

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Александр Леонидович ФЛИТ¹, соискатель

¹кафедра Экономики и управления в сфере услуг

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,

Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: Флит А. Л., 191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

Аннотация

Статья посвящена актуальным вопросам определения перспективных методов оценки конкурентоспособности туристских дестинаций, учитывающих влияние фактора развития делового туризма в условиях цифровизации. **Цель проведения исследования** – формирование методики, которая предполагает не только качественное описание конкурентоспособности дестинации, но и ее количественную оценку с использованием широкой системы показателей и критериев оценки, предполагающих применение пятибалльной шкалы оценки. В качестве основных **методов исследования** использовались: системный анализ, факторное моделирование, сравнительный анализ. В основу авторской методики положена аддитивная факторная модель. В рамках исследования представлена подробная характеристика показателей для оценки уровня конкурентоспособности по элементу «Конкурентоспособность производителей услуг в дестинации», а также выделены отличительные черты предлагаемой методики оценки конкурентоспособности от уже существующих вариантов в отечественной и зарубежной научной литературе. **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 учета влияния фактора делового туризма на конкурентоспособность производителей услуг в дестинации.

Ключевые слова

деловой туризм, туристские дестинации, конкурентоспособность туристской дестинации, факторные модели, управление в индустрии туризма и гостеприимства

Для цитирования: Флит А.Л. Методика оценки уровня конкурентоспособности туристской дестинации за счет развития делового туризма // Ученые записки Международного банковского института. 2025. № 3(53). С. 155–166.

5.2.3. Regional and sectoral economics

UDC 338.48

METHODOLOGY FOR ASSESSING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF A TOURIST DESTINATION THROUGH THE DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM

Alexander Leonidovich FLEET¹, applicant

¹Department of Economics and Management in the Service Sector of the Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

Address for correspondence: Fleet A. L., 191023, Saint Petersburg, st. Sadovaya, 21

Abstract

The article is devoted to current issues of determining promising methods for assessing the competitiveness of tourist destinations, taking into account the influence of the factor of business tourism development in the context of digitalization. **The purpose of the study** is to develop a methodology that involves not only a qualitative description of the competitiveness of the destination, but also its quantitative assessment using a wide system of indicators and evaluation criteria that involve the use of a five-point assessment scale. **The main research methods** were: system analysis, factor modeling, comparative analysis. The author's methodology is based on the additive factor model. The study presents a detailed description of the indicators for assessing the level of competitiveness for the element «Competitiveness of service providers in the destination», and highlights the distinctive features of the proposed methodology for assessing competitiveness from existing options in domestic and foreign scientific literature. **The results** obtained as a result of applying the methodology can be used for strategic planning of the development of tourist destinations, economic forecasting of the main indicators of the development of tourist destinations and the business tourism sector, taking into account the main factors influencing the tourist destination and the business tourism sector. The findings obtained from the assessment of the competitiveness level of a tourist destination can be used to justify strategies for the development of the tourism and hospitality industry at the regional level, business strategies of entrepreneurial

structures from the point of view of taking into account the influence of the business tourism factor on the competitiveness of service providers in the destination.

Keywords

business tourism, tourist destinations, competitiveness of a tourist destination, factor models, management in the tourism and hospitality industry

For citation: Fleet A.L. Methodology for assessing the level of competitiveness of a tourist destination through the development of business tourism // Proceedings of the International Banking Institute. 2025. 3 (53). pp. 155-166 (in Russ.).

Введение

Фактическое использование любой сформированной и обоснованной экономико-математической модели, отражающей влияние фактора делового туризма на конкурентоспособность туристской дестинации, предполагает практические аспекты, связанные с расчетом уровня конкурентоспособности туристской дестинации.

Достигнутый уровень конкурентоспособности, туристской дестинации будет свидетельствовать о том, насколько эффективно влияет фактор «вид туризма», в данном случае делового туризма, на те процессы, которые происходят в туристской дестинации и формируют конкурентные преимущества туристской дестинации по сравнению с аналогичными вариантами пребывания для деловых туристов.

В научной литературе представлено достаточно много различных методик оценки конкурентоспособности⁶³ [1, 2, 3, 4], однако большинство из них связано с оценкой конкурентоспособности конкретной организации, в том числе и в сфере услуг. Следует говорить о том, что в научной литературе нет четко сформированной методики, которая позволила бы оценить конкурентоспособность туристской дестинации и учитывала бы влияние такого фактора, как деловой туризм.

Среди основных требований к подобного рода методике следует назвать: достоверность полученных результатов и их сопоставимость с основными тенденциями в экономике сферы услуг; научную и практическую

⁶³Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 24.08.2025).

