

Флит Александр Леонидович

**ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

Специальность 5.2.3 - Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Санкт-Петербург – 2025

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент
Волошинова Марина Владимировна

Официальные оппоненты: **Швец Ирина Юрьевна**
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации» (г.
Москва), профессор кафедры туризма и
гостиничного бизнеса

Селезнева Вероника Владимировна
кандидат экономических наук,
ФГБОУ ВО «Национальный
государственный университет физической
культуры, спорта и здоровья имени П. Ф.
Лесгафта, Санкт-Петербург», старший
преподаватель кафедры социальных
технологий и массовых коммуникаций в
спорте

Ведущая организация - Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего
образования «**Крымский федеральный
университет им. В.И. Вернадского**»

Защита состоится «___» _____ 2025 года в __ часов на заседании
диссертационного совета 24.2.386.03 при федеральном государственном
бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-
Петербургский государственный экономический университет» по адресу:
191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А,
ауд. 3033.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет» и
на сайте <https://unecon.ru/nauka/dis-sovety/>.

Автореферат разослан «___» _____ 2025 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Т.А. Лаврова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Развитие экономических отношений и совершенствование подходов к организации бизнеса, позволили рассматривать конкурентоспособность не только исключительно по отношению к производителям в рамках товарного производства или сферы услуг, но и с точки зрения ее трактовки в условиях производственно-хозяйственной кооперации и формирования партнерских взаимоотношений в рыночной экономике.

Применительно к принципам и положениям экономики сферы услуг, прежде всего в рамках услуг индустрии туризма и гостеприимства, весьма важным является определение конкурентоспособности туристской дестинации как социально-экономической категории, учитывающей и интересы субъектов рынка, и самой территории, что нашло свое отражение в работе ряда современных авторов. Актуальная проблематика обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ в современных условиях, требует новых методик и подходов к ее определению и оценке, включая обоснование и конкретизацию соответствующих принципов обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации.

Одним из перспективных направлений научных исследований, с точки зрения обеспечения роста уровня туристских дестинаций, необходимо признать оценку влияния такого перспективного вида туризма, как деловой туризм, на конкурентные преимущества российских туристских дестинаций. Разработка факторных моделей и обоснование методик, которые могли бы позволить оценить уровень влияния делового туризма на развитие туристских дестинаций и их конкурентоспособность, будут способствовать оптимизации управленческих решений по управлению туристскими дестинациями с учётом повышения эффективности использования имеющегося туристско-рекреационного, ресурсного и инвестиционного потенциала дестинаций.

Все вышесказанное определяет актуальность исследования проблематики оценки делового туризма как фактор влияния на конкурентоспособность туристской дестинации.

Степень разработанности научной проблемы. Фундаментальные проблемы конкуренции в условиях рыночной экономики, обеспечения конкурентоспособности производителей, в том числе в сфере услуг, методические аспекты повышения эффективности использования ресурсов для роста уровня конкурентоспособности рыночных субъектов, рассмотрены в научных трудах таких классических зарубежных ученых как: Дж. М. Кейнс, Ф. Котлер, А. О. Курно, Жан-Жак Ламбен, А. Маршалл, К. Маркс, Д. С. Миль, Ф. Х. Найт, М. Портер, Д. Рикардо, Дж. Робинсон, А. Смит, Ф. А. фон Хайек, П. Хейне, Э. Чемберлин.

Особенности обеспечения конкурентоспособности производителей

услуг в условиях изменения социально-экономических условий, современные тенденции и перспективы развития конкурентоспособности туристских дестинаций, управление развитием туристских дестинаций с точки зрения роста их конкурентоспособности в условиях цифровизации экономики рассмотрены в научных трудах таких отечественных исследователей как: М. В. Волошинова, М. Г. Воронцова, А. С. Геворгян, И. Г. Головцова, Е. А. Горбашко, Д. Ю. Дудецкий, В. П. Ермакова, Ю. В. Кузнецов, И. М. Лифшиц, Е. В. Песоцкая, В. А. Плотников, А. И. Тарасенок, Р. А. Фатхутдинов, М. В. Щедловская, А. Д. Чудновский.

Среди российских авторов, занимающихся вопросами развития сферы делового туризма в условиях кризисных явлений и цифровизации, определением его влияния на уровень конкурентоспособности туристских дестинаций, следует отметить таких ученых как: Е. В. Васильева, М. А. Дыбаль, Г. А. Карпова, Т. А. Лаврова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова, М. С. Л. Б. Нюренбергер, Оборин, Г. М. Романова, Я. С. Тестина, С. А. Уваров, Л. В. Хорева, С. Ю. Цёхла, Е. Е. Шарафанова, А. Н. Яшина.

Однако, можно говорить об отсутствии комплексных научных исследований, которые бы отражали взаимосвязь делового туризма и конкурентоспособности туристской дестинации по целому ряду основных практических аспектов, включая определение функций и роли делового туризма по отношению к процессу формирования и развития конкурентоспособности туристских дестинаций, типологизацию туристских дестинаций с точки зрения влияния делового туризма, разработку и оценку перспективных направлений, методов и инструментов влияния делового туризма на рост конкурентоспособности туристских дестинаций, формирование стратегии развития делового туризма в отдельных туристских дестинациях на основе комплексного подхода к оценке его влияния на конкурентоспособность дестинации и ряд других практических аспектов, в том числе связанных с учетом фактора цифровизации на рынке делового туризма.

