

УДК 656.072+338.48
DOI: 10.37890/jwt.vi85.659

Перспективы развития международного круизного туризма в условиях глобальных вызовов

А.С. Левизов

ORCID: 0000-0002-5329-7915

Р.Р. Измайлов

ORCID: 0009-0003-0582-3372

*Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых,
г. Владимир, Россия*

Аннотация: В статье систематизированы основные тенденции развития международного круизного туризма в настоящее время. Приведены данные по численности пассажиров круизных судов, объёму и структуре рынка в стоимостном выражении, динамике увеличения продаж. Отмечена возрастающая роль социальных сетей как драйвера развития круизного бизнеса. Обсуждается специфика востребованности круизного турпродукта среди представителей разных возрастных групп. Потенциал и перспективность круизного туризма авторы обосновывают возможностями его воздействования в масштабных спортивных мероприятиях глобального уровня, а также удобством использования в путешествиях к новым туристским локациям. Авторами выделены также специфические ограничения, способные негативно повлиять на темпы роста международной круизной отрасли, среди которых высокие затраты и затруднённая конкуренция, а также сильная зависимость от уровня покупательской способности клиентов. Отмечены негативные последствия влияния на отрасль пандемии коронавирусной инфекции. Авторами сделан вывод о перспективности развития международного круизного бизнеса в рамках концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: морские круизы, международный круизный туризм, рынок круизного туризма, круизные компании, круизные технологии, круизные лайнеры, круизные маршруты, безопасность туризма, глобальные вызовы, устойчивое развитие.

Prospects of international cruise tourism development under conditions of global challenges

Alexey S. Levizov

ORCID: 0000-0002-5329-7915

Rinat R. Izmailov

ORCID: 0009-0003-0582-3372

Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletov, Vladimir, Russia

Abstract: The article examines the main tendencies of international cruise tourism development at present. The data on cruise passenger numbers, market volume and structure (in cost expression), dynamics of sales are indicated. The growing role of social media as the driver of cruise business development is marked. The specificity of demand for cruise product among the representatives of different age groups is discussed. The potential and prospects of cruise tourism is justified by its possible usage in global sport competitions, and also by the convenience of its use in traveling to new tourist locations. The authors have also identified specific restrictions, capable to negatively affect the growth rates of international cruise branch, among which high costs and hampered competitiveness, and also strong dependence on a level of consumer ability. The negative consequences of the coronavirus pandemic influence on the branch are marked. Authors make a conclusion about the prospects of

international cruise business development within the framework of the concept of sustainable development.

Keywords: marine cruises, international cruise tourism, cruise tourism market, cruise companies, cruise technologies, cruise liners, cruise routes, safety of tourism, global challenges, sustainable development.

Введение

Феномен международного туризма как явления, продолжающегося меняться и совершенствоваться вопреки различным природным, макроэкономическим, геополитическим и иным катаклизмам, заслуженно достоин внимания исследователей. С давних времен люди путешествуют на водном транспорте, но для туристских поездок корабли стали использовать лишь в 1900 году, первые круизные компании уже стали оказывать услуги туристам круглогодично, позволяя путешествовать по Англии и США [1]. Круиз – это путешествие на судне, в которое входят береговые экскурсии, а также развлечения и досуг непосредственно на борту корабля. В круизный сектор по сути могут входить сразу несколько видов туризма: спортивный, медицинский, познавательный и другие. Преимущественную долю в международном круизном туризме занимают морские путешествия, однако существуют также речные и комбинированные туры, в рамках настоящей работы они объединены в один предмет исследования. Международная круизная перевозка (независимо от того, морское это или речное путешествие) предполагает факт пересечения круизным судном государственных границ.

Целью исследования явился обзор современных тенденций и перспектив развития международного круизного туризма. Авторами решались задачи по систематизации основных трендов в исследуемой сфере, выявлению ограничивающих факторов и потенциальных рисков. Научная новизна исследования состоит в систематизации в рамках представленного обзора основных перспектив развития международного круизного туризма, с учетом международной проблематики. Говоря о практической значимости работы, следует отметить, что ее результаты могут быть полезными в деятельности специалистов круизного бизнеса с точки зрения анализа рынка и планирования параметров формируемых туров.

Методы исследования

Ввиду обзорного характера настоящего исследования при его реализации авторами применялись общенаучные методы работы (анализ, синтез, аналогия, индукция, формализация, обобщение), а также базовые эмпирические методы описания, измерения и сравнения, графического представления данных и визуализации.

