

Однако отсутствие законодательного закрепления страхования ответственности руководителей затрудняет его практическое использование, а потому в настоящее время созрела необходимость детальной регламентации этого вида страхования в законодательстве обеих стран.

Библиографический список

1. Правила № 88 Белорусского республиканского унитарного страхового предприятия «Белгосстрах» Добровольного страхования ответственности руководителей : прил. к письму // О представлении сведений: письмо Белорусского республиканского унитарного страхового предприятия «Белгосстрах» от 04.11.2013 г. № 05-23/12509. – Минск, 2013. – С. 2-21.

2. Дополнительные правила страхования финансовых рисков членов органов управления юридических лиц и финансовых рисков юридических лиц / American International Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.aig.ru/Chartis/internet/RU/ru/DO%20-%20director%20police_tcm3958-604365.pdf. – Дата доступа: 11.08.2015.

3. Правила страхования ответственности директоров и иных должностных лиц организаций / Либерти Страхование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.liberty24.ru/upload/pravila/40_1.pdf. – Дата доступа: 11.08.2015.

А.Ф. Бондарчук, И.В. Калашникова К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КЛИНСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ

В работе рассмотрены вопросы оценки туристской привлекательности регионов и проведён экспертный анализ перспектив развития туризма в Клинском муниципальном районе.

Ключевые слова: Туризм, рейтинг туристской привлекательности, развитие туризма в Клинском районе, экспертная оценка привлекательности, метод Дельфи.

A. F. Bondarchuk, I.V. Kalashnikova ASSESSMENT OF PROSPECTS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN KLIN MUNICIPAL DISTRICT

The article discusses the issues of assessment of touristic attractiveness of different regions; authors carry out expert analysis of tourism development in Klin municipal district.

Key words: Tourism, rating of touristic attractiveness, development of tourism in Klin district, expert assessment of attractiveness, Delphi method.

Развитие внутреннего туризма предполагает не только формирование дополнительных факторов привлекательности туристских дестинаций, но и перепозиционирование отдыха внутри страны как познавательного, здорового и доступного в финансовом отношении. Важную роль в этом играет создание и развитие

положительного имиджа регионов как объектов туризма и отдыха, что позволит привлечь дополнительные инвестиции в развитие туристской инфраструктуры. Понимая важность данной проблемы, центр инновационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» приступил к проведению комплексных экспертных исследований по рейтинговой оценке туристской привлекательности регионов, используя ряд критериев:

- Уровень развития туристического бизнеса (на душу населения: общее число мест в гостиницах; число жителей, занятых в сфере туризма);
- Оборот туристических услуг (количество рублей, заработанных в сфере туризма – на каждого жителя региона);
- Популярность региона у россиян (по количеству ночёвок в гостиницах);
- Популярность региона у иностранцев (по количеству ночёвок в гостиницах);
- Туристическая уникальность (рейтинг достопримечательностей и курортов – по данным ЮНЕСКО, материалам СМИ и экспертным оценкам);
- Экологическое «здоровье» региона;
- Криминогенная ситуация (количество преступлений на тысячу жителей);
- Развитость транспортной и социальной инфраструктуры, обеспеченность объектами культуры;
- Популярность региона как туристического бренда в интернете (количество запросов в поисковых системах; количество публикаций на русском и английском языках).

В соответствии с принципами работы ЦИК «Рейтинг», в исследовании учитывались мнения представителей экспертного сообщества – в данном случае специалистов медиа-группы «Отдых в России», в которую входят журнал о внутреннем и въездном туризме «Отдых в России», а также информационные порталы «Российский туризм» и «Инвестиции в туризм».

По каждому из критериев – на основе анализа открытых источников и ведомственной статистики – была подготовлена таблица и проведено соответствующее ранжирование. Первое место в каждой таблице давало 8,5 балла. За каждое последующее место снималось по 0,1 балла. Так, девять промежуточных таблиц (по числу критериев) образовали сводную таблицу, где по сумме общих баллов, с учётом экспертной оценки, были определены лидеры и аутсайдеры «Национального туристического рейтинга» [1].

