



ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

АДМИНИСТРАЦИЯ ЗЛАТОУСТОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА ПОСТАНОВЛЕНИЕ

14.11.2017 г. № 502-П

г. Златоуст

Об утверждении муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа на 2018-2020 годы»

В целях рационального использования потенциала Златоустовского городского округа и в соответствии с постановлением Администрации Златоустовского городского округа от 23.06.2011 г. № 252-п «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ Златоустовского городского округа»:

1. Утвердить муниципальную программу «Развитие туризма Златоустовского городского округа на 2018-2020 годы» (приложение).

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

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

Исполняющий обязанности Главы
Златоустовского городского округа



А.М. Митрохин

ПРИЛОЖЕНИЕ
к постановлению Администрации
Златоустовского городского округа
от 14.11.2017 г. № 502-П

Муниципальная программа
«Развитие туризма Златоустовского городского округа
на 2018 – 2020 годы»

Паспорт муниципальной программы
«Развитие туризма Златоустовского городского округа на 2018 – 2020 годы»
(далее – Программа, муниципальная программа)

Ответственный исполнитель муниципальной программы	Администрация Златоустовского городского округа (далее – Администрация ЗГО)
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	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	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. 10. Количество проведенных промокампаний по поддержке бренда. 11. Количество заявок для использования логотипа и стиля бренда.

Этапы и сроки реализации муниципальной программы	Программа подлежит реализации в течение трех лет 2018 – 2020 годы I этап – 2018 г. II этап – 2019 г. III этап – 2020 г.
Объемы бюджетных ассигнований муниципальной программы	Финансирование Программы будет осуществляться при наличии источников и в пределах средств, выделяемых на эти цели: Всего по программе – 15 901,9 тыс. руб.- местный бюджет. 2018 г. – 8 884,1 тыс. руб. 2019 г. – 3 508, 9 тыс. руб. 2020 г. – 3 508, 9 тыс. руб.
Ожидаемые результаты реализации муниципальной программы	Реализация целей и задач Программы позволит достичь к 2020 году следующих ожидаемых результатов: 1. Сохранение количества ежегодных туристических выставок, на которых представлен ЗГО, 5 ед. 2. Увеличение количества мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция до 11 ед. 3. Количество организованных инфотуров, презентаций для представителей СМИ, 6 ед. 4. Увеличение количества публикаций в сети Интернет на 500 ед. 5. Увеличение количества посетителей сайта zlattur.com в год до 30000 чел. 6. Количество ежегодных событийных мероприятий, 10 ед. 7. Увеличение количества разработанных новых туристических маршрутов на 2 ед. 8. Сохранение количества участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах, 10 ед. 9. Сохранение количества ежегодных промокампаний по поддержке бренда, 3 ед. 10. Увеличение количества заявок для использования логотипа и стиля бренда на 10 ед.

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 федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», утвержденной постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. N 644, государственной программы Челябинской области «Развитие культуры и туризма в Челябинской области на 2015-2019 годы», утвержденной постановлением Правительства Челябинской области от 27 ноября 2014 года N 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 – 2016 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 2016 г. составил 104% к уровню 2014 года. В результате чего общее число посетителей ЗГО за период с 2012 по 2016 г. увеличилось более чем в 1,2 раза (304,8 до 370,5 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
-Основные объекты показа	278 600	317 360	340 100	322 894	313 137
-Коллективные средства размещения	22 229	20 323	19 929	21 555	15 043
-Событийные мероприятия	4 000	8 550	10 800	11 232	42 400
Всего:	304 829	346 233	370 829	355 681	370 580

При консервативном прогнозе туристский поток к 2020 году может возрасти в 1,27 раза (с 304 829 человек в 2012 году до 469 220 чел. к 2020 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 17 коллективных средств размещения, общей вместимостью 319 номеров.

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:
1. «Никольский» 2. «Таганай» 3. «Bellmont» 4. «Металлург» 5. «Бушуевъ» 6. «Жемчужина» 7. «Берёзка» 8. «Парус» 9. «Виктория»	1.«Путешественник» 2.«Белый ключ»	1.«Пилигрим» 2.«Пчелка»	1.«Металлург»	1.«Лесная сказка» 2.«Горный» 3.«Солнечный»

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 2020 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
Количество гостиниц (шт.)*	12	13	16	17
Количество номеров (шт.)	256	277	307	319

* 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 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 поездов.

