

На правах рукописи



**ОРЛОВА Виктория Станиславовна**

**ФОРМИРОВАНИЕ, РАЗВИТИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ  
ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность 08.00.05 –  
Экономика и управление народным хозяйством  
(рекреация и туризм)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Работа выполнена в Учреждении Российской академии наук  
Институте социально-экономического развития территорий РАН

- Научный руководитель** - Заслуженный деятель науки РФ,  
доктор экономических наук, профессор  
**Пахолков Николай Александрович**,  
заведующий кафедрой менеджмента  
Вологодского государственного технического  
университета
- Официальные оппоненты** - доктор экономических наук, профессор  
**Гаврильчак Игорь Николаевич**,  
профессор кафедры управления  
предпринимательской деятельностью  
Балтийской академии туризма  
и предпринимательства
- доктор экономических наук, профессор  
**Кроливещкий Эдуард Николаевич**,  
профессор кафедры управления  
экономическими и социальными процессами  
Санкт-Петербургского государственного  
университета кино и телевидения
- Ведущая организация** - **Институт экономических проблем  
им. Г.П. Лузина Кольского научного  
центра Российской академии наук**

Защита состоится 15 декабря 2011 г. в 14 час. 00 мин. на заседании диссертационного совета Д 521.034.01 при Балтийской академии туризма и предпринимательства по адресу: 197110, г. Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, 13.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Балтийской академии туризма и предпринимательства.

Автореферат разослан 14 ноября 2011 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



С.В. Мордашов

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Туризм – динамично развивающийся сектор мировой экономики, оказывающий стимулирующее действие на ее ключевые отрасли: транспорт, связь, строительство, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство и др. Российская практика также свидетельствует, что вследствие своего значимого мультипликативного эффекта туризм выступает катализатором социально-экономического развития территорий, способствует повышению качества жизни населения.

Однако имеющиеся в стране возможности развития туризма используются далеко не в полной мере: доля России составляет менее 1,5% мирового туристского потока. Это объясняется неразвитостью всех элементов, составляющих туристский рынок, наличием серьезных препятствий в формировании, развитии и реализации туристского потенциала территорий. Эти препятствия носят многоплановый характер: они касаются состояния инфраструктуры туризма, организационно-экономических вопросов его функционирования и управления. В современных условиях обостряется важность освоения инновационных технологий в туристской деятельности. Поэтому создание благоприятных условий, способствующих развитию туристской деятельности, обуславливает необходимость научной разработки эффективных направлений формирования, развития и реализации туристского потенциала территорий, что и определило тему исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.** Различные аспекты развития сферы туризма рассматриваются в трудах Азара В.И., Боголюбова В.С., Боголюбовой С.А., Гаврильчака И.Н., Джанжугазовой Е.А., Квартальнова В.А., Севастьяновой С.А., Ушакова Д.С. и др.

Вопросам инновационной и инвестиционной деятельности в туризме посвящены работы таких авторов, как Балабанов И.Т., Биржаков К.М., Быстров С.А., Жукова М.А., Загорин Н.Д., Кроливецкий Э.Н., Малахова Н.Н., Новиков В.С., Сапрунова В.Б., Чудновский А.Д. и др.

Однако исследования перечисленных авторов не затрагивали в значительной мере проблему определения эффективных направлений, способствующих полноценной реализации туристского потенциала территорий, в контексте инновационного развития сферы туризма.

**Цель** диссертационного исследования заключается в разработке концептуальных и теоретических положений, методических подходов и практических рекомендаций по формированию, развитию и реализации туристского потенциала территории.

Достижение поставленной цели потребовало постановки и решения следующих задач:

- определить организационно-экономические основы туристской деятельности;
- раскрыть сущность, содержание и специфику туристского потенциала территории;
- разработать и апробировать методику оценки туристского потенциала

территории;

- предложить методический подход к анализу инновационной деятельности в сфере туризма;
- провести анализ инновационной и инвестиционной деятельности в туризме;
- обосновать стратегические направления стимулирования туристской деятельности;
- разработать механизм развития и реализации туристского потенциала территории на основе формирования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.

**Объектом исследования** выступает сфера туризма региона.

**Предмет исследования** представляют организационно-экономические отношения, возникающие в процессе туристской деятельности.

**Теоретическая, методологическая и информационная основа диссертационного исследования.** *Теоретическая* основа исследования базируются на системном и проблемно-ориентированном подходе к изучению проблем экономики и управления, на отечественных и зарубежных методологических разработках в области теории организации и управления в туристской сфере.

*Методологической* основой исследования являются методы экономико-статистического анализа, экономико-математического моделирования, экспертной оценки, социологического опроса, а также другие методы анализа и синтеза данных.

*Информационная* база основывается на данных Федеральной службы государственной статистики, аналитических материалах Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области, данных периодической печати, на результатах научных исследований и экспертных опросов, социологического мониторинга, а также на данных периодической печати, нормативно-правовой документации, Интернет-ресурсах.

**Обоснованность и достоверность** результатов исследования, а также выводов и рекомендаций обеспечивается:

- использованием фундаментальных исследований и прикладных работ ведущих отечественных и зарубежных экономистов по проблемам развития сферы туризма;
- анализом и обобщением федеральных и региональных законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность в туристской сфере, материалов органов федеральной и региональной статистики, результатов социологических опросов и отчетных показателей туристских организаций;
- апробацией результатов, полученных в ходе исследования, на научных и научно-практических конференциях различного уровня, а также публикацией в ведущих научных журналах Российской Федерации.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в разработке концептуальных и теоретических положений, методических подходов и практических рекомендаций по реализации туристского потенциала территории, что способствует повышению социально-экономической эффективности формирования, развития и реализации.

**К научным результатам**, определяющим новизну диссертационного исследования, относятся:

1. Разработана и научно обоснована методика оценки туристского потенциала территории, специфика которой заключается в определении его интегральной характеристики на основе таких критериев, как общий имидж туристского центра, развитие туристской инфраструктуры, транспортная доступность, экономический интерес туриста к территории, ее экологическая благоприятность, комфорт и безопасность туриста.

2. Предложен методический подход к анализу инновационной деятельности в туризме, который, в отличие от существующих, предполагает комплексное ее исследование и включает: определение направлений и результатов инновационной деятельности; выявление препятствующих созданию и освоению инноваций проблем и их возможных решений; оценку применения информационных технологий туристскими фирмами; анализ инвестирования инноваций в туризме; оценку факторов влияния на инновационную деятельность в туристской сфере.

3. Обоснованы стратегические направления стимулирования туристской деятельности, отличающиеся от имеющихся наработок реализуемым в их рамках комплексом мер, который предполагает совместное воздействие органов государственной власти и представителей туристского бизнеса на проблемные области сферы туризма посредством формирования условий для создания нового туристского продукта и сохранения природного и культурного потенциала территории.

4. Разработана концепция и проведена экономическая оценка проекта создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа, особенностью которого является специализированное зонирование территории, обеспечивающее формирование и развитие нового вида туризма – фольклорно-урбанистического.

