

МЕСТО И РОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Развитие рынка гостиничных услуг в регионах России характеризуется формированием разнообразных средств размещения, среди которых особое место занимают индивидуальные средства размещения (далее ИСР). Поскольку расширение сектора ИСР «оттягивает» на себя значительную долю потребителей гостиничных услуг, то возникает вопрос о роли и месте ИСР на рынке гостиничных услуг как по отношению к коллективным средствам размещения (далее КСР), так и по отношению к конечным потребителям услуг. Концептуальным основанием исследования выступил биологический подход к описанию конкурентного поведения субъектов рынка гостиничных услуг. Метод сравнения позволил доказать применимость этого подхода к определению места и роли ИСР на региональном рынке гостиничных услуг. Исследование показало, что ИСР на рынке региональных гостиничных услуг являются коммутантами, роль которых представляется социально и экономически необходимой. Методы наблюдения, анализа и синтеза использовались для выявления факторов формирования коммутантного поведения в деятельности ИСР на рынке гостиничных услуг, а также для определения краткосрочных и долгосрочных стратегий ИСР.

Анализ показал, что общее представление об имеющихся объемах ИСР на рынке гостиничных услуг Иркутской области может быть получено на основании данных, представленных в открытых источниках информации. Описание факторов формирования коммутантного поведения в деятельности ИСР позволило определить возможные варианты конкурентного поведения ИСР в краткосрочном и долгосрочном периодах, которые характеризуют гибкое поведение участников сектора ИСР, предлагающих услуги в ответ на изменяющиеся потребности туристов. Повышение устойчивости ИСР как малых форм предпринимательства предполагает формирование политики законодательных и управленческих мер с учетом снижения рисков для туристов, получающих услуги от сектора ИСР.

Ключевые слова: региональный рынок гостиничных услуг, коллективные средства размещения, индивидуальные средства размещения, биологический подход к конкуренции, конкурентная стратегия, коммутанты, потребности туристов.

**N.N. Danilenko,
O.A. Suranova**

PLACE AND ROLE OF INDIVIDUAL MEANS OF ACCOMMODATION IN THE REGIONAL MARKET OF HOTEL SERVICES

The development of the hotel services market in the regions of Russia is characterized by the formation of various means of accommodation, among which a special

place is occupied by individual accommodation facilities. Since the expansion of the individual placement sector is a significant proportion of hotel consumers, the question arises about the role and place of individual accommodation facilities in the hospitality market both towards collective accommodation facilities and towards the end-users of services. The conceptual basis of the research was a biological approach to describing the competitive behavior of the subjects of the hotel services market. The method of comparison made it possible to prove the applicability of this approach to determining the place and role of individual means of placement in the regional market of hotel services. The study showed that in the market of regional hotel services individual accommodation facilities are commutants, the role of which is socially and economically important. The methods of observation, analysis and synthesis were used to identify factors of the formation of commutant behaviour in the activity of individual accommodation facilities in the market of hotel services, as well as to determine short-term and long-term strategies for individual accommodation facilities. The analysis showed that the overall picture of the available volumes of individual accommodation facilities in the market of hotel services in the Irkutsk region can be obtained based on the data provided in the open sources of information. The description of the factors of the formation of commutant behaviour in the activities of individual accommodation facilities made it possible to identify possible variants of competitive behavior of individual accommodation facilities in the short and long terms that characterize the flexible behaviour of the participants in the sector of individual accommodation facilities offering services in response to the changing needs of tourists. Increasing the sustainability of individual means of accommodation as small forms of entrepreneurship involves the formation of a policy of legislative and managerial measures, taking into account the reduction of risks for tourists receiving services from the sector of individual accommodation facilities.

Keywords: regional market of hotel services; collective accommodation facilities; individual accommodation facilities; biological approach to competition; competitive strategy; commutant; tourist needs.