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 – Бalandино (город Челябинск). Аэропорт может обслуживать как местные, так и международные рейсы. Расположен всего в 142 км 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 инвалидов 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 (интернет)	Создание промо-сайта Поисковое продвижение сайта SMM (Маркетинг в социальных медиа) Управление репутацией в интернете Медийная реклама Текстовая реклама E-mail маркетинг	Digital-маркетинг – гибкий и современный канал коммуникаций. Его использование позволит в рамках относительно небольшого бюджета охватить максимально широкую аудиторию как на территории РФ, 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	Событийный маркетинг является эффективным инструментом создания определенной эмоциональной связи между брендом и потребителем, а также повышения уровня лояльности клиентов

	мероприятий Организация и участие в спортивных мероприятиях	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) сформировать 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, 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 фестиваль садов и цветов «ЗлатФест», Всероссийский фестиваль-конкурс «Евразия - шанс», Всероссийский горный марафон «Забег за облака», фестиваль казачьей культуры «Злата Горка» 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, Екатеринбурга, Омска, Шадринска и почти всех городов и районов Челябинской области.

Учитывая, что для ЗГО это был первый опыт участия в подобном проекте, результаты поразительные. Планируется и дальше развивать оружейное и гравюрное искусство проведением 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-краеоведами, 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 2016 году составило 106 тыс. чел.

Привлекает их национальный парк «Таганай» протяжённостью 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.

Раздел II. Приоритеты и цели муниципальной политики в сфере туризма ЗГО, описание основных целей и задач муниципальной программы

30. Основная 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.

31. Для её достижения необходимо решить следующие задачи:

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 ЗГО.

31. В результате реализации муниципальной программы будут созданы условия для повышения конкурентоспособности туристского продукта на внутреннем туристском рынке, качества оказываемых туристских услуг, что позволит удовлетворить потребительский спрос различных категорий туристов, обеспечить всесезонное функционирование туристских объектов и стабильный рост туристского потока.

Участие ЗГО в известных в туристическом бизнесе выставках, конкурсах, фестивалях, форумах будет способствовать формированию туристского бренда ЗГО и продвижению его на внутреннем и международном туристских рынках, развитию и повышению конкурентоспособности бренда ЗГО.

Развитие межмуниципальных связей в сфере туризма будет иметь важное значение для экономики и являться хорошим средством содействия развитию, а также взаимопониманию и укреплению отношений.

Раздел III. Прогноз ожидаемых результатов муниципальной программы

32. Реализация 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 к 2020 году следующих показателей:

- 1) сохранение количества ежегодных туристических выставок, на которых представлен ЗГО, 5 ед.;
- 2) увеличение количества мероприятий, в рамках которых реализована печатная презентационная продукция до 11 ед.;
- 3) количество организованных инфотуров, презентаций для представителей СМИ, 6 ед.;
- 4) увеличение количества публикаций в сети Интернет на 500 ед.;
- 5) увеличение количества посетителей сайта zlattur.com в год до 30000 чел.;
- 6) количество ежегодных событийных мероприятий, 10 ед.;
- 7) увеличение количества разработанных новых туристических маршрутов на 2 ед.;
- 8) сохранение количества участия в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах, 10 ед.;
- 9) сохранение количества ежегодных промокампаний по поддержке бренда, 3 ед.;
- 10) увеличение количества заявок для использования логотипа и стиля бренда на 10 ед.

Раздел IV. Сроки реализации муниципальной программы

33. Срок реализации муниципальной программы «Развитие туризма Златоустовского городского округа» 2018-2020 годы проходит поэтапно:

I этап – 2018 г.

II этап – 2019 г.

III этап – 2020 г.

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

Раздел V. Перечень основных мероприятий муниципальной программы

№	Мероприятия	Индикаторы оценки конечных результатов, единицы измерения	Срок исполнения	В том числе по годам		
				2018	2019	2020
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 внешнем 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.	2018-2020	5,0	5,0	5,0

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.	2018-2020	10,0	10,0	11,0
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.	2018-2020	2,0	2,0	2,0
4	Распространение информации о ЗГО в сети Интернет	Количество публикаций в сети Интернет в год, ед.	2018-2020	3500,0	3500,0	3500,0
5	Продвижение интернет-портала о туризме zlattur.com в сети Интернет	Количество посетителей сайта в год, чел.		25000,0	30000,0	30000,0
Задача 2 программы: Создание условий для увеличения внутреннего и въездного турпотока.						
6	Проведение анализа рынка туристических услуг	Наличие результатов анализа рынка туристических услуг, ед.	2018-2020	1,0	1,0	1,0
7	Организация и проведение событийных мероприятий	Количество ежегодных событийных мероприятий, ед.	2018-2020	10,0	10,0	10,0
8	Разработка и продвижение новых туристических маршрутов	Количество разработанных новых туристических маршрутов, ед.	2018-2020	2,0	2,0	2,0
9	Участие в международных, всероссийских и региональных выставках, конкурсах, форумах.	Количество участия, ед.	2018-2020	10,0	10,0	10,0
Задача 3 программы: В рамках агломерации развитие межмуниципальных связей в сфере развития туризма.						
10	Продолжение реализации Соглашений о взаимном сотрудничестве с муниципалитетами		2018-2020			
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.	2018-2020	3,0	3,0	3,0
12	Размещение логотипа на сайтах и любых материалах Златоустовского городского округа	Количество заявок для использования логотипа и стиля бренда, ед.	2018-2020	10,0	10,0	10,0

