

УДК 338.482.22

Курач Е.В.,
Иваскив И.С.

Особенности и специфика развития делового туризма в России и за рубежом

Аннотация

В статье рассматриваются этапы зарождения делового туризма в Российской Федерации и за рубежом, изложены преимущества делового туризма, которые характеризуются стабильным ростом и устойчивостью к воздействию экономических, социальных, климатических, политических и других факторов, указывается количество международных деловых мероприятий, проведенных в Российской Федерации в 2013 году по экономическим зонам, приводится статистика российских граждан, выехавших за границу, и граждан, въехавших в Российскую Федерацию с деловыми целями, рассмотрены проблемы внутреннего и въездного делового туризма в Российской Федерации, инфраструктура делового туризма, центры конгрессно-выставочного туризма, а также состояние делового туризма в регионах мира. Кроме того, приводятся мероприятия, способствующие развитию инфраструктуры делового туризма в Российской Федерации, рассматриваются перспективы развития делового туризма в таких регионах мира, как Европа, Ближний Восток и Азия, Американский континент/

Ключевые слова: деловой туризм; международные деловые мероприятия; въездной деловой туризм; выездной деловой туризм; конгрессно-выставочная деятельность.

Kurach E.V.,
Ivaskiv I.S.

The nature and characteristics of business tourism in Russia and abroad

АБСТРАКТ

The article examines the stages of nucleation of business tourism in the Russian Federation and abroad, outlines the benefits of business tourism, which are characterized by stable growth and resistance to economic, social, climatic, political and other factors that indicate the number of international business activities conducted in the Russian Federation in 2013 year economic zones, provides statistics of Russian citizens to travel abroad and citizens enter Russia for business purposes, the problems of domestic and inbound tourism business in the Russian Federation, the infrastructure of business tourism, convention and exhibition centers of tourism, as well as the state of the business tourism in the regions of the world. Furthermore, given the activities contributing to the development of business tourism infrastructure in the Russian Federation, discussed the prospects of development of business tourism in regions of the world such as Europe, the Middle East and Asia, the American continent.

Keywords: business tourism; international business activities; inbound tourism business; outbound tourism business; convention and exhibition activities.

Деловой туризм является одним из самых высокодоходных и перспективных видов туризма, характеризующихся стабильным ростом и устойчивостью к воздействию экономических, социальных, климатических, политических и других факторов. Рынок делового туризма недостаточно известен в кругах специалистов туристического бизнеса, которые занимаются традиционными массовыми направлениями [2]. Вместе с тем, деловой туризм имеет достаточно высокую обширную клиентуру, приносит крупные денежные потоки и имеет особую организацию продаж, являясь одной из наиболее рентабельных отраслей экономики. Деловой туризм занимает ведущее место в государственных программах развития экономики большинства стран и является частью комплексного плана социально-экономического развития вместе с таким экономическими секторами экономики как образование, промышленность, сельское хозяйство, здравоохранение и т.д. [8].

Индустрия делового туризма зародилась на Западе, став перспективным сектором экономики. На сегодняшний день крупнейшие зарубежные организации тратят на деловые поощрительные путешествия своих сотрудников более 1 миллиона долларов США в год. Затраты на деловые путешествия находятся в числе главных статей расходов после налогов, кадрового обеспечения, информационных технологий и средств связи, аренды и т.д., что стимулирует быстрый рост отрасли. Мировыми лидерами индустрии делового туризма выступают Соединенные Штаты Америки, Австралия, Франция, Великобритания, Германия, Австрия, Испания – на Западе, Япония, Китай и Южная Корея – на Востоке [9].

В Российской Федерации индустрия делового туризма зародилась относительно недавно и интенсивно развивается. Высокие стандарты обслуживания в данной области были обеспечены деловыми туристами, въезжающими в нашу страну и привыкшими к отличному обслуживанию в своей стране.