Цель и задачи диссертационного исследования. Целью диссертационной работы является разработка и обоснование методических положений и практических рекомендаций по оценке влияния делового туризма на уровень развития конкурентоспособности туристских дестинаций в целях оптимизации подходов к повышению эффективности и использованию ресурсного потенциала индустрии туризма и гостеприимства РФ в современных экономических условиях.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи** исследования:

- исследовать теоретические аспекты формирования и развития конкурентоспособности туристской дестинации в контексте основных положений теории конкурентоспособности и учета специфики обеспечения конкурентоспособности производителей услуг, в том числе в индустрии туризма и гостеприимства;

- оценить и классифицировать основные группы факторов, оказывающие влияние на конкурентоспособность туристской дестинации в современных экономических условиях;

- предложить методические подходы к оценке функций, направлений и инструментов воздействия делового туризма как фактора, влияющего на уровень развития конкурентоспособности туристской дестинации на основании анализа отечественного и зарубежного опыта;

- предложить факторную модель для оценки уровня делового туризма, учитывающую необходимость реализации приоритетных направлений государственного стратегического развития туристских дестинаций на национальном уровне;

- разработать методику, позволяющую оценить уровень конкурентоспособности выбранной туристской дестинации с точки зрения учета влияния фактора делового туризма.

Объектом исследования является конкурентоспособность туристской дестинации, уровень и динамика развития которой будет зависеть от влияния делового туризма с учетом современных тенденций и стратегических приоритетов развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, которые возникают в процессе воздействия делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации в современных социально-экономических условиях.

Теоретической основой диссертационного исследования выступают классические и современные научные исследования в области: конкуренции в условиях рыночной экономики; теории конкурентоспособности; обеспечения конкурентоспособности производителей услуг; оценки уровня конкурентоспособности туристских дестинаций в условиях изменения социально-экономических условий; анализа современных тенденций и перспективных направлений развития рынка делового туризма в контексте формирования единых подходов к стратегическому развитию индустрии туризма и гостеприимства РФ в условиях кризисных явлений и роста использования цифровых технологий.

Методологическая основа. В диссертационной работе использовались следующие методы и инструменты для проведения социально-экономических исследований: методы индукции и дедукции, синтеза и анализа, системный анализ для оценки и систематизации проблем развития конкурентоспособности туристских дестинаций, метод экспертной оценки для разработки методики оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма на примере дестинации Санкт-Петербурга, социально-экономическое моделирование для формирования факторной модели для оценки уровня делового туризма в контексте стратегического развития конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ, эвристические методы исследования и ряд других.

Информационная база исследования включает в себя источники официальной статистики, которые содержат количественные данные о состоянии и развитии сферы делового туризма на внутреннем и международном рынке; информацию о состоянии и развитии индустрии туризма и гостеприимства в отечественных и зарубежных дестинациях; другие официальные статистические данные, характеризующие социально-экономическую ситуацию в РФ, данные представителей туристского бизнеса, консалтинговых организаций, информационно-аналитических агентств и т.д., результаты использования экспертного подхода, собственные практические разработки и исследования автора.

Обоснованность результатов диссертационного исследования обеспечивается соответствием полученных результатов диссертационного исследования основным положениям теории конкурентоспособности, экономики сферы услуг, моделирования развития социально-экономических систем, стратегического планирования и прогнозирования, других теорий и положений, определяющих системные аспекты развития и модернизации ресурсного и туристско-рекреационного потенциала дестинаций в России.

Достоверность результатов диссертационного исследования основана на проведенном анализе лучших отечественных и зарубежных практик организации делового туризма в современных экономических условиях, использовании современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности туристских дестинаций, учете ключевых нормативно-правовых документов, регламентирующих развитие индустрии туризма и гостеприимства в России, использованием актуальной статистической информации при формировании и апробации предложенной методики оценки уровня конкурентоспособности дестинации Санкт-Петербурга.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Область исследования и результаты соответствуют Паспорту научной специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика» (экономика сферы услуг), следующим его пунктам: 4.8. Конкурентоспособность производителей услуг, 4.15. Туризм и рекреация.

Научная новизна диссертационной работы заключается в обосновании теоретических положений, методических подходов и факторных моделей, направленных на оценку влияния делового туризма на уровень конкурентоспособности туристских дестинаций в России в современных экономических условиях.

Наиболее существенными результатами, обладающими научной новизной и полученными лично автором, являются:

1. Определены и систематизированы принципы обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (системные принципы, принципы функционирования туристской дестинации, принципы стратегического развития дестинации), на основе которых сформирован методический подход к определению конкурентоспособности туристской

дестинации, предполагающий, что данная категория дискретна и представляет собой совокупность конкурентоспособностей отдельных элементов (конкурентоспособность производителей услуг в дестинации, конкурентоспособность туристско-рекреационного потенциала дестинации, конкурентоспособность ресурсного потенциала дестинации, уровень инвестиционной привлекательности дестинации, конкурентоспособность бренда туристской дестинации), значимость которых влияет на уровень развития самой конкурентоспособности.

2. Предложена обобщенная классификация факторов влияния на конкурентоспособность туристской дестинации, которая учитывает авторский подход к формированию и развитию конкурентоспособности туристской дестинации и может быть использована при создании факторных моделей и методик, связанных с количественным определением влияния выбранных факторов.

3. Выделены основные функции делового туризма как фактора влияния на конкурентоспособность туристской дестинации (формирующая, дополняющая, стимулирующая, обеспечивающая и имиджевая функции) в соответствии с предлагаемой типологизацией дестинаций. В соответствии с выбранными функциями, определены и систематизированы перспективные направления и организационно-экономические инструменты, с помощью которых происходит воздействие сферы делового туризма на уровень конкурентоспособности туристской дестинации.

