



**СибАК**  
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

## СХХІІІ СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№3(123)



## НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ ХХІ СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2023



# НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам СХХIII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 3 (123)  
Март 2023 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск  
2023

УДК 33.07  
ББК 65.050  
Н34

Председатель редколлегии:

*Дмитриева Наталья Витальевна* – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

*Елисеев Дмитрий Викторович* – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

*Ковнер Владимир Леонидович* – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

*Сальникова Кристина Владимировна* – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

#### **Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:**

Электронный сборник статей по материалам СХХIII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – № 3 (123) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/economy/3\(123\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/3(123).pdf).

Электронный сборник статей по материалам СХХIII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082

© ООО «СибАК», 2023 г.

## **Оглавление**

<b>Секция «Маркетинг»</b>	<b>4</b>
БИЗНЕС-ПЛАН КУЛИНАРНЫХ КУРСОВ ПО РЕЦЕПТАМ ВСЕЛЕННОЙ ГАРРИ ПОТТЕРА Мумжу Виалетта Александровна Ахметова Асель Куттбаевна	4
АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ Новикова Анастасия Евгеньевна	9
<b>Секция «Менеджмент»</b>	<b>14</b>
МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОМУ БЮДЖЕТИРОВАНИЮ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ Мухаметгалиев Сайдаш Искэндэрович Эшелиоглу Раиля Ильдаровна	14
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Сукач Данил Александрович Степанюга Лариса Александровна	19
ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК Усольцев Никита Юрьевич Черданцев Вадим Петрович	26
<b>Секция «Экономика»</b>	<b>31</b>
ИНТЕГРАЦИЯ ИМИГРАНТОВ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ Коляскина Виктория Сергеевна Домбровский Максим Андреевич	31

## СЕКЦИЯ «МАРКЕТИНГ»

### БИЗНЕС-ПЛАН КУЛИНАРНЫХ КУРСОВ ПО РЕЦЕПТАМ ВСЕЛЕННОЙ ГАРРИ ПОТТЕРА

*Мумжу Виалетта Александровна*

*студент,  
Уральский технологический колледж «Сервис»,  
Казахстан, Уральск  
E mail: [vmumzhu@gmail.com](mailto:vmumzhu@gmail.com)*

*Ахметова Асель Куттбаевна*

*научный руководитель, Ph.D, преподаватель,  
Уральский технологический колледж «Сервис»,  
Казахстан, Уральск  
E mail: [assel.k.sultanova@gmail.com](mailto:assel.k.sultanova@gmail.com)*

### АННОТАЦИЯ

В статье предлагается бизнес-план создания онлайн-курсов по кулинарии на основе рецептов из вселенной Гарри Поттера. Проведен SWOT-анализ проекта, описаны маркетинговый план и план реализации проекта.

**Ключевые слова:** бизнес-план, онлайн курсы, кулинария, маркетинг.

**Актуальность** программы заключается в возможности для самих обучающихся на курсах создавать красивые и оригинальные кулинарные изделия в процессе изучения основ кулинарии, развивать свои творческие способности, что особенно определяет успех творческой деятельности. Развитие творческих способностей – одна из актуальных задач современного образования.

**Цель проекта** – создание онлайн-курсов по кулинарии для людей с разным уровнем подготовки. Онлайн-обучение дает возможность учиться в удобное время по более низкой цене, а кроме того, позволяет выбрать подходящего преподавателя.

## Описание услуги

Маркетинговый план.

Основные рекламные мероприятия будут проходить в режиме онлайн. Запланированы:

1. создание сайта;
2. Ведение аккаунтов в социальных сетях (TikTok, Instagram\*, Facebook\*\*, Telegram, Вконтакте);
3. таргетированная реклама;
4. контекстная реклама;
5. разработка брендинга.

Таргетированная реклама

Основными площадками таргетированной рекламы являются социальные сети – VK, Instagram\*, Facebook\*\* или Одноклассники. Таргетинг основан на показе рекламы с учетом интересов и различных характеристик целевой аудитории. Реклама курсов должна показываться молодым людям в возрасте от 17 до 35 лет, которые интересуются кулинарией, английским языком и творческими сферами.

### Публикации на тематических сайтах

Это могут быть нишевые или деловые издания, общие СМИ, блоги и другие, вокруг которых потенциально может быть сосредоточена целевая аудитория. Публикуя на таких сайтах интересные для целевой аудитории статьи с упоминанием курса, можно получить больше кликов и конверсий в регистрации.

### Реклама в Telegram-каналах

Это относительно новый канал привлечения трафика, который пока еще не так активно используется. Но у него есть ряд важных преимуществ:

- хорошее соотношение цена/эффективность;
- низкая конкуренция в большинстве ниш;
- хорошие показатели охвата;
- качественная аудитория.

Яндекс.Каталог и Google Мой бизнес

При этом можно получить красивый сниппет для привлечения дополнительного внимания пользователей в поисковой системе и многое другое.

Описание услуги

Центр рассчитан на молодых людей от 17 до 35 лет. Стоимость кулинарного курса в месяц составляет 16000 тенге три раза в неделю по 1 часу.

По воскресеньям планируется проведение оффлайн мероприятий, таких как квесты, кофе-тайм [1,2].

### Маркетинговый план

Основные рекламные мероприятия будут проводиться в интернете. Планируется:

1. Создание онлан-платформы;
2. Ведение аккаунтов в социальных сетях (TikTok, Instagram\*, Facebook\*\*, Telegram, Вконтакте);
3. Таргетированная реклама;
4. Реклама;
5. Разработка лендинга.

*Таблица 1.*

### План реализации проекта

Виды активности			
	Август 2023	Сентябрь 2023	Октябрь 2023
Разработка бизнес-плана			
Поиск помещений и оборудования			
Получение финансирования			
Поставка и оснащение помещения			
Реклама и продвижение на рынок			
Запуск проекта			

### Анализ конкурентной среды

У начинающего предпринимателя нет собственного помещения, поэтому планируется арендовать подходящее помещение. Помещение планируется от-

крыть в районе Самал города Уральск, Западно-Казахстанской области Республики Казахстан. Ценовая политика проекта, а также географические особенности позволят ему занять лидирующие позиции в этом районе города. В качестве потенциальных конкурентов можно рассматривать колледжи с краткосрочными кулинарными курсами, однако в Уральске нет тематических кулинарных курсов, поэтому данная ниша пока остается незанятой.

В то же время спрос на такие курсы растет прямо пропорционально росту населения города.

На начальном этапе деятельности при наличии арендованного помещения, 1 инструктора и привлеченных преподавателей можно обслуживать до 15-20 клиентов в день. В дальнейшем планируется расширить количество помещений, количество преподавателей и усложнить организацию деятельности.

