

Научная статья

УДК 658.8, ББК 65.291.3

© В. В. Мацько,

О. М. Борисова

DOI: 10.24412/2225-8264-

2023-3-99-105

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, общественное мнение, университетский кампус, комфортная городская среда, конкурентоспособность, целевая аудитория, инвестиционный климат, выборка, трудоустройство, привлечение талантов, студенческая миграция

**Keywords:** marketing research, public opinion, university campus, comfortable urban environment, competitiveness, target audience, investment climate, sample, employment, talent attraction, student migration

<sup>1</sup>Мацько Виталий Валерьевич — старший преподаватель факультета очного обучения АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий» (644116, Российская Федерация, г. Омск, ул. 24 Северная, д. 196, корп. 1, e-mail: v\_matsko@mail.ru)

<sup>2</sup>Борисова Ольга Михайловна — кандидат экономических наук, доцент, доцент факультета очного обучения АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий» (644116, Российская Федерация, г. Омск, ул. 24 Северная, д. 196, корп. 1, e-mail: om\_borisova@mail.ru)

## ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ВОСТРЕБОВАННОСТИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО КАМПУСА В Г. ОМСКЕ И НАИБОЛЕЕ АКТУАЛЬНОМ ФОРМАТЕ ЕГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

Мацько В. В.<sup>1</sup>

Борисова О. М.<sup>2</sup>

*Аннотация.* В настоящее время современный университетский кампус является важным компонентом международной конкурентоспособности, объектом формирования комфортной городской среды и центром привлечения инвестиций.

Так, университетский кампус должен быть не только удобным и функциональным для студентов и преподавателей, но и способствовать социальной адаптации студентов и развитию студенческой жизни. Важно создать комфортные условия для обучения, а также обеспечить множество зон для отдыха, спорта и общения. Наличие программы развития студенческого кампуса предусматривает изменение архитектуры и пространственной структуры ландшафта. Эти идеи проявляются в планировке и функциональном зонировании, а также в архитектурном облике зданий и сооружений.

Для создания университетского кампуса необходимо организовать три процесса: проживание, обучение и трудоустройство. Современный подход включает в себя реновацию общежитий, улучшение научно-технологической базы высших учебных заведений и создание технопарка в составе кампуса, где молодые специалисты смогут найти работу. Это позволит привлечь талантливых студентов, в том числе из других регионов, и удержать их на территории. Важно обеспечить комфортные условия для проживания и возможности для трудоустройства на базе научно-лабораторного комплекса вуза, чтобы молодые люди оставались в регионе, а не уезжали в крупные города. Миграция студенческого сообщества из региональных вузов в крупные города очень высока, в том числе в Омском регионе более половины студентов уезжают.

Таким образом, в Омске в рамках участия и реализации мероприятий федерального проекта «Экспорт образования» национального проекта «Образование» было проведено масштабное маркетинговое исследование, изучено общественное мнение о востребованности университетского кампуса и наиболее актуальных форматах его представления.

## STUDYING PUBLIC OPINION ABOUT THE DEMAND FOR UNIVERSITY CAMPUS IN OMSK AND THE MOST CURRENT FORMAT OF ITS PRESENTATION

Vitaly V. Matsko

Senior lecturer, Siberian institute of business and information technologies, senior lecturer, Dostoevsky Omsk State University

Olga M. Borisova

Candidate of economics, associate professor, Siberian institute of business and information technologies

*Abstract.* At present, a modern university campus is an important component of international competitiveness, an object for creating a comfortable urban environment and a center for attracting investments.

Thus, the university campus should not only be convenient and functional for students and teachers, but also contribute to the social adaptation of students and the development of student life. It is important to create comfortable conditions for learning, as well as to provide many areas for recreation, sports and communication. The presence of a student campus development program provides for a change in the architecture and spatial structure of the landscape. These ideas are manifested in planning and functional zoning, as well as in the architectural appearance of buildings and structures.

To create a university campus, it is necessary to organize three processes: accommodation, training and employment. The modern approach includes the renovation of dormitories, the improvement of the scientific and technological base of higher education institutions and the creation of a technopark as part of the campus, where young professionals can find work. This will attract talented students, including those from other regions, and keep them in the territory. It is important to provide comfortable living conditions and employment opportunities on the basis of the scientific and laboratory complex of the university, so that young people stay in the region, and do not leave for large cities. The migration of the student community from regional universities to large cities is very high, including in the Omsk region more than half of the students leave.

