

**ПОДХОДЫ К КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

Значение международного туризма как отрасли мирового хозяйства непрерывно возрастает. Вклад туризма и сопутствующих отраслей в развитие национальной экономики является важным фактором ее равномерного функционирования. В настоящее время Россия использует далеко не все возможности, связанные с развитием международного туризма на территории страны. Учитывая высокий потенциал развития отрасли туризма и имеющиеся у России значительные неиспользуемые резервы в этой сфере, нужно признать, что активное содействие развитию въездного международного туризма является очевидной и очень актуальной задачей, стоящей перед нашей страной на современном этапе развития. В статье представлена разработанная классификация факторов развития международного туризма на национальном и региональном уровне и определены основные параметры методики, основанной на экономико-математическом моделировании, позволяющей определять степень воздействия различных факторов на формирование и развитие экспортного туристского потенциала государства в целом и отдельных регионов. Особый интерес представляет возможность использования разработанной методики для оценки экспортного туристского потенциала отдельных регионов России, что позволит дифференцированно подходить к вопросам развития и поддержки международного въездного туризма на территориях, существенно отличающихся друг от друга по многим параметрам. Возможность проведения комплексного исследования экспортного туристского потенциала на основе формализованной методики, включающей элементы экономико-математического моделирования, может стать основой практического инструментария, позволяющего органам государственного управления разных уровней более качественно и комплексно подходить к решению вопросов развития и поддержки международного туризма в РФ.

Ключевые слова: туризм; международный туризм; факторы развития туризма; классификация факторов; количественная оценка факторов; проблемы развития туризма в регионе.

**M.V. Solodkov,
A.O. Borisova****APPROACHES TO QUANTITATIVE ASSESMENT OF DEVELOPMENT
FACTORS OF INTERNATIONAL TOURISM IN A REGION**

The role of international tourism as an industry of world economy is constantly increasing. Contribution of tourism and associated industries in the development of the national economy is an important factor of its sustainable functioning. Nowadays Russia uses not all capabilities connected with the development of international tourism on the country's territory. It includes generated by the authors classification of development factors of international tourism at the national and regional levels. Be-

sides there are main parameters of technique which is based on economic-mathematical modelling? This technique also gives an opportunity to determine the level of influence of different factors on the formation and development of export tourist potential of the state in general and different regions.

Keywords: tourism, international tourism, factors of tourism development, classification of factors, quantitative evaluation of factors, problems of tourism development in a region.

В настоящее время международный туризм является одной из крупнейших отраслей мирового хозяйства. На его долю приходится около 10 % мирового ВВП и 1/11 часть рабочих мест мира. Для многих развивающихся стран туристская индустрия является основным источником дохода. Существенное значение туризм играет и в международной торговле: объем мирового экспорта туризма в 2016 г. составил 1,5 трлн дол. США в денежном выражении, что эквивалентно 7 % совокупного мирового экспорта и 30 % мирового экспорта услуг. Туристский экспорт по различным подсчетам равен или даже превышает экспорт таких отраслей, как автомобильная, нефтяная или продовольственная. В сфере услуг туризм сравним лишь с транспортными услугами, которые, в свою очередь, неразрывно связаны с туристической сферой. Таким образом, международный туризм является одним из двух наиболее востребованных видов услуг на международном рынке. Он играет важнейшую роль в современной мировой экономике, обеспечивая существенную долю дохода и рабочих мест национальных экономик, развивая ряд сопутствующих отраслей и способствуя укреплению международных торгово-экономических связей и интеграционных процессов.

Россия на сегодняшний день является достаточно активным участником международного рынка туризма. Она закрывает первую десятку самых популярных стран по числу посещений иностранными туристами и занимает уверенное шестое место в списке стран-импортеров туристских услуг. Россия характеризуется огромным туристским потенциалом и при достаточном уровне развития инфраструктуры, по оценкам экспертов ЮНВТО, способна привлекать около 40 млн иностранных туристов в год. Тем не менее страна получает незначительные преимущества от участия в международном туристском обмене. Число иностранных туристов, посетивших Россию в 2016 г., составило около 28 млн чел., что в 1,5 раза меньше потенциально возможного уровня, а доходы России от экспорта туризма, например, в 2015 г. составили 8 465 млн дол., что эквивалентно 0,65 % национального ВВП и в процентном отношении сравнимо с уровнем вклада въездного туризма в экономику Эфиопии или Афганистана.