**Таблица 2.**

### Основные финансовые показатели проекта

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20
PВ	мес.	6
DPB	мес.	6
NPV	〒	16 527 540
IRR	%	2 353,00
PI		8,41
PF	〒	1 691 300
CD	〒	1 691 300

**Таблица 3.**

### Анализ рисков

<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>Стабильная клиентская база Стабильное финансовое развитие Хорошая репутация компании Хорошая кредитная история</p>	<p><b>Слабые стороны</b></p> <p>Недостаточно развитая филиальная сеть Отставание в использовании информационных систем</p>
<p><b>Возможности</b></p> <p>Обслуживание новых групп клиентов Укрепление репутации компании Новые возможности для завоевания рынка</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Замедление роста рынка Угроза выхода на рынок новых конкурентов Ужесточение конкуренции</p>



Таким образом, из полученной матрицы SWOT-анализа можно увидеть все необходимые действия для улучшения компании.

*\*Instagram, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции.*

*\*\*Facebook, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции.*

### **Список литературы:**

1. [электронный ресурс]-Режим доступа- URL:  
<https://www.kinopoisk.ru/media/article/4001875/>
2. [электронный ресурс]-Режим доступа: URL: <https://biznes-prost.ru/otkrytie-kulinarnoj-shkoly.html>

## АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ

*Новикова Анастасия Евгеньевна*

*магистрант,  
кафедра менеджмента и маркетинга,  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет,  
РФ, г. Белгород  
Email: [an905200@gmail.com](mailto:an905200@gmail.com)*

## ANALYSIS OF THE REGIONAL MARKET OF COMMERCIAL MEDICINE

*Anastasia Novikova*

*Master's Student,  
Department of Management and Marketing,  
Belgorod State National Research University,  
Russia, Belgorod*

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается рынок коммерческой медицины города Белгород за 2019-2021 гг., основные игроки, финансовые показатели их деятельности и рыночные позиции. Анализируются внешние причины, повлиявшие на структуру рынка за исследуемый период.

### ABSTRACT

The article examines the Belgorod commercial medicine market for 2019-2021, the main players, financial indicators of their activities and market positions. The external reasons that influenced the structure of the market during the study period are analyzed.

**Ключевые слова:** коммерческая медицина, частные медицинские организации, медицинские центры, объем рынка.

**Keywords:** commercial medicine, private medical organizations, medical centers, market volume.

За последние годы российская система здравоохранения претерпела ряд перемен, изменилась культура поведения пациентов, была преобразована

структура медицинских учреждений, ужесточился рынок частных медицинских организаций.

Если до 2019 г. отмечалась невысокая вовлеченность населения в поддержании уровня своего здоровья (пренебрежение плановыми профилактическими осмотрами, низкая двигательная активность, ведение зачастую нездорового образа жизни), то пандемия коронавируса в 2020 г. изменила традиционное отношение людей к своему здоровью.

Рассматривая период коронавирусной пандемии, можно отметить снижение уровня заболеваемости на 5,1% относительно 2019 г. Это было обусловлено вводимыми карантинными ограничениями, которые не способствовали проведению большего количества медицинских приемов. Общее сокращение доходов, опасение «подцепить» инфекцию привело к тому, что большая часть населения отказалась от посещения медицинских учреждений не в экстренных случаях. Именно это стало фактором снижения общего количества выявленных заболеваний, за исключением инфекционных болезней и заболеваний дыхательной системы.

К 2021 г. наблюдалось снижение карантинных ограничений, появление новых форм оказания медицинской помощи (телемедицина). Данные события привели к восстановлению уровня заболеваемости населения и превышение его значений в докоронавирусное время. Реализация отложенного спроса, диспансеризация и массовая вакцинация, увеличение количества лабораторных исследований на выявление коронавируса привели к увеличению численности проведенных медицинских приемов в России, она выросла на 18% относительно 2020 г. и составила 2,3 млрд.

Преобразования 2019-2021 гг. коснулись как государственных медицинских учреждений, так и частных. Рассмотрим более подробно изменения рынка медицинских услуг коммерческих организаций. В последнее время темпы роста рынка ежегодно сокращаются. На рынок платных медицинских услуг все больше воздействует усиление конкуренции и соперничество за пациентами между компаниями, что обусловлено ограниченной платежеспособностью

населения, действиями государства по повышению эффективности оказываемой медицинской помощи, мерами по укреплению своих позиций крупными игроками. В регионах страны наблюдается пациентопоток из государственных лечебных учреждений в частные клиники, связанный с более высоким сервисом и качеством медицинской помощи в коммерческих организациях.

Однако темпы выхода на рынок платных медицинских услуг новых игроков ежегодно замедляются. Новым организациям сложно конкурировать с крупными частными клиниками и государственными медицинскими организациями. Действующие на рынке игроки продолжают укреплять свои позиции за счет стратегии экстенсивного роста, открывая новые филиалы или присоединяя к своему бизнесу более слабых игроков. Также рост объемов рынка коммерческой медицины связан с диагностическими возможностями коммерческих организаций и внедрения новых технологий диагностики и лечения заболеваний.

Далее рассмотрим динамику изменения коммерческой медицины г. Белгород. За последние три года (с 2019 г.) объем рынка в денежном выражении вырос на 1 001 166 тыс руб. В 2019 г. частные медицинские организации оказали медицинскую помощь населению на сумму 1 677 886 тыс. руб., а в 2020 г. этот показатель увеличился на 12% и составил 1 885 305 тыс.руб. К 2021 г. совокупная выручка частных медицинских клиник продолжила расти и достигла 2 679 052 тыс. руб. Однако количество игроков, реализующих свою деятельность на белгородском рынке платных услуг, менялось незначительно. Ежегодно на рынке появлялась одна коммерческая медицинская организация (МО). В 2019 году общее количество частных МО составляло 49, а к концу 2021 г. – 51. Объем рынка ежегодно растет не за счет появления новых компаний, а за счет расширения деятельности уже существующих: открываются новые филиалы, расширяется спектр реализуемых услуг.

Так в 2019 г. лидером рынка был медицинский центр «Поколение», выручка которого составила 489 453 тыс. руб. Следующей в рейтинге стала клиника «Гармония здоровья», выручка – 253 661 тыс. руб. Тройку лидеров замыкает медицинский центр «Промедика», выручка – 138 773 тыс руб. Таким образом,

результаты исследования показывают, что рынок частной медицины сформирован: 80% от общей совокупности выручки получают 20% игроков («Поколение», «Гармония здоровья», «Промедика», «Полимедика», «Евромед», «НМТ», «Медицинские технологии», «Эксперт», «Клиника доктора Моханова»). Также не наблюдается монопольное влияние какой-либо одной коммерческой организации.

