

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

2. Автоматизация и программное обеспечение для управления персоналом [Электронный ресурс]. — URL: <http://opersonale.ru/upravlenie-personalom/upravlenie-personalom-upravlenie-personalom/avtomatizaciya-i-programmnoe-obespechenie-dlya-upravleniya-personalom.html>

3. Булатова Г. А. Управление персоналом транспортной компании на основе автоматизации бизнес-процессов // Экономика. Профессия. Бизнес. — 2017. — № 3. — С. 16–20.

4. Зачем внедрять автоматизированную систему управления персоналом и как выбрать оптимальное решение [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kp.ru/guide/avtomatizirovannye-sistemy-upravlenija-personalom.html>

5. Компания «Импокар»: официальный сайт. [Электронный ресурс]. — URL: <http://imposcar.ru/>

6. HR Digital — шаг в будущее [Электронный ресурс]. — URL: [https://www.hr-director.ru/article/67046-digital-hr-shag-budushchee-18-m3?utm\\_medium=letter&utm\\_source=letternews&utm\\_campaign=letter\\_DPP\\_news\\_1\\_2018\\_04\\_25\\_ink\\_3&ustp=F](https://www.hr-director.ru/article/67046-digital-hr-shag-budushchee-18-m3?utm_medium=letter&utm_source=letternews&utm_campaign=letter_DPP_news_1_2018_04_25_ink_3&ustp=F)

7. Рекрутинговая компания Antal Russia: официальный сайт. [Электронный ресурс]. — URL: <https://antalrussia.ru/>

УДК 338.984:379.852

## ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ «ЦИКЛИЧНОСТИ» И КОНЦЕПЦИИ ПЛАНИРОВАНИЯ Н. Д. КОНДРАТЬЕВА К РАЗРАБОТКЕ И ПРОДВИЖЕНИЮ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРА (НА ПРИМЕРЕ ЭКСКУРСИИ ПО Г. БАРНАУЛУ)

*А. В. Метелев, канд. филос. наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Барнаул, Россия, e-mail: metalex10@mail.ru*

*О. Я. Савина, студент Алтайского института труда и права (филиал), ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», Барнаул, Россия, e-mail: oxsavina@mail.ru*

*М. А. Савин, аспирант ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Барнаул, Россия, e-mail: mihasavin@mail.ru*

**Аннотация.** В статье рассматривается возможность применения принципов теории «цикличности» и концепции «планирования»

Н. Д. Кондратьева в качестве теоретико-методологических основ исследования туризма как в целом в контексте развития экономики, так и в применении к решению конкретных задач в частности. При этом указывается на необходимость учитывать специфику данного сектора экономики и особенности современных социально-экономических процессов. В качестве примера указанные методологические принципы Н. Д. Кондратьева применяются к разработке и продвижению нового конкретного экскурсионного тура (экскурсия по г. Барнаулу) с учетом конкретных условий и возможностей региона (Алтайский край) в контексте развития туризма в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** индустрия туризма, цикличность, планирование, экскурсия, туристский продукт, маркетинг.

## AN APPLICATION OF KONDRATIEFF'S THEORIES OF CYCLES AND PLANNING TO DEVELOPING AND PROMOTION OF EXCURSION TOURS (BARNAUL EXCURSION CASE)

*A. V. Metelev, Altai State University, Barnaul, Russia*

*O. Ya. Savina, Altai Institute of Labor and Law (branch) of OUP VO "Academy of Labor and Social Relations", Barnaul, Russia*

*M. A. Savin, Altai State University, Barnaul, Russia*

**Abstract.** This article examines the prospects of applying the principles of Kondratieff's theories of cycles and planning as a methodological ground for tourism studies in general — in the context of economic growth — and in cases of problem solving. It also points out the importance of this economic sector specifics and some features of contemporary socio-economic change. As a case, those Kondratieffian methodological principles are applied to developing and promoting a new excursion tour (Barnaul sightseeing tour) taking into account the conditions and potential of the region (Altai region), along with the context of tourism advancement in Russian Federation.