В этой связи следует заметить, что Россия на мировом рынке туризма традиционно является в большей степени импортером, чем экспортером туристских услуг, и сокращение отрицательного внешнеторгового сальдо по этой позиции стало наблюдаться лишь в последние годы. О формировании положительного сальдо на ближайшую перспективу речи не идет, следовательно, говорить о чистом положительном вкладе международного туризма в экономику

нашей страны невозможно, поскольку российские туристы вывозят за рубеж значительно больше средств, чем иностранные туристы оставляют в России. Другими словами, в современной России международный туризм является не источником валютных поступлений, а каналом утечки валюты из страны.

Таким образом, можно уверенно утверждать, что положение России, которая она занимает на мировом рынке туризма, не является выгодным, а в развитии отрасли наблюдаются явные диспропорции.

Учитывая высокий потенциал развития туристической отрасли туризма и имеющиеся у России значительные неиспользуемые резервы в этой сфере, нужно признать, что активное содействие развитию въездного международного туризма как на национальном, так и на региональном уровне является одной из важнейших задач для нашей страны на современном этапе развития.

В связи с этим представляется актуальной разработка методики по выявлению закономерностей и приоритетных путей развития экспортного туристского потенциала России на основе экономико-математического моделирования. Основным инструментом реализации данной методики, по мнению авторов, должна стать корреляционно-регрессионная модель, количественно характеризующая силу воздействия различных факторов на состояние экспортного туристского потенциала страны.

Для систематизации факторов развития экспортного туристского потенциала была разработана классификация факторов развития международного туризма. Элементы в ней систематизированы в соответствии с двумя критериями. Первый критерий ранее использовался в российских исследованиях, он характеризует принадлежность фактора к определенному виду туристских ресурсов (культурно-историческим, природно-рекреационным), сферам человеческой жизнедеятельности (экономической, политической, социальной) или ее составляющим (технологической, правовой и др.). Второй критерий ранее не использовался в отечественной практике, он введен авторами. Этот критерий связан с источником влияния факторов на международный туризм. В соответствии с ним можно выделить факторы, влияние которых обусловлено характеристиками страны отправления (т.е. факторы, характеризующие иностранный туристский спрос) и факторы, влияние которых обусловлено характеристиками страны временного пребывания туристов (т.е. факторы со стороны предложения или факторы, характеризующие экспортный туристский потенциал).

Основой для разработки данной классификации послужили модели конкурентоспособности туристских дестинаций Крауча и Ричи, Дуайера, Мэллора, Ливэйка, Эдвардса и Кима, Л.Г. Кирьяновой, показатели Индекса конкурентоспособности индустрии путешествий и туризма Всемирного экономического форума, классификации факторов развития международного туризма А.С. Кускова, Ю.А. Джаладян, Е.В. Вавиловой, В.А. Черненко, С.В. Федоровой, С.В. Кружалина.

Разработанная классификация дает наиболее комплексное и всестороннее представление о факторах развития международного туризма по сравнению с зарубежными и отечественными аналогами, а также позволяет выделить факторы, влияющие на развитие экспортного туристского потенциала.

Природно-рекреационный фактор традиционно считается одним из самых важных аспектов для развития въездного туризма. В России ценные природно-рекреационные ресурсы объединяются в особо охраняемые природные территории – национальные, природные парки, курорты, заповедники, которые можно подсчитать по их количеству или площади. Также природно-рекреационный потенциал территории можно оценить с помощью подсчета уникальных природных объектов (Z_1, Z_2, Z_3, Z_4, Z_5).

Важно понимать, что разные виды туризма требуют различных природных ресурсов. Так, для осуществления лечебно-оздоровительных туров имеет значение наличие минеральных вод, целебных грязей, термальных источников; пляжный туризм возможен там, где есть пригодная для отдыха береговая линия; молодежный и детский туризм требует комфортных погодно-климатических условий, проходимого рельефа и отсутствия угрозы для жизни и здоровья туристов [1, с. 132].

