



ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

**АДМИНИСТРАЦИЯ
ЗЛАТОУСТОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА
ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

17.12.2019 г. № 493-П

г. Златоуст

О внесении изменений в постановление Администрации Златоустовского городского округа от 14.11.2017 г. № 502-П «Об утверждении муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа»

На основании распоряжения Администрации Златоустовского городского округа № 2648-р от 05.11.2019 г. «Об утверждении Графика мероприятий по формированию проекта бюджета Златоустовского городского округа на 2020 год и плановый период 2021 и 2022 годов», а также, в целях уточнения объемов финансирования и сроков реализации муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа»,

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Внести в приложение к постановлению Администрации Златоустовского городского округа от 14.11.2017 г. № 502-П «Об утверждении муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа» (далее - муниципальная программа) (в редакции от 27.03.2018 г. № 136-П, от 22.10.2018 г. № 434-П, от 11.12.2018 г. № 523-П, от 11.04.2019 г. № 141-П, от 22.10.2019 г. № 421-П) следующие изменения:

1) паспорт муниципальной программы изложить в следующей редакции:

Паспорт муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа» (далее – Программа)

Ответственный исполнитель муниципальной программы	Муниципальное казенное учреждение Управление культуры Златоустовского городского округа
Соисполнители муниципальной программы	отсутствует

Подпрограммы муниципальной программы	отсутствует
Программно-целевые инструменты муниципальной программы	отсутствует
Цель муниципальной программы	Создание условий для дальнейшего устойчивого развития туризма и формирования благоприятного имиджа Златоустовского городского округа (далее - ЗГО) на базе эффективного использования развивающейся инфраструктуры, культурно-исторического потенциала и потенциала событийного туризма ЗГО.
Задачи муниципальной программы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование и продвижение туристских ресурсов, объектов туристской индустрии и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и внешнем туристских рынках. 2. Создание условий для увеличения внутреннего и въездного турпотока. 3. В рамках агломерации развитие межмуниципальных связей в сфере развития туризма. 4. Создание условий для продвижения бренда Златоустовского городского округа.
Целевые индикаторы и показатели муниципальной программы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количество туристических выставок, на которых представлен ЗГО. 2. Количество мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция. 3. Количество организованных инфотуров, презентаций для представителей средств массовой информации (далее - СМИ). 4. Количество публикаций в сети Интернет в год. 5. Количество посетителей сайта zlattur.com в год. 6. Наличие результатов анализа рынка туристических услуг. 7. Количество ежегодных событийных мероприятий. 8. Количество разработанных новых туристических маршрутов. 9. Количество участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах.

	<p>10. Количество проведенных промокампаний по поддержке бренда.</p> <p>11. Количество заявок для использования логотипа и стиля бренда.</p>
Этапы и сроки реализации муниципальной программы	<p>2018 – 2022 годы</p> <p>I этап – 2018 г.</p> <p>II этап – 2019 г.</p> <p>III этап – 2020 г.</p> <p>IV этап – 2021 г.</p> <p>V этап – 2022 г.</p>
Объемы бюджетных ассигнований муниципальной программы	<p>Финансирование Программы будет осуществляться при наличии источников и в пределах средств, выделяемых на эти цели:</p> <p>Всего по программе – 51 157,345 тыс. руб. - местный бюджет.</p> <p>2018 г. – 28 621,80 тыс. руб.</p> <p>2019 г. – 5 903,245 тыс. руб.</p> <p>2020 г. – 5 544,1 тыс. руб.</p> <p>2021 г. – 5 544,1 тыс. руб.</p> <p>2022 г. – 5 544,1 тыс. руб.</p>
Ожидаемые результаты реализации муниципальной программы	<p>Реализация целей и задач Программы позволит достичь следующих ожидаемых результатов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сохранение количества ежегодных туристических выставок, на которых представлен ЗГО, 6 ед. 2. Увеличение количества мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция, 12 ед. 3. Количество организованных инфотуров, презентаций для представителей СМИ, 2 ед. 4. Увеличение количества публикаций в сети «Интернет», 4750 ед. 5. Увеличение количества посетителей сайта zlattur.com в год, 29000 чел. 6. Количество ежегодных событийных мероприятий, 10 ед. 7. Увеличение количества разработанных новых туристических маршрутов, 2 ед. 8. Сохранение количества участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах, 14 ед. 9. Сохранение количества ежегодных промокампаний

	по поддержке бренда, 5 ед. 10. Увеличение количества заявок для использования логотипа и стиля бренда, 12 ед. 11. Наличие результатов анализа рынка туристических услуг, 1 ед.
--	--

2) Раздел I муниципальной программы изложить в следующей редакции:

«Раздел I. Характеристика текущего состояния сферы туризма Златоустовского городского округа, основные показатели и анализ социальных, финансово-экономических и прочих рисков реализации муниципальной программы

1. Туризм играет важную роль в решении экономических и социальных проблем, оказывает стимулирующее воздействие на развитие многих сопряженных сфер экономической деятельности, способствует социально-экономическому развитию ЗГО.

