

УДК 338.48

## **Влияние факторов внешней среды на развитие российского рынка делового туризма**

**Пьянкова Светлана Григорьевна**

Доктор экономических наук,  
доцент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления,  
заведующая кафедрой коммерции, логистики и экономики торговли,  
Уральский государственный экономический университет,  
620144, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45;  
e-mail: silen\_06@list.ru

**Ергунова Ольга Титовна**

Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства,  
Уральский государственный экономический университет,  
620144, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45;  
e-mail: ergunova-olga@yandex.ru

**Охрименко Елена Ивановна**

Кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства,  
Уральский государственный экономический университет,  
620144, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45;  
e-mail: oelenai@yandex.ru

**Тихонович Эллада Александровна**

Кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник,  
доцент кафедры экономической теории, мировой и региональной экономики,  
Волгоградский государственный университет,  
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;  
e-mail: tihonovichea@volsu.ru

### **Аннотация**

Авторы являются сторонниками концепции, согласно которой важнейшей отраслью сферы услуг и значимой статьей доходов для любой страны выступает формирование рынка делового туризма. По мнению авторов, российский рынок делового туризма является стратегически значимым фактором роста устойчивости и конкурентоспособности страны. Деловой туризм способствует расширению международных связей и налаживанию деловых контактов с зарубежными странами, способствует развитию сотрудничества в различных сферах.

В статье обозначены особенности формирования российского рынка делового туризма; проведен детальный анализ влияния внешнеполитической ситуации на развитие делового туризма; указаны и обоснованы мероприятия, позволяющие повысить эффективность формирования российского рынка делового туризма.

Проблемы и перспективы развития делового туризма в России в большей степени зависят от внешнеполитической ситуации. Авторами проведен глубокий сравнительный анализ влияния внешнеполитических факторов на развитие делового туризма в России. Авторы считают, что для обеспечения успешного развития туристической деятельности необходимо задействовать все имеющиеся резервы, которые не используются в полной мере, для создания наиболее благоприятного имиджа России в мире.

#### **Для цитирования в научных исследованиях**

Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Охрименко Е.И., Тихонович Э.А. Влияние факторов внешней среды на развитие российского рынка делового туризма // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 6А. С. 354-366.

#### **Ключевые слова**

Стратегия, доходы, деловой туризм, факторы внешней среды, туристические потоки, внешнеполитическая ситуация, международный туризм, российский рынок, конкурентоспособность, динамика рынка, туристические услуги.

## **Введение**

Российская Федерация (РФ) нацелена на развитие внешнеэкономической деятельности не только в разных сферах экономики, но и с максимально большим числом стран, имеющих разные экономические системы, разные деловые традиции. Данный факт, с одной стороны, объясняется наличием внешнеполитических проблем во взаимоотношениях с рядом стран, поддерживающих антироссийские санкции Запада. С другой стороны, положительные итоги импортозамещения в некоторых отраслях российской экономики повысили и ее внешнеторговый потенциал, реализация которого также видится в расширении географии внешнеэкономических связей.

Расширяя внешнеэкономические связи, российские предприятия неизменно будут сталкиваться с необходимостью осуществления встреч с самыми разными партнерами как на российской территории, так и на территории других стран. Не всегда российские предприниматели имеют достаточно ресурсов и знаний для того, чтобы организовать эти контакты на самом высоком уровне. А, следовательно, они будут обращаться к специалистам (в том числе организациям), занимающиеся организацией таких встреч, т. е. осуществляющих деятельность в сфере туризма. Из этого следует, что деловой туризм в России в ближайшие годы однозначно будет развиваться.

Деловой туризм развивается вследствие увеличения деловых контактов российских субъектов предпринимательства с субъектами предпринимательства других стран. Но справедливо и обратное утверждение, рост количества деловых встреч (событий в деловом туризме) ведет к увеличению возможностей бизнес-контактов, а, следовательно, и развитию бизнеса в стране. Это один из основных акцентов, который напрямую оказывает влияние на деловую активность. Это объясняется тем, что развитие бизнес-туризма невозможно без

развития соответствующей инфраструктуры (гостиниц, стадионов, конференц-залов, бизнес-центров и т. д.), которая дает возможность развития и другим видам бизнеса (например, бизнеса по организации общественного питания, индустрии красоты, здоровья и т. д.). Вполне очевидно, что деловой туризм в определенной степени может сыграть позитивную роль в развитии российского бизнеса. В такой ситуации выход видится в развитии внешнеэкономических связей и привлечении в страну туристов, которые во время посещения интересных им туристических объектов готовы тратить значительные средства, стимулируя тем самым производство товаров и услуг в отрасли туризма и смежных с ним отраслях, обеспечивая, в конечном счете, прилив финансовых ресурсов в экономику страны.