#### **Защищаемые научные положения.**

1. Методика оценки туристского потенциала территории.
2. Методический подход к анализу инновационной деятельности в туризме.
3. Стратегические направления стимулирования туристской деятельности.
4. Концепция формирования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.

**Теоретическая значимость** результатов диссертационного исследования заключается в том, что разработанные теоретические, концептуальные и методические положения по формированию, развитию и реализации туристского потенциала территории развивают теории экономики, организации и управления применительно к сфере туризма.

**Практическая значимость** диссертационного исследования состоит в том, что научные положения диссертации ориентированы на возможность их практического применения в реальных условиях региональной туристской деятельности и использования как инструмента управления формированием, развитием и реализацией туристского потенциала территории, а также в образовательном процессе высших учебных заведений туристского профиля.

Ряд выдвигаемых в исследовании положений, разработанных в рамках НИР «Инновации в развитие предприятий малого бизнеса туристского комплекса Вологодской области» и «Механизмы привлечения инвестиций в сферу туризма», выполненных ИСЭРТ РАН (при участии автора), *применены* региональными органами власти и управления.

**Публикации и апробация результатов исследования.** Результаты и основные положения диссертации представлены на 16 научных конференциях: всероссийской научной конференции студентов и аспирантов «Молодые исследователи – регионам» (Вологда, 2007 г.), всероссийской научно-технической конференции «Вузовская наука – региону» (Вологда, 2007 – 2010 гг.), междисциплинарной научно-практической конференции «Экономика региона: реальность и перспективы» (Вологда, 2009 – 2010 гг.), региональной научно-практической конференции «Туризм как фактор устойчивого роста экономики и развития человеческого потенциала региона» (Вологда, 2010 г.), а также международных научно-практических конференциях «Инновационные процессы в экономике региона» (Вологда, 2009 г.), «Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга» (Белгород, 2009 г.), «Формирование позитивного образа России. Вызовы, методы, перспективы» (Курск, 2009 г.), «Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика» (Курск, 2010 г.), «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов» (Петрозаводск, 2010 г.), «Туризм и биологическое разнообразие» (Санкт-Петербург, 2010 г.), «Актуальные научные проблемы» (Екатеринбург, 2011 г.), «Современные научные исследования социально-экономических процессов» (Саратов, 2011).

Отдельные положения диссертации использованы в рамках курса «Технология производства туристского продукта» в филиале Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета в г. Вологде.

По теме диссертационного исследования опубликовано 24 работы общим объемом 21,5 п.л. (личный вклад автора – 10,6 п.л.), в том числе пять публикаций в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

Отраженные в диссертации научные положения соответствуют формуле специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством», п. 15. «Рекреация и туризм», а достигнутые результаты исследования соответствуют п. 15.7. «Территориальная организация туристско-рекреационных систем», п. 15.8. «Ресурсный потенциал сферы рекреации и туризма и эффективность его использования» и п. 15.15. «Формирование механизмов инвестиционной привлекательности в сфере рекреации и туризма» паспорта специальности, разработанного экспертным советом Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ от 25 февраля 2009 г. № 59.

**Объем и структура исследования** обусловлена целью и задачами диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, перечня использованных источников (149 наименований), десяти приложений, включает 48 таблиц, 49 рисунков.

**Во введении** обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, установлены

теоретическая и методическая основа исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, показаны апробация и публикации автора.

**В первой главе «Организационно-экономические основы туристской деятельности»** раскрыты сущность, содержание и специфика туристской деятельности и туристского потенциала, рассмотрены инновационная и инвестиционная составляющие туристской деятельности, показаны основные формы организации и методы стимулирования сферы туризма.

**Во второй главе «Оценка состояния и тенденций развития туристской деятельности в регионе»** выявлены уровень туристского потенциала области и факторы, лимитирующие его эффективное использование; проанализирована инновационная и инвестиционная деятельность в туристской сфере региона; проведена оценка факторов влияния на туристскую деятельность, определены проблемы, сдерживающие ее развитие.

**В третьей главе «Основные направления развития сферы туризма»** обоснованы стратегические направления развития сферы туризма и реализации туристского потенциала региона; разработана концепция формирования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа как эффективной формы стимулирования туристской деятельности, проведена экономическая оценка представленного проекта.

**В заключении** диссертации выделены основные результаты проведенного исследования.

## II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### 1. Методика оценки туристского потенциала территории

На основе теоретико-методологического анализа определено, что туристский потенциал следует рассматривать как совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на территории определенного региона.

В исследовании в качестве туристского региона, который представляет собой пространственно определенную территорию, обладающую туристскими ресурсами и располагающую туристской инфраструктурой, выступает Вологодская область. В ходе проведенной оценки туристского потенциала области установлено, что ее туристско-рекреационные ресурсы используются не в полной мере. Так, несмотря на ежегодное увеличение числа прибытий туристов, составившее в 2010 г. по сравнению с 2005 г. 141,6% (рисунок 1), современный уровень освоения региона составляет порядка 43% его потенциальной туристской емкости.

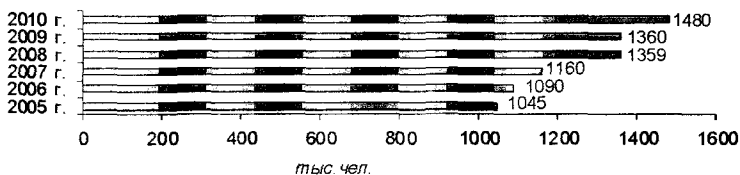


Рисунок 1 – Динамика въездного туристского потока в Вологодскую область в 2005 – 2010 гг.

Разработанная автором методика оценки туристского потенциала позволила выделить его композиционную основу. При этом в силу неоднородности функционирования туристских центров в качестве оценочных критериев для выявления предпосылок их развития использованы следующие составляющие туристского потенциала: имидж туристского центра; развитие туристской инфраструктуры; транспортная доступность и экологическая благоприятность территории; экономический интерес туриста к данной территории, комфорт и безопасность туриста.

Имидж туристского центра формируется на основе показателей наличия объектов туристского интереса, разнообразия видового состава туризма, степени разработанности туристских проектов, их известности среди потенциальных туристов и узнаваемости бренда (марки, знака, образа).

Уровень развития туристской инфраструктуры определяется наличием коллективных средств размещения, туристских фирм, пунктов общественного питания и т.п. При этом высокий уровень развития туристской инфраструктуры может быть достигнут при наличии на территории объектов (гостиниц, турфирм и т.п.), применяющих прогрессивные технологии производства и реализации турпродукта, которые позволяют привести в соответствие современным стандартам качество предлагаемых туруслуг. Транспортная доступность туристского центра характеризуется степенью сформированности сети автомобильных дорог, воздушных и водных путей.

Экологическую благоприятность территории отражают такие индикаторы, как площадь лесного фонда, наличие организаций, имеющих выбросы вредных веществ в атмосферу, объем выбросов вредных веществ в атмосферу, сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, затраты на охрану окружающей среды и т.п.