**Keywords:** tourism industry, cyclicity, planning, excursion, tourist product, marketing.

**В** настоящее время возможность увеличения доходности слабо развитых отраслей становится важным элементом экономического роста региона. Развитие туризма в условиях нали-

чия эффективной институциональной инфраструктуры является одним из инструментов стимулирования роста экономики отдельных регионов, а в ряде случаев — и целых стран [13, 15]. За счет мультипликативного эффекта развитие туризма может внести существенный вклад в развитие других отраслей экономики региона.

Индустрия туризма, занимающая в современной экономике одну из лидирующих позиций, больше других отраслей подвержена циклическим изменениям. В целом цикличность — это распространенное в природе и обществе явление, которое представляет собой закономерный ряд каких-либо явлений, повторяющихся через некоторый промежуток времени.

Русский экономист Николай Кондратьев (1892–1938 гг.) в 1920-е гг. обратил внимание на то, что в долгосрочной динамике некоторых экономических индикаторов наблюдается определенная циклическая регулярность, в ходе которой на смену фазам роста соответствующих показателей приходят фазы их относительного спада с характерным периодом этих долгосрочных колебаний порядка 50 лет. Такие колебания были обозначены им как большие, или длинные циклы, впоследствии названные Й. Шумпетером в честь российского ученого кондратьевскими циклами. Многие исследователи стали называть их также длинными волнами, или кондратьевскими волнами, иногда К-волнами [7].

Характерный период волн — 50 лет с возможным отклонением в 10 лет (от 40 до 60 лет). Циклы состоят из чередующихся фаз относительно высоких и относительно низких темпов экономического роста. Следует отметить, что многие экономисты не признают существования таких волн [8].

Идею множественности моделей циклических колебаний Н. Д. Кондратьев развивал, в частности, в своих работах «Мировое хозяйство и его конъюнктуры во время и после войны» (1922) [9] и «Большие циклы экономической конъюнктуры» (1925) [8].

Явление цикличности можно наблюдать не только в масштабах мирового экономического развития, но и в отдельных сферах экономики, в том числе и в туризме. Высокая степень зависимости туризма от состояния экономики в целом (табл.) была замечена еще в 20–30-е гг. [14].

В 50–60-е гг., когда темпы роста туристского спроса оставались стабильно высокими, был сделан эйфорический вывод о том, что туризм в меньшей степени зависит от кризисных явлений экономи-

ческого и политического характера. Высокие темпы роста и относительную стабильность туризма к конъюнктурным колебаниям в этот период следует, по-видимому, объяснить тем, что именно в 50–60-е гг., благодаря росту материального благополучия и покупательной способности все более широких слоев населения, происходит важнейшая структурная перестройка туризма: возникают массовый туризм и индустрия туризма, туристская поездка становится из привилегии избранных необходимым условием нормального существования большинства [9].

### **Изменение интенсивности туризма в зависимости от конъюнктуры**

Период	Конъюнктура	Средний прирост ночевков внутреннего туризма	Средний прирост валового продукта
1924–1929	Подъем	+ 5,4%	+ 4,2%
1929–1933	Спад	–9,5%	–4,5%
1949–1956	Подъем	+ 14,1%	+ 12,5%

Экономические кризисы 1966–1967 гг. и в особенности 1973–1975 гг., 1981–1982 гг., внесли существенные коррективы в эйфорические настроения по поводу «бескризисного» развития туризма. В 1976 г., когда в экономике началось оживление производства, и валовой продукт вырос на 5,5%, спрос в туризме обнаружил тенденцию к спаду. Только в 1977–1978 гг., когда темпы экономического роста достигли наивысшего пункта, спрос на туристском рынке начал оживляться [9, 10].

Стагнация спроса на туристские услуги в начальной фазе экономического подъема 1976 г. развенчала предположение о независимости туристской индустрии от общеэкономической конъюнктуры. Лишь в том случае, если в период экономической депрессии продолжается рост доходов массового потребителя, чему способствует деятельность профсоюзов и система социального обеспечения, можно предположить, что спрос на туристском рынке окажется относительно стабильным.

