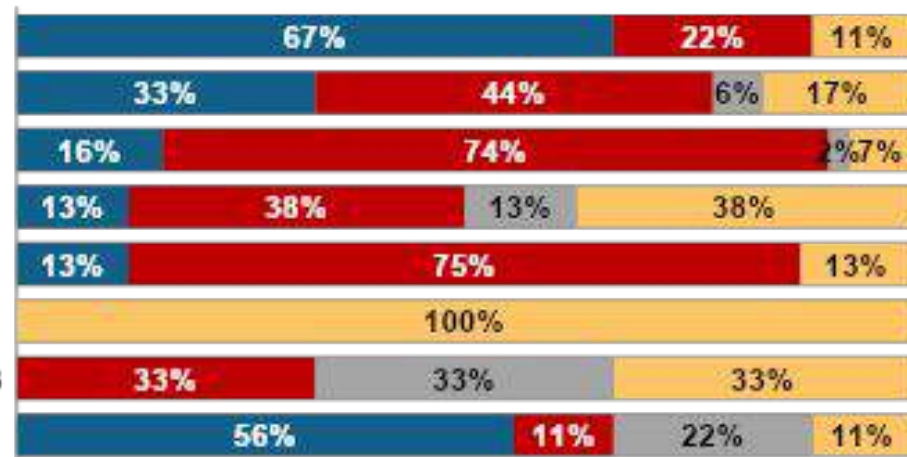
Провайдер туристической услуги, n=3

Другое, n=9 (до 29 лет)

■ Средний возраст (29-45 лет)

■ Старший возраст (старше 45 лет)

■ Равное распределение сотрудников по всем возрастам



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

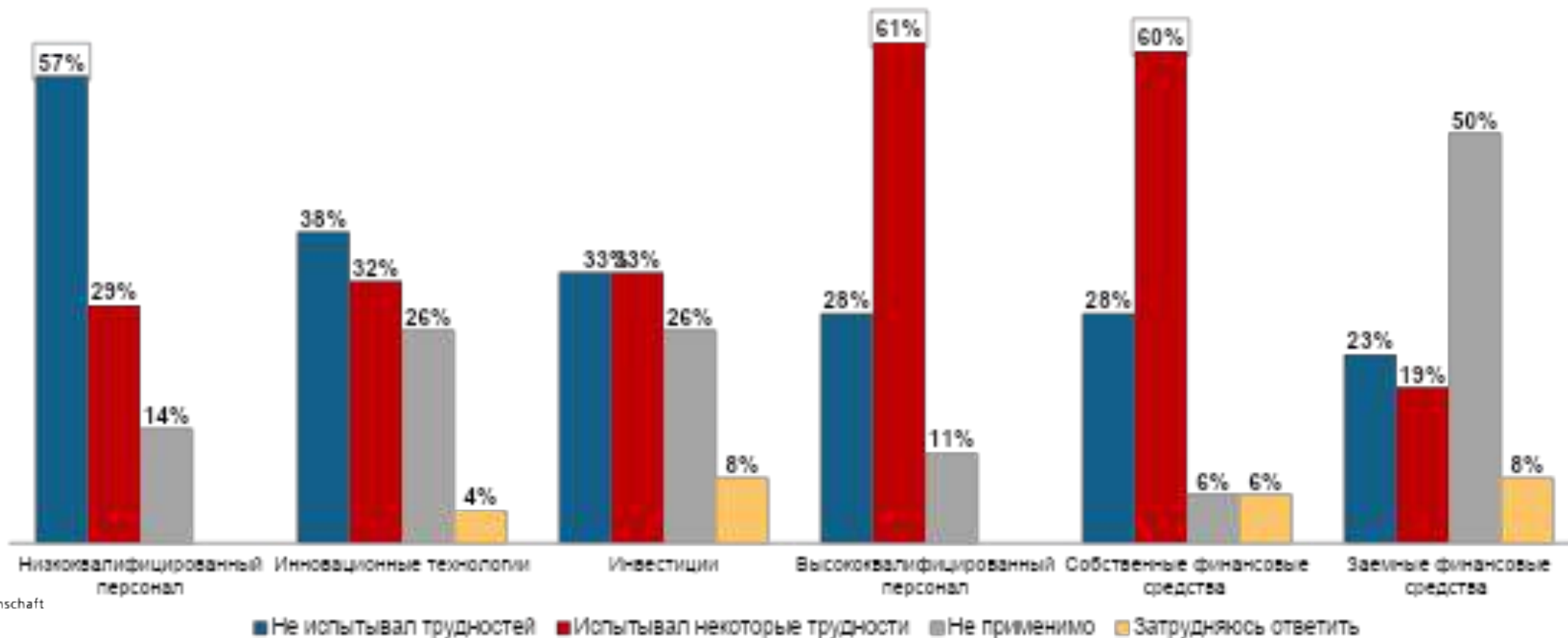
Какой средний возраст сотрудников вашей компании?



Ситуация с ресурсами для бизнес деятельности

- Большинство компаний *не испытывали проблем* с привлечением *низкоквалифицированного персонала* (57%).
- У *60% опрошенных возникали* некоторые трудности с привлечением *высококвалифицированных сотрудников*, а также с *оборотными средствами*.

Трудности с привлечением ресурсов в бизнес за последние 3 года, N=100:

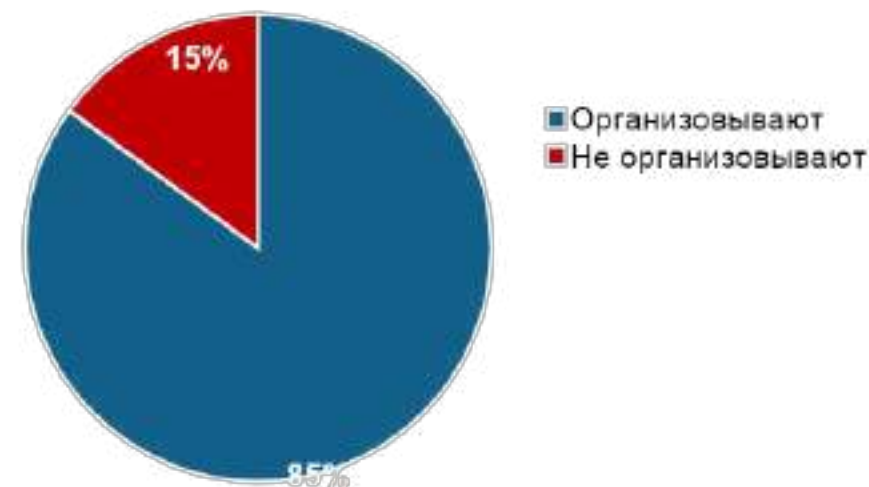


Испытывали вы какие-либо трудности с привлечением следующих ресурсов для вашей деятельности за последние три года?

Ситуация с ресурсами для бизнес деятельности

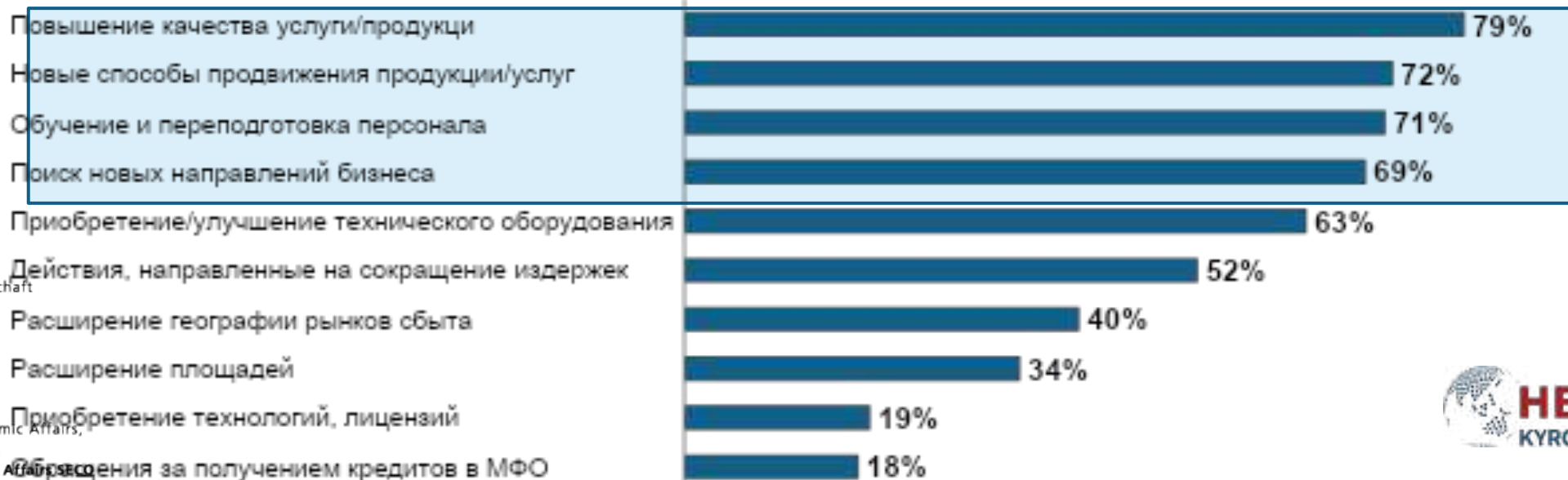
- ✓ Среди тех компаний, которые организуют мероприятия, направленные на повышение эффективности бизнеса абсолютное большинство (79%) **предпочитают повышение качества услуги, новые способы продвижения услуг (72%), обучение персонала (71%) и поиск новых направлений бизнеса (69%).**

Организация мероприятий по повышению эффективности бизнеса, N=100:



Какие меры по повышению эффективности бизнеса Вы предпринимали?

Мероприятия по повышению эффективности бизнеса, n=85:

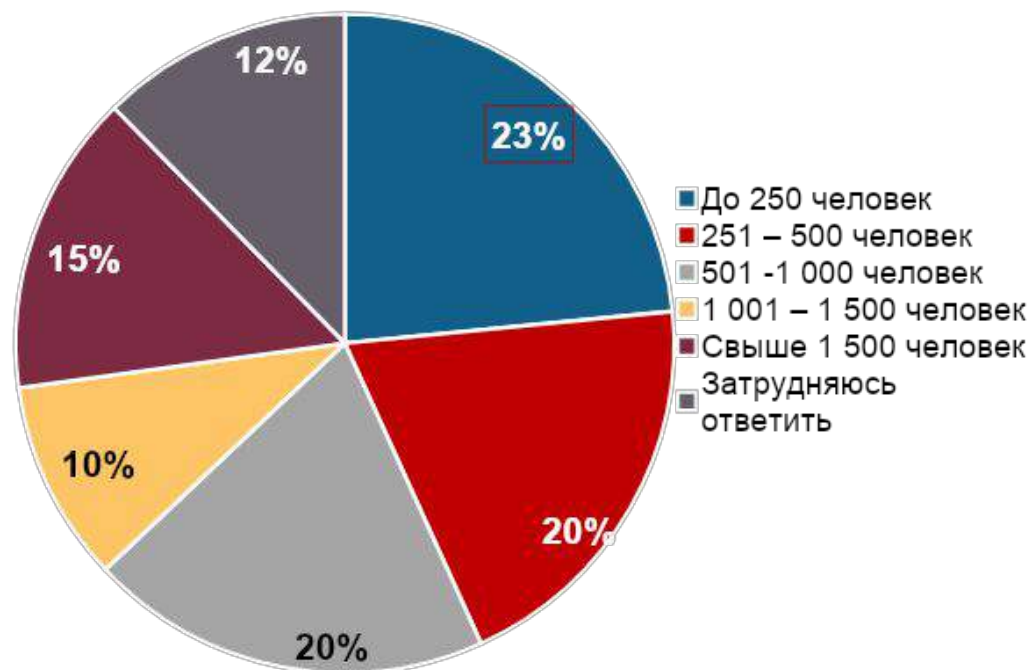


Предпринимали ли Вы какие-либо меры для повышения эффективности вашего бизнеса за последние три года?