Thus, in Omsk, as part of the participation and implementation of the activities of the federal project «Export of Education» of the national project «Education», a large-scale marketing research was carried out, public opinion was studied about the demand for a university campus and the most relevant formats for its presentation.

Поступила в редакцию:  
24.05.2023

Задачу по созданию до 2030 года не менее 25 кампусов мирового уровня поставил президент России Владимир Путин. Проект по созданию кампусов является частью национального проекта «Наука и университеты», реализуемого Минобрнауки России. Согласно целям национального проекта «Наука и университеты», Россия должна войти в пятерку стран, ведущих разработки в приоритетных областях. Нацпроекты, инициированные президентом РФ Владимиром Путиным, стартовали в 2019 году [1]. Кампус — это модель многофункционального пространства, которая предполагает образовательную, спортивную, библиотечную зоны, а также коворкинги и конференц-залы. Его строительство способствует созданию комфортабельных условий проживания и обучения студентов, увеличению количества обучающихся, в том числе иностранных. Таким образом, для реализации поставленной цели — изучения общественного мнения о востребованности университетского кампуса в г. Омске и наиболее актуальном формате его представления — предполагается решение следующих задач [4]:

1. Выявить факторы, определяющие потребность в строительстве университетского кампуса.
2. Определить профиль целевой аудитории кампуса.
3. Выявить актуальные атрибуты формата университетского кампуса.

Объектом исследования являлись студенты, аспиранты, научно-педагогические работники, научные сотрудники, работники из числа административно-управляющего персонала образовательных организаций высшего образования и иные заинтересованные граждане (в том числе работодатели, стратегические партнеры).

В качестве предмета исследования были заявлены потребительские предпочтения обучающихся, преподавателей, работников вузов и иных заинтересованных граждан.

Исследователями был выдвинут ряд гипотез, которые требовалось доказать или опровергнуть:

— существует множество факторов, определяющих потребность в кампусе и влияющих на процесс проживания и иной деятельности в нем. Основными факторами, определяющими потребность в кампусе и влияющими на процесс проживания в нем, являются удобное местоположение, доступная инфраструктура, стоимость и комфортное проживание;

— «типичный» пользователь кампуса — студент;

— наличие кампуса воспринимается как возможность получения новых знаний, полезных навыков, комфортного проживания, и времяпрепровождения.

При реализации исследовательской работы использовался такой метод сбора данных как опрос, поскольку ему присущи следующие достоинства:

— высокий уровень стандартизации, обусловленный тем, что всем респондентам задаются одни и те же вопросы с одинаковыми вариантами ответов;

— легкость реализации, поскольку респондентов посещать не обязательно, передавая им вопросники по почте или по телефону; не нужно использовать технические средства и привлекать высококвалифициро-

ванных профессионалов, как в случае использования метода фокус-группы, глубинного интервью и т.п.;

— возможность проведения глубокого анализа, заключающегося в задавании последовательных уточняющих вопросов;

— возможность табулирования и проведения статистического анализа;

— возможность анализировать полученные результаты применительно к конкретным рыночным сегментам.

Наиболее подходящим методом проведения опроса является анкетирование, поскольку данный метод является самым оптимальным и удобным для проведения опроса в рамках данного исследования.

Так как целью данного маркетингового исследования являлось изучение потребительского мнения обучающихся, преподавателей и иных работников вузов г. Омска, в генеральную совокупность вошли обучающиеся вузов с первого по четвертый курсы обучения (включая 5 курс специалитета) всех форм обучения (в том числе с первого по второй курсы магистратуры); аспиранты, научно-педагогические работники, научные сотрудники, работники из числа административно-управленческого персонала образовательных организаций высшего образования и иные заинтересованные граждане (в т.ч. работодатели).

В данном случае использовался метод сплошного обследования, который заключается в изучении всех единиц генеральной совокупности. Так, генеральная совокупность составляла 137 172 человека. При этом нужно было учесть возможную ошибку выборки, связанную с недоступностью всех единиц генеральной совокупности в период проведения исследования.

Генеральная совокупность («всего респондентов») — 137 172 человека.

Доверительная вероятность («точность») — 90%

Доверительный интервал («погрешность» ± %) — 1

Требуемый размер выборки: 6485 чел.

Опрос прошло: 7116 чел.

Таким образом, по результатам проведенного исследования среди аудитории обучающихся среднеобразовательных учреждений и колледжей основными факторами, определяющими потребность в кампусе и влияющими на процесс проживания в нем, являются удобное местоположение, доступная инфраструктура, стоимость и комфортное проживание [4]. Так, при оценке важности факторов, влияющих на выбор места проживания, респонденты отметили, что (см. рис. 1).