На сегодняшний день в Российской Федерации более двух третей рынка делового туризма находятся под влиянием следующих крупных российских и западных туристских компаний: American Express, Zelenski Corporate Travel Solutions, UniFest Travel, HRG, Carlson Wagonlit Travel, BCD Travel,

Jenico Travel, «АэроКлуб Тур» и т.п., которые предоставляют деловым путешественникам полный спектр услуг – от индивидуальных деловых путешествий до крупных выездных корпоративных мероприятий.

Кроме того, реализацией программ делового туризма занимаются такие российские туроператоры как «Капитал Тур», «Интурист», «Sodis Travel Company», «Инна Тур», совмещая данное направление с обслуживанием путешественников.

Количество международных деловых мероприятий, проведенных в Российской Федерации в 2013, представлено в табл., из данных которой следует, что наибольшее количество международных деловых мероприятий в 2013 году было проведено в Москве, второе место по количеству международных деловых мероприятий занимает Санкт-Петербург, что составило 45% и 40,8% от общего количества проведенных деловых встреч соответственно. Третье место в рейтинге занимает Краснодарский край (2,7%), что напрямую связано с организацией международных деловых мероприятий при подготовке к зимней олимпиаде в Сочи в 2014 году.

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ в прошлом году число российских граждан, выехавших за границу с деловыми целями, составило 1,3 миллиона человек. Данный показатель увеличивается с каждым годом, что определяется ростом инвестиционной привлекательности Российской Федерации и ее активностью в развитии МІСЕ-индустрии. Наиболее большие потоки туристов, въехавших в Российскую Федерацию с деловыми целями от общего потока, составляют следующие страны: Финляндия (21%), Китай (8%), Германия (2%), США (2%), Польша (1%), Италия (1%), Франция (1%) [9].

Точная оценка процентного соотношения деловых и неделовых поез-док российских путешественников в другие страны является невозможной, так как практически все отечественные деловые туристы выезжают за границу по туристическим, а не по деловым визам. А командировки российских граждан внутри страны фактически не отслеживаются. Несмотря на это, можно утверждать, что деловой туризм охватывает все больше жителей Российской Федерации с каждым годом.

Таблица

**Количество международных деловых мероприятий,
проведенных в Российской Федерации в 2013 году по экономическим зонам [7]**
*The number of international business activities conducted
in the Russian Federation in 2013 in different economic zones [7]*

Экономические зоны	Форумы		Конгрессы		Конференции		Выставки		Итого	
	К-во, ед.	%	К-во, ед.	%	К-во, ед.	%	К-во, ед.	%	К-во, ед.	%
Москва	9	34,6	7	29,2	12	24	811	45,7	839	45,0
Санкт-Петербург	12	46,2	9	37,4	19	38	725	40,9	765	40,8
Краснодарский край	2	7,7	3	12,5	4	8	42	2,4	51	2,7
Воронежская область	-	-	-	-	4	8	32	1,8	36	1,9
Нижегородская область	-	-	1	4,2	2	4	34	1,9	37	1,9
Новосибирская область	2	7,7	3	12,5	5	10	32	1,8	42	2,2
Кемеровская область	-	-	-	-	-	-	26	1,5	26	1,4
Красноярский край	1	3,8	1	4,2	2	4	21	1,2	25	1,3
Свердловская область	-	-	-	-	1	2	30	1,7	31	1,7
Омская область	-	-	-	-	1	2	20	1,1	21	1,1
Всего	26	100	24	100	50	100	1773	100	1873	100

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ в прошлом году число российских граждан, выехавших за границу с деловыми целями, составило 1,3 миллиона человек. Данный показатель увеличивается с каждым годом, что определяется ростом инвестиционной привлекательности Российской Федерации и ее активностью в развитии МЦСЕ-индустрии. Наиболее большие потоки туристов, въехавших в Российскую Федерацию с деловыми целями от общего потока, составляют следующие страны: Финляндия (21%), Китай (8%), Германия (2%), США (2%), Польша (1%), Италия (1%), Франция (1%) [9].