Среди лидеров рейтинга на 6-м месте оказалась Московская область (56,8), для сравнения – лидер рейтинга Краснодарский край получил оценку 70,9 баллов, город федерального значения Москва – 60,7 баллов, а Тверская область – 43,8 балла (двадцать восьмое место).

Туристская привлекательность Клинского района и города Клин постоянно находятся в поле зрения районной администрации, в частности разработана и претворяется в жизнь программа развития туризма в Клинском районе на период 2013–2018 годы [2]. Вопросы развития Клина и Клинского района как туристской дестинации рассматриваются и обсуждаются на научно-практических конференциях преподавателей и студентов Клинского филиала РГСУ, что отражено в ряде публикаций в научной печати [3,4]. Можно отметить заинтересованность студентов в развитии местных туристских достопримечательностей и креативные решения по организации брендинга и продвижения Клина и Клинского района как объекта туризма [5-8].

В Клинском филиале РГСУ был проведён экспертный опрос студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» по теме: как Вы оцениваете перспективы развития объектов внутреннего туризма в Клину и Клинском районе? Было предложено дать ответ на вопрос в количественном отношении – в процентах, в какой степени будут успешно решены задачи формирования туристской привлекательности района и каковы прогнозные значения возможного успешного развития въездного туризма в ближайшее время. Обработку оценок проводили в процессе занятий по дисциплине «Стратегическое развитие муниципальных образований» методом Дельфи в течение трёх итераций. Экспертами выступали присутствующие студенты в количестве 15 человек, процедура проводилась в соответствии с методикой: эксперты получили зашифрованный код и не вступали в контакт друг с другом. Результаты опроса и соответствующей обработки данных приведены в трёх таблицах, соответствующие трём итерациям.

№ эксперта	самооценка	прогноз	ранжирование
1	7	100	1
2	6	45	15
3	9	80	9
4	4	50	14
5	10	100	2
6	9	70	12
7	10	55	13
8	10	85	8

9	5	95	5
10	7	75	11
11	9	100	3
12	4	80	10
13	9	90	6
14	9	100	4
15	10	90	7

Обработка результатов:

а) среднегрупповая самооценка =

$$= (7+6+9+4+10+9+10+10+5+7+9+4+9+9+10) / 15 = 118 / 15 = 7,87$$

б) среднее значение прогнозируемой величины =

$$= (100+45+80+50+100+70+55+85+95+75+100+80+90+100+90) / 15 = 1215 / 15 = 81\%$$

в) средневзвешенная оценка спроса =

$$= (7*100+6*45+9*80+4*50+10*100+9*70+10*55+10*85+5*95+7*75+9*100+4*80+9*90+9*100+10*90) / (7+6+9+4+10+9+10+10+5+7+9+4+9+9+10) = (700+270+720+200+1000+630+550+850+475+525+900+320+810+900+900) / 118 = 9750 / 118 = 82,63\%$$

г) медиана = 85%

д) квартили = $(100-45) / 4 = 13,75\%$

е) доверительное значение прогноза =

$$45+13,75 = 58,75\%$$

$$100-13,75 = 86,25\%$$

№ эксперта	самооценка	прогноз	ранжирование
1	6	85	1
2	6	50	14
3	9	80	7
4	7	50	15
5	8	80	8
6	9	70	12
7	8	55	13
8	10	85	2
9	7	85	3
10	8	75	11
11	7	85	4
12	8	80	9
13	8	85	5
14	8	80	10
15	10	85	6

Обработка результатов:

а) среднегрупповая самооценка =

$$= (6+6+9+7+8+9+8+10+7+8+7+8+8+8+10) / 15 = 119 / 15 = 7,93$$

б) среднее значение прогнозируемой величины =

$$= (85+50+80+50+80+70+55+85+85+75+85+80+85+80+85) / 15 = 1130 / 15 = 75,33\%$$

в) средневзвешенная оценка спроса =

$$= (6*85+6*50+9*80+7*50+8*80+9*70+8*55+10*85+7*85+8*75+7*85+8*80+8*85+8*80+10*85) / (6+6+9+7+8+9+8+10+7+8+7+8+8+8+10) = (510+300+720+350+640+630+440+850+595+600+595+640+680+640+850) / 119 = 9040 / 119 = 75,97\%$$

