

Приложение
к решению Совета народных депутатов
от 19.12.07 №307

**Муниципальная целевая программа
«Развитие туризма в г.Владимире на 2008-2015 годы»**

**г.Владимир
2007 г.**

**Раздел I. Паспорт муниципальной целевой программы
«Развитие туризма в г.Владимире на 2008 – 2015 годы»**

Наименование Программы	«Развитие туризма в г.Владимире на 2008 – 2015 годы»
Основание для разработки	Постановление главы города Владимира от 14.08.2006 № 2740 «О ходе реализации городских целевых программ»
Заказчик Программы	Администрация города Владимира
Основные разработчики Программы	Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации города Владимира Владимирский институт туризма и гостеприимства
Администраторы Программы	Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации города Владимира
Исполнители и участники Программы	Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации города Владимира Управление архитектуры и строительства Управление жилищно-коммунального хозяйства Управление потребительского рынка и услуг Управление экономики Правовое управление Управление транспорта и связи Управление промышленности, предпринимательства и трудовых отношений Управление культуры Управление образования Управление по связям с общественность и СМИ Управление наружной рекламы и информации Управление информатизации НП Центр развития туризма г.Владимира ОАО «Благоустройство» Владимирский институт туризма и гостеприимства Владимирский филиал Российской международной академии туризма

	Заинтересованные организации и лица по согласованию
Цели Программы	Создание эффективной конкурентоспособной туристской отрасли в г.Владимире
Задачи Программы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Объединение усилий и ресурсов всех заинтересованных организаций и сообществ для развития туризма. 2. Формирование общественного мнения гражданского сообщества о туризме, как неотъемлемой составляющей дальнейшего развития Владимира. 3. Развитие городской рекреационной системы как средства улучшения экологической обстановки, качества жизни и здоровья жителей города и стимула для привлечения туристов. 4. Создание нового турпродукта, ориентированного на увеличение внутреннего потока туристов. 5. Формирование устойчивого имиджа города Владимира как одного из ведущих в Центральном Федеральном округе центра туризма. 6. Обеспечение туристской отрасли высокопрофессиональными кадрами. 7. Организация и проведение мероприятий по мониторингу реализуемой программы.
Этапы и сроки реализации Программы	<p>2008 – 2015 годы</p> <p>1 этап: «Организационно-исследовательский» – длительность – 1 год</p> <p>2 этап: «Реализация основных мероприятий программы» - длительность – 6 лет</p> <p>3 этап: «Подведение итогов, обобщение опыта» - длительность – 1 год.</p>

Объемы финансирования по источникам и срокам, тыс.руб. (Объемы финансирования должны уточняться в зависимости от количества и значимости объектов)	Источник финансирования	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
	Местный бюджет	700,0	1 500,0	1 700,0	1 950,0	2 150,0	2 400,0
	Внебюджетные источники	1 650,0	1 700,0	2 000,0	2 450,0	2 850,0	3 350,0
	ИТОГО	2 350,0	3 200,0	3 700,0	4 400,0	5 000,0	5 750,0
	Источник финансирования	2014 г.	2015 г.	ВСЕГО:			
	Местный бюджет	2 700,0	3 200,0	16 300,0			
	Внебюджетные источники	3 650,0	3 900,0	21 550,0			
	ИТОГО	6 350,0	7 100,0	37 850,0			
	также предусматривается финансирование: -не менее 10 000,0 тыс. руб. на модернизацию и установку стилизованных указателей к туристским объектам, схем расположения музеев и экспозиций, в т.ч. на английском языке; -не менее 50 000, 0 тыс. руб. (ежегодно) на благоустройство города						

Ожидаемые результаты	конечные	<ul style="list-style-type: none"> -увеличение поступлений в бюджет средств, полученных от сферы туризма и гостеприимства; -развитие городской туристской инфраструктуры; -образование новых рабочих мест; -продвижение города как туристского центра высокого уровня обслуживания; -реализация стратегии развития города в части развития туризма; -формирование комплексного, современного, востребованного городского туристского продукта, соответствующего мировым стандартам качества.
-----------------------------	-----------------	--

Раздел II. Содержание проблемы и обоснования необходимости ее решения программным методом

Современный туризм является в настоящее время одной из наиболее доходных отраслей мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации (ВТО) и Международного валютного фонда туризм с 1998 года вышел на первое место в мировом экспорте товаров и услуг, составляя 7,9% в его общем объеме.

За последние 10 лет доходы от туризма возрастают ежегодно на 8% при увеличении количества туристов на 4,5%. По прогнозам ВТО в ближайшее десятилетие темпы роста туризма сохранятся.

Туризм обладает высоким стимулирующим воздействием на развитие других отраслей экономики города, малого и среднего бизнеса, способствует инновационному развитию города.

Программа развития туризма должна стать важнейшей составной частью программы социально-экономического развития города и корреспондироваться с программами развития культуры, спорта, здравоохранения.