4. Сформулирована и обоснована факторная модель для оценки уровня делового туризма в контексте стратегического развития конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ, которая, в отличие от существующих аналогов, учитывает интересы и стратегические приоритеты государства как основного регулятора сферы делового туризма; позволяет количественно оценить конкурентоспособность с точки зрения расчета уровня соответствия плановых показателей развития, определенных в Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года, и фактически полученных результатов; а также может быть использована не только для отдельных регионов и дестинаций, но и успешно внедрена на федеральном уровне для оценки конкурентоспособности РФ как единой дестинации в контексте оценки влияния делового туризма как фактора роста конкурентоспособности.

5. Разработана и апробирована, на примере дестинации Санкт-Петербурга, методика оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающая развитие делового туризма, которая обеспечивает тесную взаимосвязь между уровнем развития делового туризма и конкурентоспособностью туристской дестинации за счет выбора соответствующих показателей оценки; носит универсальный характер и может быть использована для любых туристских дестинаций; предполагает использование различных инструментов принятия управленческих решений, в том числе экспертного мнения и возможностей нейросетей, в случае

отсутствия конкретной статистической информации, характеризующей состояние того или иного выбранного показателя оценки.

Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в характеристике сущности и определении особенностей конкурентоспособности производителей услуг в современных экономических условиях, разработке методического подхода к определению конкурентоспособности туристской дестинации, оценке факторов, влияющих на конкурентоспособность туристской дестинации в условиях роста кризисных явлений и ускорения процессов, связанных с цифровизацией в индустрии туризма и гостеприимства.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы для стратегического планирования развития туристских дестинаций, экономического прогнозирования основных показателей развития сферы делового туризма, учета основных факторов, влияющих на туристскую дестинацию и сферу делового туризма. Полученные выводы по итогам оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации могут быть использованы для обоснования стратегий развития индустрии туризма и гостеприимства на уровне регионов, бизнес-стратегий предпринимательских структур с точки зрения учёта влияния фактора делового туризма на конкурентоспособность производителей услуг в дестинации.

Апробация и реализация результатов исследования. Результаты диссертационной работы изложены и получили одобрение на международных и всероссийских научно-практических конференциях, посвященных вопросам оценки конкурентоспособности в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе на: международной научно-практической конференции «Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике (промышленный туризм)» (г. Санкт-Петербург), международной научно-практической конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы» (г. Санкт-Петербург), всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Уральские научные чтения» (г. Тюмень) и других.

Публикации результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации изложены в 11 научных работах, в том числе в 6 статьях в научных изданиях, определенных перечнем ВАК. Общий объем публикаций автора по теме диссертации составил 3,7 п.л. (вклад автора 3,4 п.л.).

Структура и содержание диссертации определены поставленной целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Определены и систематизированы принципы обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (системные принципы, принципы функционирования туристской дестинации, принципы стратегического развития дестинации), на основе которых сформирован методический подход к определению конкурентоспособности туристской дестинации, предполагающий, что данная категория дискретна и представляет собой совокупность конкурентоспособностей отдельных элементов (конкурентоспособность производителей услуг в дестинации, конкурентоспособность туристско-рекреационного потенциала дестинации, конкурентоспособность ресурсного потенциала дестинации, уровень инвестиционной привлекательности дестинации, конкурентоспособность бренда туристской дестинации), значимость которых влияет на уровень развития самой конкурентоспособности.

Актуальная проблематика обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ в современных условиях, требует новых методик и подходов к ее определению и оценке, включая обоснование и конкретизацию соответствующих принципов обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации.

По мнению автора, принципы обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации можно разделить на три условные группы – системные принципы (соответствуют общим принципам теории конкурентоспособности социально-экономических систем), принципы функционирования туристской дестинации (ориентированы на достижение необходимого уровня конкурентоспособности для дестинации), принципы стратегического развития дестинации (принципы, обуславливающие стратегию развития конкурентоспособности дестинации).

Исходя из положений и постулатов теории конкурентоспособности, специфики конкурентоспособности в сфере услуг, а также на основании уже существующих подходов в области обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации, автор считает необходимым предложить собственный методический подход к определению конкурентоспособности туристской дестинации (рисунок 1).

Авторский подход к конкурентоспособности туристской дестинации основан на том, что данная категория дискретна и представляет собой совокупность конкурентоспособностей отдельных элементов, значимость и важность которых влияет и на структуру самой «пирамиды». В основе «пирамиды» располагаются те элементы, которые оказывают большее влияние на уровень конкурентоспособности туристской дестинации, и, наоборот, верхняя часть «пирамиды» образуют элементы, значимость которых для туристской дестинации может быть ограничена.

