

с е т е в о й н а у ч н ы й ж у р н а л ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

R E S E A R C H R E S U L T

Том 5 | № 3
Volume 5 | 2019

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ.
ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА
И СЕРВИСА

RESEARCH RESULT.
BUSINESS AND SERVICE
TECHNOLOGIES

Сайт журнала:
rrbusiness.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal



НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА И СЕРВИСА
СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
RESEARCH RESULT. BUSINESS AND SERVICE TECHNOLOGIES
ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС 77 - 69120 от 14.03.2017 г.

The journal has been registered at the Federal service for supervision of communications information technology and mass media (Roskomnadzor)
Mass media registration certificate El. № FS 77-69120 of March 14, 2017



Том 5, №3. 2019

Издается с 2014 г.

ISSN 2408-9346



Volume 5, №3. 2019

First published online: 2014

ISSN 2408-9346

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: **Зайцева Н. А.**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова», Россия

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА: **Слинкова О. К.**, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА ПО СВЯЗЯМ С ЗАРУБЕЖНЫМИ АВТОРАМИ: **Климова Т. Б.**, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: **Королева И. С.**, кандидат географических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:

Аймагамбетов Е. Б., доктор экономических наук, профессор, ректор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, Казахстан

Антонова В. А., доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии в ресторанном хозяйстве ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Украина

Афанасьев О. Е., доктор географических наук, доцент, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве Российского государственного университета туризма и сервиса, Россия

Васюкова А. Т., доктор технических наук, профессор, директор Института технологий и бизнеса Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Россия

Гачев Л., кандидат технических наук, профессор, доцент факультета пищевых производств, Университета «Трансильвания», Румыния

Думачева Е. В., доктор биологических наук, доцент, заведующая кафедрой биологии Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

Жеоржеску Ч., кандидат химических наук, доцент, доцент кафедры сельскохозяйственных наук и инженерии пищевых продуктов, Университет «Луциан Блага», Румыния

Макиринова Е. И., д.э.н., профессор, зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», Россия

Миленкович З., доктор экономических наук, профессор, профессор Высшей школы туризма, Сербия

Мячикова Н. И., кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

Оборин М. С., доктор экономических наук, профессор кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»; профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории Пермского государственного национального исследовательского университета, Россия

Павлович С., кандидат наук, доцент, заведующая кафедрой туризмологии факультета географии, Белградский университет, Сербия

Писаревский И. М., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой туризма и гостиничного хозяйства Харьковского национального университета городского хозяйства, Украина

Плохих Р. В., доктор географических наук, профессор, профессор кафедры рекреационной географии и туризма Казахского национального университета им. аль-Фараби, Казахстан

Плякин А. В., доктор экономических наук, кандидат географических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Волжского института экономики, педагогики и права, Россия

Родионова Н. С., доктор технических наук, профессор, декан экономического факультета, заведующая кафедрой сервиса и ресторанного бизнеса Воронежского государственного университета инженерных технологий, Россия

Чосич М., доктор экономических наук, профессор, заместитель директора по учебной работе Высшей школы туризма, Сербия

Яковенко Н. В., доктор географических наук, профессор, заведующая кафедрой социально-экономической географии и регионоведения Воронежского государственного университета, Россия

Яцун Л. Н., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности и туризма Харьковского государственного университета питания и торговли, Украина

EDITORIAL TEAM:

EDITOR-IN-CHIEF: **Natalia A. Zaitseva**, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the Department of Hotel and Tourist Business, Plekhanov Russian University of Economics, Russia

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Olga K. Slinkova**, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management Belgorod National Research University, Russia.

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Tatyana B. Klimova**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of Department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management Belgorod National Research University, Russia.

EXECUTIVE SECRETARY: **Inna S. Koroleva**, Cand. Sci. (Geog.), Associate Professor, Department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management, Belgorod State National Research University, Russia.

EDITORIAL BOARD:

Erkara B. Aimagambetov, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan.

Valeriya A. Antonova, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Department of Technology in the Restaurant Economy of the Higher Professional Education University «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Ukraine

Oleg E. Afanasiev, Dr. Sci. (Geog.), Associate Professor, Professor of the Department of Business Technology in the Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Russia.

Anna T. Vasyukova, Dr. Sci. (Tech.), Professor, Director of Institute Technologies and Business, Moscow State University of Technologies and Management. K. G. Razumovsky, Russia.

Liviu Gacheu, Cand. Sci. (Tech.), Professor, Associate Professor of Faculty of Food Productions, Transilvania University, Romania.

Elena V. Dumacheva, Dr. Sci. (Biol.), Associate Professor, Head of the department biology Belgorod National Research University, Russia.

Cecilia Georgescu, Cand. Sci. (Chemic.), Associate Professor of the Department of Agricultural Sciences And food Products Engineering University «Lucian Blaga» of Sibiu, Romania.

Elena I. Makrinova, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of the Department of Hotel and Tourism Service, Commerce and Advertising of ANO VO «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law», Russia

Zoran Milenkovich, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Higher School of Tourism, Serbia

Nina I. Myachikova, Cand. Sci. (Tech.), Associate Professor, Head of Department of Food Technology Belgorod National Research University, Russia.

Maxim S. Oborin, Dr. Sci. (Econ.), Professor of Department of economic analysis and statistics of the Perm Institute (branch) Russian economic University G. V. Plekhanov; Professor, Department of world and regional economy, the economic theory of the Perm state national research University, Russia

Sanja Pavlović, PhD, Associate Professor, Head of the Department of Tourism University of Belgrade, Faculty of Geography, Serbia.

Ilya M. Pisarevskii, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Economy of the Kharkov National University of Municipal Economy, Ukraine.

Roman V. Plakhikh, Dr. Sci. (Geog.), Professor, Professor of Department of Recreational Geography and Tourism of the Kazakh National University Named after alFarabi al-Farabi, Kazakhstan.

Alexander V. Plyakin, Dr. Sci. (Econ.), PhD in Geography, Professor, Head of the Department of Management, Volzhsky Institute of Economics, Pedagogics and Law, Russia

Natalya S. Rodionova, Dr. Sci. (Eng.), Professor, Dean of Economics Department, Head of the Department of the Service and Restaurant Business Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia.

Maya Chosich, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Deputy Director for Academic Affairs, Higher School of Tourism, Serbia

Nataliya V. Yakovenko, Dr. Sci. (Geog.), Professor, Head of Department of Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Voronezh State University, Russia.

Leonid N. Yatsun, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of the Department of Management of Foreign Economic Activity and Tourism of the Kharkov State University of Nutrition and Trade, Ukraine

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Издатель: НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.

Журнал выходит 4 раза в год

Founder: Federal state autonomous educational establishment of higher education «Belgorod State National Research University»

Publisher: Belgorod State National Research University

Address of publisher: 85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia

Publication frequency: 4 /year

© Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2019
© Belgorod State National Research University, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Войтик Н. В., Маслов М. Д. Технологии дополненной реальности в туризме	3
Марциневская Л.В., Соловьев А.Б., Сазонова Н.В. Современная оценка функционирования и экологического состояния рекреационных зон города Белгорода	12
Тлеубердинова А. Т., Салауатова Д. М. Институциональные условия развития туристской отрасли в Казахстане: анализ результативности государственных программ	22

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Нежелъченко Е.В., Ясенюк С.Н., Яковенко Н.Ю. Проблемы текучести кадров и пути ее снижения в индустрии гостеприимства	32
Морев В. А., Денисов С. Е. Развитие многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в 2007–2018 гг. и их интеграция с электронным правительством	42

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Грудистова Е. Г. Изучение мотивов самоактуализации как элемент маркетингового исследования компетенций работников сферы сервиса	52
--	-----------

CONTENTS

DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Voitik N. V., Maslov M. D. Augmented reality technologies in tourism	3
Marcinevskaya L. V., Solovyov A. B., Sazonova N. V. Current assessment of functioning and ecological state of the recreational zones of the city of Belgorod	12
Tleuberdinova A. T., Salauatova D. M. Institutional conditions for the development of the tourism industry in Kazakhstan: an analysis of the effectiveness of government programs	22

PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES

Neglicence E. V., Yasenok S. N., Yakovenko N. Yu. Problems of staff turnover and ways to reduce it in the hospitality industry	32
Morev A.V., Denisov S. E. Development of multifunctional centers of state and municipal services in 2007-2018 and their integration with e-government	42

PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR

Grudistova E. G. The study of the motives of self-actualization as an element of a marketing study of the competencies of service workers	52
--	-----------

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Оригинальная статья
Original article

UDC 004.946/379.83/.84

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-1

Natalia V. Voitik¹
Mikhail D. Maslov²

Augmented reality technologies in tourism

University of Tyumen
6 Volodarsky St., Tyumen 625003, Russia

¹e-mail: n.v.vojtik@utmn.ru

²e-mail: maslovmd@live.ru

*Статья поступила 02 июня 2019 г.; принята 29 июля 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Abstract. The article is devoted to the implementation of augmented reality in tourism. AR-technologies nowadays are the most useful in everyday life. Every side of people's life becomes as easy as driving with directional arrows on the windshield. All the necessary information is in front of user's eyes whenever he or she needs it. In this case, information can be used both for professional use, entertainment and education. The pertinence of this topic stems from the fact that now processes of globalization and cross-cultural communication are obvious and people can travel a lot wherever they want to. Unfortunately, not everyone can navigate easily in unknown environments starting from wayfinding and ending with entertaining themselves there, what to eat and what they are seeing at the moment. Augmented reality is a good companion in these trips. Especially nowadays when there are tremendous opportunities to improve and populate this technology like Apple AR-kit from a famous developer and producer of highly developed gadgets that can handle this task naturally. The authors conducted the research and used the methodology that contains such methods like the description of explored technology, analysis of augmented reality nowadays and synthesis of areas for further implementation of the technology in tourism. The article gives the concept of augmented reality and examples of how vocational tourism is simplified by augmented reality. We showed the options for the application of AR-technology in the tourism business. In conclusion, the authors presented the advantages and disadvantages of the technology, as well as a comparison of the real and virtual worlds with augmented reality.

Keywords: tourism; augmented reality technology; visual effects

For citation: Voitik N. V., Maslov M. D. (2019). Augmented reality technologies in tourism. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5 (3), 3-11, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-1

Introduction. The modern world of high technology not only makes people constantly update their skills throughout their lives but also opens up more and more prospects for further development of society. All this leads to the fact that there are new directions in all areas of human employment. In our time, not only virtual reality has become available, where people can hone their skills without affecting the real world, have fun, learn, but also augmented reality. The main advantage of augmented reality is that it does

not tear a person away from the real world, but complements it with necessary information. The simplest example of its work can be explained as a head-up display in cars (Fig. 1 (Quto, 2018)). In this case, in order to find out the speed, the next road maneuver, and the location you do not need to be distracted from the road by the speedometer and the navigation screen, all the necessary information complements the view through the windshield.



Fig. 1. BMW Head-Up Display

In the same way, it is possible to supplement the entire surrounding world with necessary information through special devices, such as augmented reality glasses, as well as through smart phones and tablets with a camera.

Thus, the **aims of the work** are: first, to review the benefits of AR-technology in the sphere of tourism; second, to distinguish basic advantages of AR-technologies, that at the same time are in demand in different fields like education, museum business and construction; and finally, to represent the results of comparison of realities (real, virtual and

augmented) bridging the gaps to help improve the quality in the tourism industry.

Materials and Methods. Technology is still in the focus of many researchers and business since its advantages and drawbacks have been changing through time. After years of improvements, augmented reality is already revolutionizing the published materials today. Nowadays, readers of popular magazines can see additional multimedia content by pointing their gadgets towards special markers on certain pages like it is presented in Fig. 2 (Buhalis, Yovcheva, 2014).



Fig. 2. AR-Advertisement

This new breed of next-gen advertisements can be applied to any kind of paper-based promotion materials. Touristic infrastructure elements like hotels, any kind of entertaining activities that will take place or amusement spaces or even roller-coaster trips virtually could be shown moving to make a greater impression for possible tourists, insisting to spend money on. Thus, AR-technologies can be a very powerful and profitable weapon for market services to success – a feature that is still underestimated in the tourism and hospitality industry market (Buhalis, Yovcheva, 2014).

Besides, AR-technologies are ideal tools that can help tourists not to be lost in new environments. It is a matter of fact that navigation was the original field for augmented reality to implement; naturally, it was invented to substitute a map and the compass. Augmented displays are meant for helping in wayfinding both for pedestrians and drivers reducing the extra mental effort in navigation.

Moreover, augmented reality can show either directional arrows or even virtual paths

to make indoor and outdoor navigation easier and clearer. Amongst the plenty of AR-applications, we can find AR-browsers, their examples are shown in Fig.3 (Konovalova, 2015), they have the biggest popularity and highest value today. These apps are designed to be user-friendly and have all the necessary tourism-related options. “An AR-browser suited for the needs of tourism enriches the real-world with interactive virtual information that allows visitors to unfamiliar locations to identify the most important and exciting points of interest and learn more about their surroundings” as was written by Dimitrios Buhalis and Zornitza Yovcheva in their report (Buhalis, Yovcheva, 2014).

Furthermore, there are some applications like KabaQ (Fig.4. (AR-critic, 2018)), a free augmented reality app that creates virtual food displays consisting of multiple digital renderings and actual photographs, a unique method of photogrammetry used exclusively by the organization.

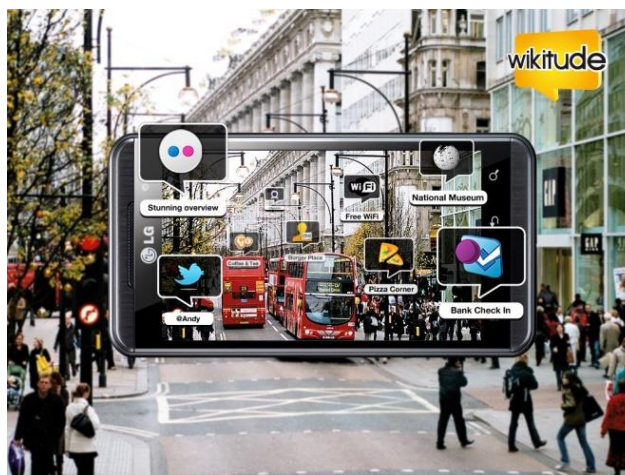


Fig. 3. AR-Browser

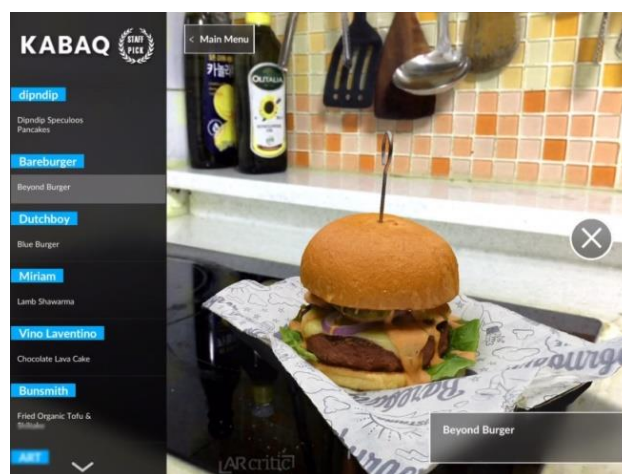


Fig.4. AR-Menu

By capturing images of the food from various angles, stitching them together to form complete 3D-models, and placing them in a new augmented reality menu, food distributors are able to provide patrons, both in-house and online, with detailed digital renditions of available meals they can use a preview before selecting. All model dimensions are identical to the food they represent, displaying an accurate representation of both appearance and portion.

Unfortunately, navigation and exploration of unknown environments can be com-

plicated a lot by the language barrier, for example, when some important information is given on street signs or instructions on billboards that tourists are unable to translate.

Apart from examples given above, AR-translator apps can immediately translate a text like train schedules when tourists are at a train station, a wide variety of dishes in restaurant menus from a foreign to the native for the user language like in Fig. 5 (Uncubed, 2018). Thus, we have introduced some of the examples of how tourists can benefit from AR-technology.

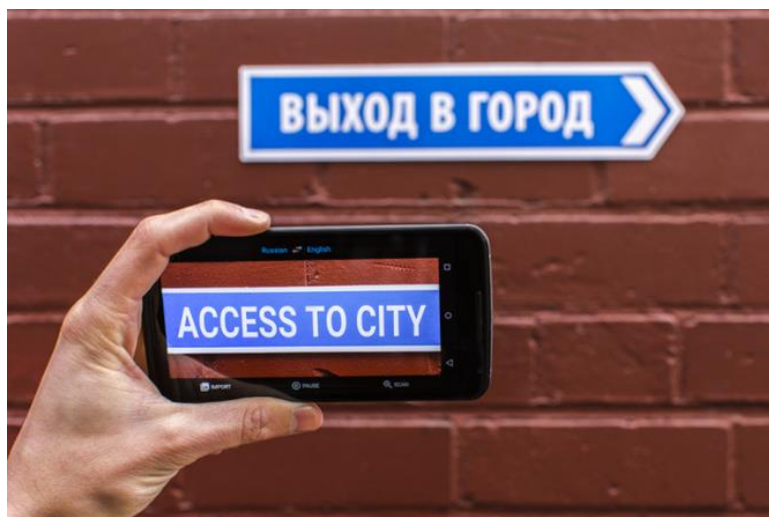


Fig.5. AR-translator

On the other hand, there are touristic businesses that can reconsider their concern and keep up with Hi-Tech. AR-technology (Buhalis, Yovcheva, 2014) provides an overwhelming educational experience. What is more, education has lots of benefits from augmented reality because this technology gives opportunities for users to add motor activities to mental ones through interaction with new content through a tangible intuitive interface.

Educationally rich visits (Buhalis, Yovcheva, 2014) and visitor engagement is also one of the most important factors in the tourism industry and AR has huge potential to actively involve tourists in learning about (Fig. 6 (Radsky, 2015)) shows just a simple example of this interaction and experiencing various museum settings and artifacts like never before. Most recently, interactive digital storytelling techniques have been applied to museum settings to increase their educational potential.

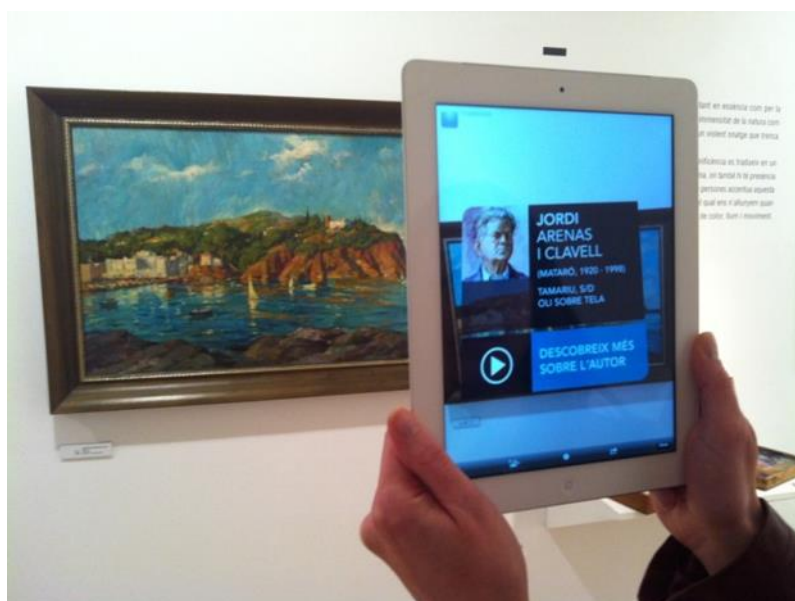


Fig .6. AR-Guide

For example, the Digital Binocular Station (**Fig. 7**, (Mindspace solution, 2009)) makes the static parts of a museum environment come to life, turning a boring museum tour into a thrilling, dynamic and more informative memorable adventure that increases visitor retention time and revisits.

Similar to that AR-games were invented to turn real-world locations into an immersive

game by adding virtual purpose to move around this location. Considering the flexibility and high customization of virtual information, different scenarios can also be applied to the tourism domain. As a matter of fact, location-based AR games have already proven motivating and engaging for tourists. One interesting example is TimeWarp as seen in Fig.8 (Buhalis, Yovcheva, 2014).



Fig. 7. Digital Binocular Station



Fig. 8. AR-Games

This outdoor game with augmented reality gives the opportunity for players to experience different events for past, present, and future “jumping” through time portals in this game play just walking around the city of Co-

logne in Germany with a gadget. The main aim of TimeWarp was to gain touristic interest in interaction with the city and to see it changing. User opinion survey showed that tourists liked this game and described the new

experience as fun, new and realistic (Buhalis, Yovcheva, 2014).

Finally, a re-creation of ancient temples and historic buildings is a topic that lends itself naturally to AR with a number of developed prototypical and commercial systems (Buhalis, Yovcheva, 2014). The first cultural heritage site that benefited from an augmented virtual reconstruction of an ancient temple was Olympia in Greece, where researchers developed the ArcheoGuide AR system. In the same way now, cities can be developed by AR-technologies that will help managers and city planners to see a future aesthetic look of an exact place when it should be transformed. On-the-spot comparison is now available to make the best decision of transformation. This is a more effective way to visualize location development than abstracted schemed and generalized plans like it was before. The use of AR to superimpose virtual 3D models of planned innovations on top of the actual envi-

ronment where they will be introduced can support effectively both individual and collective, as well as private and participatory, decision-making processes.

In 2011, the Netherlands Architecture Institute launched Urban Augmented Reality application screenshots which are seen in Fig. 9 (Buhalis, Yovcheva, 2014). This app is available in 8 cities in the Netherlands and gives an opportunity to residents and tourists to see the past, alternative present and future look of each urban environment. And what is more important, it allows users to add comments to a database, thereby effectively soliciting public opinion. This approach can be very useful in a wide variety of implementation in constructing not only a house but even developing the touristic sphere by choosing the most important elements of touristic infrastructure in their best locations having both residents and tourists' opinions.