В 2020-2021 годы сохранилась тенденция предшествующих лет. Произошло укрепление позиций на рынке, теми игроками, кто быстро и качественно реагирует на любые изменения, происходящие во внешней среде, и потеря своей доли рынка более слабыми конкурентами. Тройка лидеров в 2021 г. не изменилась. Прочие игроки продолжали удерживать свои позиции практически на том же уровне. В среднем занимаемая ими доля рынка равна 2-%. Более наглядная динамика изменения занимаемой доли рынка (в процентах) лидирующими игроками за исследуемый период представлена на рисунке 1:



**Рисунок 1. Динамика рынка по выручке**

Таким образом, структура регионального рынка частной медицины за исследуемый период (2019-2021гг) изменилась незначительно. Происходит замедление темпов роста рынка, выход на рынок новых игроков крайне незначителен. Наблюдается усиление конкуренции между компаниями, соперничество за пациентами. Частные медицинские организации, не сумевшие быстро и ка-

чественно отреагировать на изменения, происходящие во внешней среде, теряют занимаемую долю рынка.

### **Список литературы:**

1. Тарасенко Е.А., Дворяшина М.М. Рынок частной медицины в России: взгляд маркетолога // ЭКО. 2019. № 6. С. 43-61. DOI: 10.30680/ ESO0131-7652-2019-6-43-61.
2. Исследование рынка коммерческой медицины в России 2018-2019 годы [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru\\_ru/news/2020/03/ey\\_healthcare\\_research\\_2018-2019\\_24032020.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/news/2020/03/ey_healthcare_research_2018-2019_24032020.pdf) (дата обращения: 25.02.2023).
3. Как пандемия изменила коммерческую медицину [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://rg.ru/2021/02/14/kak-pandemiia-izmenila-kommercheskuiu-medicinu.html> (дата обращения: 25.02.2023).
4. Ломовцева О.А., Тхориков Б.А., Герасименко О.А. Стратегическое предпринимательство: стартап на платформе социальной ценности продукта // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. – 2020. – №. 1. – С. 47-62.
5. Ломовцева О.А., Тхориков Б.А. Смена парадигмы лидерства-морально-этические вызовы современности // Инновационное управление персоналом. – 2019. – С. 52-58.
6. Тхориков Б.А. Новые потребительские предпочтения и перспективы позиционирования организаций на региональном рынке платных медицинских услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2021. – №. 3. – С. 234-242.

**СЕКЦИЯ**  
**«МЕНЕДЖМЕНТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОМУ  
БЮДЖЕТИРОВАНИЮ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

*Мухаметгалиев Сайдаш Искэндэрович*

*студент,  
кафедра «Экономика и организация производства»,  
Казанский государственный энергетический университет,  
РФ, г. Казань  
E-mail: [isken.m@yandex.ru](mailto:isken.m@yandex.ru)*

*Эшлиоглу Рауля Ильдаровна*

*научный руководитель, старший преподаватель  
кафедры «Информатика и информационно-управляющие системы»  
Казанский государственный энергетический университет,  
РФ, г. Казань*

Комплексная система бюджетирования, представляющая собой скоординированный по всем подразделениям или функциям план работы сельскохозяйственной организации в целом, предполагает, по мнению большинства работающих в данной области экономистов, следующую последовательность работ:

1. Планирование прогноза объема реализации и подготовка бюджета продаж по всем видам деятельности сельскохозяйственной организации.
2. Планирование ожидаемого объема производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с расчетом соответствующих затрат.
3. Расчет и анализ денежных потоков.
4. Составление плановых финансовых отчетов.

Поскольку финансовое положение сельскохозяйственной организации фиксируется в бухгалтерском балансе, в отчете о финансовых результатах, в отчете о движении денежных средств, определяющих систему координат для экономической оценки результатов деятельности, наиболее эффективный финансовый менеджмент возможен только на основе бюджетирования хозяй-

ственной деятельности предприятия, позволяющего увязывать воедино все указанные формы отчетности.

Переход от фактического значения к планируемому (прогнозному), как правило, сопровождается изменением прибыльности, платежеспособности и экономического потенциала хозяйствующего субъекта. В этой связи сельскохозяйственная организация должна четко позиционировать себя в указанных финансовых координатах, прогнозируя финансовое состояние, находя тем самым приемлемые соотношения между указанными величинами.

Следует отметить, что логика построения бюджетов хозяйствующего субъекта должна быть основана, прежде всего, на утвержденных Министерством финансов РФ формах публичной бухгалтерской отчетности. В этой связи, бюджет доходов и расходов соответствует отчету о финансовых результатах (форма №2 вышеуказанной отчетности) и определяет экономическую эффективность (прибыльность) деятельности предприятия. При этом необходимо учитывать, что на формирование статей бюджета доходов и расходов существенно влияют положения учетной политики предприятия.

В соответствии п. 5 ПБУ 1/98 «Учетная политика организации» при формировании учетной политики должны быть утверждены формы первичных учетных документов, применяемых для оформления фактов хозяйственной деятельности, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности. Таким образом, все формы первичных документов, на основании которых производятся бухгалтерские записи, в том числе формы первичных документов с индексом «- АПК», должны быть самостоятельно утверждены организацией, как не утвержденные Госкомстатом или Центральным банком России.

Бюджет движения денежных средств, сопоставимый с отчетом о движении денежных средств (форма №4), позволяет планировать реальные потоки денежных средств и, следовательно, поддерживать платежеспособность предприятия на должном уровне. Как показывает опыт, планирование денежных средств без



увязки с прогнозным балансом снижает эффективность всей системы бюджетирования в целом.

Прогнозный бухгалтерский баланс, так называемый «бюджет по бухгалтерскому балансу» (форма №1), определяет экономический потенциал и финансовое состояние сельскохозяйственной организации и является результирующим бюджетом, т.к. при корректной финансовой модели он формируется на основе бюджетов доходов и расходов, а также движения денежных средств.

Независимо от того, по какой схеме организуется финансовое планирование, бюджетирование начинается с планирования доходов и расходов организации. При этом существенное значение имеет способ группировки расходов (затрат): по функциональному или по ресурсному принципу, т.е. по процессам или по факторам производства.

Первому варианту соответствует традиционное построение отчета о финансовых результатах: доходы и расходы по обычным видам деятельности, операционные, внереализационные и чрезвычайные доходы и расходы. Классификация доходов и расходов сельскохозяйственных организаций для целей бухгалтерского учета подробным образом рассмотрена в положениях по бухгалтерскому учету.

В свою очередь, доходы и расходы по обычным видам деятельности подразделяются на выручку (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг; себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг; коммерческие и управленческие расходы.

Построению бюджета доходов и расходов по ресурсному принципу предшествует формирование вспомогательного «Ресурсного бюджета», где отражается общее плановое и фактическое потребление (использование) ресурсов на произведенную за период продукцию (в натуральном, ценовом и стоимостном выражении).

Каждый из бюджетов ежемесячно планируется для внутрихозяйственных подразделений организации (основные, вспомогательные цехи; функциональные службы; объекты социальной сферы). В итоге этой работы создается свод-

ный бюджет по хозяйствующему субъекту, где суммируются ресурсные бюджеты по каждому подразделению. Далее в бюджете доходов и расходов производится уменьшение стоимости затраченных ресурсов пропорционально объему реализованной за период продукции.