Точная оценка процентного соотношения деловых и неделовых поездок российских путешественников в другие страны является невозможной, так как практически все отечественные деловые туристы выезжают за границу по туристическим, а не по деловым визам. А командировки российских граждан внутри страны фактически не отслеживают-

ся. Несмотря на это, можно утверждать, что деловой туризм охватывает все больше жителей Российской Федерации с каждым годом.

Уровень развития Российской Федерации в области делового туризма можно оценить с помощью следующего показателя: объем внутреннего рынка делового туризма оценивается специалистами на сумму 90 миллиардов в год, а по приблизительным оценкам ежегодно объемы бизнес-туризма в Российской Федерации возрастают на 20-25%.

На сегодняшний день основной проблемой внутреннего и въездного делового туризма в Российской Федерации выступает неразвитость рынка специализированных услуг. Частичное отсутствие необходимой инфраструктуры для реализации делового туризма замедляет деятельность российских профессиональных компаний в данной области, усложняет взаимодействие с международными и государственными структурами и затрудняет грамотную организацию деловых путешествий.

Мировой опыт показывает, что успешность развития туризма в большей степени зависит от восприятия этой отрасли государственными структурами, от того, насколько эффективно проведена организация делового туризма в стране и насколько она пользуется государственной поддержкой. Формирование имиджа России как страны, наиболее благоприятной для ведения бизнеса, является одним из условий развития въездного делового туризма в будущем.

При создании инфраструктуры въездного делового туризма в Российской Федерации в последние годы предпринимаются определенные шаги. В Москве и областных центрах создаются конгрессные и конвеншн-бюро, выставочные организации, строится большое количество бизнес-центров и бизнес-отелей, расширяются календари проведения конгрессов, семинаров, симпозиумов, форумов и других деловых мероприятий, что объясняется тенденцией превращения делового туризма в одну из самых высокодоходных отраслей мировой туристской индустрии.

Около половины всех зарубежных гостей Москвы приходится на деловых туристов. Количество международных контактов, которые связывают Российскую Федерацию с другими странами, находится в постоянном росте. Поэтому стоит еще раз отметить, что приоритетным развитием гостиничного бизнеса в нашей стране считается строительство комфортабельных, удобно расположенных бизнес-отелей. В крупных культурных и промышленных центрах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Архангельск, Екатеринбург, Тольятти, Самара, Иркутск, Мурманск, Владивосток, Сочи и других городах постоянно увеличивается количество отелей, оснащенных всеми необходимыми средствами для делового туризма, а устаревшие отели модернизируются с учетом запросов бизнесменов [10].

Намного хуже обстоит ситуация с инфраструктурой делового туризма в регионах России. Практически пришла в негодность туристская инфраструктура Средней полосы России, на Урале, Закавказье и Дальнем Востоке существует разве что въездной туризм, привлеченный так называемой «русской экзотикой». Стоимость транспортных услуг

также не составляет конкуренцию другим странам. В сфере связи и телекоммуникаций многие регионы находятся далеко не в лучшем положении: при проведении делового мероприятия в российской глубинке можно столкнуться со множеством проблем, например, отсутствием компьютеров, интернета и мобильной связи, подходящего зала для мероприятия. Еще одной проблемой в сфере организации делового туризма является то, что лишь малая часть российских организаций может позволить себе дорогостоящие корпоративные выезды, поэтому чаще всего для сотрудников организовываются однодневные деловые поездки в страны, где находятся основные партнеры предприятия.

Деловой туризм в Российской Федерации напрямую зависит от развития внутреннего туризма, поэтому государство должно быть заинтересовано в его развитии. Кроме того, в связи с выходом российского бизнеса на высокие рыночные ниши все чаще возникает необходимость деловых, культурных и научных связей. Поэтому деловой туризм, как одна из ведущих отраслей экономики России, должен быть направлен на расширение сферы деловых контактов, развитие экономического потенциала России и ее интеграцию в мировое сообщество.