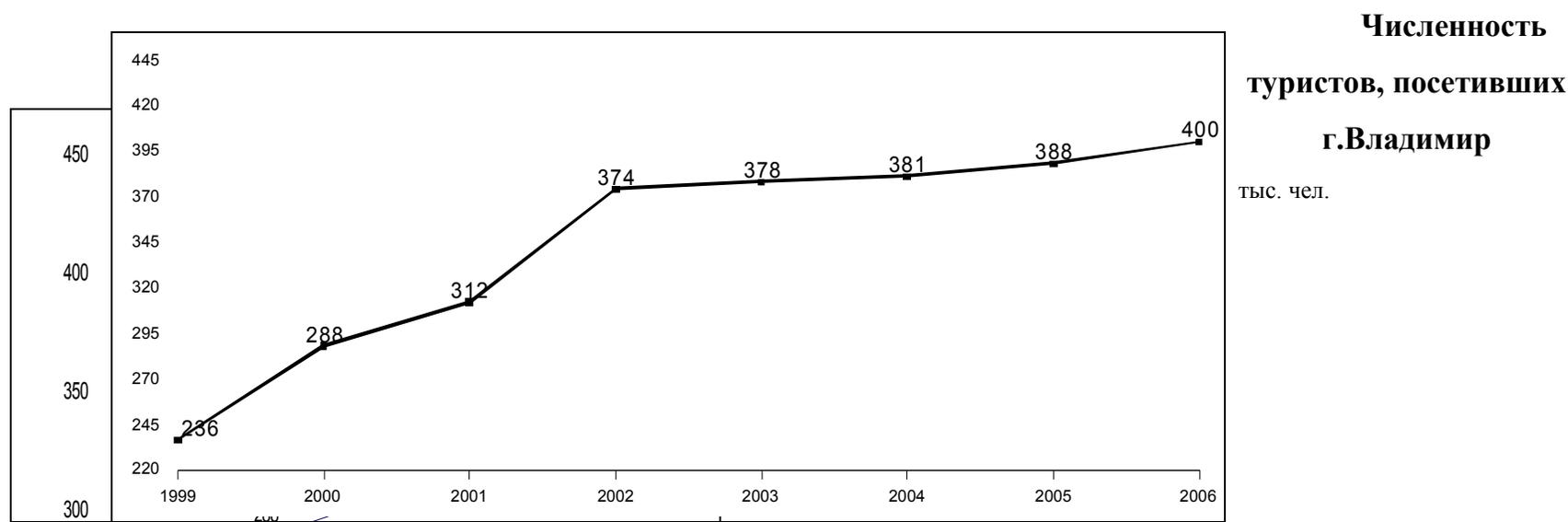
Согласно прогнозу ВТО при ООН Россия к 2010 г. выйдет на 5-место в мире по туристской притягательности и Владимир должен быть готов войти в число самых популярных туристских центров страны. К этому есть веские объективные предпосылки и активная позиция органов местного самоуправления.

Актуальность принятия данной программы обусловлена как социальными, так и экономическими причинами. Развитие рекреации и туризма должно привести к формированию здорового образа жизни населения и внести существенный вклад в экономику города не только от непосредственных доходов, но и оказывая стимулирующее воздействие на такие секторы экономики как информатизация и телекоммуникация, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления.

Близость к емким рынкам сбыта товаров и услуг, наличие уникальных памятников истории и культуры, высокий природно-рекреационный потенциал города и его окрестностей и сильные культурные традиции создают предпосылки для динамичного развития туристской отрасли во Владимире.

Вместе с тем, темпы роста туристских потоков, прибывающих во Владимир значительно замедлились.

Как представлено ниже на рисунке, за период 1999-2002 годы посещаемость ВСМЗ возросла на 58,5%, при этом за 2002-2006 годы лишь на 7 %.



год

Анализ программ посещений показывает, что городской турпродукт не ориентирован на удержание туристов более чем на 1 день. Туры составлены таким образом, что большинство туристов после посещения экспозиций Владимиро-Суздальского музея-заповедника не остаются на ночь и покидают город.

Существенной проблемой является сезонность потока туристов и его неравномерность в течение недели. Загрузка гостиниц возрастает в летний период и в выходные. В остальное время объекты туристской инфраструктуры простаивают. Средняя загрузка гостиниц в год (по предельной мощности) составила в 2004 году 33,5%, в 2005 году – 34,7%. Это приводит к снижению числа мест коллективного средства размещения. Например, в 2004 году количество мест в гостиницах уменьшилось на 2%, а количество ночевочных мест на 3000. Как следствие, поступления денежных средств в экономику города снижаются.

Основной причиной снижения темпов развития туризма в городе является его ориентация на традиционный групповой культурно-просветительский туризм. Вместе с тем, мировая туристская индустрия динамично развивается. Появляются новые виды туризма, отвечающие современным потребностям общества (экстремальный, деловой, экологический и даже ностальгический). Высокими темпами туризм индивидуализируется, при этом спрос на групповые туры снижается.

Относительно невысокие темпы развития туротрасли не позволяют динамично развиваться инфраструктуре туризма. Ряд туристских объектов, расположенных на территории города находятся в неудовлетворительном состоянии. Сфера услуг развита

недостаточно. Большинство предприятий туристической индустрии ориентированы на относительно низкие стандарты предоставляемых услуг.

Таким образом, во Владимире необходимо реализовать качественные изменения, затрагивающие туристическую отрасль в целом, включая формирование новых турпродуктов, повышение качества обслуживания и совершенствование туристской инфраструктуры.

Учитывая актуальность и комплексный характер поставленной задачи, а также необходимость слаженных действий предприятий отрасли и органов местного самоуправления ее решение целесообразно осуществлять программно-целевым методом.

По результатам реализации программы туристическая отрасль должна в большей степени отвечать развивающимся потребностям общества. Что обеспечит стабильный и возрастающий ежедневный поток туристов, создание условий полноценного отдыха для жителей города, рост денежных поступлений в экономику города и соответственно благосостояния горожан.

Стратегия развития рекреации и туризма в г. Владимире до 2015 г.

Ситуационный анализ

Проведение ситуационного анализа предполагает определение места Владимира как туристского центра на региональном, федеральном и мировом туристских рынках.

На **региональном рынке** г.Владимир занимает ведущее положение, будучи крупным промышленным центром и центром туристской программы «Малое Золотое Кольцо».

На **федеральном уровне** г.Владимир относится к системе региональных и культурно-исторических центров РФ с ярко выраженной индивидуальностью, проявляющейся в сохранении наследия XI - XIII веков, прежде всего белокаменной архитектуры. Владимир занимает удобное географическое положение, обладает хорошо развитыми транспортными связями с

западными, восточными, северными и южными регионами РФ, через него проходят главнейшие железные дороги, автомобильные пути, делающие его доступным для туристов из всех регионов нашей страны.

На **мировом туристском рынке** Владимир вполне может войти в число популярных туристских центров мира благодаря следующим факторам:

- Владимир относится к древнейшим обжитым территориям Евразии;
- Владимир располагает объектами мирового культурного наследия, вошедшими в список ЮНЕСКО;
- Владимир является одним из духовных центров формирования русской нации;
- Владимир обладает географическими и ландшафтными предпосылками для строительства туристского развлекательного комплекса – аналога Disney Land.

