

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 338.48

A.L. Fleet

ALGORITHM FOR SELECTION AND FORMATION OF A FACTOR MODEL OF THE INFLUENCE OF BUSINESS TOURISM ON THE COMPETITIVENESS OF A TOURIST DESTINATION

Social and economic modeling plays a significant role in assessing the level of influence of business tourism on the competitiveness of a tourist destination. According to the author, it seems appropriate to formulate a certain algorithm for the formation and use of a factor model of the influence of business tourism on the competitiveness of a tourist destination. Within the framework of the presented algorithm, the following stages are distinguished: determining the main goals and limitations for the factor model of the influence of business tourism on the competitiveness of a tourist destination; determining the main factors taken into account within the model for assessing the competitiveness of a tourist destination; developing an economic and mathematical model for assessing the competitiveness of a tourist destination and a number of other important stages.

Keywords: business tourism, tourist destinations, competitiveness of a tourist destination, factor models, management in the tourism and hospitality industry, economic and mathematical modeling.

А.Л.Флит¹**АЛГОРИТМ ВЫБОРА И ФОРМИРОВАНИЯ ФАКТОРНОЙ МОДЕЛИ ВЛИЯНИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

Значимую роль в оценке уровня влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации играет социально-экономическое моделирование. По мнению автора, представляется целесообразным сформировать определённый алгоритм формирования и использования факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации. В рамках представленного алгоритма выделены такие этапы как: определение основных целей и ограничений для факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации; определение основных факторов, учитываемых в рамках модели для оценки конкурентоспособности туристской дестинации; разработка экономико-математической модели для оценки конкурентоспособности туристской дестинации и ряд других важных этапов.

Ключевые слова: деловой туризм, туристские дестинации, конкурентоспособность туристской дестинации, факторные модели, управление в индустрии туризма и гостеприимства, экономико-математическое моделирование.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-3-42-68-72

В отечественной литературе деловой туризм, в большинстве своём, рассматривается в контексте его соотнесения с другими видами туризма [2], [4], [7], [12], характеристики его специфических особенностей как вида туристской деятельности [1], [3], [5], [6], [9], практических вопросов его организации в условиях регионов и территорий [8], [10], [11], [13]. Однако, можно говорить об отсутствии научных исследований, которые бы отражали взаимосвязь делового туризма и конкурентоспособности туристской дестинации по целому ряду основных практических аспектов:

- определение функций и роли делового туризма по отношению к процессу формирования и развития конкурентоспособности туристских дестинаций,
- типологизация туристских дестинаций с точки зрения влияния делового туризма,
- разработка и оценка перспективных направлений, методов и инструментов влияния делового туризма на рост конкурентоспособности туристских дестинаций,
- создание стратегии развития делового туризма в отдельных туристских дестинациях на основе комплексного подхода к оценке его влияния на конкурентоспособ-

¹ Флит А.Л., соискатель кафедры экономики и управления в сфере услуг ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Fleet A.L., Applicant of the Department of Economics and Management in the Service Sector; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint Petersburg State University of Economics", Saint Petersburg

ность дестинации и ряд других практических аспектов, в том числе связанных с учётом фактора цифровизации на рынке делового туризма.

Значимую роль в оценке уровня влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации играет социально-экономическое моделирование, которое позволяет выявить количественные взаимосвязи между данным видом туризма и способностью дестинации к развитию потенциала своих собственных конкурентных преимуществ по сравнению с дестинациями-конкурентами с точки зрения привлечения деловых туристов и организации деловых мероприятий регионального и международного значения.

Следует говорить о том, что любая факторная социально-экономическая модель может быть применима к проблематике оценки взаимосвязи между деловым туризмом и конкурентоспособностью туристской дестинации. По своему назначению факторные модели могут быть условно разделены на следующие типы:

- факторные модели, характеризующие влияние делового туризма на развитие конкурентоспособности дестинации,
- факторные модели, характеризующие влияние конкурентоспособности дестинации на развитие делового туризма,
- факторные модели, оценивающие развитие делового туризма как фактора влияния на конкурентоспособность туристской дестинации с точки зрения отдельного экономического субъекта и его целеполагания,
- факторные модели, оценивающие развитие конкурентоспособности туристской дестинации как фактора влияния на деловой туризм с точки зрения отдельного экономического субъекта и его целеполагания.