Основным критерием, определяющим степень экономического интереса туристов в отношении конкретного туристского центра, выступает уровень социально-экономического развития территории, наиболее важными показателями которого являются: объем промышленной и сельскохозяйственной продукции на душу населения, размер инвестиций в основной капитал, номинальная заработная плата, численность занятых в экономике, оборот розничной торговли, ввод в действие жилых домов.

Комфорт и безопасность туриста – категории, которые имеют две составляющие: физическую и психологическую, и включают такие характеристики, как плотность населения, облагороженность территории, уровень преступности в туристском центре, а также ощущения туриста во время путешествия, складывающиеся на основе лояльности местных жителей к приезжим, предоставлении информации о туробъектах и т.п. Значимость критерия безопасности туруслуги усиливается с учетом последних мировых тенденций.

В результате оценки были выделены группы, включающие тождественные по уровню туристского потенциала территории. При этом шаг группы формировался в зависимости от среднего значения нормального распределения (таблица 1). Диапазон значений туристского потенциала территорий – от 0 до 60 единиц. Так,



г. Вологда и Череповец, суммарные оценки которых – 45 и 43 балла соответственно, отличаются высоким уровнем туристского потенциала (таблица 2).

В силу незначительного расхождения суммарных оценок муниципальные районы составили три группы:

- территории с уровнем потенциала выше среднего (Великоустюгский, Череповецкий, Вологодский, Кирилловский районы);
- территории со средним уровнем потенциала (16 районов);
- территории с уровнем потенциала ниже среднего (6 районов).

Таблица 1 – Интерпретация пороговых значений интегральной оценки туристского потенциала

№ группы	Интервал		Уровень туристского потенциала
	Нижняя граница	Верхняя граница	
1	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N} - \frac{4Ptmax}{N}$	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N} - \frac{3Ptmax}{N}$	очень низкий уровень
2	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N} - \frac{3Ptmax}{N}$	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N} - \frac{2Ptmax}{N}$	низкий уровень
3	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N} - \frac{2Ptmax}{N}$	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N}$	уровень ниже среднего
4	$\overline{Pt} - \frac{Ptmax}{2N}$	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N}$	средний уровень
5	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N}$	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N} + \frac{Ptmax}{N}$	уровень выше среднего
6	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N} + \frac{Ptmax}{N}$	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N} + \frac{2Ptmax}{N}$	высокий уровень
7	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N} + \frac{2Ptmax}{N}$	$\overline{Pt} + \frac{Ptmax}{2N} + \frac{3Ptmax}{N}$	очень высокий уровень

Примечание:

$Ptmax$  – максимальный уровень туристского потенциала (сумма баллов равна 60);

$\overline{Pt}$  – средний балл туристского потенциала по совокупности показателей;

$N$  – число групп по уровню туристского потенциала.

Таблица 2 – Распределение муниципальных образований Вологодской области по уровню туристского потенциала

Количество баллов	Территория	Характеристика туристского потенциала
50,3-60,0	-	очень высокий уровень
41,7-50,3	г. Вологда, г. Череповец	высокий уровень
33,2-41,7	Великоустюгский, Череповецкий, Вологодский, Кирилловский районы	уровень выше среднего
24,6-33,2	Шекснинский, Вытегорский, Белозерский, Грязовецкий, Устюженский, Валкинский, Никольский, Нюксенский, Тарногский, Тотемский, Усть-Кубинский, Харовский, Бабаевский, Кичменгско-Городецкий, Чагодощенский, Кадуйский районы	средний уровень
16,0-24,6	Бабупкинский, Верховажский, Вожегодский, Междуреченский, Сокольский, Сямженский районы	уровень ниже среднего
7,5-16,0	-	низкий уровень
7,5>	-	очень низкий уровень

Следует отметить, что в области отсутствуют территории с очень высоким, низким и очень низким туристским потенциалом.

Таким образом, с учетом итогов оценки можно выделить муниципалитеты с наибольшим уровнем туристского потенциала: города Вологда и Череповец, а также Великоустюгский, Вологодский, Череповецкий и Кирилловский районы.

Проведенный в исследовании SWOT-анализ туристской сферы региона выявил сильные и слабые стороны, угрозы и возможности ее развития (таблица 3).

Таблица 3 – SWOT-анализ туристского потенциала Вологодской области

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Богатая северная природа, флора и фауна, экологически благоприятная обстановка;</li> <li>– наличие уникальных памятников архитектуры, культуры и искусства;</li> <li>– выгодное экономико-географическое положение;</li> <li>– разнообразие народной культуры, фольклорно-исторических традиций;</li> <li>– сохранение и продолжение традиций исконных народных промыслов и качества продовольственной продукции;</li> <li>– разнообразие видов туристской деятельности в регионе</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Умеренно-континентальный климат, сезонность многих видов туризма;</li> <li>– слабо развитая инфраструктура и супраструктура туризма: низкое качество сервиса и неразвитость транспортной и гостиничной сетей, а также системы общественного питания; недостаток объектов индустрии развлечений;</li> <li>– недостаток квалифицированных кадров туристской отрасли;</li> <li>– низкий уровень готовности населения районов области к приему туристов;</li> <li>– неформированность системы информационного обеспечения продвижения регионального туристского продукта;</li> <li>– ограниченность базы отраслевой статистики</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рост спроса на региональный турпродукт за счет сокращения выездного потока туристов и переориентации мотивов путешествия, обусловленной нестабильной социально-экономической ситуацией и эпидемиологической напряженностью в мире;</li> <li>– развитие туристского рынка, внутреннего и выездного туризма;</li> <li>– привлечение инвесторов, реализация перспективных инновационно-инвестиционных проектов;</li> <li>– стабилизация и улучшение социально-экономической ситуации в области;</li> <li>– появление дополнительных рабочих мест;</li> <li>– расширение комплекса туристских услуг;</li> <li>– диверсификация турпродукта в целях:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ индивидуализации пакета туруслуг;</li> <li>✓ улучшения качества обслуживания и безопасности туристов;</li> <li>✓ сбалансированного распределения туристского потока и снижения пиковых сезонных нагрузок;</li> </ul> </li> <li>– разработка и активное продвижение новых направлений и видов туризма, маршрутов, программ и проектов, повышение уровня информационной обеспеченности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Сужение спроса на региональный турпродукт в силу ряда причин:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ несоответствия соотношения «цена / качество» туристских услуг, низкого уровня гостиничного сервиса и качества услуг организаций сети питания;</li> <li>✓ конкуренции со стороны популярных туристских центров России (города «Золотого кольца России», турпродукт Республики Карелия и др.), а также ближнего и дальнего зарубежья;</li> <li>✓ ухудшения экологических условий и потери рекреационных ресурсов вследствие несбалансированного природопользования;</li> <li>✓ неустойчивости эпидемиологической обстановки;</li> <li>✓ нестабильности социально-экономической ситуации в стране в целом</li> </ul> </li> </ul>

Основными факторами, лимитирующими реализацию туристского потенциала, являются:

- неразвитость туристской инфраструктуры и супраструктуры;

- низкое качество предоставляемых туристам услуг;
- сезонность многих видов туризма;
- недостаток квалифицированного кадрового потенциала туристской сферы;
- тенденция туристского рынка к монополизации, которую подтверждает растущий в последние годы индекс Герфиндаля;
- низкая маркетинговая активность туристских организаций;
- несформированность организационной структуры и информационной среды в туризме.