Таким образом, положение Владимира можно определить как выгодное и перспективное для дальнейшего продвижения на туристском рынке. К настоящему времени сложилась «ситуация упущенной выгоды», при которой туристский потенциал не разрабатывается в полную силу и поэтому не дает больших доходов.

Анализ ситуации показывает, что необходим комплекс мер как организационно-экономического плана, так и структурное изменение материальной базы туризма, способные дать импульс процессу развития туризма в городе.

SWOT-анализ

SWOT-анализ региона включает в себя выявление наиболее важных сильных и слабых сторон современного состояния, а также максимально вероятных возможностей и угроз.

На основе анализа имеющейся информации о г.Владимире и Владимирской области, а также об отрасли туризма в целом были получены следующие результаты:

Сильные стороны:	Слабые стороны:
-------------------------	------------------------

<p>1. Уникальность основных достопримечательностей, Золотые ворота, Успенский и Дмитриевский соборы внесены в список ЮНЕСКО объектов мирового наследия, высокий имидж образующий культурно-исторический потенциал (музеи, планировка, облик улиц и др.).</p> <p>2. Развитая система музейного показа.</p> <p>3. Значительный научный потенциал (2 Государственных университета с сильными научными школами) и наличие учебных заведений, обеспечивающих подготовку туристских кадров.</p> <p>4. Выгодное туристско-географическое положение, дающее основание Владимиру претендовать на роль ведущего туристского центра России (близость к Москве, Санкт-Петербургу</p>	<p>1. Неопределённость стратегии и тактики формирования структуры туристского обслуживания и продвижения Владимира как туристского центра.</p> <p>2. Слабое развитие рекреационных зон.</p> <p>3. Преобладание программ с кратковременным пребыванием туристов в городе.</p> <p>4. Отсутствие широкодоступного единого календаря событийных мероприятий, фестивалей, выставок и отсутствие характерных владимирских сувениров.</p> <p>5. Отсутствие механизма получения статистических данных о развитии туристской отрасли в городе.</p>
--	---

<p>и Н.Новгороду – крупнейшим источникам туристских ресурсов).</p> <p>5. Широкие международные контакты.</p> <p>6. Реконструкция исторического ядра и возможность использования его для туристских объектов.</p> <p>7. Близость к уникальным объектам природного наследия, к богатству водных и лесных объектов (Национальный парк «Мещера», комплекс «Боголюбовский луг», заказник «Давыдовская пойма» и т.п.).</p> <p>8. Активность культурной, деловой и спортивной жизни Владимира.</p>	
Возможности:	Угрозы:
<p>1. Разработка и реализация программы развития туризма.</p> <p>2. Совершенствование системы управления туризмом, создание координационного совета при главе города.</p>	<p>1. Конкуренция в туристской сфере со стороны других городов центрального региона.</p> <p>2. Несовершенство законодательной базы в сфере туризма.</p> <p>3. Форс-мажорные обстоятельства.</p>

3.Создание условий для формирования полифункционального туристского центра и создания нового качественного и конкурентоспособного туристского продукта, разнообразного по содержанию (этнографические, духовно-просветительские, образовательные, экологические и комбинированные туры) и по продолжительности пребывания.

4.Реорганизация действующей туристской инфраструктуры (гостиниц, предприятий питания, торговли и развлечений).

5.Формирование положительного имиджа и увеличение въездных туристских потоков за счёт расширения видов туризма.

6.Использование и расширение сети городов – партнеров Владимира.

7.Реконструкция исторического ядра, создание пешеходной зоны.	
8.Строительство тематических парков.	

Раздел III. Цели и задачи МЦП

Общие концептуальные положения

устойчивого развития рекреации и туризма в г. Владимире

Разработка программы базировалась на анализе рекреационного потенциала и современного состояния рекреации и туризма с учетом рекреационных потребностей местного населения.

В основу программы положены следующие основные принципы развития туризма:

- удовлетворение рекреационных потребностей местных жителей;
- устойчивое развитие рекреации и туризма;
- развитие территории по принципу уникальной историко-природной территории России;
- развитие города как полифункционального туристского центра;
- приоритетное развитие туризма как одной из основных отраслей экономики города;
- рассмотрение программы развития рекреации и туризма как составной части программы социально-экономического развития города и области.

1. Концепция удовлетворения рекреационных интересов местных жителей определяет необходимость формирования рекреационной системы, ориентированной на удовлетворение рекреационных потребностей жителей Владимира, которые в течение 365 дней в году нуждаются в предоставлении широкого спектра услуг (оздоровительных, спортивных, досугово-развлекательных и др.), необходимых для восстановления и развития физических, духовных и интеллектуальных сил. Основное назначение этой рекреационной системы – обеспечить кратковременный ежедневный и еженедельный отдых населения. Созданная система рекреационного обслуживания населения будет одновременно обслуживать и туристов.

2. Концепция устойчивого развития рекреации и туризма предполагает учёт и регламентацию использования рекреационных ресурсов, чтобы избежать их разрушения, истощения и нанесения вреда окружающей среде. В связи с этим программа развития рекреации и туризма должна основываться на научном анализе рекреационного потенциала и его пропускной способности, что даст основу для обеспечения комплексного контролируемого устойчивого развития туризма. Это определяет необходимость тесного сотрудничества и координации между органами власти и предприятия туристской отрасли в течение всего процесса выполнения Программы и управления туристской отраслью.

3. Концепция уникальных природно-исторических территорий, к которым относится город Владимир, обуславливает особый тип развития территорий, при котором должны сохраняться не только историко-культурные памятники, но и окружающая их историческая среда и ландшафт. Это предполагает формирование целостного экономического образования, способного в комплексе решать проблемы охраны и рационального использования культурного и природного наследия. В окрестностях города также необходимо выявить целостные и привлекательные природные и природно-антропогенные ландшафты, вмещающие памятники истории и культуры, которые необходимо использовать как природно-архитектурные, природно-исторические парки, историко-ландшафтные комплексы с регламентированным режимом природопользования.