Fig. 9. AR-Reconstruction

Results and Discussion. We have overviewed the most important fields of implementation for AR-technologies in touristic and hospitality industry spheres. This technology is still underutilized in tourism due to its newness, underestimation and technical resourcefulness. Nowadays, augmented reality is developing and we are sure that sometime later it will become a must-have in tourism and business because of its high visibility. To sum up, we should highlight the pros and cons of AR-technologies for tourism. First of all, it makes the travel experience easier with interactive screens with additional information. Secondly, a tourist needs to be in a certain location to use this technology, so it

attracts more people to this destination. Thirdly, it helps to reconstruct ancient temples, historic buildings, and even activities as they were back in the days, so all the tourist needs is a gadget to see it. Fourthly, it helps to compare old architecture as it were and futuristic as it can be in plans for some years later.

Nevertheless, it has some disadvantages like high costs for the development of such applications. Also, mostly all of the time tourists have to be online to download new information when they are changing the view. And all of these applications are very heavy for your device's hardware that affects battery life badly.

Overcoming these disadvantages will foster quality improvements in the tourism

industry due to AR-technologies have some benefits as shown in Table.

Table

Comparison of realities in tourism

Attribute	Real world	Virtual world	Augmented reality
Attracts to destination	A tourist needs to be there to have experience (direct profit for destination)	A person can see whatever he wants at home (no direct profit for destination)	A tourist needs to be there to have full experience (direct profit for destination)
Updates in the environment	New infrastructure is very expensive to build and takes much time	New infrastructure can be created in a short time, sometimes automatically and cheap	New infrastructure can be created in a short time, sometimes automatically and cheap and can be seen in a real place so people can make a decision about building it
Harm applied to historical artifacts	Artifacts can be damaged and even destroyed	No harm for original artifacts	Augmented reality can make artifact closer so it can be on a safe distance

This table shows that augmented reality took all the best from the real world and virtual reality in tourism. That proves that travelling can develop with the help of augmented reality in the modern era of high technology adding more vital information into the real world and avoid much harm applied to it but with increased playability of the environment. Besides, it helps to cut costs and to redirect money flow to a more efficient way as a strong instrument of planning.

Conclusion. Thus, augmented reality will make travelling on your own easier because all the necessary information is in your palm in an understandable view. For travel businesses it opens new ways to attract new customers and, what is more important, increase the number of revisits for new entertaining aims. We believe that AR-technologies are here to improve the travel experience from now on.

Conflicts of Interest: the authors has no conflict of interests to declare.

References

- “6 Brauserov dopolnennoy realnosti” (2014), [6 Augmented Reality Browsers] available at: <https://augmentedreality.by/news/6-ar-browser/> (Accessed 28 June 2019).
- AR-critic (2018), “Kabaq Augmented Reality Food App”, available at: <https://arcritic.com/1848/kabaq-augmented-reality-food-app-yummy/> (Accessed 29 June 2019).
- Buhalis, D. (2003). *Etourism: Information technology for strategic tourism management*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Buhalis, D. and Yovcheva, Z. (2014) “Augmented Reality in tourism: 10 unique applications explained”, available at : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKEwjPaZ3NHhAhXxxIsKHdcBDeAQFjACegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fthinkdigital.travel%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F04%2F10-AR-Best-Practices-in-Tourism.pdf&usg=AOvVaw2uQg5lT-ZV0vGTyca0QXP6> (Accessed 20 June 2019).

Kleef, V., Noltes, J., and Spoel, S. (2010), "Success factors for augmented reality business models", available at: https://www.researchgate.net/profile/Sjoerd_Vander_Spoel2/publication/236867224_Success_factors_for_augmented_reality_business_models/links/0f317532835fd77d60000000/Success-factors-for-augmented-reality-business-models.pdf?origin=publication_detail (Accessed 29 June 2019).

Konovalova, E. (2015), "Paula Monteiro (Wikitude): Napolnit' mir dopolnennoy realnostiyu" [Paula Monteiro (Wikitude): Fill the world with augmented reality], available at: <https://appttractor.ru/develop/paula-monteyro-wikitude-napolnit-mir-dopolnennoy-realnostyu.html> (Accessed 29 June 2019).

Kuzheveleva-Sagan, I. P. and Suchkova, N. A (2018), "Tsyfrovoye kochevnichestvo v srede tomskih studentov: identifikatsiya i samoidentifikatsiya" [Digital nomadism among Tomsk students: identification and self-identification], *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal*, 67, pp. 102-114.

Livi, E. (2008), "Information, technology and new business models in the tourism industry", available at: http://www.gcbe.us/8th_GCBE/data/Elena%20Livi.doc (Accessed 20 June 2019).

Marimon, D., Sarasua, C., Carrasco, P., Alvarez, R., Montesa, J., Adamek, T., et al. (2014), "MobiAR: Tourist experiences through mobile augmented reality", available at: http://www.researchgate.net/publication/228979424_MobiAR_Tourist_Experiences_through_Mobile_Augmented_Reality (Accessed 12 June 2019).

Mindspace solutions (2009), "AR Digital Binocular Station brings Museum to Life", available at: <https://www.youtube.com/watch?v=mQLAKBX0om4> (Accessed 20 June 2019).

Morozova, A. (2018), "How Much Does Your App Apply? For Food Menu like KabaQ",

available at: <https://jasoren.com/how-much-does-it-cost-to-build-an-ar-app-for-food-menu-like-kabaq/> (Accessed 29 June 2019).

Palumbo, F., Dominci, G., and Basile, G. (2013), "Designing a mobile app for museums according to the drivers of visitor satisfaction", available at: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=339119017068085098071014093125105006099039071063064018087114117025127091088101007098102118004001052027117107098114012003126075109094092045027124070123092070123105009082045078082094015116117122091120078066089018127108005090023118118013065106125088118&EXT=pdf> (Accessed 19 June 2019).

Pol, K. (2017), *Tsifrovoye iskusstvo* [Digital Art], Translated by Glebovskaya A., in Vasilyeva E. (ed.), Ad Marginem Press, Moscow, Russia.

Quto (2018), "Projection display of BMW", available at: <https://quto.ru/BMW/X5/F15/suv5d/features/10661/> (Accessed 29 June 2019).

Radsky, A. (2015), "Where History Comes Alive: Augmented Reality in Museums", available at: <https://medium.com/synapse/where-history-comes-alive-augmented-reality-in-museums-64a81825b799> (Accessed 19 June 2019).

Uncubed (2018), "The 8 Best Translation Apps for 2019", available at: <https://uncubed.com/daily/best-translation-apps-for-travel-in-2019/> (Accessed 29 June 2019).

Yovcheva, Z., Buhalis, D., and Gatzidis, C. (2013). Engineering augmented tourism experiences.

Information about the authors

Natalia V. Voitik, Associate Professor, Department of Foreign Languages and Intercultural Professional Communication

Mikhail D. Maslov, 1-year Master's Degree Program Student, Department of Service, Tourism and Hospitality Industry

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48.02

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-2

Марциневская Л.В.¹
Соловьев А.Б.²
Сазонова Н.В.³

Современная оценка функционирования и экологического состояния рекреационных зон города Белгорода

Национальный исследовательский университет НИУ «БелГУ»,
ул. Победы, 85, г. Белгород 308015, Россия

¹e-mail: martsinevskaya@bsu.edu.ru

²e-mail: solovev@bsu.edu.ru

³e-mail: nsazonova@bsu.edu.ru

*Статья поступила 29 июля 2019 г.; принята 12 сентября 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Аннотация. Актуальность темы исследования определяется наблюдающимися противоречиями между высоким рекреационным потенциалом города и его недостаточной реализацией в форме создания городских рекреационных зон. Научная проблема исследования состоит в выявлении экологических параметров развития существующих рекреационных зон г. Белгорода, специфике их территориальной дифференциации и востребованности. Цель данной работы – оценить особенности формирования, использования и развития зон отдыха на современном этапе развития города, выявить современную специфику экологического состояния рекреационных зон города Белгорода, а также определить и охарактеризовать рекреационные предпочтения жителей города. Основными источниками сведений о состоянии рекреационных зон Белгорода являлись: данные Белгородстата, электронный ресурс городской администрации, фондовые материалы управления архитектуры и градостроительства г. Белгорода, статистические данные по состоянию природных и социально-экономических ресурсов и различные исследования в данных областях. Эмпирической базой исследования также стали данные социологического исследования, проведенного авторами в 2018 году и посвященного изучению предпочтений жителей и гостей города в области рекреации. В статье рассмотрены основные особенности современного формирования, развития и использования территорий отдыха Белгорода. В соответствии с предпочтениями жителей и гостей города проведено ранжирование зон отдыха с точки зрения их рекреационной привлекательности. В ходе исследования были выявлены основные проблемы, которые на сегодняшний день тормозят развитие рекреационных зон города. На основе данных исследования были предложены рекомендации по улучшению зон отдыха города, позволяющие сохранить экологическое равновесие и усовершенствовать экономику в данной сфере.

Ключевые слова: рекреационная зона; экологическое состояние; туристская привлекательность; планировочные решения; рекреационные предпочтения.

Для цитирования: Марциневская Л.В., Соловьев А.Б., Сазонова Н.В. Современная оценка функционирования и экологического состояния рекреационных зон города Белгорода // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 3, 2019, С. 12-21, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-2

UDC 338.48.02

Larisa V. Martsinevskaya¹,
Alexander B. Solovyov²,
Nina V. Sazonova³

**Current assessment of functioning and ecological
state of the recreational zones of the city of Belgorod**

Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

¹e-mail: martsinevskaya@bsu.edu.ru

²e-mail: solovev@bsu.edu.ru

³e-mail: nsazonova@bsu.edu.ru

Abstract. The relevance of the research is determined by the observed differences between the high recreational potential of the city and its lack of implementation in the form of creating urban recreational areas. The scientific problem of the study is to identify the environmental parameters of the development of existing recreational areas of Belgorod, the specifics of their territorial differentiation and demand. The aim of the study is to assess the features of the formation, use and development of recreation areas at the present stage of development of the city, to identify the current specifics of the ecological state of recreational areas of the city of Belgorod, as well as to identify and characterize the recreational preferences of residents. The main sources of information about the condition of recreational zones of Belgorod include the data of Belgorodstat, electronic resources of the city administration, materials of the Department of Architecture of the city of Belgorod, statistical data on the state of natural and socio-economic resources of the city and various studies in these areas. The empirical base of the study also includes the data of sociological research devoted to the study of the preferences of residents and visitors in the field of recreation, conducted by the authors in 2018 and. The article discusses the main features of the modern formation, development and use of recreation areas of Belgorod. According to the preferences of residents and guests of the city, the ranking of recreation areas in terms of their recreational attractiveness was carried out. The study identifies the main problems that currently inhibit the development of recreational areas of the city. In accordance with the data obtained, brief recommendations for the development of urban recreation areas were developed, aimed at preserving the ecological balance and developing the economy in this field of activity.

Key words: recreation area; ecological conditions; tourist attraction; planning decisions; recreation preferences

For citation: Marcinevskaya L. V., Solovyov A. B., Sazonova N. V. (2019). Current assessment of functioning and ecological state of the recreational zones of the city of Belgorod. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5(3), 12-21, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-2

Введение. На территории Белгородской области действуют 8 экологических программ, вносящих свой вклад в развитие ресурсов для отдыха населения, способствующих дополнительному озеленению региона и города и, в частности, отдыху и оздоровлению детей и подростков и сохранению культурных памятников. Концепции этих программ в комплексе способствуют повышению туристско-рекреационного потенциала региона, становлению и комплексному развитию отрасли рекреации и воспитанию у населения потребностей проводить свободное время, используя его для восстановления сил и всестороннего развития личности.

Актуальность темы исследования определяется наблюдающимися противоречиями между высоким рекреационным потенциалом города Белгорода и его недостаточной реализацией в форме создания городских рекреационных зон. Научная проблема исследования состоит в выявлении экологических параметров развития существующих рекреационных зон г. Белгорода, специфики их территориальной дифференциации и востребованности.

Природные и социально-экономические ресурсы Белгорода позволяют создавать городские рекреационные зоны на окраинах города, формируя экологический каркас и реализуя право на отдых жителей многих районов города. Однако несмотря на высокий уровень рекреационного потенциала территории, не все зоны отдыха на территории областного центра обладают сочетанием транспортной доступности, благоустройства и оснащения, чтобы удовлетворить рекреационные потребности жителей.

Цель данной работы – оценить особенности формирования, использования и развития зон отдыха на современном этапе развития города Белгорода, выявить современную специфику экологического состояния рекреационных зон города, а также определить и охарактеризовать рекреационные предпочтения жителей города.

Материалы и методы исследования. Основными источниками сведений о состоянии рекреационных зон Белгорода являлись: данные Белгородстата, электронный ресурс городской администрации, фондовые материалы управления архитектуры и градостроительства г. Белгорода, статистические данные по состоянию природных и социально-экономических ресурсов города и различные исследования в данных областях. Эмпирической базой исследования также стали данные социологического исследования, проведенного авторами в 2018 году и посвященного изучению предпочтений жителей и гостей города в области рекреации.

Результаты исследования и их обсуждение. В современном мире рекреация предстает перед нами в качестве многофункционального явления, поскольку воздействует на здоровье городского жителя, его социальную адаптацию, на экологическое состояние и экономику территории, и другие аспекты жизни человека. Городские рекреационные зоны призваны обеспечивать население разнообразным насыщенным отдыхом без отрыва от работы или учебы и выезда за пределы городского поселения. В связи с вышеизложенным к городским зонам отдыха предъявляют особые требования, направленные на обеспечение качественного отдыха, а именно: живописность, ухоженность, благоустроенность, разнообразие развлекательных, спортивных элементов и т.д. Рекреационные зоны находятся в постоянном развитии и трансформации. Непосредственный облик городских рекреационных зон во многом обусловлен ключевыми природными ресурсами – зелеными насаждениями и водными объектами.

Для оценки особенностей развития рекреационных зон была составлена картограмма «Функциональные зоны современного Белгорода» (рис. 1). Ее анализ позволил выявить диспропорций в структуре функциональных зон и нарушение принципа оптимального соотношения между производственной, селитебной и рекреацион-

ной территориями. В соответствии с нормативами пропорции между зонами должны соотноситься следующим образом: 1:2:3 (Полякова, 2011; Инвестиционный паспорт..., 2019). В настоящее время функци-

ональные зоны составляют соответственно 11,2, 18,9 и 11,4%, т. е. находятся в соотношении: 1:1,7:1. Очевидна явная необходимость увеличения рекреационной территории почти в три раза (Королева, 2018).

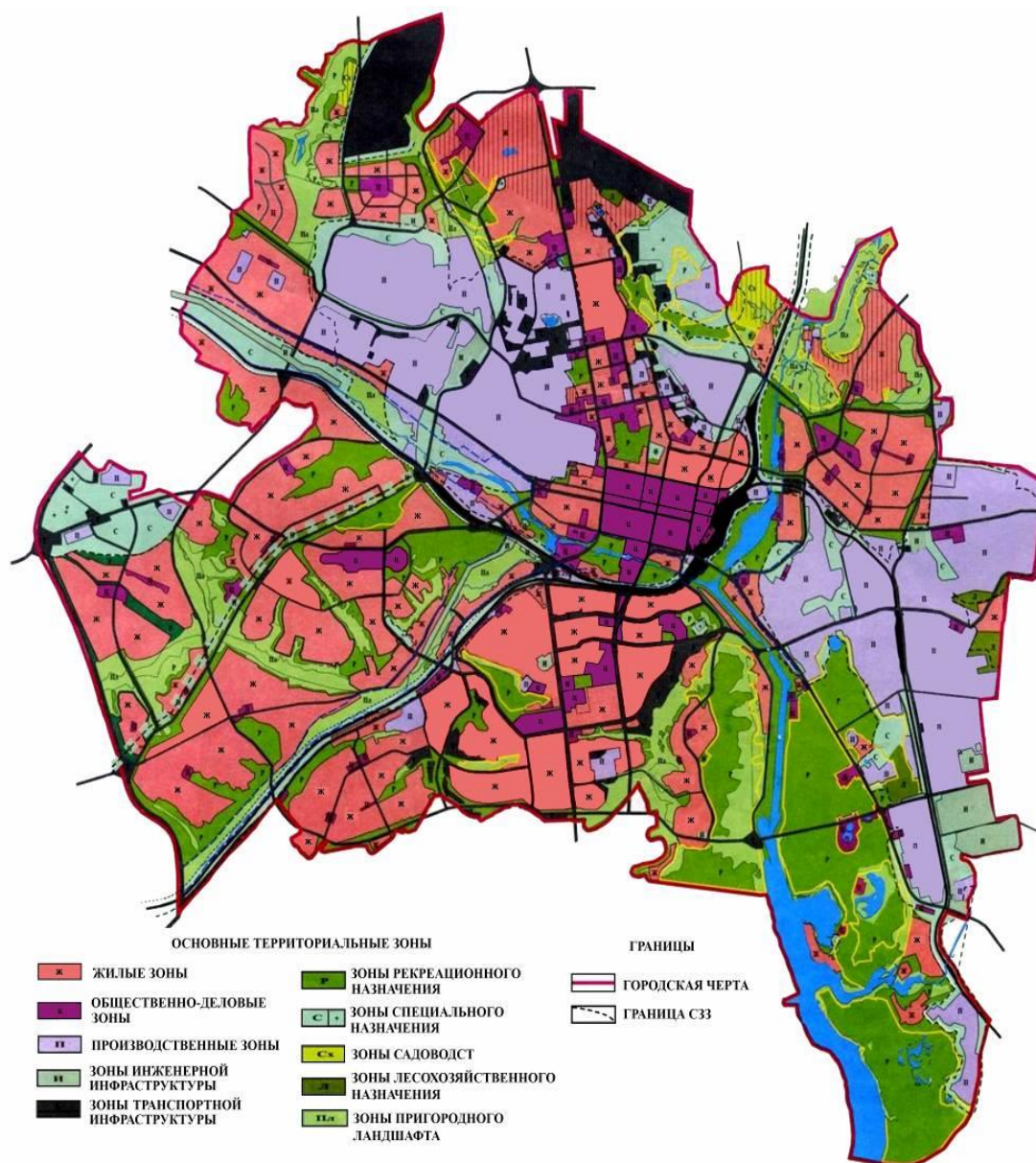


Рис. 1. Территориальные зоны г. Белгорода по основному функциональному назначению

Fig. 1. Territorial zones of Belgorod according to their main functionality

Данная функциональная структура не позволяет гибко реагировать на требования городского транспорта, защищать окружающую среду, в то же время она ограничивает территориальный рост и в случае из-

менения экологической ситуации не позволит поддерживать качество жизни населения на прежнем уровне. При этом парковая растительность и насаждения на берегах водоемов существующих рекреационных

зон постепенно приходят в состояние различной степени деградации и нуждаются в контроле и обновлении.

В зоне воздействия транспорта, рядом с крупнейшими транспортными ветками города – улицей Богдана Хмельницкого и улицей Попова, находится два парка (Буюклян, 2009). На их растительность оказывают угнетающее воздействие транспортные выбросы. На травяной покров и древесно-кустарниковый массив парка Победы оказывают негативное влияние эрозийные процессы в почвах, связанные со стоянием воды после сильных ливней в конце мая – начале июня.

Лесной массив урочища «Сосновка», который к тому же выполняет важную рекультивационную функцию (защита почвы от эрозии и предотвращение песчаных бурь), периодически подвергается вырубке в отдельных частях и находится в постоянной опасности возникновения пожара вследствие нарушения техники безопасности при рекреационной деятельности, разведения костров в запрещенных местах или просто неосторожности отдыхающих (Атлас, 2018).

Водные объекты подвергаются загрязнению – как естественному, за счет цветения и зарастания, так и антропогенному, за счет периодических стоков и сбросов предприятий, неконтролируемого замусоривания водоемов гуляющими и т.д. Практически ежегодно состав воды достигает критической отметки по содержанию опасных для здоровья человека веществ. По инициативе экологов и городской администрации в этот период запрещается купание (Экология..., 2019). В связи с вышеизложенным реки и пруды перестают быть центральными объектами рекреационных зон (например, городского пляжа), поскольку они перестают выполнять меди-

ко-биологическую и экономическую функции.

Необходимо отметить, что истощение природных ресурсов неминуемо приводит к искажению первоначального природного ландшафта территории, снижая ее эстетическую ценность до минимального уровня. Можно предположить, что в результате протекающих процессов за счет уменьшения количества посетителей снижается как антропогенная нагрузка, так и, одновременно, функциональность территории (Петина, 2011; Кочуров, 2003).

На территории города постоянно идет процесс устранения несовершенства планировочной структуры в области рекреации: строятся и благоустраиваются новые рекреационные зоны, идет работа над развитием уже существующих (рис. 2.) (Инвестиционные предложения..., 2019).

Кроме непосредственного состояния элементов рекреационной зоны, существует также проблема их состава. С одной стороны, насыщение территории различными развлекательными, культурными, спортивными элементами повышает ее рекреационный потенциал, делает ее более привлекательной для семейного отдыха или отдыха в большой компании, т.к. появляется ориентированность на удовлетворение самых различных запросов и обеспечение качественного разнородного отдыха. С другой стороны, за счет увеличения количества отдыхающих многократно увеличивается нагрузка на территорию, как на природные, так и на антропогенные ресурсы рекреации, повышается шумовой фон, уровень загрязнения, усиленная эксплуатация приводит к изнашиванию и обветшанию объектов рекреационной зоны (Базовые методические рекомендации..., 2010; Методические рекомендации..., 2009).