1. Доступность общественного транспорта является наиболее важным фактором при выборе места проживания и учебы / работы. Так, большинство респондентов добираются до места учебы или работы на общественном транспорте в течение не более 15 минут (это одно из отличий данной категории респондентов от студенчества, связанное с географической привязкой места проживания к учебному заведению). Так, многие желали бы тратить на дорогу менее 15 минут в будущем, добираясь пешком. Таким образом, удобное расположение и близость к учебному корпусу является одним из важных факторов при определении потребности в кампусе.

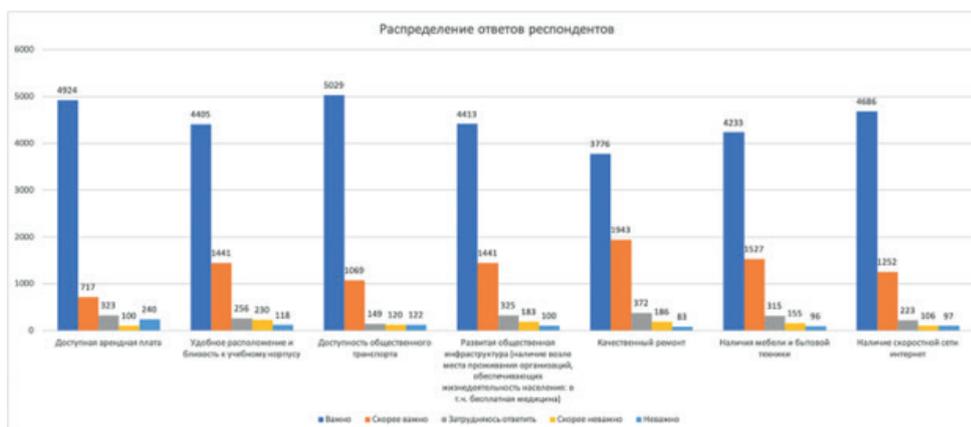


Рис. 1. Оценка важности факторов, влияющих на выбор места проживания

2. Стоит отметить, что доступная плата является вторым по важности фактором для участников опроса, так как большинство респондентов тратят на аренду жилья в среднем за месяц до 3000 рублей, либо проживают бесплатно в предоставляемом жилье.

3. Важным фактором при выборе места проживания также отмечается развитая инфраструктура для удобного и комфортного времяпрепровождения. Так, на территории образовательной организации чаще всего, по мнению респондентов, пользуются банкоматами и платежными терминалами, копировальными и почтовыми услугами. У места проживания наиболее популярные сервисы — ремонт техники и услуги химчистки (прачечные). Наиболее популярными у места проживания стали магазины продуктов питания, а также аптеки и магазины, предлагающие парфюмерию и косметику. Лидеры по ответам стали магазины продуктов питания, аптеки и канцтовары для покупок у места учебы.

4. Наличие скоростного интернета у респондентов также является важным фактором для комфортной жизни, учебы и работы.

Отметим, что популярные объекты для занятий спортом у респондентов: посещение тренажерного зала (2356 чел.), а также посещение стадионов (2970), с доступным ценообразованием. Еще одним популярным ответом стал медицинский центр для студентов и конгресс-холл. Так, исходя из вышесказанного, подтверждается одна из гипотез — факторами, определяющими потребность в кампусе и влияющими на процесс проживания в нем, являются удобное местоположение, доступная инфраструктура, стоимость и комфортное проживание.

«Типичный» пользователь кампуса — студент. Данная гипотеза подтверждается количеством ответов респондентов. Так, в течение учебного года большинство респондентов проживают в собственном или родительском жилье (63,3%), а 22% — в общежитии образовательной организации и лишь 12% опрошенных указали, что арендуют жилье. Следовательно, перекрестный анализ этих двух вопросов позволяет утверждать, что основными пользователями кампуса являются студенты, обучающиеся в образовательных организациях высшего образования Омского региона.

Наличие кампуса воспринимается как возможность получения новых знаний, полезных навыков и комфортного проживания, и времяпрепровождения [4].

Так, одним из важных факторов отмечается развитая общественная инфраструктура, удобное месторасположение и комфортное ценообразование.

На вопрос «Наличие каких сервисов / услуг / объектов для Вас было бы интересно в студенческом межвузовском кампусе?» можно выделить следующие ответы: спортивный комплекс, медицинский центр, музей, конгресс-холл. Данные направления свидетельствуют о многостороннем развитии потенциала личности в научной, образовательной, культурной и спортивной сферах, которые могут быть представлены в одном кампусе.