С нашей точки зрения, для эффективного управления предприятием целесообразна одновременная группировка затрат как по функциональному, так и по ресурсному принципу, поскольку в этом случае экономическая информация собирается и в разрезе реализуемых функций по центрам затрат и доходов, и по видам ресурсов. Используя двойную структуризацию доходов и расходов, можно определить, за счет каких конкретных статей формируется общая величина расходов, за счет чего происходят отклонения, и кто за них отвечает. Кроме того, появляется возможность прогнозировать изменения цен как на продукцию предприятия, так и на потребляемые ресурсы.

При формировании комплексного бюджета доходов и расходов статьи «содержание и ремонт основных фондов», «расходы по сбыту», «прочие расходы» также целесообразно структурировать на такие элементы затрат, как материалы, заработная плата, единый социальный налог, прочие затраты, что позволит определять смету затрат на производственно-хозяйственную деятельность предприятий по экономическим элементам.

Прогнозы относительно использования каждого вида ресурса целесообразно составлять не только подразделениям, их непосредственно потребляющим, но и службами, которые в состоянии оценить и повлиять на изменение объемов и цен на планируемые виды ресурсов.

### **Список литературы:**

1. Агаркова, Л.В. Пути улучшения финансового состояния / Л.В. Агаркова, И.М. Подколзина // Экономика. Бизнес. Банки. – №2 (11). – 2018. – С. 79-84.
2. Агекян, Л.С. Содержание анализа финансового состояния организации и решения, принимаемые на его основе / Л.С. Агекян // Молодой ученый. – 2018. – №4. – С. 329-331.

3. Бердникова, Л.Ф., Портнова, Е.С. Технология анализа финансового состояния организации / Л.Ф. Бердникова, Е.С. Портнова // Молодой ученый. – 2016. – №17. – С. 374-377.
4. Герасименко, О.В., Петривская, А.В. Практические аспекты стабилизации финансового состояния организации в условиях кризиса / О.В. Герасименко, А.В. Петривская // Инновационная наука. 2017. № 1-1. С. 28-32.
5. Ибашева, П.А. Диагностика финансовой устойчивости компании и профилактика кризисного состояния / П.А. Ибашева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2017. № 32. С. 125-130.
6. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Проспект, 2018. -1104 с.
7. Курина, Ю.С., Ильина, И.В. Оценка и пути улучшения финансового состояния предприятий / Ю.С. Курина, И.В. Ильина // Молодой ученый. – 2016. – №12.5. – С. 46-49.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Сукач Данил Александрович**

*студент,  
кафедра туризма и гостиничного дела,  
Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля,  
РФ, Луганская Народная Республика, г. Луганск  
E-mail: [fss\\_vnm\\_lnr@mail.ru](mailto:fss_vnm_lnr@mail.ru)*

**Степанюга Лариса Александровна**

*научный руководитель, старший преподаватель  
кафедры туризма и гостиничного дела,  
Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля,  
РФ, Луганская Народная Республика, г. Луганск*

## CURRENT STATE OF THE HOTEL INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Danil Sukach**

*Student,  
Department of Tourism and Hospitality,  
Lugansk State University named after Vladimir Dahl,  
Russia, Lugansk People's Republic, Lugansk*

**Larisa Stepanyuga**

*Scientific Supervisor, Senior Lecturer,  
Department of Tourism and Hospitality,  
Lugansk State University named after Vladimir Dahl,  
Russia, Lugansk People's Republic, Lugansk*

### АННОТАЦИЯ

Уход иностранных систем бронирования с российского рынка, вызвал дезориентацию путешественников, и вынудило их искать новые коммуникации для выбора объекта размещения. Уход зарубежных брендов в сочетании с ростом внутреннего спроса предоставило стратегическое преимущество в образовавшейся нише для интенсивного развития российских операторам гостиничных сетей.

## ABSTRACT

The departure of foreign booking systems from the Russian market caused disorientation for travelers and forced them to look for new communications to choose an accommodation facility. The departure of foreign brands, combined with the growth of domestic demand, has provided a strategic advantage in the emerging niche for the intensive development of Russian hotel chain operators.

**Ключевые слова:** онлайн-бронирование; туристический трафик; гостиничные услуги; бизнес; отели; стратегия; управление; франшиза.

**Keywords:** online booking; tourist traffic; hotel services; business; hotels; strategy; control; franchise.

**Введение.** Гостиничная индустрия не является новым направлением, однако на сегодняшний день есть возможность добиться успеха в этом бизнесе.

С каждым годом все больше и больше людей путешествуют, так в 2022 году в Российской Федерации услугами гостиниц воспользовались 62,4 млн. человек, что выше на 38,3 млн. человек (или 1,63 раза) в сравнении с 2020 годом. Следует указать, что рост активности произошел при неблагоприятных условиях: вооруженный конфликт Российской Федерации с Украиной; беспрецедентные санкции в отношении Российской Федерации, на фоне которых был прекращен иностранный турпоток, а также приостановление международными гостиничными операторами, такими как ALL – Accor Live Limitless, InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Kempinski Hotels, Marriott International, Hyatt Hotels Corporation своей хозяйственной деятельности на территории Российской Федерации, при этом сокращение числа действующих гостиничных объектов не произошло, так как не принадлежали иностранным компаниям, а лишь находились под их управлением или франшизой. Объекты продолжили работу в обычном режиме, но уже без системы бронирования и западного бренда. Новая реальность в туристической индустрии отразилась абсолютно на всех участниках.

**Материалы и методы / теоретические основы.** В 2022 году в потребительском поведении туристов явно прослеживались две тенденции, а именно: дезориентация на рынке, выступающая фактором роста оффлайн бронирований; трафик перераспределяется на прямые онлайн-бронирования.

После ухода иностранных систем бронирования, туристы были дезориентированы и вынуждены искать новые коммуникации для выбора объекта размещения. Несмотря на большое количество образовавшихся новых онлайн-каналов состояние дезориентации туристов имеет место до сих пор. Уход зарубежных брендов в сочетании с ростом внутреннего спроса предоставило стратегическое преимущество в образовавшейся нише для интенсивного развития российских операторам гостиничных сетей, таких как 101Hotels, Cosmos Group, Академсервис, Azimut, Alean, МТС Travel, Ostrovok, которые уже набирают вес на рынке. Следует отметить, что в условиях отсутствия западных туристов переход на российский бренд является более выгодной стратегией для собственников отелей.

Тренд на появление новых систем бронирования и каналов дистрибуции начал расти во втором квартале 2022 года и продолжил свое развитие в 2023 году. К сожалению, рост загрузки отелей не пропорционален растущему количеству онлайн-каналов, то есть туристический трафик не увеличивается в связи с появлением новых каналов продаж, а перераспределяется между ними. По данным одного из крупнейших разработчиков программного обеспечения для автоматизации гостиничного бизнеса в России и СНГ Vpovo на ноябрь 2022 года, ТОП-5 эффективных онлайн-турагентств сформировали такие российские компании, как МТС Travel, Ostrovok, 101Hotels, «Суточно», «Яндекс Путешествия».