обоснованность методики, возможность ее практического использования для различных туристских дестинаций, а также верифицируемость данных, которые используются в методике.

В основу авторской методики положена аддитивная факторная модель.

Материалы, методы и объекты исследования

Реализация авторской методики предполагает прохождение нескольких основных этапов, которые нашли свое отражение в следующих таблицах проведенного исследования:

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.

По мнению автора, в качестве групп показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности туристской дестинации, учитывающей развитие делового туризма, могут выступать ряд элементов конкурентоспособности туристской дестинации. Соответственно, во внимание

принимаются верифицируемые и наиболее значимые показатели, на основании динамики изменения которых можно сделать выводы об уровне достигнутой конкурентоспособности по каждому из элементов.

Ключевым элементом, который оказывает принципиальное влияние на уровень конкурентоспособности туристской дестинации, следует признать конкурентоспособность производителей услуг, предоставляющих их в дестинации. По мнению автора, именно конкурентоспособность производителей услуг, определяет то, насколько конкурентоспособна сама туристская дестинация. Чем ниже уровень обслуживания, качество предоставления услуг, финансово-экономическое положение производителей услуг, тем, в большинстве случаев, туристская дестинация будет иметь уровень конкурентоспособности ниже других дестинаций, которые могут выступать в качестве конкурентов для посещения тех или иных групп туристов.

Результаты исследования

В качестве примера рассмотрим более подробно характеристику показателей для оценки уровня конкурентоспособности по элементу методики «Конкурентоспособность производителей услуг в дестинации». В таблице 1 представлены основные показатели, которые можно использовать для оценки конкурентоспособности производителей услуг в дестинации с соответствующей шкалой оценки в баллах.

Таблица 1 – Характеристика показателей для оценки уровня конкурентоспособности по элементу «Конкурентоспособность производителей услуг в дестинации» (авторские разработки на основе [5; 6; 7; 8; 9; 10])

Наименование показателя	Единица измерения	Балльная оценка	Условия для соответствия полученному баллу	Удельный вес показателя
Показатель № 1- Средний срок функционирования организаций сферы делового туризма на рынке дестинации (L1)	лет	0	Менее 1	0,3
		1	1	
		2	2-3	
		3	3-5	
		4	6-9	
		5	более 9 лет	

Показатель № 2- Уровень инновационной активности в сфере делового туризма в дестинации (L2)	%	0	0-10	0,1
		1	11-21	
		2	22-42	
		3	43-63	
		4	64-84	
		5	85-100	
Показатель № 3 – Среднее значение коэффициента текучести кадров в сфере делового туризма в дестинации (L3)	-	0	0-0,1	0,2
		1	0,11-0,40	
		2	0,41-0,60	
		3	0,61-0,80	
		4	0,81-0,90	
		5	0,91 -1,0	
Показатель № 4 – Среднее значение уровня рентабельности продаж в сфере делового туризма в дестинации (L4)	%	0	0-10	0,2
		1	11-21	
		2	22-42	
		3	43-63	
		4	64-84	
		5	85-100	
Показатель 5 Среднее значение уровня производительности труда в сфере делового туризма в дестинации (L5)	-	0	0-0,1	0,2
		1	0,11-0,40	
		2	0,41-0,60	
		3	0,61-0,80	
		4	0,81-0,90	
		5	0,91 -1,0	

Источник: составлено автором.

В представленной автором таблице обозначены основные показатели, которые свидетельствуют об определенном достигнутом уровне деловой активности и эффективности производственно-финансовой и управленческой деятельности самих производителей услуг в сфере делового туризма в дестинации. Показатели имеют универсальное значение и могут быть использованы для любой организации, которая относится к сфере делового туризма, в дестинации.

Наибольшей вероятностью, с точки зрения получения официальных статистических данных, обладает первый показатель, который указывает на нормативный срок пребывания организации сферы делового туризма в

дестинации. Данный показатель весьма важен с точки зрения оценки уровня конкурентоспособности, так как он отражает стабильность и устойчивость рынка, а также наличие интереса к проектной деятельности и инвестированию средств в развитие туристской дестинации.

Чем дольше организации сферы делового туризма участвуют в развитии туристской дестинации, тем более устойчив сам рынок делового туризма в дестинации, сформированы необходимые связи и механизмы различных субъектов управления в дестинации. Например, длительное пребывание на рынке способствует узнаваемости бренда и торговой марки организации и может способствовать дополнительному стимулированию спроса на услуги делового туризма, даже за пределами данной дестинации.