4. Концепция полифункционального туристского центра определяет необходимость развития во Владимире различных направлений туристской деятельности: экскурсионного, научного, делового, фестивального, религиозного, оздоровительного, спортивного, экологического и др. К участию в этих направлениях туристской деятельности могут привлекаться как сами жители города, так и приезжающие из других регионов и стран. Владимир следует рассматривать как региональный и федеральный туристский центр. Приоритетным направлением является развитие маршрутов выходного дня и долгосрочных маршрутов.

5. Концепция приоритетного развития туризма рассматривает туризм как сложнейший межотраслевой комплекс, вовлекающий в свою деятельность различные области экономики, что требует нового подхода к регулированию социально-экономических отношений.

6. Концепция развития рекреации и туризма как составной части программы социально-экономического развития города и области предусматривает тесное взаимодействие со всеми городскими и районными административными и общественными структурами, совместную разработку системы мероприятий, способную обеспечить устойчивое развитие туристской отрасли в городе.

На основе вышеперечисленных концепций была сформулирована следующая цель данной программы: **создание эффективной конкурентоспособной туристской отрасли в г.Владимире.**

Цель может быть достигнута за счет выполнения следующих задач:

- объединение усилий и ресурсов всех заинтересованных организаций и сообществ для успешной реализации программы развития туризма;
- формирование положительного общественного мнения населения о туристской отрасли;
- развитие городской рекреационной системы и туристской инфраструктуры;
- диверсификация туристских продуктов;
- создание имиджа города Владимира, как центра туризма.

Раздел IV. Система программных мероприятий

Одной из главных стратегических задач данной Программы является определение условий туристской деятельности, при которых возможно максимально длительное пребывание туристов в областном центре. В традиционную программу посещения Владимира входит экскурсионное ознакомление с достаточно традиционным кругом объектов в городе (Золотые ворота, Успенский, Дмитриевский соборы, Рождественский и Княгинин монастыри, Палаты, музей Хрусталя и лаковой миниатюры, реже – экспозиция «Старый Владимир», исторический музей, музей братьев Столетовых) и далее туристы отправляются в Боголюбово, Суздаль или в другие исторические города области. Этот тур может задержать туристов в городе на один, максимум два дня. Большая часть туристов вообще не задерживается во Владимире, после осмотра достопримечательностей они следуют дальше по маршрутам «Золотого кольца».

Для того, чтобы задержать туристов в городе, необходим следующий комплекс мероприятий:

- проведение активной просветительско-пропагандистской работы с населением города с целью становления и развития культуры гостеприимства;
- создание условий для организации на территории города Владимира фирм туроператоров, использующих потенциал Владимирского региона;
- создание и широкое распространение единого календаря событийных мероприятий г.Владимира при увеличении их общего числа за счет разработки новых мероприятий;
- детальная проработка и реализация варианта программы «Малое Золотое кольцо» по следующим направлениям:
 - благоустройство города;
 - создание новых городских и радиальных маршрутов, расширение тематики туров;
 - планирование более разнообразных туристских программ, насыщенных разнообразной рекреационной деятельностью;
 - совершенствование туристской инфраструктуры и создание новых туристских объектов, отвечающих европейским стандартам;

- создание в ближайшем пригороде разнообразных туристских центров;
- расширение традиционных для города видов туристской деятельности за счет делового (конгрессного), паломнического, фестивального, спортивного и экологического туризма;
- создание единой электронной системы туристских ресурсов города;
- разработка рекреационного зонирования городской территории с оценкой возможных финансовых затрат для дальнейшей корректировки программы развития туризма;
- создание системы поддержки и поощрения туроператоров, использующих туристский потенциал Владимира и принимающих активное участие в городских мероприятиях и акциях;
- проведение ежегодных форумов туристских городов России по проблемам экономики туризма с целью накопления и внедрения передового опыта и популяризации города Владимира как самостоятельного туристского бренда;
- создание единой службы бронирования городских гостиниц с одновременным предложением разнообразных туристических маршрутов с целью сделать Владимир местом проведения выходных дней для жителей Москвы и Московской области;
- проведение ежемесячных совещаний представителей туристской отрасли для выработки совместных действий, направленных на развитие туризма в регионе;
- Организация продажи сувениров с символикой города Владимира на основных туристских маршрутах;
- участие совместно с туроператорами в ежегодных туристских выставках для чего создать единый туристский стенд города, который будет служить рекламой Владимира как центра туризма и отдыха.

ПЕРЕЧЕНЬ
программных мероприятий

№ п/п	Наименование мероприятия	Исполнители	Сроки исполнения	Сумма и источники финансирования, тыс.руб.	
				МБ (муници- пальный бюджет)	ВБИ (внебюд- жетные источники)
1	2	3	4	5	6
1.	Объединение усилий и ресурсов заинтересованных организаций и сообществ				
1.1.	Создание и организация деятельности общественного координирующего органа реализации программы	УМСВСиТ	2008	-	-
1.2.	Создание единой электронной системы туристских ресурсов города	УМСВСиТ, ВГИТЦ	2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015	50,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0	100,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0 50,0
1.3.	Проведение ежеквартальных совещаний представителей туристской отрасли для выработки совместных действий, направленных на развитие туризма в регионе	УМСВСиТ	2008-2015	-	-

