

Кузьмина Вера Владимировна

Самарский государственный экономический университет

Ралык Динара Владимировна

Самарский государственный экономический университет

Опыт реализации ESG-стратегии средств коллективного размещения Самарской области

Аннотация. В рамках данной статьи представлены концептуальные и прикладные аспекты реализации ESG-стратегии в индустрии гостеприимства в условиях структурной трансформации современной экономики. Авторами исследования произведена декомпозиция ключевых компонентов ESG-стратегии, раскрыто их содержание и значение для повышения операционной эффективности и рентабельности объектов индустрии гостеприимства. Помимо прочего, в статье систематизированы драйверы и барьеры развития, классифицированы экологически ориентированные стратегии менеджмента. Практическая часть статьи посвящена анализу ключевых показателей развития индустрии гостеприимства Самарской области, которая является одним из лидеров Приволжского федерального округа по внедрению принципов устойчивого развития. В статье исследован опыт реализации ESG-инициатив средств размещения г. о. Самары, относящихся к известным мировым сетям отелей – Accor Group, Hilton Worldwide, Lotte, Marriott. В заключение исследования авторами сформирован вывод, согласно которому переход к ESG-модели управления обеспечивает долгосрочные конкурентные преимущества и формирует репутационную устойчивость предприятий в высококонкурентной и нестабильной индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: туризм, турист, средство размещения, общественное питание, туристский продукт, туристский пакет, устойчивое развитие, менеджмент, ESG-стратегия.

Kuzmina Vera Vladimirovna

Samara State University of Economics

Ralyk Dinara Vladimirovna

Samara State University of Economics

Experience in implementing the ESG strategy for collective accommodation facilities in the Samara region

Annotation. This article presents the conceptual and applied aspects of the implementation of the ESG strategy in the hospitality industry in the context of the structural transformation of the modern economy. The authors of the study decomposed the key components of the ESG strategy, revealed their content and importance for improving the operational efficiency and profitability of the facilities of the hospitality industry. Among other things, the article systematizes the drivers and barriers of development, classifies environmentally oriented management strategies. The practical part of the article is devoted to the analysis of key indicators of the development of the hospitality industry of the Samara region, which is one of the leaders of the Volga Federal District in implementing the principles of sustainable development. The article examines the experience of implementing ESG initiatives of Samara city accommodation facilities belonging to well-known global hotel chains – Accor Group, Hilton Worldwide, Lotte, Marriott. In conclusion, the authors concluded that the transition to an ESG management model provides long-term competitive advantages and builds the reputational stability of enterprises in a highly competitive and unstable hospitality industry.

Keywords: tourism, tourist, accommodation facility, catering, tourist product, tourist package, sustainable development, management, ESG strategy.

Динамичные изменения внешней среды формируют условия, под которые секторы экономики вынуждены быстро и эффективно адаптироваться. Индустрия гостеприимства является одной из наиболее восприимчивых, что, в первую очередь, обусловлено высокой зависимостью от климатических условий, изменением потребительских предпочтений, глобальными трендами в области туризма, локальными особенностями регионов, в рамках которых развиваются объекты индустрии (рис. 1).