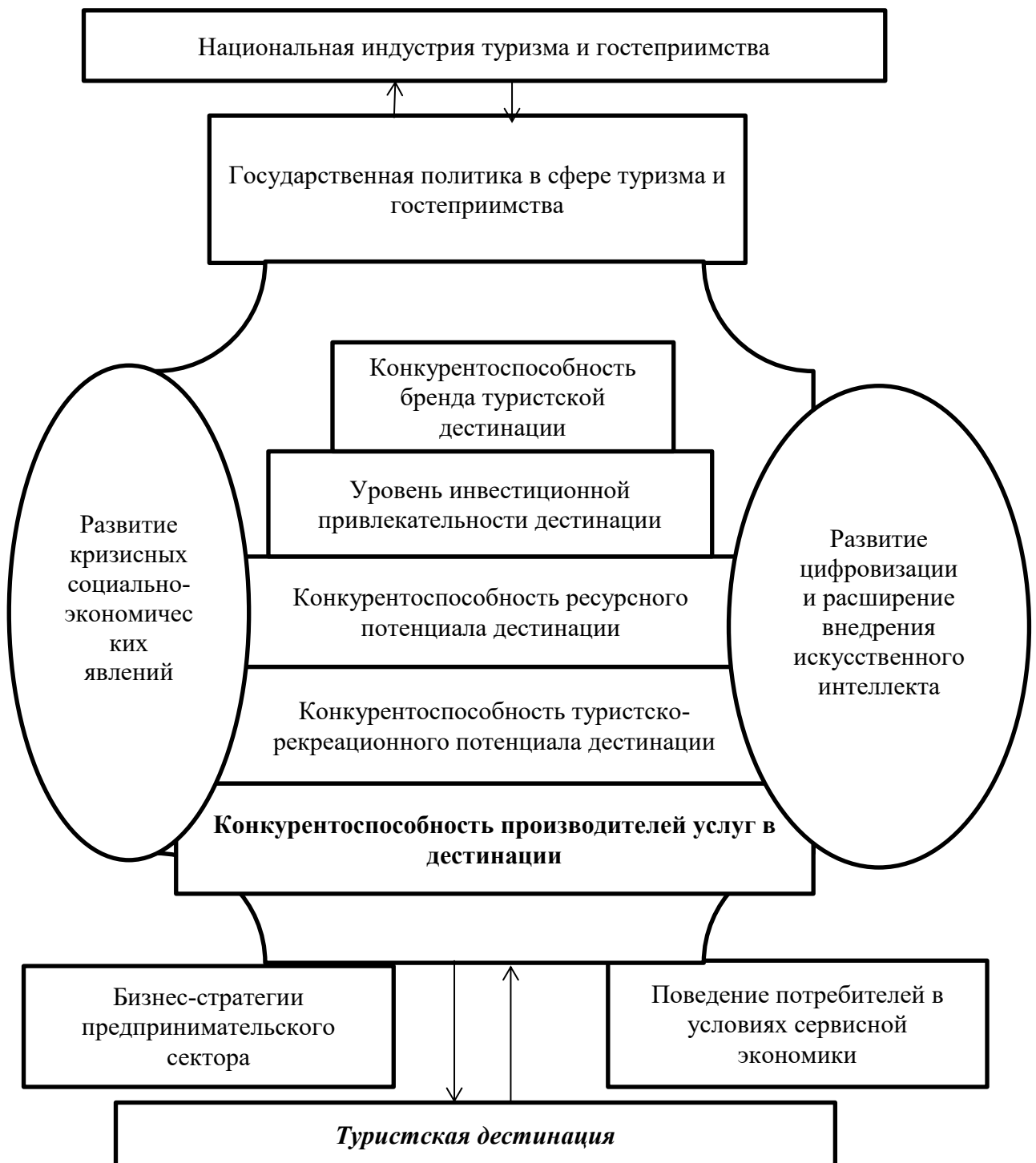


Рисунок 1 – «Пирамида» конкурентоспособности туристской дестинации в современных условиях.

2. Предложена обобщенная классификация факторов влияния на конкурентоспособность туристской дестинации, которая учитывает авторский подход к формированию и развитию конкурентоспособности туристской дестинации и может быть использована при создании факторных моделей и методик, связанных с количественным определением влияния выбранных факторов. Обобщенная классификация факторов, оказывающих влияние на формирование и развитие конкурентоспособности туристской дестинации, представлена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность туристской дестинации

№	Наименование критерия классификации	Виды конкурентоспособности	Примеры факторов влияния
1	С точки зрения учета особенностей и специфики туристской дестинации как социально-экономической категории	-общего характера	-экономические факторы (динамика макроэкономических показателей), -правовые факторы (внесение изменений в законодательную базу), -социальные факторы (рост уровня преступности), -технологические факторы (рост использования цифровых технологий) и т.д.
		-специфического характера	-виды туризма, реализуемые в дестинации, - уровень потенциала для формирования новых объектов туристского показа в дестинации, - локализация по отношению к курортной зоне и т.д.
2	С точки зрения характера влияния на конкурентоспособность туристской дестинации	-универсальные	-государственная политика по отношению к индустрии туризма и гостеприимства, -уровень инфляции и валютный курс, -внедрение цифровых технологий
		-локализованные	-образовательная политика (в контексте влияния на воспроизводство трудовых ресурсов)
3	С точки зрения направленности влияния на конкурентоспособность туристской дестинации	-позитивные	-рост турпотока за счет роста конкурентоспособности производителей услуг
		-негативные	-овертуризм как фактор, негативно влияющий на имидж дестинации
		-условно-нейтральные	-изменения в системе подготовки кадров в сфере делового туризма
4	С точки зрения периода воздействия	-краткосрочные	-снижение уровня конкурентоспособности в условиях краткосрочного ремонта объектов туристского показа в дестинации
		-среднесрочные	-повышение уровня конкурентоспособности в условиях действия региональных среднесрочных программ поддержки бизнеса в сфере делового туризма
		-долгосрочные	-изменение уровня конкурентоспособности в результате расширения использования ИИ
5	С точки зрения возможности воздействия туристской дестинации на изменение факторов	-регулируемые	-инфраструктурный потенциал туристской дестинации
		-нерегулируемые	-развитие экономического кризиса в дестинации
6	С точки зрения степени влияния на конкурентоспособность туристской дестинации	-высокого уровня воздействия	-глобальные тенденции, определяющие развитие социально-экономических систем (например, цифровизация)
		-среднего уровня воздействия	-инвестиционная политика в дестинации (как фактор влияния на инвестиционный и ресурсный потенциал дестинации), -бизнес-стратегии организаций делового туризма (как фактор влияния на конкурентоспособность производителя услуг и ресурсный потенциал дестинации)
		-низкого уровня воздействия	-требования к стандартизации качества услуг в деловом туризме (как фактор влияния на конкурентоспособность производителя услуг)

