

Отчет по проведению опроса представителей туристского бизнеса

Период исследования - с начала мая 2017 года (2 мая 2017 года) до конца сентября 2017 года (29 сентября 2017 года).

Университеты-партнеры (Университет Адам, КЭУ, ИГУ) провели опрос 323 респондентов,

- 145 человек были опрошены в электронной форме вопросника (онлайн)
- 178 человек при личной беседе.

Из них

- 48,81% туристические агентства, туроператорские компаниях и представительства по продаже билетов,
- 27,55% - отели, рестораны
- 23,64% - культурные и развлекательные компании, образовательные организации, имеющие программы по туризму

По данным Национального статистического комитета Кыргызстана,

По экспертным оценкам некоторых представителей университетов, а также организаций работодателей, число активно действующих туристических организаций в Кыргызстане не превышает тысячи.

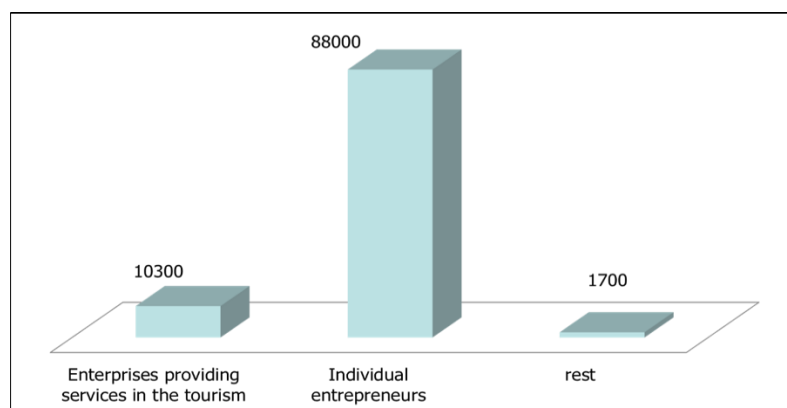


Рис. 1 Информация о количестве туристических предприятий

Большинство туроператоров и туристических агентств имеют небольшие размеры, число занятых в которых составляет от 1 до 10 человек. Ответы на онлайн-опросник были размещены по следующему адресу:

<https://docs.google.com/forms/d/16sZPIGfLNpgOayKXd4vZE1RCBBolFcDCPN6J4CcNND4/edit?ts=5919b756#responses>

Ответы были получены преимущественно из двух регионов Кыргызстана:

- Чуйская область
- Иссыкульская область

Исходные предпосылки для расчета репрезентативности выборки:

Исходя из предположения, доля туроператоров и тур. агентств составляет 30%, а сектор отелей, ресторанов и общественного питания составляет 70%, можно использовать следующую таблицу расчета на основании инструкции, полученной от партнеров в проекте LMPT.

Здесь была использована формула для расчета репрезентативности анкетирования, предложенная Эриком Верне (2011) и Дж. Э. Ханке и Артуром Г. Рейчем (1994):

$$n = \frac{z^2 p(p-1)}{e^2}$$

Где:

«N» - количество вопросников, необходимых для распространения среди туристических предприятий;

«Z» - это значение, взятое из таблицы нормального распределения, соответствующей определенному уровню достоверности (в рассматриваемом случае уровень достоверности равен 0,95);

«P» - это доля (процент) допущения определенного типа предприятий в индустрии туризма. Предполагается, что «р» - это доля (процент) числа туроператоров и туристических агентств в общем числе туристических предприятий в Кыргызстане;

Type of enterprise	Level of confidence	Value of "Z" correspondednt to a normal table distribution	e- (errOr)	e- square (% of error)	P - The proportation of the tour operator and the tourism agency secto	(1-P) Lthe proportion of hotel, restaurant and catering sector	n - nnumber of the needed questionnaires need as a minimum
All tourism sectors	0,95	1,96	0,0500	0,0025	0,3000	0,7000	323
Total:							323

«P-1» - это доля (процент) предположения о других видах предприятий в индустрии туризма или альтернативных или других видов туристических предприятий. В данном случае этот тип является сектором гостиничного, ресторанного и общественного питания.