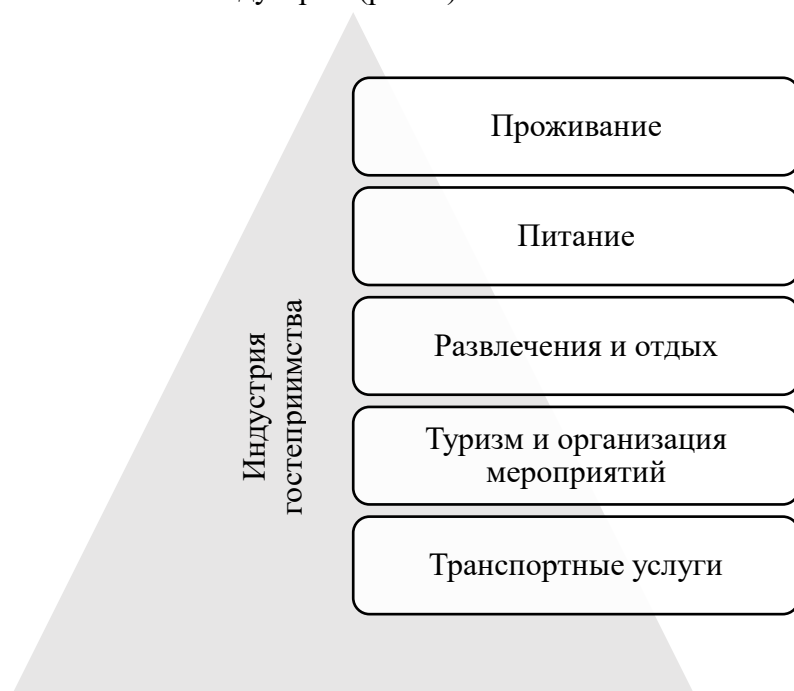


Рисунок 1 – Ключевые компоненты индустрии гостеприимства

Источник: составлено автором

Индустрия гостеприимства переживает структурную трансформацию. Оборот гостиничного рынка России превысил по итогам 2025 года 1,16 трлн. руб., а мировой туристский рынок оценивается более, чем в 17 трлн. долл. США [5]. Несмотря на динамику, индустрия сталкивается с острой и актуальной проблемой – снижением рентабельности, и это, в свою очередь, подталкивает субъектов к пересмотру стратегий и поиску баланса между качеством услуг, доступностью, бережливым отношением к экологии и инфраструктуре и проч.

В этих условиях особо важное значение приобретает реализация ESG-стратегии, которая одновременно характеризуется высокой ресурсной емкостью, интенсивным взаимодействием с потребителями и заметным влиянием на локальную социально-экономическую среду. Средства размещения (проживания), предприятия общественного питания ежедневно потребляют значительные объемы энергии, воды и материальных ресурсов, а также формируют существенный объем отходов. В связи с этим экологический компонент ESG в данной сфере приобретает не декларативный, а практико-ориентированный характер, поскольку напрямую связан со снижением издержек, рационализацией потребления ресурсов и уменьшением негативного воздействия на окружающую среду.

Помимо того, индустрия гостеприимства относится к числу наиболее человекоцентричных отраслей: качество сервиса определяется потребителем не только на основе оценки материальной инфраструктуры, но и на основе оценки уровня подготовки, мотивации, профессионализма и вовлеченности персонала. В этом контексте социальная составляющая ESG становится важнейшим условием устойчивого функционирования предприятий. В исследовании Н. С. Морозовой и М. А. Морозова к ключевым факторам

социальной составляющей ESG отнесены «создание достойных условий труда, равные возможности всех сотрудников, обучение сотрудников» [4].

Н. И. Климкович ESG-стратегия также исследуется и с позиции социального фактора: «ESG-стратегия помогает организации развивать персонал, обращая особое внимание на сотрудников с более высоким потенциалом» [1], автор указывает, что «достойная оплата труда работников ... являются индикатором социальной устойчивости бизнеса, а такой бизнес, в свою очередь, в целом повышает благосостояние экономики» [1].

В целом, компонент «Social» в рамках ESG-стратегии охватывает вопросы обеспечения справедливых и равных условий и охраны труда, развития кадрового потенциала, инклюзивности, обеспечения комфортной среды для всех сторон – то есть и постояльцев, и сотрудников. Исходя из чего следует, что ESG в индустрии гостеприимства выступает не просто механизмом социальной ответственности, но и важнейшим фактором повышения качества предоставляемых услуг.

Наряду с этим, значение управленческого компонента ESG – Governance обусловлено необходимостью повышения прозрачности, подотчетности и стратегической устойчивости объектов индустрии гостеприимства. Н. С. Морозовой и М. А. Морозова к ключевым G-факторам отнесены «предоставление ежегодной нефинансовой отчетности, развитие цифровой инфраструктуры, развитие партнерских отношений со стейхолдерами» [4]. В рамках управленческого аспекта ESG-стратегия позволяет учитывать в менеджменте экологические и социальные риски, формировать доверие со стороны инвесторов и потребителей, укреплять репутацию. Иными словами, G-фактор и в целом сущность ESG-стратегии заключается в обеспечении долгосрочного конкурентоспособного и устойчивого развития отдельных объектов и сектора, отрасли, индустрии или экономики в целом.

