

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](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](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 ночных в гостиницах);
- Популярность региона у иностранцев (по количеству ночных 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 сдержаный 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.