Программа содержит наиболее актуальные направления развития туризма и мероприятия по их реализации в целях создания благоприятной среды для дальнейшего развития туристской индустрии в ЗГО.

2. Программа разработана в соответствии с основными положениями Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)», утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. № 872-р, государственной программы Челябинской области «Развитие культуры и туризма в Челябинской области на 2015 - 2020 годы», утвержденной постановлением Правительства Челябинской области от 27 ноября 2014 года № 638-П.

Программа подготовлена с учетом предложений общественных организаций сферы туризма и гостеприимства, предприятий, организаций, учебных организаций туристской сферы ЗГО.

3. Продолжение использования программно-целевого подхода для развития отрасли позволило сохранить динамику туристского потока. Статистические данные, полученные за период 2012 – 2018 гг. по основным объектам ЗГО показывают реалистичность сценариев прогнозирования туристского потока:

– сценарий «догоняющего развития» – консервативный прогноз (рост на уровне 4% в год, что соответствует среднему значению по России) – темп роста суммарного туристского потока по всем группам посетителей в 2018 г. составил 106% к уровню 2016 года. В результате чего общее число посетителей ЗГО за период с 2012 по 2018 г. увеличилось более чем в 1,2 раза (304,8 до 352,3 тыс. чел. в год);

4. Актуальность разработки Программы обусловлена:

1) наличием большого туристского потенциала ЗГО и необходимостью его эффективного использования;

2) возрастающим уровнем конкуренции на внутреннем рынке туристских услуг;

3) необходимостью комплексного подхода к развитию туристской инфраструктуры и туристской индустрии на территории ЗГО, способной удовлетворить потребности в качественных туристских услугах;

Анализ туристского продукта показал, что созданные туристские проекты, входящие в туристско-рекреационный кластер «Синегорье», являются одними из конкурентных преимуществ ЗГО и создают необходимые условия для позиционирования ЗГО, как всероссийского туристского центра.

5. ЗГО играет заметную роль в развитии туризма Челябинской области, показывая устойчивую положительную динамику по росту туристского потока (таблица 1).

Таблица 1 - Общий туристский поток ЗГО, чел. в год

Посетители:	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Основные объекты показа	278 600 чел.	317 360 чел.	340 100 чел.	322894 чел.	313137 чел.	296 694 чел.	281 791 чел.
Количественные средства размещения	22 229 чел.	20 323 чел.	19 929 чел.	21 555 чел.	15 043 чел.	21 863 чел.	22 536 чел.
Событийные мероприятия	4 000 чел.	8 550 чел.	10 800 чел.	11 232 чел.	42 400 чел.	56 620 чел.	47 943 чел.
Всего:	304 829 чел.	346 233 чел.	370 829 чел.	355 681 чел.	370 580 чел.	375 177 чел.	352 270 чел.

При консервативном прогнозе туристский поток к 2022 году может возрасти в 1,27 раза (с 304 829 человек в 2012 году до 469 220 чел. к 2022 году);

При оптимистичном прогнозе суммарный рост может составить почти 1,42 раза (до 526 030 в год).

При этом, максимальный вклад в формирование туристического потока по-прежнему будут вносить туристско-рекреационные ресурсы (включая посещения национального парка «Таганай»), расположенные на территории ЗГО.

Эти данные свидетельствуют о необходимости принятия мер по обеспечению развития гостиничной инфраструктуры и сервиса, как обязательного условия обеспечения стабильной положительной динамики туристского потока

6. Положительная динамика сферы туризма ЗГО достигается благодаря

продуманной политике органов местного самоуправления, в том числе Администрации ЗГО по улучшению инвестиционного климата в сфере туризма, развитию и совершенствованию туристской инфраструктуры.

С фактором увеличения туристского потока напрямую связано увеличение числа коллективных средств размещения.

На территории ЗГО функционирует 22 коллективных средств размещения, общей вместимостью 1155 мест.

Традиционно к основным объектам туристской инфраструктуры относятся коллективные средства размещения (далее - КСР) и организации (учреждения) общественного питания.

Вместе с тем, существуют риски не достижения указанных параметров туристского потока, что может быть связано с отсутствием или низким качеством услуг гостиничного сервиса (таблица 2).

