

ГЛАВА ГОРОДА ВЛАДИМИРА

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ
ОТ 20.11.2009 № 3669**

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ДОЛГОСРОЧНОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ
«РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ВЛАДИМИРЕ НА 2010-2015 ГОДЫ»**

В целях создания эффективной конкурентоспособной туристской отрасли в городе Владимире

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить долгосрочную целевую программу «Развитие туризма в городе Владимире на 2010-2015 годы» согласно приложению.
2. Опубликовать данное постановление в средствах массовой информации без приложения (с приложением разместить на официальном информационном Интернет-сервере органов местного самоуправления г.Владимира «Город Владимир» www.vladimir-city.ru).
3. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя главы города Владимирову Г.В.

Глава города

А.П. Рыбаков

Приложение
к постановлению главы г.Владимира
от 20.11.2009 № 3669

**Долгосрочная целевая программа
«Развитие туризма в г.Владимире на 2010-2015 годы»**

**Раздел I. Паспорт долгосрочной целевой программы
«Развитие туризма в г.Владимире на 2010 – 2015 годы»**

Наименование Программы	Долгосрочная целевая программа «Развитие туризма в г.Владимире на 2010 – 2015 годы» (далее - Программа)
Основание для разработки	Постановление главы города Владимира от 14.08.2006 № 2740 «О ходе реализации городских целевых программ»
Разработчики Программы	Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации города Владимира, Владимирский филиал Российской международной академии туризма
Администратор Программы	Управление международных связей, внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации города Владимира (далее - УМСВСиТ)
Исполнители и участники Программы	УМСВСиТ; управление архитектуры и строительства администрации г.Владимира (далее - УАиС); управление жилищно-коммунального хозяйства администрации г.Владимира (далее - УЖКХ); управление потребительского рынка, услуг и защиты прав потребителей (далее - УПРУиЗПП); управление промышленности, транспорта, предпринимательства и трудовых отношений администрации г.Владимира (далее - УППиТО); управление культуры администрации г.Владимира (далее - УК); управление по связям с общественность и СМИ (далее - УСОиСМИ); управление наружной рекламы и информации администрации г.Владимира (далее - УНРИ); управление информатизации и телекоммуникаций (далее - УИиТ); управление по физической культуре и спорту администрации г.Владимира (далее - УФКиС); администрации районов; заинтересованные организации и лица по согласованию

Цель Программы	Создание эффективной конкурентоспособной туристской отрасли в г.Владимире				
Задачи Программы	1. Объединение усилий и ресурсов всех заинтересованных организаций и сообществ для развития туризма. 2. Развитие городской рекреационной системы как средства улучшения экологической обстановки, качества жизни и здоровья жителей города и стимула для привлечения туристов. 3. Создание нового турпродукта, ориентированного на увеличение внутреннего потока туристов. 4. Формирование устойчивого имиджа города Владимира как одного из ведущих в Центральном Федеральном округе центра туризма. 5. Обеспечение туристской отрасли высокопрофессиональными кадрами. 6. Организация и проведение мероприятий по мониторингу реализуемой Программы				
Этапы и сроки реализации Программы	2010 – 2015 годы 1 этап: «Организационно-исследовательский» – длительность – 1 год; 2 этап: «Реализация основных мероприятий Программы» - длительность – 4 года; 3 этап: «Подведение итогов, обобщение опыта» - длительность – 1 год				
Объемы финансирования по источникам и срокам, тыс. руб. (Объемы финансирования должны уточняться в зависимости от количества и значимости объектов)	Источник финансирования	2010 г.	2011 г.	2012 г.	
	Местный бюджет	930,0	1950,0	1500,0	
	Внебюджетные источники	370,0	420,0	420,0	
	ИТОГО:	1300,0	2370,0	1920,0	
	Источник финансирования	2013 г.	2014 г.	2015 г.	ВСЕГО:
	Местный бюджет	1710,0	1760,0	1760,0	9610,0
	Внебюджетные источники	430,0	430,0	430,0	2500,0
	ИТОГО:	2140,0	2190,0	2190,0	12110,0

Раздел II. Основные понятия и сокращения

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

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

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.