Результаты и обсуждения

В 2024 году в мире рынок международного круизного туризма составил примерно 5432,8 млн долларов США. Ученые считают, что если люди также будут пользоваться услугами туристских компаний в области круизного туризма, то к 2031 году продажи данных услуг могут составлять около 10 млн долларов США. Темп роста составит около 10% ежегодно до 2031 года [2].

В 2020 году мировой круизный бизнес испытал кризис, но уже зимой 2022 года более 69% круизных лайнеров возобновили работу. На рисунке 1 показано, что (по данным всемирной круизной ассоциации CLIA) более 34 миллионов пассажиров отправились в морские путешествия в 2024 году [3].

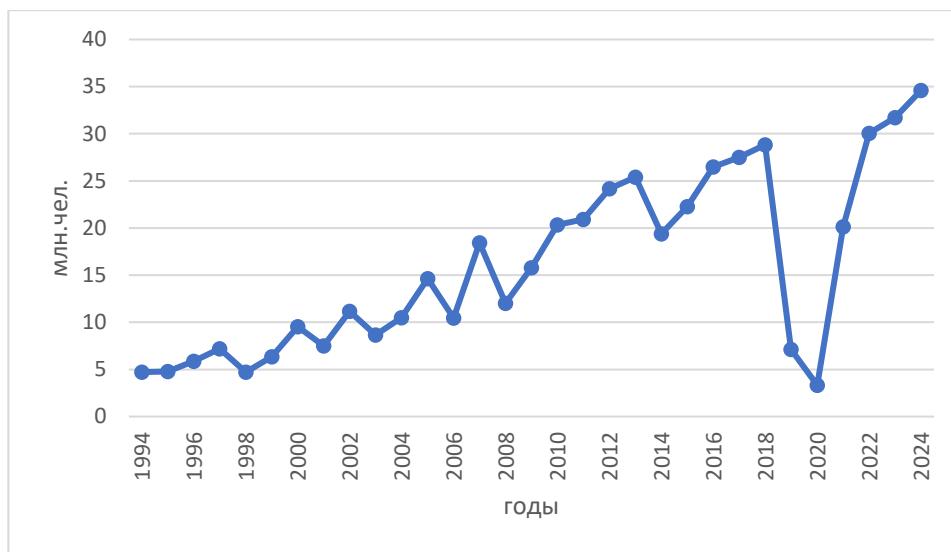


Рис. 1. Количество пассажиров, перевозимых по миру в рамках путешествий на круизных лайнерах

На рисунке 2 отражено, что в 2024 году наибольшая доля рынка международного круизного туризма у США – более 40%, продажи составили около 2 млрд. американских долларов, при годовом приросте почти на 10% [2]. Объем рынка Европы в области круизного туризма составил около 1500 млн долларов США, что является 30% долей от мирового. Также, как и у США, совокупный среднегодовой темп роста здесь около 10%. В том же году рынок круизного туризма азиатской части Океании составил около 20 %, объем продаж вырос на почти 13% по сравнению с прошлым годом и составил почти 1300 млн долларов США. [2]. Доля рынка Южной Америки в прошлом году составила около 5 % от общего международного показателя, объем продаж составил почти 300 млн долларов США. Страны Африки и Ближнего Востока составляют самую малую долю рынка международного круизного туризма 2%.