При изучении общественного мнения о востребованности университетского кампуса среди представителей бизнес-сообщества и заинтересованной общественности большинство опрошенных (93,6%) в момент проведения анкетирования указали, что проживают в городе Омске. Оставшиеся 6,4% респондентов отметили следующую географию проживания: районы Омской области (Рис. 2).

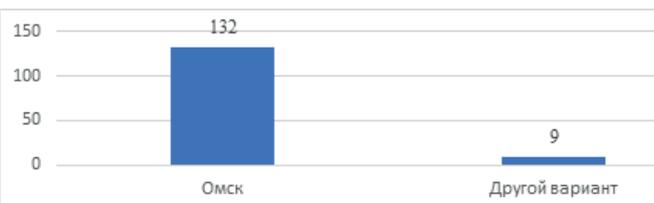


Рис. 2. В каком городе / населенном пункте вы живете в данный момент?

На рисунке 3 представлено распределение респондентов по роду деятельности. 56 респондентов отметили, что относятся к категории «Не работаю и не ищу работу», но при детальном собеседовании было выявлено, что большинство имеют статус — самозанятый.

На вопрос о районе нахождения бизнеса было выявлено, что большинство опрошенных сосредоточено в ЦАО г. Омска (см. рис. 4). В категории «другое» представлены районы Омской области.

На рисунке 5 представлена диаграмма с указанием важности факторов, которые влияют на выбор места ведения предпринимательской деятельности — это доступность общественного транспорта и наличие скоростного интернета. По мнению респондентов, менее важным является — наличие мебели и бытовой техники, качественный ремонт.

На диаграмме 6 (см. рис. 6) представлены результаты ответов по виду экономической деятельности ре-

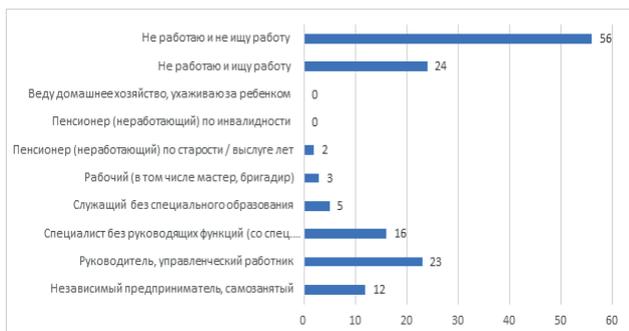


Рис. 3. Какой род Ваших занятий (если работаете в нескольких местах, то укажите по основному месту работы)?

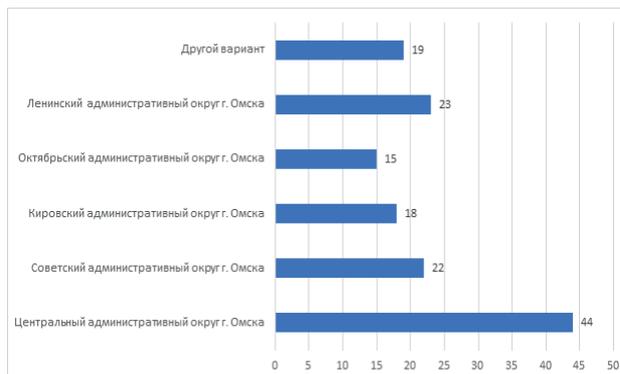


Рис. 4. Укажите район, примерное место нахождения Вашего бизнеса / места работы в городе