Хорошим подспорьем в развитии въездного туризма в РФ является значительное количество культурных и природных объектов, разнообразие этносов и их культур на территории страны, климатическое разнообразие российских территорий, наличие деловых и финансовых центров. Вместе с тем, в настоящее время развитие въездного туризма в РФ в значительной степени тормозится все теми же внешнеполитическими, внешнеэкономическими факторами, а также другими факторами, оказывающими прямое воздействие на желание туристов приезжать в РФ.

Как следствие, изучение потенциала развития делового туризма, формирующих его факторов, является очень актуальным вопросом для изучения. Несмотря на наличие большого числа публикаций, близких к теме настоящего исследования, многие проблемы раскрыты не полностью. Среди них – специфика стратегического планирования и управления в сфере делового туризма, методика разработки мероприятий для усиления конкурентных позиций туристических предприятий на мировом рынке делового туризма, оценка эффективности.

Внешняя политика – один из мощнейших факторов, оказывающих влияние на развитие туристических связей между странами. Так, позитивное развитие внешнеполитических отношений между странами стимулирует проведение совместных экономических, культурных и туристических проектов, провоцируя развитие всех видов туризма. Ухудшение внешнеполитических отношений, напротив, ведет к охлаждению интереса к взаимным проектам и подрывает экономические и культурные взаимоотношения между населением этих стран.

В условиях рыночных отношений, имеют место развитие различных сфер услуг. Положительная динамика роли туризма как отрасли мирового хозяйства в условиях глобализации является вполне очевидной. Важно отметить, что роль туризма в мировой экономике, основные проблемы, условия и факторы развития международного туризма рассмотрены в работах многих отечественных и зарубежных ученых: Алейникова Г.М. [Алейникова, 2002], Вавилова Е.В. [Вавилова, 2005], Волкова С.К. [Волкова, 2014, 314-317], Юрченко Е.Е. [Юрченко, 2012, 59-66] и др.

### **Современные тенденции развития мировой туристической индустрии**

Джафари Дж. в своих работах отмечает, что большинство туристских организаций воспринимают туризм как индустрию [Джафари, 2012, 7-12], а специалисты Международной ассоциации научных экспертов в сфере туризма (AIEST) выделяют такие современные тенденции развития мировой туристической индустрии [Tourism development after, 2011]: распространение сферы интересов туристического бизнеса на другие продукты и услуги, которые раньше предоставлялись предприятиями других отраслей, например, организация питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и т.д.; растущая демократизация

туристической индустрии, что в значительной мере способствует повышению доступности туристических услуг для массового потребителя; усиление специализации туристического бизнеса, что позволяет более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей; развитие новых видов туризма, например, экологического, приключенческого, экстремального, некоторых тематических направлений, что позволяет учесть интересы практически любых категорий потребителей и сделать туристический продукт более утонченным; глобализация и концентрация туристического бизнеса, которые проявляются в создании туристических корпораций и гостиничных цепей, а также создании туристических ассоциаций, союзов, международных правительственных и неправительственных организаций; глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях туристов; широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, что позволяет осуществлять глубокую и системную экономическую диагностику; внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий туристической индустрии, в частности широкое использование сети Интернет с целью продвижения туристических продуктов и услуг.

Таким образом, на современном этапе международный туризм приобретает черты глобального феномена, затрагивая практически все регионы мира. Кроме того, международный туризм развивается вместе с другими сторонами международной жизни, реагируя на общественно-политическую и социально-экономическую ситуацию.

Деловой туризм является важной отраслью сферы услуг и значимой статьей доходов для любой страны. Важно заострить особое внимание также на объектах инфраструктуры индустрии делового туризма. К ним относятся: средства размещения гостиницы (3 и 4 звезды), оборудованные специализированными конференц-залами (на начало 2018 г. в РФ насчитывалась 141 международная сеть); транспортная инфраструктура, включая туристские перевозки и трансфер; основная доля деловых туристов использует услуги авиакомпаний; на втором месте – железнодорожный транспорт; автомобильный транспорт используется для организации транспортного обслуживания в процессе программных мероприятий и трансфера; сфера общественного питания, специализироваться на данном виде обслуживания могут заведения, относящиеся к сегменту «casual dining» – «повседневный обед» – рестораны, кафе и бары, представляющие средний ценовой сегмент. Согласно исследованиям специалистов, для деловых туристов наряду с качеством еды в приоритете быстрое и четкое обслуживание. Меню должно быть доступным, цены указаны минимум на двух языках. Высокие требования к организации питания деловых туристов обусловлены одновременным обслуживанием большого количества участников и ограниченным запасом времени.

Конгрессно-выставочные площадки в РФ в основном представлены площадками Москвы (доступны порядка 400 тыс. кв. м выставочных площадей, и в планах мэрии города увеличить этот показатель до 1,1 млн. кв. м к 2025 году) и Санкт-Петербурга (общая площадь конференц-залов составляет более 100 тыс. кв. м вместимостью не менее 88 тыс. чел.).