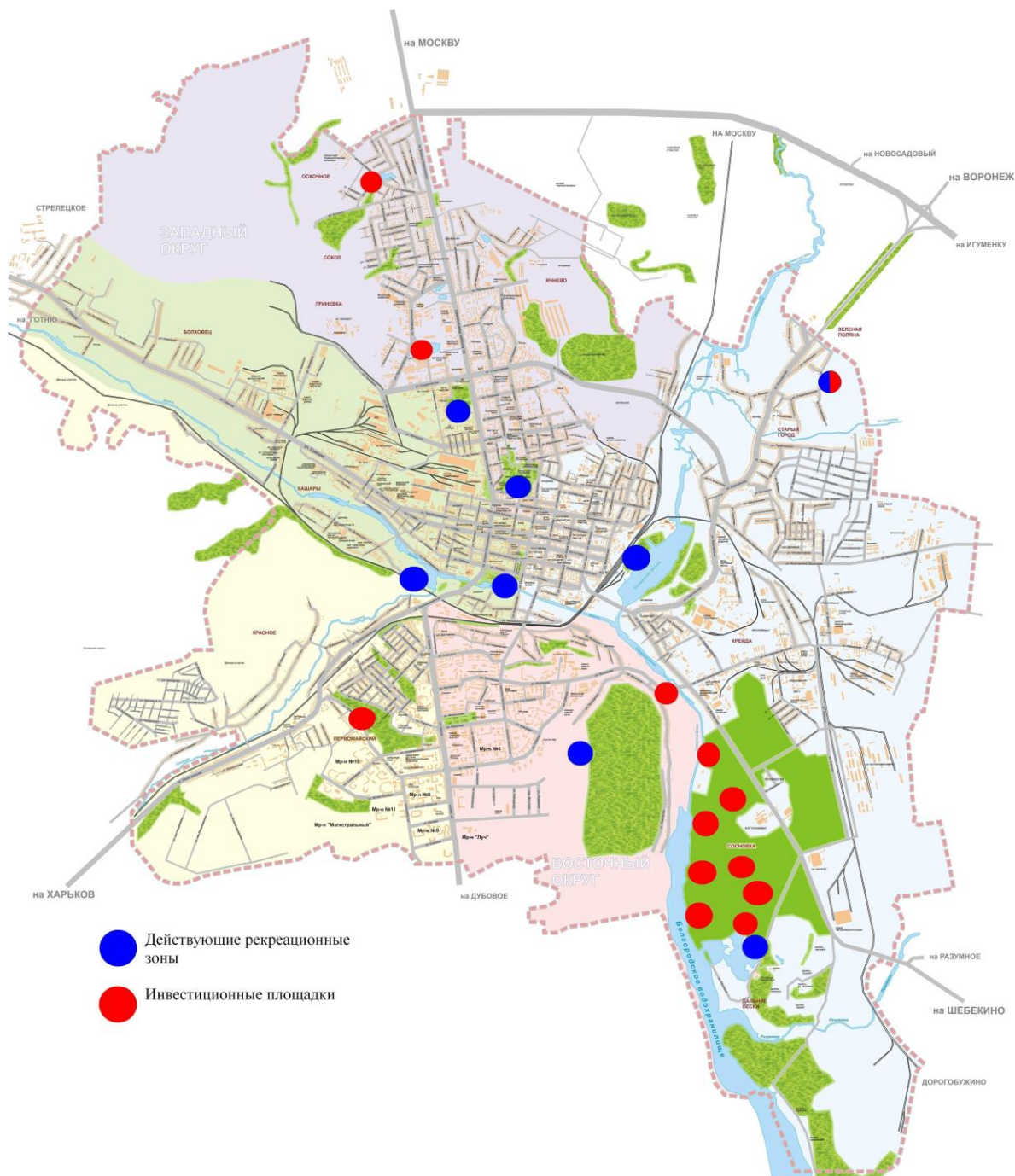


Рис. 2. Территориальное расположение действующих рекреационных зон и инвестиционных площадок на карте города

Fig. 2. Territorial location of the existing recreational areas and investment sites on the map of the city

Мнения респондентов, отобранных методом сплошной выборки, были изучены с помощью анкетирования. Анкеты были переданы респондентам с кратким описанием данного исследования в электронном или печатном виде (Корнилов, 2005).

В ходе исследования было опрошено 652 человека в возрасте от 17 до 67 лет. При проведении исследования мы стремились к тому, чтобы не устанавливать возрастного ограничения, т.к. участники данного анкетирования – наиболее активная

прослойка населения, регулярно посещающая места отдыха.

По мнению респондентов, наиболее популярными зонами отдыха летом являются городской пляж (78,1 %), парк Победы (62,3 %), объекты культурного досуга (53,5 %), отдых в урочище «Сосновка» (51,6 %); далее следуют центральный парк культуры и отдыха им. Ленина (48,3 %), сквер Памяти (31,1%), спортивные объекты (17,4%), пляж на Левобережье (14,5 %), пляж на ул. Дальней (4,6%) и замыкают список санатории-профилактории (2,7 %). Зимой ситуация несколько изменяется: возрастает значимость объектов культурного отдыха (65,7 %) и санаториев-профилакториев (3,4%), понижается востребованность парков (парк Победы –

33,4 %, парк им. Ленина – 17,9 %, сквер Памяти – 13,5 %) и отдыха в Сосновке (7,8 %). Доля жителей, посвящающих досуг спортивным мероприятиям, остается практически неизменной (18,9). Лыжероллерную трассу используют для отдыха 11,3 % человек.

В соответствии с привлекательностью формирующих природных ресурсов респонденты расположили рекреационные зоны в следующей последовательности: урочище «Сосновка» (9,1 балла), парк Победы (8,3 балла), городской пляж (8,1 балла), лыжероллерная трасса (7,3 балла), парк им. Ленина (6,4 балла), Сквер Памяти (6,3 балла), пляж на ул. Дальней (3,5 балла), пляж на Левобережье (2,1 балла) (рис. 3).

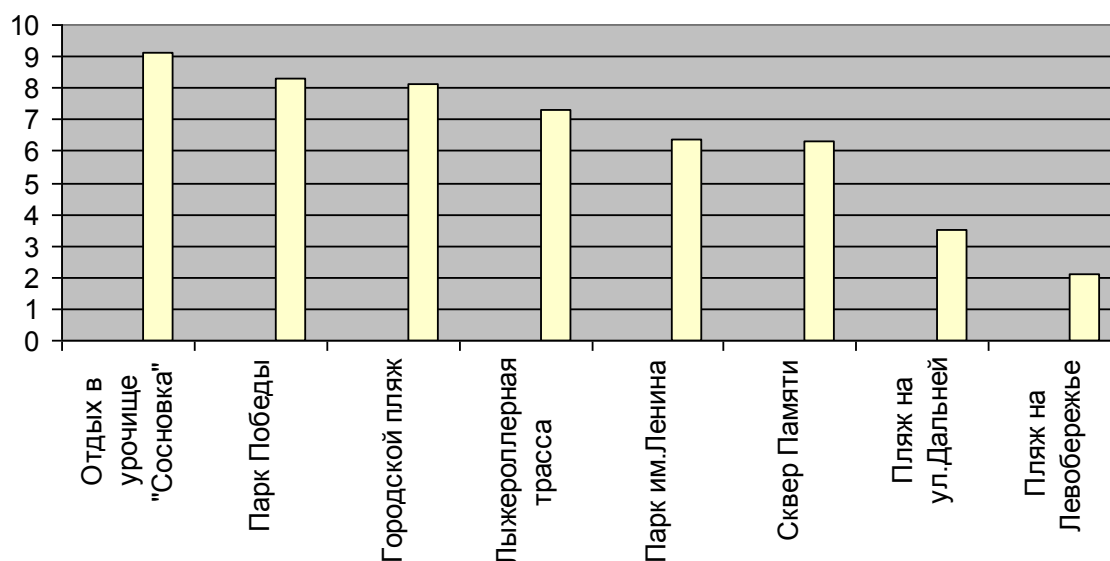


Рис. 3. Оценка природной привлекательности рекреационных зон
Fig.3. Assessment of the natural attractiveness of recreational areas

Оценка развлекательных элементов зон отдыха позволяет расположить их в следующем порядке: парк Победы (9,6 балла), парк им. Ленина (9,2 балла), городской пляж (7,4 балла), урочище «Сосновка» (6,3 балла), лыжероллерная трасса (5,1 балла), сквер Памяти (1,7 балла), пляж на Левобережье (1,4 балла), пляж на ул. Дальней (1,2 балла) (рис. 4).

С точки зрения транспортной доступности исследуемые зоны отдыха получили следующие оценки: парк Победы – 9,8; парк им. Ленина – 9,5; сквер Памяти – 9,1; городской пляж – 8,3; пляж на Левобережье – 5,4; урочище «Сосновка» – 2,5; лыжероллерная трасса – 1,7; пляж на ул. Дальней – 1,2 (рис. 5).

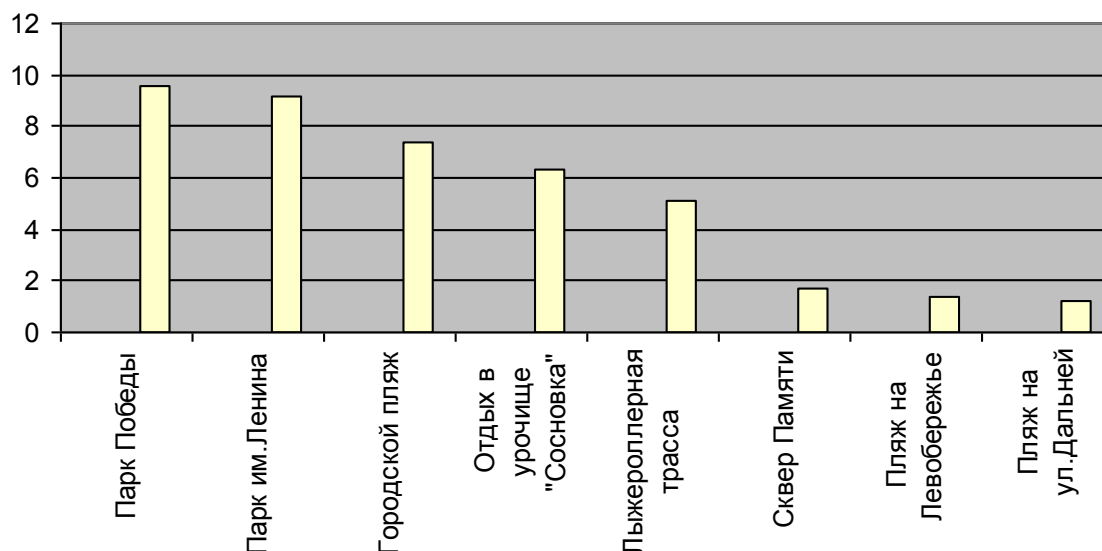


Рис. 4. Оценка развлекательных объектов рекреационных зон (в баллах)
Fig.4 Assessment of entertainment facilities in recreational areas (points)

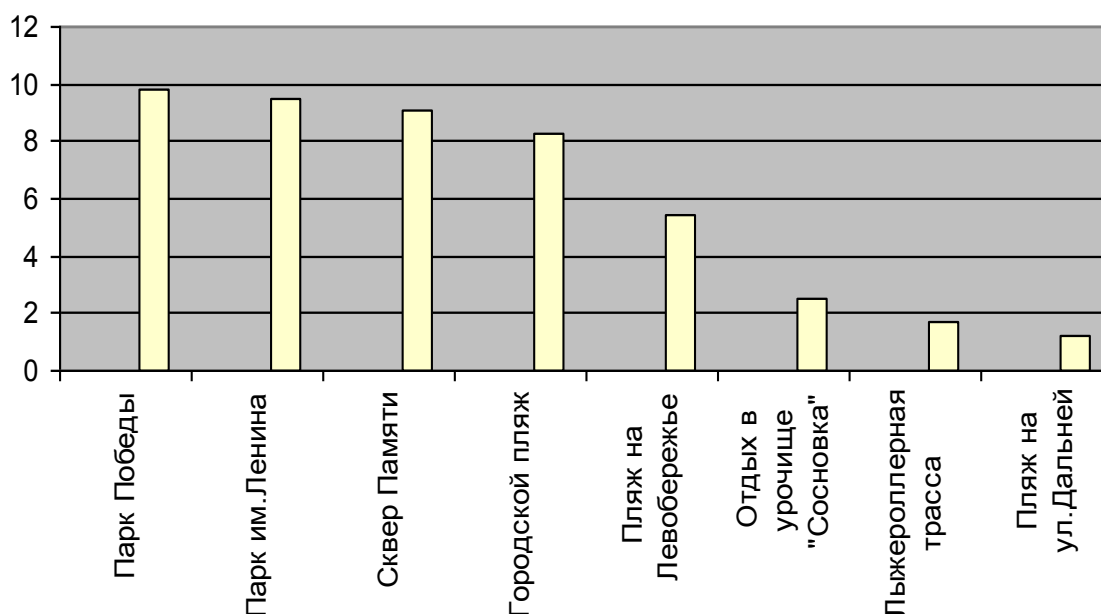


Рис. 5. Оценка транспортной доступности зон отдыха (в баллах)
Fig.5. Assessment of transport accessibility of recreation areas (points)

Городские рекреационные зоны в своем развитии сталкиваются с различного рода препятствиями:

диспропорции в функционально-планировочной структуре города, т.е. малая доля рекреационной зоны;

недостаточность государственного финансирования;

экологическая опасность и истощение природных, в том числе ландшафтных ресурсов;

разрушение объектов инфраструктуры;

транспортная обеспеченность;

рекреационная неудовлетворенность потребностей жителей в пределах одной

зоны;

информационная необеспеченность населения о существующих рекреационных зонах.

Заключение. Изучив природные и социально-экономические факторы Белгорода с точки зрения их влияния на рекреационный потенциал территории, мы пришли к выводу, что Белгород обладает благоприятными природными условиями для развития зон отдыха: равнинно-холмистый рельеф с незначительным балочным расчленением, присутствие на территории водных объектов, видовое разнообразие растительности и благоприятный климат могут способствовать развитию рекреационной системы, представленной различными видами и типами отдыха.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Атлас. Белгородская область: Природа, общество, хозяйство. Белгород: Константа, 2018. – 182 с.

Базовые методические рекомендации для подготовки проектов рекреационных зон в районах Белгородской области. Белгород, 2010. – 45 с.

Буюклян А.А. Экономический потенциал рекреационной зоны // Успехи современного естествознания. URL: www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=4264 (дата обращения: 04.07.2019)

Инвестиционный паспорт Белгорода // Охрана окружающей среды и природопользование. URL: <http://www.beladm.ru/invest/passport/2/> (дата обращения: 06.06.2019)

Инвестиционные предложения, информация об инвестиционных площадках // Администрация города Белгорода (фондовые материалы). URL:

http://www.beladm.ru/invest/info/?PAGEN_1=6 (дата обращения: 04.06.2019)

Корнилов А.Г., Лопина Е.М. Изучение особенностей эстетического восприятия ландшафтов // Региональные и отраслевые географические исследования: сборник статей. СПб.: РГО, 2005. С. 57-60.

Королева И.С., Королев А.С. Процесс урбанизации береговых пространств современного города: на примере Белгородской городской агломерации // Успехи современного естествознания. 2018. № 4. С. 127-132.

Кочуров Б.И. Экодиагностика и сбалансированное развитие. М.-Смоленск: Маджента, 2003. – 384с.

Методические рекомендации по проектированию и обустройству рекреационных территорий в Белгородской области. Белгород, 2009. – 28 с.

Петина В.И., Грайворонская Н.И., Белоусова Л.И. Эколого-геоморфологическая оценка урбанизированных территорий с целью выявления рисков на примере г. Белгорода // Научные ведомости БелГУ. Серия: Естественные науки, 2011. №21. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologo-geomorfologicheskaya-otsenka-urbanizirovannyh-territoriy-s-tselyu-vyyavleniy-riskov-na-primere-g-belgoroda> (дата обращения: 15.06.2019)

Полякова Т.А. Состояние и оценка функционально-планировочной структуры крупного города (на примере г. Белгорода): автореф. дисс. ... канд. геогр. наук. 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география». Краснодар, 2011. – 23 с.

Экология Белгородской области URL: <http://www.dishisvobodno.ru/ekologiya-belgorodskoy-oblasti.html> (дата обращения: 24.07.2019)

References

Atlas. Belgorod oblast: Nature, society, economy (2018), Belgorod, Constanta, 182 p.

Basic guidelines for the preparation of projects of recreational areas in the Belgorod region (2010), Belgorod, 45 p.

Boylan, A. A. "The economic potential of recreational area", *Successes of modern science* [Online], available at: www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=4264 (Accessed 4 July 2019).

Ecology of Belgorod region [Online], available at: <http://www.dishisvobodno.ru/ekologiya-belgorodskoy-oblasti.html> (Accessed 24 July 2019).

Guidelines for the design and arrangement of recreational areas in the Belgorod region (2009), Belgorod, 28 p.

Investment passport of Belgorod, *Environmental Protection and environmental management* [Online], available at: <http://www.beladm.ru/invest/passport/2/> (Accessed 6 June 2019).

Investment proposals, information about investment sites, *Administration of the city of Belgorod (stock materials)* [Online], available at: http://www.beladm.ru/invest/info/?PAGEN_1=6 (Accessed 4 June 2019).

Kochurov, B. I. (2003), *Ecodiagnosics and balanced development*, Moscow-Smolensk, Magenta, 384 p.

Kornilov, A. G. and Lobina, E. M. (2005), "Study of the peculiarities of the aesthetic perception of landscapes", *Regional sectoral and geographical studies: a collection of articles*, SPb., PRO, pp. 57 – 60.

Petin, V. I., Graivoronsky, N. N. and Belyaev, L. V. (2011), Ecological-geomorphological assessment of urban areas with the goal of identify risks on the example of Belgorod, *Bulletin of BSU. Series: Natural Sciences*, V 21 [Online], available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologo-geomorfologicheskaya-otsenka-urbanizirovannyh-territoriy-s-tselyu-vyyavleniy-riskov-na-primereg-belgoroda> (Accessed 15 June 2019).

Polyakova, T. A. (2011), State and assessment of the functional and planning structure of a large city (on the example of Belgorod): autoref. diss. ... cand. geogr. sciences'. 25.00.24 Economic, social, political and recreational geography, Krasnodar, 23 p.

Данные об авторах:

Марциневская Лариса Владимировна, доцент кафедры природопользования и земельного кадастра, к.г.н., доцент

Соловьев Александр Борисович доцент кафедры природопользования и земельного кадастра, к.г.н., доцент

Сазонова Нина Васильевна доцент кафедры природопользования и земельного кадастра, к.г.н., доцент

Information about the authors:

Larisa V. Martsinevskaya, Associate Professor, Department of Nature Management and Land Cadaster, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Alexander B. Solovyov, Associate Professor, Department of Nature Management and Land Cadaster, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Nina V. Sazonova, Associate Professor, Department of Nature Management and Land Cadaster, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-3

Тлеубердинова А. Т.¹
Салауатова Д. М.²

Институциональные условия развития туристской отрасли в Казахстане: анализ результативности государственных программ

¹Университет Туран, ул. Сатпаева, 16а,
г. Алматы 050013, Республика Казахстан
e-mail: tat404@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8762-5932

²Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
ул. Академическая, 9, г. Караганда 100009, Республика Казахстан
e-mail: Di_kz010@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8569-3755

*Статья поступила 03 июля 2019 г.; принята 26 июля 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Аннотация. Для превращения сектора туризма в динамично развивающуюся и высокодоходную отрасль экономики необходимо создание соответствующих институциональных условий: законодательных норм и структур управления, что стало бы основой создания эффективного механизма функционирования отрасли. В статье проведен аналитический обзор институциональной среды развития туризма в Казахстане. Проведен анализ действующего законодательства в сфере туризма и других мероприятий по стимулированию туристского предпринимательства в Казахстане. Основным источником анализа стали законы и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность сферы туризма в Республике Казахстан. В исследовании были применены описательный метод и сравнительный анализ. Областью применения результатов исследования является деятельность субъектов туристской отрасли всех уровней: государства, частного бизнеса, отраслевых организаций, инфраструктурного обеспечения. Результаты исследования помогут использовать огромный туристско-рекреационный потенциал Казахстана путем повышения активности предпринимателей в туризме. Сфера туризма должна стать привлекательной для занятия бизнесом. Все это, в свою очередь, повысит социально-экономическое положение регионов Казахстана.

Ключевые слова: туристская отрасль; Казахстан; институциональные условия; законодательство в сфере туризма; государственные программы.

Для цитирования: Тлеубердинова А. Т., Салауатова Д. М. Институциональные условия развития туристской отрасли в Казахстане: анализ результативности государственных программ // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 3, 2019, С. 22-31, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-3

UDC 338.48

Aizhan T. Tleuberdinova¹
Dinara M. Salauatova²

Institutional conditions for the development of the tourism industry in Kazakhstan: an analysis of the effectiveness of government programs

¹Turan University, 16a Satpayev St., Almaty 050013, Republic of Kazakhstan
e-mail: tat404@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8762-5932

²Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 9 Akademicheskaya St., Karaganda 100009, Republic of Kazakhstan
e-mail: Di_kz010@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8569-3755

Abstract. To turn the tourism sector into a dynamically developing and highly profitable sector of the economy, it is necessary to create the appropriate institutional conditions: legislative norms and governance structures, which would become the basis for creating an effective mechanism for the functioning of the industry. The article provides an analytical review of the institutional environment for tourism development in Kazakhstan. The analysis of the current legislation in the field of tourism and other measures to stimulate tourism entrepreneurship in Kazakhstan is carried out. The main source of analysis was the laws and regulations governing the activities of the tourism sector in the Republic of Kazakhstan. The study used a descriptive method and comparative analysis. The field of application of the research results is the activity of subjects of the tourist industry at all levels: the state, private business, industry organizations, infrastructure support. The research results will help to use the huge tourist and recreational potential of Kazakhstan, by increasing the activity of entrepreneurs in tourism. The tourism industry should be attractive for business. All this in turn will increase the socio-economic situation in the regions of Kazakhstan.

Keywords: tourism industry; Kazakhstan; institutional conditions; tourism legislation; government programs

For citation: Tleuberdinova A. T., Salauatova D. M. (2019). Institutional conditions for the development of the tourism industry in Kazakhstan: an analysis of the effectiveness of government programs. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5(3), 22-31, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-3

Введение. Во многом предпринимательская активность в туризме определяется степенью государственной поддержки этой отрасли, благоприятной институциональной средой и эффективностью реализации государственных программ развития туризма.

Положительная динамика отрасли туризма, а также необходимость увеличе-

ния ее вклада в развитие экономики усиливают необходимость участия различных субъектов государственного, частного и социального секторов в производстве услуг на любом уровне для достижения договоренностей и взаимодополняемости, соотносящихся с возможностями и ресурсами, для достижения синергизма.

Международная практика доказывает, что государственные туристские инсти-

туты на национальном уровне должны играть основополагающую роль. Именно отсутствие такого руководства в подавляющем большинстве случаев затрудняет им возможность играть роль центра сетей государственной политики, способного формулировать и координировать платформы для анализа, ведения обсуждений по проблемам, влияющим на результаты функционирования туристской отрасли.