1	2	3	4	5	6
1.4.	Участие в работе объединенного туроператорского стенда Владимирской области на выставках «Отдых», «Интурмаркет».	УМСВСиТ, ВГИТЦ	2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015	450,0 500,0 600,0 700,0 800,0 900,0 1 000,0 1 100,0	500,0 600,0 700,0 800,0 900,0 1 000,0 1 100,0 1 200,0
2.	Формирование общественного мнения гражданского сообщества		2008-2015	по 20,0 ежегодно	по 100,0 ежегодно
2.1.	Активная просветительско-пропагандистская работа с населением города с целью становления и развития культуры гостеприимства: <ul style="list-style-type: none"> •проведение тематических семинаров, направленных на патриотическое воспитание детей и подростков, изучение истории и краеведения Владимирского края; •организация и проведение для школьников города «Дня юного археолога» (с организацией экскурсий на места проведения раскопок); •организация конкурсов на лучших экскурсоводов-любителей на тему: «История моей улицы», «Любимые уголки моего города»; •организация городских конкурсов на лучшую дворовую территорию, лучший микрорайон, лучшую улицу 	УО, КДМ УО, КДМ УМСВСиТ, УО, КДМ, ВФРМАТ УЖКХ, администрации районов	2008-2015 2008-2015		

1	2	3	4	5	6
2.2.	Организация публикаций и видеоматериалов в СМИ	УМСВСиТ, УСОиСМИ	2008-2015		
2.3.	Проведение ежегодных форумов туристских городов России по проблемам экономики туризма с целью накопления и внедрения передового опыта и популяризации города Владимира как самостоятельного туристского бренда	УМСВСиТ, ВГИТЦ	2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015	50,0 500,0 550,0 600,0 650,0 700,0 750,0 800,0	200,0 300,0 400,0 500,0 600,0 700,0 800,0 900,0
3.	Развитие городской рекреационной системы Разработка рекреационного зонирования городской территории с оценкой возможных финансовых затрат для дальнейшей корректировки программы развития туризма	УМСВСиТ, УАиС			
4.	Формирование устойчивого имиджа г. Владимира				
4.1.	Создание и тиражирование единого календаря событийных мероприятий г.Владимира при увеличении их общего числа за счет разработки новых мероприятий	УМСВСиТ, УСОиСМИ, УК, ВГИТЦ, заинтересован- ные организации (по согласованию)	I – II кв.2008г, I – II кв.2009г I – II кв.2010г I – II кв.2011г I – II кв.2012г I-II кв.2013г I-II кв.2014г I-II кв.2015г	10,0 150,0 200,0 250,0 300,0 350,0 400,0 350,0	150,0 200,0 300,0 500,0 700,0 800,0 900,0 1000,0

1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> •разработка требований к наружной рекламе, отражающей статус Владимира, как центра Малого Золотого кольца; •создание рекламных фильмов и роликов; •создание современных видовых буклетов, туристских карт, газет; •выпуск и реализация сувенирной продукции с символикой города Владимира на основных туристских маршрутах и проведение конкурсов: «Владимирский сувенир», «Сувенир Малого Золотого кольца»; •организация деятельности информационной волонтерской службы; •модернизация и установка стилизованных указателей к туристским объектам, схем расположения исторических памятников, музеев и экспозиций, в том числе на английском языке; •проведение рекламных туров для турагентов внутреннего туризма; •проведение информационных дней для СМИ; •участие в издании видовых рекламных буклетов «Малое Золотое кольцо». 	<p>УНРиИ</p> <p>УСОиСМИ, ВГИТЦ</p> <p>УМСВСиТ, ВГИТЦ, ВИТИГ</p> <p>УНРиИ, УАиС, УМСВСиТ,</p>	<p>2008</p> <p>2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015</p> <p>2008 2009-2015</p> <p>2008-2015</p>	<p>20,0 100,0 100,0 150,0 150,0 150,0 150,0</p> <p>-</p> <p>по 30,0 ежегодно</p>	<p>250,0 250,0 250,0 300,0 300,0 350,0 350,0</p> <p>не менее 10 000,0</p>
5.	Обеспечение высокопрофессиональными кадрами				
5.1.	Создание отраслевого заказа в туристской отрасли	УМСВСиТ, УППиТО	2008-2015	-	-
5.2.	Разработка предложений по совершенствованию образовательной системы в данной отрасли	УМСВСиТ, ВИТИГ	2008-2015	-	-

1	2	3	4	5	6
6.	Подпрограмма «Владимир – центр Малого Золотого кольца»:				
6.1.	<p>Благоустройство города:</p> <ul style="list-style-type: none"> •озеленение туристских зон, разбивка цветников; •проведение ремонта и поддержание на должном уровне фасадов здания, ограждений и дворовых территорий, расположенных вдоль туристских маршрутов; •строительство и реконструкция общественных туалетов, содержание их в должном санитарном состоянии; •благоустройство главных въездов в город с оборудованием туристских площадок; •ремонт проезжей части улиц и тротуаров на туристских маршрутах; •подсветка зданий и объектов в исторической части города 	УАиС, УЖКХ	2008-2015 (по отдельному плану)		не менее 50 000,0 ежегодно
6.2.	<p>Создание и развитие тематических парков:</p> <ul style="list-style-type: none"> •научно-археологический парк "Сунгирь"; •парк "Патриаршие сады" (строительство 2-ой очереди); •детский городской парк в районе ДТЮ; •строительство ландшафтного парка в пойме р. Клязьма •благоустройство ПКиО «Добросельский» 	УАиС, УК	2008-2015 2008-2009		
6.3.	Развитие и реконструкция городских парков с выделением функциональных зон, зон релаксации и организации на их территории сети пунктов питания и продажи сувениров	УК	2008-20015		
6.4.	<p>Создание новых радиальных и городских туристских маршрутов, расширение тематики туров по направлениям:</p> <p>6.4.1. Культурно-познавательный туризм и арттуризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Владимир литературный; - Владимир купеческий; - созвездие стилей (архитектурные стили Владимира); - посещение художественного музея, художественных 	УМСВСиТ, УК, ВГИТЦ, ВСМЗ, туроператоры	2008-20015		