Введение. Региональные рынки гостиничных услуг России характеризуются наличием разнообразных средств размещения, которые представлены двумя секторами: сектор КСР и сектор ИСР. Развитие последних под влиянием ряда объективных факторов вызывает негативную реакцию со стороны собственников и менеджеров КСР и отражается на их действиях по отношению к ИСР. Поскольку расширение сектора ИСР «оттягивает» на себя значительную долю потребителей гостиничных услуг, то возникает вопрос об определении роли и месте ИСР на рынке гостиничных услуг как по отношению к КСР, так и по отношению к конечным потребителям услуг.

Целью исследования является определение места и роли ИСР на региональном рынке гостиничных услуг. Задачи исследования: обоснование предположения, что ИСР на региональном рынке гостиничных услуг выступают как коммутанты; выявление факторов формирования коммутантного поведения

ИСР; описание вариантов поведения ИСР в краткосрочном и в долгосрочном периодах.

Концептуальной основой рассмотрения вопроса о месте и роли ИСР является биологический подход к конкуренции на рынке гостиничных услуг, а также сравнительный анализ поведения КСР и ИСР в отношении удовлетворения потребностей туристов в услугах размещения и проживания.

Результаты исследования вносят вклад в выявление социально-экономической природы ИСР, а также разработку политики законодательных и управленческих мер по отношению к сектору ИСР на федеральном и региональном уровнях.

Обзор литературы. В отечественной литературе вопрос об ИСР рассмотрен весьма ограниченно: ведется обсуждение возможности и необходимости правового регулирования деятельности посуточной аренды жилья[9,18,10], об исследовании развитии частного сектора в Краснодарском крае[14,15,19], об особенностях развития ИСР(гостевые дома) в сельской местности[20]. В зарубежных источниках вопросы об ИСР рассматриваются в таких аспектах как экономика совместного потребления и развитие онлайн-платформ бронирования[2,3,4,6], неформальная занятость[5]. Вопрос о роли и месте ИСР на рынке гостиничных услуг России, а также о стратегии их поведения не исследован.

Основой для изучения вопроса явился биологический подход к стратегии экономического поведения фирм, описанный, в частности, в 1996 г. Юдановым А.Ю. в работе «Конкуренция: теория и практика» [21]. Целесообразность использования биологического подхода была доказана швейцарским экспертом Фризевинкелем Х., который в 1989 г. опубликовал прогноз развития фармацевтической промышленности ФРГ, обусловленный предстоящим в тот период изменением порядка оплаты расходов на лекарства через больничные кассы. Фризевинкель Х. исследовал компании отрасли по 32 показателям и пришел к выводу, что существует пять основных типов фирм, отличающихся спецификой своего поведения. Для наглядности он назвал их «гордыми львами», «могучими слонами», «неповоротливыми бегемотами», «хитрыми лисами» и «серыми мышами» [7].

В первом десятилетии текущего века биологический подход был использован российскими исследователями для изучения конкурентного поведения экономических субъектов в разных отраслях, в частности, применительно к промышленным предприятиям как таковым [16,17], а также к предприятиям машиностроения [13] и пищевой промышленности [8]. Исследования показали, что биологический подход к оценке конкурентных стратегий целесообразен, поэтому мы решили, что этот подход может быть использован для выявления социально-экономической природы ИСР, которая определяет их конкурентное поведение в соответствии с их местом и ролью на региональном рынке гостиничных услуг.

Методология. В качестве объектов исследования рассматривались ИСР, представленные на рынке гостиничных услуг Иркутской области в 2009–2017 годах. Концептуальным основанием исследования явился биологический

подход к описанию конкурентного поведения субъектов рынка гостиничных услуг. В ходе исследования использовались общенаучные методы: наблюдение, сравнение, анализ и синтез.

Результаты исследования:

1. Определены основные характеристики конкурентного поведения субъектов сектора ИСР, которые позволили представить последние в качестве коммутантов.

2. Установлено, что соотношение ИСР и КСР на региональном рынке гостиничных услуг (Иркутская область) в изучаемый период не могло быть определено на основании данных, представленных в традиционных источниках [22]. Общее представление об имеющихся объемах ИСР на региональном рынке получено на основании данных, имеющихся в открытых источниках информации онлайн-платформ [23,24,25,26].

3. Выявлены и описаны факторы формирования коммутантного поведения в деятельности ИСР.