7	С точки зрения природы возникновения фактора	-внутреннего характера	-требования к ресурсному потенциалу туристской дестинации, -уровень партнерских взаимоотношений между участниками рынка делового туризма в дестинации
		-внешнего характера	-требования нормативно-правового регулирования, отражающиеся на состоянии конкурентоспособности туристской дестинации
8	С точки зрения возможности планирования и прогнозирования влияния воздействия факторов	-планируемые	-объем и структура туристского потока в дестинации, -срок окупаемости инвестиционных вложений в сфере делового туризма, -планируемая величина валовой прибыли производителей услуг
		-прогнозируемые	-средний уровень расходов деловых туристов в дестинации, -количество проводимых деловых мероприятий в течении долгосрочного периода, -уровень ставки рефинансирования
		-непрогнозируемые	-возникновение кризиса в результате ухудшения внешнеполитической обстановки в регионе
		-форс-мажорные	-влияние последствий пандемии коронавирусной инфекции
9	С точки зрения проведения оценки уровня влияния на конкурентоспособность дестинации	-качественного характера	-характеристика бренда дестинации
		-количественного характера	-оценка уровня внутренней нормы доходности инвестиционных проектов в дестинации
10	С точки зрения субъекта управления факторами влияния	-субъект управления – потребитель услуг туристской дестинации	-изменение структуры и величины спроса на услуги делового туризма, -участие в программах клиентской лояльности
		-субъект управления – представители национального предпринимательского сектора	-использование гибкой системы ценообразования, -повышение требований к качеству услуг делового туризма в дестинации, -переход к использованию инструментов цифрового маркетинга
		-субъект управления – органы территориального управления	-изменение величины налоговых ставок для организаций делового туризма, -изменение ставок по арендной плате на объектах региональной собственности, предназначенных для проведения деловых мероприятий в дестинации
		-субъект управления – представители международного туристского бизнеса	-развитие сетевых форм туристского бизнеса, -открытие нового туристского объекта, входящего в сетевое объединение, в дестинации
11	С точки зрения отношения к кризисным ситуациям и явлениям	-обусловленные кризисом	-снижение уровня покупательской способности деловых туристов
		-сопутствующие кризису	-ограничения по передвижению туристов в условиях пандемии коронавирусной инфекции
		- перманентного характера	-влияние государственной политики по регулированию сферы делового туризма, -цифровизация в сфере делового туризма

Принципиальным критерием классификации факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность туристской дестинации, следует признать критерий, в рамках которого происходит разделение всей совокупности факторов на общего и специфического характера. В случае характеристики конкурентоспособности туристской дестинации, больший интерес и значение представляют специфические факторы, которые формируются, в том числе за счёт того, что происходят определённые изменения факторов общего характера. Ещё одним важным критерием классификации следует признать критерий классификации, который разделяет все факторы на универсальные и на локализованные.

3. Выделены основные функции делового туризма как фактора влияния на конкурентоспособность туристской дестинации (формирующая, дополняющая, стимулирующая, обеспечивающая и имиджевая функции) в соответствии с предлагаемой типологизацией дестинаций. В соответствии с выбранными функциями, определены и систематизированы перспективные направления и организационно-экономические инструменты, с помощью которых происходит воздействие сферы делового туризма на уровень конкурентоспособности туристской дестинации.

В диссертационном исследовании непосредственное влияние делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации характеризуется посредством выделения ряда его функций, а также типологизации туристских дестинаций в зависимости от выбранной функции. Влияние делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации может быть рассмотрено не только с точки зрения тех функций, которые выполняет деловой туризм, но и с точки зрения конкретных направлений и инструментов, которыми располагает сфера делового туризма либо субъекты управления дестинацией. Отдельно хотелось бы отметить наличие тесной партнерской взаимосвязи между функциями делового туризма, направлениями и основными инструментами его воздействия на конкурентоспособность туристской дестинации (таблица 2).

Таблица 2

Взаимосвязь инструментов и функций делового туризма как фактора влияния на уровень конкурентоспособности туристской дестинации

Наименование функции делового туризма	Конкретный набор инструментов, используемые в рамках реализации и развития программ делового туризма
Формирующая	-максимальное информирование деловых туристов о самой дестинации с точки зрения ее возможностей для делового туризма, -обеспечение высокой транспортной доступности дестинации, прежде всего, авиа-и железнодорожного сообщения, -наличие программ государственной поддержки стимулирования сферы делового туризма, -стратегическое планирование формирования и развития