Конечно, трудно утверждать, что Российская Федерация сможет получать от туризма доходы, сопоставимые с доходами от туризма, например, европейских стран. В то же время необходимо еще раз отметить, что возможности для развития туризма в России огромны, но, тем не менее, в значительной степени не использованы.

До недавнего времени туристская индустрия рассматривалась в России как второстепенная отрасль, ее состояние без эффективного участия государства привело к тому, что наша страна выступает в качестве поставщика туристов за границу, что в свою очередь, ведет к оттоку за рубеж крупных денежных средств при одновременном снижении доходов от въездного туризма. Одним из основных факторов, повлиявших на рост выездного потока, является огромный отложенный спрос на путешествия за рубеж. В настоящее время высока доля прибытия туристов из тех стран, которые не являются

активными участниками при движении туристических денежных потоков (например, Финляндия, Швеция, Польша, Китай), в то же время доля прибытий из стран, которые могут приносить валютный доход (Великобритания, Франция, Италия, Япония, Германия, США), незначительна [10].

Следует отметить, что число поездок со служебными целями из стран вне СНГ стабильно уже на протяжении восьми лет. Также необходимо уделить внимание тому факту, что процедура получения российской деловой визы является сложной, поэтому большинству путешественников, приезжающих в нашу страну с деловыми целями, приходится оформлять туристическую визу и указывать в качестве цели пребывания либо туризм, либо частную поездку.

Неразвитость туристской инфраструктуры, неудобный визовый режим, а также несоответствие цены качеству являются главными факторами, которые формируют негативный образ Российской Федерации как страны и сдерживают прибытие иностранных туристов из стран дальнего зарубежья.

Поэтому необходимо рассмотреть роль российских центров бизнес-туризма, Москвы и Санкт-Петербурга, в развитии индустрии рассматриваемого вида туризма. На сегодняшний день около 80% рынка делового туризма приходится именно на Москву и Санкт-Петербург, соответственно, участники рынка делового туризма – туристские фирмы и их клиенты – сосредотачивают свое внимание в основном в наших двух столицах. Выгоды от организации и проведения крупных деловых мероприятий очевидны для гостиниц, транспортных компаний и для государства в целом. Как было сказано ранее, наиболее развивающимся видом делового туризма выступает выставочно-конгрессный туризм, который вносит значительный вклад в национальный доход от туризма в любых странах.

Быстрые темпы развития делового туризма обусловлены его значительной эффективностью, так как ни один из существующих видов туристской деятельности не обладает таким же мультипликативным воздействием как деловой туризм – и на туристическую сферу, и на экономику региона в целом.

В настоящее время деловой туризм актив-

но развивается в 120 странах мира. Каждый год в мире совершается свыше 100 миллионов деловых поездок, и их территориальное распределение крайне неравномерно. Значительная часть деловых туристов направляется на европейский континент. В структуре деловых посещений в Европу преобладают командировки, конгрессно-выставочные туры, поездки ярмарки, съезды, инсентив-туры для работников организаций.

Занимая лидирующее место в мире по числу прибытий, Европа, не смотря на это, постепенно теряет лидерство в данной области туристского рынка, а по темпам роста рынка делового туризма Европа начинает отставать от других регионов мира [6].

Основным «поставщиком» деловых туристов в Европе выступает Германия. Каждый год свыше пяти миллионов немцев отправляются в командировки, из них 3% выезжают за границу, 21% занимаются как внутренним, так и выездным туризмом, а 76% путешествуют со служебными целями по Германии. Как правило, при деловом туризме средняя продолжительность служебной командировки составляет 12-13 дней в страны, расположенные на другом континенте, внутри региона – 5-6 дней, по стране проживания – 3-4 дня.