В настоящее время рынок онлайн-бронирования ставится фундаментальным, и на наш взгляд, бронирование будет осуществляться только через крупные каналы, обозначенные выше. Вероятнее всего, что указанные выше лидеры в 2023 году не будет меняться.

На наш взгляд новым российским операторам следует искать способы привлечения новых сегментов гостей, которые еще не путешествуют, или искать новые рынки сбыта. Например, в 2022 году появились специальные системы бронирований для глэмпингов, караванеров и кемперов.

Гостиничный бизнес обладает очень большим потенциалом развития. Сейчас в России функционируют гостиницы с самым различным уровнем. Большинство из них не уступает даже лучшим гостиницам мирового уровня. Но гостиничный бизнес, в целом, в России еще не полностью сформировался.

Большую роль сейчас отводят дополнительному сервису и развлечениям. В результате чего в России ведут активное строительство разнообразных развлекательных центров. Большинство специалистов данной отрасли утверждают, что у российского гостиничного бизнеса очень большой потенциал.

Гостиничными услугами называется краткосрочная аренда домов, комнат, квартир или мест для проживания [1]. В гостиничные услуги входит также аренда мест под палатки или автомобильные прицепы. Конечно, места, где предоставляются гостиничные услуги, должны соответствовать соответствующим санитарным требованиям, а также требованиям к размеру и оборудованию объекта. Все требования указаны в статье 39<sup>1</sup> Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" и статьей 3<sup>1</sup> Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации", а также регламентированы Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 01.04.2021) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации". Гостиничные услуги могут предоставляться в разных местах и в определенной степени. Гостиничные объекты можно разделить на семь групп:

- отели (имеют не менее 10 номеров, одно – или двухместных, а на территории отеля предоставляются услуги, связанные с пребыванием клиентов);
- мотели (расположенные на дорогах, имеющие не менее 10 одно – или двухместных номеров и парковку);
- пансионаты (объекты, имеющие не менее 7 номеров, обеспечивающие питание в течение всего дня);

- *camping* (охраняемые объекты, которые позволяют ночевать в палатках или трейлерах, с местом для приготовления пищи, возможно, место с ночлежками) [2];

- туристические дома (имеют не менее 30 мест, предоставляют минимальные услуги для клиентов, ориентированные на их самообслуживание);

- молодежные хостелы (объекты самообслуживания, ориентированные на молодежный туризм);

- хостелы (объекты, расположенные на туристических маршрутах, предоставляют минимальные туристические услуги).

Кемпинги – неохраняемые объекты, позволяющие ночевать в палатках [3].

**Результаты и обсуждение.** Рассматривая современное состояние гостиничной индустрии Российской Федерации и ее потенциал роста и развития в условиях глобальных трансформаций нами предлагается отечественным отельерам применение зарубежного опыта для туристического бизнеса с учетом невероятных по величине природных, климатических и национальных особенностей Российской Федерации. Одним из таких опытов является мобильный отель (прототип отелей на колесах, которые доставляют в любое место, указанное клиентом). Данный вид услуг предоставляется британской сетью отелей Whitbread, предлагающей туристам, отдых с сохранением полной конфиденциальности, спокойствия, удобства, при выборе которой клиент может комфортно отдохнуть в месте, которое он выберет сам. Другой пример – необычные творческие дома. Все больше и больше людей хотят провести свой отпуск на заказ и испытать незабываемые впечатления. В этом помогают квартиры, которые на первый взгляд напоминают картины Сальвадора Дали. Расколотые пополам, перевернутые вверх дном, расположенные в ветвях огромных деревьев, наклоненные или имеющие необычные формы – такие ночлеги становятся излюбленным местом отдыха для многих путешественников. Что совсем не удивительно, ведь пребывание в таких апартаментах позволит не только провести время оригинальным способом, но и дать гостям возможность поделиться необычными и уникальными впечатлениями в своих профилях в популярных социальных сетях. Уни-



кальный стиль отеля – еще одно любопытство, которое привлекает гостей. Отели в стиле ретро, роботизированные отели, апартаменты с цветовой гаммой и атмосфера знаменитых блокбастеров привлекают все больше и больше посетителей. Здесь главное – быть неповторимым. К счастью, существует множество таких идей, которые дают широкое поле для работы воображения. Так же, для российских онлайн-операторов может быть интересен опыт сингапурского отеля Quincy в части идеи «городского отеля» с системой all-inclusive, предлагающий услуги клиентам бизнес-класса и способный удовлетворить любую прихоть. Номерной фонд этого отеля оснащен всеми необходимыми для современного бизнесмена вещами и бытовой техникой.

Не менее важным фактором в гостиничном бизнесе является также проведение надлежащего контроля бизнеса. Мониторинг и контроль наличия номеров и других рабочих процессов в таких необычных и часто расположенных вдали от цивилизации объектах размещения на сегодняшний день становится возможным только благодаря использованию современных технологий. Система позволяет контролировать все процессы, происходящие в отеле, передавать разрешения соответствующим сотрудникам, следить за наличием номеров и связываться с гостями как можно быстрее, реагируя на их запросы и пожелания. Гостиничной системой OtelMS уже успешно пользуются более 4000 больших и малых отелей по всему миру.

В сложившихся экономических условиях гостиничной индустрии крайне необходима поддержка со стороны государства. Поддержка государства реализована в виде программы льготного кредитования отелей. Эта мера позволила инвесторам привлечь заемные средства на строительство или реконструкцию гостиниц категории не менее «три звезды», площадью от 5 тыс. м<sup>2</sup> или с номерным фондом от 120 номеров. Кредиты предоставляются на срок до 15 лет по ставке 5% годовых. Правительство выделило на программу льготного кредитования на период до 2024 года порядка 22 млрд руб. В Ростуризме считают, что эта мера позволит расширить и обновить номерной фонд, а также откроет новые возможности для конкуренции на российском гостиничном рынке, что в

свою очередь окажет положительное влияние на соотношение цены и качества отдыха в Российской Федерации [4].

**Заключение.** В процессе работы нами сделан вывод, что гостиничная индустрия является одной из самых быстро и успешно развивающихся в Российской Федерации, толчком к ее росту послужила санкционная политика США и стран Евросоюза в отношении России. Санкционное давление вызвало глобальную трансформацию гостиничной индустрии и в целом экономики Российской Федерации, способствуя мобилизации ресурсного потенциала, росту внутреннего туризма и необходимости расширения видов услуг и увеличения в рекреационных регионах России номерного фонда.

### **Список литературы:**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. -2-ое изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2016. – 460 с.
2. Кнышова Е.Н. Менеджмент гостеприимства: учебное пособие/ Е.Н. Кнышова, Ю.М. Белозерова. М.: Форум, 2017. – 512 с.
3. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: Учебное пособие для вузов (пер. с англ. Егорова В.Н.) Изд. 5-е, перераб., доп. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2010. – 735 с.
4. Анализ рынка гостиничных услуг в России в 2018-2022 гг, прогноз на 2023-2027 гг [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://businessstat.ru/images/ demo/hotels\\_ russia\\_demo\\_ businessstat.pdf](https://businessstat.ru/images/demo/hotels_russia_demo_businessstat.pdf) (Дата обращения: 20.02.2023).

## ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

**Усольцев Никита Юрьевич**

*магистрант 2 курса,  
кафедра менеджмента факультета заочного обучения,  
Пермский государственный аграрно-технологический  
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,  
РФ, г. Пермь  
E-mail: [Nikita.usolcev159@mail.ru](mailto:Nikita.usolcev159@mail.ru)*

**Черданцев Вадим Петрович**

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,  
Пермский государственный аграрно-технологический  
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,  
РФ, г. Пермь*

В основу организации системы государственных закупок входят принципы, установленные статьей 6 Федерального закона № 44-ФЗ. Данные принципы являются основополагающими направлениями в развитии политики государства в сфере закупок и играют немало важную роль в сфере регулирования и функционирования Контрактной системы (далее – КС).

Необходимо уделить внимание данному аспекту в силу того, что данные принципы являются фундаментальными и задают приоритет для дальнейшего развития КС.

Основа КС базируется на нескольких основополагающих принципах, а именно [3]:

- Принцип открытости и прозрачности. Данный принцип реализуется в части предоставления свободного и безвозмездного доступа всех желающих к информации о КС. Это позволит открыто осуществлять контроль над исполнением актуального законодательства, регулирующего сферу государственных закупок.
- Принцип обеспечения конкуренции. Сущность данного принципа заключается в создании благоприятных условий всем участникам закупки для добросовестной конкуренции.

- Принцип профессионализма заказчиков предусматривает размещение государственного заказа лицами, имеющими профессиональную подготовку в сфере закупок.

- Принцип стимулирования инноваций при размещении государственного заказа подразумевает предоставление приоритета высокотехнологичной и инновационной продукции при планировании и размещении закупок.

- Принцип ответственности за результативность и эффективность осуществления государственных закупок.

- Принцип единства контрактной системы подразумевает единый механизм регулирования государственных закупок без особенностей и исключений на всей территории Российской Федерации.

Рассмотренные выше принципы играют очень важную роль не только в сфере регулирования КС, но и в области заключения и исполнения контрактов.

В связи с появлением новых принципов КС и возникла необходимость в создании нового организационного механизма государственных закупок. В целях реализации установленных принципов был создан новый порядок функционирования системы государственных закупок посредством проведения централизованных закупок.

Основные положения касаются моделей организации и проведения централизованных закупок регламентированы статьей 26 Федерального закона № 44-ФЗ. Согласно данной статье, законодательством предусмотрено создание УО или УУ в одном или нескольких количествах для использования Заказчиками централизованной модели закупок. Вновь созданные органы или учреждения возьмут на себя исполнение функций Заказчиков, в полном объеме или частично, начиная от планирования и проведения закупок и заканчивая заключением и исполнением контракта в зависимости от выбранного вида централизации [1].

На основании части 1 статьи 26 Федерального закона № 44-ФЗ можно выделить базовую модель централизации закупок. При функционировании данной модели централизации УО или УУ берет на себя полномочия только по осуществлению процедуры определения поставщиков. Контракты по итогам про-

цедур подписываются Заказчиками самостоятельно. При этом УО или УУ запрещено исполнять полномочия Заказчика в части обоснования закупок, определения НМЦ и существенных условий контракта, а также его подписание.

Другая модель централизации закреплена на основании части 2 и части 3 статьи 26 Федерального закона № 44-ФЗ и носит условное название как предметная централизация или частичная. Данная модель централизации может использоваться для проведения некоторых закупок Заказчика в зависимости от предмета закупки. УО или УУ выполняют часть функций Заказчиков, начиная с этапа планирования и заканчивая непосредственно исполнением контракта. Контрактные службы Заказчиков или контрактные управляющие, продолжают осуществлять полномочия, не переданные УО или УУ, и несут ответственность только в пределах, взятых на себя обязательств.

Согласно части 5 статьи 26 и части 4 статьи 112 Федерального закона № 44-ФЗ закупки подведомственных учреждений могут переходить на централизованную модель, которая получила название – ведомственная централизация. Данной моделью централизации предусмотрено несколько вариантов передачи полномочий:

- определение поставщиков;
- планирование, определение поставщиков;
- заключение и исполнение контракта;
- осуществление каждым Заказчиком своих полномочий самостоятельно.

В соответствии с частью 11 статьи 26 Федерального закона № 44-ФЗ [1] деятельность уполномоченного органа или учреждения должна быть четко регламентирована. В том числе должны быть обозначены права и обязанности Заказчиков, а также их взаимодействие с уполномоченными органами или учреждениями при проведении процедуры контроля и аудита в сфере закупок и осуществления мониторинга закупок.

На сегодняшний день, во всех субъектах Российской Федерации созданы и функционируют централизованные структуры, но в зависимости от территориальной специфики и поставленных целей и задач, их порядок взаимодействия

может очень сильно отличаться. Анализ практики перехода регионов на централизованную модель организации государственных закупок показал, что все-таки именно централизованные закупки обеспечивают эффективное распределение функций между всеми участниками КС.

Действующая система государственных закупок представляет собой довольно сложный механизм, включающий в себя следующие элементы: планирование, размещение, исполнение, контроль и правовая регламентация закупочной деятельности. Все перечисленные элементы системы четко взаимосвязаны между собой с целью увеличения прозрачности и эффективности размещения государственного заказа.

В процедуру планирования, как элемент системы входят: обоснование закупок; составление, ведение и размещение плана-графика; регламентация и нормирование; НМЦ; установление ограничений и запретов в закупках, а также установление преференций.

Размещение – как элемент системы государственных закупок. Данный элемент представляет собой непосредственно процесс определения поставщика несколькими существующими способами. К таким способам можно отнести конкурентные способы проведения закупок, а также осуществление закупок у единственного поставщика.

К конкурентным способам закупки относятся [2]:

- конкурс (открытый, с ограниченным участием, закрытый, закрытый с ограниченным участием, двухэтапный, закрытый двухэтапный);
- аукционы (электронный, закрытый);
- запрос котировок;
- запрос предложений.

В настоящий момент большинство процедур, указанных выше, проводится в электронной форме.

Следующий элемент системы – исполнение. Данный элемент включает в себя несколько составляющих: приемка ТРУ, штрафы и пени, обеспечение ис-

полнения контракта, условия внесения изменений в контракт, реестр контрактов и отчётность по итогу их исполнения.

Еще одним элементом системы управления государственных закупок является контроль. К составляющим данного элемента относятся: аудит; финансовый контроль, процедурный контроль; мониторинг; ведомственный, общественный и казначейский контроль.

Последним элементом действующей системы государственных закупок является детальная законодательная регламентация. Можно отметить, что данный элемент в свою очередь, пересекается абсолютно с каждым элементом системы государственных закупок.