Координацию процессов реализации программ развития сектора туризма на национальном уровне осуществляет Министерство культуры и спорта Республики Казахстан, на региональном – отделы туризма при Управлении предпринимательства. Как мы видим, на местном уровне такие структуры отсутствуют и зачастую деятельность местных органов управления носит формальный характер. Таким образом, производители туристских услуг создают коммерческие предложения независимо от деятельности местных органов власти. Это приводит к тому, что цели развития туризма и цели социально-экономического развития районов не согласуются, разработанные программы не всегда реалистичны и не учитывают всего туристского потенциала республики. Ситуация усугубляется отсутствием

тщательно проработанной и всесторонней законодательной базы рынка туристских услуг, неэффективными стратегиями взаимодействия участников туристского комплекса, отсутствием должной поддержки и стимулов развития малого и среднего бизнеса в туристском секторе, современным состоянием инфраструктуры туризма.

Целью работы стало проведение анализа институциональных условий развития туристской отрасли и результативности государственных программ, направленных на развитие туристской отрасли в Казахстане.

Материалы и методы исследования. Основным источником анализа стали законы и нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность в целом и, в частности, сферы туризма в Республике Казахстан. В исследовании были применены описательный метод и сравнительный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Условия институциональной среды предпринимателей отрасли туризма регламентируются соответствующими законами и нормативно-правовыми актами (табл. 1).

Таблица 1

Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность сферы туризма в Республике Казахстан

Table 1

Analysis of regulatory acts governing the activities of the tourism sector in the Republic of Kazakhstan

Наименование	Краткое описание
Закон Республики Казахстан от 2 июля 1992 года №1488-ХІІ «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия» (http://kodeksy-kz.com/ka/ob_ohpane_obektov_istopiko-kultupnogo_naslediya.htm)	Определяет цели, задачи и правовые основы в области охраны и использования объектов историко-культурного наследия
Постановление Правительства Республики Казахстан от 9 апреля 1998 года №311	Устанавливает приоритеты деятельности гражданской авиации: доведение страте-

Наименование	Краткое описание
«О мерах по стабилизации деятельности гражданской авиации Республики Казахстан» (https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1009087#pos=0;0)	гически важных аэропортов до уровня международных стандартов; эффективное использование воздушного пространства; создание полномочной и повышение уровня менеджмента авиационной администрации; обеспечение занятости высококвалифицированных кадров; диверсификация и развитие сферы услуг; создание достаточной законодательной базы для развития рынка авиаперевозок.
Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 ноября 1998 года №1200 «О мерах по дальнейшему развитию отрасли гражданской авиации Республики Казахстан» (https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_republiki_kazahstan_premier_ministr_rk/tpa_nspopt/id-P980001200_/)	Определены направления дальнейшего развития рынка авиационных услуг и повышения конкурентоспособности авиаперевозчиков Республики Казахстан на международных авиалиниях, обеспечения безопасности полетов и совершенствования нормативной и правовой базы, регулирующей авиаперевозки в Республике Казахстан, и порядок осуществления зарубежных рейсов
Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года №211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1023618)	Установлены экономические, правовые, социальные, организационные основы туристской деятельности как одной из отраслей экономики Республики Казахстан
Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года №175 «Об особо охраняемых природных территориях» (http://kodeksy-kz.com/ka/ob_osobo_ohranyaemyh_prirodn_yh_territoriyah.htm)	Осуществлена регламентация общественных отношений по созданию, расширению, восстановлению, охране, устойчивому использованию и управлению особо охраняемыми природными территориями и объектами государственного природно-заповедного фонда
Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года» (https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_republiki_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/)	Создана единая институциональная, методологическая, организационная основа формирования конкурентоспособной туристской отрасли Республики Казахстан, включая основные принципы и подходы по ее реализации

Анализируя представленные в таблице данные, мы видим, что на законодательном уровне определены лишь вопросы организационной поддержки. По нашему мнению, государственное регулирование по созданию благоприятных условий для развития

предпринимательства в сфере туризма должно осуществляться и в областях:

- полное или частичное покрытие затрат на развитие туристских предложений;
- льготное кредитование и налогообложение;

- финансирование научных исследований и разработок, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма.

Законодательство в сфере туризма представлено законом РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан», правилами лицензирования туристской деятельности. Закон РК «О туристской деятель-

ности в Республике Казахстан» определяет экономические, правовые, социальные и организационные основы туристской деятельности как одной из отраслей экономики Республики Казахстан. В законе определены основные принципы государственного регулирования туристской деятельности в Республике Казахстан (рис. 1).

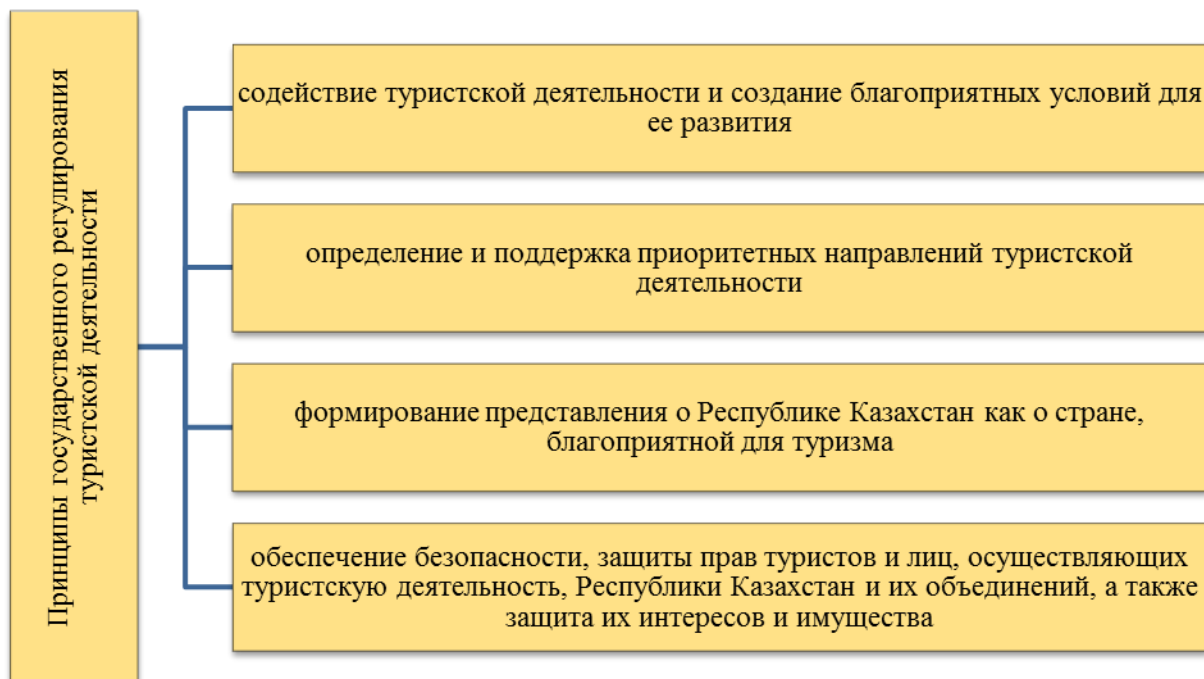


Рис. 1. Основные принципы государственного регулирования туристской деятельности в Республике Казахстан

Fig. 1. The basic principles of state regulation of tourism in the Republic of Kazakhstan

В законе РК «О лицензировании» определены порядок, условия выдачи и учета государственных лицензий на право осуществления туристской деятельности.

В Казахстане налогообложение физических и юридических лиц, предоставляющих туристские услуги, осуществляется в соответствии с налоговым законодательством (О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс). Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года № 120-VI ЗРК). В сфере туризма рекомендуется организовывать

индивидуальное предпринимательство с применением специального налогового режима на основе упрощенной декларации. При упрощенном режиме налогообложения сумма корпоративного подоходного налога и социального налога в совокупности составляет 3% от суммы дохода без учета понесенных расходов.

В мировой и отечественной практике сложились и успешно функционируют основные институты, непосредственно или косвенно занимающиеся проблемами развития туризма (табл. 2).

Таблица 2

Отраслевые институты развития туристского сектора

Table 2

Sectoral institutions for the development of the tourism sector

Мировые (международные)	Отечественные (национальные)
Всемирная туристская организация (ЮНВТО или UNWTO)	Казахстанская туристская ассоциация (КТА)
Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (ФУААВ или FUAAB)	Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов (КАГиР)
Международная Ассоциация воздушного транспорта (ИАТА или IATA)	Ассоциация по развитию внутреннего туризма в Казахстане «Менің елім»
Международная организация гражданской авиации (МОГА или ICAO)	Корпоративный фонд «Туристік Қамқор»
Международная гостиничная и ресторанный ассоциацию (IH&RA)	Национальная компания «Казах туризм»

На современном этапе государственная поддержка предпринимательской деятельности в Республике Казахстан регламентируется Предпринимательским кодексом РК, а также отдельными законодательными актами, такими как Налоговый кодекс Республики Казахстан, Закон Республики Казахстан «О специальных экономических зонах», Закон Республики Ка-

захстан «О государственно-частном партнерстве». Государственная поддержка, предусматривающая комплекс государственных мер по стимулированию развития частного предпринимательства, созданию благоприятных экономических и правовых условий для реализации предпринимательской инициативы включает несколько видов (рис. 2).

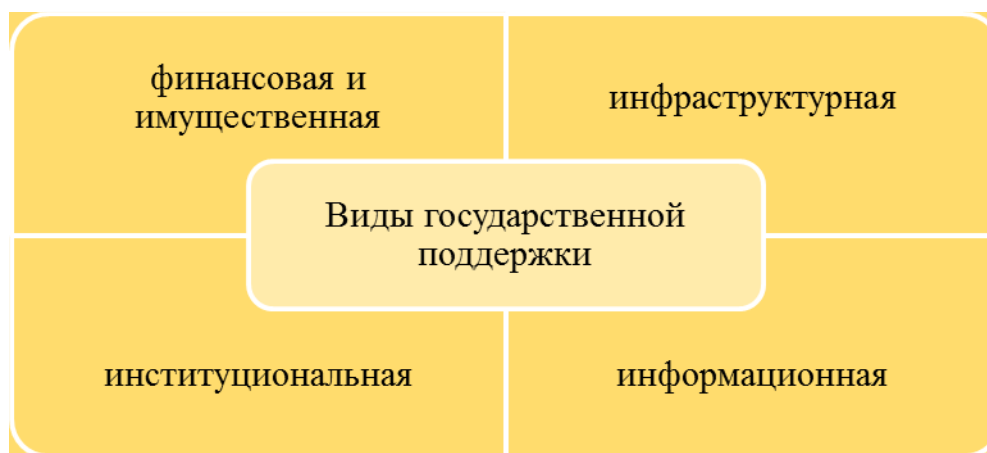


Рис. 2. Основные виды государственной поддержки предпринимателей в Республике Казахстан

Fig. 2. The main types of state support for entrepreneurs in the Republic of Kazakhstan

Следует отметить, что туристская отрасль не выделена как отдельное направ-

ление государственной поддержки. В связи с этим, субъекты туристской деятельности

могут получать поддержку от государства только в рамках мер, предусмотренных для субъектов малого и среднего бизнеса в целом, специальных экономических зон и инвестиционной деятельности. Считаем необходимым включить туризм в список направлений государственной поддержки частного предпринимательства в статье 92 Предпринимательского кодекса РК.

Повышению эффективности деятельности отечественных институтов туризма будет способствовать разработанная в

2016 году государственная программа «Стратегический план Министерства культуры и спорта Республики Казахстан на 2017-2021 годы». Развитие конкурентоспособной туристской индустрии будет осуществляться согласно Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года. Данные документы предусматривают реализацию ряда мер, направленных на достижение приоритетных задач (рис. 3).

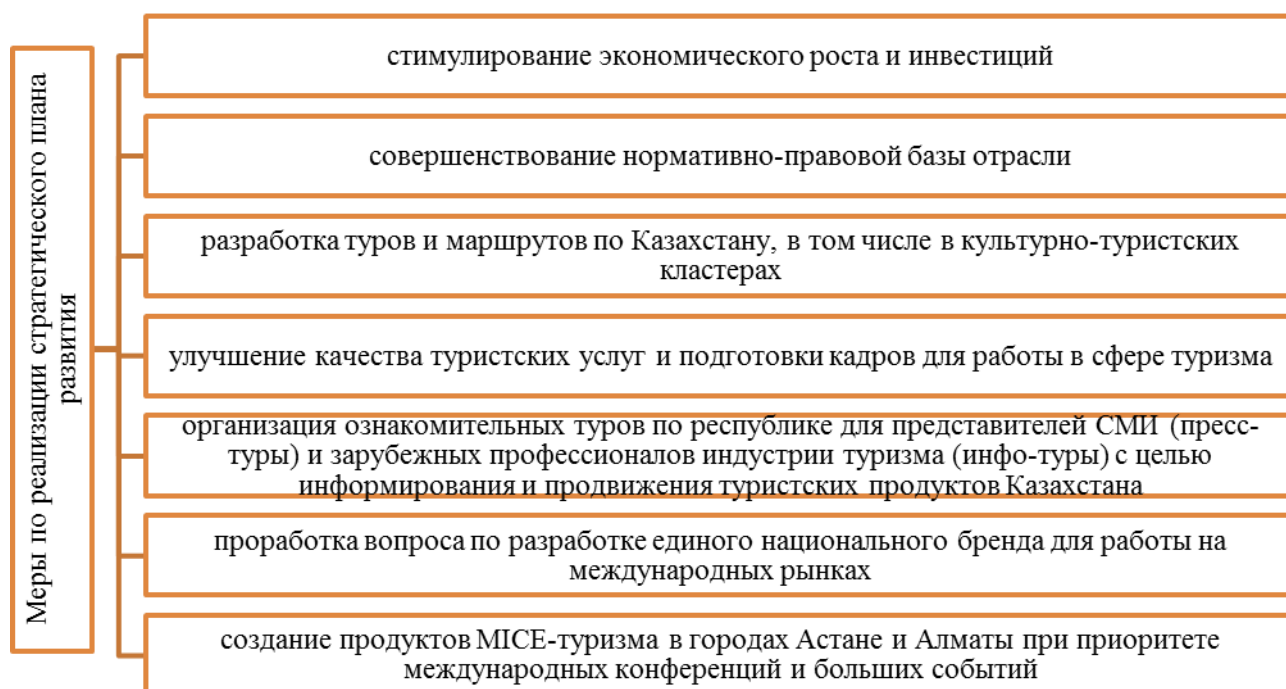


Рис. 3. Мероприятия по реализации стратегического плана развития туристской отрасли

Fig. 3. Activities for the implementation of the strategic plan for the development of the tourism industry

Приоритетным направлением в сфере туристской деятельности является формирование конкурентоспособной туристской индустрии, развитие культурно-туристских кластеров с интеграцией историко-культурного ландшафта страны в инфраструктурные проекты и содействие

созданию профессиональной системы управления отраслью. В таблице 3 приведены данные для анализа результативности государственной программы «Стратегический план Министерства культуры и спорта Республики Казахстан на 2017-2021 годы» по целевым индикаторам.

Таблица 3

Стратегические направления, цели и целевые индикаторы

Table 3

Strategic directions, goals and target indicators

Целевой индикатор	Ед. изм.	Отчет чет-ный год, 2015	План (факт.)					
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
Стратегическое направление 1. Развитие единого культурного пространства страны, формирование конкурентоспособной туристской индустрии, совершенствование архивного дела								
Цель 1.2. Формирование конкурентоспособной туристской индустрии								
Увеличение обслуженных посетителей местами размещения по внутреннему туризму (резиденты) в сравнении с предыдущим годом	% к предыдущему году	100,0	104,9 (104,4↓)	145,5 (123,4↓)	78,7	107,3	108,2	107,7
Увеличение обслуженных посетителей местами размещения по въездному туризму (нерезиденты) в сравнении с предыдущим годом	% к предыдущему году	100,0	102,0 (112,4↑)	156,4 (125,5↓)	73,7	106,2	107,0	106,6

Анализ результативности целевых индикаторов стратегического направления «Формирование конкурентоспособной туристской индустрии» выявил отклонения от плана, причем как положительные, так и отрицательные. В целом по показателям внутреннего и въездного потока в стране наблюдается положительная динамика, тем не менее, рост не достигает поставленных в стратегическом плане целей.

Заключение. Проведенное исследование показало, что благоприятная предпринимательская среда, в том числе актив-

ная поддержка государства в Казахстане способствуют развитию бизнеса. Однако предприниматели не выбирают сферу туризма для занятия бизнесом вследствие непонимания потенциала развития отрасли. Сфера туризма находится в числе перспективных 16 направлений по льготному кредитованию, субсидированию. Однако, по нашему мнению, необходима более активная поддержка аналогично той, которую оказывают, например, аграрному сектору такие специализированные институты, как АО «Фонд финансовой поддержки

сельского хозяйства», АО «Аграрная Кредитная Корпорация», АО «КазАгроФинанс», АО «КазАгроГарант»; специализированные программы финансирования «Сыбага», «Агробизнес 2020» и др.

Таким образом, для становления сектора туризма как динамично развивающейся отрасли экономики необходимо создание благоприятных институциональных условий: законодательных норм и структур управления.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Закон Республики Казахстан от 2 июля 1992 года №1488-ХІІ «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия». URL: http://kodeksy-kz.com/ka/ob_ohpane_obektov_istopiko-kulturnogo_naslediya.htm (дата обращения: 29.06.2019).

Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года №211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан». URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1023618 (дата обращения: 29.06.2019).

Закон Республики Казахстан от 11 января 2007 года № 214-ІІІ «О лицензировании» (с изменениями и дополнениями). URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30087221 (дата обращения: 29.06.2019).

Закон Республики Казахстан от 31 октября 2015 года № 379-V «О государственно-частном партнерстве» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.04.2019 г.). URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37704720 (дата обращения: 29.06.2019).

Закон Республики Казахстан от 3 апреля 2019 года № 242-VІ «О специальных экономических и промышленных зонах». URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=36402496 (дата обращения: 29.06.2019).

О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс). Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года

№ 120-VІ ЗПК. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120> (дата обращения: 09.06.2019).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 9 апреля 1998 года №311 «О мерах по стабилизации деятельности гражданской авиации Республики Казахстан». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1009087#pos=0;0 (дата обращения: 09.06.2019).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 ноября 1998 года №1200 «О мерах по дальнейшему развитию отрасли гражданской авиации Республики Казахстан». URL: https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respublik_i_kazahstan_premier_ministr_rk/tpanspopt/id-P980001200/ (дата обращения: 09.06.2019).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года». URL: https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respublik_i_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/ (дата обращения: 09.06.2019).

Предпринимательский кодекс Республики Казахстан. Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗПК. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375> (дата обращения: 09.06.2019).

Стратегический план Министерства культуры и спорта Республики Казахстан на 2017-2021 годы (с учетом внесенных изменений и дополнений приказами от 17.03.2017 г. № 78, 12.12.2017 г. № 332, 29.12.2017 г. № 360, 25.05.2018 г. № 116, 24.08.2018 г. №221, 28.10.2018 г. №336, 26.12.2018 г. №382, 28.12.2018 г. №386, 29.12.2018 г. №392, 13.05.2019 г. №134). Туризм Казахстана 2013-2017. Статистический сборник. Астана 2018 г. URL:

https://www.mks.gov.kz/rus/deyatelnost/strategicheskii_plan/, <http://www.kaztour-association.com/>, <http://kagir.kz/>, <https://assotsiatsiya-po-razvitiyu-vnutrennego-turizma-v.satu.kz/>, <http://atameken.kz/kk/>, <https://kapital.kz/gosudarstvo/61558/v-kazahstane-sozdana-nackompaniya-kazah-turizm.html>, <http://www.fondkamkor.kz/index.html>, <https://damu.kz/> (дата обращения: 09.06.2019).

References

On taxes and other obligatory payments to the budget (Tax Code). Code of the Republic of Kazakhstan dated December 25, 2017, no. 120-VI, [Online], available at: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120> (Accessed 09 June 2019).

Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated April 9, 1998, no. 311 "On measures to stabilize the activities of civil aviation of the Republic of Kazakhstan", [Online], available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1009087#pos=0;0 (Accessed 09 June 2019).

Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated November 27, 1998, no. 1200 "On measures for the further development of the civil aviation industry of the Republic of Kazakhstan", [Online], available at: https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respublik_i_kazahstan_premier_ministr_rk/tpanspopt/id-P980001200/ (Accessed 09 June 2019).

Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated June 30, 2017, no. 406 "On approval of the Concept for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan until 2023", [Online], available at: https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respublik_i_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/ (Accessed 09 June 2019).

Entrepreneurial Code of the Republic of Kazakhstan. Code of the Republic of Kazakhstan dated October 29, 2015, no. 375-V, [Online], available at: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375> (Accessed 09 June 2019).

The strategic plan of the Ministry of Culture and Sports of the Republic of Kazakhstan for 2017-2021 (taking into account the amendments and additions to the orders of March 17, 2017, no. 78, December 12, 2017, no. 332, December 12, 2017, no. 360, 05.25.2018, no. 116, 08.24.2018, no. 221, 10.28.2018, no. 336, 12.26.2018, no. 382, 12.28.2018, no. 386, 12.29.2018, no. 392, 05.13.2019, no. 134, Tourism of Kazakhstan 2013-2017, Statistical Digest, Astana 2018, [Online], available at: https://www.mks.gov.kz/rus/deyatelnost/strategicheskiy_plan/

<http://www.kaztour-association.com/>
<http://kagir.kz/> <https://assotsiatsiya-po-razvitiyu-vnutrennego-turizma-v.satu.kz/>
<http://atameken.kz/kk/>

<https://kapital.kz/gosudarstvo/61558/v-kazahstane-sozdana-nackompaniya-kazah-turizm.html>

<http://www.fondkamkor.kz/index.html>

<https://damu.kz/> (Accessed 09 June 2019).

The Law of the Republic of Kazakhstan dated July 2, 1992, no. 1488-XII "On the Protection and Use of Historical and Cultural Heritage Sites", [Online], available at: http://kodeksy-kz.com/ka/ob_ohpane_obektov_istopiko-kultupnogo_naslediya.htm (Accessed 29 June 2019).