Также, среди европейских государств, которые постоянно принимают потоки деловых туристов, выделяют помимо Германии Великобританию, Францию, Нидерланды, Италию, Швецию, Швейцарию. Особое место занимает Бельгия с ее главным городом – Брюсселем, являющимся столицей Европейского Союза. В Бельгии и во Франции каждое десятое прибытие осуществляется со служебными целями.

Крупные деловые мероприятия, как правило, проходят не в столицах, а в регионах: Шанхае (Китай), Ванкувере (Канада), Франкфурте-на-Майне (Германия). Странами-лидерами делового туризма на сегодняшний день являются следующие: США, Германия, Франция, Великобритания, Италия и Испания. Все более важную роль начинает играть Китай, который в будущем по прогнозам экспертов будет входить в десятку сильнейших стран в области делового туризма [5].

Быстрыми темпами развивается деловой туризм на американском континенте.

Каждая восьмая поездка совершается с бизнес-целями. Основной поток деловых путешественников направляется в США, Канаду и Мексику, которые являются лидерами на Западе на всех сегментах туристского рынка. В перечисленных странах в первой половине 90-х гг. 20 века число деловых поездок неуклонно росло, но различными темпами. В Соединенных Штатах Америки динамика деловых поездок соответствовала общим темпам развития международного туризма. В Канаде же объемы делового туризма росли медленнее, чем количество прибытий с целью отдыха. В Мексике темпы роста деловых поездок во много раз превышали показатель туристских посещений в целом.

Поток деловых туристов растет и в Латинской Америке. Вместе с подъемом экономики, расширением и укреплением коммерческих связей страны данного региона укрепили свои позиции на рынке делового туризма. Увеличивается число туристов, приезжающих со служебными целями, например, в Парагвай, Коста-Рику, Гватемалу. В Перу в первой половине в 90-х гг. 20 века количество прибытий росло огромными темпами, но с очень низкого стартового уровня, поэтому число приездов с деловыми целями в данную страну по-прежнему остается незначительным.

В Юго-Восточной Азии в первой половине 1990-х гг. увеличивалось число деловых поездок, что определяло общую динамику туристских прибытий. В 1995 году каждая 5-я поездка в регионе являлась деловой. Треть деловых прибытий приходилась на Гонконг, Сингапур и Тайвань. В Гонконге число деловых поездок в первой половине 90-х гг. 20 века выросло вдвое, перевалив за 3 миллиона. Данная положительная тенденция была прервана в 1997 году, когда Гонконг перешел под юрисдикцию Китая. В первое время после перехода, в июле-сентябре 1997 года, число туристских прибытий, в том числе со служебными целями, сократилось более чем на 30% по сравнению с показателями предшествующего года. При этом сильно снизился процент загрузки отелей [3].

Бум делового туризма в середине 1990-х гг. 20 века произошел в Индонезии, которая показывала наиболее высокие темпы

роста прибытия деловых туристов в регион, а к концу 90-х гг. по числу деловых поездок опередила Тайвань и Сингапур. Тенденция снижения эффективности делового туризма произошла после финансового кризиса, который случился в Юго-Восточной Азии. Упал курс национальной валюты, затем последовали экономический и политический кризисы. Массовые беспорядки, которые охватили столицу Индонезии – Джакарту, и угроза беспорядков привели к прекращению деловых связей и оттоку деловых людей из страны [1].

На Ближнем Востоке и в Африке деловой туризм развивается неравномерно. Динамика прибытий зависит, прежде всего, от политической ситуации в стране. Начало 90-х гг. 20 века во многом было спокойным как в Африке, так и на Ближнем Востоке, где набирало силу движение за мир. По мере улучшения положения увеличивалась и деловая активность, но в последние годы политическая обстановка является крайне нестабильной, что ведет за собой спад всех видов туризма, в том числе и делового. На африканском континенте довольно высокие темпы роста делового туризма были замечены в Зимбабве, Республике Конго и Эфиопии. По прибытиям деловых туристов в абсолютном выражении лидировали Египет, Марокко и ЮАР. На Ближнем Востоке основные потоки были направлены в Саудовскую Аравию, а также в Иорданию и Израиль. На сегодняшний день перспектив развития делового туризма на Ближнем Востоке и в Африке не наблюдается.