Таблица 2 - Коллективные средства размещения

Гостиницы	Гостевые дома	Хостелы	Санатории и профилактории:	Детско оздоровительные лагеря:	Пансионаты, дома и базы отдыха
1. «Никольски» 2. «Таганай» 3. «Bellmont» 4. «Металлург» 5. «Бушуевъ» 6. «Жемчужина» 7. «Берёзка» 8. «Парус» 9. «Виктория» 10. «Лазурит»	1.«Путешественник» 2. «Белый ключ» 3. «Серебряные горы» 4. «Домашний»	1. «Пилигрим» 2. «Пчелка» 3. «Дом на Мельнова»	1. «Металлург»	1. «Лесная сказка» 2. «Солнечный»	1. «Спартак» 2. «Веселая мельница»

На тысячу жителей в среднем приходится 1,9 номеров, что в 2,35 раз ниже аналогичных показателей Москвы (4 номера на тысячу жителей) и в 8,35 раз ниже среднеевропейских показателей (14,2 номера на тысячу жителей).

Таким образом, очевидна нехватка коллективных средств размещения, номерной фонд которых к 2022 году, с учетом перспектив развития маршрута и прогнозируемого роста объема туристического потока должен как минимум увеличиться в 1,3 раза, то есть до 560 номеров.

7. Вторым фактором, сдерживающим активное развитие въездного туризма в ЗГО, остается низкое качество услуг коллективных средств

размещения. Все коллективные средства размещения, расположенные на территории ЗГО, остаются некатегорированными.

Соответственно, на период до 2020 года необходимо решать задачу обеспечения аттестации и категорирования 100% коллективных средств размещения, работающих на маршруте.

В перспективе к размещению уровня стандарта 2 – 4 звезды можно отнести размещение в гостиницах, расположенных в городе Златоуст – «Никольский», «Bellmont», «Бушуевъ», «Таганай», «Виктория», «Парус».

Динамика развития гостиничного фонда ЗГО представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Динамика развития гостиничного фонда ЗГО

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год
Количество КСР (шт.)*	12	13	16	17	20	22

* с учетом хостелов.

8. На развитие гостиничного комплекса негативно влияет сезонность загрузки, низкий уровень количества гостиниц, прошедших процедуру официальной классификации, изменения в федеральном миграционном законодательстве, недостаточное количество квалифицированного персонала, владеющего иностранными языками.

9. В целях содействия развитию гостиничного комплекса округа необходимо проведение следующих мероприятий:

1) открытие комплекса «Центр развития туризма», включающий гостиничный комплекс на 200 койко-мест;

2) популяризация процедуры официальной классификации средств размещения (Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями»);

3) проведение ежегодных конкурсов, направленных на повышение квалификации и конкурентоспособности, профессиональных знаний, умений и навыков, и творческой инициативы работников сферы гостеприимства.

10. Необходимым условием для успешного проведения крупномасштабных мероприятий является хорошо организованная и доступная транспортная система, позволяющая туристам свободно добираться из мест прибытия и проживания до объектов туризма и питания, спортивных объектов, оперативно находить информацию о возможных маршрутах и расписании

движения транспорта как на русском, так и на английском языках.

Златоуст располагается в удобной транспортной доступности от городов-миллионников: Челябинск; Екатеринбург; Уфа (два последних города располагаются на равноудаленных расстояниях от города Златоуст). Автодорожное сообщение осуществляется частично по федеральной трассе М-5 и частично по дорогам регионального значения.

Транспортное обслуживание туристов осуществляется в виде перевозок железнодорожным и автотранспортом.

В настоящее время уже сделаны первые шаги в данном направлении. На основных маршрутах общественного транспорта транслируется визуальная и аудиоинформация.

Тем не менее существует определенный недостаток визуальной информации. Отсутствуют информационные табло на остановочных павильонах, буклеты с указанием маршрутов.

Необходимо вести работу по повышению качества транспортного обслуживания туристов.

В мировой практике известен опыт оснащения туристических автобусов сетью Wi-Fi. Пребывание в автобусах и трамваях, особенно на протяжении длительного времени, становится более комфортабельным, а ЗГО получает уникальный ресурс распространения необходимой информации среди туристов.

Эффективным способом популяризации общественного транспорта является создание информационного буклета с указанием маршрутов, расписаний движения, стоимости проезда общественного транспорта, служб такси, а также обеспечение ее доступности в железнодорожном и автобусных вокзалах, КСР ЗГО.

Разработка и утверждение паспортов экскурсионных маршрутов с организацией заездных карманов будет способствовать улучшению качества экскурсионного обслуживания и обеспечит безопасное и скоординированное движение туристического транспорта.