4. Рассмотрены варианты конкурентного поведения ИСР как коммутантов в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Обсуждение. Было доказано, что деятельность ИСР по предоставлению услуг размещения и проживания реализуется в виде коммутантной стратегии. Имеется ряд потребностей туристов в гостиничных услугах, удовлетворение которых для КСР не целесообразно, эту роль фактически выполняют ИСР. Поскольку потребности туристов становятся все более разнообразными, то возрастает значимость ИСР в процессе их удовлетворения.

Таким образом, было доказано, что роль ИСР на рынке гостиничных услуг предопределена потребностями туристов и поведением КСР, тем самым место ИСР определяется объективными обстоятельствами. Роль ИСР как коммутантов заключается в обеспечении равномерности удовлетворения потребностей туристов в услугах размещения и проживания.

Сектор коммутантов как совокупность неспециализированных малых предприятий характеризуется следующими чертами: многочисленность малых предприятий, разнообразие выпускаемой продукции и/или услуг, малый размер фирм; готовность использовать каждую возможность для незанятого бизнеса; готовность удовлетворить локальные потребности рынка; высокие риски, низкие постоянные издержки; способность радикально менять сферу своей деятельности в соответствии с изменяющимся спросом. Наблюдение показало, что данные черты с определенной спецификой присущи и ИСР (табл. 1).

Таблица 1

**Сравнительная характеристика основных черт ИСР как коммутантов
на региональном рынке гостиничных услуг**

Характерные черты коммутантов	Описание характерных черт коммутантов применительно к ИСР
Многочисленность малых предприятий	Количество ИСР определяется общим объемом зданий и помещений, относящихся к жилому фонду в рамках рассматриваемого региона.
Разнообразие выпускаемой продукции и/или услуг	ИСР предоставляют услуги размещения и проживания, которые состоят из двух компонентов: материальный компонент и нематериальный компонент. Материальный компонент представлен разнообразием объектов (жилой дом, квартира, клубный дом, вилла/особняк, дачный дом, доходный дом, сельский гостевой дом, апартаменты, сервисные апартаменты, сельские хижины, избы, юрты, шале, бунгало). Нематериальный компонент – типами обслуживания (гостиничный, домашний).
Реакция на спрос	Количество ИСР максимально увеличивается в период высокого туристического сезона и уменьшается во внесезонный период, что является реакцией на колебания спроса на услуги размещения и проживания.
Малый размер	Размер ИСР определен отраслевыми особенностями на основании требований ГОСТ Р 54606-2011. В соответствии с требованиями мини-гостиница, мини-отель – малое средство размещения с номерным фондом от пяти до 15 номеров, малое средство размещения - помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров [1]. Так как значительная часть ИСР представлена домашними хозяйствами в виде спального места или единственного жилища в целом (квартиры, дома, коттеджа и др.), это позволяет говорить о малом размере рассматриваемых объектов.
Готовность использовать каждую возможность для организации бизнеса	ИСР обычно не имеют узкой специализации и «нацелены» на незамедлительное удовлетворение возникающих разнообразных потребностей туристов.
Готовность удовлетворить локальные потребности рынка	Готовность ИСР удовлетворить локальные потребности туристов, обусловленные бюджетными ограничениями, особыми культурными запросами, пребыванием на отдельных территориях и др.
Низкие постоянные издержки	Текущие (эксплуатационные) расходы и коммунальные платежи домашних хозяйств на содержание имущества, предоставляемого в аренду (квартир, домов) на 1 кв. м несопоставимо малы по сравнению с затратами юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на содержание КСР [12].
Способность радикально менять сферу своей деятельности в соответствии с изменяющимся спросом	В случае снижения спроса на услуги размещения и проживания объекты ИСР в краткосрочном периоде могут быть введены в сектор долгосрочной аренды или использованы домашними хозяйствами для собственных нужд, а также проданы. Обратная ситуация возникает в случае повышения спроса.