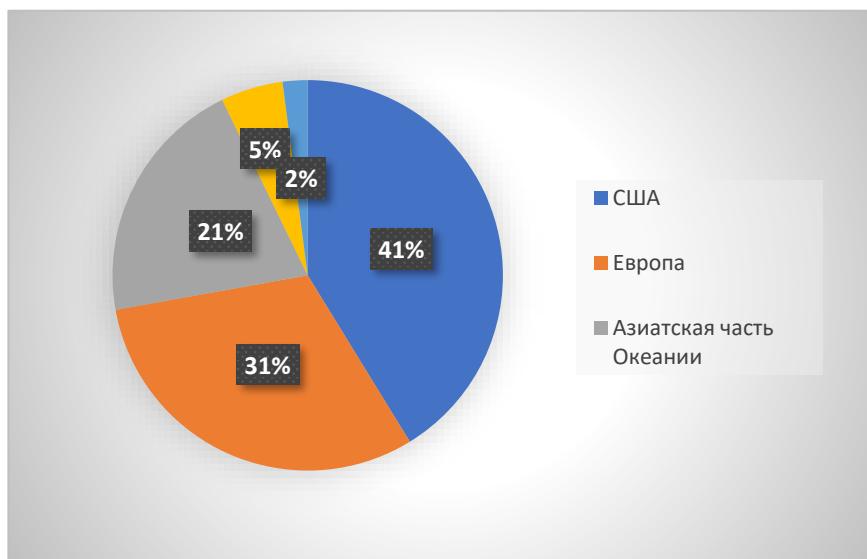


Рис. 2. Мировой объем рынка круизного туризма в 2024 году

Круизный туризм включает в себя ключевые составные части туристской индустрии, а именно: проживание, транспорт и питание. Одно из наиболее востребованных сейчас направлений — это морской круизный туризм. Также существуют речные и экспедиционные круизы. Преимуществом водных путешествий является то, что туристы могут посетить сразу несколько мест, купив только один билет на круизный лайнер. Компании представляют туристам обширный выбор круизных судов. В наше время создаются прекрасные круизные лайнеры (рис. 3), в которых есть все удобства, однако, для того чтобы соответствовать международным стандартам, необходимо использовать экологичные технологии, что требует немалых затрат.



Рис. 3. Круизный лайнер Astoria Grande у причала перед отплытием в рейс.
Сочи, май 2025 г. (фото авторов)

В настоящее время наблюдается феномен бурного развития так называемых социальных сетей. Почти каждый день люди размещают там личный контент, листают ленту новостей и ставят реакции. Существует огромное количество блогеров, которые делают отзывы на те или иные туристские услуги. При этом каждый человек в наше время может стать блогером. Социальные сети стимулируют развитие круизного туризма, профессиональные SMM-специалисты создают заманчивый фото и видеоконтент. На страницах социальных сетей можно увидеть посты об эксклюзивных круизах и экзотических местах. В то же время, сами туристские компании могут публиковать свои персональные предложения, а могут использовать для этой цели блогеров с большим количеством подписчиков. Таким образом, можно сказать, что социальные сети являются мощным драйвером развития международного круизного туризма.

Вместе с тем, круизный туризм подвержен специфическим ограничениям и рискам. Международный круизный туризм очень сильно зависит от погоды, поскольку такие метеорологические явления, как ураганы, циклоны и т.д. приводят к смене режима работы и другим сложностям. Из-за подобных сбоев приходится перестраивать планы, давать людям компенсации. Также в тяжелых погодных условиях возрастает риск таких серьезных последствий, как столкновение судов или посадка на мель.

Сегодня в сфере круизного туризма идет расширение и диверсификация сегментов рынка. На рынке туристских услуг постоянно появляются новые предложения: новые

порты захода и направления, становятся востребованными варианты тематического туризма (музыкальный, гастрономический и другие). Суда совершенствуются, становятся более удобными и комфортными, появляются новые технологические решения, такие как роботы-официанты, современные развлекательные системы и др.

Круизы привлекают людей разных поколений. Такие поездки являются уникальными, так как дают возможность отдыхающим за одно путешествие посетить сразу несколько мест. Компании, которые глубоко ориентированы на клиентов, адаптируются к рынку, внедряют современные технологии и экологичные функции. Чтобы помочь клиентам в возможности широкого выбора путешествий, туристические компании предлагают как короткие, так и продолжительные поездки.

Согласно данным Cognitive Market Research, наибольшую долю рынка занимают круизные поездки в рамках 7 дней на путешествие. По всей планете наблюдается рост именно в этом сегменте. Также немалым спросом пользуются поездки на 15-20 дней. В таких поездках более премиальные условия, более интересные маршруты для экскурсий и т.п. В такого рода путешествиях заинтересованы состоятельные люди [2].

По данным Cognitive Market Research, люди возраста 39-50 лет занимают самую большую долю среди потребителей круизного туризма [2]. Считается, что они хотят найти в данных путешествиях приключения, элементы роскоши и, конечно, отдых. Таким клиентам хочется отдохнуть от напряженного рабочего графика, ежедневной рутины и семейных забот. В данном возрасте люди находятся на пике своей состоятельности, поэтому они могут позволить себе более роскошные варианты услуг.