Важную роль в развитии экспортного туристского потенциала играет географическое расположение стран прибытия и отправления туристов. Для каждой дестинации возрастает перспектива привлечения туристов из наименее удаленных в территориальном смысле государств, так как расстояние существенно влияет на стоимость транспортного сообщения, длительность и удобство перемещения туриста. Особенно это касается близкорасположенных стран и регионов, поскольку у путешественников появляется возможность использовать различные виды транспорта.

Экологические факторы имеют существенное значение для развития международного туризма как с точки зрения сохранения эстетических качеств природно-рекреационных ресурсов, так и с позиции долгосрочности их использования. Необходимость поддержки нормального экологического состояния дестинации на сегодняшний день признана во всем мире, а экологическая устойчивость является одной из главных составляющих концепции устойчивого развития туризма [3, с. 114].

Культурно-исторический фактор выражается, прежде всего, в богатстве культурно-исторического потенциала той или иной территории. Важную роль в формировании интереса туристов к местной культуре и истории занимают изобразительное искусство, танцы, музыка, народные промыслы, национальная кухня, религия, литература и т.д. [8, с. 67]. В материальном смысле культурно-исторический потенциал представляет собой совокупность объектов историко-культурного наследия, способных удовлетворить рекреационные, духовные, познавательные и другие потребности туристов. В соответствии с различными классификациями можно выделить такие типы культурно-исторических объектов, как памятники истории, археологии, искусства, градостроительства и архитектуры, документальные памятники, памятники культовой, светской архитектуры, этнографические памятники [4, с. 101].

Важнейшее значение для развития въездного туризма имеют туристская и общая инфраструктура дестинации. Туристская инфраструктура позволяет осваивать природно-рекреационные и культурно-исторические ресурсы, повышает их доступность и привлекательность для посетителей. Она способна компенсировать недостатки климата и увеличить пропускную способность терри-

тории. Особенностью туристской инфраструктуры является то, что она в определенной степени интегрирована в общую инфраструктуру и используется не только туристами, но и местными жителями. Туристская инфраструктура включает в себя инфраструктуру размещения, питания, транспорта, развлечений и специализированную инфраструктуру [5, с. 27].

Инфраструктура размещения представляет собой сеть объектов, предоставляющих туристам условия для ночевки и временного проживания в специально отведенных помещениях. Все средства размещения в соответствии с классификацией ЮНВТО делятся на коллективные и индивидуальные. К первым относятся гостиницы, специализированные и прочие коллективные средства размещения, ко вторым – частные жилища, предоставляемые туристам в аренду на платной или бесплатной основе [6, с. 73]. В зависимости от уровня обслуживания средства размещения могут быть присвоены категории мини-отель, без звезд, 1, 2, 3, 4, 5 звезд.

Услуги общественного питания, как и гостиничные услуги, являются неотъемлемой частью туристского обслуживания и удовлетворяют базовые потребности путешественников. Инфраструктура питания при гостиницах дополняется общегородскими предприятиями питания, так как многие туристы не проводят все свободное время на территории отеля и с удовольствием пробуют блюда городских кафе или перекусывают в местных фаст-фудах. Некоторые путешественники и вовсе предпочитают питаться только самостоятельно. Питание предоставляется на многих экскурсиях, что обеспечивает гарантированный спрос кафе, ресторанам и организаторам кейтеринга, сотрудничающим с организаторами экскурсионного обслуживания.

Роль транспортной инфраструктуры в развитии экспортного туристского потенциала определяется функциями, которые транспортные услуги выполняют в путешествии. К таким функциям относятся: транспортное сообщение с дестинацией, трансфер, обслуживание экскурсий, организация туров, услуги проката транспорта, обслуживание самостоятельного передвижения путешественников. Функции, которые может выполнять транспорт, определяются его видом и характеристиками.

Развитость транспортной инфраструктуры влияет не только на возможность добраться до конкретного места назначения, оно формирует впечатление туристов о туристском продукте и его соответствии заявленной стоимости. Качество транспортного обслуживания характеризуется скоростью, комфортностью перемещения, регулярностью сообщений, сохранностью багажа, безопасностью, наличием сопутствующих услуг. Оно зависит от состояния транспортных средств (их класса, степени износа), сети дорожных покрытий, профессионализма обслуживающего персонала и качества управления перевозками.