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

Кроме того, ИСР характеризуются высокой степенью территориальной рассредоточенности, что проявляется в их расположении не только в местах массового пребывания туристов, но и в местах с незначительным туристским потоком. Так, в черте города это могут быть места наличия учебных заведений (формируется спрос со стороны абитуриентов, студентов заочной формы обучения), медицинских заведений (спрос со стороны клиентов, посещающих лечебные заведения с целью диагностики, лечения и реабилитации, а также со стороны сопровождающих их лиц), торговых центров (спрос иногородних лиц, например, приезжающих за сезонной одеждой, обувью и др.). Наличие ИСР позволяет туристам удовлетворять потребности в размещении и проживании практически в любой точке планеты, в частности, именно это положение выступило слоганом наиболее востребованной онлайн-платформы www.Airbnb.ru «Бронируйте уникальное жилье и впечатления по всему миру» [23].

Таким образом, представленные основные черты ИСР позволяют рассматривать поведение последних в качестве коммутантов.

Наличие на территории Иркутской области сектора ИСР как совокупности коммутантов должно подтверждаться соответствующими данными. Официальные данные дают далеко не полную картину этого явления. Информация, представленная на онлайн-платформах бронирования, свидетельствует о многократном превышении официальных данных (табл. 2).

Таблица 2

Количество ИСР, 2009–2017 гг.

Источник данных	2009, ед.	2015, ед.	2016, ед.	2017, ед.
Федеральная служба государственной статистики (Федеральный орган по Иркутской области)	13	32	44	...
https://www.booking.com	518	372
https://www.sutochno.ru	1302	1308
https://www.avito.ru	815	974

Источник: составлено авторами по результатам исследования [22; 23; 24; 25; 26].

Однако, онлайн-платформы бронирования дают «срез» информации на момент запроса, которая не характеризует фактическое состояние: одни и те же ИСР могут быть выставлены одновременно на разных площадках; информация о части ИСР не представлена на данных площадках; информация может быть размещена и об объекте в целом, и его отдельных элементах (комната, спальное место). Таким образом, онлайн-платформы бронирования позволяют получить лишь общее представление о масштабах сектора ИСР, которое, тем не менее, свидетельствует о значительном размере сектора ИСР в рассматриваемом регионе. Открытые источники информации показывают, что сектор ИСР может быть рассмотрен как совокупность коммутантов.

Появление коммутантов на рынке гостиничных услуг Иркутской области обусловлено тем, что ряд потребностей туристов игнорируется КСР. В этом случае вступает в действие рыночный закон соотношения спроса и предложения, и ИСР получают возможность предоставлять услуги размещения и прожи-

вания. Были выявлены факторы, которые формируют коммутантное поведение в деятельности ИСР, обусловленные описанной ситуацией. Характеристика данных факторов представлена в табл. 3.

Таблица 3

Факторы формирования коммутантного поведения
в деятельности ИСР на рынке гостиничных услуг

Фактор	Характеристика фактора
Экономический	Низкий поток гостей на отдельных территориях делает строительство и эксплуатацию КСР экономически нецелесообразными, поскольку объем платежеспособного спроса туристов недостаточен для получения соответствующих доходов.
Пространственный	В связи с высокой застройкой и отсутствием мест для строительства КСР (например, в центральной, исторической части города) услуги размещения и проживания могут быть предоставлены со стороны ИСР.
Законодательный	Ограничения, установленные законодательством в отношении объектов КСР (например, на территории ООПТ) формируют возможности появления ИСР.
Архитектурный	В связи с необходимостью повторения архитектурных форм, принятых в поселении (деревянные избы в деревне, юрты и др.) востребованными становятся услуги ИСР.
Временной	В связи со стремительным формированием потока туристов на отдельные территории, например, в период проведения массовых мероприятий или неожиданных событий, когда мощности КСР недостаточны или КСР отсутствуют, то ИСР позволяют удовлетворить потребности туристов в услугах размещения и проживания.

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

Характер и продолжительность действия отмеченных факторов определяют возможности предоставления услуг размещения и проживания со стороны ИСР в различных сочетаниях.

Выявленные факторы влияют на формирование разных вариантов поведения ИСР как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах. На основе разработок Головачева А.С. и Головачевой М.А. относительно формирования конкурентных стратегий развития предприятий [11] нами предложены соответствующие варианты поведения ИСР в конкурентной борьбе с более мощными и лучше оснащенными КСР. Применительно к краткосрочному периоду описание стратегий поведения ИСР представлено в табл. 4.