Немаловажным фактом является то, что туристы возраста 19-30 лет также заинтересованы в круизных путешествиях. Люди в этом возрасте зачастую ищут необычные виды туризма. Круизный туризм дает им возможность осуществить свои желания, поскольку в такого рода поездках можно посетить сразу несколько мест. Молодое поколение сильно подвержено влиянию социальных сетей, поэтому работа туристских компаний в данном аспекте является весьма перспективной.

На наш взгляд, потенциал и перспективность круизного туризма можно обосновать следующими его преимуществами:

1. Проведение спортивных мероприятий, таких как Олимпийские Игры, Чемпионаты Мира по футболу. Когда проходят мероприятия данного типа, цены на жилье повышаются многократно, возникают проблемы с транспортом. В данном случае круизный туризм может быть неплохой альтернативой традиционным средствам размещения и видам транспорта.

2. Разнообразие и кардинальное отличие от классических видов туризма. Типичный турист уже успел попутешествовать по Европе, Азии, Ближнему Востоку. Туристам нужна новизна, новые направления, достичь которых комфортнее на круизных лайнерах [4, с. 108].

Однако есть и специфические особенности, которые могут препятствовать активному росту круизного бизнеса:

1. Международный круизный туризм – очень высокобюджетный бизнес, такая деятельность требует существенных инвестиций. Круизные лайнеры стоят огромных денег. На рынке международного круизного туризма лидируют несколько компаний, они задают тренды, определяют цены. Новым компаниям закрепиться на рынке очень затруднительно. На рисунке 4 показаны основные лидеры в секторе международного круизного бизнеса.

2. Реальная зависимость спроса на услуги от доходов населения. Из-за снижения покупательской способности населения снижаются доходы и туристских компаний.

Для того чтобы быть готовым к предстоящим вызовам, нужно четко определять свою целевую аудиторию, позиционировать свою компанию в нужной траектории. Улучшение политики лояльности, широкая ценовая политика, тактически

спланированная рекламная кампания – обогатят не только отдельную туристскую фирму, но и могут послужить мультипликатором роста всей отрасли.

Одним из форс-мажорных явлений в истории международного круизного туризма была пандемия COVID-19 [5]. Как и практически все сектора международной экономики, международный круизный туризм потерял свои позиции в 2020 году. Как замечает Л.Мориарти, «круизные суда становятся местом, где происходят вспышки инфекций, так как на судне закрытая окружающая среда, постоянные контакты людей, находящихся на корабле» [6, с. 23]. Одним из печально известных случаев является вспышка COVID-19 на круизном лайнере Princess Diamond в феврале 2020 года, на судне 700 из 3000 пассажиров были заражены инфекцией. Только вначале 2020 года около 50 кораблей и примерно 2000 членов экипажей были заражены коронавирусной инфекцией. Тогда суда один за другим прекращали свои туристские перевозки. Весь следующий год круизная индустрия практически не осуществляла свою деятельность. Пандемия опустошила сектор международного круизного туризма в 2020 году. Если в порту Стокгольма в 2019 году было зафиксировано самое большое количество пассажиров – около 600 тысяч человек за 2019 год, то в 2020 году количество пассажиров сократилось почти в 30 раз [5, с. 23].