The Law of the Republic of Kazakhstan dated June 13, 2001, no. 211 "On tourist activities in the Republic of Kazakhstan", [Online], available at: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1023618 (Accessed 29 June 2019).

The Law of the Republic of Kazakhstan dated January 11, 2007 No. 214-III "On Licensing" (as amended), [Online], available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30087221 (Accessed 29 June 2019).

The Law of the Republic of Kazakhstan dated October 31, 2015, no. 379-V "On Public-Private Partnership" (as amended on April 3, 2019), [Online], available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37704720 (Accessed 29 June 2019).

The Law of the Republic of Kazakhstan dated April 3, 2019, no. 242-VI "On Special Economic and Industrial Zones", [Online], available at: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=36402496 (Accessed 29 June 2019).

Данные об авторах

Тлеубердинова Айжан Тохтаровна, профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика», доктор экономических наук
Салауатова Динара Муслимовна, магистр наук, докторант PhD 3 курса

Information about the authors

Tleuberdinova Aizhan Tokhtarovna, Professor, Head of Department of Marketing and Logistics, Doctor of Economic Sciences
Salauatova Dinara Muslimovna, Master of Sciences, 3-d-year PhD Doctoral Student

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALITY IN SERVICE ACTIVITIES

Оригинальная статья
Original article

УДК 331.108.24

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-4

Нежелченко Е. В.^{1а}
Ясенюк С. Н.^{1б}
Яковенко Н. Ю.^{2с}

**Проблемы текучести кадров и пути ее снижения
в индустрии гостеприимства**

¹Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
ул. Победы, 85, г. Белгород 308015, Россия

²ФГБОУ ВО «Белгородский государственный аграрный университет
имени В.Я. Горина», ул. Вавилова, 1, Белгородская область,
Белгородский район, п. Майский 308503, Россия

^аe-mail: nejelchenko@mail.ru

^бe-mail: yasenok@bsu.edu.ru

^сe-mail: nata.jackovencko2010@yandex.ru

*Статья поступила 24 июля 2019 г.; принята 04 сентября 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Аннотация. Текучесть является непрерывным процессом, в рамках которого меняется кадровый состав организации. При этом существуют определенные факторы, оказывающие влияние на данный процесс – психологические, экономические, социальные и др. Верная, разносторонняя оценка текучести кадров может быть дана лишь после того, как будут изучены ее последствия и социально-экономическое содержание рассматриваемого процесса. Все сотрудники ждут от организации максимально возможного удовлетворения собственных потребностей, что непосредственно зависит от организации. В случае, когда удовлетворения потребностей не происходит, или потребности удовлетворяются не полностью, работник принимает решение по поводу смены места работы. Текучесть кадров в гостиничной индустрии является, с одной стороны, процессом естественным, а с другой – неорганизованным движением персонала, позволяющим работникам реализовать экономические интересы и потребности, позволяющим оценивать степень удовлетворения потребностей и интересов работников в конкретной организации. Ранее текучесть кадров трактовалась в качестве формы, в которой реализуется перераспределение рабочей силы, не являющейся желательной в экономическом отношении, в силу ее неорганизованности, сопутствующих ей значительных экономических потерь как для работников, предприятий, так и для всего общества, тогда как в современный период спрос на управленцев среднего и высшего уровней в гостиничном секторе превышает предложение и, соответственно, меняет подход к определению те-

кучести кадров. Значительное число исследователей сегодня рассматривают процесс текучести в новом качестве. Становление экономики рыночного типа обусловило существенные изменения содержания текучести кадров.

Ключевые слова: текучесть кадров, кадровая политика, гостиничный сектор, мотивация персонала

Для цитирования: Нежелченко Е.В., Ясенюк С.Н., Яковенко Н.Ю. Проблемы текучести кадров и пути ее снижения в индустрии гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 2, 2019, С. 32-41, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-4

UDC 331.108.24

Elena V. Negelchenko^{1a}
Svetlana N. Yasenok^{1b}
Natal'ya Yu. Yakovenko^{2c}

Problems of staff turnover and ways to reduce it
in the hospitality industry

¹Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St.,
Belgorod 308015, Russia

²Belgorod State Agrarian University named after V. Ya. Gorin, 1 Vavilov St.,
Belgorod region, Belgorod district, Maisky 308503, Russia

^ae-mail: nejelchenko@mail.ru

^be-mail: yasenok@bsu.edu.ru

^ce-mail: nata.jackovencko2010@yandex.ru

Abstract. Staff turnover is a continuous process in which the staff of an organization changes. At the same time, there are certain factors that influence this process: psychological, economic, social, etc. A true, comprehensive assessment of staff turnover can be made only after its consequences and the socio-economic content of the process under consideration have been studied. All staff members expect the organization to meet their own needs, which are directly dependent on the organization, as much as possible. In the case where the needs are not met, or the needs are not fully met, the employee decides on the change of place of work. Staff turnover in the hotel industry is, on the one hand, a natural process, and on the other hand, an unorganized movement of personnel, allowing employees to realize economic interests and needs, allowing to assess the degree of satisfaction of the needs and interests of employees in a particular organization. Previously, turnover was interpreted as a form in which the redistribution of labor is implemented that is not desirable in economic terms, due to its disorganization, associated significant economic losses for workers, enterprises and the whole society, whereas today, the demand for middle and senior managers in the hotel sector exceeds supply and, accordingly, changes the approach to determining staff turnover. A significant number of researchers today consider the process of staff turnover in a new capacity. The formation of a market-type economy has led to significant changes in the content of staff turnover.

Keywords: staff turnover; personnel policy; hotel sector; staff motivation

For citation: Negelchenko E. V., Yasenok S. N., Yakovenko N. Yu. (2019). Problems of staff turnover and ways to reduce it in the hospitality industry. Research Result.

Business and Service Technologies, 5(2), 32-41, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-4

Введение. Специалисты в сфере гостиничного бизнеса отмечают существование связи процесса текучести кадров с конкурентоспособностью в рамках внутреннего рынка труда. Основная цель предприятий гостиничного сектора в условиях рыночной экономики состоит в том, чтобы получать прибыль, являющуюся средством, позволяющим формировать и развивать экономический прогресс, создавать материальные предпосылки для социального обеспечения персонала. В рыночной экономике работодатели стремятся повышать эффективность труда, минимизируя использование капитала и ресурсов. Работодатели и общество в целом не имеют возможности удовлетворять весь комплекс запросов и потребностей в труде каждого человека. В этой связи цель распределения кадров по рабочим местам состоит, в первую очередь, в том, чтобы формировать конкурентоспособность персонала, позволяющую удовлетворять потребности рынка с минимально возможными затратами. Способность персонала обеспечивать результаты трудовой деятельности, представляющие собой вклад в достижение целей предприятия, наиболее результативными способами рассматривается в качестве конкурентоспособности персонала организации.

Цель данной работы – на основе анализа научных исследований выявить различные подходы к пониманию роли текучести кадров на предприятиях гостиничной индустрии и обосновать мероприятия, ориентированные на снижение текучести кадров.

Материалы и методы исследования. При написании данной работы использовались аналитические материалы предприятий гостиничного бизнеса, материалы различных информационных агентств, а также результаты эмпирических исследований, проведенных автором

ми: результаты опроса (анкетирования) сотрудников предприятий гостиничного бизнеса по проблеме исследования, результаты экспертного опроса.

Результаты исследования и их обсуждение. В научных публикациях понятия текучести кадров, представленные с позиции разных авторов, рассматриваются в качестве идентичных, что в значительной мере обусловлено тем, что единое понимание сущности данного понятийно-терминологического аппарата не выработано. Несмотря на то, что используются различные понятия, их сущность трактуется практически одинаково. Исследователи в основном при формулировании дефиниции текучести кадров также не уделяют должного внимания источнику ее возникновения.

В настоящий период к определяющим стратегическим факторам успеха деятельности любой организации можно отнести контролируемую текучесть персонала (Авдеев, 2005). Здесь могут иметь место различные варианты развития событий, касающихся вытеснения неконкурентоспособных работников, например:

- сотрудников с низкой производительностью труда и работоспособностью;
- сотрудников с морально устаревшим профессионально-квалификационным уровнем;
- работников со слабо сформированными мотивационными установками и т.д. (Егоршин, 2011).

И, наоборот, присутствие в организации фактора текучести кадров влечет за собой открытие возможностей для кадровых перестановок и карьерного роста лучших сотрудников, которые позволяют организации получить весомое конкурентное преимущество на рынке (Корнеевец, 2011).

Элементом указанной конкурентоспособности является способность работника удовлетворять рыночную потребность в труде. Данная способность имену-

ется конкурентоспособностью работника. Для обеспечения эффективности каждого работника требуется осуществлять развитие корпоративных компетенций персонала, добиваться роста его конкурентоспособности, прогнозируя возможные изменения внешней среды (Гварлиани, 2018). Таким образом, для роста конкурентоспособности персонала требуется, чтобы рост конкурентоспособности трудовых ресурсов в рамках конкретной бизнес-единицы происходил более быстрыми темпами в сравнении с ее ростом в рамках региона и страны.

Если организация функционирует эффективно и обеспечивает для работников возможность развивать свои профессиональные навыки, конкурентоспособность персонала в структурном отношении меняется незначительно. В этом случае уровень текучести не превышает нормального (Грудина, 2007). При этом возможно изменение баланса в данной системе в связи с влиянием значительного числа факторов (действий со стороны работодателей, социально-экономического и научно-технического прогресса, роста жизненных запросов и развития личности, воспроизводства трудовых ресурсов, изменения рыночной потребности в услугах, товарах, и др.), следствием чего является активизация процессов текучести (Аверин, 2007).

Соответственно, в условиях рынка меняется содержание текучести. Текучесть выступает в качестве движения рабочей силы, не являющегося контролируемым и организованным. Причины данного движения состоят в том, что происходит изменение баланса конкурентоспособности отдельных работников и персонала гостиничного сектора в целом. Социально-экономическое содержание текучести изменяется в силу того, что в рыночных условиях расширяется спектр причин увольнений, являющихся неорганизованными, непланируемыми и неконтролируемыми (Яковенко, 2015; Яковец, 2012).

Текучесть кадров, если ее параметры

являются приемлемыми, является явлением, естественным для организации. Если же уровень текучести является избыточным, это оказывает негативное влияние на деятельность организации, в особенности, если из организации уходят сотрудники с высокой квалификацией.

В любой организации, и гостиничный сектор не исключение, текучесть кадров является неизбежной. И даже тогда, когда ее количественные параметры не превышают значений, определенных руководством, текучесть сопровождается потерями для предприятия, так как в работников были вложены определенные временные и финансовые ресурсы. Организация при уходе работника вынуждена расходовать ресурсы для поиска, отбора и найма нового работника, который должен будет пройти период адаптации (в течение которого производительность труда нового работника будет ниже потенциальной). Существенно более ощутимыми потерями может сопровождаться уход работника в конкурирующую компанию. В этом случае у конкурента появится опытный работник, который прошел обучение и имеет знания о компании, которую он покинул.

Текучесть вызывает последствия, которые могут рассматриваться как в качественном, так и в количественном отношении. Для того чтобы оценить качественный аспект текучести, необходимо выявить, каковы мотивы и причины текучести. Следует различать мотивы, условия и факторы текучести. Факторы представлены вызывающими текучесть общими причинами. В качестве условий выступают обстоятельства, которые способствуют текучести, или тормозят ее.

Как полагают отдельные авторы, высокие показатели текучести персонала в организации могут быть обусловлены просчетами в стратегии управления персоналом (Слинкова, 2015). Выделяют следующие группы причин, обуславливающих повышенную текучесть кадров. Первая представлена просчетами в стратегии управления персоналом, вторая – ошибоч-

ной стратегией подбора персонала. Соответственно, текучесть является следствием несовпадения между интересами отдельных сотрудников и интересами предприятия (Ясенюк, 2012).

Причинами трудовых перемещений являются неудовлетворенность работников условиями, в которых они осуществляют производственную деятельность, неудовлетворенность бытовыми условиями, стремление к их улучшению за счет другого места работы. Масштабы текучести кадров, а также ее направления зависят от многообразных факторов. Данные факторы представлены:

общими факторами (инвестиционной политикой, законодательством о труде);

региональными (природно-климатическими условиями, географическим положением, экономической структурой, ценами, развитием социальной инфраструктуры);

отраслевыми (динамикой численности, уровнем концентрации производства, половозрастной структурой кадров);

внутрипроизводственными (организацией трудовой деятельности и производства, стилем руководства, степенью удовлетворенности таких потребностей, как производственно-бытовые и социальные).

Оценка текучести и ее влияния на успешность осуществляемой компанией деятельности может производиться по качественным и количественным (численным) показателям. Так, показатель количественного характера выражается в виде реального числа работников, которые уволились по своей инициативе, или по инициативе работодателя. Показатели качественного характера отражают структурные составляющие увольнений – какие именно специалисты уволились, в силу каких причин и из каких подразделений (Пирогова, 2017).

Представляется, что оценивая риски, которые связаны с текучестью персонала, следует пользоваться показателями качественного и количественного характера,

принимая во внимание, что количественные показатели в значительной мере являются относительными, на них влияет множество факторов (региональное расположение, сфера деятельности, ситуация на рынке труда, стратегия управления, квалификация работников).

На сегодняшний день под влиянием данных факторов в отечественной практике сформировались определенные значения количественного показателя текучести, отличающиеся в различных отраслях. Так, в сфере гостиничного сектора в качестве нормального уровня рассматривается текучесть на уровне 15-20%. При активном росте предоставления услуг и массовом найме персонала допустимая текучесть может достигать 20%. Если сравнивать гостиничный сектор, например, с секторами страхового бизнеса и розничной торговли, то здесь значение нормы текучести могут доходить и до 30%. Столь высокое значение показателя обусловлено преимущественно активными перемещениями торговых представителей и менеджеров по продажам. В сфере услуг текучесть достигает наибольших значений, так, например, для гостиничных услуг в курортных зонах в качестве нормального рассматривается уровень 80% (Егоршин, 2011).

Ряд исследователей полагает, что фактором, обуславливающим текучесть, является и тип стратегии организации. Показатели текучести до 25% наблюдаются на предприятиях, реализующих стратегию прибыльности. В этих организациях постоянно возрастают требования к компетенциям сотрудников. В организациях, где реализуется стратегия динамического роста, уровень текучести находится в диапазоне 8-15 процентов. В случае, если организация осуществляет предпринимательскую стратегию, текучесть кадров минимальна. Организации, стратегия которых является циклической, демонстрируют высокие значения текучести. При этом в случае полного отсутствия текучести в подобных организациях также возможны негативные последствия, связанные с ограни-

чением возможностей последующего развития (Об утверждении..., 2019).

Соответственно, определяя нормальный уровень текучести в конкретной организации, следует принимать во внимание многообразные факторы, анализировать статистику текучести, осуществлять сопоставление данных по иным аналогичным компаниям в соответствующем сегменте рынка.

Для определения нормального значения текучести персонала необходимо учитывать отраслевую специфику бизнеса, конкурентоспособность на рынке труда, территориальное расположение, кадровую стратегию компании, категории персонала и др. Компания может устанавливать для себя нормальное значение текучести, не соответствующее общепринятому, однако отличие не должно быть существенным.

Анализируя текучесть персонала в количественном отношении, необходимо различать естественное и повышенное значения уровня текучести кадров. В случае, если текучесть составляет 3-5% от количества сотрудников, уровень текучести является естественным (нормальным). Считается, что в случае, когда соблюдается естественное значение текучести, трудовые коллективы обновляются, оздоравливается социально-психологический климат и необходимость для администрации в том, чтобы принимать специальные меры, отсутствует (Яковенко, 2015).

Организация может определять естественную текучесть кадров (норму текучести), используя стоимостной метод, состоящий в планировании границы оптимизации текучести (Te) в организации.

Для этого необходимо сопоставлять ежегодные плановые расходы ($Pm.пл$), связанные с текучестью, и фактический средний уровень потерь ($Pm.факт$), которые приходится на одного увольняющегося работника:

$$Te = Pm.пл / Pm.факт \quad (1)$$

Оценка масштабов, динамики и интенсивности текучести производится на

основе абсолютных и относительных показателей. Оценка абсолютных масштабов текучести производится по количеству увольнений работников (по собственному желанию и в связи с инициативой администрации). В рамках количественной оценки текучести используемым относительным показателем является коэффициент текучести (Km). Расчет данного коэффициента производится посредством соотнесения количества уволившихся сотрудников в целом ($Чув$) (по собственному желанию и по инициативе администрации по причинам, учитываемым, как текучесть) к среднесписочной численности работников за определенный период ($Чср.сн$) (месяц, квартал, год) (в %):

$$Km = (Чув / Чср.сн) \times 100\% \quad (2)$$

Рассчитывая коэффициент текучести, следует понимать, что по его величине нельзя судить в целом о состоянии текучести в организации и использовать его для сопоставления на соответствие существующим нормам. Для более глубокой оценки текучести необходимо комплексно анализировать показатели текучести в разрезе оснований увольнения и периода работы в компании. В случае, когда в одном структурном подразделении значения коэффициента текучести ощутимо превышают средние показатели по организации, служба управления персоналом должна провести тщательный анализ для выяснения причин, обуславливающих высокую текучесть. В формулировке «по собственному желанию» может содержаться значительное число мотивов, обусловивших увольнение человека. Данные мотивы могут выражаться в виде неприемлемого стиля руководства в подразделении; плохих условий труда; недостаточном уровне зарплаты; отсутствии возможностей для последующего роста – карьерного или профессионального; проблем с социальным обеспечением; несправедливой, как полагает работник, оценке результатов его трудовой деятельности (Ясенюк, 2011).

Существенную роль играет и оценка качественных параметров состава уволившихся работников. Значительные показатели текучести кадров с высокой квалификацией свидетельствуют о более негативных последствиях текучести кадров, влияющих на успешность и устойчивость функционирования компании, в сравнении с текучестью сотрудников, уровень профессиональных навыков которых не полностью соответствуют потребностям предприятия. Необходимо выявлять и анализировать мотивы и причины увольнений персонала, обуславливающие текучесть персонала.

Таким образом, существует возможность и необходимость управлять процессом текучести кадров. При этом для управления текучестью кадров необходимо последовательно реализовывать следующие действия:

- изучать факторы, обуславливающие текучесть персонала;
- выявлять мотивы увольнений сотрудников;
- выявлять причины неудовлетворенности сотрудников условиями труда;
- оценивать текучесть кадров в количественном и качественном отношении,

сопоставляя результаты с нормативными показателями;

разрабатывать программы мероприятий, позволяющих оптимизировать уровень текучести кадров;

реализовывать разработанные мероприятия, оценивать их эффективность.

Необходимо отметить, что в качестве результатов осуществления мероприятий, ориентированных на снижение текучести кадров, выступает, наряду со снижением потенциальной текучести кадров, увеличение удовлетворенности сотрудников трудовой деятельностью на предприятии.

Анкетирование позволяет выявить удельный вес сотрудников, которые удовлетворены работой в организации, и долю сотрудников, которые желают уволиться по собственному желанию.

Важная составляющая оценки состоит в определении экономического эффекта в связи со снижением текучести персонала, который, в первую очередь, выражается в виде снижения экономического ущерба.

В рамках исследования посредством анкетирования сотрудников была исследована потенциальная текучесть персонала в гостиничном секторе (табл. 1).

Таблица 1

Структура потенциальной текучести персонала гостиничного сектора

Table 1

Structure of potential staff turnover in the hotel sector

Стабильная группа	Нестабильная группа	Стабильная группа	Нестабильная группа
Высокая удовлетворенность работой в организации	Высокая удовлетворенность работой в организации	Низкая удовлетворенность работой в организации	Низкая удовлетворенность работой в организации
Не ведут поиск новой работы	Ведут поиск новой работы	Не ведут поиск новой работы	Ведут поиск новой работы
49%	5%	26%	19%

Анализ ответов респондентов по поводу мотивов, которыми они руководствовались, покидая организацию, позво-

лил выявить, что в качестве ключевых причин выступают недостаточный уровень зарплаты и отсутствие удовлетворенности

материальным стимулированием в целом, отсутствие удовлетворенности социально-психологической атмосферой в коллекти-

ве, неэффективная организация адаптации новых сотрудников (табл. 2).

Таблица 2

Основные мотивы увольнения сотрудников гостиничного сектора

Table 2

The main reasons for the dismissal of employees of the hotel sector

Причины увольнения	Отметили причину в качестве основной, % от общего числа опрошенных
Неудовлетворенность заработной платой и системой материального вознаграждения	22,7
Неудовлетворенность социально-психологическим климатом в коллективе	12,8
Неудовлетворительные условия труда	9,5
Отсутствие перспектив карьерного роста, возможности обучения или повышения квалификации	8,7
Плохо организованный процесс адаптации новых сотрудников	15,2
Отсутствие возможности проявить инициативу и работать самостоятельно, что не дает в полной мере реализовать свои знания и навыки	6,3
Отсутствие заинтересованности руководства в признании успехов персонала	9,2
Неудовлетворенность общим стилем руководства в организации	2,9
Привлечение к работе, не соответствующей профессии или уровню квалификации	7,4
Другие причины	5,3

Также отмечено отсутствие удовлетворенности условиями трудовой деятельности, отсутствие возможностей для роста в организации, ограниченные возможности для того, чтобы повышать квалификацию, и нежелание руководителей признавать трудовые заслуги работников.

Заключение. Выявленные в рамках исследования ключевые проблемы должны подлежать оперативному решению. Устранение выявленных недостатков позволит обеспечить снижение текучести кадров в гостиничном секторе г. Белгорода, стабилизировать ее кадровый состав, и, соответственно, минимизировать экономический ущерб, причиняемый высоким уровнем текучести.

При этом мероприятия по решению

проблем текучести кадров должны быть ориентированы не только на то, чтобы устранить выявленные в ходе исследования причины неудовлетворенности персонала, но и на то, чтобы создать в организациях гостиничного сектора систему, позволяющую осуществлять мониторинг и анализ соответствующих процессов для управления текучестью кадров.

Для этого рекомендуется на ежеквартальной основе осуществлять мониторинг текучести кадров по данным о статистике увольнений, рассчитывать дифференцированные показатели движения работников по категориям работников, возрастным группам, группам по ключевым профессиям и стажу работы. Осуществление указанного мониторинга должно быть поручено

чено менеджеру по персоналу в рамках исполняемых им должностных обязанностей.