«E» - это процент максимально допустимого для исследования процента ошибок.

Исходя из достигнутых результатов, можно сказать, что желаемый уровень репрезентативности был получен со следующими параметрами: уровень достоверности: 0,95; Значение "z": 1,96; и ошибка («e»): 0,05 (5%).

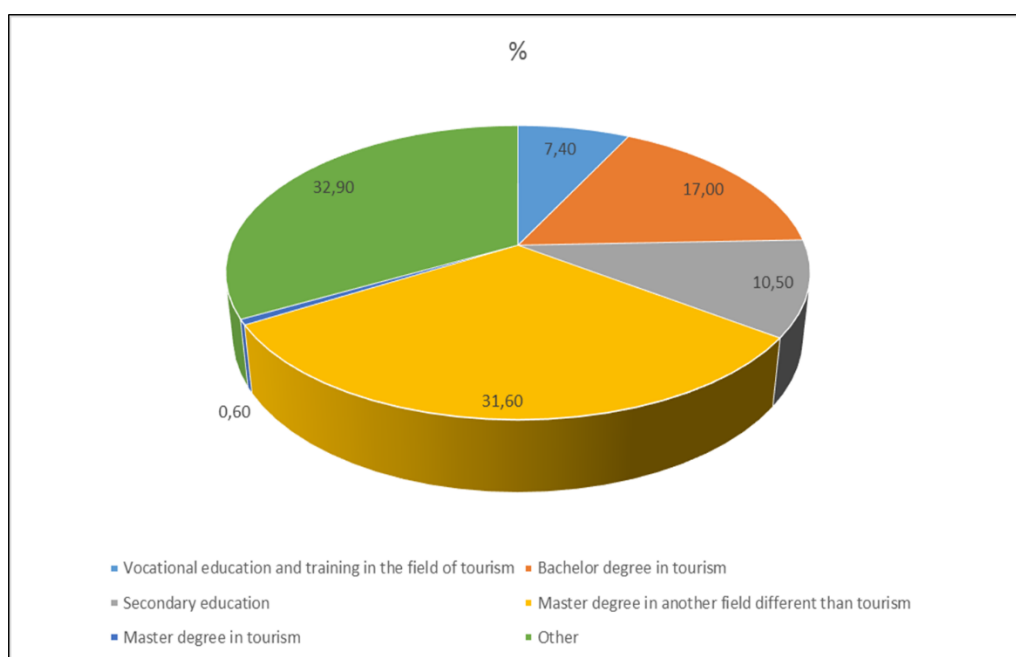


Рис.2 Уровень образования опрошенных респондентов

Важно также отметить, что 50,8% опрошенных указывают на то, что респонденты нуждаются в дальнейшем обучении в области устойчивого туризма и устойчивого управления туризмом. И они заявили, что предпочтения для их возможной и / или будущей карьеры нуждаются в краткосрочных курсах и тренингах.

В соответствии с полученными ответами были указаны основные необходимые навыки и компетенции, необходимые для работы в области устойчивого туризма:

- Способность работать с клиентами - 73,7%;
- Общие знания о культуре - 44,00%;
- Знание нескольких иностранных языков - 61,6%;
- Любознательность - 26,3%;
- Коммуникационные навыки - 51,7%;
- Способность удовлетворять клиента надлежащим образом - 18,00%;
- Организационные навыки - 37,8%;
- Знание деловых переговоров - 38,10%;
- Творчество - 35,3%;
- Способность управлять - 26,3%;
- Выполнение качественной работы при выполнении производственных задач - 37,5%;
- Способность работать в команде - 36,0%.

Суммарное число ответов превышает 100%, поскольку респонденты дали более одного ответа в своих предпочтениях.