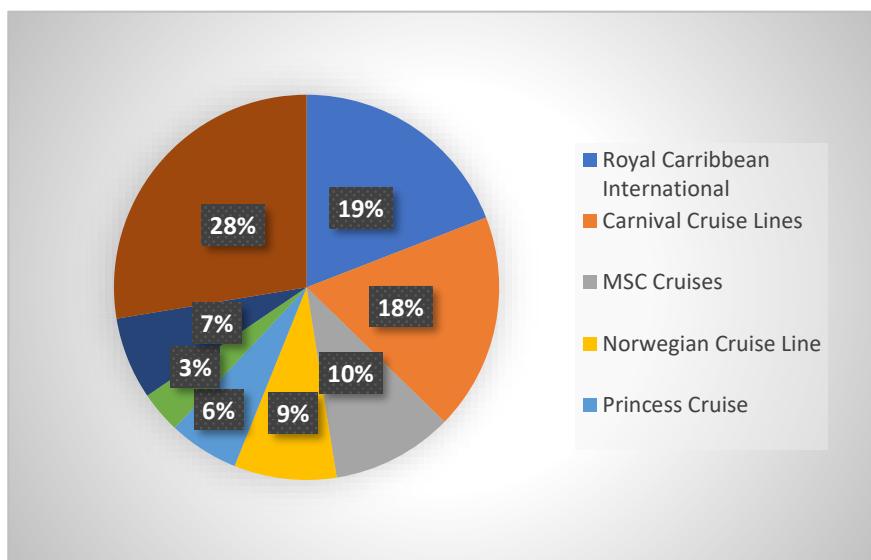


Рис. 4. Доля на рынке перевозок международных круизных компаний

Существует несколько причин того, почему коронавирусная инфекция негативно повлияла на индустрию международного круизного туризма. Убытки в работе к сентябрю 2020 года составили 50 миллиардов долларов США [6, с. 25]. Компании Birka Cruises, Cruise and Maritime Voyages, Pullmantur Cruises прекратили свою деятельность из-за коронавирусной инфекции. Из всех секторов бизнеса круизные компании одними из первых закрыли свой бизнес в период разгара пандемии. Компании понесли большие убытки, так как люди стали отменять заранее забронированные места. После того, как повсеместно объявили о распространении коронавирусной инфекции, компания Carnival Cruise Line уволила около 1300 человек [7]. Некоторые компании пошли на весьма неоправданные действия. Так, судно Columbus продали за примерно 5 млн долларов США, хотя до пандемии оно стоило почти 100 млн долларов США [8].

Важным моментом является юридический аспект международных круизов. В территориальных водах круизное судно является частью соответствующего государства, то есть именно оно несет полную ответственность за правопорядок и безопасность пассажиров. Однако за пределами территориальных вод за все то, что

происходит на круизном лайнере, отвечает туристская компания. Именно поэтому особые условия возникают у юриста, расследующего преступление, произошедшее на судне. Немалое значение имеют условия контракта о чартерных перевозках, в которых оговорено, где и как можно подать судебный иск. Если взять некоторую судебную практику подобного рода, то можно увидеть, что исковые заявления могут быть не удовлетворены по нескольку лет. Принимая во внимание исследование профессора Р. Кляйна, можно сказать, что туристические компании стали тратить в 6 раз больше средств на защиту собственных интересов, чем 20 лет назад [9, с. 16]. В современных реалиях требуются профилактические меры в правовой части круизного туризма. Нужна эффективная стратегия в этой области.

На наш взгляд, на круизных лайнерах очень актуален вопрос безопасности. М.С.Обориным приводится статистика причин преступлений на борту круизных лайнеров: алкогольное опьянение пассажиров (примерно 15%), драки (чуть больше 5 %), проигрыши в казино (около 2%) [9, с. 16]. Для пассажиров немалую опасность может представлять возможность оказаться за бортом судна. С каждым годом количество жертв увеличивается. Очень часто люди погибают сразу из-за низкой температуры воды. Также одной из проблем современных круизных лайнеров является недостаточный гигиенический контроль [10, с. 118]. Предпосылками этого являются недостаточное соответствие нормам пресной питьевой воды, неправильное хранение еды, редкая смена постельного белья и т.д.

Для того, чтобы выдерживать конкуренцию в любой сфере бизнеса, нужно постоянно следить за актуальными изменениями. То, что круизные компании и туристические агентства сотрудничают в сфере маркетинга, может говорить о том, что рынок круизного туризма продолжает набирать обороты. Растет количество круизных технологий. Много лет уже существует такой стереотип, что услугами круизного туризма пользуются в основном люди старшего поколения, однако в настоящее время на воду спускаются лайнеры, предназначенные специально для молодых семей. В настоящее время во многих странах осуществляется концепция устойчивого развития. Сокращение углеродного следа, сокращение отходов и другого воздействия на окружающую среду – это те сферы, которые будут совершенствоваться. Многие компании постепенно переходят на чистое топливо, используют современные системы очистки воды [11, с. 74]. Судовой транспорт получает международный сертификат ISM Code, который действует несколько лет. Современные корабли оснащаются разноплановыми фильтрами, материалами, обеспечивающими чистоту воды внутри судна. Все это привлекает туристов, которые заботятся о природе [10, с. 116]. Растет количество направлений, расширяется охват рынка круизных услуг. Делаются усилия для создания тематического туристского продукта, в основе которого лежит экономика впечатлений [12, с. 24]. Не менее значимым трендом стали инвестиции в инфраструктуру. Это не только делает условия для пассажиров более комфортными, но и повышает имидж компаний.