11. Для обслуживания железнодорожных перевозок в город Златоуст функционирует один вокзал станции 2-го класса. Вместимость вокзала составляет 700 человек. Ежегодное отправление – 908 000 человек. Каждый час услугами станции Златоуст пользуются 40-50 пассажиров.

Станция является частью Южно-Уральской железной дороги. Через станцию проходит 102 поезда.

В данный момент расписание электричек станции Златоуст содержит 10 электропоездов (пригородных поездов): из них 8 рейсов ежедневно отправляются со станции Златоуст и 2 рейсов только по некоторым дням.

12. Ближайший аэропорт к городу – Баландино (город Челябинск).

Аэропорт может обслуживать как местные, так и международные рейсы. Расположен всего в 142 километрах от центра города Златоуст.

Внутрироссийские воздушные линии: Москва (Домодедово, Шереметьево, Внуково), Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Нижний Новгород, Сочи, Анапа, Геленджик, Иркутск.

13. На данный момент существует проблема по недостаточному количеству транспортных средств, соответствующих стандартам для обслуживания туристов.

Также существует недостаток транспортных средств для перевозки детских групп.

Любая категория туристов - бизнес туристы или отдыхающие - во время путешествия ожидают встретить достойный прием, а также комфортную, безопасную, доступную, хорошо оснащенную и привлекательно оформленную среду пребывания.

В части основных пунктов прибытия гостей (железнодорожного, автобусного вокзалов) предусмотрена организация специально отведенных площадок и парковок для автобусов.

Тем не менее существует ряд проблем, непосредственно влияющих на качество туристического обслуживания таких как, нехватка городских туалетов на пешеходных туристических маршрутах, отсутствие многоязычных указателей на основные объекты посещения, отсутствие необходимых условий для людей с ограниченными возможностями.

В стратегической перспективе повышение качества и стандартов благоустройства городского пространства будет служить катализатором для развития туристической отрасли и позволит увеличить поток туристов.

В связи с этим необходимо обеспечить комфортную среду для пребывания гостей, включая иностранных туристов, создав гостеприимное и запоминающееся «лицо города».

14. В целях улучшения навигации по ЗГО необходимо создание системы многоязычных указателей (навигационных карт) и информационных стендов, табличек, а также специализированного туристического приложения на мобильные устройства. Официальное туристическое приложение, объединяющее в себе все необходимые для туриста функции - от представления базовой информации о ЗГО до возможности индивидуального планирования маршрута - позволит сформировать положительное впечатление гостя от пребывания в ЗГО и предоставит наиболее комплексную информационную поддержку.

Кроме того, с целью улучшения навигации по городу и популяризации объектов посещения необходимо продолжить работу по созданию панорамных

карт ЗГО.

15. Существует также проблема в части обслуживания туристов с ограниченными возможностями. В местах основных пешеходных маршрутов практически отсутствуют пандусы для инвалидных колясок, подъемники, лифты и другие средства обеспечения доступности городской среды.

Комплекс мер по созданию необходимой «безбарьерной» среды для инвалидов будет также способствовать созданию положительного имиджа ЗГО, отвечающего международным нормам туристического центра.

Постоянно усиливающаяся конкуренция между территориями на рынке всероссийского и международного туризма привела к тому, что города все больше работают над проблемой идентификации территории, ищут яркий и запоминающийся бренд.

Рост внимания к имиджу (бренду) территории на мировом рынке обусловлен не только необходимостью в привлечении туристов. В экономике правильное позиционирование создает добавочную стоимость продукции, влияет на формирование имиджа товаров и услуг, произведенных или разработанных на территории.

Кроме этого, бренд территории является ключевым элементом обеспечения социальной стабильности. Это достигается за счет того, что бренд повышает уровень самооценки местных жителей, делая их проживание более комфортным и менее конфликтным.

16. Златоуст на протяжении последних лет был заложником промышленного бренда - город металлургов.

В течение 2016 года проводились работы по разработке бренда ЗГО.

Суть бренда: Златоуст. Впечатлять – в нашей природе.

Златоуст – город, гости которого смогут познакомиться с истоками уникального искусства и промыслов, прикоснуться к первозданной природе Южного Урала.