1	2	3	4	5	6
	<p>салонов, галерей, мастерских художников; - посещение детской гимнастической школы олимпийского резерва</p> <p>6.4.2. Историко-культурный и этнографический туризм: - богатырская симфония; - по Муромской дорожке; - русские богатыри; - посещение этнографических деревень и поселений с реконструкцией быта народов дославянского периода: мещера, мурома, меря; - проведения театрализованных праздников православного и народного календаря с элементами оздоровительных программ (бани, фито-чай); - организация ярмарок и мастер-классов народных ремесел; - туристская анимация «Княгинины затеи».</p> <p>6.4.3. Фестивальный туризм: - фольклорный фестиваль "Большое гнездо"; - "Владимирские карнавальные забавы"; - фестиваль "Богатырские забавы"; - праздник "День города"; - всероссийский фестиваль кино на базе «РусьКино»; - событийная программа «Александр Невский»</p> <p>6.4.4. Религиозный и паломнический туризм: - создание координирующего центра паломнического туризма; - духовно-просветительские туры по г.Владимиру с посещением храмов различных конфессий</p> <p>6.4.5. Спортивный туризм: - организация ежегодных традиционных международных,</p>				

1	2	3	4	5	6
	<p>всероссийских и региональных спортивных мероприятий по различным видам спорта</p> <p>6.4.6. Деловой и конгрессный туризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие делового партнерства с регионами России и городами-партнерами ближнего и дальнего зарубежья; - аналитическая и информационная работа с предприятиями города, имеющими деловые контакты с предприятиями других городов России и зарубежья. <p>6.4.7. Экологический туризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение данной ниши туристского рынка, - организация ярмарок спроса и предложений <p>6.4.8. Создание новых объектов экскурсионного показа в соответствии со специализацией города в бренде «Малое Золотое кольцо»: «Княжий терем»; «Русский стан»</p>				
6.5.	Совершенствование туристкой инфраструктуры:				
	<p>6.5.1. Места проживания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -расширение дислокации гостиниц (согласно генплану); -строительство гостиниц экономкласса для размещения групп организованный туристов; - создание единой службы бронирования городских гостиниц с одновременным предложением разнообразных туристических маршрутов с целью сделать Владимир местом проведения выходных дней для жителей Москвы и Московской области <p>6.5.2. Места питания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - открытие предприятий общественного питания (кафе, ресторанов, баров, с наличием меню на английском языке) или реконструкция действующих, в целях обеспечения потребителей качественной услугой на современном уровне: - с различными национальными кухнями, русскими традициями, включая анимационные программы; - быстрого обслуживания; 	<p>УАиС</p> <p>ВГИТЦ, УМСВСиТ</p> <p>УПРУ УМСВСиТ</p>	<p>2008-2015</p> <p>2008</p> <p>2008-2015</p>	<p>50,0</p>	<p>150,0</p>

1	2	3	4	5	6
	<p>- развитие сети придорожного сервиса</p> <p>6.5.3. Транспорт и связь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация стоянок и парковок туристских автобусов; - проработать вопрос установки в здании железнодорожного вокзала информационного туристского стенда; - установка таксофонов, имеющих выход на междугороднюю и международную связь на основных туристских маршрутах; - расширение пунктов интернет-связи <p>6.5.4. Бытовое обслуживание торговля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание в исторической части города постоянно-действующей исторической ярмарки по продаже сувениров местных производителей и изделий народного творчества с представлением анимационной программы; - разработка стандартов оказываемых услуг для предприятия туротрасли; - развитие торговой сети на протяжении туристских маршрутов по продаже сувениров, рекламно-издательской продукции, прохладительных напитков, фото принадлежностей. 	<p>УАиС, УТиС УТиС, УМСВСиТ</p> <p>УТиС УТиС</p> <p>УПРУ, УМСВСиТ</p>	<p>2008-2015 2008-2009</p> <p>2008-2015 2008-2015</p> <p>2008-2015</p>		

1	2	3	4	5	6
7.	<p>Приоритетные инвестиционные проекты, необходимые для развития туризма в 2008-2015 гг.: (млн руб)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Строительство южной автомобильной магистрали вдоль железной дороги; •Завершение строительства Лыбедской магистрали; •Установка "Колеса обозрения" в районе ДТЮ; •Создание и установка памятника князю Андрею Боголюбскому; •Строительство туристского центра на улице Гагарина; •Строительство бизнес-центра и гостиницы международного класса на улице Мира; •Завершение строительства развлекательного комплекса "Русь-кино"; •Строительство планетария в в МУК "ПКиО им. 850-летия г.Владимира"; •Строительство спортивного комплекса на Суздальском проспекте; •Завершение строительства Ледового Дворца в МУК "ПКиО им. 850-летия г.Владимира"; •Строительство торгового комплекса "Глобус"; •Строительство культурно-досугового развлекательного центра на Московском шоссе; •Строительство торгово-туристского комплекса на проспекте Ленина; •Модернизация комплекса "Киномакс-Буревестник"; •Создание многофункционального спортивного комплекса в районе МУК "ПКиО "Дружба"; •Строительство форматированной туристской гостиницы европейского стандарта с национальным калоритом 	<p>УАиС</p> <p>далее УАиС</p>	<p>2010-2015</p> <p>2008-2010</p> <p>2008-2009</p> <p>2007</p>		<p>1 000,0</p> <p>225,0</p> <p>20,0</p> <p>85,0</p> <p>300,0</p> <p>110,0</p> <p>332,4</p> <p>240,0</p> <p>1 050,0</p> <p>500,0</p> <p>300,0</p> <p>91,0</p> <p>нет данных</p>

	(«Великокняжеская»);				
1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> ● Завершение строительства и открытие физкультурно-оздоровительного комплекса на улице Парижской Коммуны; ● Строительство отеля международного класса с созданием развлекательно-досуговых зон на улице Большая Нижегородская; ● Строительство Казанского храма в районе площади Победы; ● Строительство гостиничного комплекса для развития паломнического туризма в V квартале исторического ядра; ● Обновление подвижного состава троллейбусного парка; ● Создание системы видеонаблюдения на основных туристских маршрутах с целью обеспечения безопасности туристов; ● Завершение строительства конно-кинологического комплекса; <p>Создание и установка памятника адмиралу Лазареву на площади Лазарева</p>	<p>УТиС</p> <p>УВД города</p> <p>УАиС</p> <p>УАиС</p>			<p>125,5</p> <p>нет данных</p> <p>нет данных</p> <p>120,0</p> <p>(освоено 20,0)</p> <p>20,0</p>