При этом уникальность и богатство историко-культурного, архитектурного наследия и природного потенциала региона являются предпосылками развития таких видов туристской деятельности, как культурно-познавательный, провинциальный (усадебный, сельский, экологический, приключенческий), религиозный, событийный, деловой, лечебно-оздоровительный, водный экскурсионный и спортивный.

## **2. Методический подход к анализу инновационной деятельности в туризме**

Максимизация туристского потока в регион и эффективная реализация туристского потенциала территории возможны лишь при разработке и освоении инноваций в туризме. При этом инновационную деятельность в туристской сфере, исходя из выделенных в процессе анализа характеристик нововведений в туризме, следует рассматривать как деятельность, обеспечивающую трансформацию идей в реальность: создание нового или изменение существующего продукта, совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков и информационных технологий, а также современных форм организационно-управленческой деятельности.

В работе проведено комплексное исследование инновационной деятельности в сфере туризма региона. Предложенный автором методический подход включает:

- определение направлений инновационной деятельности;
- выявление результатов разработки и освоения инноваций;
- определение препятствующих инновационной деятельности проблем и их возможных решений;
- оценку применения информационных технологий туристскими фирмами;
- анализ инвестирования инновационной деятельности в сфере туризма;
- оценку факторов влияния на инновационную деятельность в туризме.

Результаты социологического исследования разработки и освоения инноваций в организациях сферы туризма Вологодской области показали, что значительная часть организаций осуществляет инновационную деятельность по следующим направлениям:

- разработка турфирмами новых проектов (турмаршрутов (54% турфирм), направлений (48% турфирм) и видов (35% турфирм) туризма);
- разработка и применение инновационных технологий, в частности адаптированных к требованиям рынка схем взаимодействия туроператора с поставщиками туристских услуг (отелями, транспортными компаниями и т.д.)

и туристами, а также новых подходов в маркетинге и продвижении туристского продукта (81% руководителей турфирм и 46% руководителей гостиниц);

- введение социально-экономических инноваций:
  - совершенствование системы показателей стратегического и тактического управления, эффективности рекламной кампании (58% руководителей гостиниц и 36% руководителей турфирм);
  - совершенствование методов принятия решений (42% руководителей гостиниц и 44% руководителей турфирм);
  - целенаправленные модификации внутриколлективных отношений (43% руководителей турфирм и 62% руководителей гостиниц).

К основным результатам инновационной деятельности руководители организаций туристского бизнеса относят увеличение числа клиентов (81% турфирм и 79% гостиниц) и, следовательно, дохода организации (57% турфирм и 71% гостиниц). Исследование показало, что с целью осуществления инновационной деятельности организации сферы туризма вступают в сотрудничество с действующими на территории области структурами, оказывающими поддержку деятельности по разработке и освоению нововведений. Однако доля предприятий, сотрудничающих по вопросам инновационной деятельности, в общем числе организаций туристской сферы области незначительна. Так, сотрудничество с предприятиями, осуществляющими деятельность по информационному обеспечению, ведут 19% турфирм и 17% гостиниц, с высшими учебными заведениями – 14% турфирм и 12% гостиниц, с научными организациями – 2% турфирм и 4% гостиниц.

Выявлены сдерживающие инновационную деятельность в туризме проблемы, среди которых руководители предприятий выделяют как главную – недостаток собственных денежных средств (67% руководителей гостиниц, 43% – турфирм), необходимых для реализации новшеств (таблица 4).

Таблица 4 – Причины, препятствующие инновационной деятельности организаций сферы туризма, % от общего числа респондентов

Причина	Уд. вес организаций, %	
	Турфирмы	Гостиницы
Недостаток собственных денежных средств	42,9	66,7
Недостаток финансовой поддержки со стороны государства	28,6	45,8
Высокий экономический риск	25,4	20,8
Длительные сроки окупаемости нововведений	33,3	29,2
Низкий инновационный потенциал организации	3,2	54,2
Недостаток квалифицированного персонала	9,5	41,7
Недостаток информации о новых технологиях	9,5	45,8
Низкий спрос на инновационную продукцию	15,9	45,8
Несовершенство законодательной базы, регулирующей и стимулирующей инновационную деятельность	31,7	16,7
Неразвитость рынка технологий	6,3	54,2
Отсутствие рыночного спроса	7,9	33,3

Стимулированию инновационной деятельности, по мнению руководителей предприятий, будет способствовать реализация Правительством Вологодской области ряда мер, среди которых основными являются:

- предоставление льгот по налогообложению (75% руководителей турфирм и 83% – гостиниц);
- включение организаций в региональные проекты по развитию туризма (49% руководителей турфирм и 79% – гостиниц);
- содействие в получении разрешений, лицензий и соглашений (25% руководителей турфирм и 42% – гостиниц).

В исследовании предложен и апробирован метод оценки применения информационных технологий организациями туристского бизнеса, который выявил значительное отставание (суммарная оценка в 1,7 раза меньше) показателей региональных туроператоров от операторов, формирующих туры по России и за рубежом и применяющих диалоговые системы – информационные технологии, предполагающие услуги поисковых систем, бронирования в режиме реального времени (таблица 5).

Таблица 5 – Оценка структуры и содержания сайтов турфирм

Группа структурных и содержательных характеристик	Диалоговые системы		WEB-витрины	
	«Нева»	«Tez tour»	«Интелтур»	«СеверГрад»
Домашняя страница	6	7	4	5
Общая информация о направлении	7	7	5	7
Информация о средствах размещения	9	9	4	4
Содержание информации о размещении	9	9	3	3
Свойства сайта	6	7	5	4
Дополнительные услуги	3	3	3	2
<b>Итоговый балл</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>25</b>

Метод основывается на модифицированной классификации параметров сайта, представленной Всемирной туристской организацией. Характеризующие структуру и содержание сайтов туристских фирм показатели разбиты на блоки: домашняя страница, информация о направлении и средствах размещения, содержание информации о размещении, свойства сайта, дополнительные услуги.

Следует полагать, что ограниченное использование региональными представителями туристского бизнеса современных информационных технологий препятствует продвижению туристского потенциала региона на общероссийский и международный рынки туризма.

Исследование инвестирования сферы туризма региона показало, что инвестиции носят несистемный характер. Так, инвестирование туристских фирм в течение рассматриваемого периода осуществлялось только в 2007 г. (таблица 6). Кроме того, финансово-экономический кризис вызвал сокращение в 2009 г. по сравнению с 2008 г. в 3,2 раза вложений в развитие самого популярного инновационного туристского проекта области «Великий Устюг – родина Деда Мороза», а также в 24,7 раза – в развитие коллективных средств размещения.