Исходя из SWOT анализа необходимо сосредоточить усилия на максимально эффективном использовании наиболее современных каналов, позволяющих добиться максимального охвата при сравнительно небольших затратах, и обеспечивающих максимальную гибкость при взаимодействии с целевой аудиторией. Основные каналы коммуникации и обоснование их использования представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Основные каналы коммуникации и обоснование их использования

Канал коммуникации	Носители и формы коммуникации	Обоснование использования
Digital-маркетинг	Создание промо-сайта	Digital-маркетинг – гибкий и современный

(интернет)	Поисковое продвижение сайта SMM (Маркетинг в социальных медиа) Управление репутацией в интернете Медийная реклама Текстовая реклама E-mail маркетинг	канал коммуникаций. Его использование позволит в рамках относительно небольшого бюджета охватить максимально широкую аудиторию как на территории Российской Федерации, так и за ее пределами. Кроме того, возможности данного канала позволяют оперативно получать обратную связь от потенциальных клиентов и использовать доступные инструменты для оценки эффективности продвижения. Данный канал будет использован как основной.
Event-маркетинг (событийное продвижение)	Участие в выставках Организация городских мероприятий Спонсирование мероприятий Организация и участие в спортивных мероприятиях	Событийный маркетинг является эффективным инструментом создания определенной эмоциональной связи между брендом и потребителем, а также повышения уровня лояльности клиентов к бренду. Эмоциональная связь с целевыми группами является важным элементом системы эффективного продвижения бренда. Данный канал будет использован как дополнительный, поддерживающий для основного канала коммуникаций
PR (связи с общественностью, взаимодействие со СМИ)	Взаимодействие и развитие отношений со СМИ. Размещение статей и обзоров	PR является каналом, позволяющим сформировать имидж и репутацию бренда без значительных финансовых вложений в рекламный бюджет. Для продвижения территориальных брендов PR является одним из наиболее эффективных инструментов.
POS- материалы	Изготовление и распространение (в том числе в рамках Event маркетинга) сувенирной продукции и других POS-материалов (выставочные стенды, роллапы)	POS-материалы являются важными элементами Brand Identity и позволяют сформировать и укрепить визуальный образ бренда в сознании целевой аудитории, что является одной из задач настоящей стратегии.

17. Для продвижения бренда ЗГО необходимо:

1) формировать новый имидж ЗГО в соответствии с разработанной

платформой бренда;

2) позиционировать ЗГО, как внутреннее туристическое направление экологического и познавательного туризма в соответствии с платформой бренда;

3) увеличить охват целевой аудитории на территории Российской Федерации;

4) позиционировать ЗГО, как туристическое направление на мероприятиях регионального, всероссийского и международного уровней, в том числе на фестивалях, конкурсах, выставках, форумах, конференциях и т.д.;

5) формировать и повышать узнаваемость визуального образа бренда среди целевой аудитории.

18. В рамках исследований потребительского спроса и выявления предпочтений потенциальных потребительских ниш, а также формирования адекватного спроса на туристский продукт планируется проведение мероприятий по исследованию туристического потока и проведение маркетингового анализа рынка туристических услуг.

В современных условиях продолжение имиджевой работы, ее целевая направленность, масштабность и разнообразие проводимых рекламных мероприятий являются неременным условием для поддержания и стимулирования спроса на турпродукт округа и его продвижение на внутреннем и внешнем туристских рынках.

В этой связи одним из основных направлений Программы становится продвижение бренда на российском и международном туристических рынках.

19. Одним из ключевых моментов продвижения ЗГО является усиление его позиций в сети «Интернет», в том числе доработка действующего портала zlattur.com, его адаптация для приоритетных рынков, создание разделов, посвященных туризму выходного дня, индустриальному туризму.

Также необходимо усилить позиции ЗГО в социальных медиа. Согласно исследованию, DEI Worldwide более 70% потребителей используют социальные медиа для получения информации о продукте, бренде или компании. Использование социальных медиа при выборе направления для отдыха позволяет получить наиболее полную картину о направлении, включая отзывы и рекомендации непосредственно от потребителей туристского продукта. Планомерный и комплексный подход в выстраивании коммуникаций в социальных сетях создаст достоверный портрет туриста, а также позволит отследить эффективность проведенной кампании.

20. Согласно исследованию МАУ ЦРТ, наибольший потенциал в ЗГО демонстрируют пять видов туризма: событийный, промышленный,

спортивный, культурно-познавательный, экологический.

Событийный туризм является эффективным способом демонстрации существующих ресурсов ЗГО, а также стимулирования сектора малого предпринимательства.

21. Анализ показал, что в целях популяризации и создания имиджа ЗГО, как туристской дестинации, проводится системная политика по привлечению регулярных событий.

Так, например, ежегодно в ЗГО проходят Бушуевский фестиваль, фестиваль «ЗлатФест», Всероссийский фестиваль-конкурс «Евразия - шанс», Всероссийский горный марафон «Забег за облака», фестиваль казачьей культуры «Злата Горка», фестиваль-конкурс «Уральский туристический сувенир» и др.