Индустрия развлечений, в отличие от гостиничной, транспортной и индустрии общественного питания, не является элементом, без которого не может обойтись путешествие, поскольку она не направлена на удовлетворение первичных потребностей туриста. Однако ввиду того, что преимущественной целью туристских поездок на сегодняшний день является отдых, получение новых впечатлений, положительных эмоций и отвлечение от повседневного обра-

за жизни, развитая развлекательная инфраструктура крайне необходима дестинациям для удержания конкурентных позиций на рынке. Все множество объектов развлекательной инфраструктуры, исходя из их специализации, можно разделить на следующие группы: зрелищно-развлекательные, физкультурно-оздоровительные, парковые, объекты для организации досуга и активного отдыха, объекты для организации и проведения азартных игр [7, с. 10].

Специализированная инфраструктура туризма полностью направлена на обслуживание туристов. Сюда, в первую очередь, следует отнести инфраструктуру информационной поддержки, реализуемой в виде функционирующих туристско-информационных центров (Z_{91} – Z_{94}), а также путеводителей, туристических карт, рекомендаций и т.п. Также в качестве специализированной туристской инфраструктуры можно рассматривать пригостиничную инфраструктуру делового туризма (конференц-залы, их оснащенность, вместимость), торговлю туристскими товарами и т.д.

Общая инфраструктура, предназначенная и для местного населения, и для туристов, обеспечивает существование таких видов обслуживания, как финансовое, коммунально-бытовое, санитарное, телекоммуникационное, общественное, а также предполагает поддержку ухоженного внешнего вида, чистоты дестинации. Для путешественников большое значение имеет доступность услуг связи, наличие достаточного количества пунктов обмена валюты, банкоматов, магазинов, многообразие товаров, предоставляемых общественных услуг. В качестве отдельного элемента общей инфраструктуры можно выделить безопасность дестинации. Ее следует рассматривать с точки зрения наличия угроз для туристов (терроризм, преступность), а также с позиции санитарно-гигиенической и эпидемиологической обстановки.

Общим свойством практически всех элементов инфраструктуры является их высокая капиталоемкость и фондоемкость, длительность создания и функционирования [2, с. 47]. Это означает, что для развития и поддержания инфраструктуры необходимы значительные финансовые вложения. Очевидно, что для принятия решений о столь масштабных финансовых вложениях требуется серьезное экономическое обоснование их рентабельности, в связи с чем выявление силы и характера влияния уровня развития туристской инфраструктуры на развитие международного туризма в том или ином регионе приобретает особую актуальность и значимость.

Политико-управленческие факторы, наряду с ресурсной составляющей, являются основой зарубежных моделей конкурентоспособности туристских дестинаций, что говорит о их существенной значимости в развитии экспортного туристского потенциала. Прежде всего, руководство дестинации должно определить, насколько туризм вписывается в общую концепцию развития региона: позволяет ли он достичь намеченных целей, не противоречит ли поставленным задачам или обозначенным ценностям (например, сохранению благоприятной экологической обстановки). Отсюда же должно вытекать и понимание значимости, роли и места туризма в общей стратегии развития региона. Важно правильно оценить имеющиеся туристские ресурсы, их привлекательность и потенциальную востребованность. В зависимости от того, чем обладает регион,

какая инфраструктура в нем уже присутствует, какие необходимы дальнейшие вложения и соизмерим ли с ними предполагаемый эффект, необходимо выбирать направления и выстраивать политику развития туризма. При этом нужно понимать ситуацию, происходящую на мировом рынке: какие тенденции, преобладают, какие страны являются основными поставщиками и реципиентами туристов, насколько сильна конкуренция. Таким образом, любые управленческие действия должны сопровождаться исследованиями туристического рынка и дестинации.