г) медиана = 80%

д) квартили = $(85-50) / 4 = 8,75\%$

е) доверительное значение прогноза =

$$50 + 8,75 = 58,75\%$$

$$85 - 8,75 = 76,25\%$$

№ эксперта	самооценка	прогноз	ранжирование
1	6	75	1
2	6	60	13
3	8	75	2
4	8	60	14
5	8	75	3
6	10	70	9
7	9	65	11
8	7	75	4
9	7	75	5
10	10	75	6
11	7	65	12
12	7	60	15
13	7	75	7
14	8	70	10
15	9	75	8

Обработка результатов:

а) среднегрупповая самооценка =

$$= (6+6+8+8+8+10+9+7+7+10+9+7+7+10+7+7+8+9) / 15 = 117 / 15 = 7,8$$

б) среднее значение прогнозируемой величины =

$$= (75+60+75+60+75+70+65+75+75+75+65+60+75+70+75) / 15 = 1050 / 15 = 70\%$$

в) средневзвешенная оценка спроса =

$$= (6*75+6*60+8*75+8*60+8*75+10*70+9*65+7*75+7*75+10*75+7*65+7*60+7*75+8*70+9*75) / (6+6+8+8+8+10+9+7+7+10+9+7+7+10+7+7+8+9) = (450+360+600+480+600+700+585+525+525+750+455+420+525+560+675) / 117 = 8210 / 117 = 70,17\%$$

г) медиана = 75%
д) квартили = $(75-60) / 4 = 3,75\%$
е) доверительное значение прогноза =
 $60 + 3,75 = 63,75\%$
 $75 - 3,75 = 71,25\%$

Изменение доверительного значения:

$45 + 13,75 = 58,75\%$
 $100 - 13,75 = 86,25\%$
 $50 + 8,75 = 58,75\%$
 $85 - 8,75 = 76,25\%$
 $60 + 3,75 = 63,75\%$
 $75 - 3,75 = 71,25\%$

Таким образом, по мнению студентов – экспертов, перспективы успешного развития Клина и Клинского района как туристской дестинации вселяют сдержанный оптимизм.

Библиографический список

1. <http://russia-rating.ru/info/9857.html>
2. Постановление Администрации Клинского муниципального района от 04.12.2012 №2940 г. Клин Московская область «Об утверждении муниципальной целевой программы «Развитие туризма в Клинском муниципальном районе на 2013-2018 годы»».
3. Калашникова, И.В. Туристическая деятельность в Клинском районе: недостатки, преимущества и прогнозы / И.В. Калашникова // Научные труды SWorld, 2014. – Т. 27. – №4, – С. 80-83.
4. Модернизация социально-экономической сферы в современной России: проблемы и суждения: монография / под ред. Н.В. Филиновой, А.Н. Сухарева, И.А. Толстовой. – Тверь: Твер. гос. ун-т., 2016. – 188 с.
5. Богунов, Д.С., Бондарчук А.Ф. Формирование туристского бренда региона Клинского района / Д.С. Богунов, А.Ф. Бондарчук // Сборник статей по материалам студенческой научно-практической конференции «Социально-экономические аспекты управления». – Клин, 2014. – С. 47-54.
6. Друц, Я.А., Бондарчук А.Ф. Формирование имиджа привлекательности Клинского района и города Клин / Я.А. Друц, А.Ф. Бондарчук // Сборник статей по материалам студенческой научно-практической конференции «Социально-экономические аспекты управления». – Клин, 2014. – С. 74-79.
7. Исаева, А.Д., Калашникова И.В. Реклама-мощный маркетинговый фактор в индустрии туризма / А. Д. Исаева, И. В. Калашникова // Сборник статей по материалам студенческой научно-практической конференции «Социально-экономические аспекты управления». – Клин, 2014. – С. 77-82.
8. Поварницына, Е.О., Калашникова И.В. Анализ современного состояния туристического бизнеса в городе Клину / Е. О. Поварницына, И. В. Калашникова // Сборник статей по материалам студенческой научно-практической конференции «Социально-экономические аспекты управления». – Клин, 2014. – С. 86-91.