	инфраструктурных объектов для делового туризма и т.д.
Дополняющая	-максимальное информирование деловых туристов о возможностях туристско-рекреационного потенциала дестинации, -расширение программ выходного дня для деловых туристов, -продвижение дополнительных туристских продуктов для деловых туристов, -стремление к сохранению цен на туристские услуги в рамках программ делового туризма, -повышение требований к качеству оказания услуг в дестинации
Стимулирующая	-максимальное информирование деловых туристов о возможностях и потенциале предпринимательского сектора, локализованного в дестинации, -продвижение дестинации как привлекательного места для ведения переговоров с местными производителями товаров и услуг, -точечное развитие инфраструктуры делового туризма на основе взаимодействия бизнеса, территориальных органов управления и предприятий индустрии туризма и гостеприимства, -поддержка организации и проведения ознакомительных туров в дестинацию, -более активное вовлечение местного населения в развитие сферы делового туризма
Обеспечивающая	-стимулирование инновационных образовательных программ, направленных на подготовку кадров для сферы делового туризма в дестинации, -наличие стратегического планирования модернизации объектов инфраструктуры делового туризма в дестинации, -стимулирование роста инновационной активности в сфере делового туризма в дестинации, -создание и продвижение интегрированных цифровых платформ для обеспечения взаимосвязи делового туризма и управления ресурсными потенциалом дестинации и др.
Имиджевая	-рост количества проводимых мероприятий, связанных с деловым туризмом, -рост инвестиционных вложений в инфраструктуру конгрессно-выставочной и ярмарочной деятельности, -активное продвижение деловых мероприятий на международном рынке, -оценка уровня удовлетворенности деловых туристов, принимавших участие в деловых мероприятиях и др.

Конкретное использование направлений и инструментов влияния делового туризма на конкурентоспособность дестинации требует анализа и оценки условий конкретной дестинации, для которой можно сформулировать практические рекомендации с точки зрения моделирования роста конкурентоспособности за счёт повышения значимости фактора делового туризма. В качестве такой дестинации автор предлагает рассматривать город Санкт-Петербург.

4. Сформулирована и обоснована факторная модель для оценки уровня делового туризма в контексте стратегического развития конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ, которая, в отличие от существующих аналогов, учитывает интересы и стратегические приоритеты государства как основного регулятора сферы делового туризма; позволяет количественно оценить конкурентоспособность с точки зрения расчета уровня соответствия плановых показателей развития, определенных в Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года, и фактически полученных результатов; а также может быть использована не только для отдельных регионов и дестинаций, но и успешно внедрена на федеральном уровне для оценки конкурентоспособности РФ как единой дестинации в контексте оценки влияния делового туризма как фактора роста конкурентоспособности.

По мнению автора, весьма перспективным представляется использование модели оценки с пороговыми значениями (модели порогового анализа) для оценки конкурентоспособности дестинаций с точки зрения возможности соотнесения достигнутого уровня развития делового туризма, выраженного через определенные количественные значения ряда социально-экономических показателей, с целевыми ориентирами, заложенными в нормативно-правовых документах, определяющих стратегическое развитие индустрии туризма и гостеприимства.

В качестве основополагающего нормативно-правового документа, определяющего приоритетные векторы развития делового туризма в РФ, в соответствии с современными тенденциями в индустрии туризма и гостеприимства, рассмотрим и проанализируем Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

Рассматривая меры по развитию делового туризма в РФ, в рамках применения модели оценки с пороговыми значениями, как индикаторы, отражающие необходимый уровень конкурентоспособности туристской дестинации, представляется необходимым предложить набор показателей, каждый из которых будет характеризовать ту или иную меру по развитию делового туризма в РФ (таблица 3).

Таблица 3

Возможные плановые показатели, характеризующие уровень выполнения мер по развитию делового туризма в РФ (авторские разработки)

№	Меры по развитию делового туризма в РФ	Показатели, характеризующие уровень выполнения соответствующей меры по развитию делового туризма в РФ с указанием единицы измерения
1	Комплекс мер по целевому продвижению делового туризма, в том числе создание условий для проведения деловых мероприятий на туристских территориях	Количество отечественных деловых туристов, за отчетный период, тыс. чел. (A1)
		Количество зарубежных деловых туристов, посетивших РФ за отчетный период, тыс. чел. (A2)
		Совокупная величина расходов отечественных и

	(группа показателей А)	зарубежных деловых туристов за отчетный период, млн руб. (А3)
2	Проработка мер и подходов по развитию конгрессно-выставочных пространств и конгрессно-гостиничных комплексов, повышению эффективности их работы (группа показателей В)	Количество созданных конгрессно-выставочных пространств и конгрессно-гостиничных комплексов за отчетный период, ед. (В1)
		Количество созданных рабочих мест в новых конгрессно-выставочных пространствах и конгрессно-гостиничных комплексах за отчетный период, тыс. чел. (В2)
		Общая величина налоговых поступлений от налога на прибыль существующих конгрессно-выставочных пространств и конгрессно-гостиничных комплексов за отчетный период, млн руб. (В3)
3	Сбор и анализ лучших мировых практик в сфере развития делового туризма (группа показателей С)	Количество официальных информационных баз данных, содержащих сведения о лучших мировых практик в сфере развития делового туризма за отчетный период, ед. (С1)
		Количество зарегистрированных пользователей официальных информационных баз данных, содержащих сведения о лучших мировых практик в сфере развития делового туризма за отчетный период, тыс. чел. (С2)
		Количество проектов в сфере делового туризма за отчетный период, учитывающих лучшие мировые практики в сфере развития делового туризма, данные о которых размещены в официальных информационных базах данных, ед. (С3)
4	Развитие системы обучения персонала в сфере делового туризма (группа показателей D)	Количество обучающихся по сертифицированным программам повышения квалификации в области делового туризма за отчетный период, тыс. чел (D1)
		Среднее значение коэффициента текучести кадров для персонала, участвовавшего в повышении квалификации в отчетном периоде, в сфере делового туризма, - (D2)
		Средний уровень удовлетворенности потребителя работой персонала, участвовавшего в повышении квалификации в отчетном периоде, в сфере делового туризма, % (D3)
5	Целевая работа по развитию систем продвижения делового туризма России на внутреннем и международном туристских рынках, а также презентации соответствующего туристского продукта России на внутренних и международных тематических выставках, проведение роуд-шоу и ознакомительных туров, создание программ	Количество проведенных роуд-шоу и ознакомительных туров за рубежом, посвященных продвижению возможностей российской сферы делового туризма за отчетный период, ед. (E1)
		Количество крупных деловых мероприятий за рубежом, посвященных продвижению возможностей российской сферы делового туризма за отчетный период, ед. (E2)
		Количество ведущих деятелей культуры, спорта, бизнеса и науки, принявших участие в программах продвижения возможностей российской сферы делового туризма за отчетный период, тыс. чел. (E3)