Ситуация с клиентами и взаимодействие с ними

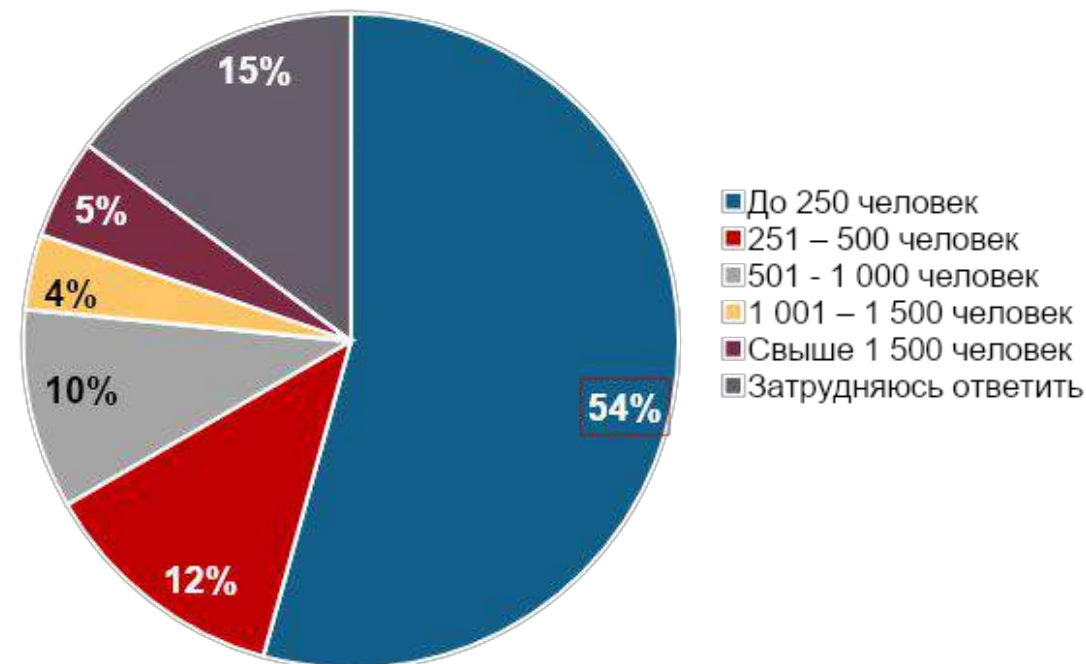
- ✓ Можно отметить, что количество клиентов в **зимний период существенно ниже**, чем в летний, у **половины** компаний численность клиентов в зимний период **не превышает 250 человек**.
- ✓ В зимний период доля повторных продаж немного превышает долю продаж в летний сезон, 29% и 22% соответственно.

Размер клиентской базы летом 2019, n=81:



Примерно сколько клиентов у вас было за прошедший год, распределенных по сезонам? Летом (2019)

Размер клиентской базы зимой 2019-2020, n=81:



Примерно сколько клиентов у вас было за прошедший год, распределенных по сезонам? Зимой (2019-2020)

бизнеса

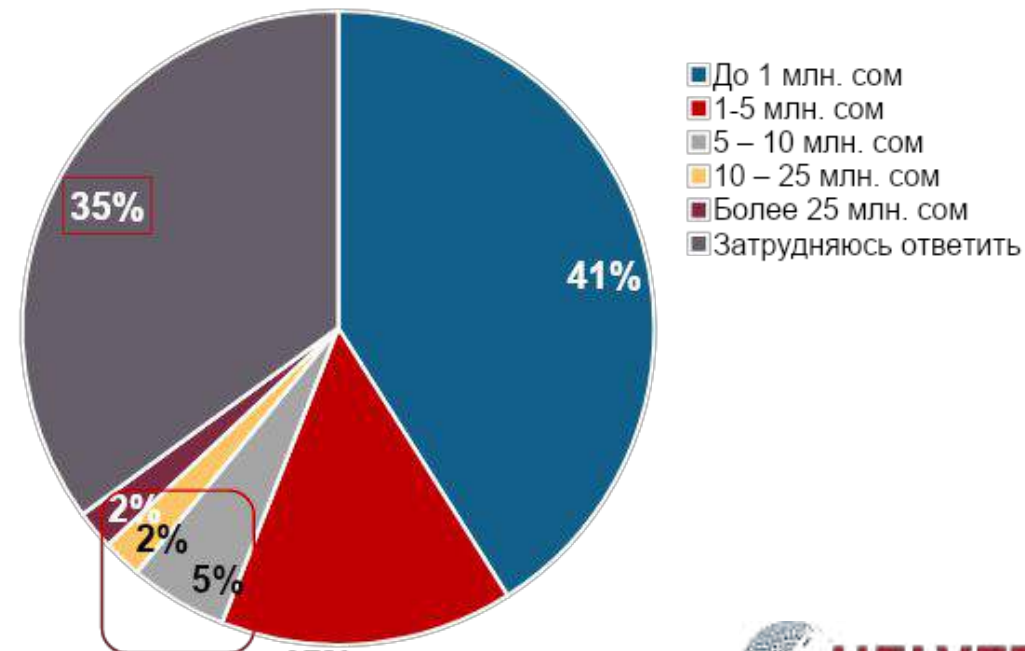
- ✓ В 46% компаниях за прошедший зимний сезон **доход уменьшился** по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.
- ✓ Крупные игроки туристического рынка КР (доход более 500 тыс. сом) представлены **гостиницами и туроператорами** в равной степени;
- ✓ В целом можно отметить, что в зимний сезон 2019–2020 года больше половины (60%) предпринимателей получили выручку **меньше 500 000 сом** или **выручка была отрицательная**.
- ✓ Среди бизнесменов **затруднившихся ответить** на вопрос о годовом обороте организации, 66% являются **индивидуальными предпринимателями**;
- ✓ Только у 9% организаций в туристическом секторе годовой оборот превысил **5 млн сом**.
- ✓ Бизнес в туристическом секторе работает в основном на обеспечение своих потребностей, при этом не имея средств на инвестирование в собственное предприятие и его расширение.

Валовая прибыль бизнеса в зимний сезон 2019-2020, N=100:



Какая была приблизительная валовая прибыль вашего бизнеса в зимнем сезоне 2019–2020 году?

Годовой оборот бизнеса, N=100:



Какова примерная величина годового оборота бизнеса, который вы представляете?

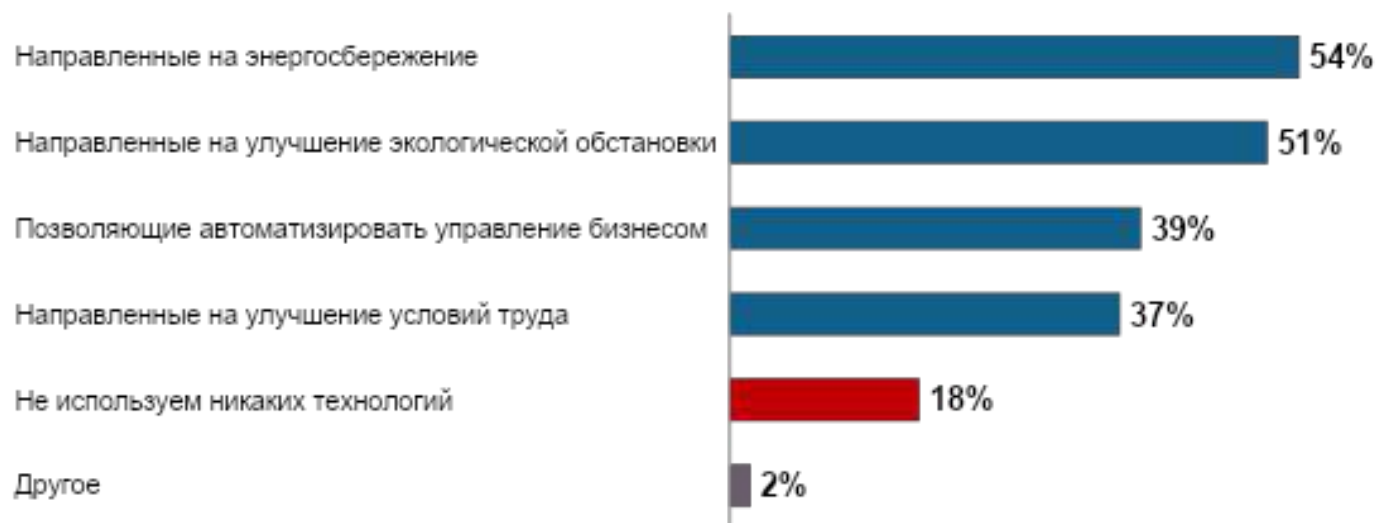


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Современные технологии на предприятии, N=100:

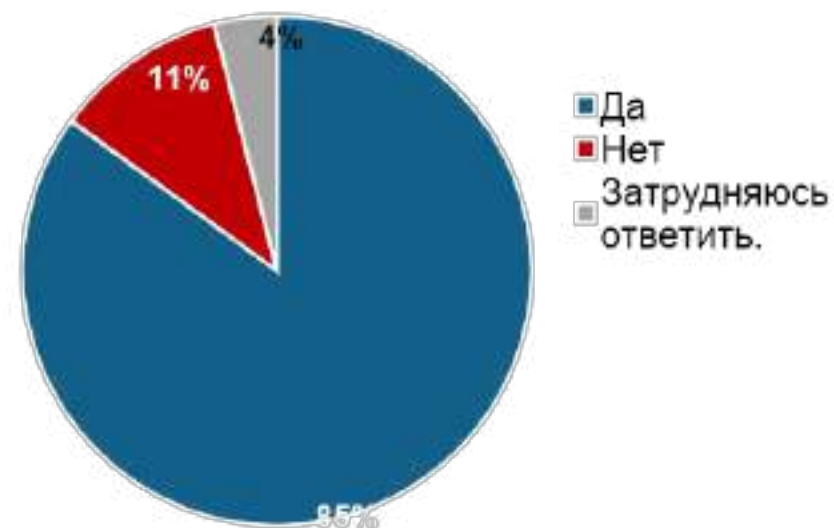


Какие современные технологии вы используете в своей деятельности?

- Преобладающее большинство предпринимателей (55%) не следуют стандартам в своей деятельности из-за **отсутствия ГОСТов** относящихся к данной индустрии.
- Среди всех сфер туристического бизнеса, рестораны реже остальных (65%) придерживаются действующих стандартов.

□ Можно отметить, что бизнес планирует или уже использует технологии направленные на **энергосбережение** и **улучшение экологической обстановки**. При этом абсолютное большинство (88%) представителей **ресторанного бизнеса** используют **технологии позволяющие автоматизировать управление бизнесом**.