Деловой туризм способствует расширению международных связей и налаживанию деловых контактов с зарубежными странами, имеет огромное значение для развития сотрудничества в различных сферах.

Россия имеет значительные резервы в исследуемой отрасли, которые не используются в полной мере. Для успешного использования имеющихся резервов и их применения необходимы: новый подход к разработке организационных, экономических и управленческих решений; разработка современных маркетинговых программ развития; глубокое изучение влияния факторов внешней и внутренней среды.

## **Тенденции и перспективы формирования и развития российского рынка делового туризма**

Проблемы и перспективы развития делового туризма в России и за рубежом рассматривались в трудах ряда ученых, например, в работах Кардашиной П.А. и Масленниковой С.Ф. [Кардашина, Масленникова, 2007, 36-42], Кулачинской А.Ю. [Кулачинская, 2012, 187-189], Серegiной В.В. [Серегина, 2006, 152-158], Маклашиной Л.Р. [Маклашина, 2011, 122-125] и др.

Результаты анализа различных тенденций делового туризма представлены в работах таких ученых, как Архипова О.В. [Архипова, 2010], Бабкин А.В. [Бабкин, 2008], Белянский В.П. [Белянский, 2005], Карпова Г.А. [Карпова, 2009], Скобкин С.С. [Скобкин, 2007], Феоктистов К.С. [Феоктистов, 2011], Цацулина И.А. [Цацулина, 2011, 76-69] и др.

Развитие туризма в глобальной экономике происходит путем продвижения на мировой уровень ранее плохо известных на нем видов спорта, а также массовых видов отдыха, унификации услуг, концентрации капитала транснациональными компаниями, развития информационных технологий. Большие, чем ранее, возможности по продвижению достопримечательностей той или иной территории в целях развития на ней туризма, в то же время наталкиваются и на негативное влияние глобализации в виде унификации образа жизни, утраты национальных особенностей и культурного своеобразия. Это приводит ко все большему проявлению регионализации, которая негативно влияет не только на мировую торговлю, но и на развитие туризма, формируя на данной территории нетолерантное поведение по отношению к приезжим, вызывая расовую вражду, религиозную нетерпимость.

В то же время туризм играет важную роль в решении социальных проблем, стимулируя создание дополнительных рабочих мест, обеспечивая занятость и повышение качества жизни населения, что особенно важно во время экономического кризиса.

Согласно мнению экспертов ООН, туристический бизнес в условиях кризиса быстро адаптируется по сравнению с другими областями экономики. В материалах Федерального агентства по туризму подчеркивается, что туризм обладает своими ресурсами и может стать донором для других отраслей экономики в условиях кризиса.

Как обозначено в Международных рекомендациях UNWTO, туризм оказывает воздействие на экономику, природную среду и инфраструктуру, местное население в дестинации и непосредственно самих туристов. Этот мультипликативный эффект создает обширные и разнообразные производственные факторы, необходимые для производства тех товаров и услуг, которые необходимы посетителям. Кроме того, широкий спектр предпринимателей вовлечен или подвержен влиянию туризма. В результате рециркуляции доходов, полученных от туристов в стране пребывания, их общее воздействие на экономику страны значительно сильнее, чем от прямых расходов туристов.

Согласно данным статистики Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2017 году на туризм приходилось около 10% мирового ВВП, 7% мировой торговли и одно из каждых 10 рабочих мест. Несмотря на то, что эти данные не изменились в сравнении с 2016 годом, в 2017 году туризм все же является растущим, что доказывается динамикой других показателей.

Так, число международных туристских прибытий возросло за 2017 г. на 7%, или более чем на 84 млн чел. в сравнении с данными 2016 г., а на 2020 г. прогнозируется прирост данного показателя в размере от 3,5% до 7% по разным направлениям.

Ежегодно в мире совершается не менее ста миллионов деловых поездок. Основные из них – в регионы, являющиеся лидерами мирового делового туризма. Таковыми являются Европа и

Америка, быстро набирает позиции и Юго-Восточная Азия. При этом Европой и Америкой накоплен значительный опыт проведения крупных конгрессов, создана необходимая инфраструктура, имеются высококвалифицированные кадры.

Ежегодно мировой истеблишмент собирается в крупнейших центрах конгрессно-выставочной деятельности, к которым относят: Анахайм, Амстердам, Берлин, Барселону, Брюссель, Вашингтон, Вена, Давос, Женеву, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Милан, Мюнхен, Нью-Йорк, Орландо, Париж, Страсбург и другие. Перечисленные города не только владеют развитой индустрией делового туризма, но и отличаются систематическим проведением событий мирового масштаба. Так, Берлин славится своими автомобильными выставками: Давос – экономическими форумами, Милан – модными показами, Анахайм – крупными конгрессами, проводимыми расположенными в этом городе компаниями ZyXel, Hewlett-Packard, Isuzu, Panasonic и другими. Каждый из перечисленных городов имеет свое, только ему присущее традиционное событие, которое, в случае проведения его в другом месте, теряет свой статус. Все большую конкуренцию им составляют Тайвань, Гонконг, Сингапур, Малайзия, которые могут предложить представителям власти и бизнеса не только качественную новую инфраструктуру, но и круглогодичные теплые экзотические курорты и недорогие туристические услуги.