	продвижения с участием ведущих деятелей культуры, спорта, бизнеса и науки (группа показателей E)	
6	Целевая работа с научным сообществом, научными организациями и ассоциациями, формирующими около 30 процентов деловых мероприятий (группа показателей F)	Количество проведенных научных мероприятий, связанных с развитием делового туризма в РФ, за отчётный период, ед. (F1)
		Количество мероприятий, проведенных региональными ассоциациями индустрии туризма и гостеприимства, связанных с развитием делового туризма в РФ, за отчётный период, ед. (F2)
		Количество финансируемых НИОКР, связанных с развитием делового туризма в РФ, за отчётный период, млн руб. (F3)

Предложенные показатели и их фактические значения могут быть использованы для оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающий развитие делового туризма, рассчитанный на основе использования модели оценки с пороговыми значениями. При использовании модели одним из самых важных является вопрос о том, каким образом определить максимальное количество баллов, которое следует использовать по каждой выбранной группе показателей. По мнению автора, здесь может быть два варианта методики определения баллов:

-все показатели, образующие группу, обладают одинаковой степенью важности для реализации меры по развитию делового туризма в РФ. Следовательно максимальное значение одинаково и зависит от используемой шкалы оценки. В данном случае может быть использована десятибалльная шкала оценки, так как она позволяет учитывать достаточно большую амплитуду колебаний внутри каждого показателя.

-показатели имеют разное значение для достижения меры по развитию делового туризма в РФ, и, следовательно, количество максимальных баллов между показателями будет определяться исходя из уровня этой значимости и определяться субъектом государственного управления.

В диссертационном исследовании представлены примеры расчётов по двум описанным выше подходам к выбору максимального балла по группе показателей D «Развитие системы обучения персонала в сфере делового туризма».

Можно говорить о том, что предложенная факторная модель оценки уровня делового туризма в контексте стратегического развития конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ обладает следующими характерными чертами, отличающими её от других схожих вариантов:

-учитывает интересы и стратегические приоритеты государства как основного регулятора сферы делового туризма с точки зрения эффективного развития рынка для обеспечения роста конкурентоспособности туристских дестинаций в Российской Федерации,

-позволяет количественно оценить конкурентоспособность с точки зрения расчета уровня соответствия плановых показателей развития, определенных

в Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года, и фактически полученных результатов,

-может быть использована не только для отдельных регионов и дестинаций, но и успешно внедрена на федеральном уровне для оценки конкурентоспособности РФ как единой дестинации.

5. Разработана и апробирована, на примере дестинации Санкт-Петербурга, методика оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающая развитие делового туризма, которая обеспечивает тесную взаимосвязь между уровнем развития делового туризма и конкурентоспособностью туристской дестинации за счет выбора соответствующих показателей оценки; носит универсальный характер и может быть использована для любых туристских дестинаций; предполагает использование различных инструментов принятия управленческих решений, в том числе экспертного мнения и возможностей нейросетей, в случае отсутствия конкретной статистической информации, характеризующей состояние того или иного выбранного показателя оценки.

Реализация авторской методики предполагает прохождение нескольких основных этапов:

1. Определение основных групп показателей и конкретных показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма,

2. Выбор и обоснование балльной шкалы оценки в соответствии с выбранными критериями и задачами в сфере управления конкурентоспособностью туристской дестинации,

3. Характеристика условий для соответствия показателя полученному баллу по каждой позиции,

4. Характеристика критериев для оценки удельного веса (значимости) показателя,

5. Разработка универсальных шкал оценки в зависимости от единицы измерения выбранного показателя,

6. Характеристика и оценка отдельных показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма, по каждой определенной группе для оценки интегрального уровня конкурентоспособности,

7. Проведение расчета интегральной оценки достигнутого уровня конкурентоспособности выбранной туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма,

8. Разработка методических рекомендаций относительно возможности роста конкурентоспособности выбранной туристской дестинации за счет влияния фактора делового туризма.

Можно говорить о следующих основных особенностях и отличиях предлагаемой методики оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма от уже существующих

вариантов и методических подходов к оценке уровня конкурентоспособности туристской дестинации:

1. Методика обеспечивает тесную взаимосвязь между уровнем развития делового туризма и конкурентоспособностью туристской дестинации за счет выбора соответствующих показателей оценки. Посредством расчета промежуточных суммарных значений и интегрального показателя уровня конкурентоспособности туристской дестинации можно оценить влияние вида туризма (делового туризма) как фактора, формирующего различные элементы конкурентоспособности туристской дестинации.