Н. И. Климкович называет ESG-стратегию инструментом управления организацией, обращая внимание на то, что она выступает «как конкурентное преимущество для организаций» [1] и «становится приоритетом в стратегическом развитии организаций, неся не только краткосрочные маркетинговые выводы, но и долгосрочную перспективу развития организации как надежного партнера и работодателя» [1]. Условно, компоненты и их составляющие в рамках ESG-стратегии могут быть представлены в виде табл. 1.

Таблица 1 – Компоненты ESG-стратегии и их составляющие

Окружающая среда (E)	Социальное окружение (S)	Управленческий аспект (G)
Снижение степени загрязнения окружающей среды, бережливое использование ресурсов, финансовая ответственность за пользование ресурсами, экологичное сотрудничество с местными производителями и поставщиками	Продвижение справедливой социальной трудовой практики, обеспечение комплексного благополучия сотрудников и гостей (постояльцев в средствах размещения), гостей в заведениях общественного питания, клиентов в предприятиях туристской отрасли, эко-просвещение	Проведение аудитов для прозрачности деятельности, разработка правил этических норм, создание стратегий для сохранения финансовой устойчивости и репутации, оценка экологических и социальных рисков, прозрачность информации о компании и др.

Источник: составлено автором

В контексте индустрии гостеприимства российское научное сообщество ежегодно наращивает число публикаций по теме практики ESG-стратегии.

Так, в исследовании Н. С. Морозовой подчеркиваются актуальные проблемы внедрения ESG-технологий в индустрии гостеприимства:

- «низкая рентабельность туристского и гостиничного бизнеса;
- отсутствие осознанности ценности ESG-трансформации среди потребителей туристских и гостиничных продуктов;
- приоритет цены;
- нехватка опыта и знаний» [4].

В рамках исследования автором раскрывается каждая из перечисленных проблем, однако, подробнее следует остановиться на двух важных моментах: объекты индустрии гостеприимства не внедряют принципы ESG порой не из-за отсутствия желания, а из-за отсутствия опыта и непонимания механизмов, отсутствия примера и опоры на практику. Проблема, связанная с приоритетом цены, заключается же в том, что «для большинства туристов и гостей отелей цена остается важным фактором при выборе туристского продукта или гостиничной услуги» [4], а стоимость размещения в отеле, реализующим ESG-стратегию, как правило, выше. Однако, эти две сложности могут быть преодолены за счет ознакомления с лучшими практиками объектов индустрии гостеприимства – в части средств размещения необходимо обратить внимание на опыт мировых цепочек отелей, которые зачастую комплексно реализуют ESG в ряде средств размещения, находящихся под управлением цепочки. И, как показывает анализ стоимости размещения, цена на размещение в ESG-ориентированном отеле не превосходит стоимость размещения в прочих местах проживания кратко, а лишь немного может быть выше.

А. Т. Шуратабаевой исследуются несколько иные аспекты устойчивого развития и внедрения экологически ориентированных стратегий в управлении гостиничным бизнесом. Автором представляется следующее определение: «устойчивое развитие – это комплексный подход, объединяющий экологические, экономические и социальные аспекты с целью обеспечения долгосрочной гармонии между деятельностью человека и природой» [7]. Несмотря на то, что в исследовании напрямую ни разу не используется понятие ESG, смысловое значение идентично этому стратегическому подходу. Автором представлены следующие виды экологически ориентированных стратегий (табл. 2).

Таблица 2 – Виды экологически ориентированных стратегий

Вид стратегии	Описание	Основные практики
Экологический менеджмент	Системный подход к управлению природосберегающими аспектами гостиничного бизнеса, включающий планирование, мониторинг и контроль над воздействием на окружающую среду	Создание корпоративной стратегии, аудит, мониторинг потребления ресурсов
Сертификация экологических стандартов	Процесс подтверждения соответствия гостиницы нормам безопасности, что повышает доверие клиентов и инвесторов	Внедрение сертификации, регулярные отчеты по стандартам устойчивого развития
Энергоэффективные технологии	Внедрение решений для сокращения энергопотребления и выбросов углекислого газа, что снижает эксплуатационные расходы	Использование солнечных панелей, систем интеллектуального энерго-менеджмента

Источник: [7]