Неотъемлемой частью глобальной экономики в настоящее время является система хозяйственных связей между физическими и юридическими лицами разных стран мира.

Многообразие существующих экономик предоставляет миру возможность оставаться колоритным, неповторимым, сохраняя одновременно традиции разных стран и континентов, разных этносов и народов, разного делового уклада. Несмотря на то, что в целом такое разнообразие можно считать достоинством глобальной экономики, на сегодняшний день оно же порождает и глобальные проблемы, связанные с тем, что каждая из экономик имеет свои цели и задачи на мировых рынках сбыта, по аналогии с целями и задачами, устанавливаемыми при выходе на мировые рынки коммерческими субъектами. Однако, в отличие от субъектов коммерческой деятельности, мировые экономики ответственны за достижение своих целей и задач перед большим количеством людей, проживающих на их территориях.

В условиях ограниченности ресурсов это порождает значительно более сильную конкуренцию мировых экономик, чем конкуренция между коммерческими субъектами на рынках сбыта. Накал конкурентной борьбы между странами, помимо уже озвученной причины, объясняется еще и тем, что: последний мировой экономический кризис привел к тому, что доходы большинства развитых и развивающихся стран сократились; падение доходов привело к значительно большему, чем в последние предкризисные годы, проявлению протекционизма на внешних рынках сбыта по большому перечню товаров и услуг; в условиях падения доходов и увеличения протекционизма усложнился доступ стран к ресурсам, которых страна не имеет на своей территории или которые находятся в ограниченном количестве; правительства стран обладают большей свободой действий и большим влиянием на мировых рынках сбыта, чем субъекты коммерческой деятельности, поскольку могут мобилизовать не только значительно большие экономические ресурсы, но и имеют в своем арсенале действий дипломатические и политические ресурсы.

Как следствие, существенной особенностью международных экономических отношений в глобальной экономике является их большая зависимость от политических факторов, усложняющая осуществление взаимодействия не только между странами, но и между предприятиями. Зачастую ухудшение политических отношений между странами ведет к разрыву между ними экономических отношений в тех или иных отраслях или к почти полному прекращению взаимной торговли.

Безусловно, наибольший урон от негативного развития торговых отношений между странами получают предприятия, производство которых ориентировано на экспорт, поскольку именно они становятся разменной монетой в обострившейся экономико-политической борьбе. В наименьшей степени страны стараются переносить свое экономическое и политическое влияние на туристические потоки, поскольку туристы формируют значительные притоки денежных, в том числе валютных поступлений в страну. Однако туристы также могут испытывать на себе последствия экономико-политической борьбы разных стран, например, в виде сокращения их денежных доходов в случае, если их источником являются отрасль или предприятие, попавшие в санкционные списки или снизившие свой доход вследствие разразившегося на рынке кризиса. Как следствие, экономико-политическая борьба снижает возможности человека в путешествиях по миру, а, следовательно, и сокращает туристические потоки.

Туризм представляет собой временные выезды (путешествия) граждан одной страны, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания. Число зарегистрированных туристов, посетивших ту или иную местность, составляет туристический поток.

Внешнеполитическая ситуация РФ, к сожалению, развивается в основном по негативному сценарию. В настоящее время странами Европейского Союза (ЕС), Соединенных Штатов Америки (США), Канады и Австралии идет нагнетание образа России как страны-агрессора, обусловленное ростом влияния РФ в мире – с одной стороны, и желанием воспрепятствовать этому со стороны перечисленных стран – с другой. Орудием борьбы, применяемым этими странами против РФ, являются не только экономические санкции, но и отстранение РФ от участия в значимых международных организациях и событиях, различные методы ведения информационной войны.

Все перечисленные факторы формируют негативный имидж России в мире, основываясь на котором правительства некоторых стран по разным причинам не рекомендовали посещение России своим гражданам. Это снизило туристический поток из этих стран в РФ. Наибольшему снижению подверглись въездные туристические потоки из Финляндии, Польши и Турции (табл. 1).

**Таблица 1 – Количество поездок граждан Финляндии, Турции и Польши с целью туризма на территорию РФ, тыс. поездок [Роль туризма ..., 2019]**

Страна	Годы		
	2015	2016	2017
Финляндия	1072	1052	781
Польша	1299	835	556
Турция	194	29	59

Снижение турпотока из Финляндии и Польши является следствием проведения скоординированной политики ЕС в отношении России. Снижение турпотока из Турции – следствием турецко-российского политического кризиса, разразившегося в 2015 году в ходе проведения военной операции РФ в соседней с Турцией Сирии [Хакан, 2001].