Заключение

Проведенное исследование приводит к выводу о правомерности и перспективности развития международного круизного бизнеса в контексте глобальной концепции устойчивого развития (см, в частности, [13], [14]). Об этом говорят и сам интернациональный характер данной деятельности, и масштабность реализации (географические расстояния, высокая стоимость судов, большие инвестиции), и отмеченная зависимость от уровня финансового благополучия населения, напрямую определяющего его покупательскую способность. Причем, эффекта такой подход достигнет в случае широкого охвата рамками такой концепции всех участников отрасли: представителей индустрии, клиентов, регуляторных структур национального и международного уровня, и с корректным и сбалансированным учетом всех экономических, социальных, правовых, политических и культурных аспектов.

Список литературы

1. Мударисова, Л.И. История и становление круизного туризма / Л.И. Мударисова // Наука и образование: проблемы и перспективы: Материалы Ежегодной научно-практической конференции с международным участием / Под ред. Н.М. Прусс, А.А. Аюпова. – Казань: Университет управления «ТИСБИ». – 2018. – С. 126-129.
2. The Global Cruise Tourism Market Size will be USD 5541.2 million in 2024 // Cruise Tourism Market Report 2025 (Global Edition). – URL: <https://www.cognitivemarketresearch.com/cruise-tourism-market-report> (дата обращения: 20.04.2025).
3. State of the Cruise Industry Report. – URL: <https://cruising.org/sites/default/files/2025-05/State%20of%20the%20Cruise%20Industry%20Report%202025.pdf> (дата обращения 18.10.2025).
4. Басюков, Г.Т. Круизный туризм: особенности и тенденции в 2018 году / Г.Т. Басюков // Эпоха науки. – 2018. – № 14. – С. 107-112.
5. Zhang H., Wang Q., Chen J., Rangel-Buitrago N., Shu Y. Cruise Tourism in the Context of COVID-19: Dilemmas and Solutions // Ocean and Coastal Management. 2022. Vol 228. DOI: 10.1016/j.ocemano.2022.106321.
6. Сарафанова, А.Г. Обзор влияния COVID-19 на круизную индустрию / А.Г. Сарафанова, А.А. Сарафанов // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. №3. – С. 19-28.
7. Carnival Cruises Laying off Nearly a Thousand Workers and Cutting Pay for Hundreds More Due to Coronavirus. – URL: <https://www.the-sun.com/news835665> (дата обращения 20.04.2025).
8. Columbus продан, дальнейшая судьба судна пока не определена. – URL: <https://www.portspb.ru/Arhiv/news30> (дата обращения 20.04.2025).
9. Оборин, М.С. Тенденции и особенности развития круизного туризма / М.С. Оборин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – №3. – С. 7-17.
10. Безрукова, Н.Л. Вопросы безопасности круизного туризма / Н.Л. Безрукова, В.К. Малыгин // Вестник РМАТ. 2017. №4. – С. 115-118.
11. Смирнов, С.Н. Круизный туризм в синей экономике: Проблемы и перспективы / С.Н. Смирнов // ЭКСПР. – 2022. – №2 (50). – С. 57-79.
12. Лескова, Г.А. Предметно-тематический подход к созданию туристско-экскурсионной программы как основа кастомизации в культурном туризме / Г.А. Лескова, С.Г. Шкурапат // Вестник Национальной академии туризма. – 2016. – №3 (39). – С. 19-24.
13. Sun R., Ye X., Qianyu Li, Scott N. Assessing the Eco-efficiency of Cruise Tourism at the National Level: Determinants, Challenges, and Opportunities for Sustainable development // Ecological Indicators. 2024. Vol 160. DOI: 10.1016/j.ecolind.2024.111768.
14. Sandven A.H., Jørgensen M.T., Wassler P. Residents' Coping with Cruise Tourism // Annals of Tourism Research. 2024. Vol 105. DOI: 10.1016/j.annals.2024.103732.