Весьма вариативным, с точки зрения возможности выбора методики для расчета, выглядит показатель, отражающий уровень достигнутой инвестиционной активности в сфере делового туризма в дестинации. В качестве альтернативных методик расчета можно отдельно упомянуть:

- расчет интегрального показателя, отражающего результаты инновационной деятельности и НИОКР в сфере делового туризма в дестинации. Может учитывать следующие основные показатели: доля услуг инновационного характера в сфере делового туризма к общей величине оказанных услуг на основании заключенных договоров; количество патентов в сфере делового туризма за выбранный период времени; количество лицензионных соглашений в сфере делового туризма за выбранный период времени и т.д.). Сам расчет интегрального показателя предполагает использование метода средневзвешенных оценок.
- расчет средней величины доли затрат на НИОКР организаций в сфере делового туризма дестинации. Вначале, рассчитывается доля затрат на НИОКР по каждой организации в сфере делового туризма дестинации от общей величины затрат организации. Далее используется метод определения среднеарифметической величины.
- расчет средней величины доли числа сотрудников организаций, занятых в НИОКР в сфере делового туризма дестинации. Также как и в предыдущем случае, рассчитывается как среднее арифметическое в рамках определения доли числа сотрудников организаций, занятых в НИОКР по каждой

организации в сфере делового туризма дестинации от общей величины сотрудников организации.

По мнению автора, наиболее предпочтительным и обоснованным выглядит использование второго варианта методики расчета.

Остальные показатели также могут быть рассчитаны количественно, что, однако, потребует определенной готовности самих предприятий к сбору статистической информации и ее размещению в открытом доступе. В настоящее время в России, можно говорить об отсутствии четкой системы статистического учета данных показателей применительно к организациям сферы делового туризма.

Методики определения остальных показателей из группы соответствуют уже используемым подходам к их расчету, изложенным в ряде нормативно-правовых документов и научных источников⁶⁴ [11, 12, 13, 14, 15].

Выводы

Подводя итог вышесказанному, 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 ее количественную оценку с

⁶⁴ Распоряжение Правительства РФ от 13.09.2023 N 2461-р «Об утверждении Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_457104/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/ (дата обращения: 24.08.2025), Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 N 207-р). URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/56857.html> (дата обращения 24.08.2025), Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_370144/ (дата обращения: 24.08.2025).

использованием широкой системы показателей и критериев оценки, предполагающих применение пятибалльной шкалы оценки.

3. Методика основана на оценке значений пяти основных групп показателей. 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 счет 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 учета 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.

Список литературы

1. **Березка Д. В.** Деловой туризм как объект исследования // Современные научные исследования в сфере экономики: Сборник результатов научных исследований. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2018. – С. 257-260.
2. **Карпова Г. А., Валеева Е. О.** Устойчивое развитие территориальных туристско-рекреационных систем// Вестник туризма и гостеприимства. Тематический сборник научных статей. Санкт-Петербург, 2023. С. 35-40.
3. **Морозов М. А.** Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ / М. А. Морозов, М. Н. Войт // Современная конкуренция. 2013. № 3(39). С. 82-92.
4. 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
5. **Данилов В. И.** К теории общего экономического равновесия // Экономика и математические методы. 2022. Т. 58, № 3. С. 19-27.
6. **Морозова В. Н.** Конкурентоспособность организаций в сфере туризма / В. Н. Морозова, А. С. Измайлова // Ключевые позиции и этапы развития экономики, здравоохранения и образования: инновации, финансовые аспекты, технологии : сборник научных статей по материалам I Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 21 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью «СЕКВОЙЯ», 2023. – С. 262-264.
7. **Нюрнбергер Л. Б.** Современный деловой туризм: структура, особенности, развитие / Л. Б. Нюрнбергер, Н. Л. Роголева, Н. Е. Петренко // Финансовые рынки и банки. 2021. № 8. С. 28-32.
8. 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.
9. **Rheeders T.** The Development of a Regional Tourism Destination Competitiveness Measurement Instrument / T. Rheeders, D. Meyer // Tourism and Hospitality. 2023. Vol. 4, No. 1. P. 1-20.
10. **Surmanidze M.** Modern Challenges of Event Tourism and Business, Organizational Needs // European Scientific Journal. 2024. Vol. 20, No. 37. – P. 109.