Оценка факторов влияния на развитие туристской деятельности проведена на примере проекта «Великий Устюг – Родина Деда Мороза». Посредством

корреляционно-регрессионного анализа выявлена зависимость между динамикой объема дохода от функционирования проекта и факторами «инвестиции» и «туристский поток» (таблица 7).

Таблица 6 – Инвестиции в специфические виды туристской деятельности на территории Вологодской области в 2005 – 2009 гг., млн руб.

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2009 г. к 2008 г., %
Инвестиции в основной капитал в развитие туристских фирм	-	-	798	-	-	-
Инвестиции в основной капитал в развитие коллективных средств размещения	68,4	66,5	63,2	535,6	21,7	4,1
Инвестиции в развитие инновационного туристского проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза»	156,6	221,0	413,6	518,7	159,8	30,8

Источник: данные управления туризма Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области; Туризм Вологодской области: стат. сборник / Вологдастат. - Вологда, 2010.

Таблица 7 – Исходные данные для корреляционно-регрессионного анализа

Год	Доход, млн руб.	Инвестиции, млн руб.	Туристский поток, тыс. чел.
	Y	I	P
1998	1,2	0,7	3,0
1999	16,0	5,0	10,0
2000	71,4	15,1	34,0
2001	140,0	32,0	107,0
2004	163,1	105,7	101,5
2005	198,6	156,6	90,0
2006	300,3	221,0	132,0
2007	349,3	413,6	165,0
2008	463,5	518,7	189,0

Источник: данные управления туризма Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области.

Следует отметить, что «туристский поток» рассматривается как обобщающий показатель реализации туристского потенциала, который отражает влияние различных факторов: имиджа территории, ее безопасности, инфраструктурной обеспеченности, экологической благоприятности, социально-экономического положения как туриста, так и туристского центра.

Полученное уравнение регрессии, отражающей зависимость объема дохода от величины инвестиций и туристского потока, принимает следующий вид:

$$Y = 6,77 + 0,4I + 1,26P. \quad (1)$$

Таким образом, расчеты показывают, что для возрастания дохода от реализации туристского проекта на 1 млн руб. необходимо увеличить инвестиции на 400 тыс. руб., а туристский поток – на 1260 чел. Результаты анализа позволяют моделировать развитие туристского проекта: прогнозировать доход от его реализации, планировать необходимый объем инвестиций и туристский поток. Однако при выявлении стимулов роста туристского потока необходимо учитывать

особенности развития каждого конкретного туристского центра и уровень его потенциала.

Итоги комплексного исследования инновационной деятельности в туризме региона обуславливают необходимость ее стимулирования путем создания благоприятных условий для появления нововведений, направленных на полноценную реализацию туристского потенциала.

### **3. Стратегические направления стимулирования туристской деятельности**

Предложенный автором подход к развитию туризма предполагает реализацию проблемно-ориентированной концепции, заключающейся в своевременном выявлении проблем (существующих и возможных в будущем) в туристской отрасли и принятии органами государственной власти совместно с представителями турбизнеса комплекса мер по предотвращению или уменьшению негативных последствий в связи с возникающими трудностями. На основе выявленных в исследовании проблем, сдерживающих реализацию туристского потенциала региона, разработаны стратегические направления стимулирования туристской деятельности, представленные следующими блоками (рисунок 2):

- стимулирование инвестиционной активности в туризме;
- развитие инфраструктуры и супраструктуры туристской сферы;
- создание инновационного турпродукта, контроль качества туристских услуг;
- увеличение въездного туристского потока;
- активизация рынка труда;
- сохранение природного и культурно-исторического потенциала.

Предложенный в рамках указанных направлений комплекс мер, по мнению автора, позволит создать условия для появления нововведений, способствующих наиболее полному и качественному удовлетворению потребностей туристов, а также сохранению природных ресурсов и исторического наследия региона. Воздействуя на резонансные точки туристского рынка – инвестиции, инновации, качество турпродукта и маркетинг – государственная власть сможет оказывать влияние на туристский бизнес, результат при этом должен определяться не степенью воздействия, а его согласованностью с внутренними свойствами туристского рынка.

В ходе диссертационного исследования автором определены стратегии реализации туристского продукта, предусматривающие развитие и продвижение туристского потенциала области на основе рекреационного зонирования, маркетинга имиджа и клиентоориентированной стратегии. Стратегия развития – рекреационное зонирование – направлена на формирование специализированных туристско-рекреационных зон. В качестве приоритетной стратегии в регионе она позволит выделить территории, специализирующиеся на тех видах туристской деятельности, где они имеют конкурентные преимущества.

Одним из основных стратегических приоритетов в развитии и продвижении туристского региона в настоящее время должен стать маркетинг имиджа, который играет важную роль в процессе расширения потока прибывающих туристов. Для

выхода регионального туризма на общероссийский и международный уровень необходим единый бренд, представляющий всю Вологодскую область.