Исходя из логики проведения данного исследования наиболее востребованными представляются модели, где деловой туризм выступает в качестве фактора влияния на конкурентоспособность туристской дестинации, а не наоборот.

Также, по мнению автора, использование отдельных моделей в условиях делового туризма будет зависеть от ряда условий:

- самой цели моделирования (например, для проведения интегральной оценки уровня конкурентоспособности для принятия последующих решений по её изменению);
- ключевых задач, которые ставятся при моделировании (например, оценки влияния только одного фактора, характеризующего деловой туризм, на конкурентоспособность туристской дестинации);
- субъекта, в интересах которого осуществляется моделирование (например, виды используемых моделей могут отличаться исходя из интересов государства или бизнеса),
- уровня достоверности и полноты информационных данных, которые могут быть использованы для проведения моделирования (например, только на основании данных официальной статистики).

Кроме того, при моделировании очень важна последовательность проведения основных этапов, которые позволят сформировать модель, адаптированную к вопросам оценки взаимосвязи делового туризма и конкурентоспособности туристской дестинации на основе исполнения перечисленных выше условий.

В связи с этим, представляется целесообразным сформировать определённый алгоритм выбора и формирования факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации (Рис. 1).

На первых двух этапах предлагаемого алгоритма рассматриваются характеристики всего существующего комплекса экономико-математических моделей, с помощью которых можно оценить взаимосвязи между деловым туризмом и конкурентоспособностью туристской дестинации с выделением преимуществ и недостатков каждой модели. При этом должны учитываться условия к проведению моделирования, которые должны быть определены перед проведением исследования. Исходя из обозначенных условий будет выбрана предпочтительная модель, которая будет отражать условия взаимодействия делового туризма и конкурентоспособности туристской дестинации.

Следующим этапом алгоритма является определение основных целей и ограничений для выбранной факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации. Как уже было сказано, поставленные цели и выбранные ограничения зависят от того, кто из экономических субъектов заинтересован в использовании данной модели. Далее, по логике действия алгоритма, будут определяться основные факторы, которые должны учитываться при моделировании.

При этом сами факторы должны будут структурированы с помощью отдельных показателей оценки, которые максимально отражают представленные факторы. Чем больше показателей задействовано для характеристики фактора влияния, тем, скорее всего, будет выше достоверность полученных результатов оценки.

Однако, результат будет зависеть и от качества самой информации, характеризующей выбранные показатели и используемой для цели моделирования экономических процессов в туристской дестинации.



Рисунок 1 – Алгоритм выбора и формирования факторной модели влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации (авторские разработки)

Шестой и седьмой этапы направлены на определение внутренних параметрических связей в рамках выбранной модели. В целях моделирования необходимо определить наличие вероятности перекрёстного влияния между факторами, а также предложить методические рекомендации относительно того, каким образом будет определяться значимость и приоритетность не только самих факторов, но и тех параметров, которые характеризуют каждый фактор по отдельности.

В условиях оценки делового туризма как фактора влияния на конкурентоспособность туристской дестинации, сложно говорить о приоритетности отдельных факторов влияния. Например, когда в качестве таких укрупнённых факторов выступают элементы "пирамиды" конкурентоспособности туристской дестинации весьма сложно выделить удельные веса, отражающие их значимость для дестинации. В связи с этим, следует признать определённое равенство приоритетов среди факторов влияния делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации при прочих равных условиях. Приори-

тет между факторами, скорее всего, может быть изменён исходя из особенностей социально-экономического положения туристской дестинации.

Однако, те показатели, которые образуют каждый фактор, могут быть дифференцированы в зависимости от определённых условий и требований к проведению моделирования. Например, в качестве критерия для определения удельных весов может выступать уровень полноты и достоверности информации о показателе, уровень значимости показателя для субъекта управления дестинацией и т.д.

Далее следует, в определённой степени, завершающий этап, с точки зрения самого процесса моделирования – формируется математическое отображение выбранной социально-экономической факторной модели, описывающей количественные связи между деловым туризмом и конкурентоспособностью туристской дестинации, исходя из результатов, полученных на предшествующих этапах реализации алгоритма.