Также следует на ежегодной основе проводить мониторинг удовлетворенности работников трудом, а также причин увольнения, включающий:

- анкетирование работников на предмет выявления степени удовлетворенности условиями труда в организации;
- анкетирование работников, увольняющихся из организации, на предмет выявления причин увольнения.

Кроме того, чтобы управлять текучестью персонала, необходимо систематически определять экономический ущерб, обусловленный текучестью кадров, и сравнивать его с затратами на мероприятия, ориентированные на то, чтобы снизить текучесть.

Одной из выявленных проблем является следующее – используемые кадровые технологии недостаточны для того, чтобы повысить удовлетворенность сотрудников трудовой деятельностью и снизить текучесть кадров. По результатам анкетирования сотрудников гостиничного сектора выявлено, что к числу основных причин, обуславливающих уход из организации, респонденты указывают неудовлетворенность уровнем заработной платы и материальным вознаграждением в целом; отсутствие удовлетворенности социально-психологической атмосферой в коллективе.

Проведенные исследования в области проблем текучести кадров в гостиничном секторе позволили выявить структуру потенциальной текучести персонала гостиничного сектора, основные мотивы увольнения сотрудников, а также обозначить некоторые пути ее снижения.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors has no conflict of interests to declare.

Список литературы

- Авдеев В.В. Управление персоналом. Оптимизация командной работы. Рейнжининговая технология : учебное пособие / В. В. Авдеев. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 960 с.
- Аверин А.Н. Социальная политика и подготовка управленческих кадров: учебное пособие / А. Н. Аверин. – Изд. 2-е. – М.: Дашков и К, 2007. – 280 с.
- Гварлиани Т.Е. Тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии в России // Sochi Journal of Economy, 2018, 12(1). С. 29-37.
- Грудцына Л.Ю. Кадровик : практическое руководство / Л. Ю. Грудцына. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЭКСМО, 2007. – 304 с.
- Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: Учебное пособие / А.П. Егоршин. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 378 с.
- Об утверждении стратегии развития города Белгорода до 2025 года. URL: <http://www.beladm.ru/strategiya-razvitiya-goroda-belgoroda-do-2025-goda/> (Дата обращения 16.07.2019).
- Корнеев В.С., Семенова Л.В., Драгилева И.И. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : практикум. Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2011.
- Пирогова О. В., Пирогова А. Ю. Роль устойчивого туризма в мире // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 7-2. С. 305-309.
- Слинкова О. К., Патрусова А. М. Эволюция производственного менеджмента и его особенности в сфере услуг // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2015. № 1. С. 67-75.
- Яковенко Н.Ю. Кадровый контроллинг в системе управления персоналом / Н.Ю. Яковенко, Е.В. Нежелченко // Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej «Economy, Państwo i Prawo. Naukowe Wyszukaj» (30.10.2015 - 31.10.2015) – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2015. С. 12-15.
- Яковец, Ю. Перспективы развития современной цивилизации (к итогам конференции «Рио+20») // Устойчивое инновационное развитие: проектирование и управление. – 2012. – № 3 (16). С. 9-15.
- Ясенюк, С. Н. Система сбалансированных показателей как инструмент стратегиче-

ского развития предприятия / С. Н. Ясенюк, Ю. Г. Шумская // Научное сообщество студентов XXI столетия : материалы III студ. междунар. заоч. науч.-практ. конф., Новосибирск, 23 мая 2012 г. / Сибир. ассоц. консультантов. Новосибирск, 2012. С. 29-33.

Ясенюк, С. Н. Региональные проблемы развития туризма в современных условиях (на примере Белгородской области) / С. Н. Ясенюк, У. А. Астахова // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. Харків, 15 квітня 2011 р. / ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2011. С. – 150-153.

References

Avdeyev, V.V (2006), *Upravleniye personalom. Optimizatsiya komandnoy raboty. Reinzhiniringovaya tekhnologiya*, uchebnoye posobiye, M., Finansy i statistika, 960 p.

Averin, A.N (2007), *Sotsial'naya politika i podgotovka upravlencheskikh kadrov: uchebnoye posobiye*, M., Dashkov i K, 280 p.

Grudtsyna, L.YU. (2007), *Kadrovik: prakticheskoye rukovodstvo*, 304 p.

Gvarliani, T. (2018), "Trends and Prospects of the Hotel Industry Development in Russia", *Sochi Journal of Economy*, 12(1), pp. 29-37.

Korneyevets V.S., Semenova L.V. and Dragileva I.I. (2011), *Marketing i prodazhi v gostinichnom biznese : praktikum*. Kaliningrad: Izdvo RGU im. I. Kanta, 292 p.

On the approval of the strategy of the development of Belgorod City until 2025 [Online], available at: URL: <http://www.beladm.ru/strategiya-razvitiya-goroda-belgoroda-do-2025-goda> (Accessed 16 July 2019).

Pirogova, O. V. and Pirogova, A. Yu. (2017), "The role of sustainable tourism in the world", *International Journal of Applied and Fundamental Research*, 7-2, pp. 305-309.

Slinkova, O. K. and Patrusova, A. M. "Evolution of Production Management and its Characteristics in the Service Industries", *Research Result. A series of Business Technology and Service*, 2015, 1, pp. 67-75.

Yakovenko, N.Yu. (2015), "Kadrovyye kontrolling v sisteme upravleniya personalom", *Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej "Economy, Państwo i Prawo. Naukowe Wyszukaj"*, War-

szawa: Wydawca: Sp. z.o.o. «Diamond trading tour», pp. 12-15.

Yakovets, Y. (2012), "Prospects for the development of modern civilization (results of the conference "Rio + 20")", *Sustainable innovative development: design and management*, 3 (16), pp. 9-15.

Yasenok, S. N. (2011), "Regional problems of tourism development in modern conditions (on the example of Belgorod region)", *Turistichni business: svitovi trends that naconal of priorities*, materials V Minar. Sciences.-pract. conf. Harku, 15 quinia, Henna im. V. N. Karana, Kharkiv, pp. 150-153.

Yasenok, S. N. and G. Shumskaya (2012), "Balanced scorecard as a tool of strategic company development, *The Scientific community of students of the XXI century: proceedings of the third stud. Intern. highest level. scientific.-pract. Conf.* Novosibirsk, may 23, 2012, P. assots. consultants. Novosibirsk, pp. 29-33.

Yegorshin, A.P. (2011), *Motivatsiya trudovoy deyatel'nosti*, Uchebnoye posobiye, 378 p.

Данные об авторах

Нежелъченко Елена Васильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Ясенюк Светлана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Яковенко Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и экономики АПК

Information about the authors

Elena V. Negelchenko, Candidate of Economics, Associate Professor, Department of International Tourism and Hotel Business

Svetlana N. Yasenok, Candidate of Economics, Associate Professor, Department of International Tourism and Hotel Business

Natal'ya Yu. Yakovenko, Candidate of Economics, Associate Professor, Department of Economic Theory and Economics of Agribusiness

Обзор
Review

УДК 338.465.4

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-5

Морев В. А.¹
Денисов С. Е.²

Развитие многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в 2007–2018 гг. и их интеграция с электронным правительством

Национальный исследовательский Томский государственный университет,
пр. Ленина, 36, Томск 634050, Россия

¹e-mail: morevv@sibmail.com

²e-mail: denis.semen99@gmail.com

*Статья поступила 04 августа 2019 г.; принята 02 сентября 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Аннотация. В статье рассматривается деятельность многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в течение 2007–2018 гг. Их особенность заключается в так называемом принципе «одного окна», когда после однократного обращения заявителя МФЦ самостоятельно осуществляет взаимодействие с органами, чьим компетенциям соответствует обращение. При этом заявитель в этом взаимодействии не участвует. Наибольший интерес для настоящего исследования представляет проблема интеграции МФЦ с системой электронного правительства. За последние два-три года трудов на тему интеграции МФЦ с системой электронного правительства появилось не так много, несмотря на то, что данный институт постоянно развивается и прогрессирует (в частности, утверждаются новые нормативно-правовые акты). Этими соображениями определяется актуальность и проблема нашего исследования. Исходя из вышесказанного, цель исследования заключается в изучении динамики развития многофункциональных центров в течение 2007–2018 гг. и выявлении процессов их интеграции с электронным правительством. В статье предлагается разделить развитие МФЦ в России на три этапа: 1) 2005–2010 гг. – возникновение МФЦ, формирование базовой правовой основы для его функционирования на уровне организации, осуществляющей консультации по государственным и муниципальным услугам, а также предоставление самих основных услуг; 2) 2011–2013 гг. – снижение административных барьеров и расширение перечня оказываемых государственных услуг; 3) 2014–2018 гг. – распространение деятельности МФЦ на всей территории страны, выстраивание и четкая централизация его отделений по всей стране, колоссальное расширение перечня предоставляемых услуг, появление мобильных офисов и флагманских центров с более широким перечнем услуг. Были устранены главные проблемы, для решения которых был создан МФЦ: очередей стало меньше, время на получение услуги значительно сократилось, повысился уровень доверия граждан к государственной власти. Таким образом, удалось установить предназначение МФЦ в системе государственного управления и электронного правительства: МФЦ является неотъемлемым элементом электронно-

го правительства. Регистрация граждан на Едином портале государственных услуг, выдача бумажных копий электронных документов, предоставление гражданам услуг, которые невозможно получить через Интернет, также позволяют сделать вывод, что многофункциональный центр является физическим институтом взаимодействия электронного правительства и граждан.

Ключевые слова: многофункциональный центр; государственные услуги; электронное правительство

Для цитирования: Морев В. А., Денисов С. Е. Развитие многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в 2007–2018 гг. и их интеграция с электронным правительством // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 3, 2019, С. 42–51, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-5

UDC 338.465.4

Vladimir A. Morev¹
Sem'ion E. Denisov²

Development of multifunctional centers of state and municipal services in 2007-2018 and their integration with e-government

National Research Tomsk State University, 36 Lenin Ave., Tomsk 634050, Russia

¹e-mail: morevv@sibmail.com

²e-mail: denis.semen99@gmail.com

Abstract. The article discusses the activities of the multifunctional centers specializing in the provision of state and municipal services in 2007-2018. Their peculiarity lies in the so-called principle of "one window", when after a single application of the applicant, the MFC independently interacts with the bodies responsible for decision of particular issues. The applicant does not participate in this interaction. The greatest interest for this study is the problem of integration of the MFC with the e-government system. Over the past two or three years, there have been not so many works on the integration of the MFC with the e-government system, despite the fact that this institution is constantly developing and progressing (in particular, the latest legal acts are being approved). These considerations determine the relevance and problem of our study. Based on the above, the purpose of the research is to study the dynamics of the development of multifunctional centers in 2007-2018 and identify the processes of their integration with e-government. The article proposes to divide the development of MFCs in Russia into three stages: 1) 2005-2010 – the emergence of the MFC, the formation of the basic legal framework for its functioning at the level of the organization that provides advice on state and municipal services and the provision of the most basic services; 2) 2011-2013 – reduction of administrative barriers and expansion of the list of public services; 3) 2014-2018 – expansion of MFC activities throughout the country, building and clear centralization of its offices throughout the country, a huge expansion of the list of services, the emergence of mobile offices and flagship centers with a wider range of services. The main problems for which the MFC was created were solved: there are fewer queues, the time to receive the service was significantly reduced, and the level of public confidence in the government was increased. Thus, it was possible to establish the purpose of the MFC in the system of public administration and e-government: the MFC is an integral element of e-government. Registration of citizens on the Unified portal of public

services, the issuance of paper copies of electronic documents, the provision of services to citizens that cannot be obtained via the Internet, also allow us to conclude that the multifunctional center is a physical institution for the interaction of electronic government and citizens.

Keywords: multifunctional center; state services; e-government

For citation: Morev A.V., Denisov S. E. Development of multifunctional centers of state and municipal services in 2007–2018 and their integration with e-government. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5(3), 42–51, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-5

Введение. Совсем недавно гражданин России и представить себе не мог, что будет такое ведомство, обратившись в которое, он сможет оформить паспорт, зарегистрировать брак, решить свои кадастровые и налоговые вопросы, занять очередь на получение места в детском саду и многое другое. Все эти операции осуществляются в разных ведомствах (структурах). Но в 2007 г. в России впервые было организовано учреждение, в пределах которого можно было бы решить все эти вопросы, не обращаясь больше никуда. Это многофункциональный центр предоставления и оказания государственных услуг (далее МФЦ). Его особенность заключается в так называемом принципе «одного окна», когда после однократного обращения заявителя МФЦ самостоятельно осуществляет взаимодействие с органами, чьим компетенциям соответствует обращение. При этом заявитель в этом взаимодействии не участвует.

Благодаря тому, что многофункциональный центр является относительно новой и динамично развивающейся организацией, он достаточно широко и многогранно исследован. Так, в работе С.Г. Маковецкой сделан акцент на необходимости мониторинга качества предоставления услуг через МФЦ (Маковецкая, 2008: 182–191); И.Н. Исупова исследует модели организаций, реализующих свою деятельность по принципу «одного окна» (Исупова, 2009); результаты мониторинга работы МФЦ на начальном этапе его деятельности представлены в статье А.М. Калинина и Н.А. Яковлевой (Калинин, Яковлева, 2009); Е.Н. Малик рассмотрел комплекс проблем

в деятельности МФЦ (Малик, 2012: 85–89); А.Э. Калинина и А.Ф. Соколов поэтапно представили технологию создания МФЦ (Калинина, Соколов, 2013: 37–46). В последние годы выходят статьи, затрагивающие региональную специфику развития системы МФЦ (Заполева, Захарченко, Пить, Мудрик, 2016: 24–31; Очирова, Бадмацыренова, 2017: 138–144; Прокофьева, 2018: 140–149; Михайлова, 2019: 84–86).

Наибольший интерес для настоящего исследования представляют работы, посвященные проблеме интеграции МФЦ с системой электронного правительства. В частности, эти вопросы рассматриваются в статье Б.П. Носко и Ю.Ю. Черныша (Носко, Черныш, 2012). А.М. Казанок исследовал МФЦ сквозь призму электронного взаимодействия на разных уровнях в Карачаево-Черкесской республике (Казанок, 2016: 62–68). В статье Е.С. Подставкиной и Е.С. Сударкиной отмечается проблема неготовности не только граждан, но и сотрудников органов власти обращаться к системе электронного правительства, что объясняется консервативным мышлением населения. Решение этой проблемы авторы видят в развитии компетентности в информационных и коммуникационных технологиях государственных и муниципальных служащих (Подставкаина, Сударкина, 2016: 463–468).

Помимо научных статей, большой объем актуальной информации можно извлечь из официального журнала «Мои Документы», в частности, в нем представлены основные тенденции развития, самые свежие нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность МФЦ, стати-

стические данные и многое другое (Мои документы, 2018).

Однако за последние два – три года трудов на тему интеграции МФЦ с системой электронного правительства появилось не так много, несмотря на то, что данный институт постоянно развивается и прогрессирует (в частности, утверждаются новые нормативно-правовые акты). Исходя из вышесказанного, **цель** исследования заключается в изучении динамики развития многофункциональных центров в течение 2007–2018 гг. и выявлении процессов их интеграции с электронным правительством. Данный институт обладает должной нормативно-правовой базой, благодаря которой можно проследить тенденцию развития МФЦ в течение всего периода его существования.

Материалы и методы исследования. Для проведения исследования использовались Федеральные законы, постановления и распоряжения Правительства, а также приказы министерства экономического развития Российской Федерации. В процессе работы при исследовании хронологии развития МФЦ был использован сравнительно-исторический метод. При изучении нормативно-правовых актов, отборе ключевой информации и ее переработке был использован метод анализа. Качественные изменения в ходе развития МФЦ на определенных этапах его существования были выявлены с помощью метода периодизации (диахронного метода).

Результаты исследования и их обсуждение. Необходимость совершенствования институтов оказания государственных услуг (включая переход на электронный способ оказания государственных услуг) была представлена в «Концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства» до 2010 г.¹ В

ней были четко выделены два приоритетных направления развития: предоставление услуг с помощью информационно-коммуникационных технологий и развитие сервисов, обеспечивающих удаленный доступ к информации о государственных услугах. На тот момент роль МФЦ как элемента электронного правительства базировалась на уровне ответов на звонки граждан, но также предусматривалось «обеспечить возможность регистрации поступивших обращений заявителей в системе электронного документооборота соответствующего органа субъектов Российской Федерации и органа местного самоуправления непосредственно с автоматизированного рабочего места оператора многофункционального центра и автоматического формирования выписки из электронного журнала регистрации и контроля за обращениями заявителей в многофункциональный центр, а также передачи в соответствии с правилами документооборота заявления и представленного заявителем пакета документов в органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, участвующие в предоставлении государственных и муниципальных услуг». Однако на тот момент сама организация нуждалась в огромном количестве процедур, способствующих улучшению функционирования хотя бы на уровне традиционного документооборота.

Первый этап (2007–2010 гг.) ознаменован становлением данного института, а также распространением по субъектам страны в целях обеспечения оказания самых базовых услуг. Опираясь на исследование результатов мониторинга утверждения МФЦ, проведенное А.М. Калининым и Н.А. Яковлевой, можно утверждать, что к 2008 г. деятельность МФЦ удалось распространить на 16 регионов России (Калинин, Яковлева, 2009). На тот момент очень остро стояла проблема межведомственного взаимодействия между МФЦ и другими государственными организациями, которая не давала возможности расширить пере-

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.05.2008 г. № 632-р «О концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76942/ (Дата обращения: 29.07.2019).

чень оказываемых услуг. Поэтому главными требованиями, согласно «Концепции снижения административных барьеров...»², к МФЦ субъектов выступали утверждение единых принципов взаимодействия с другими государственными учреждениями внутри своего субъекта, а также унификация и стандартизация документации во всех учреждениях, чтобы максимально ускорить процесс взаимодействия между МФЦ и государственной организацией, оказывающей услуги. Несмотря на все внутренние проблемы, в функции МФЦ на тот момент уже были включены некоторые положения, касавшиеся электронного правительства.

Первым и основным нормативно-правовым актом, регламентирующим реализацию электронного правительства, является Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»³, который содержит трактовку многофункционального центра как организации, уполномоченной на предоставление государственных и муниципальных услуг, в том числе в электронной форме, по принципу «одного окна». Согласно пункту 4 статьи 21 «Порталы государственных и муниципальных услуг» информационный обмен между государственными органами, предоставляющими услуги, и МФЦ происходит при использовании Единого портала с применением единой системы межведомственного электронного взаимодействия.

² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.06.2011 г. № 1021-р «Об утверждении концепции снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг на 2011–2013 годы и Плана мероприятий по реализации указанной Концепции». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115467/ (Дата обращения: 05.07.2019).

³ Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ (ред. от 27.06.2011 г.) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/ (Дата обращения: 30.07.2019).

Согласно «Концепции снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг», за МФЦ закрепляется следующая роль: «развитие многофункциональных центров является необходимым условием для формирования информационного общества, так как многофункциональный центр должен обеспечивать доступ к порталам государственных и муниципальных услуг и тем самым содействовать повышению уровня компьютерной и правовой грамотности населения, преодолению цифрового неравенства между субъектами Российской Федерации. Многофункциональные центры должны стать точкой доступа населения к электронным государственным и муниципальным услугам. Должны быть предусмотрены механизмы, направленные на стимулирование реализации субъектами Российской Федерации мероприятий по созданию многофункциональных центров, в том числе на поощрение за достижение результатов в повышении качества предоставления государственных и муниципальных услуг»⁴.

В соответствии с перечнями государственных услуг, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2011 г.⁵, ведомствами должно быть организовано элек-

⁴ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.06.2011 г. № 1021-р «Об утверждении концепции снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг на 2011–2013 годы и Плана мероприятий по реализации указанной Концепции». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115467/ (Дата обращения: 05.07.2019).

⁵ Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2011 г. № 797 «О взаимодействии между многофункциональными центрами предоставления государственных (муниципальных) услуг и федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_119932/ (Дата обращения: 05.12.2018).

тронное взаимодействие с МФЦ по оказанию 37 государственных услуг (без учета 2 государственных услуг, оказываемых в МФЦ в порядке эксперимента – «Государственная регистрация рождения» и «Государственная регистрация смерти»).

Согласно статье 16 Федерального закона о гослугах⁶, на момент выхода данного закона МФЦ осуществлял выдачу заявителям документов только через прямое межведомственное взаимодействие, однако после поправок, в соответствии с Постановлением правительства №412⁷, МФЦ вправе осуществлять составление и выдачу заявителям документов на бумажном носителе, подтверждающих содержание электронных документов. Таким образом, Б.П. Носко и Ю.Ю. Черныш верно отметили, что «многофункциональные центры (МФЦ) представляют собой физический интерфейс взаимодействия государства и граждан» (Носко, Черныш, 2012) и становятся физическим телом электронного правительства.

Далее хотелось бы провести сравнительную характеристику двух методических рекомендаций по обеспечению деятельности МФЦ и его взаимодействия с различными ведомствами и институтами за 2014 г.⁸ и 2016 г.⁹ Первый документ со-

держит ограниченное количество положений об электронном взаимодействии между МФЦ и госорганами, а также информацию об интеграции МФЦ в систему межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ). Во втором документе весомым нововведением является выдача экземпляров электронных документов на бумажном носителе, а также различных выписок из информационных систем органов, предоставляющих услуги. Более расширенно представлена интеграция МФЦ с СМЭВ:

а) предусматривается сохранение запросов в течение одного календарного года с момента выдачи результатов заявителю;

б) входящие электронные сообщения необходимо подвергать проверке в части подлинности и целостности информации;

в) рекомендуется организовать получение информации о ходе и результатах

пальных услуг, средств безопасности, каналов связи для обеспечения электронного взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при предоставлении государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_211000/ (Дата обращения: 23.07.2019) (Утратил силу на основании приказа Минэкономразвития России от 27 декабря 2016 г. № 844).

⁹ Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 27.12.2016 г. № 844 «Об утверждении Методических рекомендаций по обеспечению деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в части функционирования информационных систем многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг, средств безопасности, каналов связи для обеспечения электронного взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при предоставлении государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_211000/ (Дата обращения: 05.11.2018).

⁶ Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ (ред. от 27.06.2011 г.) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/ (Дата обращения: 30.07.2019).