В ответ на политическое давление зарубежных стран на РФ в 2016 году российское население массово переориентировалось на отдых в своей стране. Значительно снизился турпоток в направлении европейских стран (табл. 2). В 2017 году, когда казалось, что пик политического противостояния с ЕС и Турцией пройден, российское население стало возвращаться на привычные ему места отдыха. Однако уже в начале 2018 года политическая ситуация между Россией и ЕС стала снова искусственно накаляться западными странами.

Осложняет ситуацию и наличие имеющихся у Эстонии, Японии и Украины территориальных претензий к России. Доступ к спорным территориям осложнен как для граждан этих стран, так и для некоторых российских граждан. Так, посещение Курильских островов официальными российскими властями осложнит внешнеполитическую ситуацию с Японией. Посещение Крыма российскими гражданами влечет за собой запрет их въезда в Украину.

**Таблица 2 – Количество поездок российских граждан в направлении Турции, Финляндии и Польши с целью туризма, тыс. поездок [Роль туризма..., 2019]**

Страна	Годы		
	2015	2016	2017
Финляндия	2352	2115	2481
Польша	1008	840	929
Турция	3123	483	3944

Наиболее благоприятно выглядят внешние контакты с арабскими странами, которые постепенно консолидируются вокруг РФ по вопросам пресечения террористической угрозы в арабском мире. Этому способствовали очевидные успехи РФ в Сирии, которые, тем не менее, не так однозначно были восприняты ЕС, Канадой, США и Японией. В совокупности с негативным отношением этих стран к присоединению Крыма и Севастополя к российской территории, это породило углубление конфронтации с США и странами ЕС. Наличие украинского военного конфликта около российских границ также не повышает уровень внешнеполитической ситуации в РФ.

Недостаточно динамично развивается внешнеполитическая ситуация со странами юго-восточной Азии, что обусловлено в том числе снижением уровня жизни россиян, не позволяющего им осуществлять поездки в этих направлениях. Вместе с тем, все обозначенные проблемы заставляют российское население переориентироваться в поисках новых впечатлений на отдых в странах ближнего зарубежья. Так, согласно статистике, приводимой Ростуризмом, за 9 месяцев 2017 г. возросло количество посещений российскими гражданами таких стран как Грузия, Армения и Молдова (табл. 3).

**Таблица 3 – Количество поездок российских граждан в направлении Грузии, Армении и Молдовы с целью туризма, тыс. поездок [Роль туризма..., 2019]**

Страна	Годы		
	2015	2016	2017
Грузия	506	595	802
Армения	208	211	279
Молдова	182	160	205

В том же периоде увеличилось количество поездок граждан Грузии и Молдовы с целью туризма в Россию (табл. 4). Такая динамика отчасти стала следствием внешнеполитических

устремлений Грузии и Молдовы к интеграции с западным сообществом, которую они проводили, начиная с момента распада Советского Союза. По истечении 25 лет реализации однонаправленной внешней политики, эти страны вынуждены признать, что она не принесла им экономического благополучия. Как следствие, и Грузия, и Молдова были вынуждены скорректировать свою внешнюю политику на взаимодействие как с Западом, так и с Востоком. Это привело к улучшению внешнеполитических взаимоотношений этих стран с Россией [Евсеев, 2017, 17-34].

**Таблица 4 – Количество поездок граждан Грузии, Армении и Молдовы с целью туризма на территорию РФ, тыс. поездок [Роль туризма..., 2019]**

Страна	Годы		
	2015	2016	2017
Грузия	33	46	58
Армения	406	460	442
Молдова	359	302	396

Значительное потепление внешнеэкономических отношений России с Грузией привело к упрощению визового режима с Россией и росту взаимного товарооборота, а также к открытию для россиян более 100 грузинских курортов [Бикбулатова, 2017, 88-91]. Отношения с Молдовой еще не достигли такого уровня взаимопонимания, который очевидно заметен в отношениях России и Грузии, однако имеющаяся позитивная динамика позволяет надеяться и на дальнейшие улучшения в сфере туризма [Межгосударственные отношения России, 2017].

Рост потока туристов в Армению обусловлен и всеми вышеописанными ограничениями, которые влияют на российский отдых в дальнем зарубежье, и тем, что не так давно Армения стала одним из полноправных членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС), предопределяющего единство таможенной территории и упрощение взаимных поездок граждан этих стран друг к другу. Несмотря на то, что по итогам 9 месяцев 2017 г. наблюдается некоторое снижение туристической активности граждан Армении в направлении РФ в сравнении с аналогичным периодом 2016 г., число туристических поездок из Армении является максимальным среди рассматриваемой группы стран.