Таблица 4

Стратегии поведения ИСР на рынке гостиничных услуг в краткосрочном периоде

Характер поведения	Тип предоставляемых услуг
Деятельность в сферах традиционно обслуживаемых только малым бизнесом (коммутанты традиционного типа)	Деятельность индивидуальных средств размещения по типу «Дом-Дом»
Выполнение функций субпоставщика виолента или пациента (коммутанты-субпоставщики)	Деятельность индивидуальных средств размещения по типу «Дом-Гостиница», «Гостиница-Дом»
Выпуск услуг-копий за счет склонности к имитации деятельности (коммутанты-подражатели)	Деятельность индивидуальных средств размещения по типу «Гостиница-Гостиница»

Источник: составлено авторами по результатам исследования.

В целях укрупнения бизнеса участники сектора ИСР могут создавать управляющие компании, которые будут представлять на рынке группы ИСР. В этом случае может реализоваться одна из возможных стратегий развития в долгосрочном периоде:

- 1) поддержание существующей стратегии (коммутантная стратегия);
- 2) повышение эффективности за счет сокращения издержек (виолентная стратегия);
- 3) выработка эффективной специализации, защищающей от конкуренции (пациентная стратегия).

Таким образом, проведенное исследование выявило основные черты ИСР как коммутантов. Наличие данных, представленных в открытых источниках информации позволило сформировать общее представление об объемах сектора ИСР, было обосновано положение о причинах возможного игнорирования спроса на услуги размещения и проживания со стороны КСР.

Сильной стороной представленного исследования является его «пионерность». Слабая сторона исследования заключается в том, что качественно и количественно рассмотрена одна из характеристик ИСР как коммутантов – «многочисленность». Другие характеристики даны в качественном аспекте. В связи с этим одним из возможных направлений будущих исследований является анализ всех характеристик ИСР как коммутантов в количественном аспекте.

Заключение. Исследование показало, что ИСР на рынке региональных гостиничных услуг являются коммутантами. Выявленные и описанные факторы формирования коммутантного поведения в деятельности ИСР свидетельствуют о том, что в ряде случаев только ИСР могут предоставить услуги размещения и проживания туристам, что доказывает, не только их экономическую, но и существенную социальную значимость.

Предложенные варианты конкурентного поведения ИСР как коммутантов в краткосрочном и долгосрочном периодах показывают разнообразие их поведенческих характеристик, что характеризует гибкость участников сектора ИСР, предлагающих услуги в ответ на изменяющиеся потребности туристов. Представляется, что политика законодательных и управленческих мер по отношению к сектору ИСР должна строиться с учетом снижения рисков для туристов, получающих услуги от данного сектора, что будет способствовать повышению устойчивости ИСР как малых форм предпринимательства. ИСР устойчивы и неистребимы только как «социально-экономический вид», по отдельности они слишком слабы, чтобы быть в состоянии долго противостоять неблагоприятному внешнему воздействию, в частности, со стороны КСР.

Список использованной литературы

1. ГОСТР 54606-2011 Услуги малых средств размещения. Общие требования. – Введ. 2012-07-01. – М. : Стандартинформ, 2012.
2. Akbar Y. H. The sharing economy and the future of the hotel industry: Transaction cost theory and platform economics / Y. H. Akbar, A. Tracogna // International Journal of Hospitality Management. – 2018. – Т. 71. – С. 91–101.