Раздел V. Оценка рисков

Наименование риска	Мероприятие по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятие по снижению последствий риска
1. Потеря интереса к Программе у бизнес сообщества	-поддержание постоянных контактов с участниками отрасли и мониторинг их отношения к реализации Программы; -регулярное информирование участников Программы о ходе её реализации; -создание Координационного Совета	-повышение инвестиционной привлекательности территории; -привлечение новых инвесторов для создания предприятий туротрасли
2. Недостаточное финансирование Программы из местного бюджета	-организация мониторинга на предмет участия в соответствующих областных и федеральных программах; -подготовка заявок на финансирование из вышестоящих бюджетов; -присоединение к соответствующей федеральной программе	-переориентация Программы на внебюджетные источники

Наименование риска	Мероприятие по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятие по снижению последствий риска
3. Возникновение негативных настроений населения города по отношению к туристам	<ul style="list-style-type: none"> -популяризации туристской отрасли как источника дохода горожан; -реализация мероприятий по развитию городской рекреации 	-усиление пропагандистско-просветительской работы с населением
4. Резкое укрепление курса рубля по отношению к мировым валютам, может привести к снижению ценовой конкурентоспособности существующего турпродукта	<ul style="list-style-type: none"> -организация семинаров для участников Программы по управлению издержками в туристской отрасли; -разработка участниками Программы о повышение конкурентоспособности предприятий 	-проведение мероприятий по снижению себестоимости продукции туротрасли

Наименование риска	Мероприятие по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятие по снижению последствий риска
5. Приостановка программы "Возрождение исторического ядра г.Владимира на 2005-2010 г.г."	реализация настоящей Программы; -информирование федеральных и областных органов власти о реализации поддерживаемых программ и мероприятий; -усиление мер по привлечению инвестиций в отрасль	повышение инвестиционной привлекательности территории
6. Появление и активное продвижение новых турпродуктов в городах-конкурентах	-организация мониторинга развития туротрасли в городах-конкурентах; -поиск новых рынков сбыта турпродуктов города Владимира	-вступление в партнерские отношения с крупными городами-конкурентами (Москва, Н. Новгород); -формирование новых/ коррекция существующих турпродуктов
7. Изменение потребительских предпочтений в отрасли	-организация мониторинга предпочтений туристов; -анализ тенденций развития туризма в России и мире	-формирование новых потребностей туристов
8. Снижение существующего турпотока	-активное продвижение городских турпродуктов	-корректировка турпродуктов

Наименование риска	Мероприятие по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятие по снижению последствий риска
9. Изменение приоритетов развития туристской отрасли на региональном уровне	-участие в разработке/корректировке областной программы развития туризма; -согласование объемов софинансирования из областного бюджета по отдельным мероприятиям Программы	-согласование отдельных мероприятий Программы со структурными подразделениями областной администрации

Раздел VI. Результативность МЦП

Туристская индустрия включает в себя комплекс предприятий (систему), обслуживающих туристов и экскурсантов в пределах муниципального образования город Владимир. В систему комплекса входят:

а) прямые участники туристского рынка - контрагенты, предоставляющие услуги, которые входят в состав туристского пакета - предприятия размещения, питания вне средств размещения, экскурсионного обслуживания, спорта, здравоохранения, транспортного обеспечения, туристские агентства;

б) косвенные участники туристского рынка – предприятия по производству товаров сувенирного назначения, предприятия связи, информационного обеспечения, по подготовке кадров туристского профиля.

Материально-техническая база каждого из элементов комплекса, а именно ее мощности во многом зависят от спроса на услуги туристского назначения и политики администрации города, направленной на создание положительного имиджа города Владимира как туристского центра в рамках программы «Золотое кольцо России».

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
эффективности									
Увеличение въездного потока индивидуальных туристов, тыс. чел. в год:	400	420	460	480	500	520	540	560	580
Наполняемость гостиниц (%)	50	53	56	60	65	70	75	80	85
Рост доли отрасли в общем объеме отгруженной продукции выполненных работ и оказанных услуг	н/д	*	*	*	*	*	*	*	*
Рост доходов от туротрасли (контрагентов) ¹ (в млн. руб.)	125	130	138	150	160	165	170	178	185

¹ Расчет показателей произведен по методике консультантов РМАТ (на основе статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области) и представляет собой усредненные показатели в целом по отрасли.

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
эффективности									
Рост доходов от туротрасли (косвенных участников) (тыс. руб.)	н/д	*	*	*	*	*	*	*	*
Количество работающих в отрасли ²	1204	*	*	*	*	*	*	*	*
Средний уровень дохода в отрасли	н/д	*	*	*	*	*	*	*	*

В настоящее время статистических и экономических данных по туристской инфраструктуре и сопутствующим отраслям (сувенирная отрасль, транспортное обеспечение туристских потоков, рекламные агентства и центры, предприятия банковской отрасли, организации сферы страхования, организации сферы здравоохранения, операторы сотовой связи) для проведения полного экономического расчета рентабельности выполнения данной программы не имеется.

2 По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области и дополнительного маркетингового исследования, проведенного специалистами ВИТИГ.

Раздел VII. Ресурсное обеспечение программы*, тыс. руб.

Направления и виды расходов	2008 год		2009 год		2010 год		2011 год		2012 год		2013 год		2014 год		2015 год		ВСЕГО	
	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ	МБ	ВБИ
1. Мероприятия (по видам):																		
Организационные и правовые	170	650	600	500	650	600	700	700	750	800	800	900	900	1 150	1 200	1 600	5 770	6 900
Информационно-рекламные	530	1 000	900	1 200	1 050	1 400	1 250	1 750	1 400	2 050	1 600	2 450	1 800	2 300	2 000	2 300	10 530	14 650
2. Инвестиционные проекты	по отдельному плану																	
Итого	700	1 650	1 500	1 700	1 700	2 000	1 950	2 450	2 150	2 850	2 400	3 350	2 700	3 650	3 200	3 900	16 300	21 550
ВСЕГО:	2 350		3 200		3 700		4 400		5 000		5 750		6 350		7 100		37 850**	

* Объемы финансирования должны уточняться в зависимости от количества и значимости объектов.