### **Список литературы:**

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд : Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ; ред. от 28.12.2022. // СПС КонсультантПлюс. Законодательство. – URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (дата обращения: 02.02.2023).
2. Иванов, В.В. Механизмы управления государственными закупками / В.В. Иванов, И.И. Григ. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 207 с.
3. Труба, А.С. Управление государственными закупками агропродовольственной продукции, работ и услуг для общественных нужд / А.С. Труба, В.П. Черданцев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий : теоретический и научно-практический журнал. – 2020. – № 1. – С. 24–29.

**СЕКЦИЯ**  
**«ЭКОНОМИКА»**

**ИНТЕГРАЦИЯ ИМИГРАНТОВ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ  
ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ**

***Коляскина Виктория Сергеевна***

*студент 5 курса,  
кафедра предпринимательства  
и экономической безопасности,  
Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
РФ, г. Пермь  
E-mail: [vika.kolyaskina.00@mail.ru](mailto:vika.kolyaskina.00@mail.ru)*

***Домбровский Максим Андреевич***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,  
Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
РФ, г. Пермь*

**INTEGRATION OF IMMIGRANTS AS A COMPONENT OF RUSSIA'S  
DEMOGRAPHIC SECURITY**

***Victoria Kolyaskina***

*5<sup>th</sup> year student,  
Department of Entrepreneurship and Economic Security,  
Perm State National Research University,  
Russia, Perm*

***Maxim Dombrovsky***

*Scientific supervisor, Candidate  
of Economic Sciences, Associate Professor,  
Perm State National Research University,  
Russia, Perm*

**АННОТАЦИЯ**

Современная демографическая ситуация в России рассматривается учеными и экспертами как «демографический спад», «депопуляция» или «демографический кризис». В данной статье предлагается рассмотреть особенности интеграции мигрантов, как составляющей демографической безопасности России.



В ходе исследования автор отмечает проблемы в данной сфере и предлагает ряд мероприятий по их нивелированию.

### **ABSTRACT**

The current demographic situation in Russia is considered by scientists and experts as a "demographic decline", "depopulation" or "demographic crisis". In this article, it is proposed to consider the features of migrant integration as a component of Russia's demographic security. In the course of the study, the author notes the problems in this area and suggests a number of measures to level them.

**Ключевые слова:** адаптация, интеграция, демографическая безопасность, мигранты, иммигранты.

**Keywords:** adaptation, integration, demographic security, migrants, immigrants.

Демографическая безопасность – одна из важнейших составляющих безопасности любого государства. Актуальность демографической политики в Российской Федерации обусловлена тем, что сокращение численности населения при такой огромной территории создает угрозы в первую очередь территориальной целостности государства. Она составляет основу социально-экономической политики государства. Результаты реализации демографической политики оказывают решающее влияние на развитие всех сторон общественной жизни. Состояние экономики, обороноспособность страны, качество жизни населения, политическая и социальная стабильность зависят от того, в какой степени в том или ином государстве решаются вопросы формирования и развития трудовых ресурсов. Население – основное богатство любой страны, без него жизнь государства невозможна. Но в последнее десятилетие демографические процессы, происходящие в нашей стране, имеют ярко выраженный негативный характер. В настоящее время демографическая ситуация в России стала одной из самых острых социально-экономических проблем.

В настоящее время население Российской Федерации составляет 146,425 млн человек по состоянию на 2023 год [1]. Россия занимает 9 место в списке

стран по численности населения. Плотность населения в России составляет 9 человек на 1 км кв. Невысокая плотность населения обуславливает интерес иностранных лиц к нашей стране. Увеличение населения за счет иммигрантов составляет в среднем в сутки 625 человек, это 26 въезжающих в час. За счет иммигрантского потока численность российского населения прирастает, на начало 2023 года средняя интенсивность прироста составляет 175 человек в сутки [2].

В.А. Ионцев и И.В. Ивахнюк определяют интеграцию мигрантов как двусторонний процесс, направленный на ассимиляцию и приживаемость мигрантов в принимающем обществе, что может способствовать как экономическому, так и демографическому развитию самого этого общества [3].

Следует отметить, что, проходя стадию полной интеграции, иммигранты продолжают сохранять свои национальные традиции, ценности, не отказываются от своих взглядов, поддерживают связь с родственниками, т.е. включаются в культуру большинства, но при этом сохраняют свою идентичность.

**Таблица 1.**

**Категорий иммигрантов, выделенных в зависимости от сложности и глубины необходимой интеграции**

<b>Длительность пребывания</b>	<b>Категория мигрантов</b>	<b>Характеристика</b>
временные	трудовые мигранты	-наиболее многочисленная группа; -наименее адаптированы; -не требуется интеграция, необходима адаптация;
	учебные, образовательные мигранты	-малочисленная группа; -как принимающая, так и посылающая страны заинтересованы в них в качестве постоянных жителей; -как правило, мало адаптированы; -на этапе учебной миграции достаточно адаптации; - при переходе в категорию постоянных мигрантов, уже прошли процесс адаптации или интеграции.
постоянные	соотечественники, репатрианты	-самые малочисленные; -имеют этнокультурные признаки общества страны приема; -проще регинтегрируются, чем иммигранты.

Длительность пребывания	Категория мигрантов	Характеристика
	иммигранты, не относящиеся к вышеперечисленным категориям, но обладающие культурными признаками общества страны приема	-имеют этнокультурные признаки общества страны приема – нуждаются в адаптационных и интеграционных стратегиях в области: социальных контактов, экономической интеграции, инфраструктурной интеграции.
	иммигранты, не относящиеся к вышеперечисленным категориям и не обладающие культурными признаками общества страны приема	-не имеют этнокультурных признаков, характерных для представителей общества страны приема; –нуждаются в эффективных адаптационных и интеграционных стратегиях по всем направлениям;

Сложности работы с категорией соотечественников в том, что данная категория не является однородной в своем составе и включает лиц с различным уровнем образования, благосостояния, родом занятий, которые, соответственно, требуют различных интеграционных мер.

Иммигранты, не относящиеся к вышеперечисленным категориям, но обладающие культурными признаками общества страны приема могут сталкиваться с антимигрантскими настроениями, несмотря на общие культурные признаки с гражданами принимающего общества. Иммигранты, не относящиеся к вышеперечисленным категориям и не обладающие культурными признаками общества страны приема могут сталкиваться с антимигрантскими настроениями по признаку различия религии, культуры и другим.

В перемещении учебных и образовательных мигрантов заинтересована как страна приема, для которой закономерным является введение мер, способствующих привлечению таких мигрантов в качестве постоянных жителей, так и страна исхода, которая по их возвращении (если оно произойдет) имеет шанс получить специалистов более высокой квалификации, усовершенствовавших свои навыки в соответствии с опытом других стран.