Исследователи туризма в западных странах, признавая несомненную зависимость изменений в спросе на туристском рынке от общеэкономической конъюнктуры, отмечают, тем не менее, что экономические кризисы оказывают на туристскую индустрию меньшее влияние,

чем на отрасли, ориентированные на производство товаров длительного пользования. Относительная стойкость туризма к изменениям общеэкономической конъюнктуры в значительной степени обусловлена эластичностью спроса на туристские услуги [12].

Наиболее ярким примером цикличности в туризме является сезонность, обусловленная сменой времен года, которая проявляется в колебаниях спроса на услуги. Выделяют два основных этапа сезонных явлений в туризме:

- 1) «пик» — объемы продаж возрастают;
- 2) «мертвый» сезон — снижение потока клиентов до минимума.

Спрос также является одним из факторов цикличности в экономике туризма [4].

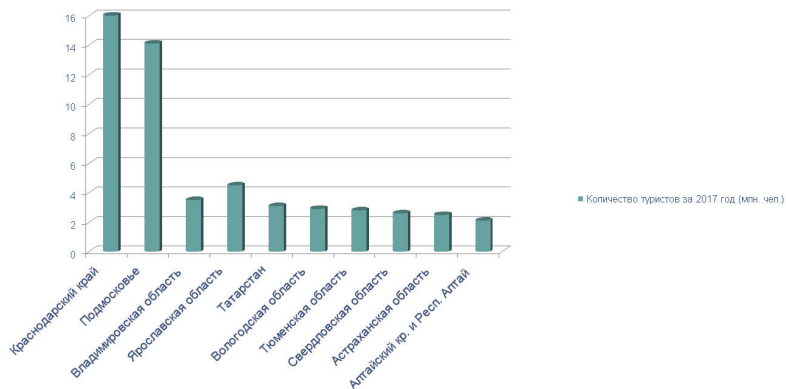
По мнению Н. Д. Кондратьева, в экономическом развитии любой сферы важным является установление устойчивых закономерностей между хозяйственными явлениями, при этом именно прогнозирование он видел как основу регулирования, следуя формуле О. Конта: «Знать, чтобы предвидеть; предвидеть, чтобы управлять». Эти принципы эффективны в том числе и при формировании и продвижении туристского продукта. В маркетинге туризма каждый цикл этого процесса обычно подразделяется на пять этапов:

- 1) выявление потребностей и предпочтений потенциальных потребителей турпродукта;
- 2) создание турпродукта на основе результатов первого этапа;
- 3) оказание услуги, продажа турпродукта;
- 4) контроль за доходами и прибылью, реинвестируемых во второй этап;
- 5) анализ спроса. Обратная связь.

После прохождения всех пяти этапов цикл повторяется [5].

Индустрия туризма является одной из лидирующих и активно развивающихся отраслей в экономике. В свою очередь, экскурсионный туризм является одним из самых популярных видов туризма в настоящее время.

Из-за большой территории России не все ее участки пользуются популярностью у туристов (рис.) и к тому же не все регионы располагают ресурсами для принятия туристского потока. Большое внимание в России уделяется крупным городам, а отдаленным регионам оказывается недостаточная поддержка в развитии туризма, поэтому несмотря на свой потенциал, они часто не слишком популярны у туристов.



Количество туристов, посетивших регионы России, 2017 г. [16]

Если же рассматривать отдельно Алтайский край, то можно сказать, что туризм в этом регионе еще не достаточно развит, несмотря на наличие разнообразных и привлекательных природных и культурно-исторических ресурсов. Развитие туризма в регионе происходит в первую очередь за счет государственной программы развития туризма в РФ, которая в настоящее время опирается на кластерный подход. В данное время активно реализуется проект туристского кластера «Барнаул — горнозаводской город» [18]. Однако несмотря на это пока столица Алтайского края не пользуется большой популярностью у туристов.

Констатируя данный факт, можно вновь упомянуть подход к планированию Н. Д. Кондратьева, который в своей работе «План и предвидение» определял планы как выражение желательных результатов в рамках возможного, а одним из принципов планирования — отношение к плановым показателям скорее как к указаниям желательного, а не как к категоричным распоряжениям и указаниям [11].