22. В 2016 году впервые в ЗГО прошел Бушуевский фестиваль гравюры и холодного клинкового украшенного оружия. Проект собрал более 15000 участников, жителей и гостей округа. Фестиваль объединил мастеров из Уфы, Оренбурга, Перми, Суздаля, Архангельска, Екатеринбургa, Омска, Шадринска и почти всех городов и районов Челябинской области. А уже в 2019 году фестиваль посетило более 31 тыс. человек.

Планируется и дальше развивать оружейное и гравюрное искусство за счет проведения подобных фестивалей.

Такие мероприятия необходимо делать ежегодными, что впоследствии позволит операторам планировать туры именно под них. Кроме того, проведение мероприятий позволит снизить проблему сезонности и «заполнить» низкий туристский сезон.

23. В рамках событийного туризма необходимо:

- 1) усилить работу по информационному сопровождению мероприятий;
- 2) продолжить работу над развитием и продвижением продуктов (Бушуевский фестиваль, фестиваль «ЗлатФест», Всероссийский фестиваль-конкурс «Евразия - шанс», Всероссийский горный марафон «Забег за облака», фестиваль казачьей культуры «Злата Горка», фестиваль «Таганайские музы», фестиваль-конкурс «Уральский туристический сувенир»).

24. В рамках познавательного туризма необходима интеграция интерактивных элементов в существующие исторические, культурные и географические достопримечательности.

Положительной тенденцией в ЗГО является увеличение количества интерактивных экскурсионных программ. Демонстрация культурного наследия города возможна также в форматах фестивалей, при этом последняя мировая тенденция в части организации фестивалей показывает, что наиболее привлекательными с точки зрения туризма являются фестивали, проводимые

в нетрадиционном формате (фестиваль «ЗлатФест»).

В целях развития данного направления туризма планируется продолжить работу по популяризации культурно-исторического потенциала ЗГО, по адаптации туристского продукта под современного потребителя, а также по привлечению инвесторов в целях внедрения современных технических средств на существующие объекты показа (использование 3D-инсталляций, интерактивных табло, аудиогидов и др. средств).

25. Туристическая отрасль за последнее время начала искать новые виды туристических услуг. Одним из таких нововведений стало организация туристических маршрутов на действующие производства.

Златоустовское украшенное оружие и гравюра на стали – знаменитая на весь мир визитная карточка Челябинской области. Сегодня в ЗГО несколько крупных оружейных фабрик и мастерских, которые объединены в Гильдию мастеров-оружейников. Там все желающие могут окунуться в таинственный процесс создания булатной стали и соединения векового опыта и народных традиций. Организация таких маршрутов служит отличной рекламой для многих компаний, которые заинтересованы в продвижении своей продукции.

26. В рамках промышленного туризма необходимо:

- 1) повышение интенсивности проводимых мероприятий в ЗГО;
- 2) кооперация региональных и местных властей, с местными знатоками-краеведами, местной бизнес-элитой и естественно, центром развития туризма и туристическими компаниями;
- 3) организация интерактивных экскурсионных программ на действующие предприятия, что станет дополнительной нагрузкой к другим туристическим объектам, которые расположены в ЗГО;
- 4) организация и проведение совместных мероприятий, таких как выставки, конкурсы, событийные мероприятия.

В целом рост числа визитов туристов со спортивными целями способствует развитию экономических связей, повышению инвестиционной привлекательности, что положительно отражается на состоянии городской экономики.

Большим подспорьем в этом отношении стало строительство Центра олимпийской подготовки «Уралочка», физкультурно-оздоровительного комплекса «Таганай» и лыжно-биатлонного стадиона им. С. Ишмуратовой. Спортивные объекты используются, не только для проведения спортивных мероприятий, но и как объекты экскурсионного показа.

Однако, проводимые мероприятия носят хаотичный, бессистемный характер. Комплексный подход в развитии данного направления туризма

позволит наиболее эффективно использовать деловой потенциал округа и планировать туристский поток. Развитие спортивного туризма позволит также решить такую острую проблему, как сезонный фактор.

27. Для развития спортивного туризма необходимо:

1) продвижение спортивных возможностей округа посредством издания МІСЕ-каталогов с описанием площадок для проведения мероприятий, продвижения с помощью интернет-портала с установкой необходимых фильтров для планирования мероприятий, а также проведения ознакомительных поездок для целевых потребителей и МІСЕ-агентств;

2) ведение спортивного календаря, позволяющего видеть потенциальным организаторам доступность площадок проведения и загрузку гостиниц ЗГО в предполагаемый период проведения мероприятий;

3) улучшение качества обслуживания спортивных туристов в соответствии с требованиями стандартизации на всех объектах туристской инфраструктуры.