Соблюдение стандартов бизнеса, N=100:

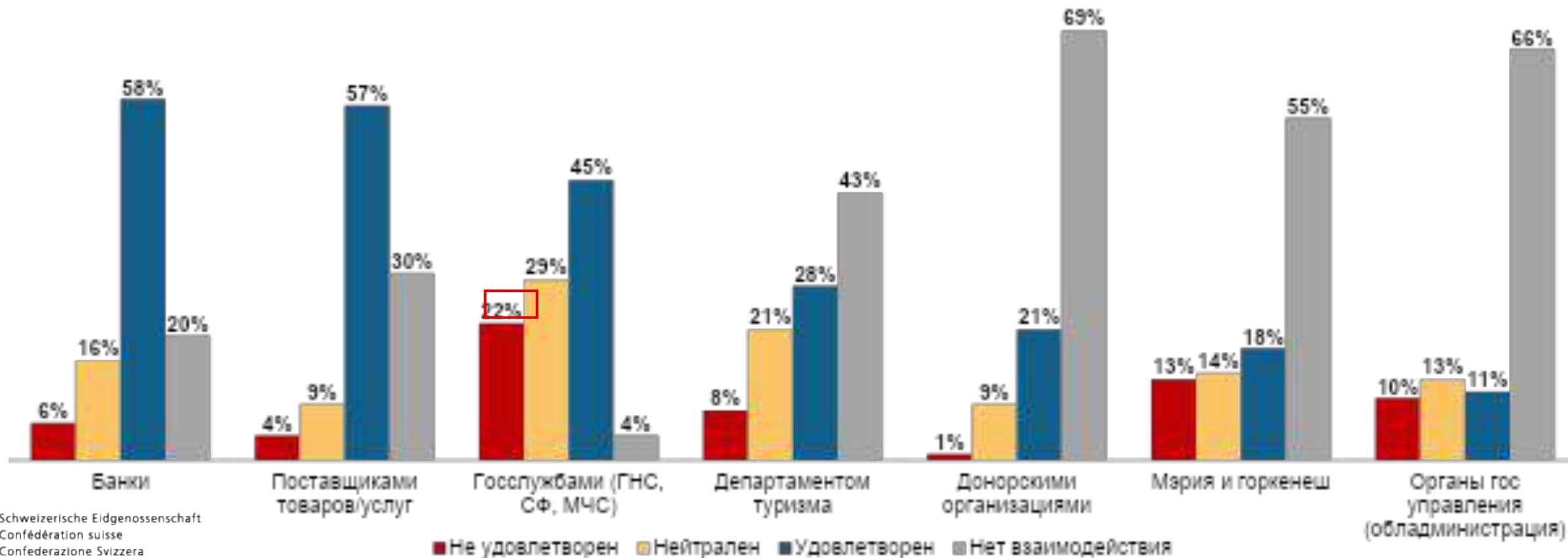


Придерживается ли ваша компания стандартов, действующих для бизнеса в целом и для вашего сектора предпринимательства, в частности?

Взаимодействие с госструктурами и другими организациями

- ✓ Большинство предпринимателей удовлетворены взаимодействием с банками и поставщиками товаров/услуг;
- ✓ Четверть всех компаний не удовлетворены взаимодействием с госслужбами.

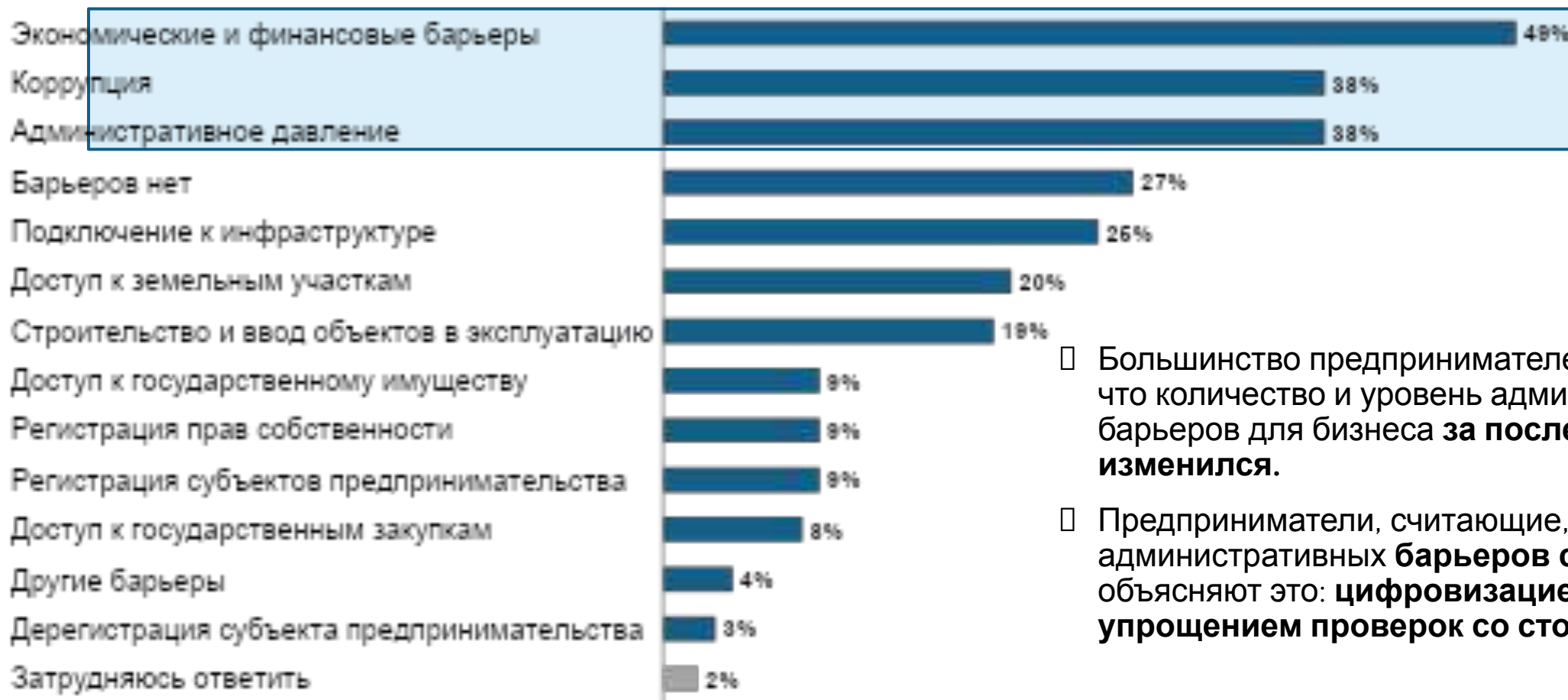
Уровень удовлетворенности взаимодействия бизнеса с организациями, N=100:



Оцените уровень удовлетворенности взаимодействием Вашего бизнеса со следующими субъектами по 5 – бальной шкале?

Взаимодействие с госструктурами и другими организациями

Административные барьеры для бизнеса, N=100:

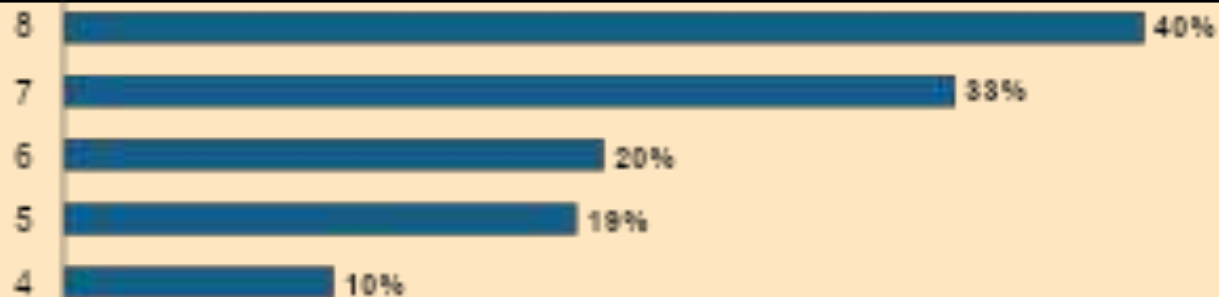
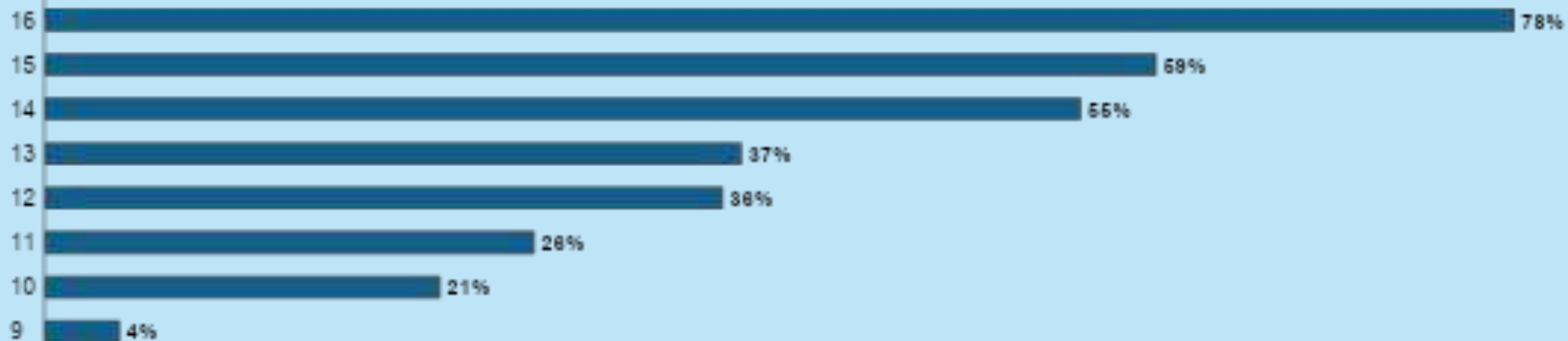


- Большинство предпринимателей (44%) считают, что количество и уровень административных барьеров для бизнеса за последние 3 года не изменился.
- Предприниматели, считающие, что преодоление административных барьеров стало проще (16%), объясняют это: **цифровизацией системы и упрощением проверок со стороны гос органов**

Какие из перечисленных административных барьеров являются наиболее существенными для ведения вашего бизнеса?