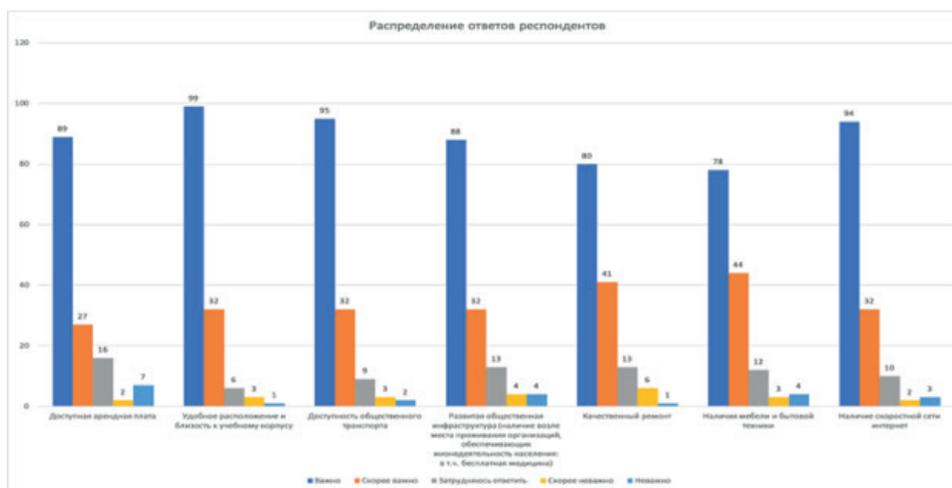


Рис. 5. Оцените важность факторов, влияющих на выбор места для ведения предпринимательской деятельности / места работы

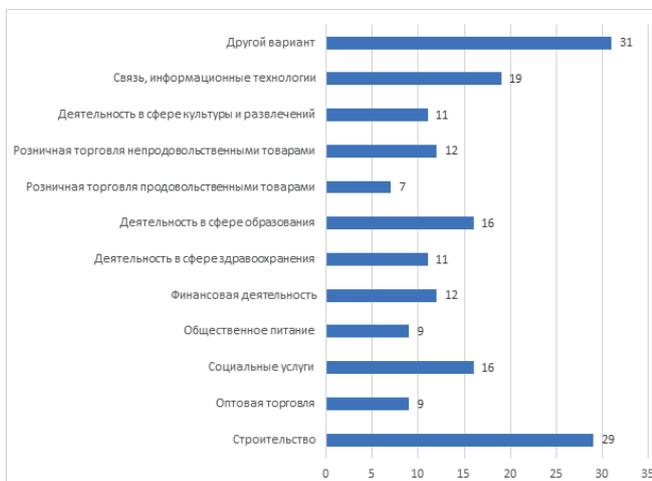


Рис. 6. Вид экономической деятельности Вашего бизнеса / организации, в которой работаете?

спондентов. Категория «другой вариант» представлена следующими видами предпринимательской деятельности: реклама и маркетинг, консалтинг, проектирование и дизайн, кадастровая деятельность, проектирование и геодезия, инжиниринговая деятельность.

Основной деятельностью респондентов является предоставление услуг населению (рис.7). Категория «другой вариант» представлена следующими направлениями: образование, банковская деятельность, инжиниринг.

Основная продукция (товары, работы, услуги), которую реализуют респонденты — отчетная инженер-

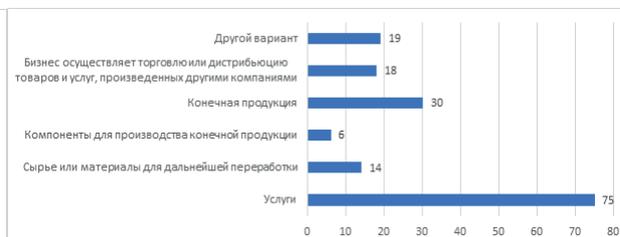


Рис. 7. Основной продукцией (товаром, работой, услугой) бизнеса / организации, которые вы представляете, является

но-техническая документация; витальная и текстовая реклама; обувь и одежда; строительство, инжиниринг, клининг; it-разработка (аутсорсинг), образование в сфере IT; образовательные и банковские услуги; цифровые услуги связи и сервисов; макаронные изделия, мука и др.; сопутствующие продовольственные товары; уход и косметика; продукты питания; индустрия красоты.

На вопрос «Наличие каких сервисов / услуг / объектов для Вас, как для владельца бизнеса / работника своей сферы, было бы интересно в студенческом межвузовском кампусе?» были получены следующие ответы (см. рис. 8).

Таким образом, большая часть респондентов хотела бы видеть на территории кампуса спортивный комплекс, конгресс-холл с медийным пространством [4]. Еще одним популярным ответом стал медицинский центр для студентов и научно-образовательный центр с научно-исследовательскими и экспериментальными