3. Collina L. Sharing Economy for Tourism and Hospitality: new ways of living and new trends in interior design / L. Collina, L. Galluzzo, G. Gerosa, M. Bellè, M. L. Maiorino // *The Design Journal*. – 2017. – № 20:sup1. – P. S3448-S3463. – DOI: 10.1080/14606925.2017.1352848.
4. Narasimhan C. Sharing economy: Review of current research and future directions / C. Narasimhan // *Customer Needs and Solutions*. – 2018. – Т. 5. – №.1-2. – P. 93–106.
5. Williams C. C. Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry / C. C. Williams, I. A. Horodnic // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2017. – Т. 29. – №. 9. – P. 2261–2278.
6. Zervas G. The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry / G. Zervas, D. Proserpio, J. W. Byers // *Journal of Marketing Research*. – 2017. – Т. 54. – №. 5. – P. 687–705.
7. Морита А. Sony. Сделано в Японии – М.: Альпина Паблишер. – 2014.
5. Васильева Н. А. Конкурентные стратегии предприятий пищевой промышленности: современная российская практика / Н. А. Васильева // *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент*. – 2011. – № 2. – С. 336–345.
8. Глава Ростуризма заявил об отсутствии необходимости регулирования рынка аренды частного жилья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://news.rambler.ru/markets/39164088/?utm_content=rnews&utm_medium=realmore&utm_source=copylink (08.04.2018).
9. Для сдающих жилье на курортах могут ввести налоговые патенты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cian.ru/novosti-dlja-fizlits-sdajuschih-zhile-na-kurortah-mogut-vvesti-nalogovye-patenty-275812/> (08.04.2018).
10. Головачев А. С. Формирование конкурентных стратегий развития предприятий / А. С. Головачев, М. А. Головачева // *Экономика и управление*. – 2011. – № 2. – С. 61–67.
11. Даниленко Н. Н. Региональный рынок гостиничных услуг: необходимость и возможность развития альтернативных средств размещения / Н. Н. Даниленко, О. А. Суранова // *BaikalResearchJournal*. – 2017. – Т. 8, № 2. – DOI: 10.17150/2411- 6262.2017.8(2).20.
12. Егорова А. О. Конкурентные стратегии предприятий машиностроения: современная российская практика / А. О. Егорова // *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. – 2013. – № 2 (34).
13. Ивлиева О. В., Кушнир К. В. Современное состояние средств размещения туристов на российском побережье Азовского моря / О. В., Ивлиева, К. В. Кушнир // *Географический вестник = Geographicalbulletin*. – 2017. – № 3 (42). – С. 116–125. – DOI 10.17072/2079-7877-2017-3-116-125.
14. Лутфуллин Ю. Р. Проведение комплексного статистического исследования в туристической сфере / Ю. Р. Лутфуллин // *Агропродовольственная политика России*. – 2016. – № 2 (50). – С. 31–34.

15. Репич Т. А. Конкурентные стратегии поведения агентов на локальном рынке как база формирования стратегий развития промышленных предприятий / Т. А. Репич // Мясной бизнес. – 2009. – № 1. – С. 82–85.
16. Репич Т. А. Конкурентные стратегии поведения агентов на локальном рынке как база формирования стратегий развития промышленных предприятий / Т. А. Репич // Мясной бизнес. – 2009. – № 2. – С. 68–70.
17. Сенаторы – за регулирование частного сектора размещения туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://news.rambler.ru/travel/38682858/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (08.04.2018).
18. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край : монография / коллектив авторов; под ред. Д. В. Максимова. – Краснодар : Кубан.гос.ун-т; Просвещение-Юг. – 2016. – 184 с.
19. Трухачев А. В. Концептуальные основы государственной политики развития сельского туризма в Российской Федерации: дис. ... д-ра экон. наук: 08:00:05 / А. В. Трухачев. – СПб. 2016.
20. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. – М. : Изд-во «АКА-ЛИС», 1996.
21. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://irkutskstat.gks.ru>.
22. Сайт «Airbnb» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.airbnb.ru>.
23. Сайт «Авито» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.avito.ru>.
24. Сайт «Booking» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.booking.com>.
25. Сайт «Суточно.ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sutochno.ru>.

Информация об авторах

Даниленко Нина Николаевна – д.э.н., профессор, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: nina.danilenko@gmail.com.

Суранова Оксана Александровна – аспирант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: SuranovaISU@mail.ru.

Authors

Nina Danilenko – doctor of Economics, Professor, Department of Management, Marketing and Service, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: nina.danilenko@gmail.com.

Oxana Suranova – graduate student, Department of Management, Marketing and Service, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: SuranovaISU@mail.ru.