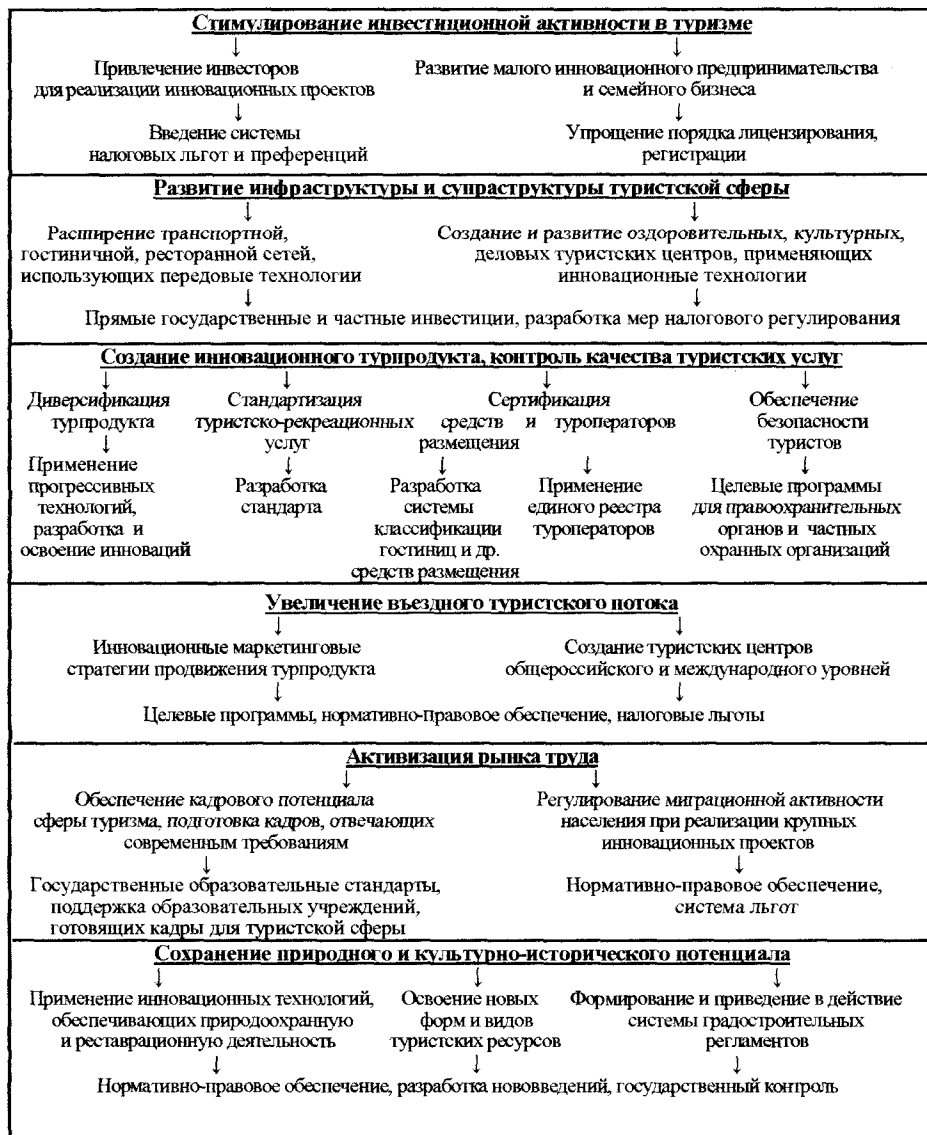


Рисунок 2 – Стратегические направления стимулирования туристской деятельности

При этом неотъемлемой частью продвижения бренда туристского продукта должны стать информационные технологии, использование которых, с одной стороны, будет способствовать транснационализации туризма, с другой – позволит



туроператорам реализовать клиентоориентированную стратегию, предполагающую индивидуальный подход к потребителю туристских услуг.

#### 4. Концепция формирования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.

В исследовании предложена концепция формирования особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. Концепция предполагает специализированное развитие территорий в составе зоны с целью формирования нового вида туризма. Для определения территорий, на основе которых целесообразно создание Вологодской ОЭ ТРЗ (условное обозначение), использован коэффициент акселерации, отражающий взаимозависимость изменения потребительских расходов и объемов инвестиций. Расчет акселератора ( $A$ ), определяющего связь между приростом дохода ( $D_{пр}$ ) и суммой капиталовложений ( $K$ ) предшествующего года, осуществляется посредством формулы:

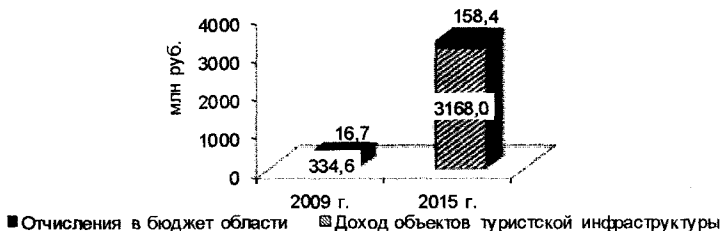
$$A = K / D_{пр}. \quad (2)$$

По результатам определения акселератора в качестве потенциального полигона для формирования зоны выделены территории, имеющие наименьшие значения коэффициента: г. Вологда, Великоустюгский, Белозерский, Вашкинский районы. Проведенные расчеты показали, что реализация представленного проекта позволяет прогнозировать к 2015 г. возрастание прироста дохода организаций гостиничного типа и общественного питания от обслуживания туристов на территории зоны до 768 млн руб. (в 3 раза больше, чем в 2010 г.). При этом инвестиции в основной капитал указанных объектов инфраструктуры составят 6% по отношению к приросту дохода. Сопоставительный анализ выявил, что прогнозируемый прирост дохода гостиниц и ресторанов области в целом в 12,2 раза меньше, чем потенциальный прирост дохода организаций гостиничного типа и общественного питания ОЭ ТРЗ (рисунок 3).



Рисунок 3 – Сравнительная проекция прогнозных показателей прироста дохода гостиниц и ресторанов Вологодской области и Вологодской ОЭ ТРЗ в среднесрочной перспективе, млн руб.

Прогнозируемый доход коллективных средств размещения и общественного питания от обслуживания туристов на территории зоны к 2015 г. составит 3,2 млрд руб., при этом поступления в бюджет области от указанных объектов туристской инфраструктуры увеличатся по сравнению с 2009 г. в 9,5 раза (рисунок 4).



**Рисунок 4 – Фактический и прогнозируемый объемы дохода объектов туристской инфраструктуры ОЭ ТРЗ и поступлений в региональный бюджет в 2009 г. и в 2015 г., млн руб.**

Обосновано, что предлагаемую зону туристского типа в регионе должны составить три дестинации – территории, обладающие комплексом услуг, предоставляемых туристам с целью удовлетворения их интересов и потребностей:

- Кирилловский, Белозерский и Вапkinsкий районы – дестинация «Белоозеро»;
- г. Великий Устюг и Великоустюгский район – дестинация «Дед Мороз»;
- г. Вологда и Вологодский район – дестинация «Вологда».

Развитие рекреационных зон, составляющих первую и третью дестинации, должно осуществляться в направлении диверсификации существующего в настоящее время туристского продукта, модификации услуг индустрии туризма и приспособлении туристского рынка к организационным, социально-экономическим и другим реалиям. Дестинация «Дед Мороз» относится к рекреационной зоне индивидуального развития, предполагающего разработку комплекса дополнительных административно-правовых и организационно-экономических мер, учитывающих особенности, специфику и уникальность турпродукта. Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» является эксклюзивным на территории России, и его реализация должна носить индивидуальный характер.

Объединение выделенных территорий в особую экономическую зону туристско-рекреационного типа позволит создать новый вид туризма – фольклорно-урбанистический. При этом фольклорный туризм будет основываться на сочетании сельского туризма, характерного для дестинации «Белоозеро», и проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза», а также других подобных проектов. Урбанистический характер туризму придаст включение в зону областного центра г. Вологды, что будет способствовать появлению проектов молодежного туризма.

На основе модели, полученной в результате корреляционно-регрессионного анализа, автором рассчитан (при сохранении прочих равных условий) прогнозируемый в 2015 г. объем дохода от реализации проектов фольклорного туризма в рамках предполагаемой особой экономической туристско-рекреационной зоны (таблица 8):

- «Великий Устюг – родина Деда Мороза» – 1 млрд руб.;
- «Вологодская слобода» – 286,6 млн руб.;
- «Белоозеро» – 771,7 млн руб.

Таблица 8 – Прогноз результатов реализации туристских проектов в составе особой экономической зоны туристско-рекреационного типа

Проект	Прогноз до 2015 г.					
	Объем инвестиций в 2011-2015 гг., млн руб.	Туристский поток в 2015 г.		Доход в 2015 г.		Поступления в бюджет в 2015 г., млн руб.
		тыс. чел.	к 2009 г., раз	млн руб.	к 2009 г., раз	
«Великий Устюг - родина Деда Мороза» (реализуется с 1998 г.)	1639,4	650,0	в 3,2 р.	1024,9	в 2 р.	82,0
«Вологодская слобода» (реализуется с 2011 г.)	332,0*	200,0	-	286,6	-	22,9
«Белоозеро» (реализуется с 2009 г.)	859,0*	550,0	в 1,7 р.	771,7	в 1,6 р.	61,7

\*По данным управления туризма Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области.