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 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).

ВСМЗ — Владимиро-Суздальский музей заповедник.

Раздел III. Содержание проблемы и обоснование 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 пятое 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 в таблице, за период 1999-2002 годы посещаемость ВСМЗ возросла на 58,5%, при этом за 2002-2008 годы лишь на 13,8%.

Численность туристов, посетивших г.Владимир

	Всего, чел.	Кол-во групп	В них чел.	Одиночных	Иностр. групп	В них чел.	Школьных групп	В них чел.
1999	235785	4769	106964	128821	692	9523	3211	85729
2000	288157	5495	135136	153021	977	14296	3331	94767
2001	311476	5977	145858	165618	1220	19705	3345	96688
2002	373998	7222	167382	206616	1460	23316	3957	105878
2003	377860	7517	184305	193555	1896	32827	3433	97997
2004	380835	8007	380835	198239	2231	38937	3503	92194
2005	388336	8801	100109	201199	2011	32459	3612	93437
2006	399664	9462	209460	190204	2275	41723	4202	107524
2007	407815	9027	193467	214348	2084	30856	3873	102653
2008	425691	8904	189883	235808	2034	32222	3871	102017

Анализ программ посещения показывает, что городской турпродукт не ориентирован на удержание туристов более чем на 1 день. Туры составлены таким образом, что большинство туристов после посещения экспозиций ВСМЗ 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 57,6%, в 2005 году – 51,5%, в 2006 году — 47%, в 2007 году — 68,3%, в 2008 году — 51,7%.

Основной причиной снижения темпов развития туризма в городе является его ориентация на традиционный групповой культурно-познавательный туризм.

Вместе с тем, мировая туристская индустрия динамично развивается. Появляются новые виды туризма, отвечающие современным потребностям общества (экстремальный, деловой, экологический). 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.

Таким образом, во Владимире необходимо реализовать качественные изменения, затрагивающие туристскую 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 туристская отрасль должна в большей степени отвечать развивающимся потребностям общества. Это 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 г.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. Город 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** г.Владимир вполне может войти в число популярных туристских центров мира благодаря следующим факторам:

- г.Владимир относится к древнейшим обжитым территориям Евразии;
- г.Владимир располагает объектами мирового культурного наследия вошедшими в список ЮНЕСКО;
- г.Владимир является одним из духовных центров формирования русской нации.

Таким образом, положение города 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:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Уникальность основных достопримечательностей (Золотые ворота, Успенский и Дмитриевский соборы, которые внесены в список ЮНЕСКО объектов мирового наследия), высокий имидж образующий культурно-исторический потенциал (музеи, планировка, облик улиц и др.). 2. Развитая система музейного показа. 3. Значительный научный потенциал (2 Государственных университета с сильными научными школами; Владимирский филиал Российской международной академии туризма). 4. Выгодное туристско-географическое положение, дающее основание Владимиру претендовать на роль ведущего туристского центра России (близость к Москве, Санкт-Петербургу и Нижнему Новгороду – крупнейшим источникам туристских ресурсов). 5. Широкие международные контакты. 6. Реконструкция исторического ядра и возможность использования его для туристских объектов. 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.). 8. Активность культурной, деловой и спортивной жизни Владимира 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неопределённость стратегии и тактики формирования структуры туристского обслуживания и продвижения Владимира как туристского центра. 2. Слабое развитие рекреационных зон. 3. Преобладание программ с кратковременным пребыванием туристов в городе. 4. Отсутствие механизма получения статистических данных о развитии туристской отрасли в городе
Возможности:	Угрозы:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и реализация программы развития туризма. 2. Совершенствование системы управления туризмом, создание координационного совета при главе 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция в туристской сфере со стороны других городов центрального региона. 2. Несовершенство законодательной базы в сфере туризма.