Трудовая миграция, предполагающая возврат к месту постоянного проживания, не требует от иммигранта включенности и его участия в гражданской

жизни общества принимающей страны, в которой данный мигрант осуществляет трудовую деятельность. Однако, даже такой вид миграции предполагает необходимость защиты прав трудящихся, обеспечения отсутствия их профессиональной дискриминации и доступ на рынок труда. Однако, в настоящее время, предпринимаемые законодательные меры направлены на вывод из тени трудовых мигрантов, легализацию их деятельности, в свете чего гуманистические вопросы, касающиеся потребностей самого человека, вне зависимости от статуса его пребывания или условий осуществления трудовой деятельности, совсем не затронуты. Исключение составляет лишь право обеспечения доступа к информационным ресурсам. Таким образом, проявляется необходимость экономической, этнокультурной и социально-культурной адаптации трудовых мигрантов в России, при этом глубокая интеграция для данной категории мигрантов не нужна. В то же время, сегрегационная обособленность этнических групп мигрантов, осуществляющих трудовую деятельность в России, как принимающей стране, может явиться источником возникновения социальной напряженности и спровоцировать этнические конфликты.

Следует, однако, учитывать, что зачастую трудовая миграция, как и учебная, является первым шагом на пути к переселению на постоянное место жительства. Поэтому разработка и реализация мер интеграционной политики, направленных на интеграцию трудовых мигрантов в принимающем сообществе, позволит расширить круг потенциальных иммигрантов за счет перехода из категории временных трудовых мигрантов в категорию постоянных. Подобные меры будут также являться залогом социальной стабильности в обществе за счет отсутствия настроений неприязни в отношении временных трудовых мигрантов, отличающихся по национальному или этническому признаку от населения принимающей страны.

Далее предложим меры адаптационно-интеграционного механизма к проблемам в сфере миграции населения.

Проблема: незнание языка среди иностранных лиц, пребывающих на территорию России.

Предлагаемое решение: организация языковых курсов за счет фонда, формируемого работодателями. С одной стороны, это уведет «в тень» использование труда мигрантов, с другой – существуют объективные выгоды для тех работодателей, кто заинтересован в повышении уровня владения языком персоналом, например, в сфере гостинично-ресторанных услуг.

Для решения проблем социальной эксклюзии необходимо углублять социально-культурную интеграцию: фестиваль национальной кухни, радио, знакомящее мигрантов с местными новостями и др.

Необходимо не просто создать call-центры, дающие возможность получить помощь на большинстве языков, в том числе анонимно, поскольку данная услуга носит гуманистический характер и необходимо организовать возможность ее использования в том числе мигрантами, пребывающими или трудящимися не на законных основаниях. Кроме того, необходима широкая кампания по информированию потенциальных пользователей данного сервиса о его наличии. В противном случае, теряется смысл организации подобной НКО.

Проблема: отсутствие государственных программ в регулировании миграционных процессов. Сегодня принята только одна федеральная программа «Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом».

Предлагаемое решение: Разработка программ на федеральном и региональном уровнях, предусматривающих комплекс мер и мероприятий по адаптации и интеграции мигрантов. Программы должны быть направлены на разные категории мигрантов, основной целью должно быть создание условий и содействие успешной адаптации и интеграции мигрантов в российское общество.

Предлагаем примерный перечень государственных и муниципальных интеграционных программ:

- адаптационные программы по видам адаптации как первичные подпрограммы интеграционных программ;
- программы социализации мигрантов;

- образовательные программы для мигрантов и членов их семей;
- программы гармонизации миграционных отношений;
- культурологические программы;
- программы экономической поддержки мигрантов;
- программы привлечения мигрантов к военной службе;
- программы укрепления межнационального общения и др.

Проблема: Нагнетание антимиграционных настроений в принимающем обществе, что способствует усилению «миграциофобии».

Предлагаемое решение: Устранение негативного образа мигранта среди представителей принимающего сообщества, формирование интеграционных и адаптационных настроений в принимающем сообществе.

Существует точка зрения, что «тех, кто ориентирован на постоянное жительство, надо поддерживать и создавать позитивный образ в СМИ» [4]. Однако, данный тезис необходимо расширить, поскольку, создавать позитивный образ в СМИ необходимо не только для постоянных мигрантов, но и временных трудовых мигрантов [5].

В то же время принятие любых мер должно быть основано на принципе недопущения дискриминации местного населения путем создания льготных условий для мигрантов. То есть возможности, предоставляемые мигрантам, не должны превышать возможности местного населения.

В заключении необходимо объединить вышесказанное и отметить, что для успешного становления института интеграции мигрантов на территории России, необходимо:

- формирование сети региональных и местных исполнительных органов власти, отвечающих за адаптацию и интеграцию, либо возложение таких обязанностей на уже существующие структуры во избежание раздувания управленческого аппарата;
- формирование института содействия трудоустройству иммигрантов и трудовых мигрантов посредством государственных и частных структур;

- ликвидация различных форм коррупции и «поборов» с мигрантов в сфере содействия получению разрешительных документов, контроля их наличия;
- разрушение негативного архетипа мигранта в обществе, контроль за «антимигрантским» контентом СМИ; формирование механизма помощи продления пребывания по истечении срока действия разрешительных документов в виде предоставления мигрантам мест временного пребывания.

Разработка единого правового инструментария способствовала бы повышению эффективности деятельности органов государственной власти и управления, направленной на выработку единообразного механизма в подходах к решению вопросов адаптации и интеграции иностранных граждан, дальнейшему построению системы адаптации иностранных граждан в Российской Федерации и их интеграции в российское общество.

### **Список литературы:**

1. Население России за год сократилось на 555 тыс. человек Электронный ресурс. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/01/02/2023/63da428b9a7947e741363c53>(дата обращения: 15.02.2023)
2. Численность населения России в 2023 году – прирост и убыль, таблицы и прогнозы Электронный ресурс. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://reedr.ru/culture/naselenie-rossii-v-2023/#dinamika-izmeneniya-chislennosti>(дата обращения: 15.02.2023)
3. Ионцев В.А., Ивахнюк И.В. Модели интеграции мигрантов в современной России. Научноисследовательский отчет 2013/12 / КАРИМ Восток – Консорциум прикладных исследований по международной миграции; С.5.Европейский университетский институт [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/27871/CARIM-East\\_RR-2013-12.pdf?sequence=1](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/27871/CARIM-East_RR-2013-12.pdf?sequence=1) (дата обращения: 15.02.2023)
4. Демина Наталия. Москва Слезам не верит: межэтнические проблемы мегаполиса// Полит.ру от 10.11.2006. Электронный ресурс. [Электронный ресурс].Режим доступа: <http://polit.ru/article/2006/11/10/etnos/> (дата обращения: 15.02.2023)
5. Мукомель В.И. Адаптация и интеграция мигрантов: методологические подходы к оценке результативности и роль принимающего общества. В кн. Россия реформирующаяся: Ежегодник [сборник научных статей] / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2016. Вып. 14. С.464

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам СХХIII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 3 (123)  
Март 2023 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»  
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.  
E-mail: mail@sibac.info

16 +



**СибАК**  
[www.sibac.info](http://www.sibac.info)