Однако для развития предлагаемого нового вида туристской деятельности целесообразна также разработка новых проектов урбанистического туризма (например, активные туры).

В рамках создания особой экономической туристско-рекреационной зоны определены стратегическая цель, приоритетные задачи и этапы формирования предлагаемого туристского комплекса (рисунок 5).

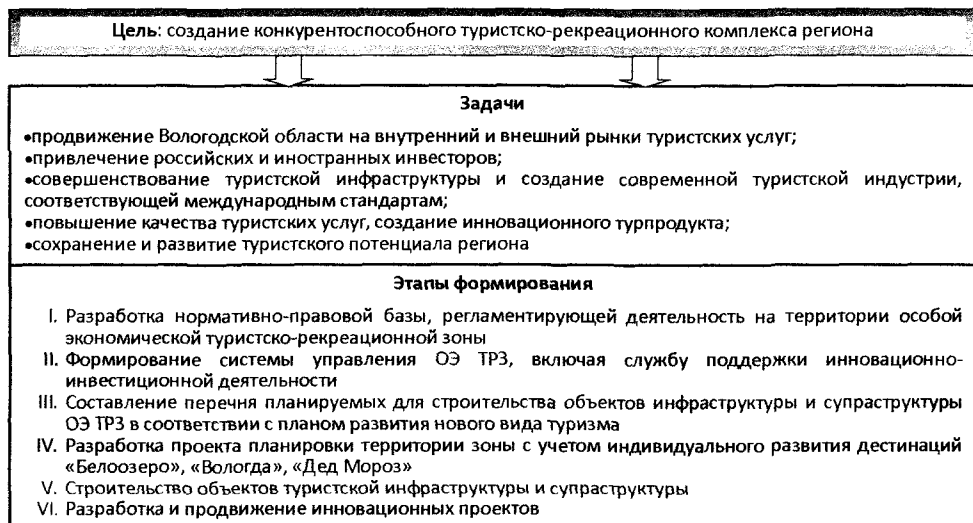


Рисунок 5 – Цель, задачи и этапы формирования Вологодской ОЭ ТРЗ

В ходе анализа организационно-экономических отношений на территории особых экономических зон установлено, что их основой является процесс закрепления за организациями статуса резидента, который позволяет получать от государства право на налоговые преференции, способствующие активизации предпринимательской деятельности в ОЭЗ. При этом основообразующим элементом

организационного механизма на территории ОЭ ТРЗ должна стать служба поддержки инновационно-инвестиционной деятельности. Функции службы следующие:

- обеспечение резидентов ОЭ ТРЗ информацией по инновационно-инвестиционным проектам в целях эффективной организации и развития инновационно-инвестиционных процессов;
- оценка эффективности инновационно-инвестиционных проектов ОЭ ТРЗ;
- правовая поддержка и аудит инновационно-инвестиционных проектов на территории ОЭ ТРЗ;
- консалтинговые услуги юридического, внешнеэкономического, финансового характера, а также консалтинг в области совершенствования процесса ведения бизнеса, управления бизнесом, стратегического планирования, инновационного и инвестиционного менеджмента, технологий;
- регулирование и координация взаимодействия организаций, инвесторов и органов управления ОЭ ТРЗ;
- организация и проведение семинаров, форумов, конференций, выставок, презентаций для потенциальных инвесторов;
- разработка и реализация рекламно-информационных проектов, Интернет-сайта ОЭ ТРЗ;
- формирование имиджа региона и продвижение бренда на российский и международный туристские рынки.

Следует полагать, что представленные предложения по созданию в регионе особой экономической зоны туристско-рекреационного типа будут способствовать формированию соответствующей современным стандартам туристской инфраструктуры и повышению конкурентоспособности регионального туристского продукта на российском и международном рынках туристских услуг. Строительство новых объектов туризма с высоким техническим уровнем, совершенствование материальной базы посредством освоения прогрессивных технологий в сочетании с повышением культуры и качества обслуживания позволит создать инновационный туристский продукт, учитывающий реалии современности, интересы групп потребителей, ранее не вовлеченных в туризм, и, следовательно, расширяющий туристское пространство региона.

Осуществление проекта образования ОЭ ТРЗ позволит обеспечить:

- формирование благоприятного инвестиционного климата в сфере туризма и активное привлечение инвестиций;
- стимулирование инновационной деятельности в туризме;
- полноценную реализацию туристского потенциала региона;
- увеличение к 2015 г. в 9,5 раза поступлений налогов и сборов в бюджет региона от реализации услуг, оказанных объектами туристской инфраструктуры;
- возрастание в 2 раза числа рабочих мест в сфере туризма и в сопутствующих отраслях экономики;
- сохранение в регионе социально-культурного и природного наследия.

### **III. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

1. На основе теоретико-методологического анализа определено, что туристский потенциал представляет собой совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на территории определенного региона.

2. Разработана и апробирована на материалах Вологодской области методика оценки туристского потенциала территории по таким критериям, как имидж туристского центра, развитие туристской инфраструктуры, транспортная доступность, экономический интерес туриста к территории, ее экологическая благоприятность, комфорт и безопасность туриста. На основе SWOT-анализа туристской сферы области выявлены сильные и слабые стороны, угрозы и возможности развития туризма. Обосновано, что инновации в туризме выступают необходимым условием развития и реализации туристского потенциала территории.

3. Предложен комплексный методический подход к исследованию инновационной деятельности в туристской сфере, который включает определение направлений и результатов инновационной деятельности, выявление препятствующих ей проблем и их возможных решений, оценку применения информационных технологий туристскими фирмами, анализ инвестирования инновационной деятельности в туризме, оценку факторов влияния на инновационную деятельность в туристской сфере.

4. Проведен социологический опрос, который показал, что значительная часть организаций туристского бизнеса в регионе осуществляет инновационную деятельность в направлении разработки новых туристских проектов, инновационных технологий, а также социально-экономических нововведений. Вместе с тем оценка применения региональными туристскими организациями современных информационных технологий подтверждает значительное отставание (в 1,7 раза) показателей туроператоров по области от операторов, формирующих туры по России и за рубежом. При этом, по мнению руководителей организаций сферы туризма, стимулированию инновационной деятельности будут способствовать такие меры, как предоставление льгот по налогообложению, включение организаций в региональные проекты по развитию туризма, а также содействие предприятиям в получении разрешений, лицензий и соглашений.

5. Выявлена несистемность инвестиций в сферу туризма региона, что доказывает отсутствие в рассматриваемом периоде (за исключением 2007 г.) инвестирования туристских фирм. Кроме того, установлено, что следствием финансово-экономического кризиса стало резкое сокращение инвестирования инновационной деятельности, при котором вложения средств в туристский проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» в 2009 г. по сравнению с 2008 г. снизились в 3,2 раза.