Особое внимание автор обращает на практику и опыт гостиничной сети Hilton, «которая внедрила стратегию по ответственному туризму и устойчивому развитию» [7], целью которой является повышение операционной эффективности и сокращение выбросов углекислого газа и Marriott, «которая внедрила систему менеджмента, направленную на сокращение потребления воды и энергии, а также на улучшение управления отходами» [7]. Согласно А. Т. Шуратабаевой, «современные тенденции в потребительском поведении демонстрируют растущий интерес к экологической ответственности бизнеса» [7], что, в свою очередь, влияет на отношение к бренду, уровень лояльности потребителя и др. Во-первых, это позволяет выстроить особенную эмоциональную связь с клиентом. Во-вторых, формирует долгосрочные конкурентные преимущества гостиничного бренда. В-третьих, повышает осведомленность клиентов о предпринимаемых экологических инициативах и

формирует мотивацию к поддержке экологии и бережливому туризму» [7]. Исходя из анализа смыслового содержания понятий «устойчивое развитие» и «ESG-стратегия», следует в виде рис. 2 представить основные принципы, которыми руководствуются средства размещения и другие объекты индустрии гостеприимства при реализации стратегии.

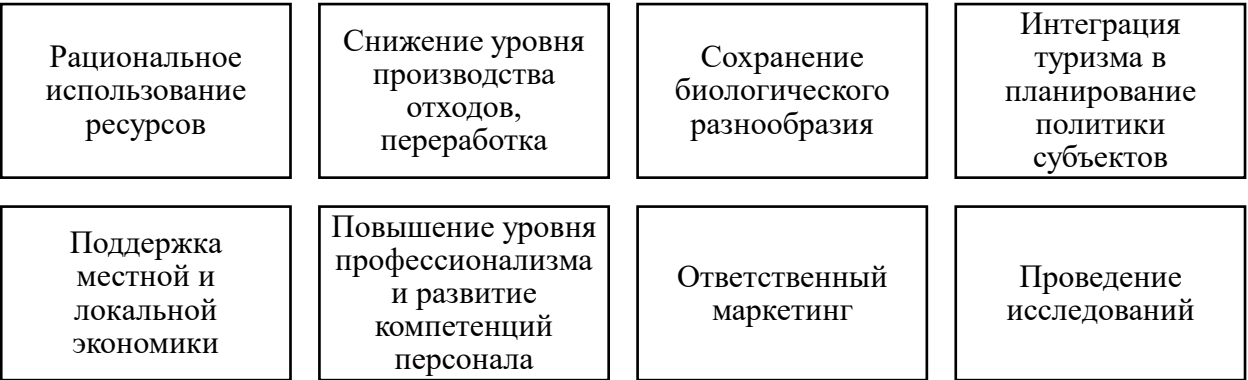


Рисунок 2 – Принципы реализации ESG-стратегии в средствах размещения и других объектах индустрии гостеприимства
 Источник: составлено автором на основе источника [3]

А. Т. Шуратабаевой акцентирует внимание на том, что ESG-стратегия позволяет добиваться поставленных целей без угрозы для природы, и также обращает внимание на то, что «если гостиничное предприятие применяет принципы бережливого производства, то это становится его конкурентным преимуществом среди других организаций гостиничного бизнеса» [7].

Ранее в исследовании было указано, что реализация и состав ESG-стратегии могут быть отличными в зависимости от ряда факторов. Одним из них выступает локация, в которой реализует свою деятельность средство размещения, ресурсная обеспеченность субъекта (региона или области). Подробно опыт Приволжского федерального округа в части обеспечения устойчивого развития локальных систем в туристской сфере был исследован В. В. Лежнимым и А. Н. Полухиной. Авторы анализируют субъекты ПФО и приходят к выводу, что Самарская область является одним их ярких лидеров по реализации гостиничными предприятиями принципов ESG. Авторы подчеркивают и значение Самарской области для развития внутреннего туризма в РФ: «Самарская область богата на объекты культурного наследия» [2], это, в свою очередь, привлекает в регион как туристов, так и инвесторов.

В виде табл. 3 представим основные показатели, характеризующие развитие индустрии гостеприимства в Самарской области в динамике за 2020-2024 гг.