Поскольку туризм является довольно сложной отраслью [Величко, 2014] экономики, которая охватывает различные её сферы и слои общества, необходимо: обеспечение успешного развития туристической деятельности, в рамках которого детальное планирование станет обязательным условием; создание образа России как страны, которая будет являться привлекательной для инвестиций и бизнеса. Обозначенный аспект будет способствовать развитию въездного делового туризма; обеспечение мощной поддержки со стороны государства. Очевидно, что эффективная организация управления в сфере туризма оказывает определенное влияние на результаты развития туризма; повышения конкурентоспособности российского туризма с помощью развития сферы услуг делового туризма; глубокое изучение влияния факторов внешней среды.

## Заключение

Мероприятия, рассмотренные выше, будут способствовать формированию эффективной системы управления деловым туризмом, с учетом современных тенденций развития туристических услуг в мире. Кроме того, с помощью разработанной концепции устойчивого

развития, окажут положительное влияние на увеличение эффективности формирования российского рынка делового туризма, увеличат доходы страны.

Кроме того, можно констатировать, что в настоящее время сложное внешнеполитическое положение России значительно снижает перспективы развития международного туризма посредством: снижения экономических возможностей граждан по осуществлению ими внешнего туризма; создания негативного имиджа России, внушающего страх иностранным гражданам перед посещением этой «дикой страны». Перспективы туристических взаимоотношений России с ближним зарубежьем выглядят более позитивно. В частности, отмечается рост туристических потоков между Россией и Арменией, Грузией и Молдовой. Предложенные выводы и рекомендации позволят повысить привлекательность внутреннего туризма, а также могут быть широко использованы для формирования российского рынка делового туризма и выработки системы мер в рамках стратегии развития международного туризма.

### Библиография

1. Алейникова Г. М. Организация и управление турбизнесом. Донецк: Донецкий институт туристического бизнеса. 2002. 184 с.
2. Архипова О. В. Конгрессно-выставочная деятельность. СПб: Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет, 2010. 190 с.
3. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
4. Белянский В. П., Козлов Д. А., Лайко М. Ю., Попов Л. А. Прогнозирование в индустрии гостеприимства и туризма. М.: Изд-во Российской экономической академии, 2005. 277 с.
5. Бикбулатова Э. А., Дмитриева Ю. В., Баженова Т. Л. Перспективы внешнеэкономического сотрудничества России и Грузии // *Инновационная наука*. 2017. № 5. С. 88–91.
6. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: учебное пособие. М.: Гардарики, 2005. 160 с.
7. Волков С. К., Трубачева О. И. Факторы развития международного туризма в условиях глобализации // *Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика*. 2014. Т. 2, № 3. С. 314–317.
8. Величко И. А. Системный подход в сфере регионального туризма // *Теоретико-методологические проблемы естественно-научных. методов в гуманитарных науках: сборник материалов международной научно-практической конференции*. Уфа: АЕТЕРНА, 2014. С. 552–556.
9. Джафари Дж. Становление туристики как науки // *Вестник Российской международной академии туризма*. 2012. № 1 (4). С. 7–12.
10. Евсеев В. В., Харитонова Д. В. 25 лет Содружеству Независимых Государств: некоторые итоги и возможные перспективы // *Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer*. 2017. № 2 (325). С. 17–34.
11. Кардашина П. А., Масленникова С. Ф. Туризм в 2020 году // *Туризм: практика, проблемы, перспективы*. 2007. № 9. С. 36–42.
12. Кулачинская А. Ю. Основные проблемы развития туризма в России и за рубежом // *Экономическая наука и практика: материалы Международной научной конференции*; г. Чита, февраль 2012 г. Чита: Молодой ученый, 2012. С. 187–189.
13. Карпова Г. А., Хорева Л. В. Экономика и управление туристской деятельностью. Ч. 2. СПб: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2011. 136 с.
14. Карпова Г.А., Максарова Е.М. Государственно-частное партнерство как новое направление в области развития туризма и сохранения туристских ресурсов // В сборнике «Проблемы развития инновационно-креативной экономики». 2009. С. 568–578. URL: <http://bgscience.ru/lib/10605>.
15. Маклашина Л. Р. Деловой туризм – инструмент продвижения индустрии туризма // *Актуальные вопросы экономических наук: материалы Международной научной конференции*; г. Уфа, октябрь 2011 г. Уфа: Лето, 2011. С. 122–125.
16. Межгосударственные отношения России и Молдавии // *РИА Новости*. URL: <https://ria.ru/spravka/20170317/1490203419.html>.
17. Роль туризма в российской экономике // *Ростуризм*. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/vkartinkah/>.
18. Серегина В. В. Развитие делового туризма в России // *Российское предпринимательство*. 2006. Том 7. № 8. С. 153–158.
19. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма. М.: Магистр, 2007. 575 с.
20. Феоктистов К. С. Проблемы формирования инфраструктуры делового туризма // *Бизнес-журнал*. 2011. № 3. С. 18.