Барнаул вряд ли станет самоценным центром туризма, но повысить его привлекательность как транзитного города, который с удовольствием посещают туристы, вполне возможно. Расширению потока туристов, помимо прочих мер, может способствовать разработка новых экскурсионных маршрутов.

Изучение туристских ресурсов г. Барнаула [17] свидетельствует о том, что город, благодаря своеобразному географическому положению, богатой истории и наличию достопримечательных мест [2], обладает высоким потенциалом для развития туризма в регионе. При достаточной изученности объектов есть возможность разработ-

ки экскурсионных маршрутов, которые привлекут в город дополнительный поток туристов.

На данный момент в городе слабо проработаны экскурсионные маршруты, большинство объектов демонстрируются туристам только с одной стороны — исторической. Согласно первому этапу в цикле формирования продукта, главной целью являются желания и потребности потенциальных клиентов. Безусловно, нельзя упускать из внимания историю города, но так как туризмом занимаются люди с разными интересами и разного возраста, то нужно шире подходить к разработке туристских маршрутов, представлять интересные объекты города с разных сторон, разрабатывать новые подходы к привлечению потока путешественников, раскрыть весь туристский потенциал города [1, 3, 6].

Исходя из вышесказанного, одним из вариантов решения данной проблемы в рамках второго этапа может стать новая экскурсия по городу, которая охватывает основные достопримечательные места, показывая их с незнакомой для большинства туристов стороны, что должно стать дополнительным привлекательным фактором для потенциальных экскурсантов. Автобусно-пешеходная экскурсия «Барнаул мистический» включает известные туристские объекты города Барнаула, с которыми связаны большинство городских легенд и необычных мистических фактов.

Экскурсионный маршрут «Барнаул мистический» включает в себя посещение таких мест, как:

- 1) железнодорожный вокзал. Здесь экскурсантам будет рассказана история о «Призрачном поезде»;
- 2) Алтайский краевой театр драмы им. В. М. Шукшина. Хранит тайну жестокого убийства;
- 3) «небоскреб» купца Аверина. Здесь будет рассказана история о жертвоприношениях;
- 4) нагорное кладбище. С ним связан рассказ о неприкаянных душах;
- 5) новый мост через Обь. Здесь экскурсанты узнают об обманутой невесте;
- 6) здание администрации города Барнаула. На этом объекте экскурсанты познакомятся с романтической и в то же время ужасной историей любви;
- 7) парк «Изумрудный». В этом парке в далеком 1939 г. прошел «кровавый» субботник;

8) парк «Юбилейный». Когда-то здесь было снесено кладбище японских военнопленных.

По итогам сравнения предлагаемого экскурсионного маршрута с уже действующими популярными экскурсиями в городе следует отметить, что стоимость экскурсии находится в категории средних, но гораздо продолжительнее и более наполнено.

Третий этап — это продажа туристского продукта. Экскурсия «Барнаул мистический» может продвигаться и продаваться одной из туристических компаний города.

Для продвижения экскурсионного маршрута «Барнаул мистический» необходимо провести рекламную кампанию, то есть разместить информацию на всех ресурсах турфирмы, проводить ярмарки и презентации, сообщать клиентам о предлагаемом продукте лично — посредством телефонных звонков и писем.

Привлечение туристов в город является задачей не только турфирм, но и администрации города. Увеличение туристского потока создаст условия для появления новых рабочих мест, увеличения прибыли предприятия, а, следовательно, будет способствовать общему развитию региона. Поэтому администрация должна быть заинтересована в появлении новых продуктов, привлекающих туристов.

Поэтому туристическим фирмам предлагается в сотрудничестве с Управлением Алтайского края по туризму разработать мобильное приложение, где будет содержаться информация по значимым туристским объектам города Барнаула. Примером такого приложения может служить «REDIGO» или «АФИША-МИР». Успешным примером использования таких приложений в России могут также служить «ЛакхаTrip», идеей которой служит разработка самостоятельного экскурсионного маршрута по Петербургу, и «Экскурсии. Гид Москва», где электронный гид проводит экскурсии по Москве.