28. ЗГО обладает высоким потенциалом. Многомиллионное количество туристов путешествуют ежегодно по миру с желанием провести время на природе и в горах.

В ЗГО число подобных туристов растет с каждым годом и в 2018 году составило 128 тыс. чел.

Привлекает их национальный парк «Таганай» протяженностью от 10 до 15 километров с запада на восток и 52 километра – с юга на север. Уникальность национального парка «Таганай» в том, что здесь встречаются растения и животные, характерные для центральной полосы Европейской России, Русского Севера, Поволжья, Урала, Западной и Центральной Сибири, Казахстана.

Туристы могут увидеть здесь огромные горные хребты и причудливые каменные останцы, россыпи курумов и удивительную Каменную реку, вытянувшуюся на несколько километров, реликтовые леса, подгольцовые редколесья и горные тундры, старинные минеральные копи и горные реки, текущие как в Европу, так и в Азию (на территории парка как раз проходит водораздел).

Национальный парк «Таганай» отличается необычным флористическим богатством. Среди 687 видов растений парка 45 видов относятся к реликтам.

Туристические маршруты национального парка, рассчитанные на туристов с разным опытом. Протяженность этих маршрутов составляет от 6 до 76 км.

У подножия горы Таганай в прекрасном сосновом бору находится парк птиц «Таганай». Это место, которое особенно интересно детям. Общение

с животными, наблюдение за их жизнью доставляют массу впечатлений и положительных эмоций им и их родителям.

29. С учетом изложенного, можно сделать вывод об актуальной и обоснованной необходимости активизации роли органов власти в решении первоочередных задач по развитию туристско-рекреационного комплекса в ЗГО, созданию конкурентоспособного рынка туристских услуг и повышению уровня и качества жизни населения.

Наиболее действенным способом решения выявленных проблем и повышения эффективности использования ресурсного потенциала туризма является применение программно-целевого метода и механизмов государственно-частного партнерства.

Именно использование механизмов государственной поддержки развития туризма на основе государственно-частного партнерства за счет максимальной координации действий участников Программы в процессе развития наиболее перспективных туристско-рекреационных кластеров, наращивания внутреннего спроса на туристские услуги, а также создания новых рабочих мест позволит минимизировать негативные для развития сферы туризма факторы.»;

4) пункт 32 раздела II муниципальной программы изложить в следующей редакции:

«32. Реализация муниципальной программы будет способствовать формированию эффективной туристической инфраструктуры ЗГО, повышению привлекательности с точки зрения развития туризма, продвижению туристских ресурсов, объектов туристской индустрии и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, увеличению внутреннего и въездного турпотока, повышению качества туристского продукта, развитию межмуниципальных связей в сфере развития туризма, продвижению бренда ЗГО.

Реализация целей и задач Программы позволит достичь в 2022 году следующих показателей:

1. Сохранение количества ежегодных туристических выставок, на которых представлен ЗГО, 6 ед.

2. Увеличение количества мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция, 12 ед.

3. Количество организованных инфотуров, презентаций для представителей СМИ, 2 ед.

4. Увеличение количества публикаций в сети «Интернет», 4750 ед.

5. Увеличение количества посетителей сайта zlattur.com в год, 29000 чел.

6. Количество ежегодных событийных мероприятий, 10 ед.

7. Увеличение количества разработанных новых туристических

маршрутов, 2 ед.

8. Сохранение количества участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах, 14 ед.

9. Сохранение количества ежегодных промокомпаний по поддержке бренда, 5 ед.

10. Увеличение количества заявок для использования логотипа и стиля бренда, 12 ед.

11. Наличие результатов анализа рынка туристических услуг, 1 ед.»;

5) пункт 33 раздела IV муниципальной программы изложить в следующей редакции:

«33. Срок реализации муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа» - 2018-2022 гг., проходит поэтапно:

I этап – 2018 г.

II этап – 2019 г.

III этап – 2020 г.

IV этап – 2021 г.

V этап – 2022 г.