21. Хакан А. Турецко-российский кризис в 10 вопросах // ИноСМИ.ру. URL: <https://inosmi.ru/politic/20160201/235224552.html>.
22. Цацулина И. А. Развитие делового туризма в России // Общество: экономика, политика, право. 2011. № 1. С. 76-79.
23. Юрченко Е. Е. Международный рынок туристических услуг и его основные черты // Вестник Международного Славянского университета. Серия «Экономические науки». 2012. Том XV, № 2. С. 59-66.
24. Tourism development after the crises: global imbalances-poverty alleviation. Ed. Peter Keller, Thomas Bieger; International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST). Berlin: Erich Schmidt, 2011. 248 p.

## **The influence of environmental factors on the development of the Russian market of business tourism**

**Svetlana G. P'yankova**

Doctor of Economics Sciences,  
Associate Professor of the Department of Regional, Municipal Economy and Management,  
Head of the Commerce, Logistics and Trade Economics Department,  
Ural State Economic University,  
620144, 62/45, 8 Marta st./Narodnoy Voli, Yekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: silen\_06@list.ru

**Ol'ga T. Ergunova**

PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality,  
Ural State Economic University,  
620144, 62/45, 8 Marta st./Narodnoy Voli, Yekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: ergunova-olga@yandex.ru

**Elena I. Okhrimenko**

PhD in Pedagogical Sciences,  
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality,  
Ural State Economic University,  
620144, 62/45, 8 Marta st./Narodnoy Voli, Yekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: oelenai@yandex.ru

**Ellada A. Tikhonovich**

PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Senior Researcher,  
Associate Professor of the Department of Economic Theory, Regional and World Economics,  
Volgograd State University,  
400062, 100, Universitetskiy av., Volgograd, Russian Federation;  
e-mail: tihonovichea@volsu.ru

## Abstract

Authors are supporters of the concept according to which as the most important industry of services sector and significant item of income for any country formation of the market of business tourism acts. According to authors, the Russian market of business tourism is strategically significant factor of growth of stability and competitiveness of the country. Business tourism promotes expansion of international relations and establishing business contacts with foreign countries, contributes to the development of cooperation in various spheres.

In article features of formation of the Russian market of business tourism are designated; the detailed analysis of influence of a foreign policy situation on development of business tourism is carried out; the actions allowing to increase efficiency of formation of the Russian market of business tourism are specified and proved.

Problems and the prospects of development of business tourism in Russia more depend on a foreign policy situation. Authors carried out the deep comparative analysis of influence of foreign policy factors on development of business tourism in Russia. Authors consider that it is necessary to use all available reserves which are not used fully, for creation of optimum image of Russia in the world for ensuring successful development of tourist activity.

## For citation

P'yankova S.G., Ergunova O.T., Okhrimenko E.I., Tikhonovich E.A. (2019) Vliyaniye faktorov vneshney sredy na razvitiye rossiyskogo rynka delovogo turizma [The influence of environmental factors on the development of the Russian market of business tourism]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (6A), pp. 354-366.

## Keywords

Strategy, income, business tourism, factors of the external environment, tourist flows, foreign policy situation, international tourism, Russian market, competitiveness, dynamics of the market, tourist services.

## References

1. Alejnikova G. M. (2002) Organizacija i upravlenie turbiznesom [Organization and management of the tourist industry]. Doneck: "Donetsk Institute of Travel Business" Publ. 184 p.
2. Arhipova O. V. (2010) Kongressno-vystavochnaja dejatel'nost' [Congress and exhibition activities]. St. Petersburg: "St. Petersburg State University of Engineering and Economics" Publ. 190 p.
3. Babkin A. B. (2008) Special'nye vidy turizma [Special types of tourism]. Rostov-on-Don: "Feniks" Publ. 252 p.
4. Beljanskij V. P., Kozlov D. A., Lajko M. Ju., Popov L. A. (2005) Prognozirovanie v industrii gostepriimstva i turizma [Prediction in the industry of hospitality and tourism]. Moscow: "Russian Academy of Economics" Publ. 277 p.
5. Bikbulatova Je. A., Dmitrieva Ju. V., Bazhenova T. L. (2017) Perspektivy vneshnejekonomicheskogo sotrudnichestva Rossii i Gruzii [Prospects for foreign economic cooperation between Russia and Georgia]. *Innovacionnaja nauka* [Innovative science], no. 5, pp. 88–91.
6. Vavilova E.V. (2005) Osnovy mezhdunarodnogo turizma: uchebnoe posobie [Basics of international tourism: a tutorial]. Moscow: "Gardariki" Publ. 160 p.
7. Volkov S. K., Trubacheva O. I. (2014) Faktory razvitija mezhdunarodnogo turizma v uslovijah globalizacii [Factors of development of international tourism in the context of globalization]. Aktual'nye napravlenija nauchnyh issledovanij XXI veka: teorija i praktika [Actual areas of research of the XXI century: theory and practice], vol. 2, no. 3, pp. 314-317.
8. Velichko I. A. (2014) Sistemnyj podhod v sfere regional'nogo turizma [The system approach in the sphere of regional tourism]. *Teoretiko-metodologicheskiye problemy yestestvenno-nauchnykh. metodov v gumanitarnykh naukakh: sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Theoretical and methodological problems of natural science. methods in the humanities: a collection of materials of the international scientific-practical conference]. Ufa: "AETERNA" Publ., pp. 552–556.