References

1. Mudarisova, L.I. Istorya i stanovlenie kruiznogo turizma [History and Formation of Cruise Tourism] / L.I. Mudarisova // Nauka i obrazovanie: problemy i perspektivy: Materialy Ezhegodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem / Pod red. N.M. Pruss, A.A. Aypova. – Kazan': Universitet upravleniya «TISBI». – 2018. – S. 126-129.
2. The Global Cruise Tourism Market Size will be USD 5541.2 million in 2024 // Cruise Tourism Market Report 2025 (Global Edition). – URL: <https://www.cognitivemarketresearch.com/cruise-tourism-market-report> (data obrashcheniya: 20.04.2025).
3. State of the Cruise Industry Report. – URL: <https://cruising.org/sites/default/files/2025-05/State%20of%20the%20Cruise%20Industry%20Report%202025.pdf> (data obrashcheniya 20.04.2025).
4. Basyukov, G.T. Kruiznyi turizm: osobennosti i tendentsii v 2018 godu [Cruise Tourism: Features and Tendencies in 2018] / G.T. Basyukov // Ehopokha nauki. – 2018. – № 14. – S. 107-112.

5. Zhang H., Wang Q., Chen J., Rangel-Buitrago N., Shu Y. Cruise Tourism in the Context of COVID-19: Dilemmas and Solutions // Ocean and Coastal Management. 2022. Vol 228. DOI: 10.1016/j.ocecoaman.2022.106321.
6. Sarafanova, A.G. Obzor vliyaniya COVID-19 na kruiznuyu industriyu [Review of COVID-19 Influence on Cruise Industry] / A.G. Sarafanova, A.A. Sarafanov // Sovremennye problemy servisa i turizma. – 2021. №3. – S. 19-28.
7. Carnival Cruises Laying off Nearly a Thousand Workers and Cutting Pay for Hundreds More Due to Coronavirus. – URL: <https://www.the-sun.com/news835665> (data obrashcheniya 20.04.2025).
8. Columbus prodan, dal'neishaya sud'ba sudna poka ne opredelena. [Columbus sold: Ship's Future Still not Certain] – URL: <https://www.portspb.ru/Arhiv/news30> (data obrashcheniya 20.04.2025).
9. Oborin, M.S. Tendentsii i osobennosti razvitiya kruiznogo turizma [Tendencies and Features of Cruise Tourism Development] / M.S. Oborin // Sovremennye problemy servisa i turizma. – 2021. – №3. – S. 7-17.
10. Bezrukova, N.L. Voprosy bezopasnosti kruiznogo turizma [Cruise Tourism Security Problems] / N.L. Bezrukova, V.K. Malygin // Vestnik RMAT. 2017. №4. – S. 115-118.
11. Smirnov, S.N. Kruiznyi turizm v sinei ehkonomike: Problemy i perspektivy [Cruise Tourism in Blue Economy: Problems and Perspectives] / S.N. Smirnov // EHKSPR. – 2022. – №2 (50). – S. 57-79.
12. Leskova, G.A. Predmetno-tematicheskii podkhod k sozdaniyu turistsko-ehkskursionnoi programmy kak osnova kustomizatsii v kul'turnom turizme [Subject-Thematic Approach to the Creation of a Tourist and Sightseeing Program as a Basis For Customization in the Cultural Tourism] / G.A. Leskova, S.G. Shkuropat // Vestnik Natsional'noi akademii turizma. – 2016. – №3 (39). – S. 19-24.
13. Sun R., Ye X., Qianyu Li, Scott N. Assessing the Eco-efficiency of Cruise Tourism at the National Level: Determinants, Challenges, and Opportunities for Sustainable development // Ecological Indicators. 2024. Vol 160. DOI: 10.1016/j.ecolind.2024.111768.
14. Sandven A.H., Jørgensen M.T., Wassler P. Residents' Coping with Cruise Tourism // Annals of Tourism Research. 2024. Vol 105. DOI: 10.1016/j.annals.2024.103732.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTORS

Левизов Алексей Сергеевич, к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых», 600000, г. Владимир, ул. Горького, 79, e-mail: levizov@yandex.ru

Alexey S. Levizov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletov, 600000, Vladimir, Gorky str., 79, e-mail: levizov@yandex.ru

Измайлов Ринат Рустамович, студент 4 курса кафедры менеджмента и маркетинга, ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых», 600000, г. Владимир, ул. Горького, 79, e-mail: exams_100_ballov@vk.com

Rinat R. Izmailov, 4rd year student of the Department of Management and Marketing, Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletov, 600000, Vladimir, Gorky str., 79, e-mail: exams_100_ballov@vk.com

Статья поступила в редакцию 22.05.2025; принята к публикации 31.10.2025; опубликована онлайн 20.12.2025. Received 22.05.2025; published online 20.12.2025.