Если рассматривать разработку отдельного приложения, то для привлечения и заинтересованности потенциального экскурсанта, а также чтобы помочь ему не просто прогуляться по интерактивной карте, а больше узнать о достопримечательностях города, разрабатываемое приложение должно быть оснащено подробной информацией о каждом объекте города, рассказывать о местах, где можно перекусить, не скрывая информацию о средней стоимости предлагаемых обедов, разработать новые экскурсионные маршруты и дать возможность гостям города составлять самостоятельно свой путь. Приложение должно быть оснащено онлайн- и офлайн-картой



города со всевозможными способами передвижения. Должно иметься расписание ближайших мероприятий в городе и в Алтайском крае. При этом все это необходимо сопроводить яркими фотографиями.

Разработать подобное приложение можно также и на базе «2ГИС», внеся туда некоторые дополнения. Приложение «REDIGO» можно не только взять за основу, но и непосредственно принять участие в нем, заключив договор с разработчиками и разработав рубрику об основных туристских объектах города. Приложение является очень популярным среди путешественников, и наличие в нем города Барнаула увеличит шансы привлечь сюда туристов. Конечно, в перечне экскурсионных маршрутов или в информации об объекте должна содержаться разноплановая информация, учитывающая самые разные интересы потребителей, представителей различных социальных групп. Предложенные маршруты туристы смогут посетить как самостоятельно, так и воспользовавшись услугами турфирмы, информацию о которых можно будет найти в этом же приложении. Экскурсионный маршрут «Барнаул мистический», предложенный в данной работе, — только один из них. Он рассчитан на тех экскурсантов, кого привлекает информация о чем-то необычном и часто рационально необъяснимом.

Разработка мобильного приложения будет способствовать развитию туризма в городе Барнауле и за счет расширения спектра туристских услуг транзитным туристам и расширения потока экскурсантов даст возможность предложить жителям города новые рабочие места.

Таким образом, учитывая цикличную специфику развития туристской индустрии, сезонные колебания спроса на туристские услуги, а также наличие «жизненных» циклов существования туристского продукта, следует указать на возможность применения принципов теории «цикличности» и концепции «планирования» Н. Д. Кондратьева в качестве теоретико-методологических основ исследования туризма как в целом в контексте развития экономики, так и в частности в применении к решению конкретных задач. При этом, конечно, необходимо учитывать специфику данного сектора экономики и особенности современных социально-экономических процессов. Данные методологические принципы, например, могут быть использованы как основа для подготовки и продвижения конкретного экскурсионного тура.

При этом подготовка и предложение широкого и разнообразного спектра туристских продуктов и услуг, в том числе создание и про-

движение новых экскурсий, позволит минимизировать негативные эффекты циклических спадов и увеличить вклад туризма в экономику страны и края.

Исходя из подхода к планированию Н. Д. Кондратьева, который определял планы как выражение желательных результатов в рамках возможного, а одним из принципов планирования — отношение к плановым показателям как к указаниям желательного [11], можно утверждать, что существует вполне реальная возможность повысить привлекательность Барнаула как транзитного города. Расширению потока туристов и экскурсантов, помимо прочего, может способствовать разработка широкого спектра разноплановых экскурсионных маршрутов, учитывающих интересы различных социальных групп.

Разработка экскурсионного маршрута «Барнаул мистический» направлена на расширение тематического разнообразия экскурсий и демонстрацию известных туристских объектов в необычном ракурсе и контексте, что позволит привлечь в город новых туристов и расширить поток экскурсантов.

В процессе продвижения экскурсионных маршрутов, в том числе экскурсии «Барнаул мистический», следует сотрудничать с администрацией города, используя ее информационные ресурсы. Необходимо использовать возможность разработки мобильного приложения или включения в него при сотрудничестве с Управлением Алтайского края по туризму. В данном приложении должна содержаться разноплановая информация о значимых туристских объектах и экскурсионных маршрутах города Барнаула.