Контрольными этапами являются ежеквартальные и ежегодные отчеты, с промежуточными и окончательными показателями по годам.»;

6) Раздел V муниципальной программы «Перечень основных мероприятий муниципальной программы» изложить в следующей редакции:

№	Мероприятия	Индикаторы оценки конечных результатов, единицы измерения	Исполнение по годам				
			2018	2019	2020	2021	2022
Цель программы: Создание условий для дальнейшего устойчивого развития туризма и формирования благоприятного имиджа ЗГО на базе эффективного использования развивающейся инфраструктуры, культурно-исторического потенциала и потенциала событийного туризма ЗГО.							
Задача 1 программы: Формирование и продвижение туристских ресурсов, объектов туристской индустрии и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках							
Формирование и продвижение туристских ресурсов, брендов, объектов туристской индустрии							
1	Участие в ежегодных международных, всероссийских и региональных туристских выставках	Количество туристических выставок, на которых представлен ЗГО, ед.	5,0	6,0	6,0	6,0	6,0

2	Информационная поддержка туристов, издание и распространение в рамках мероприятий каталогов, буклетов и иной рекламно-информационной продукции по внутреннему и въездному туризму	Количество мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция, шт.	10,0	11,0	12,0	12,0	12,0
3	Распространение информации о туристском потенциале и событиях в ЗГО в профессиональных СМИ в России и за рубежом, проведение презентаций и информационных, ознакомительных туров для СМИ, туроператоров и турагентств.	Количество организованных инфотуров, презентаций для представителей СМИ, ед.	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
4	Распространение информации о ЗГО в сети Интернет	Количество публикаций в сети Интернет в год, ед.	3500,0	4000,0	4250,0	4500,0	4750,0
5	Продвижение интернет-портала о туризме zlattur.com в сети Интернет	Количество посетителей сайта zlattur.com в год, чел.	25000,0	26000,0	27000,0	28000,0	29000,0
Задача 2 программы: Создание условий для увеличения внутреннего и въездного турпотока.							
6	Проведение анализа рынка туристических услуг	Наличие результатов анализа рынка туристических услуг, ед.	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
7	Организация и проведение событийных	Количество ежегодных событийных	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0

	мероприятий	мероприятий, ед.					
8	Разработка и продвижение новых туристических маршрутов	Количество разработанных новых туристических маршрутов, ед.	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
9	Участие в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах.	Количество участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах, ед.	10,0	11,0	12,0	13,0	14,0
Задача 3 программы: В рамках агломерации развитие межмуниципальных связей в сфере развития туризма.							
10	Продолжение реализации Соглашений о взаимном сотрудничестве с муниципалитетами						
Задача 4 программы: Создание условий для продвижения бренда ЗГО.							
11	Проведение промокампаний по поддержке бренда, продвижение бренда ЗГО, приобретение, изготовление и распространение сувенирной презентационной (подарочной) продукции в стилистике бренда	Количество проведенных промокампаний по поддержке бренда, ед.	3,0	4,0	5,0	5,0	5,0
12	Размещение логотипа на сайтах и любых материалах Златоустовского городского округа	Количество заявок для использования логотипа и стиля бренда, ед.	10,0	11,0	12,0	12,0	12,0

7) пункт 37 раздела VIII муниципальной программы «Ресурсное обеспечение муниципальной программы» изложить в следующей редакции:

«37. Финансирование Программы будет осуществляться при наличии

источников и в пределах средств, выделяемых на эти цели.

Структура ресурсного обеспечения муниципальной программы базируется на имеющемся финансовом, организационном и кадровым потенциалах отрасли, а также на действующих нормативно-правовых актах.

Всего по программе – 51 157,345 тыс. руб.

№	Наименование мероприятия	Источник финансирования	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Основное мероприятие: формирование и продвижение туристских ресурсов, брендов, объектов туристской индустрии.							
1.	Субсидия МАУ «ЦРТ ЗГО» на финансовое обеспечение муниципального задания на оказание муниципальных услуг (работ)	Местный бюджет	5 224,51 тыс. руб.	5589,425 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.
2.	Субсидия на ремонт и противопожарные мероприятия в муниципальных учреждениях, подведомственных Администрации Златоустовского городского округа	Местный бюджет	22 369,52 тыс. руб.	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Субсидия на приобретение основных средств	Местный бюджет	711 270,0	313,820 тыс. руб.	0,0	0,0	0,0
4.	Субсидия на информационное сопровождение туристских ресурсов, брендов, объектов туристской индустрии	Местный бюджет	217 500,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5.	Субсидия на закупку мягкого инвентаря для оснащения здания по адресу: ул. им. П.П. Аносова, д. 202	Местный бюджет	99 000,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ИТОГО		Местный бюджет	28 621,80 тыс. руб.	5 903,245 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.	5 544,1 тыс. руб.

2. Отделу по взаимодействию со средствами массовой информации Администрации Златоустовского городского округа (Письменный М.Ю.) разместить настоящее постановление на официальном сайте Златоустовского городского округа в сети «Интернет».

3. Организацию выполнения настоящего постановления возложить на заместителя Главы Златоустовского городского округа по социальным вопросам Иванову О.А.

Глава
Златоустовского городского округа



М.Б. Пекарский