Большинство респондентов не указали на необходимость, особенно связанную с управлением устойчивым туризмом, скорее всего, из-за того, что они не имеют никакого понятия о концепции устойчивого развития. Респонденты отметили, что им также нужны люди, способные говорить на нескольких языках и хорошо знать географию отдельных регионов страны.

Список выбранных профессий представлен следующим списком:

Особая потребность была заявлена для следующих профессий:

- маркетолог;
- управляющие мероприятиями;
- аниматоры;

Список областей с особой потребностью специалистов по устойчивому управлению туризмом

Исследование также показало, что особая потребность в специалисте по устойчивому управлению туризмом в следующих областях:

- Сектор туристических агентств - 52,8%;
- Сектор туроператоров - 57,3%;
- Индустрия гостеприимства - 60,1%;
- Питание - 29,7%;
- Мероприятия по отдыху - 33,2%;
- Исторические и культурные организации - 32,3%;
- Окружающая среда и природоохранные мероприятия - 28,5%;
- Авиатранспортные компании - 11,1%;
- Автомобильные транспортные услуги - 11,1%;
- Услуги железнодорожного транспорта - 6,6%;
- Услуги по водному транспорту - 4,1%;
- Местные туристические магазины (для продажи сувениров) - 11,1%;
- Услуги приключенческого туризма - 22,2%;
- Государственные услуги - 17,7%;
- Негосударственный сектор - 7,3%.

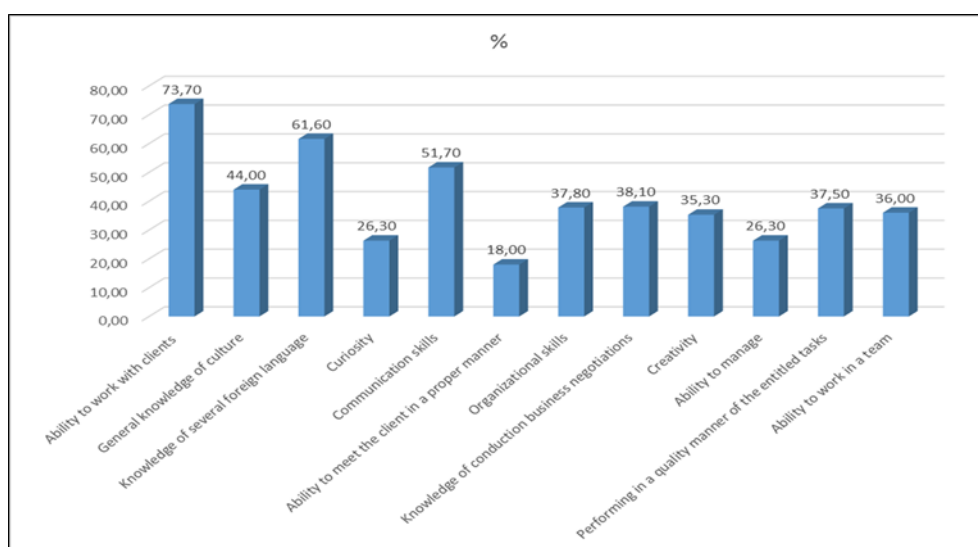


Рис. 3 Описанные потребности в обучении для специалистов, работающих в области устойчивого туризма

Профессиональная сфера деятельности выпускников представлена следующим списком:

- Связь с клиентами и подрядчиками;
- Предоставление клиентам информации об их правах и ответственности за поведение природы;
- Разработка и расчет цен на туристические пакеты, включая весь спектр туристических услуг (транспорт, ночное время, питание, руководство, страхование и т. Д.);
- Проектирование, планирование и реализация рыночных исследований и интерпретация результатов рыночных исследований;
- Проектирование и планирование экскурсий и экскурсий;
- Проектирование и планирование анимационных мероприятий и сценариев
- Взаимодействие с руководством и компаниями,
- личными в иерархическом и горизонтальном

Руководитель программы

«Менеджмент и туризм»

к.э.н., доцент Акылбекова Н. И.