Сегмент рынка делового туризма имеет важное значение в мировой туристической структуре. Около 60% процентов мирового туристского оборота приходится на деловой туризм. Во всем мире от 55% до 60% мест в отелях заполняется за счет размещения деловых туристов. Данный динамично развивающийся рынок обеспечивает ежегодно 720 миллионов деловых поездок и около 819 миллиардов долларов США финансового оборота.

В структуре мирового делового туризма лидируют индивидуальные деловые поездки (70,8%). Далее – поездки на семинары и конференции (12,6%) и посещение выставок (10,9%). Инсентив-туризм и конгрессные

туры занимают приблизительно по 3%. В мировом туристическом потоке доля деловых туристов составляет примерно 20-25% [4].

В мире растет интерес к форумам, конференциям, симпозиумам, совещаниям, семинарам, а также выставкам и ярмаркам, поэтому, несмотря на рост популярности азиатско-тихоокеанского направления, основной объем конгресс-туров приходится на Европу. В Европе имеется богатая традиция проведения мероприятий данного вида, кроме того, на европейском континенте сосредоточены лучшие профессиональные кадры. Если в 30-х гг. 20 века ежегодно проводилось около двухсот международных конгрессов, то на сегодняшний день их число превысило 9000 в год. Первые позиции по числу международных совещаний и симпозиумов прочно занимают Франция, Великобритания, а Германия известна проведением выставок и ярмарок, популярность которых объясняется повышенным спросом на инвестиционную продукцию, положительной конъюнктурой в большинстве отраслей экономики и развитой инфраструктурой Германии. Ежегодно в Дюссельдорфе, который считается одним из центров мировой моды, проходят выставки-ярмарки одежды и аксессуаров. В это время в Дюссельдорф съезжаются деловые путешественники – кутюрье из разных стран мира. В другом городе Германии, Берлине, из года в год проводится Берлинский Международный кинофестиваль – один из самых важных в Европе, который посещают многочисленное количество известных деятелей киноискусства из разных стран.

Крупнейшими центрами конгрессно-выставочной деятельности в Европе выступают: Париж, Барселона, Амстердам, Вена, Брюссель, Копенгаген, Лондон, Женева, Мадрид, Страсбург. Также, ежегодно деловые лица приезжают в Давос (Швейцария), где проходят форумы по обсуждению актуальных вопросов развития мирового хозяйства [4]. Вышеперечисленные города располагают широкими возможностями для организации досуга иностранных гостей, имея отличную материально техническую базу.

Ежегодно в ноябре в Лондоне проходит Всемирная туристская выставка – престижная профессиональная выставка, которая

своей целью имеет установление прямых контактов между специалистами по туризму из разных стран.

Далеко за пределами Италии известна Международная туристская биржа в Милане. По числу выставляемых экспонентов она соперничает с Лондонской и Мадридской биржами, а по стендовой площади уступает только ярмарке в Берлине. На Миланскую туристскую биржу съезжаются специалисты туристского бизнеса со всего мира. Также стоит отметить, что в пятерку самых крупных туристских ярмарок входит и Московская международная выставка «Путешествия и туризм» (МИТТ).

Тенденция роста делового туризма является очевидной. По мнению зарубежных экспертов к 2020 году количество международных деловых поездок возрастет в три раза – с 564 миллионов до 1,6 миллиардов, при этом оборот сектора делового туризма увеличится в пять раз – с 400 миллиардов до 2 триллионов долларов США. По информации американской организации «Круглый стол делового туризма» увеличение оборота в данной сфере на один миллиард долларов США приведет к созданию ста тысяч рабочих мест.