Основой туристического развития выступает государственно-частное партнерство, поэтому для достижения наилучших результатов нужен тесный контакт между представителями власти и туристического бизнеса. Государство должно выполнять одновременно стимулирующую и ограничивающую роль по отношению к предпринимателям, направлять их деятельность в нужное русло, регулировать действия с учетом интересов региона, туристов и местного населения. Для местного населения многие государства разрабатывают специальные программы развития гостеприимства, благодаря которым формируется позитивное отношение местных жителей к туристам. В компетенцию государства должны входить такие задачи, как управление положительными и отрицательными воздействиями туризма, финансирование и поддержка предприятий туристической отрасли и организаций, занимающихся подготовкой кадров, управление туристскими ресурсами (поддержка существующих и создание новых), антикризисное управление, мониторинг и оценка результатов реализуемых стратегий и программ развития [9, с. 29]. Большое влияние на туризм оказывают визовые формальности, определяемые местным законодательством, а также эффективность работы таможенных и иммиграционных служб.

Одной из важнейших задач государства является реализация маркетинговой политики дестинации и ее продвижение на международном туристическом рынке, обеспечение качественного и быстрого доступа целевой аудитории к информации о местном туристическом продукте и способах его приобретения. Эффективность маркетинговой политики может стать определяющей силой в развитии въездного туризма.

Существенное влияние на развитие туристского потенциала дестинации оказывают экономические факторы. Их можно разделить на две подгруппы. В первую подгруппу следует отнести факторы, характеризующие макроэкономические условия ведения туристического бизнеса в дестинации, во вторую – экономические характеристики местных туристских предприятий и результата их деятельности, т.е. местного турпродукта.

Экономическая ситуация в стране, принимающей иностранных туристов, оказывает непосредственное влияние на состояние всех сфер туристического обслуживания, что, в конечном итоге, сказывается на туристическом спросе. Благоприятные макроэкономические условия обеспечивают нормальное функционирование туристической отрасли, предсказуемость рыночной ситуации, доступность финансовых, материальных, трудовых ресурсов, отсутствие бюрократических и коррупционных барьеров. Важной предпосылкой развития туристического бизнеса является инвестиционная составляющая. Высокий уровень

инвестиций, направляемых в туризм, способствует совершенствованию материально-технической базы, внедрению новых технологий, увеличению количества предприятий, расширению ассортимента турпродуктов.

Существенное влияние на развитие туризма оказывает состояние рынка труда и системы подготовки кадров: доступность профильного образования, число профильных образовательных учреждений, разнообразие и качество обучающих программ, число выпускников, особенности деловой этики, требования профсоюзов, участие государства и компаний в обучении кадров и т.д.

Влияние экономических факторов на туризм можно также оценивать через экономические характеристики функционирования туристического бизнеса. Существенное значение имеет уровень развития туроператорского и турагентского рынка, способность предприятий адаптироваться к рыночным условиям, справляться с трудными ситуациями, что можно оценить на основе их прибыльности или убыточности. Важнейшим экономическим фактором, влияющим на уровень развития туристической отрасли, является цена турпродукта.

С экономическими факторами развития туристической сферы тесно связаны технологические факторы, поскольку одним из главных признаков экономически сильного государства в современном мире является его технологическая развитость. С точки зрения туризма она имеет большое значение, в первую очередь, ввиду появления электронных систем дистрибуции – сервисов онлайн-бронирования туров, отелей, авиа- и железнодорожных билетов, благодаря которым как турагенты, так и сами путешественники могут выбрать наиболее подходящий турпродукт. Другим важным направлением использования технологий является маркетинг, нацеленный на распространение информации о дестинации за рубежом и формирование ее положительного имиджа среди потенциальных клиентов. Технологический фактор также сказывается на уровне развития сфер экономики, обслуживающих туризм: строительства, транспорта, индустрии развлечений и др.

Влияние социальных, психологических и демографических факторов на развитие туристского потенциала дестинации происходит, как правило, не напрямую, а косвенно, т.е. через другие факторы. Например, половозрастная структура местного населения, продолжительность жизни, степень урбанизации городов в дестинации отражается на объеме и структуре рабочей силы сферы туризма. Низкий уровень жизни, ярко выраженное социальное расслоение общества может сопровождаться повышенным уровнем преступности, плохим санитарно-гигиеническим состоянием населенных пунктов, что негативно отражается на имидже дестинации. Принципиальное значение для туризма имеет отношение местных жителей к поддержанию экологии, сохранению культурно-исторических, природных ценностей, проведению различных туристических мероприятий и развитию туристической индустрии в целом. Культурные, религиозные и психологические особенности местного населения влияют на степень гостеприимства по отношению к туристам как определенных вероисповеданий или национальностей, так и в целом, а также на требования к поведению иностранцев (по отношению к одежде, возможности употребления алкоголя, использованию фототехники и т.п.). Важным психологическим фактором являет-

ся восприятие соотношения цены и качества, предлагаемого дестинацией тур-продукта самими продавцами.