Влияние пандемии на деятельность организации

Влияние пандемии на бизнес, N=100:



Туроператоры отправили сотрудников работать в удаленном режиме 44% персонала



Влияние пандемии на деятельность организации

Как долго будет возможность содержать бизнес в условиях текущей кризисной ситуации, N=100:

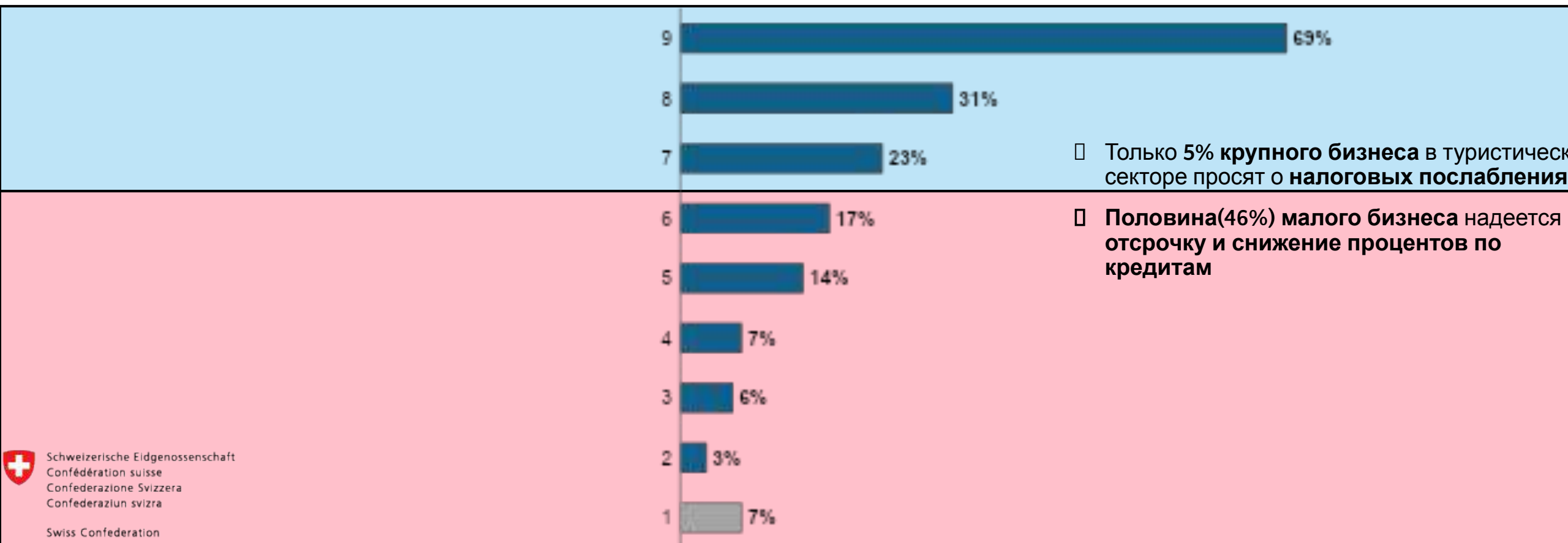


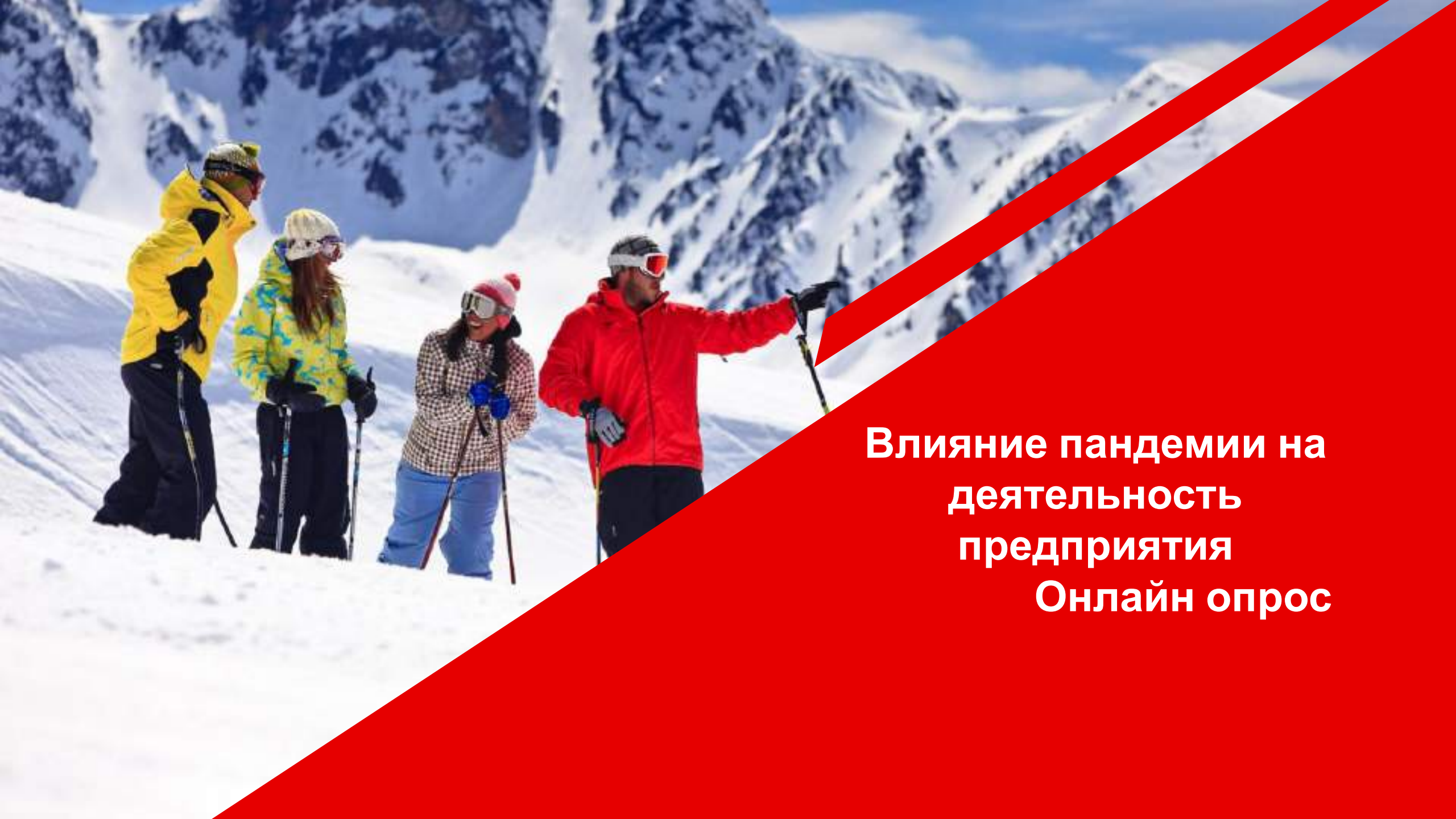
- Большинство (45%) предпринимателей смогут содержать свой бизнес **менее 6 месяцев**, и только 5% компаний – *более года*.

Как долго вы сможете содержать свой бизнес в условиях текущей кризисной ситуации?

- **Абсолютное большинство (69%) предпринимателей считают, что налоговые послабления** необходимая антикризисная инициатива Правительства.

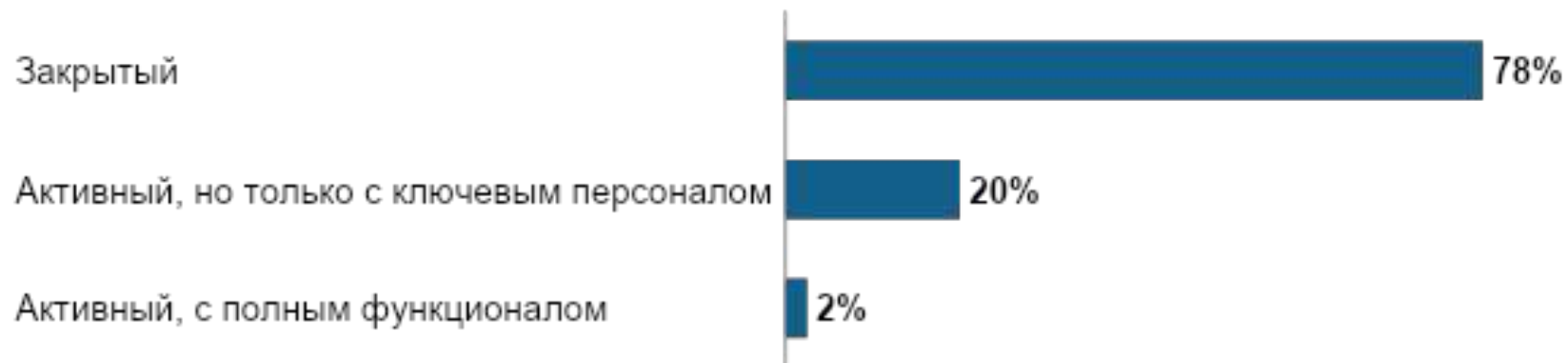
Необходимые инициативы Правительства по антикризисной поддержке, N=100:





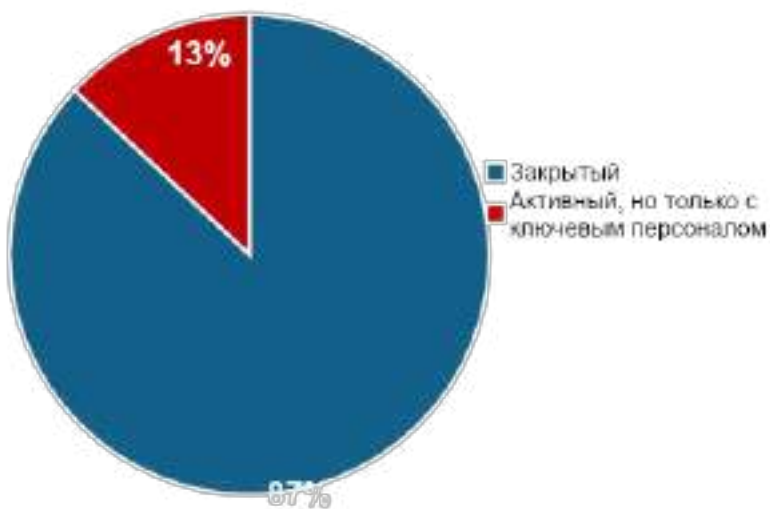
**Влияние пандемии на
деятельность
предприятия
Онлайн опрос**

Каков текущий статус предприятия, N=41:

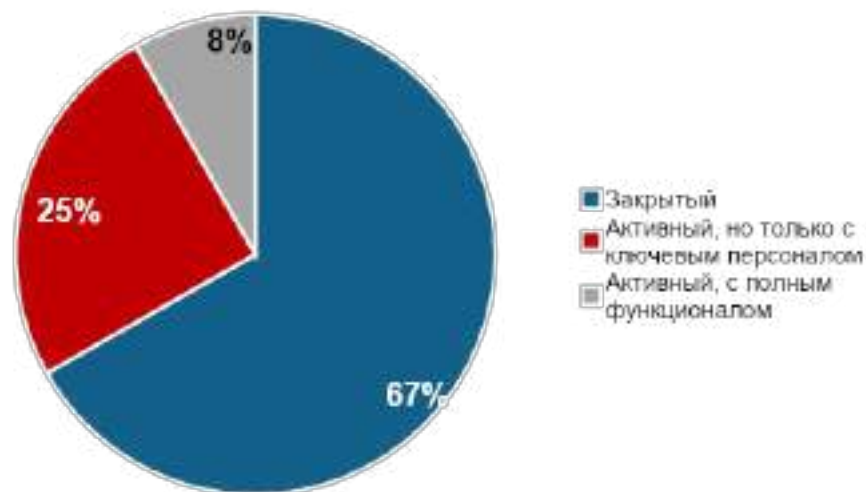


Каков текущий статус вашего бизнеса?