2. Методика предполагает не только качественное описание конкурентоспособности дестинации, но и её количественную оценку с использованием широкой системы показателей и критериев оценки, предполагающих применение пятибалльной шкалы оценки.

3. Методика основана на оценке значений пяти основных групп показателей (по числу элементов «пирамиды» конкурентоспособности). Каждая из групп содержит по пять структурных показателей. Таким образом, для интегральной оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации в контексте влияния делового туризма, нами предлагается использовать двадцать пять показателей. Значительное число и вариативность используемых показателей свидетельствуют в пользу научной и практической обоснованности возможных, в случае практического применения методики, результатов оценки уровня конкурентоспособности дестинации.

4. Достоверность методики достигается за счёт использования официальной статистической информации профильного характера в сфере делового туризма и общей статистической информации об индустрии туризма и гостеприимства, которая представлена на информационных порталах органов государственного управления, консалтинговых организаций, профессиональных ассоциаций и объединений и т.д.

5. Методика носит универсальный характер и может быть использована для абсолютно любых туристских дестинаций, как отечественных, так и зарубежных, без четкой взаимосвязи с уже достигнутым уровнем развития сферы делового туризма в дестинации.

6. Результаты, полученные в результате применения методики, могут использоваться для стратегического планирования развития туристских дестинаций, экономического прогнозирования основных показателей развития туристских дестинаций и сферы делового туризма, учета основных факторов, влияющих на туристскую дестинацию и сферу делового туризма. Полученные выводы по итогам оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации могут быть использованы для обоснования стратегий развития индустрии туризма и гостеприимства на уровне регионов, бизнес-стратегий предпринимательских структур с точки зрения учёта влияния фактора делового туризма на конкурентоспособность производителей услуг в дестинации.

7. Методика предполагает использование различных инструментов принятия управленческих решений, прежде всего экспертного мнения и использования возможностей нейросетей, в случае отсутствия конкретной статистической информации, характеризующей состояние того или иного выбранного показателя оценки.

В диссертационном исследовании представлен расчет уровня конкурентоспособности туристской дестинации, на примере Санкт-Петербурга, учитывающий уровень развития делового туризма. Представленные результаты, с одной стороны, свидетельствуют о высоком уровне развития делового туризма в Санкт-Петербурге и позиционировании самой дестинации как одного из ключевых центров для развития делового туризма не только в России, но и в мире.

На основании полученных результатов апробации методики, представлены возможные управленческие решения по изменению уровня показателей по каждой из групп, выделяемых для оценки уровня конкурентоспособности выбранной дестинации.

III. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (ЗАКЛЮЧЕНИЕ)

С точки зрения экономики сферы услуг, прежде всего в рамках услуг индустрии туризма и гостеприимства, весьма важным является определение конкурентоспособности туристской дестинации как социально-экономической категории, учитывающей и интересы субъектов рынка, и самой территории.

В диссертационном исследовании непосредственное влияние делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации характеризуется посредством выделения ряда его функций, а также типологизации туристских дестинаций в зависимости от выбранной функции.

Разработанная в диссертационном исследовании факторная модель оценки уровня делового туризма в контексте стратегического развития конкурентоспособности туристских дестинаций в РФ позволяет количественно оценить конкурентоспособность с точки зрения расчета уровня соответствия плановых показателей развития, определенных в Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года, и фактически полученных результатов.

IV. СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Флит, А. Л. Пути повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства / А. Л. Флит // Вестник Национальной академии туризма. – 2013. – № 4(28). – 0,3 п.л.
2. Флит, А. Л. Особенности оценки конкурентоспособности предприятия в сфере услуг / А. Л. Флит // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2(50). – 0,4 п. л.

Флит, А. Л. Подходы к определению и оценке факторов конкурентоспособности в индустрии туризма / А. Л. Флит // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2014. – Т. 6, № 1. – 0,3 п. л.

4. Флит, А. Л. Теоретические аспекты обеспечения конкурентоспособности услуг на рынке делового туризма / А. Л. Флит // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2024. – № 5(149). – 0,4 п. л.

5. Флит, А. Л. Алгоритм выбора и формирования факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации / А. Л. Флит // Экономический вектор. – 2025. – № 3(42). – 0,3 п. л.

6. Флит А. Л. Методика оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации за счет развития делового туризма / А. Л. Флит // Ученые записки Международного банковского института. – 2025. – № 3(53). – 0,3 п. л.

7. Флит А. Л. Факторные модели и возможность их применения для оценки конкурентоспособности туристской дестинации // Актуальные проблемы развития сферы услуг : Сборник научных трудов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. – 0,2 п. л.

8. Флит А. Л. Конкурентные преимущества и их роль в формировании конкурентоспособности организаций в сфере услуг / А. Л. Флит, М. В. Волошинова // Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике (промышленный туризм): Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Санкт -Петербург. - СПб.: СПбГЭУ, 2024. – 0,6/0,3 п.л.

9. Флит А. Л. Роль государства в формировании конкурентной среды на рынке услуг (на примере делового туризма) // Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике (промышленный туризм): Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Санкт -Петербург. - СПб.: СПбГЭУ, 2024. – 0,2 п.л.

10. Флит А. Л. Анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность туристской дестинации// Междисциплинарные аспекты современной науки: новые подходы и технологии: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Стерлитамак. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2025. – 0,5 п. л.

11. Флит А. Л. Развитие делового туризма в условиях дестинации Санкт-Петербурга // Уральские научные чтения : Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Тюмень. – Уфа: ООО "Аэтерна", 2025. – 0,2 п. л.