Таблица 3 – Развитие индустрии гостеприимства Самарской области

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024	Отн. откл., %
Число коллективных средств размещения – всего, ед.	473	468	498	494	525	11,0
Число мест в коллективных средствах размещения, ед.	48657	48026	47989	45880	48425	-0,5
Число номеров в коллективных средствах размещения, ед.	18400	18479	18492	17380	18416	0,1
Число ночевков в коллективных средствах размещения, тыс. ед.	3263,7	4170,7	4831,8	5132,9	5368,7	64,5

Источник: [6]

Из табл. 3 следует, что количество коллективных средств размещения в Самарской области за последние пять лет выросло на 11%. Увеличился и номерной фонд – на 0,1% (низкий прирост объясняется сложностью перепланировки, однако, средства размещения находят ресурсы на то, чтобы увеличить площадь приема гостей и увеличить тем самым потенциал приема постояльцев в своих стенах). На 64,5% выросло количество ночек в коллективных средствах размещения Самарской области – это может говорить, во-первых, об увеличении туристского потока, во-вторых, о развитии в том числе бизнес-туризма (командировочных постояльцев), что свидетельствует о туристском развитии региона и повышении его привлекательности как для организации отдыха, отпусков и досуга, так и в части развития MICE-туризма. В целом показатели демонстрируют благоприятную динамику.

Не менее важным представляется исследовать и число туристов, остановившихся в области совокупно по всем средствам размещения за 2020-2024 гг.

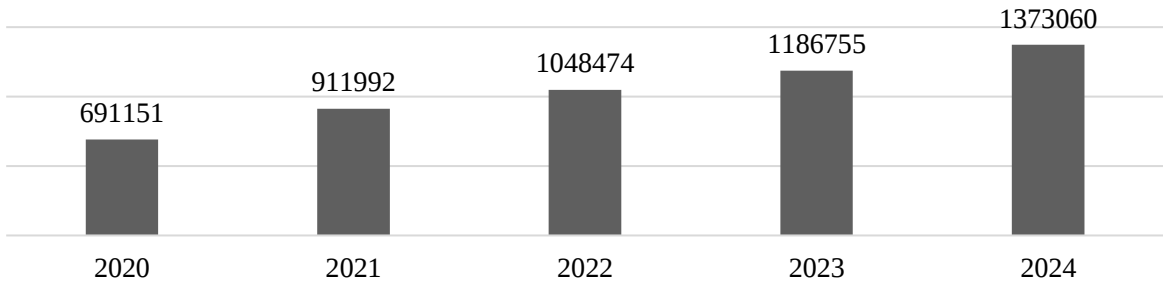


Рисунок 3 – Число размещенных лиц, 2020-2024 гг., чел.

Источник: [6]

Из рис. 3 следует, что количество размещенных в Самарской области лиц в период с 2020 по 2024 год выросло на 98,7%, что подтверждает предположение о развитии туристской привлекательности и раскрытии потенциала области.

В Самарской области, а именно в г. о. Самаре количество средств размещения увеличивается ежегодно, при этом необходимо отметить высокое качество сервиса и стандартов, которые обеспечивают отели, гостиницы, курорты и прочие предприятия размещения. В г. Самаре свою деятельность осуществляет несколько гостиничных предприятий, которые относятся к известным мировым цепям отелей. Так, цепь Accor Group представлена отелем Ибис, Hilton Worldwide представлена отелем Hampton by Hilton, корейская цепь отелей Lotte Hotels представлена новым пятизвездочным отелем Lotte. Так же от цепи Marriott в г. Самаре работает зарекомендовавший себя Реальянс, ранее носивший название «Ренессанс». Это представители крупных мировых цепочек отелей, и следование принципам ESG является одним из центральных приоритетов. В виде табл. 4 представим характеристику средств размещения, а затем в табл. 5 представим содержание ESG-стратегии по каждому из средств размещения.

Таблица 4 – Характеристика средств размещения в г. о. Самаре

Название средства размещения	Год открытия	Звездность	Номерной фонд, ед.
Ibis (Accor Group)	2012	***	204
Hampton by Hilton (Hilton Worldwide)	2014	***	126
Lotte (Lotte Hotels)	2018	*****	193
Реальянс (Marriott)	2003	****	196

Источник: составлено автором на основе источников [8, 9, 10, 11]

Как видно из табл. 4, отели имеют разные годы основания и звездность, а также отличаются номерным фондом – наибольшее количество номеров представлено в Ibis, Hampton by Hilton имеет наименьшее количество номеров среди всех средств размещения, проанализированных в рамках данной статьи.

Теперь в виде табл. 5 представим характеристику ESG-стратегии каждого из средств размещения.