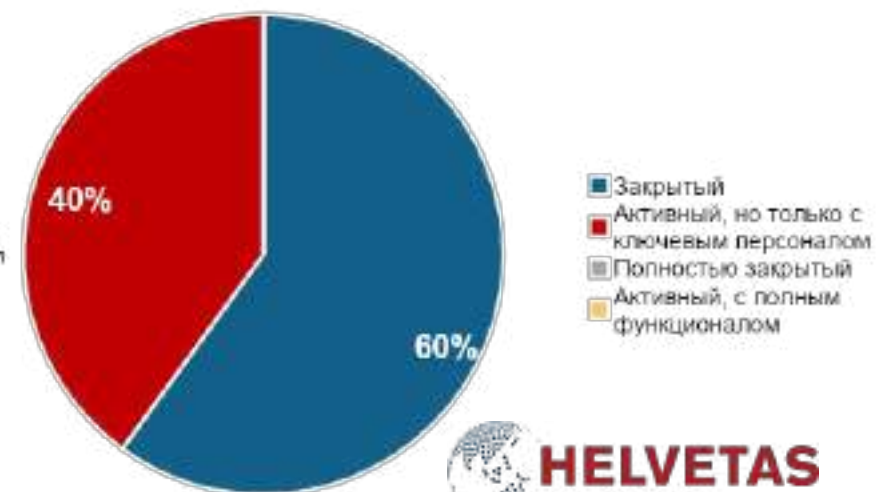
Микро бизнес, n=24



Малый бизнес, n=12



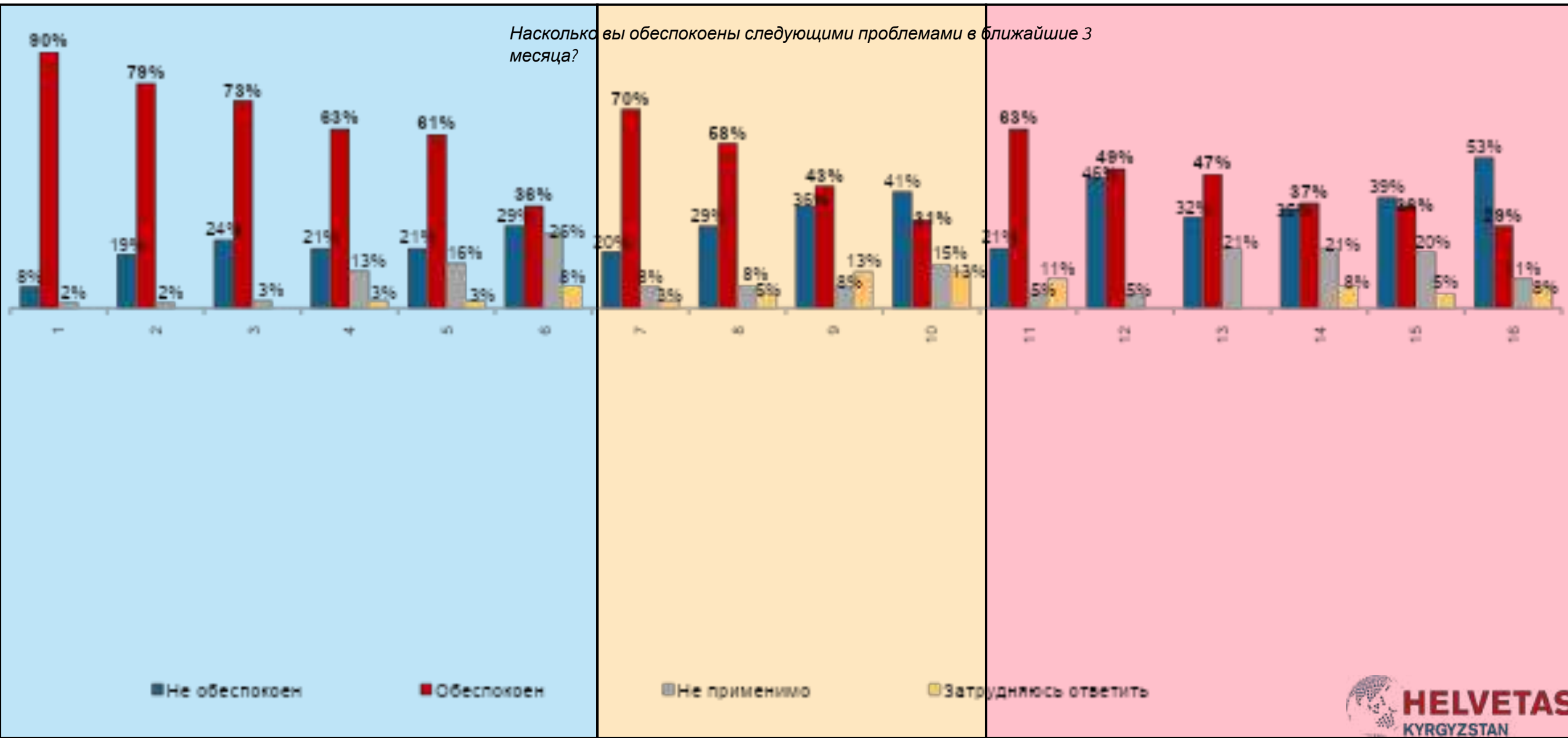
Средний бизнес, n=5



Текущие проблемы бизнеса

Обеспокоенность бизнеса в ближайшие 3 месяца, N=38:

Насколько вы обеспокоены следующими проблемами в ближайшие 3 месяца?



Операционные расходы и персонал

Процент сотрудников, вынужденных уйти в отпуск без содержания из-за COVID-19, N=38:

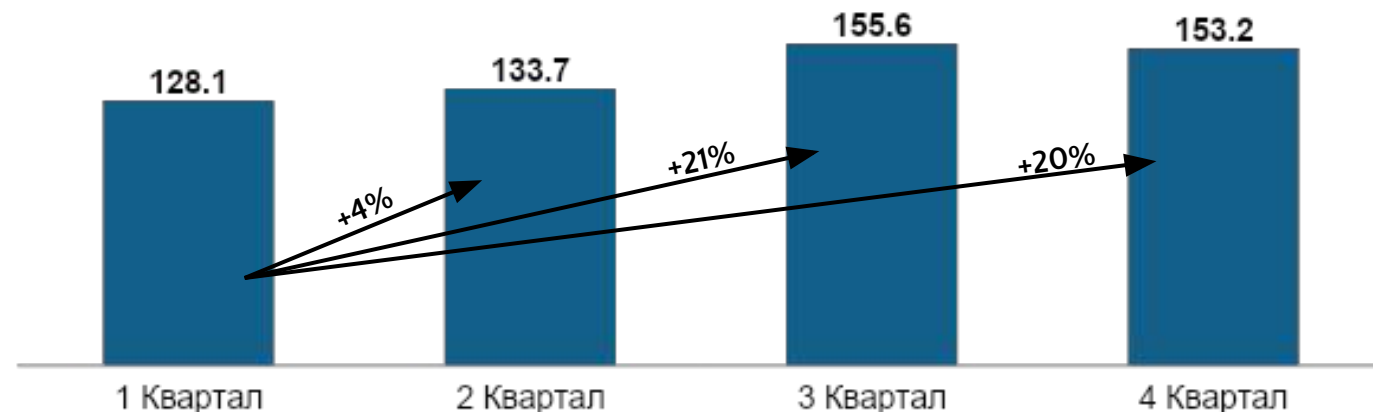
Каков процент ваших сотрудников, которых попросили уйти в отпуск без содержания из-за COVID-19?



До ситуации с пандемией, наблюдался регулярный рост занятости населения в гостиничном и ресторанном бизнесе во 2 и 3 кварталах, на примере 2019 года.

В целом по всем компаниям, из-за негативного влияния COVID-19, в отпуск без содержания были вынуждены отправить в среднем около 28% персонала.

Занятость в гостиничном и ресторанном бизнесе КР в 2019 году, тыс чел



Операционные расходы и персонал

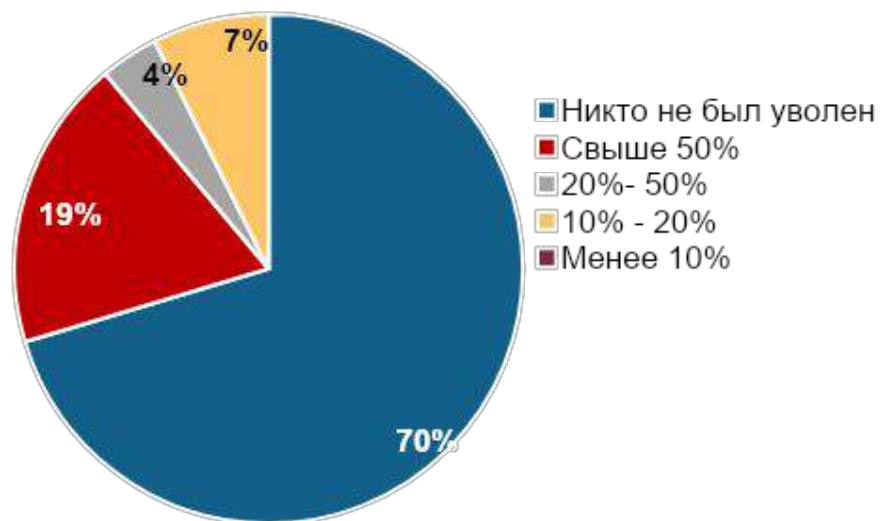
Процент уволенных сотрудников из-за COVID-19, N=38:



Каков процент ваших сотрудников, уволенных из-за COVID-19?

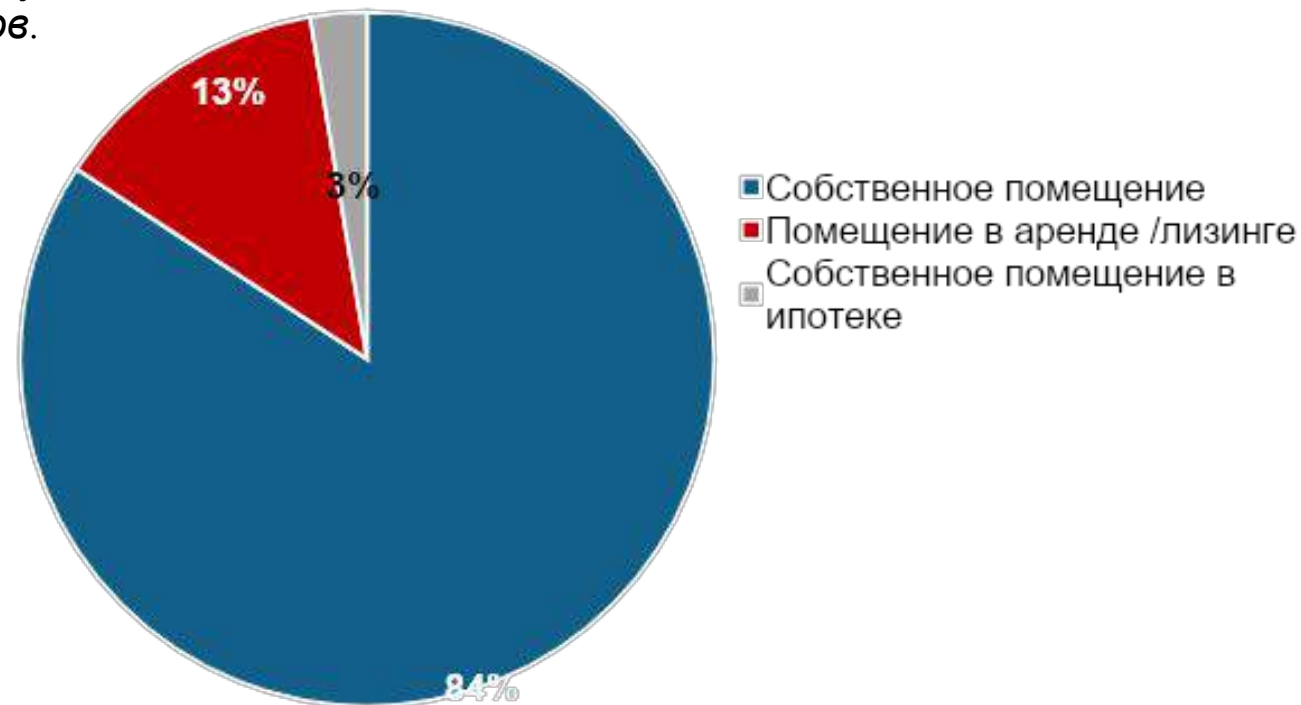
В целом по всем компаниям, из-за негативного влияния COVID-19, были вынуждены уволить в среднем около 13% персонала.