11. **Потапов А. Е.** Деловой туризм как вид туризма // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2024. № 2-1. С. 428-431.
12. **Хорева Л. В., Архипов А. В., Волошинова М. В., Поломарчук А. К., Сущинская М. Д., Шокола Я. В., Шраер А. В.** Сервисная экономика: международные рынки услуг и инновации: Монография - СПб.: СПбГЭУ, 2018. -145 с.
13. **Цехла С. Ю., Березина Н. А.** Нереализованный потенциал в методике оценки инвестиционной привлекательности сферы рекреации и туризма/ Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 1. С. 165-182.
14. **Gan Ya.** Research on Tourism Destination Marketing Strategy Based on Economic Perspective / Ya. Gan, W. Yang, Y. Jiao // Academic Journal of Management and Social Sciences. 2023. Vol. 2, No. 2. P. 43-47.
15. **González-Rodríguez M. R.** Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index / M. R. González-Rodríguez, M. C. Díaz-Fernández, N. Pulido-Pavón // Tourism Management Perspectives. 2023. Vol. 47. P. 101127.

References

1. **Berezka D. V.** Delovoi turizm kak ob"ekt issledovaniya / D. V. Berezka // Sovremennye nauchnye issledovaniya v sfere ehkonomiki: Sbornik rezul'tatov nauchnykh issledovaniy. – Kirov: Mezhtseleobrazovatel'skiy tsentr innovatsionnykh tekhnologii v obrazovanii, 2018. – S. 257-260.
2. **Karpova G. A., Valeeva E. O.** Ustoichivoe razvitie territorial'nykh turistsko-rekreatsionnykh sistem// Vestnik turizma i gostepriimstva. Tematicheskii sbornik nauchnykh statey. Sankt-Peterburg, 2023. S. 35-40.
3. **Morozov M. A.** Konkurentosposobnost' turistskoi destinatsii, analiz ee osnovnykh konkurentnykh preimushchestv / M. A. Morozov, M. N. Voit // Sovremennaya konkurentsia. 2013. № 3(39). S. 82-92.
4. 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
5. **Danilov V. I.** K teorii obshchego ehkonomicheskogo ravovesiya // Ehkonomika i matematicheskie metody. 2022. Т. 58, № 3. S. 19-27.
6. **Morozova V. N.** Konkurentosposobnost' organizatsii v sfere turizma / V. N. Morozova, A. S. Izmailova // Klyucheveye pozitsii i ehtapy razvitiya ehkonomiki, zdavookhraneniya i obrazovaniya: innovatsii, finansovye aspekty, tekhnologii: sbornik nauchnykh statey po materialam I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Stavropol', 21 aprelya 2023 goda. – Stavropol': Obshchestvo s ogranichennoi otvetstvennost'yu «SEKVOIYA», 2023. – S. 262-264.

7. **Nyurenberger L. B.** Sovremennyyi delovoi turizm: struktura, osobennosti, razvitiye / L. B. Nyurenberger, N. L. Rogaleva, N. E. Petrenko // *Finansovye rynki i banki*. 2021. № 8. S. 28-32.
8. 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.
9. **Rheeders T.** The Development of a Regional Tourism Destination Competitiveness Measurement Instrument / T. Rheeders, D. Meyer // *Tourism and Hospitality*. 2023. Vol. 4, No. 1. P. 1-20.
10. **Surmanidze M.** Modern Challenges of Event Tourism and Business, Organizational Needs / M. Surmanidze // *European Scientific Journal*. 2024. Vol. 20, No. 37. P. 109.
11. **Potapov A. E.** Delovoi turizm kak vid turizma / **A. E. Potapov** // *Nauka XXI veka: aktual'nye napravleniya razvitiya*. 2024. № 2-1. S. 428-431.
12. **Khoreva L. V., Arkhipov A. V., Voloshinova M. V., Polomarchuk A. K., Sushchinskaya M. D., Shokola YA. V., Shraer A. V.** Servisnaya ehkonomika: mezhdunarodnye rynki uslug i innovatsii: Monografiya - SPb.: SPBGEHU, 2018. -145 s.
13. **Tsekhla S. Yu., Berezina N. A.** Nerealizovannyi potentsial v metodike otsenki investitsionnoi privlekatel'nosti sfery rekreatsii i turizma/ *Kreativnaya ehkonomika*. 2022. T. 16. № 1. S. 165-182.
14. **Gan Ya.** Research on Tourism Destination Marketing Strategy Based on Economic Perspective / Ya. Gan, W. Yang, Y. Jiao // *Academic Journal of Management and Social Sciences*. 2023. Vol. 2, No. 2. P. 43-47.
15. **González-Rodríguez M. R.** Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index / M. R. González-Rodríguez, M. C. Díaz-Fernández, N. Pulido-Pavón // *Tourism Management Perspectives*. 2023. Vol. 47. P. 101127.