Таблица 5 – ESG-стратегии средств размещения г. о. Самары

Название средства размещения	Название ESG-стратегии	Содержание ESG-стратегии
Ibis (Accor Group)	ESG Perfomance	Стратегия базируется на принципах осознанного гостеприимства и ставит целью достижение углеродной нейтральности к 2050 году. Ключевые инициативы включают повсеместный отказ от одноразового пластика, повышение энергоэффективности зданий и внедрение обязательной внешней экологической сертификации. Стратегия бренда охватывает три основных направления: 1. Экологичность и сокращение отходов (полный отказ от использования одноразового пластика в номерах и общественных зонах); 2. Энерго- и водозэффективность: отели сети оптимизируют потребление ресурсов, внедряют интеллектуальные системы контроля температуры и переходят на возобновляемые источники энергии; 3. Осознанное питание: в меню сети отелей увеличивается доля растительной пищи, делается упор на закупку местных продуктов для снижения углеродного следа от логистики
Hampton by Hilton (Hilton Worldwide)	Путешествуйте с Целью	Стратегия направлена на предпринятие разумных шагов для создания положительных социальных и экологических изменений в повседневной деятельности, цепочке поставок, стратегия заключается в сокращении количества одноразового пластика до поддержки экологически рациональных и местных продуктов. Основные проявления стратегии: 1. Сокращение количества одноразовых пластиковых изделий и применение экологичной упаковки (замена пластиковых карт на деревянные, в мини-баре гостям предоставляется вода в стеклянной таре, применяются продукты бумажной переработки и упаковки); 2. Сокращение потребления энергии (номера оснащены автоматизированными датчиками, которые выключают свет и кондиционер при отсутствии в номере гостя, что позволяет экономить электроэнергию, светодиодные лампы); 3. Экологически рациональное питание и меню, выстроенное с учетом климата (меню включает лучшие экологичные ингредиенты и суперпродукты, особое внимание уделяется свежести и качеству продуктов с целью минимизации воздействия на окружающую среду); 4. Воздействие на общество (поддержка компаний посредством активации сети партнеров)
Lotte (Lotte Hotels)	Our Promise of Sustainability	Стратегия основана на принципах экологической ответственности, социальной значимости и корпоративного управления: 1. Экология: сеть внедряет технологии энерго и водосбережения, сокращает выбросы углекислого газа с целью стать углеродно-нейтральным отелем, минимизирует использование пластика;

		2. Социальная ответственность: фокус на поддержке местных сообществ, обеспечении инклюзивной среды и комфортных условий труда для сотрудников; 3. Управление: в 2021 году в структуре компании были созданы специализированные подразделения для контроля за обеспечением устойчивого развития
Реальянс (Mariott)	Serve 360	Стратегия направлена на сокращение выбросов углекислого газа и пищевых отходов, минимизацию потребления воды, борьбу с торговлей людьми и развитие инклюзивной рабочей среды: 1. Забота о планете (сокращение отходов и отказ от одноразовой посуды и пластика в ванных комнатах – замена на диспенсеры), внедрение внутренних программ по переработке, обеспечение энергоэффективности за счет применения умных термостатов и LED-освещения), поддержание снижения углеродного следа; 2. Ответственные операции (экологические сертификаты – порядка 50% отелей имеют зеленый ключ, устойчивые закупки – приоритет отдается местным фермерам и этично произведенным продуктам, например, используются яйца от кур свободного выгула); 3. Расширение возможностей (разнообразие в руководстве, обеспечение равных возможностей для карьерного роста и поддержка местных инициатив); 4. Защита прав человека (обучение персонала распознаванию ситуаций торговли людьми, блокировка нежелательного контента в гостевых сетях Wi-Fi для защиты детей)

Источник: составлено автором на основе источников [8, 9, 10, 11]

В дополнение к данным табл. 5, Hampton by Hilton является держателем сертификата Всемирного совета по устойчивому туризму для отелей, а также является сертифицированным партнером green Mark GoldPlus. В период с 2023 по 2025 год сеть отелей была награждена Singapore Hotel Sustainability Award, что подчеркивает принцип признания экологических и рациональных методов в работе [9]. Отели сети Accor Group, а именно, Ibis: более 57% отелей имеют эко-сертификаты, порядка 42% состава руководства – женщины, что подчеркивает социальный аспект и предоставление равных прав на труд и внимание к недопущению дискриминации женщин на рынке труда [8].