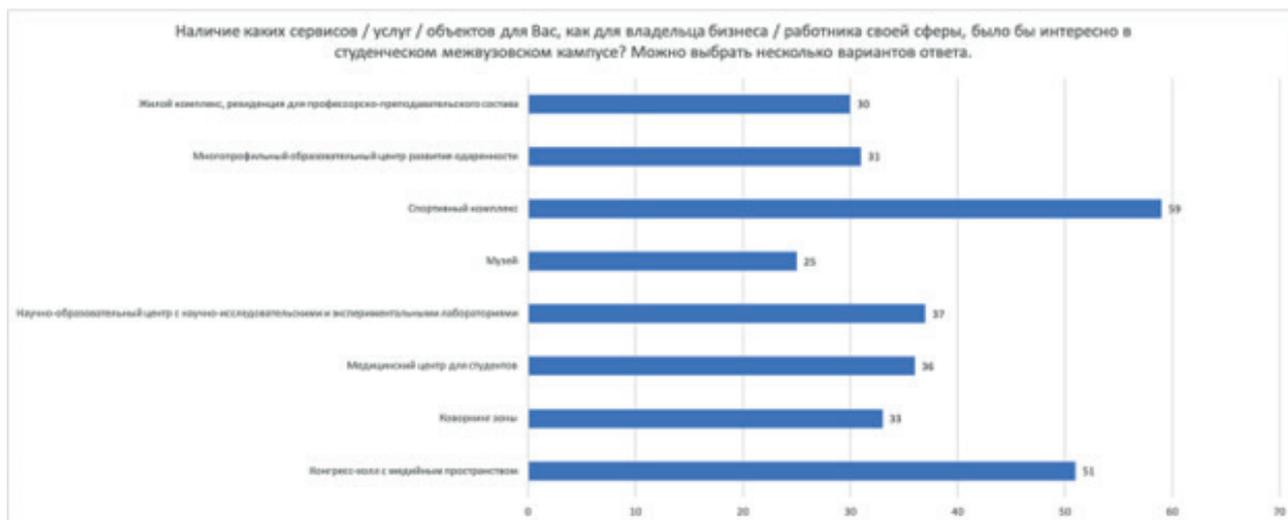


Рис. 8. Наличие каких сервисов / услуг / объектов для Вас, как для владельца бизнеса / работника своей сферы, было бы интересно в студенческом межвузовском кампусе?

лабораториями.

На вопрос «Какие сервисы / услуги Вы, как владелец бизнеса / заинтересованное лицо, могли предложить для развития инфраструктуры студенческого межвузовского кампуса?» были получены следующие ответы: образовательные услуги и проекты; создание условий для автономного нахождения в кампусе (зоны с зарядными устройствами или мест под них; просторная столовая с доступными ценами для студентов и вкусной кухней; пространство для обсуждения проектов, например после занятий; канцелярия с возможностью печати); физкультурно-оздоровительный комплекс с бассейном, тренажерами и игровыми залами и конференц-зал с выставочными зонами; качественное современное, по типу KFC, питание с быстрым обслуживанием; реализация товаров, сотрудничество в ходе лабораторных исследований; медицинский центр для студентов для отработки практических навыков; проведение практикумов на современных программных продуктах; консалтинг на безвозмездной основе, волонтерская помощь; курсы по IT-специальностям, проведение конференций; строительство и эксплуатация инженерных сооружений; сопровождение и разработка архитектурной концепции; мастер-класс для студентов, выход на новые проекты; продажа специализированной литературы, сувениров; компоненты

для производства конечной продукции; обслуживание здания — инжиниринг, клининг; руководство центром, развитие одаренности; дополнительное образование в IT, стажировки; продажа канцелярии, полиграфия и пр.

Основными факторами, определяющими потребность в кампусе и влияющими на процесс проживания в нем / ведения предпринимательской деятельности, являются удобное местоположение, доступная инфраструктура, стоимость и комфортное проживание. Так, при оценке важности факторов, влияющих на выбор места проживания, респонденты отметили, что:

1. Удобное расположение и близость к учебному корпусу, доступность общественного транспорта и наличие скоростной сети интернет — важные факторы при определении потребности в кампусе для бизнес-сообщества и заинтересованной общественности (Рис.9).

2. Важным фактором при выборе места ведения предпринимательской деятельности / места работы также отмечается развитая инфраструктура для удобного и комфортного времяпрепровождения. Наличие скоростного интернета у респондентов также является важным фактором для ведения своей деятельности.