И, наконец, в значительной степени на экспортный туристский потенциал оказывает влияние международная открытость дестинации, многообразие ее деловых, научных, религиозных, культурных связей, готовность сотрудничать с другими странами. Особенно важны связи с крупными рынками-поставщиками туристов, к которым относятся Китай, Германия, США, Франция, Великобритания, Россия, Канада, Италия, Республика Корея. Активизация отношений с другими странами на основе международной торговли, инвестиционной деятельности или других форм сотрудничества способствует укреплению контактов и увеличивает число международных деловых поездок, которые рассматриваются как деловой туризм. Кроме того, чем более активную внешнюю политику ведет государство, тем больше для него вероятность найти партнеров в сфере туризма. Результатами подобного сотрудничества могут стать соглашения о взаимном обмене туристами, о разрешении безвизового въезда для граждан определенных стран, о предоставлении льгот и субсидий в сфере авиаперевозок и т.д. Необходимым условием развития международного туризма является открытость воздушного пространства, для чего также должны быть заключены соответствующие международные соглашения.

Многообразие факторов развития экспортного туристского потенциала и их характеристик предопределяют сложность их формализации, однако в условиях стремительно развивающихся информационных технологий, повсеместного распространения электронных баз данных, автоматизированных систем торговли и управления организационными процессами на предприятиях количественный учет любой информации, связанной с туризмом, становится все более осуществимым. За последние несколько лет качество и количество статистической информации, характеризующей как общее состояние экономики России, так и отдельных ее сфер, существенно возросло. В связи с этим представляется, что именно количественные методы анализа должны стать основой для изучения факторов развития экспортного туристского потенциала России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / А.Ю. Александрова // Современные проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 1. – С. 51–61.

2. Бубаева Т.Ю. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа в Байкальском регионе: проблемы становления и эффективность функционирования / Т.Ю. Бубаева // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 4. – С. 173–180.

3. Вавилин М.В. Антикризисное управление туризмом в свете концепции Нейла Лейпера [Электронный ресурс] / М.В. Вавилин // Ежегодная международная научно-практическая конференция «Тур-фактор». – Режим доступа: <http://турфактор.рф/tour-factor-2011/49-doklady/268-antikrizisnoe-upravlenie-turizmom-v-svete-koncepcii-nejla-lejpera.html>.

4. Каменева В.В. Транспортная составляющая инфраструктуры туризма / В.В. Каменева, А.Н. Антонова // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 8. – С. 33–37.

5. 40 Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение : учеб. пособие / Е.В. Колотова. – М., 1999. – 131 с.

6. Кружалин К.В. Экономико-географическая оценка рекреационного потенциала России для развития международного туризма : дис. ... канд. геогр. наук / К.В. Кружалин. – М., 2002. – 155 с.

7. Сколько денег потрачено на Олимпиаду? [Электронный ресурс] / Проект «Инвестиции в России». – Режим доступа: <http://www.investmentrussia.ru/svoibiznes/goroda-regioni/olimpiada-v-sochi-2014.html>.

8. Туризм как вид деятельности : учебник / И.В. Зорин [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

9. Crouch G.I. Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes / G.I. Crouch. – Australia : Sustainable Tourism Cooperative Research Centre's Monograph series, 2007. – 45 с.

Информация об авторах

Солодков Михаил Викторович – кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: detrester@ya.ru.

Борисова Алина Олеговна – преподаватель кафедры мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: a-li-na-08@yandex.ru.

Authors

Solodkov Mikhail V. – Candidate of Science in Economics, Associate Professor, Department of World Economics and International Business, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: detrester@ya.ru.

Borisova Alina O. – lecturer, Department of World Economics and International Business, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: a-li-na-08@yandex.ru