Таким образом, индустрия делового туризма зародилась на Западе, став одним из перспективных секторов экономики. Среди особенностей состояния и развития российского делового туризма можно выделить проблему неразвитости рынка внутреннего и въездного делового туризма и специализированных услуг в данном виде туризма, что усложняет взаимодействие с государственными и международными структурами, поэтому деловой туризм, как одна из ведущих отраслей экономики России, должен быть направлен на расширение сферы деловых контактов и развитие экономического потенциала России. Быстрыми темпами развивается деловой туризм на европейском и американском континентах за счет огромного количества поездок с бизнес-целями – участием в конгрессах, выставках, ярмарках, съездах, симпозиумах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аакер Д. А., Дэй Кумар. Международный туризм. СПб.: Питер, 2010. 848 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Кнорус, 2010. 221 с.
3. Андреев А.В., Борисова Л.М., Плучевская Э.В. Основы региональной экономики. М.: Кнорус, 2011. 336 с.
4. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ в России и за рубежом: сравнение и тенденции. М., 2004. 145 с.
5. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2010. 304 с.
6. Гуляев В. Г. Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции. М.: Импринт, 2009. 219 с.
7. Дыбаль М.А. Деловой туризм как перспективное направление развития экономики региона: дис. ...кандидата экон. наук. СПб., 2011. 247 с.
9. Серегина В.В. Развитие делового туризма в России // Российское предпринимательство. 2006. № 8(80). С. 153-158.
10. Bekwit, G. *Selling the Invisible: A Field Guide to Modern Management*. М.: Alpina Publisher, 2012. 224 p.
11. Mamfold A., Gold D. *How to improve managers' work. Actions Strategies (Management Development: Strategies for Action)*. М.: Hippo Publishing LTD, 2012. 360 p.

REFERENCES

1. Aaker D.A., Day Kumar *International tourism*. SPb.: Piter, 2010. 848 p.
2. Aleksandrov A.Y. *International tourism*. М.: Knorus, 2010. 221 p.
3. Andreev A.V., Borisov L.M., Pluchevskaya E.V. *Basics of the regional economy*. М.: Knorus, 2011. 336 p.
4. Gasiev M. *Fundamentals of business tourism and MICE industry in Russia and abroad: a comparison and trend*. М., 2004. 145 p.
5. Gulyaev V.G. *Tourism: the economy and social development*. М.: Finance and Statistics, 2010. 304 p.
6. Gulyaev V. *Business and MICE industry in Russia and abroad: fundamentals, concepts and trends*. М.: Imprint, 2009. 219 p.
7. Dybal M.A. *Business as a promising direction of development of the regional economy*: Dis. ... Candidate ehkon. sciences. SPb., 2011. 247 p.
8. Seregina V.V. *The development of business tourism in Russia* // Russian Entrepreneurship. 2006. № 8 (80). Pp 153-158.
9. Bekwit G. *Selling the Invisible: A Field Guide to Modern Management*. М.: Alpina Publisher, 2012. 224 p.
10. Mamfold A., Gold D. *How to improve managers' work. Actions Strategies (Management Development: Strategies for Action)*. М.: Hippo Publishing LTD, 2012. 360 p.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Курач Екатерина Валерьевна,
ассистент

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, ул. Победы, 85,
г. Белгород, 308015, Россия
E-mail: kurach@bsu.edu.ru

Иваскив Иван Сергеевич,
магистрант

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, ул. Победы, 85, г.
Белгород, 308015, Россия
E-mail: ivan.ivaskiv@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kurach Ekaterina Valer'evna,
assistant

Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia
E-mail: kurach@bsu.edu.ru

Ivaskiv Ivan Sergeevich,
master student

Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia
E-mail: kurach@bsu.edu.ru

Рецензент:

Нежельченко Е.В., доцент, кандидат экономических наук,
Белгородская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Я. Горина