Уволенные сотрудники, гостиницы, n=27



Среди тех, кто имеет *помещение в аренде/лизинге*, у 60% представителей бизнеса *нет текущих кредитов*.

Помещение под бизнес, N=38:



Вы владеете или арендуете свое помещение?

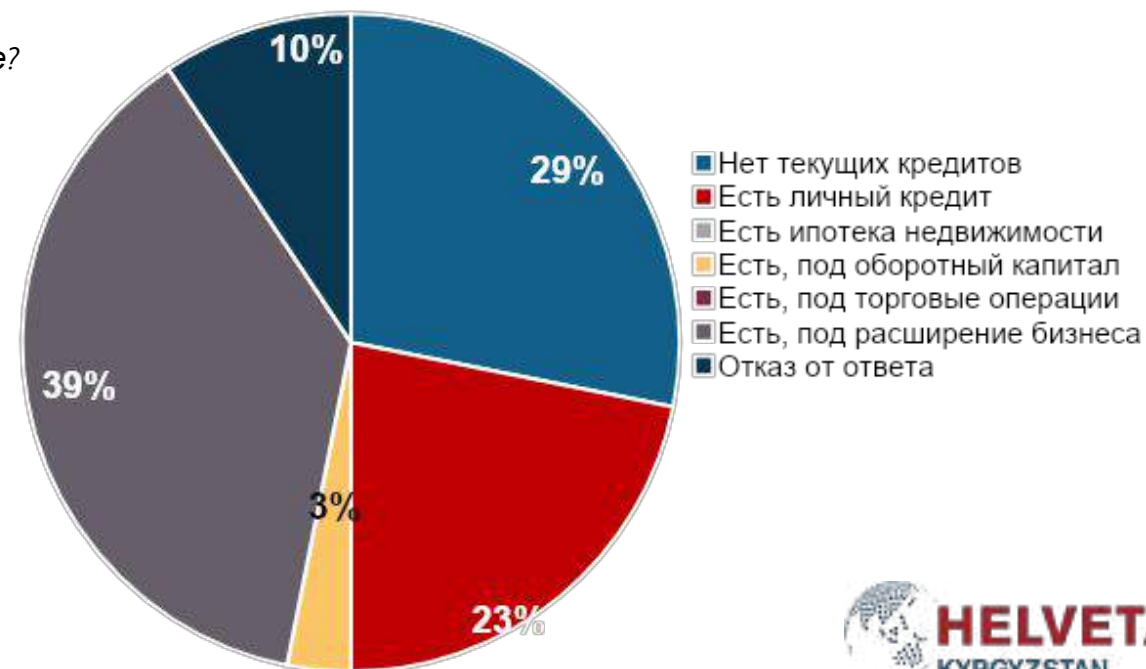


Наличие открытых кредитов, N=37:



Среди тех, кто взял кредит, 9% предпринимателей (2 респондента) имеет 2 вида кредита: личный + кредит под расширение, ипотека + кредит под торговые операции.

Предприятия с собственным помещением, n=32:



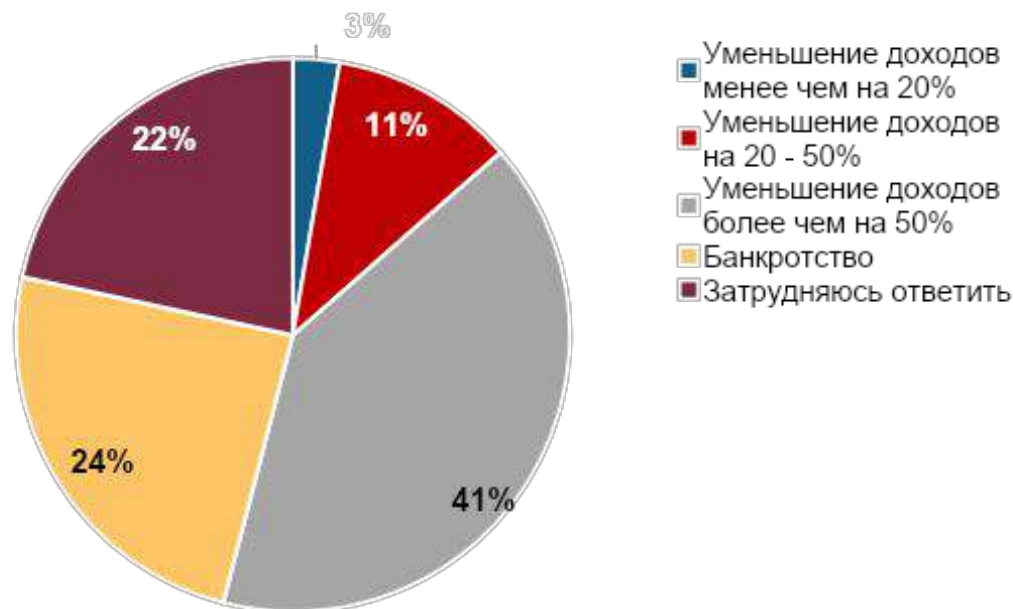


Устойчивость бизнеса

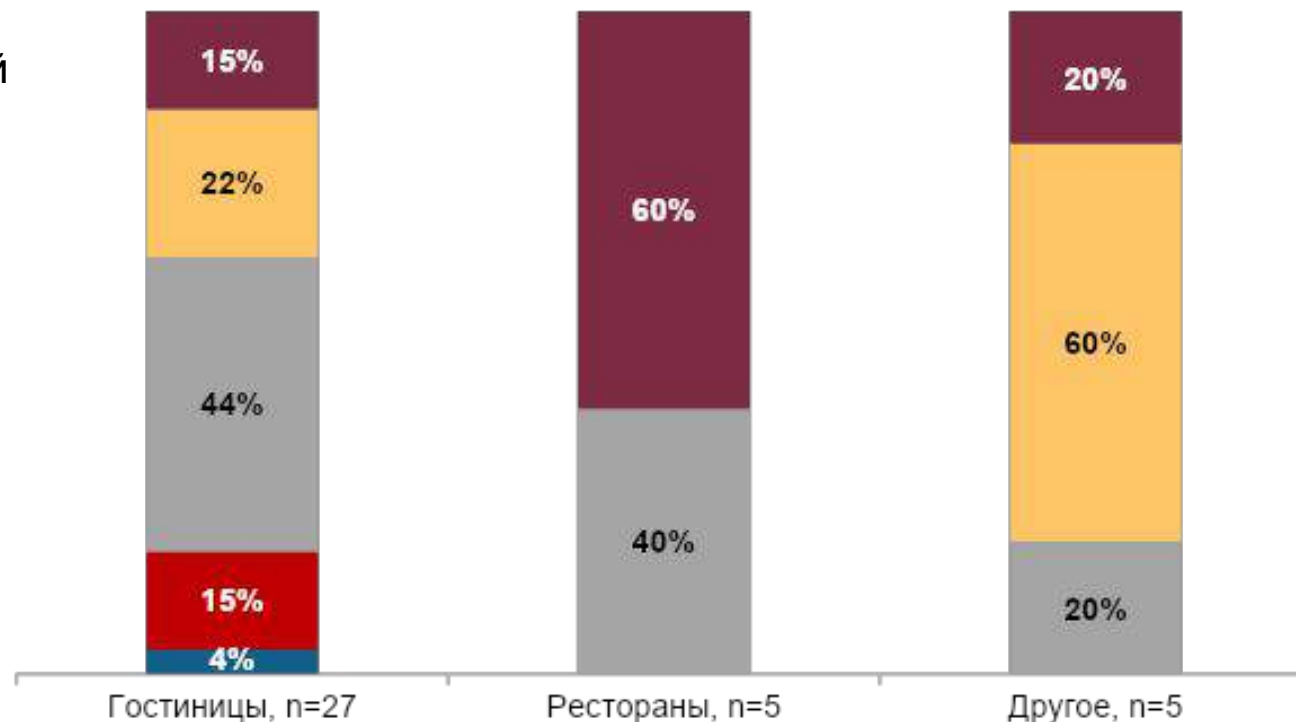
Изменения доходов по секторам, N=37

В целом можно отметить, что 78% всех респондентов ожидают серьезные потери в доходной части, вплоть до полного банкротства компании.

Ожидаемые изменения доходов компании, в случае продолжения пандемии COVID-19 в течение 6 месяцев, N=37



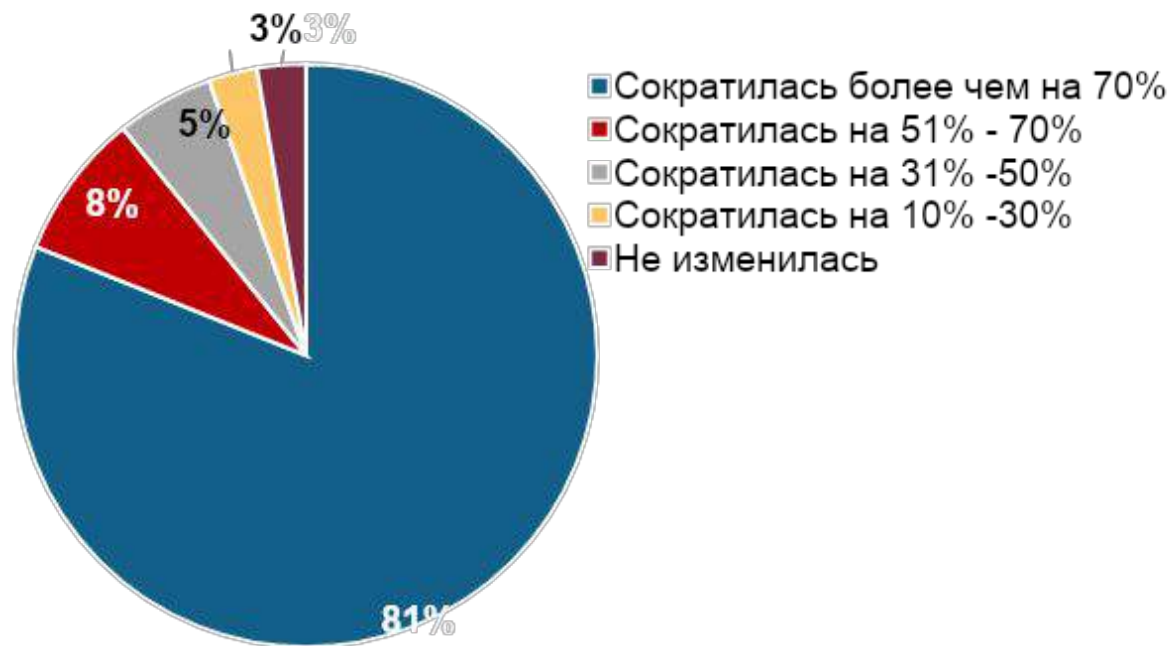
Если пандемия COVID-19 продлится до шести месяцев, какие изменения доходов вашей компании вы ожидаете?