⁷ Постановление Правительства Российской Федерации от 22.12.2012 г. № 1376 «Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: <http://base.garant.ru/70290064/> (Дата обращения: 22.06.2019).

⁸ Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 22.01.2014 г. № 21 «Об утверждении Методических рекомендаций по обеспечению деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в части функционирования информационных систем многофункциональных центров предоставления государственных и муници-

предоставления услуг, чтобы формировать отчетность.

Также значительно возросли требования к техническому оснащению и программному обеспечению оборудования.

С 1 января 2018 г. после поправок, введенных Федеральным законом № 479¹⁰, МФЦ получает возможность предоставлять услуги через комплексный запрос, который предполагает, что заявитель может получить несколько государственных услуг по одному заявлению. МФЦ при этом наделяется правом формировать комплекты документов и осуществлять все действия, необходимые для предоставления каждой из услуг, в том числе подписывать заявления.

С 1 февраля 2018 г. оказание государственной услуги может осуществляться в МФЦ силами сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации с использованием программно-технического комплекса «Портативный комплекс регистрации биометрических параметров». Особенностью данного комплекса является то, что с его помощью государственная услуга может оказываться в любых условиях, в том числе в рамках выездного обслуживания граждан с ограниченными физическими возможностями, вне стационарных объектов. Вследствие того, что МФЦ как обособленное ведомство существует относительно недолго (в исследовании оно рассматривается с самого момента становления), путь к интеграции с электронным правительством будет осложняться еще и проблемами, не связанными с электронным правительством (сложности с

распространением многофункциональных центров на территории страны, межведомственные барьеры, ограничение перечня услуг, слабое техническое оснащение). Однако с решением этих проблем четко прослеживались явные тенденции слияния с электронным правительством.

Чтобы создать красивый имидж в глазах клиентов и отойти от пресловутых аббревиатур, в 2013 г. «МФЦ» был переименован в центр «Мои Документы»¹¹.

Многофункциональные центры начинают взаимодействовать с негосударственными организациями, теперь гражданин может получить услугу от коммерческих структур, которую не способны оказать государственные ведомства.

По состоянию на 1 января 2016 г. произошло расширение отделений МФЦ – 2,7 тыс. центров и 10,1 тыс. офисов. В январе 2018 г. в Москве открылся первый в России флагманский МФЦ с большим перечнем оказываемых услуг вплоть до регистрации транспортного средства.

Заключение. Таким образом, можно условно разбить развитие МФЦ в Российской Федерации на несколько этапов:

I этап: 2005–2010 гг. характеризуется возникновением МФЦ, формированием базовой правовой основы для функционирования данного института на уровне организации, осуществляющей консультации по государственным и муниципальным услугам, а также предоставление самих основных услуг;

II этап: 2011–2013 гг. можно характеризовать снижением административных барьеров и сопутствующим ему расширением перечня оказываемых государственных услуг;

¹⁰ Федеральный закон от 27.12.2017 г. № 479-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» в части закрепления возможности предоставления в многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг нескольких государственных (муниципальных) услуг посредством подачи заявителем единого заявления". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286758/ (Дата обращения: 05.05.2019).

¹¹ Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 29.09.2016 г. № 612 «Об утверждении Методических рекомендаций по оформлению многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг с использованием единого фирменного стиля «Мои документы»». URL: <http://docs.cntd.ru/document/456018936/> (дата обращения: 05.11.2018).

III этап: 2014–2018 гг. – распространение деятельности многофункциональных центров на всю территорию страны, выстраивание и четкая централизация отделений МФЦ по всей стране, колоссальное расширение перечня предоставляемых услуг, появление мобильных офисов и флагманских центров с более широким перечнем услуг.

На данный момент центр увеличивается как экстенсивно (увеличение количества офисов, распространение по всей территории страны, увеличение штата сотрудников), так и интенсивно (упрощение операций, расширение перечня предоставляемых услуг, учреждение так называемых флагманских центров и т.д.). В результате были устранены главные проблемы, для решения которых был создан МФЦ: очередей стало меньше, время на получение услуги значительно сократилось, повысился уровень доверия граждан к государственной власти.

Таким образом, удалось установить предназначение многофункционального центра в системе государственного управления и электронного правительства: МФЦ является неотъемлемым элементом электронного правительства. Регистрация граждан на Едином портале государственных услуг, выдача бумажных копий электронных документов, предоставление гражданам услуг, которые невозможно получить через Интернет, также позволяют сделать вывод, что многофункциональный центр является физическим институтом взаимодействия электронного правительства и граждан.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Исупова И.Н. Многофункциональные центры как основной механизм повышения эффективности предоставления государствен-

ных услуг населению в России // Общество: политика, экономика, право. 2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/mnogofunktsionalnye-tsentry-kak-osnovnoy-mehanizmpovysheniya-effektivnosti-predostavleniyagosudarstvennyh-uslug-naseleniyu-v> (дата обращения: 25.03.2019).

Казанов А.М. Роль многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в системе регионального «электронного правительства» // Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Политология. Религиоведение». 2016. Т. 15. С. 62–68.

Калинин А.М., Яковлева Н.А. Создание многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в России: результаты мониторинга // Вопросы государственного управления. 2009. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/sozdanie-mnogofunktsionalnyh-tsentrov-predostavleniyagosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug-v-rossii-rezultaty-monitoringa> (дата обращения: 25.03.2019).

Калинина А.Э., Соколов А.Ф. Организационное, институциональное и информационное обеспечение функционирования многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг // Вести Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экон. Экол. 2013. № 2(23). С. 37–46.

Маковецкая С.Г. Гражданский мониторинг (потребительский контроль) качества предоставления государственных услуг / под ред. А.Е. Шадрин // Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия. М.: Агентство социальной информации, 2008. С. 182–191.

Малик Е.Н. Деятельность многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна»: проблемы и перспективы // Вестник государственного и муниципального управления. 2012. № 2. С. 85–89.

Михайлова С.С. Современное состояние развития системы многофункциональных центров в республике Бурятия // Economics / Colloquium-Journal. 2019. № 8 (32). С. 84–86.

Мои Документы. Министерство экономического развития Российской Федерации. Журнал. 30.03.2018. № 1.

Носко Б.П., Черныш Ю.Ю. Интеграция многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в систему электронного правительства // Экономика и управление. 2012. № 44(275). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/integratsiya-mnogofunktsionalnyh-tsentrov-predostavleniya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug-v-sistemu-elektronnogo-pravitelstva> (дата обращения: 25.03.2019).

Очирова О.А., Бадмацыренова О.Б. Кадровый потенциал в социально-управленческих инновациях (на примере многофункциональных центров республики Бурятия) // Вестник Калмыцкого университета. 2017. № 36(4). С. 138–144.

Подставкина Е.С., Сударкина Е.С. Электронные государственные услуги: проблемы реализации и перспективы решений // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. № 2 (апрель – июнь). С. 463–468.

Прокофьева А.И. Оценка эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг на базе МФЦ в регионах России // Вестник Поволжского института управления. 2018. Т. 18. № 2. С. 140–149.

Развитие системы многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг населению (на примере Приморского края) / Заполева Е.О., Захарченко А.А., Пить В.В., Мудрик Е.С. // Вестник РУДН. Серия «Государственное и муниципальное управление». 2016. № 3. С. 24–31.

References

Isupova, I.N. (2009), "Multifunctional centers as the main mechanism for improving the efficiency of public services to the population in Russia", *Society: Politics, Economics, Law*, available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/mnogofunktsionalnye-tsentry-kak-osnovnoy-mehanizm-povysheniya-effektivnosti-predostavleniya-gosudarstvennyh-uslug-naseleniyu-v> (Accessed 25 March 2019).

Kazanokov, A.M. (2016), "The role of multifunctional centers in the provision of state and municipal services in the system of regional e-government", *Proceedings of Irkutsk State University, Series "Political Science, Religious studies"*, 15, pp. 62–68.

Kalinin, A.M. and Yakovleva, N.A. (2009), "Creation of multifunctional centers for the provision of state and municipal services in Russia: monitoring results", *Public administration issues*, 2,

available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/sozдание-mnogofunktsionalnyh-tsentrov-predostavleniya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug-v-rossii-rezultaty-monitoringa> (Accessed 25 March 2019).

Kalinina, A.E. and Sokolov, A.F. (2013), "Organizational, institutional and information support for the functioning of multifunctional centers specializing in the provision of state and municipal services", *News of Volgograd State University, Issue 3, Economy, Ecology*, 2(23), pp. 37–46.

Makovetskaya, S.G. (2008), "Civil monitoring (consumer control) of the quality of public services", edited by A.E. Shadrin, *Sotsial'noe partnerstvo i razvitie institutov grazhdanskogo obshchestva v regionah i munitsipalitetah: praktika mezhshektornogo vzaimodeistviya* [Social partnership and development of civil society institutions in regions and municipalities: practice of intersectoral interaction], Social Information Agency, Moscow, Russia, pp. 182–191.

Malik, E.N. (2012), "Activities of multifunctional centers specializing in the provision of state and municipal services on the principle of "one window": problems and prospects", *Bulletin of State And Municipal Administration*, 2, pp. 85–89.

Mikhailova, S.S. (2019), "Current state of development of the system of multifunctional centers in the Republic of Buryatia", *Economics, Colloquium-Journal*, 8 (32), pp. 84–86.

Moi dokumenty (2018), "My documents". The Ministry of Economic Development of the Russian Federation, Magazine, 1.

Nosko, B.P. and Chernish, U.U. (2012), "Integration of multifunctional centers specializing in the provision of state and municipal services into the e-government system", *Economics and Management*, 44 (275), available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/integratsiya-mnogofunktsionalnyh-tsentrov-predostavleniya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug-v-sistemu-elektronnogo-pravitelstva> (Accessed 25 March 2019).

Ochirova, O.A. and Badmatchirenova, O.B. (2017), "Personnel potential in social and managerial innovations (on the example of multifunc-

tional centers of the Republic of Buryatia)", *Bulletin of Kalmyk University*, 36(4), pp. 138-144.

Podstavkina, E.S. and Sudarkina, E.S. (2016), "E-government services: problems of implementation and prospects of solutions", *Electronic Bulletin of the Rostov socio-economic Institute*, 2 (April – June), pp. 463-468.

Prokofieva, A.I. (2018), "Assessment of the effectiveness of the provision of state and municipal services on the basis of MFCs in the regions of Russia", *Bulletin of Volga Institute of Management*, 18, 2, pp. 140-149.

Zapoleva, E.O., Zakharchenko, A.A., Pit', V.V. and Mudrik, E.S. (2016), "Development of the system of multifunctional centers providing state and municipal services to population (on the

example of Primorsky Kray)", *Bulletin of RUDN, Issue "State and Municipal Administration"*, 3, pp. 24-31.

Данные об авторах

Морев Владимир Алексеевич, доцент кафедры истории и документоведения, кандидат исторических наук, доцент.

Денисов Семён Евгеньевич, студент 3-го курса.

Information about the authors

Vladimir A. Morev, Associate Professor, Department of History and Document Management, Candidate of History, Associate Professor.

Sem'ion E. Denisov, 3d-year Student.

**ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ
PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR**Оригинальная статья
Original article

УДК 378.18

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-6

Грудистова Е. Г.

**Изучение мотивов самоактуализации как элемент
маркетингового исследования компетенций работников
сферы сервиса**Братский государственный университет,
ул. Макаренко, 40, г. Братск 665709, Россия
e-mail: diplombgu@mail.ru*Статья поступила 10 августа 2019 г.; принята 12 сентября 2019 г.;
опубликована 30 сентября 2019 г.*

Аннотация. Современные условия хозяйствования предопределяют необходимость активного поиска средств обеспечения конкурентных преимуществ предприятий и организаций как на товарном рынке, так и на рынке труда. Это в полной мере относится к организациям сферы сервиса, как особой отрасли, отличительной особенностью которой является, с одной стороны, высокая степень эластичности спроса на услуги, а с другой стороны, неотделимость услуг от субъекта, их оказывающего. Данная ситуация означает повышенные требования к профессиональным качествам, которыми должен обладать специалист в сфере сервиса, и особенно – к коммуникативным компетентностям. Здесь целесообразно вспомнить, что созданию необходимых качественных характеристик любого товара способствует грамотно организованная маркетинговая товарная политика. Предлагаемые на вооружение средства товарного маркетинга могут быть использованы при реализации маркетинга персонала для формирования необходимых компетенций специалистов. При этом важным условием достижения указанной цели являются маркетинговые исследования, включающие в области маркетинга персонала исследование рынка, маркетинговой среды, имиджа организации и профессий на рынке труда. Одним из вопросов, решаемых при исследовании профессий, является изучение степени сформированности компетенций, необходимых для выполнения профессиональных функций. Для этого может быть использована, в том числе, методика А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калина, направленная на определение степени развития мотивов самоактуализации личности. Эта методика была использована нами при проведении такого исследования. В нем участвовали студенты Братского государственного университета. Результаты исследования позволили выявить среднюю степень развития мотивов самоактуализации личности, хорошую ориентацию во времени, значимость мотивов «ценности» и «стремление к

творчеству». Однако по таким важным для специалиста сферы сервиса аспектам, как способность к формированию коммуникативных связей и потребность в познании, показатели оставляют желать лучшего. В настоящей статье представлены возможные причины подобной ситуации и намечены способы преодоления сложившегося противоречия между требованиями к профессиональной подготовке специалистов, обеспечивающими их конкурентоспособность на рынке услуг, и реальными результатами обучения. Данная информация является основой для дальнейшей работы по повышению мотивации обучающихся в учреждениях профессионального образования к максимальному использованию своего творческого потенциала.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; мотивы самоактуализации личности; сфера сервиса; коммуникативные компетенции; пропаганда

Для цитирования: Грудистова Е. Г. Изучение мотивов самоактуализации как элемент маркетингового исследования компетенций работников сферы сервиса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 3, 2019, С. 52-63, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-6

UDC 378.18

Elena G. Grudistova

The study of the motives of self-actualization as an element of a marketing study of the competencies of service workers

Bratsk State University,
40 Makarenko St., Bratsk 665709, Russia
e-mail: diplombgu@mail.ru

Abstract. Modern business conditions determine the need for an active search for means to ensure the competitive advantages of enterprises and organizations both in the product labor markets. This fully applies to service industry organizations as a special industry, whose distinguishing feature is, on the one hand, a high degree of elasticity of demand for services, and on the other hand, the inseparability of services from the entity that provides them. This situation means the increased requirements for professional qualities that a specialist in the service sector should have, and especially for communicative competencies. It is advisable to recall here that the creation of the necessary qualitative characteristics of any product is facilitated by a well-organized marketing product policy. The product marketing tools offered for use can be used in the implementation of personnel marketing to form the necessary competencies of specialists. At the same time, an important condition for achieving this goal is marketing research, which includes market research, marketing environment, the image of the organization and professions in the labor market in the field of personnel marketing. One of the issues addressed in the study of professions is the study of the degree of formation of competencies necessary to perform professional functions. To perform this task, one can use the technique of A.V. Lazukina in adaptation of N.F. Kalina, aimed at determining the degree of development of the motives of self-actualization of personality. We used this technique when conducting such a study. The study involved students of Bratsk State University. The results of the study have revealed the average degree of development of the motives of self-

actualization of the personality, a good orientation in time, the significance of the motives of “value” and “desire for creativity”. However, in such important aspects for the service industry specialist as the ability to form communicative connections and the need for knowledge, the indicators leave much to be desired. This article presents some possible causes of this situation and outlines the ways to overcome the existing contradiction between the requirements for professional training of specialists, ensuring their competitiveness in the market of services, and real learning outcomes. This information is the basis for further work to increase the motivation of students in vocational education institutions to maximize their creative potential.

Keywords: marketing research; motives of self-actualization of personality; service industry; communicative competencies; propaganda

For citation: Grudistova E. G. The study of the motives of self-actualization as an element of a marketing study of the competencies of service workers. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5(3), 52-63, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-3-0-6

Введение. Одной из особенностей современных условий деятельности предприятий и организаций является неопределенность и изменчивость внешней среды. В отношении организаций сферы сервиса эти аспекты имеют еще большее влияние на результаты функционирования организаций, чем для предприятий, выпускающих материальные блага, так как спрос на услуги традиционно является высокоэластичным как по цене, так и по другим факторам. В этих условиях особую значимость приобретает умение руководства организаций гибко реагировать на происходящие изменения. Данное утверждение хоть и является общеизвестным, на самом деле требует уточнения в части определения того, каким способом можно развить такие умения. Также известным является и тот факт, что любые умения и навыки человек получает не в момент рождения (хотя наличие врожденных способностей и талантов никто не отменял), а в процессе всей жизнедеятельности. При этом важную роль играет обучение – как в организациях профессионального образования, так и в форме самообразования.

Если процессы жизнедеятельности многогранны и трудноуправляемы, то проблемам обучения стоит обратить внимание. Частично проблемы обучения решаются путем реализации государственной

социально-экономической политики. Тем не менее, на наш взгляд, целесообразно в дополнение к существующим мероприятиям осуществлять реализацию концепций маркетинга персонала. Использование данных концепций требует, во-первых, уточнения их сущности, а, во-вторых, – выбора подходящих методов их реализации. Эти вопросы мы и попытаемся осветить далее. Основная гипотеза нашего исследования – возможность эффективного воздействия маркетинговых методов на развитие необходимых профессиональных компетенций у специалистов в сферах сервиса и управления. Соответственно, **целью** исследования является обоснование необходимости использования методов маркетинга персонала для формирования необходимых компетенций специалистов сферы сервиса.

Материалы и методы исследования. Проблемам маркетинга персонала посвящены ряд работ отечественных и зарубежных авторов (Дуракова, 2005; Крыжанова, 2018; Патласов, 2016; Чашин, 2011; Чмых, Капчегашева, 2016; Bühner, 2000, Strutz, 1989), однако практические меры по реализации его принципов требуют дальнейших исследований. В частности, необходима конкретизация содержания маркетинга персонала. На основании анализа существующих подходов к определению

его сущности мы можем сделать вывод о том, что маркетинг персонала – вид управленческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей субъектов рынка труда посредством обеспечения их конкурентоспособности за счет:

- долговременного планирования качественной и количественной потребности в персонале;
- формирования привлекательности организаций и профессий;
- повышения уровня осведомленности о текущей и перспективной ситуации на рынке труда.

Использование маркетинга персонала в рамках управленческой деятельности всегда опирается на какую-либо его концепцию. Из представленных в литературе существующих концепций маркетинга персонала (Грудистова, 2019; Маркетинг персонала..., 2016; Патласов, 2016) наиболее предпочтительной в решении проблем формирования специалистов сферы сервиса является, на наш взгляд, концепция человеческого капитала. Согласно данной концепции потребитель рабочей силы ориентируется не на любую рабочую силу, а лишь на ту, которая полностью соответствует требованиям первичного рынка услуг. Поэтому потребитель признает необходимость развития профессиональных компетенций и постоянного их совершенствования за счет обучения, переобучения, повышения квалификации.

Также целесообразно взять на вооружение основной постулат традиционного товарного маркетинга: «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится». Это означает необходимость первоначального исследования рынка, изучения потребностей потребителей (как конечных, так и в нашем случае – работодателей как потребителей рабочей силы), выявления их запросов. На основании получаемых данных строится вся дальнейшая работа.

Маркетинговое исследование рынка труда может осуществляться по направлениям:

- изучение конъюнктуры рынка (спрос, предложение, конкуренция);
- исследование маркетинговой среды организации (сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы внешней среды);
- исследование имиджа организации (представление об организации сотрудников и различных групп контактных аудиторий);
- исследование профессий (требования к должностям, умения и профессиональные навыки граждан, ищущих работу, а также степень и результаты формирования необходимых профессиональных компетенций учреждениями профессионального образования).

Изучению конъюнктуры рынка уделяют повышенное внимание органы управления рынком труда. В частности, официальные сайты территориальных подразделений Министерства труда и занятости РФ содержат детальную информацию, касающуюся вопросов занятости и безработицы, в том числе прогнозы потребности в профессиях (Официальный сайт Министерства труда ..., 2019). Исследование маркетинговой среды организации обычно осуществляется соответствующими подразделениями предприятий, отвечающих за маркетинг и маркетинговую работу. Методики такого анализа достаточно известны – SWOT-, PEST-, SNW-анализ и др.

Эти же службы могут также оценивать имидж компании. Общепризнанных способов изучения имиджа не существует. Тем не менее, организации с этой целью могут проводить различные опросы – клиентов, партнеров, посредников, собственного персонала и т.д. Также способом оценки имиджа является анализ кампаний найма, в том числе изучение причин неудач в вербовке сотрудников. На основе получаемой информации разрабатываются и реализуются мероприятия по улучшению впечатления, производимого организацией на остальных субъектах рынка. К таким мероприятиям относятся, в первую оче-

редь, реклама и установление связей с общественностью, а также формирование и реализация кадровой политики.

Вопросы исследования профессий являются менее очевидными. Эта сфера работы включает анализ разнообразных форм, используемых различными субъектами рынка труда. Это может быть, например, изучение должностных инструкций, профессионально-квалификационных справочников, профессиональных стандартов. Также может применяться опрос заинтересованных в подборе квалифицированных работников лиц, либо изучение материалов, представляемых работодателями в Центры занятости населения, изучение резюме кандидатов в тех же центрах занятости или на сайтах содействия занятости (например, <https://hh.ru>) и др. Как видим, простой перечень методов сбора информации по исследованию профессий показывает достаточное разнообразие субъектов, обеспечивающих предоставление такой информации. Это является одной из причин отсутствия в большинстве случаев подобного вида маркетингового исследования.

Не пытаясь разрешить данную задачу целиком, отметим, что возникновение любой проблемы проще предупредить, чем ее впоследствии решать. В этой связи, на наш взгляд, целесообразным является оценка эффективности работы учреждений профессионального образования в плане формирования у обучающихся необходимых для соответствующей сферы приложения труда компетенций. Если речь идет о специалистах в сфере сервиса, то большое значение для последующей эффективной работы имеет развитие коммуникативной компетенции. Причина тому достаточно проста – качество услуги неотделимо от субъекта, ее оказывающего. При этом выслушать, понять и почувствовать, что заботит клиента – основной залог успеха.