3. Наличие кампуса бизнес-сообществом воспринимается как территория для ведения бизнеса и возможность развития внешней среды для студентов с це-

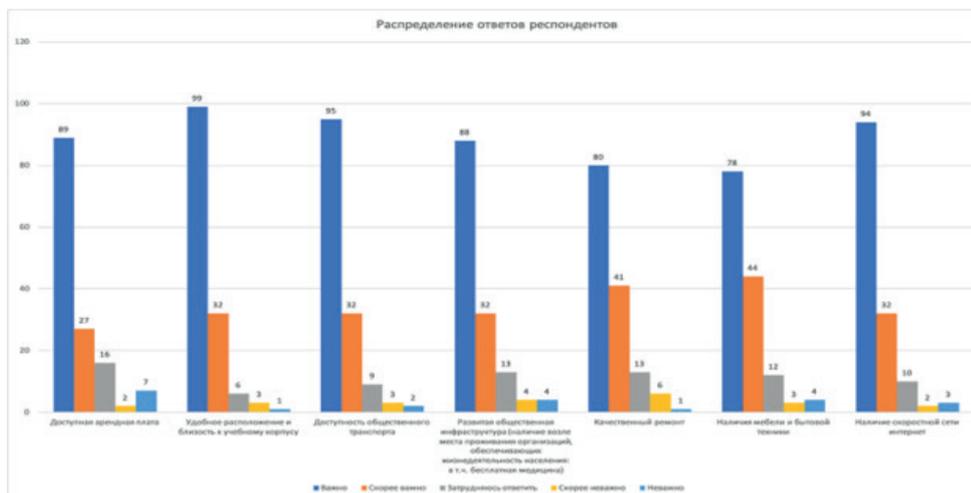


Рис.9. Важные факторы при определении потребности в кампусе

лю получения ими новых знаний, полезных навыков, комфортного проживания и времяпрепровождения, в том числе с помощью формирования и укрепления предпринимательского кластера Омской области. Так, на вопрос «Наличие каких сервисов / услуг / объектов для Вас было бы интересно в студенческом межвузовском кампусе?» можно выделить следующие ответы: спортивный комплекс, конгресс-холл с медийным пространством. Еще одним популярным ответом стал медицинский центр для студентов и научно-образовательный центр с научно-исследовательскими и экспериментальными лабораториями. Данные направления свидетельствуют о многостороннем потенциале бизнес-сообщества и его желании взаимодействовать с научной, образовательной, культурной и спортивной сферами, которые могут быть сосредоточены в одном кампусе, а также служить драйвером развития предпринимательского потенциала в рамках Омского региона.

Подводя итог необходимо выделить наиболее значимые выводы в рамках данного маркетингового исследования:

1. Общее количество опрошенных респондентов: 17 951 чел. (вузы — 7116 чел.; колледжи / школы — 10682 чел.; бизнес-сообщество — 141 чел.).

2. Факторы, определяющие потребность в строительстве университетского кампуса:

— количество школьников, обучающихся колледжей и студентов из Омской области, регионов РФ и приграничных государств, проживающих и обучающихся в г. Омске и Омской области;

— доступная арендная плата и ценообразование на сервисы и услуги/продукты;

— удобное расположение и близость к учебному корпусу;

— доступность общественного транспорта;

— минимальное количество времени на дорогу от места проживания до учебного корпуса (не более 15 мин.);

— развитая общественная инфраструктура (наличие спортивных и развлекательных объектов, научно-образовательных центров и экспериментальных лабораторий, медицинских центров и т.д.)

— наличие скоростной сети интернет.

3. Профиль целевой аудитории кампуса — молодежь в возрасте от 17 до 30 лет. Студент — активный, целеустремленный, динамичный, любознательный.

4. Актуальные атрибуты формата университетского кампуса:

— наличие сервисов и услуг, магазинов шаговой доступности: кофейни, кафетерии, столовые, копировальные центры, прачечные и тд.

— наличие развлекательных объектов и учреждений шаговой доступности;

— наличие спортивных и культурных объектов и учреждений: музей, коворкинг зоны, научно-образовательные центры, конгресс-холл и пр.

— взаимодействие бизнеса и университетов, формат диалоговой площадки;

— цифровые и гибридные форматы взаимодействия университетского кампуса и города;

— стремление кампуса к многофункциональности. Интеграция кампуса в город с целью стягивания человеческого капитала и ресурсов.

5. Факторы, определяющие потребность в кампусе и влияющие на процесс проживания и иной деятельности в нем. Основными факторами, определяющими потребность в кампусе и влияющими на процесс проживания в нем, являются удобное местоположение, доступная инфраструктура, стоимость и комфортное проживание.

Доступность общественного транспорта является наиболее важным фактором при выборе места проживания и учебы / работы. Так, большинство респондентов добираются до места учебы или работы на общественном транспорте в течение получаса, но многие желали бы тратить на дорогу менее 15 минут, добираясь пешком. Таким образом, удобное расположение и близость к учебному корпусу является одним из важных факторов при определении потребности в кампусе.

Стоит отметить, что доступная плата является вторым по важности фактором для участников опроса, так как большинство респондентов тратят на аренду жилья в среднем за месяц до 3000 рублей, либо проживают бесплатно в предоставляемом жилье.