6. Изучены условия и факторы влияния на туристскую деятельность. Так, результаты корреляционно-регрессионного анализа показали, что при увеличении инвестирования туристского проекта на 400 тыс. руб. и возрастании туристского потока на 1260 чел. объем дохода от реализации проекта возрастет на 1 млн руб.

Итоги анализа позволяют проецировать развитие туристских проектов: прогнозировать доход от их реализации, планировать необходимый объем инвестиций и туристский поток.

7. Обоснованы стратегические направления и комплекс мер развития сферы туризма, которые предполагают: стимулирование инвестиционной активности в туризме; развитие инфраструктуры и супраструктуры туристской сферы; создание инновационного турпродукта, контроль качества туристских услуг; увеличение въездного туристского потока; активизацию рынка труда; сохранение природного и культурно-исторического потенциала.

8. Разработана концепция создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа как эффективной формы стимулирования туристской деятельности. Предложен организационный механизм и проведена экономическая оценка реализации представленного проекта, которая позволяет прогнозировать к 2015 г. увеличение в 9,5 раза поступлений в бюджет области от объектов туристской инфраструктуры.

#### **IV. СПИСОК РАБОТ, В КОТОРЫХ ОПУБЛИКОВАНЫ ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ**

##### **Статьи в журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК РФ:**

1. Орлова В.С. Инновационная модель активизации и регулирования регионального рынка туристских услуг / Н.А. Пахолков, В.С. Орлова // Инновации. – Специальный выпуск. Январь. 2009. С. 70-74. – 0,4/0,2 п.л.

2. Орлова В.С. Инновационные технологии как фактор развития регионального рынка туристских услуг / Н.А. Пахолков, В.С. Орлова // Инновации. 2009. № 11 (133). С. 69-72. – 0,4/0,2 п.л.

3. Орлова В.С. Повышение инновационной активности в туризме / Н.А. Пахолков, В.С. Орлова // Инновационная деятельность. 2010. № 3 (12). С. 78-81 – 0,4/0,2 п.л.

4. Орлова В.С. Инновационный проект в туризме: специфика и перспективы развития / В.С. Орлова // Инновации. 2011. № 6 (152). С. 74-76. – 0,3 п.л.

5. Орлова В.С. Инновации как фактор развития и реализации туристического потенциала территории / В.С. Орлова // Дискуссия. 2011. № 7 (15). С. 19-23. – 0,6 п.л.

##### **Монография:**

6. Ускова Т.В., Дубиничева Л.В., Орлова В.С. Социально-экономический ресурс туризма: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с. – 10,6/3,5 п.л.

##### **Статьи в других изданиях:**

7. Орлова В.С. Индустрия туризма как фактор развития социально-экономической структуры региона / В.С. Орлова // Вузовская наука – региону: материалы пятой всероссийской научно-технической конференции. – Вологда, 2007. С. 94-97. – 0,3 п.л.

8. Орлова В.С. Маркетинговая стратегия экономического развития регионального туризма / В.С. Орлова // Молодые исследователи – регионам: материалы всероссийской научной конференции студентов и аспирантов. – Вологда, 2007. С. 65-67. – 0,2 п.л.

9. Орлова В.С. Туристский рынок России и принципы его сегментации / В.С. Орлова // Материалы ежегодных смотров-сессий аспирантов и молодых ученых по отраслям наук. – Вологда, 2007. С. 147-152. – 0,3 п.л.

10. Орлова В.С. Приоритетные стратегии развития въездного туризма и условия их реализации на региональном уровне / В.С. Орлова // Вузовская наука – региону: материалы шестой всероссийской научно-технической конференции. – Вологда, 2008. С. 131-133. – 0,3 п.л.

11. Орлова В.С. Брендинг как инновационный инструмент маркетинга на региональном рынке туристских услуг / В.С. Орлова // Вузовская наука – региону: материалы седьмой всероссийской научно-технической конференции. – Вологда, 2009. С. 72-74. – 0,2 п.л.

12. Орлова В.С. Актуальные проблемы развития регионального рынка туристских услуг / В.С. Орлова // Экономика региона: реальность и перспективы. Материалы I научно-практической конференции. – Вологда, 2009. С. 19-24. – 0,3 п.л.

13. Орлова В.С. Состояние и перспективы развития регионального рынка туристских услуг в условиях финансово-экономического кризиса / В.С. Орлова // Формирование позитивного образа России. Вызовы, методы, перспективы: сб. статей I международной научно-практической конференции 30 мая 2009 г. – Курск, 2009. С. 132-134. – 0,3 п.л.

14. Орлова В.С. Экономический механизм формирования в регионе особой экономической зоны туристско-рекреационного типа / В.С. Орлова // Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга». – Белгород, 2009. С. 249-253. – 0,3 п.л.

15. Орлова В.С. Туристская дестинация как пример межмуниципального сотрудничества / Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова // Проблемы развития территории. 2010. № 5 (51). С. 54-61. – 0,8/0,4 п.л.

16. Орлова В.С. Формирование и развитие регионального рынка туристских услуг / Н.А. Пахолков, Д.Н. Виноградов, В.С. Орлова // Вузовская наука – региону: материалы восьмой всероссийской научно-технической конференции. – Вологда, 2010. С. 145-148. – 0,4/0,1 п.л.

17. Орлова В.С. Формирование туристской дестинации как фактор социально-экономического развития территорий / Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: сб. статей II международной научно-практической конференции 30 мая 2010 г. – Орел, 2010. С. 194-198. – 0,2/0,1 п.л.

18. Орлова В.С. Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа как форма привлечения инвестиций в сферу туризма / В.С. Орлова // Экономика региона: реальность и перспективы. Материалы II научно-практической конференции. – Вологда, 2010. С. 41-43. – 0,2 п.л.

19. Орлова В.С. Туристская дестинация как эффективная форма реализации межмуниципального инвестиционного проекта / В.С. Орлова // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов: сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции. – Петрозаводск, 2010. С. 178-182. – 0,5 п.л.

20. Орлова В.С. Активизация инновационной и инвестиционной деятельности в туризме / В.С. Орлова // Туризм и биологическое разнообразие: сборник докладов международной и межрегиональной научно-практической конференции. – СПб, 2010. С. 196-200. – 0,2 п.л.

21. Орлова В.С. Инновационная деятельность в туризме (на материалах Вологодской области) / В.С. Орлова // Актуальные научные проблемы: сборник научных трудов. – Екатеринбург, 2011. С. 123-125. – 0,2 п.л.

22. Орлова В.С. Оценка факторов влияния на инновационную деятельность в туризме / В.С. Орлова // Новый университет. 2011. № 3 (3). С. 65-67. – 0,3 п.л.

23. Орлова В.С. Роль инноваций в развитии туристского бизнеса / В.С. Орлова // Менеджмент инноваций. 2011. № 3 (15). С. 220-231. – 1,4 п.л.

24. Орлова В.С. Привлечение инвестиций в туристскую сферу Вологодской области / Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова // Проблемы развития территории. 2011. № 3 (55). С. 67-76. – 1,2/0,6 п.л.