- Уменьшение доходов менее чем на 20%
- Уменьшение доходов на 20 - 50%
- Уменьшение доходов более чем на 50%
- Банкротство
- Затрудняюсь ответить

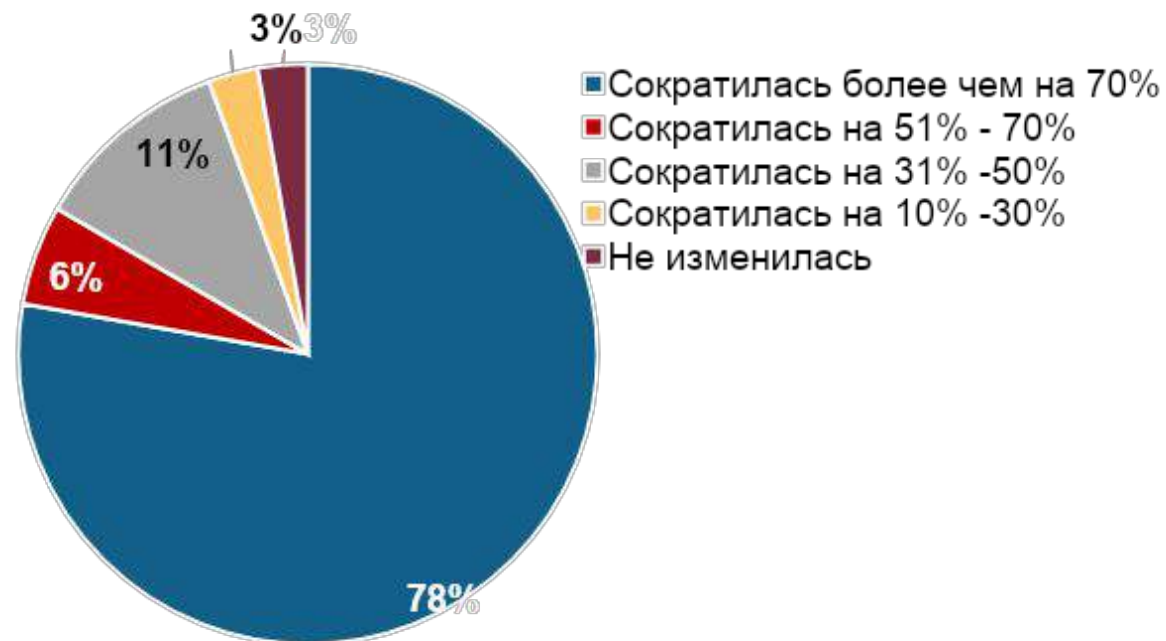
Устойчивость бизнеса

Влияние COVID-19 на клиентскую базу, N=37



Как ситуация с COVID-19 повлияла на вашу клиентскую базу по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году?

Влияние COVID-19 на эффективность компании, N=37

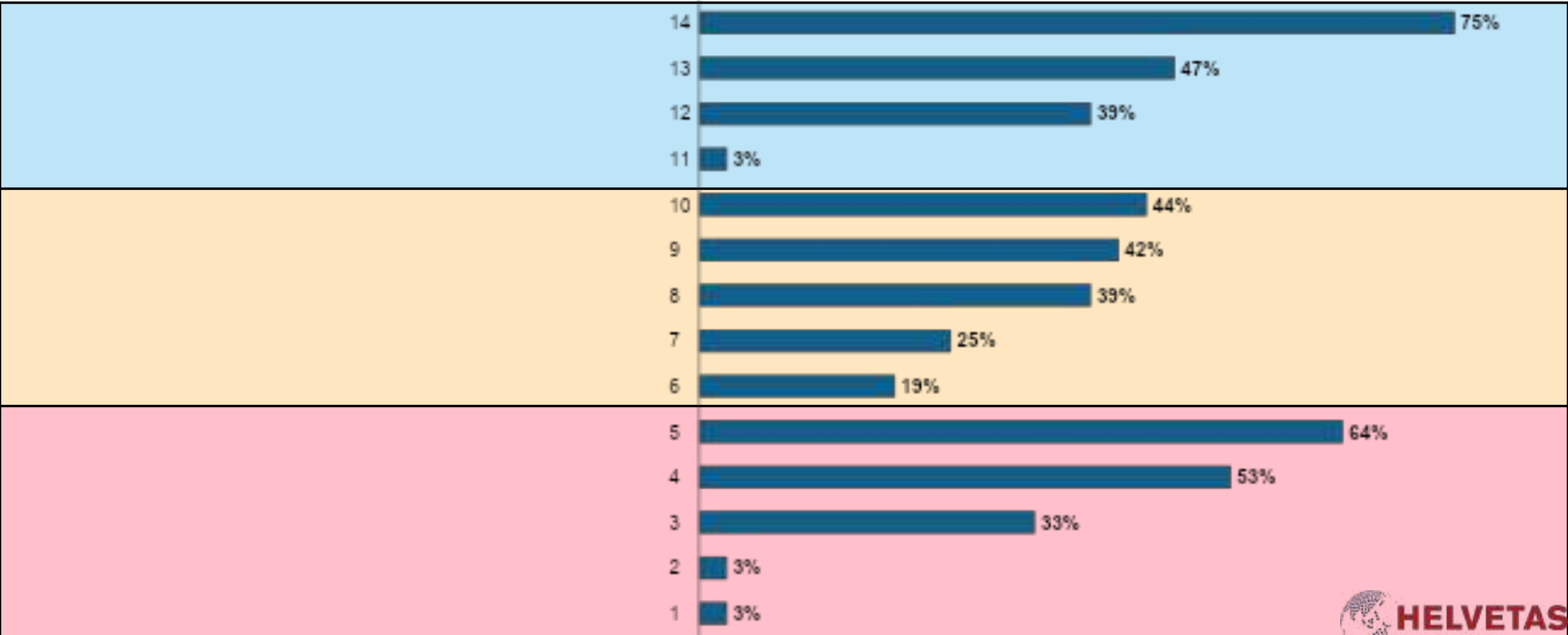


Как ситуация с COVID-19 повлияла на эффективность вашего бизнеса по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году?

В целом из-за ситуации с пандемией коронавируса ожидаемое **выпадение доходной части** отрасли туризма может составить в среднем **48%**.

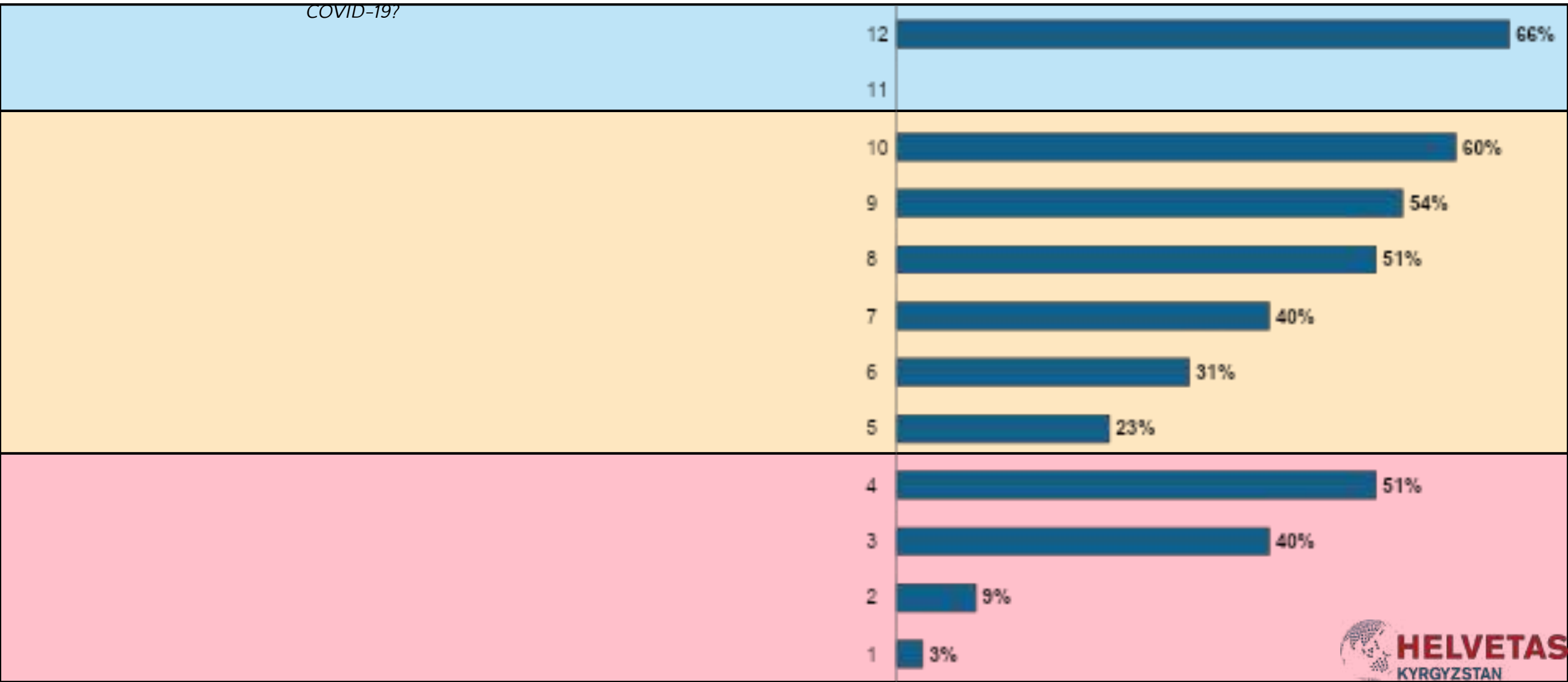
Необходимые инициативы Правительства по антикризисной поддержке, N=36:

Какие инициативы Правительства по антикризисной поддержке необходимы?

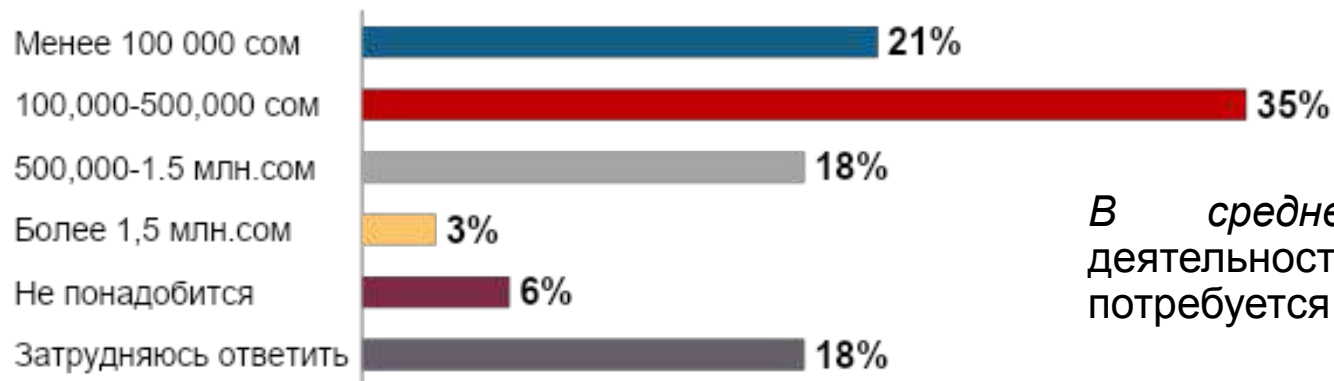


Дополнительная помощь требуемая бизнесу, чтобы справиться с кризисом COVID-19, N=35:

Какая дополнительная помощь требуется вашему бизнесу, чтобы справиться с кризисом COVID-19?