** Также предусматривается финансирование:

- не менее 10 000,0 тыс. руб. на модернизацию и установку стилизованных указателей к туристским объектам, схем расположения музеев и экспозиций, в т.ч. на английском языке;

- не менее 50 000, 0 тыс. руб. (ежегодно) на благоустройство города

Список сокращений

УМСВиТ – Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации г.Владимира.

ПУ – Правовое управление.

УК – Управление культуры.

УСОиСМИ - Управление по связям с общественностью и СМИ.

УЭ – Управление экономики.

УПРиУ — Управление потребительского рынка и услуг

УАиС – Управление архитектуры и строительства.

УМИ – Управление муниципальным имуществом.

УППиТО – Управление промышленности, предпринимательства и трудовых отношений.

УНРиИ – Управление наружной рекламы и информации.

УИ – Управление информатизации.

УтиС – Управление транспорта и связи.

УО -- Управление образования.

КДМ -- Комитет по делам молодежи.

ВГИТЦ -- Владимирский городской информационный туристский центр.

ВТТ – Владимирский техникум туризма.

ВИТИГ – Владимирский институт туризма и гостеприимства.

ВСМЗ – Владимиро-Суздальский музей заповедник.

Основные понятия и термины

Агротуризм - путешествия в сельскую местность с целью отдыха, изучения технологий ведения хозяйства и традиций, участия в сельских праздниках.

Арттуризм – путешествия по художественным галереям и музеям с посещением мастерских художников, художественных салонов, литературных и артистических кафе и проч.

Велнесс-центр – оздоровительное учреждение клубного типа, широко использующее технологии здорового образа жизни – рациональное питание, фитнес и спа-терапию.

Инфраструктура туризма – совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования туризма.

Продукт туристский (турпродукт) - потребительский комплекс, включающий тур, туристско-экскурсионные услуги и товары.

Рекреационные ресурсы – природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время с помощью существующих технологий и имеющихся материальных возможностей.

Рекреация – деятельность, направленная на расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных, эмоциональных).

Рынок туристский – система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

СПА-центр – лечебно-оздоровительный центр, использующий современные технологии водолечения, ароматерапии и косметологии.

Социальный туризм – путешествия, субсидируемые из источников внебюджетного финансирования и из средств, выделяемых государством на социальные нужды.

Спортивный туризм – путешествия с целью посещения и участия спортивно-зрелищных мероприятий и учебно-тренировочных сборов.

Тур – туристская поездка по определенному маршруту, в определенный срок, с определенным комплексом услуг.

Турагент – фирма, приобретающая туры, разработанные туроператором, выпускающая на эти туры путевки и реализующая их потребителю.

Туризм – временные выезды граждан с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания в течение периода, не превышающего одного полного года.

Туризм внутренний – путешествия в пределах страны лиц, постоянно проживающих в данной стране.

Туризм выездной – путешествия в пределах страны лиц, не проживающих постоянно в данной стране.

Туризм въездной, международный – деятельность нерезидентов, путешествующих в какую-либо страну и по ее территории в качестве посетителей.

Туризм выездной международный – деятельность жителей какой-либо страны, путешествующих по территории другой страны.

Туризм деловой – временные командировки и поездки со служебными целями без получения доходов в месте командировки.

Туризм конгрессный – поездки с целью участия в конференциях, конгрессах, выставках и т.п.

Туризм культурно-познавательный – туристские посещения памятников истории и культуры, туристских территорий и объектов культурного наследия.

Туризм лечебно-оздоровительный – путешествия с целью отдыха и лечения.

Туризм паломнический – путешествия верующих по святым местам с целью удовлетворения их религиозных потребностей.

Туризм религиозный – путешествия, предпринимаемые с целью посещения религиозных святынь.

Туризм экологический – туризм, основанный на использовании преимущественно природных ресурсов, наносящий минимальный ущерб природной среде, нацеленный на экологическое образование и просвещение участников путешествия, обеспечивающий устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

Туроператор – туристское предприятие (организация), которое занимается разработкой туристских маршрутов и комплектацией туров; обеспечивает их функционирование, организует рекламу, рассчитывает в соответствии с действующими нормативами и утверждает в установленном порядке цены на туры по этим маршрутам, продает туры турагентам для выпуска и реализации путевок по своим лицензиям.

Турист - лицо, путешествующее с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства не менее 24 часов (менее 24 часов – экскурсант).

Организация реализации программы

1. Реализация Программы осуществляется в соответствии с Порядком разработки и реализации муниципальных целевых программ (утверждена постановлением главы города Владимира от 04.05.2007 № 1798).

2. Контроль за ходом реализации Программы осуществляет заместитель главы города Владимира, курирующий вопросы развития туризма.

3. Текущее управление и оперативный контроль за выполнением мероприятий Программы осуществляется администратором Программы.

4. В целях обеспечения реализации МЦП создается единый координирующий орган (Координационный совет) с включением в его состав представителей общественности, руководителей структурных подразделений администрации города, входящих в состав исполнителей программы, представители заинтересованных организаций:

- Владимиро-Суздальского музея-заповедника;
- ведущих туристских фирм города;
- организаций сферы гостеприимства, организаций сферы питания;
- организаций архитектуры и строительства;
- правоохранительных органов;
- учебных заведений, осуществляющих подготовку кадров в сфере экономики и туризма и других заинтересованных организаций.

Свою деятельность Координационный совет осуществляет на основании Положения, которое утверждается постановлением главы города. Деятельность Координационного совета организует и поддерживает администратор программы. Поддержку реализации предложений Координационного совета осуществляет заместитель главы города Владимира, курирующий вопросы развития туризма.