Следует отметить, что коммуникативные навыки и развитые коммуникативные компетенции важны не только в сфере сервиса: они имеют большое значение

практически в любой отрасли экономики, а также являются неотъемлемыми характеристиками любого успешного руководителя. Поэтому к универсальным компетенциям, формируемым образовательными учреждениями высшего образования по программам бакалавриата, относятся «способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)» и «Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде» (Приказ Минобрнауки России..., 2017).

Хотелось бы обратить внимание на то, что уровень развития указанных компетенций у человека во многом определяется степенью развитости мотивов самоактуализации личности. На это указывают многие исследователи (Зуева, 2013; Леонтьев, 2002; Слинкова, Слинков, Пастухова, 20017). Это предопределяет необходимость мониторинга образовательными учреждениями данной проблемы. В качестве инструмента ее исследования может быть использована методика А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калина (Слинкова, Слинков, Пастухова, 20017). Данная методика предполагает определение степени выраженности у обучающихся таких мотивов, как: ориентация во времени; разделяемые ценности; взгляд на природу человека; потребность в познании; стремление к творчеству; автономность; спонтанность; самопонимание; аутосимпатия; контактность; гибкость в общении. Эти 11 мотивов в целом характеризуют зрелую личность, готовую осуществлять профессиональную деятельность в любой сфере, налаживать связи с окружающими субъектами, решать профессиональные задачи.

Стоит также отметить, что мониторинг является обязательным компонентом управленческой деятельности, так как он пронизывает все основные функции – целеполагание, планирование, организацию, мотивацию и контроль (Слинков, 2016). Поэтому осуществление мониторинга сте-

пени развития мотивов самоактуализации обеспечивает реализацию принципов управления, достижение целей и проактивность менеджмента, т.е. решение проблем не после, а до их возникновения. Это имеет повышенное значение для развития сферы услуг и обеспечения конкурентоспособности организаций, их оказывающих.

Результаты исследования и их обсуждение. В целях оценки степени развитости перечисленных мотивов у обучающихся нами в феврале-марте 2019 г. было проведено исследование, в котором участвовали студенты экономических и инженерно-строительных направлений подготовки Братского государственного университета, обучающиеся по программам бакалавриата и магистратуры, получающие первое высшее образование и второе. Всего было опрошено 120 человек.

Следует отметить, что в исследовании также принимали участие студенты

Московского государственного областного университета и Белгородского государственного национального исследовательского университета. Сравнительный анализ полученных данных представлен в (Грудистова, Пастухова, 2019; Grudistova and other, 2019).

Уточнению и конкретизации отдельных моментов, характеризующих особенности жизни, работы и учебы в городе Братске, являющемся одним из промышленных центров Иркутской области и поставщиком не только природных, но и трудовых ресурсов для Центральной части России (в силу высокой трудовой миграции по причинам как экономического, так и социального характера), и посвящена настоящая работа. Кроме того, необходимым является поиск направлений устранения существующих проблем и противоречий.

Результаты исследования представлены в таблице.

Таблица 1

**Оценка степени развития мотивов самоактуализации личности
у студентов Братского государственного университета
(максимально возможный балл – 15)**

Table 1

**Assessment of the degree of development of motives of self-actualization of personality
in the students of Bratsk State University
(the maximum possible score is 15)**

Группы респондентов	Мотивы											Общая степень развития мотивов самоактуализации
	Ориентация во времени	Ценности	Взгляд на природу человека	Потребность в познании	Стремление к творчеству	Автономность	Спонтанность	Самопонимание	Аутосимпатия	Контактность	Гибкость в общении	
В целом по выборке	9,07	8,66	7,40	7,35	8,89	7,77	7,00	8,22	8,05	7,64	7,09	7,92
В том числе по подгруппам:												
а) пол												
Мужчины	10,5	7,71	7,07	7,86	8,71	8,29	6,43	9,00	8,86	8,79	7,07	8,21
Женщины	8,80	8,84	7,46	7,26	8,92	7,68	7,11	8,07	7,89	7,42	7,09	7,87

Группы респон- дентов	Мотивы											Общая степень развития мотивов само- актуали- зации
	Ориентация во времени	Ценности	Взгляд на при- роду человека	Потребность в познании	Стремление к творчеству	Автономность	Спонтанность	Самопони- ма- ние	Аутосимпатия	Контактность	Гибкость в об- щении	
б) возраст												
До 20 лет	8,50	8,67	8,50	7,00	8,00	9,33	5,33	7,00	6,00	6,50	7,00	7,44
20-25 лет	9,00	8,67	7,72	7,00	9,26	7,81	7,19	8,50	8,00	7,72	7,22	8,01
26-30 лет	10,2	6,40	6,30	7,10	7,40	8,20	7,40	7,80	8,20	9,30	7,20	7,77
Старше 30 лет	9,30	10,2	6,00	8,10	8,80	7,40	7,00	9,90	10,0	7,50	6,00	8,20
в) программа												
Бака- лавриат	8,70	8,77	7,95	7,40	8,70	7,33	6,80	7,95	7,60	7,80	7,00	7,82
Маги- страту- ра	9,86	8,43	6,21	7,25	9,29	8,71	7,43	8,79	9,00	7,29	7,29	8,14
г) наличие у обучающегося постоянного места работы												
Да	9,71	8,43	7,43	6,93	8,48	8,19	7,14	9,14	9,00	8,21	7,50	8,20
Нет	8,48	8,87	7,37	7,74	9,26	7,39	6,87	7,37	7,17	7,11	6,72	7,67

Как видно из представленного материала, обучающиеся демонстрируют средний уровень развития мотивов самоактуализации – 7,92 балла из возможных 15-ти. При этом такой параметр, как гибкость в общении, характеризующий способность адекватного общения и установления благожелательного отношения к себе со стороны других лиц, имеет очень низкий балл – всего 7,09, т.е. меньше половины от максимального количества баллов, присущих зрелой личности. Также опасения вызывает и довольно низкий уровень контактности как характеристики возможностей и способностей человека контактировать с другими людьми, налаживать связи с окружающими. Между тем отсутствие таких способностей просто недопустимо для человека, ориентирующегося на работу в качестве управляющего. Это тем более актуально для управляющего персоналом организаций сферы сервиса.

Наименьшая степень развития присутствует у мотива «спонтанность», что свидетельствует о неуверенности опрошенных в себе, в своих поступках, в неслободном их поведении, связанном, возможно, с существующими в обществе стереотипами. Такое неестественное поведение мешает раскрываться потенциальным возможностям и талантам, что в свою очередь не может обеспечить конкурентоспособность выпускника на рынке труда.

Подобная ситуация свидетельствует о необходимости проведения дополнительной работы как со стороны профессорско-преподавательского состава, так и со стороны административно-управленческого персонала и так называемых «общественных деканатов» в направлении развития коммуникативных способностей обучающихся. Такая работа может осуществляться по разным направлениям – активное привлечение студентов к прове-

дению общественных мероприятий (например, Дни открытых дверей), к участию в управлении образовательным процессом (например, Дни самоуправления) и иными работами (например, участие в качестве членов Совета факультета, Научно-методического совета и т.п.). При этом данные виды работ не должны осуществляться «для галочки», как это имеет место в настоящее время; здесь требуется возложение на студентов реальной ответственности и наделение их реальными правами.

Также по результатам исследования выявлено, что, к сожалению, на низком уровне находится потребность в познании. Это может показаться неестественным в отношении такой группы респондентов, как обучающиеся высшего образовательного учреждения. Однако, на наш взгляд, проблема здесь не просто в нежелании учиться, а в том, что обучающиеся не имеют уверенности в завтрашнем дне; боятся, что их знания могут оказаться невостребованными, что отсутствие большого практического опыта явится причиной отказа работодателей в приеме на работу даже при наличии вакантных мест. В целях изменения подобной ситуации требуется проведение комплексной работы по формированию у всех граждан страны ценности познания как необходимой основы жизнедеятельности. Ведь ни для кого не секрет, что в настоящее время отрасль «Образование» находится в кризисе, и отношение общества к образованию не самое лучшее. Между тем, широко афишируемая концепция человеческого капитала признает важность и целесообразность инвестирования в образование, в систему подготовки и переподготовки кадров как основных ресурсов инновационной экономики и информационного общества. Признавая сложность сиюминутного инвестирования средств в образование, в качестве некоей альтернативы хотелось бы порекомендовать активное применение важного, эффективного, но, к сожалению, редко используемого метода маркетинговых коммуникаций – пропаганды. С помощью

пропаганды можно добиться многого: достаточно вспомнить широкое ее использование во времена Советского Союза и достигнутые при этом результаты (от победы в Великой Отечественной войне до освоения Космоса и широкомасштабных промышленных достижений). В условиях ограниченности финансовых ресурсов и в настоящее время, как представляется, пропаганда способна изменить отношение людей к жизни и к ее процессам (Кошмаров, 2017), в том числе сформировать и развить ценность «Стремление к познанию» как у студентов, так и у всего общества.

В качестве положительного результата исследований можно отметить достаточно высокую степень развития мотива «Ориентация во времени» –9,07 в целом по выборке (из 15 возможных). В данном случае речь идет о том, что обучающиеся понимают ценность сегодняшнего дня, не питают иллюзий в отношении будущего и не сожалеют о прошлом. Эта характеристика вполне сформировавшейся личности, которая стремится сегодня работать с максимальной отдачей, что в итоге создает почву для завтрашнего дня и обеспечивает развитие общества.

Также радует высокий уровень стремления к творчеству, присущий всем опрошенным группам респондентов. Такое желание действовать, творить, создавать должно поощряться стимулирующими мерами (например, предоставлением возможности студентам участвовать в реальных проектах с подкрепительным моральным и материальным стимулированием).

Высокий уровень в целом по выборке имеет и такой мотив, как ценности. Здесь речь идет о том, что обучающиеся имеют полные представления о том, что есть хорошо, а что плохо, что добро, а что зло, какое поведение принято считать правильным, а какое – нет. Наличие таких ценностей обеспечивает возможность гармоничного существования в мире. Как представляется, высокий уровень ценностей является следствием «памяти предков» и осо-

бого менталитета народа, испокон веков культивирующего основные заповеди «не убей, не укради, не завидуй другим и т.д.». Радует то, что несмотря на проводимые на западный манер преобразования базовые ценности остались значимыми. Обеспечить их стабильность поможет, на наш взгляд, та же пропаганда.

Рассматривая полученные результаты по группам респондентов можно сделать следующие выводы.

Мужчины демонстрируют в целом более высокий уровень развития почти всех мотивов самоактуализации. Это говорит о том, что мужчины вполне соответствуют сложившемуся в обществе стереотипу мужского поведения, ориентированного на достижение цели в ходе соперничества и конкурентной борьбы. Женщины более гибки в общении, разделяют больше ценностей, в большей степени готовы к творчеству как средству достижения гармонии, более благосклонно рассматривают природу человека. Полученные результаты вполне ожидаемы, не вызывают особых сомнений и опасений, а также подтверждают бытующее мнение о том, что женщины лучше себя чувствуют, работая в организациях сферы сервиса, а мужчины являются лучшими руководителями.

Что касается возрастных особенностей, то большую степень развития мотивов самоактуализации демонстрируют 20-25-летние (это вполне оправдано, потому что сюда относятся студенты старших курсов, а значит, лица с почти полностью сформированными профессиональными компетенциями), а также лица старше 30 лет, т.е. уже полностью сформировавшиеся личности, уверенные в себе и в правильности своего жизненного курса. Лица старшего возраста имеют более выраженную потребность в познании (вероятно, это связано с тем, что чем дольше живешь и больше узнаешь, тем больше возникает новых вопросов), более высокий уровень ценностей (с годами становятся важными, в дополнение к материальным ценностям и «ценностям сегодняшнего дня» долго-

срочные ценности морального характера), более высокую степень самопонимания и аутосимпатии (с возрастом человек начинает понимать невозможность изменения собственного характера и вынужден принимать себя таким, какой есть). Указанные особенности еще раз подчеркивают тот факт, что человек как личность формируется в молодом возрасте; людей старших, умудренных жизненным опытом и имеющих собственный багаж ценностей и знаний, перевоспитать практически невозможно. А вот молодежь возрастной группы до 20 лет еще представляет собой «сырой материал», его можно и нужно «обрабатывать», формировать требуемые ценности и нормы поведения, чему, на наш взгляд, может также поспособствовать пропаганда. Однако коммуникативные компетенции находятся на достаточно низком уровне развития во всех возрастных группах, что требует, как было сказано ранее, пересмотра существующего подхода к обучению по схеме «учитель – ученик» в направлении более действенной, по нашему мнению, схемы «коллега – коллега».

Рассматривая градацию респондентов по программе обучения – бакалавриат или магистратура, можно отметить, что в целом лица, обучающиеся в магистратуре, имеют более высокий уровень зрелости, о чем свидетельствует более высокая степень развития мотивов самоактуализации. Вызывает некоторую озабоченность довольно значительное расхождение во взглядах на природу человека – магистранты, как это ни странно, рассматривают человека как неспособного к саморазвитию и самосовершенствованию. В чем причина такого положения дел? Наверняка, ответ надо искать в том, что отрасль «Образование», как было уже сказано, переживает не лучшие времена. Поэтому лица, уже отучившиеся по программам бакалавриата или специалитета и не увидевшие особой разницы в отношениях к себе со стороны работодателей, испытывают некоторое разочарование и склонны перено-

силь его на все остальные стороны жизни, в том числе и на сущность человека.

Наконец, по критерию «наличие у обучающегося постоянного места работы» выявлено следующее. Работающие лица являются более зрелыми личностями, в целом имеют более высокую степень развития мотивов самоактуализации. При этом они более прагматичны – в меньшей степени стремятся к творчеству и к познанию «вообще». Данная особенность, на наш взгляд, связана с тем, что они стремятся получить не любые знания и навыки, а конкретные, требующиеся для выполнения конкретной работы и достижения конкретной цели. В отношении коммуникативных особенностей у этой группы присутствует более выраженные способности идти на контакт с другими субъектами, устанавливать нужные связи и подстраиваться под нужды и чаяния собеседника. Этот вывод подтверждает ранее высказанную нами мысль о том, что для развития коммуникативных компетенций необходимо предоставление людям (в нашем примере – обучающимся) большей самостоятельности.

Реализация представленных возможных направлений развития коммуникативных компетенций и в целом повышения уровня самоактуализации личности не потребует от образовательной организации особых затрат и будет вполне соответствовать принципам менеджмента качества образовательных учреждений высшего профессионального образования (Патрусова, Слинкова, 2013).

Заключение. Рассмотренную методику выявления мотивов самоактуализации личности можно использовать не только в рамках образовательных организаций – ее можно применять и Центрам занятости населения в целях выяснения того, какая работа будет являться более подходящей для лиц, обращающихся в эти центры для поиска работы и при желании сменить работу, и Службам управления персоналом организаций для определения того, насколько кандидаты на вакантные

места соответствуют им, насколько у кандидатов выражены необходимые компетенции, и Аттестационными комиссиями в организациях, решающих те или иные вопросы, связанные с перемещениями персонала, и, конечно, всеми лицами, заинтересованными в повышении эффективности управления персоналом. Таким образом, можно успешно осуществлять одно из направлений маркетингового исследования рынка труда – исследование професий. На основе полученных результатов должен формироваться план маркетинговой работы в области персонала, что обеспечивает повышение конкурентоспособности как организаций на товарном рынке – за счет применения инновационных технологий работы и повышения уровня заинтересованности персонала в результатах труда, так и собственно работников, продающих свою рабочую силу более высокого качества – за счет повышения степени развития мотивов самоактуализации личности.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Грудистова Е.Г. Концептуальные аспекты маркетинга персонала / Экономика и управление народным хозяйством: монография / Под общ. ред. Б.Н. Герасимова. – Нижний Новгород: НИЦ «Открытое знание», 2019. С. 88-107.

Грудистова Е.Г., Пастухова Д.А. Самоактуализация и конкурентоспособность выпускников на рынке услуг: опыт исследования // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Том 5, № 1. С. 51-62.

Дуракова И.Б. Методика экономического анализа основных конкурентов и системных партнеров при реализации стратегии маркетинга персонала // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2005. № 1. С. 78-84.

Зуева С.П. Самореализация человека в профессиональной деятельности // Концепт. 2013. № 2 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/samorealizatsiya-cheloveka-v-professionalnoy-deyatelnosti> (дата обращения 10.03.2019).

Кошмаров М.Ю., Трубецкой А.Ю. Экономические теории и эволюция пропаганды // Мир новой экономики. 2017. № 4. С. 48-54.

Крыжанова Л.С. Интеграция рынка труда и рынка образовательных услуг для обеспечения сбалансированности национального рынка труда // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. 2018. Т. 18. № 3. С. 14-18.

Леонтьев Д.А. Самоактуализация как движущая сила личностного развития: историко-критический анализ / Современная психология мотивации / Под ред. Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. С. 13-46.

Маркетинг персонала: практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет»; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. Ставрополь: СКФУ, 2016. – 127 с.

Официальный сайт Министерства труда и занятости Иркутской области. URL: <http://irkzan.ru/home/gragd/vac.aspx> (дата обращения 20.03.2019).

Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала: учебник / О.Ю. Патласов. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°». 2016. – 384 с.

Патрусова А.М., Слинкова О.К. Применение принципов менеджмента качества в образовательных учреждениях высшего профессионального образования // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 1. С. 277-284.

Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 514 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис» (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47236).

Слинков А.М. Мониторинг как управленческий процесс: принципы, методы, функции // Научные ведомости Белгородского гос-

ударственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. № 2 (223). С. 63-70.

Слинкова О.К., Слинков А.М., Пастухова Д.А. Исследование мотивации личностного роста студентов в процессе вузовского обучения // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-1 (80). С. 774-779.

Чащин В.В. Маркетинг персонала и управление неопределенностью внутренней среды предприятия // Российское предпринимательство. 2011. № 4(1). С. 85-90.

Чмых С.С., Капчегашева И.В. Персонал-маркетинг как эффективное средство управления современной организацией // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 12. С. 57-62.

Bühner R. Personal marketing. Personal management, Passau, 2000, pp. 16-20.

Grudistova E.G., Pastukhova D.A., Slinkov A.M., Slinkova O.K., Melnikov T.N. Study of self-actualization needs of Russian students as a factor of competitiveness in the labor market. Espacios. 2019. Т. 40. № 26.

Strutz H. Handbuch Personalmarketing, Wiesbaden, Gabler, 1989.

References

Bühner, R. (2000), *Personal marketing. Personal management*, Passau, pp. 16-20.

Chashchin, V.V. (2011), "Personnel marketing and uncertainty management of the internal environment of an enterprise", *Russian Journal of Entrepreneurship*, 4 (1), pp. 85-90.

Chmykh, S.S. and Kapchegasheva, I.V. (2016), "Personnel marketing as an effective means of managing a modern organization", *Socio-economic sciences and humanitarian research*, 12, pp. 57-62.

Durakova, I.B. (2005), "The methodology of economic analysis of the main competitors and system partners in the implementation of the personnel marketing strategy", *Bulletin of Voronezh State University. Series: Economics and Management*, 1, pp. 78-84.

Grudistova, E.G. (2019), *Conceptual aspects of personnel marketing* // Economics and national economy management: monograph, Under the general Ed. Gerasimova, B.N., Nizhny Novgorod, SIC "Open Knowledge", pp. 88-107.

Grudistova, E.G. and Pastukhova, D.A. (2019), "Self-actualization and competitiveness of graduates in the services market: research experi-

ence", *Scientific Result. Business and service technology*, Volume 5, 1, pp. 51-62.

Grudistova, E.G., Pastukhova D.A., Slinkov A.M., Slinkova O.K. and Melnikov T.N. (2019), "Study of self-actualization needs of Russian students as a factor of competitiveness in the labor market", *Espacios*, T. 40, 26.

Koshmarov, M.Yu. and Trubetskoy A.Yu. (2017), "Economic Theories and the Evolution of Propaganda", *World of the New Economy*, 4, pp. 48-54.

Kryzhanova, L.S. (2018), "Integration of the labor market and the market of educational services to ensure the balance of the national labor market", *Bulletin of the Kyrgyz-Russian Slavic University*, Volume 18, 3, pp. 14-18.

Leontiev, D.A. (2002), *Self-actualization as a driving force of personal development: a historical-critical analysis*, *Modern Psychology of Motivation*, Ed. Leontiev, D.A., Moscow, Sense, pp. 13-46.

Patlasov, O.Yu. (2016), *Marketing staff: textbook*, Moscow, Publishing and trading corporation "Dashkov and Co.", 384 p.

Patrusova, A.M. and Slinkova, O.K. (2013), "Application of the principles of quality management in educational institutions of higher professional education", *Transactions of Bratsk State University. Series: Economics and Management*, T. 1, pp. 277-284.

Personnel marketing: workshop (2016), Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Federal North-West Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "North Caucasus Federal University"; Kal-yugina, S.N., Savchenko, I.P. et al., Stavropol, SKFU, p. 127.

Slinkov, A.M. (2016), "Monitoring as a management process: principles, methods, functions", *Scientific reports of Belgorod State Uni-*

versity. Series: Economics. Informatics, 2 (223), pp. 63-70.

Slinkova, O.K., Slinkov, A.M. and Pastukhova, D.A. (2017), "The study of motivation of students' personal growth in the process of university education", *Economics and Entrepreneurship*, 3-1 (80). pp. 774-779.

Strutz, H. (1989), *Handbuch Personalmarketing*, Wiesbaden, Gabler.

The official website of the Ministry of Labor and Employment of the Irkutsk Region [Online], available at: <http://irkzan.ru/home/gragd/vac.aspx> (Accessed 20 March 2019).

The Order of the Ministry of Education and Science of Russia of 06.06.2017, no. 514 "On approval of the federal state educational standard of higher education - undergraduate in the direction of preparation 03.03.01 Service", (Registered in the Ministry of Justice of Russia on June 29, 2017, no. 47236).

Zueva, S.P. (2013), "Self-realization of a person in professional activities (electronic resource)", *Concept*, [Electronic], 2 (18), available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/samorealizatsiya-cheloveka-v-professionalnoy-deyatelnosti> (Accessed 10 March 2019).

Данные об авторе

Грудистова Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и информационных технологий

Information about the author

Elena G. Grudistova, Candidate of Economics Sciences, Associate Professor, Department of Management and Information Technologies