Сумма денег необходимая для возобновления бизнеса после стабилизации ситуации с COVID-19, N=35:

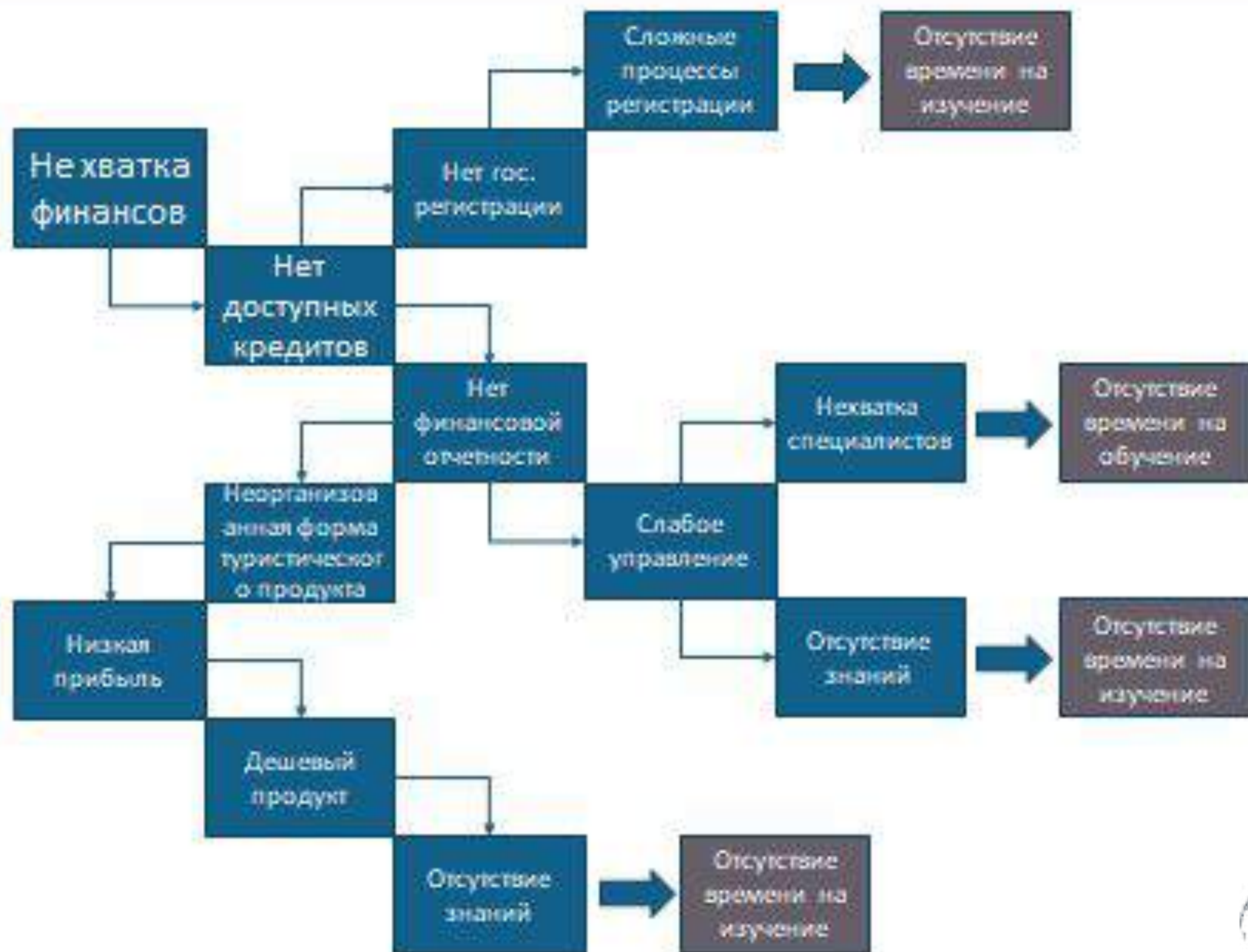


В среднем для восстановления деятельности туристическому бизнесу потребуется около 409 000 сом.

Как вы думаете, сколько денежных средств вам понадобится для возобновления вашего бизнеса после стабилизации ситуации с COVID-19?

Способы изыскания средств, N=31:





Малые и средние предприниматели постоянно проговаривают одни и те же проблемы о нехватке финансов, оборудования, людей, технологий и знаний, государственной бюрократии и незнании процессов прохождения государственных служб. Для определения первопричин был построен анализ по методу «Рыбы Ишигавы». Для примера:

В конечном итоге, определяя первопричину проблем предпринимателя, видно, что решения его проблем уже давно существуют, однако по причине высокой загруженности, он не может выделить время на полноценное изучение вопросов и их решение.

Основные результаты. Экономические показатели и персонал

- Бизнес в туристическом секторе работает в основном на обеспечение своих потребностей, при этом **не имея средств на инвестирование** в собственное предприятие;
- **За 2019 год** в 46% компаний **доход и выручка уменьшились**, меньше всего заработал ресторанный бизнес;
- В зимний сезон 2019–2020 года **больше половины (60%) предпринимателей** получили выручку **меньше 500 000 сом** или **выручка была отрицательная**;
- ✓ У половины (54%) компаний численность клиентов **в зимний период 2019–2020 года не превышала 250 человек**.
- ✓ У 60% респондентов за последние 3 года возникали некоторые **проблемы с привлечением высококвалифицированных сотрудников и собственных финансовых средств**;



Основные результаты. Операционная деятельность

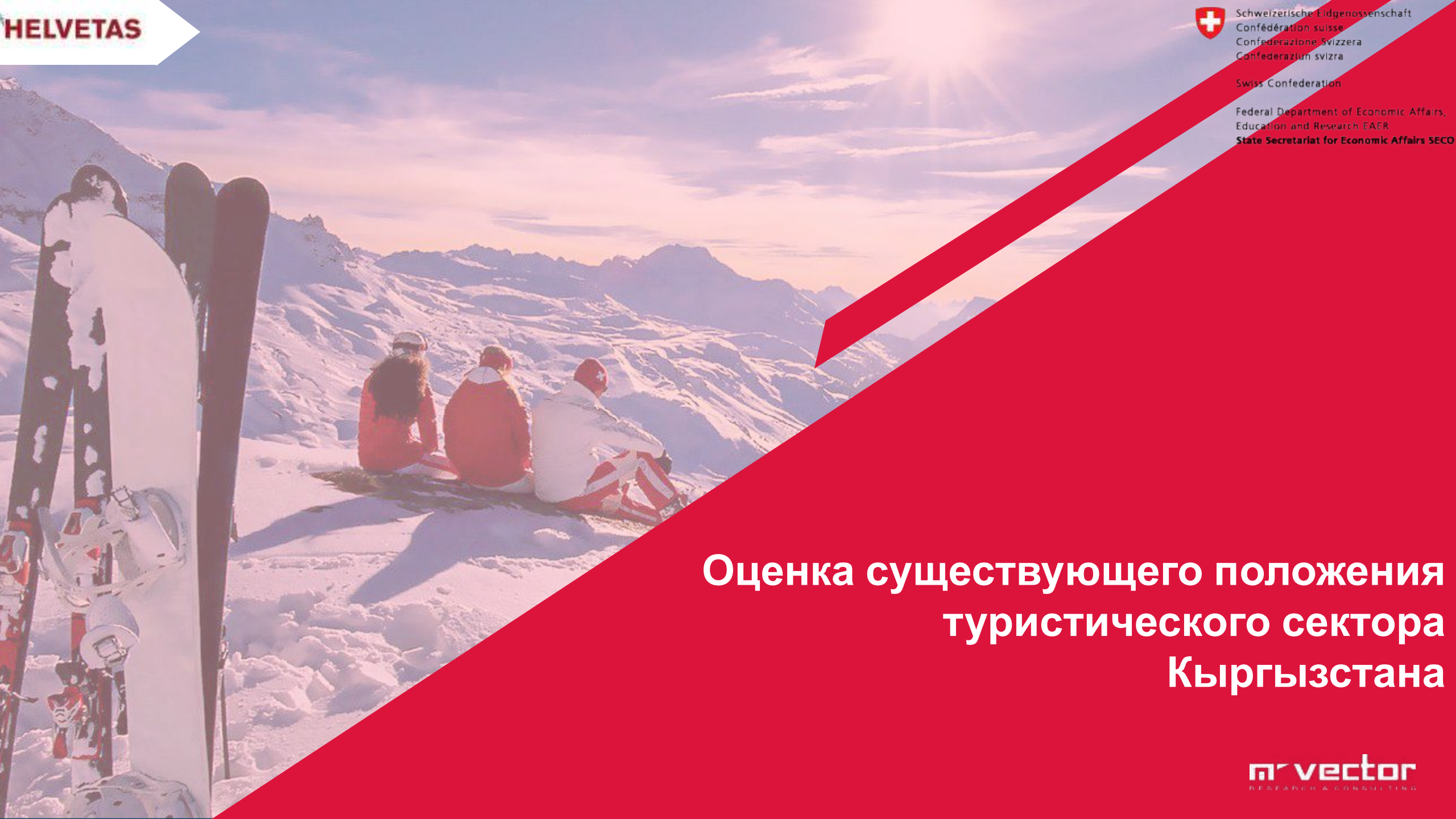
- **Практически все (93%) предприниматели соблюдают стандарты обслуживания в своей деятельности, при этом 5% бизнесменов не следуют стандартам в своей деятельности из-за отсутствия ГОСТов** относящихся к своей индустрии;
- Половина компаний, участвующих в опросе планируют или уже используют технологии энергосбережения на своих предприятиях;
- Абсолютное большинство (<75%) компаний, которые организуют мероприятия, направленные на **повышение эффективности бизнеса** предпочитают **повышение качества услуги, новые способы продвижения (72%), обучение персонала (71%) и поиск новых направлений бизнеса (69%)**.



Основные результаты. Сложности ведения и влияние пандемии на бизнеса

- Предприниматели выделяют **экономические барьеры, коррупцию и давление со стороны администрации**, как основные административные барьеры, препятствующие развитию бизнеса;
- В условия нынешней кризисной ситуации **около половины опрошенных предпринимателей смогут поддержать свой бизнес не более 3 месяцев. 17% опрошенных предпринимателей отметили, что не имеют условий для поддержания своего бизнеса уже сейчас;**
- Предпринимателям со стороны Правительства необходимы **немедленные антикризисные меры** для сектора туризма в виде **отсрочки налоговых платежей;**
- **В период восстановления** около половины (43%) предпринимателей ожидают дополнительной помощи в виде **финансовых средств.**





Оценка существующего положения туристического сектора Кыргызстана