Важным фактором при выборе места проживания также отмечается развитая инфраструктура для удобного и комфортного времяпрепровождения. Так, на территории образовательной организации чаще всего респонденты пользуются банкоматами и платежными терминалами, копировальными услугами. У места проживания наиболее популярные сервисы — ремонт техники и услуги химчистки (прачечные). Наиболее популярными у места проживания стали магазины продуктов питания, а также аптеки и магазины, предлагающие парфюмерию и косметику. Лидеры по ответам стали магазины продуктов питания, аптеки и канцтовары для покупок у места учебы. Наличие скоростного интернета у респондентов также является важным фактором для комфортной жизни, учебы и работы.

Большая часть респондентов хотела бы видеть на территории кампуса спортивный комплекс, также отмечалась важность наличия медицинского центра для студентов, с доступным ценообразованием, научно-образовательный центр с научно-исследовательскими и экспериментальными лабораториями, что предполагает развитие научного потенциала Омского региона.

Анализ данного маркетингового исследования позволяет выделить ключевые моменты для принятия основных управленческих решений для аргументации создания университетского студенческого кампуса в Омском регионе. Результаты исследования представляют различные точки зрения общественного мнения о востребованности подобного кампуса, а также демонстрируют наиболее актуальные форматы его представления, с учетом подходов к решению поставленных задач различных категорий респондентов.

### Библиографический список

1. «Национальные проекты» — информационный ресурс о планах развития страны на ближайшее будущее и мерах по улучшению качества жизни людей. URL: <https://национальныепроекты.пф/news/falkov-v-kazhdom-regione-strany-nuzhen-svoy-obraz-universitetskogo-kampusa> (дата обращения: 15.05.2023). — Текст: электронный.
2. Минпросвещения России «Национальный проект образование». URL: <https://edu.gov.ru/national-project/> (дата обращения: 15.05.2023). — Текст: электронный.
3. Распоряжение Правительства РФ от 06.05.2008 N 671-р (ред. от 14.04.2023, с изм. от 26.04.2023) <Об утверждении Федерального плана статистических работ> (вместе с «Федеральным планом статистических работ»). URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_111344/eee73982c1732c75c24719a5a76284eeee170c85/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111344/eee73982c1732c75c24719a5a76284eeee170c85/) (дата обращения: 15.05.2023). — Текст: электронный.
4. Борисова, О. М. Изучение общественного мнения о востребованности университетского кампуса в г. Омске и наиболее актуальном формате его представления: отчет / О. М. Борисова, О. Н. Крюкова, В. В. Мацько. — Омск, 2022. — Текст: непосредственный.

### References

1. «Natsional'nyye proyekty» — informatsionnyy resurs o planakh razvitiya strany na blizhaysheye budushcheye i merakh po uluchsheniyu kachestva zhizni lyudey [«National projects» — an information resource about the country's development plans for the near future and measures to improve the quality of people's lives]. URL: <https://nationalprojects.rf/news/falkov-v-kazhdom-regione-strany-nuzhen-svoy-obraz-universitetskogo-kampusa> (date of access: 05/15/2023). — Text: electronic.
2. Minprosveshcheniya Rossii «Natsional'nyy projekt obrazovaniye» [Ministry of Education of Russia «National Education Project»]. URL: <https://edu.gov.ru/national-project/> (date of access: 05/15/2023). — Text: electronic.
3. Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 06.05.2008 N 671-r (red. ot 14.04.2023, s izm. ot 26.04.2023) <Ob utverzhdenii Federal'nogo plana statisticheskikh rabot> (vmeste s «Federal'nym planom statisticheskikh rabot») [Decree of the Government of the Russian Federation of May 6, 2008 N 671-r (as amended on April 14, 2023, as amended on April 26, 2023) <On Approval of the Federal Statistical Work Plan> (together with the Federal Statistical Work Plan)]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_111344/eee73982c1732c75c24719a5a76284eeee170c85/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111344/eee73982c1732c75c24719a5a76284eeee170c85/) (date of access: 05/15/2023). — Text: electronic.
4. Borisova O.M., Kryukova O.N., Matsko V.V. Otchet: «Izucheniye obshchestvennogo mneniya o vostrebovannosti universitetskogo kampusa v g. Omske i naiboleye aktual'nom formate yego predstavleniya» [Report: «Study of public opinion on the demand for a university campus in Omsk and the most relevant format for its presentation»] — Omsk, 2022.