На основании сформированной экономико-математической модели можно проводить оценку уровня конкурентоспособности туристской дестинации, учитывая деловой туризм как фактор, и принимая во внимание особенности конкретной дестинации, функции и роль делового туризма, позицию самого субъекта, который применяет данную модель. Полученные результаты моделирования могут быть использованы для разработки и внедрения методических рекомендаций, которые будут носить целевой характер, так как они будут учитывать воздействие каждого конкретного фактора, определяющего уровень конкурентоспособности туристской дестинации.

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 определённые количественные значения ряда социально-экономических показателей, с целевыми ориентирами, заложенными в нормативно-правовых документах, определяющих стратегическое развитие индустрии туризма и гостеприимства.

Можно говорить о том, что такой подход предполагает комплексную оценку конкурентоспособности с точки зрения интересов государства как на уровне страны, так и на уровне отдельных регионов и территорий. Чем выше уровень данного соответствия, тем выше уровень конкурентоспособности дестинации с точки зрения органов государственного управления.

Список использованных источников

1. Березка Д.В. Деловой туризм как объект исследования / Д.В. Березка // Современные научные исследования в сфере экономики: Сборник результатов научных исследований. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2018. – С. 257-260.
2. Деловой туризм в России: современные реалии и перспективы / Е.Н. Антомошкина, А.С. Мелкумян, Я.В. Луценко, А.А. Стубайло // Инновационные технологии в агропромышленном комплексе в условиях цифровой трансформации: Материалы Международной научно-практической конференции, Волгоград, 09–11 февраля 2022 года. Том IV. – Волгоград: Волгоградский государственный аграрный университет, 2022. – С. 101-106.
3. Джабраилова Л.Х. Деловой туризм России: проблемы, особенности развития / Л.Х. Джабраилова, А.А. Попанова // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3(116). – С. 746-749.
4. Карпов Д.А. Деловой туризм в России: основные проблемы развития и пути их решения / Д.А. Карпов // Инновации и инвестиции. – 2025. – № 1. – С. 153-157.
5. Кузнецова В.Д. Современный деловой туризм: структура, особенности, развитие / В.Д. Кузнецова // Гостеприимная Россия: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Социально-экономический институт, 12 декабря 2024 года. – Саратов: ООО "Амирит", 2025. – С. 97-100.
6. Нюренбергер Л.Б. Современный деловой туризм: структура, особенности, развитие / Л.Б. Нюренбергер, Н.Л. Рогалева, Н.Е. Петренко // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 8. – С. 28-32.
7. Потапов А.Е. Деловой туризм как вид туризма / А.Е. Потапов // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2024. – № 2-1. – С. 428-431.
8. Цыбуля Д.Н. Деловой туризм, как перспективное направление развития туризма в России / Д.Н. Цыбуля // Актуальные проблемы развития туризма и гостеприимства: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 14 ап-

реля 2017 года / Ответственный редактор Е.Г. Радыгина. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2017. – С. 234-239.

9. Features of business processes model building in the field of international tourism business / A. Rogovyi, M. Serbov, S. Korol [et al.] // International Journal of Entrepreneurship. – 2020. – Vol. 24, No. 1 Special Issue. – P. 1-7.

10. Onserio D.K. Evaluation of determinants of tourism destination's competitiveness on customer loyalty / D.K. Onserio, M. Omare, Y. Nyaboga // Reviewed Journal International of Business Management– 2023. – Vol. 4, No. 1.

11. Relationship between price competitiveness, tourist arrivals, and tourism receipts in European countries / S. Radukića, S. Jovanovića, M. Petrović-Randelović [et al.] // Serbian Journal of Management. – 2023. – Vol. 18, No. 1. – P. 153-165.

12. Szromek A.R. Model of Business Relations in Spa Tourism Enterprises and Their Business Environment / A.R. Szromek // Sustainability. – 2020. – Vol. 12, No. 12. – P. 4941.

13. Tewari Sh. Enhancing Tourist Destination Competitiveness Through Sustainable Tourism Practices: A Literature Review / Sh. Tewari // International Journal of Scientific Engineering and Research. – 2024. – Vol. 12, No. 10. – P. 14-18.