При этом не стоит забывать, что формирование турпродукта — циклический процесс, который не заканчивается на непосредственном оказании услуги клиенту, после этого необходимо анализировать прибыль от реализации конкретного продукта (четвертый этап) и имеющийся на него спрос (пятый этап). Учитывая реакцию клиентов на предлагаемую услугу, их потребности, которые могут со временем измениться, вносить корректировки в турпродукт, либо полностью менять его.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Алябьева Р. В.* Методика проведения экскурсии. — М. : Академия, 2004. — 385 с.
2. *Андреев А. И.* Барнаул изначальный // Алтайская правда. — 2008 № 247. — С. 14.

3. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — СПб. : Герда, 2001. — 320 с.
4. Безрутенко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. — М. : Дашков и К, 2014. — 232 с.
5. Бунич Г. А., Старцев В. А Туристский продукт: теория, практика, инновационные аспекты. — М. : СОЮЗ — ПРЕСС, 2012. — 236 с.
6. Емельянов Б. В. Экскурсоведение : учеб. пособие. — М. : Рос. Акад. туризма, 1992. — 217 с.
7. История экономических учений : учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 784 с.
8. Кондратьев Н. Д., Яковец Ю. В., Абалкин Л. И. Большие циклы экономической конъюнктуры. — М. : Экономика, 2002. — 764 с.
9. Кондратьев Н. Д. Мировое хозяйство и его конъюнктуры во время и после войны. — Вологда, 1922. — 258 с.
10. Кондратьев Н. Д. Основные проблемы экономической статистики и динамики: Предварительный эскиз. — 1-е изд. — М. : Наука, 1991. — 567 с.
11. Кондратьев Н. Д. План и предвидение (к вопросу о методах составления перспективных планов развития народного хозяйства и сельского хозяйства в частности) // Вопросы экономики. — 1992. — № 4 (6). — С. 91–110.
12. Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений. — М. : Дело, 2002. — 540 с.
13. Самсонов Р. А. Институциональный монополизм: сущность и особенности регулирования // Вопросы экономики. — 2007. — № 1. — С. 140–143.
14. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. — М. : Ось-89, 1997. — 160 с.
15. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. — М. : Изд-во РДЛ, 2004. — 376 с.
16. Итоги Вьездного Туризма В Россию 2017 года / Сайт ТурСтат. [Электронный ресурс]. — URL: <http://turstat.com/foreigntravelrus-sia2017> (дата обращения: 15.02.2018).
17. Туристские объекты и районы Алтай / Сайт Визиталтай. рф. [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.visitaltai.info/where\\_visit/objects/architecture/2067/?sphrase\\_id=48942](http://www.visitaltai.info/where_visit/objects/architecture/2067/?sphrase_id=48942) (дата обращения: 15.02.2018).
18. Туристско-рекреационный кластер «Барнаул — горнозаводской город» / Сайт Управления Алтайского края по внешним связям, туризму и курортному делу. [Электронный ресурс] — URL:

<http://alttur22.ru/pages/turistsko-rekreacionnyy-klaster-barnaul-gornozavodskoy-gorod> (дата обращения: 16.02.2018).

УДК 321

## **ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 1990-х гг.**

*А. В. Радонова, канд. истор. наук, начальник договорно-правового отдела  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный институт культуры», Барнаул,  
Россия, e-mail: radonova@barnaul.muh.ru*

**Аннотация.** В статье содержится теоретический анализ институционализации сферы образования Алтайского края в первой половине 1990-х гг. Характеризуются проблемы и достижения материально-технического и кадрового обеспечения системы образования региона в конце XX в.

**Ключевые слова:** институционализм, социальный институт, образование, социальные потребности, финансирование, материально-техническое оснащение, кадровое обеспечение.

## **THE INSTITUTIONALIZATION OF EDUCATION OF THE ALTAI TERRITORY IN THE FIRST HALF OF THE 1990s.**

*A. V. Radonova, Altai State Institute of Culture, Barnaul, Russia*

**Abstract.** The article contains a theoretical analysis of the institutionalization of education in the Altai territory in the first half of the 1990s. Characterized by the problems and achievements of material, technical and personnel support of the education system in the region in the late twentieth century.

**Keywords:** institutionalism, social Institute, education, social needs, financing, material and technical equipment, staffing.

**П**о мнению известного американского экономиста и социолога Т. Веблена, институционализмом является процесс формирования социальных институтов. Он считает, что этот «процесс