Раздел VI. Основные меры правового регулирования в сфере туризма, направленные на достижение цели и (или) конечных результатов муниципальной программы

34. Программа разработана в соответствии с Конституцией Российской Федерации, а также другими нормативными документами:

1) Федеральный закон от 06.10.2003 г. №131 «Об общих принципах организации местного самоуправления»;

2) Федеральный закон от 06.10.1999 г. № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации»;

3) Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

4) Закон Челябинской области от 28.02.2017 г. № 509-ЗО «О содействии развитию туризма в Челябинской области»;

5) Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», утвержденная постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644;

6) Государственная программа Челябинской области «Развитие культуры и туризма в Челябинской области на 2015-2019 годы», утвержденная постановлением Правительства Челябинской области от 27 ноября 2014 года № 638-П.

Раздел VII. Обоснование состава и значений соответствующих целевых индикаторов и показателей муниципальной программы

35. Взятые показатели и индикаторы Программы определяют эффективность реализации мероприятий муниципальной программы, отражают состояние и динамику развития туризма. Оценка результатов реализации Программы осуществляется на основе использования целевых показателей и индикаторов, сформированных с учетом специфики объектов туристической индустрии.

36. Наиболее серьезные риски при реализации муниципальной программы – это финансовый и административный риски.

Финансовый риск реализации Программы представляет собой невыполнение в полном объеме принятых по программе финансовых обязательств.

Способом ограничения финансового риска является ежегодная корректировка финансовых показателей программных мероприятий и показателей в зависимости от достигнутых результатов. Минимизация рисков недофинансирования мероприятий муниципальной программы из бюджета ЗГО осуществляется путем формирования механизмов инвестиционной привлекательности инновационных проектов в сфере туризма.

Административный риск связан с неэффективным управлением программой, которое может привести к невыполнению целей и задач муниципальной программы.

Способами ограничения административного риска являются:

- 1) контроль за ходом выполнения программных мероприятий и совершенствование механизма текущего управления реализацией муниципальной программы;
- 2) формирование ежегодных планов реализации муниципальной программы;
- 3) постоянный мониторинг выполнения показателей (индикаторов) муниципальной программы.

Принятие мер по управлению рисками осуществляется ответственным исполнителем-координатором муниципальной программы на основе мониторинга реализации муниципальной программы и оценки её эффективности и результативности.

Раздел VIII. Ресурсное обеспечение муниципальной программы

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 кадровом потенциалах отрасли, а также на действующих нормативно-правовых актах.

Всего по программе – 15 901, 9 тыс. руб.

№	Наименование мероприятия	Источник финансирования	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Субсидия МАУ «ЦРТ ЗГО» на финансовое обеспечение муниципального задания на оказание муниципальных услуг (работ)	Местный бюджет	3 508,9 тыс. руб.	3 508,9 тыс. руб.	3 508,9 тыс. руб.
2.	Субсидия на ремонт и противопожарные мероприятия в муниципальных учреждениях, подведомственных Администрации Златоустовского городского округа	Местный бюджет	5 375,2	0,0	0,0
ИТОГО		Местный бюджет	8 884,1 тыс. руб.	3 508,9 тыс. руб.	3 508,9 тыс. руб.

Раздел IX. Методика оценки эффективности муниципальной программы

38. Оценка эффективности реализации муниципальной программы производится ежегодно и обеспечивает мониторинг результатов реализации муниципальной программы с целью уточнения степени решения задач и выполнения мероприятий муниципальной программы.

Для оценки эффективности реализации муниципальной программы используются показатели эффективности, которые отражают выполнение мероприятий муниципальной программы.

Оценка эффективности программы проводится по формуле:

$$\text{Оценка достижения плановых индикативных показателей (ДИП)} = \frac{\text{Фактические индикативные показатели}}{\text{Плановые индикативные показатели}}$$

$$\text{Оценка полноты использования бюджетных средств (ПИБС)} = \frac{\text{Фактическое использование бюджетных средств}}{\text{Плановое использование бюджетных средств}}$$

$$\text{Показатель эффективности использования бюджетных средств} = \frac{\text{ДИП (Оценка достижения плановых индикативных показателей)}}{\text{ПИБС (Оценка полноты использования бюджетных средств)}}$$

Оценка эффективности по программе в целом равна сумме показателей эффективности по мероприятиям программы.

Значение	Эффективное использование бюджетных средств
Более 1,4	Очень высокая эффективность использования бюджетных средств
От 1 до 1,4	Высокая эффективность использования бюджетных средств (превышение целевого значения)
От 0,5 до 1	Низкая эффективность использования бюджетных средств (не достигнуто целевое значение)
Менее 0,5	Крайне низкая эффективность использования бюджетных средств (целевое значение исполнено менее, чем на половину)

Оценка эффективности использования бюджетных средств будет тем выше, чем выше уровень достижения показателей и меньше уровень использования бюджетных средств.