Таким образом, проведенное исследование доказывает, что ESG-стратегия в индустрии гостеприимства приобретает характер институционально-важного элемента управления. Для средств размещения и предприятий общественного питания внедрение экологических, социальных и управленческих практик все в большей степени выступает условием сохранения устойчивости бизнеса в условиях усиливающейся конкуренции, роста ресурсных ограничений и изменения ожидания потребителей. ESG сегодня представляет собой интегральный механизм, обеспечивающий согласование экономической эффективности, экологической ответственности и социальной значимости предприятий индустрии гостеприимства.

В Самарской области, в которой наблюдается положительная динамика развития коллективных средств размещения и фиксируется прирост туристской активности, также стратегии ESG приобретают все большее значение: пример отелей, входящих в международные гостиничные цепи, демонстрирует, что ESG-подход реализуется в конкретных управленческих решениях, и это доказывает, что ESG-ориентированное управление становится реальной и все более популярной практикой.

Подводя общие выводы по исследованию, необходимо подчеркнуть, что ESG-стратегии для индустрии гостеприимства являются неотъемлемым условием ее

современного развития. С каждым годом все большее количество объектов индустрии включают ESG-принципы в свою деятельность, осознавая их значение для повышения устойчивости, репутационной надежности и конкурентоспособности на рынке, и в ближайшие годы практика ESG будет только масштабироваться.

Список источников

1. Климкович, Н. И. ESG-стратегия как инструмент управления организацией / Н. И. Климкович // Современные тенденции и инновации в науке и производстве : Материалы XII Международной научно-практической конференции, Междуреченск, 26 апреля 2023 года / Редколлегия: Т.Н. Гвоздкова (отв. редактор), С.О. Марков [и др.]. – Междуреченск: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 229.1-229.9. – EDN STHJQI.
2. Лежнин, В. В. Устойчивое развитие локальных систем в туристской сфере Приволжского федерального округа: вызовы и перспективы / В. В. Лежнин, А. Н. Полухина // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2025. – № 1. – С. 257-288.
3. Лукьянова, И. Д. Практика применения принципов устойчивого развития в гостиничных предприятиях / И. Д. Лукьянова, В. П. Ермакова // Молодежный туризм глазами студентов : сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Челябинск, 22–23 апреля 2025 года. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), 2025. – С. 263-268. – EDN NGHOZO.
4. Морозова, Н. С. Инновационное развитие индустрии туризма и гостеприимства в рамках ESG-концепции / Н. С. Морозова, М. А. Морозов // Вестник Академии права и управления. – 2024. – № 3 (78). – С. 173-178.
5. Отели забронировали рост. Гостиничный рынок в 2026 году вырастит на 10%. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8379325> (дата обращения: 14.06.2026).
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. – URL: <https://63.rosstat.gov.ru/sphere> (дата обращения: 14.06.2026).
7. Шуратабаева, А. Т. Устойчивое развитие и внедрение экологически ориентированных стратегий в управлении гостиничным бизнесом / А. Т. Шуратабаева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2025. – № 6 (124). – С. 229-235.
8. Accor Group. ESG Reporting & Performance. – URL: <https://group.accor.com/en/finance/esg-reporting> (дата обращения: 14.06.2026).
9. Hilton (Hilton Worldwide). Путешествовать с целью. – URL: <https://www.hilton.com/ru/hotels/sinorhi> (дата обращения: 14.06.2026).
10. Lotte Hotels. – URL: <https://lottehotel.ru> (дата обращения: 14.06.2026).
11. Marriot. Sustainability and Social Impact. Marriott International Serve 360. – URL: <https://serve360.marriott.com> (дата обращения: 14.06.2026).

Сведения об авторах

Кузьмина Вера Владимировна, аспирант 1 курса научной специальности 5.2.6 Менеджмент, Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия
Ралык Динара Владимировна, доцент, к. э. н., Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия

Information about the authors

Kuzmina Vera Vladimirovna, 1st year postgraduate student of the scientific specialty 5.2.6 Management, Samara State University of Economics, Samara, Russia
Ralyk Dinara Vladimirovna, Associate Professor, PhD in Economics, Samara State University of Economics, Samara, Russia