9. Dzhafari Dzh. (2012) Stanovlenie turistikii kak nauki [Formation of tourism as a science]. *Vestnik Rossijskoj mezhdunarodnoj akademii turizma* [Bulletin of the Russian International Academy of Tourism], no. 1 (4), pp. 7-12.
10. Evseev V. V., Haritonova D. V. (2017) 25 let Sodruzhestvu Nezavisimyh Gosudarstv: nekotorye itogi i vozmozhnye perspektivy [25 years to the Commonwealth of Independent States: some results and possible perspectives]. *Nauchno-analiticheskij zhurnal Obozrevatel' – Observer* [Observer], no. 2 (325), pp. 17–34.
11. Kardashina P. A., Maslennikova S. F. (2007) Turizm v 2020 godu [Tourism in 2020]. *Turizm: praktika, problemy, perspektivy* [Tourism: practice, problems, prospects], no. 9, pp. 36-42.
12. Kulachinskaja A. Ju. (2012) Osnovnye problemy razvitiya turizma v Rossii i za rubezhom [Main problems of tourism development in Russia and abroad]. *Ekonomicheskaya nauka i praktika: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii; g. Chita, fevral' 2012 g.* [Economic science and practice: materials of the International Scientific Conference; Chita, February 2012]. Chita: “Young Scientist”, Publ., pp. 187-189.
13. Karpova G. A., Horeva L. V. (2011) Jekonomika i upravlenie turistskoj dejatel'nost'ju [Economics and Management of Tourist Activities]. Part 2. St. Petersburg: “St. Petersburg State University of Economics and Finance” Publ. 136 p.
14. Karpova G. A., Maksarova E.M. (2009) Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo kak novoe napravlenie v oblasti razvitiya turizma i sohraneniya turistskih resursov [Public-private partnership as a new direction in the development of tourism and conservation of tourist resources]. V sbornike «Problemy razvitiya innovacionno-kreativnoj jekonomiki» [In the collection "Problems of development of innovative and creative economy"], pp. 568-578. URL: <http://bgscience.ru/lib/10605>.
15. Maklashina L. R. (2011) Delovoj turizm – instrument prodvizhenija industrii turizma [Business tourism - a tool to promote the tourism industry]. *Aktual'nyye voprosy ekonomicheskikh nauk: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii; g. Ufa, oktyabr' 2011 g.* [Actual questions of economic sciences: materials of the International Scientific Conference; Ufa, October 2011.]. Ufa: “Summer” Publ., pp. 122-125.
16. Mezhgosudarstvennye otnosheniya Rossii i Moldavii (2017) [Interstate relations of Russia and Moldova]. RIA Novosti [RIA News]. URL: <https://ria.ru/spravka/20170317/1490203419.html>.
17. Rol' turizma v rossijskoj jekonomike (2018) [The role of tourism in the Russian economy]. Rosturizm. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/vkartinkah/>.
18. Seregina V.V. (2006) Razvitie delovogo turizma v Rossii [Development of business tourism in Russia]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian business], vol. 7, no. 8, pp. 153-158.
19. Skobkin S. S. (2007) Praktika servisa v inpdustrii gostepriimstva i turizma [The practice of service in the hospitality industry and tourism]. Moscow: “Magistr” Publ. 575 s.
20. Feoktistov K. S. (2011) Problemy formirovaniya infrastruktury delovogo turizma [Problems of formation of the infrastructure of business tourism]. *Biznes-zhurnal*, no. 3, pp. 18.
21. Hakan A. (2016) Turecko-rossijskij krizis v 10 voprosah [The Turkish-Russian crisis in 10 questions]. InoSML.ru. URL: <https://inosmi.ru/politic/20160201/235224552.html>.
22. Caculina I. A. (2011) Razvitie delovogo turizma v Rossii [Development of business tourism in Russia]. *Obshhestvo: jekonomika, politika, pravo* [Society: economics, politics, law], no. 1, pp. 76-79.
23. Jurchenko E. E. (2012) Mezhdunarodnyj rynek turisticheskikh uslug i ego osnovnye cherty [International Tourism Services Market and Its Main Features]. *Vestnik Mezhdunarodnogo Slavyanskogo universiteta. Seriya «Ekonomicheskiye nauki»* [Bulletin of the International Slavic University. Series "Economic Sciences"], vol. XV, no. 2, pp. 59-66.
24. Tourism development after the crises: global imbalances-poverty alleviation (2011) Ed. Peter Keller, Thomas Bieger; International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST). Berlin: Erich Schmidt. 248 p.