<p>города.</p> <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.</p> <p>4. Модернизация действующей туристской инфраструктуры (гостиниц, предприятий питания, торговли и развлечений).</p> <p>5. Формирование положительного имиджа и увеличение въездных туристских потоков за счёт расширения видов туризма.</p> <p>6. Использование и расширение сети городов – партнеров Владимира.</p> <p>7. Реконструкция исторического ядра, создание пешеходной зоны.</p> <p>8. Строительство тематических парков</p>	<p>3. Форс-мажорные обстоятельства</p>
--	--

Раздел IV. Цели и задачи Программы

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;

- 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 предприятиями 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:

1. Объединение усилий и ресурсов всех заинтересованных организаций и сообществ для успешной реализации программы развития туризма.
2. Формирование положительного общественного мнения населения о туристской отрасли.

3. Развитие городской рекреационной системы и туристской инфраструктуры.
4. Диверсификация туристских продуктов.
5. Создание имиджа города Владимира как центра туризма.

Раздел V. Система программных мероприятий

Система мероприятий Программы сформирована на основе ее целей и задач и анализа конкурентных возможностей г.Владимира. Реализация Программы предполагает сочетание бюджетных и внебюджетных источников финансирования.

Система программных мероприятий включает следующие основные направления:

1. Объединение усилий и ресурсов заинтересованных организаций и сообществ

Данное направление включает мероприятия, направленные на стимулирование развития предприятий туристской отрасли и повышение качества предоставляемых ими услуг. Отдельная группа мероприятий раздела предусматривает проведение маркетинговых исследований и изучение опыта других регионов через участие в работе межрегиональных форумов, конференций, семинаров.

Одной из важных форм работы в области пропагандирования туристского потенциала является выставочная деятельность. Большинству туристских фирм города сложно составлять конкуренцию крупным российским и зарубежным компаниям. Одновременно они привлекают в город основные туристские потоки. Их успешная работа была бы невозможна без серьезной поддержке со стороны администрации города для продвижения регионального турпродукта. Прежде всего, это относится к возможности представлять владимирские интересы на ведущих международных выставках в России. В первую очередь, планируется сохранить и усилить присутствие туристских и гостиничных предприятий города

на таких выставках как «МИТТ», «МИТФ», «Отдых», «Интурмаркет» на едином стенде г.Владимира.

2. Формирование устойчивого имиджа г.Владимира.

Второе направление включает ряд мероприятий, направленных на разработку и реализацию комплекса мер по продвижению существующего и вновь созданного туристского продукта города Владимира.

Продвижение туристского потенциала г.Владимира является одной из важнейших задач управления развитием туризма. Укрепление имиджа города является одной из важнейших задач управления развития туризма. Укрепление имиджа города на туристском рынке должно сопровождаться широкой рекламной компанией. Главной целью рекламной компании должно стать создание имиджа Владимира, как территории с благоприятным инвестиционным климатом в сфере туризма. Финансирование рекламно-инвестиционных компаний туристских регионов осуществляется местными предприятиями и организациями, работающими в сфере туризма с привлечением дополнительных денежных средств из бюджета города.

3. Формирование новых и развитие существующих турпродуктов

Деловой туризм. Деловой и познавательно-деловой туризм рассчитан на бизнесменов и иных специалистов, приезжающих не только в г.Владимир, но и в города, находящиеся рядом, и сочетающих возможности расширения деловых контактов с отдыхом и знакомством с жизнью местного населения. Деловой туризм способен дать г.Владимиру значительный экономический эффект. Рост посещений туристов с деловыми целями, вне зависимости от места отправления, способствует развитию экономических связей г.Владимира с регионами России и зарубежья, что положительно отражается на состоянии городской экономики.

Конгрессно-выставочный туризм позволяет снимать такую острую проблему, как сезонный фактор в туризме, поскольку пик выставочной и конгрессной активности приходит на зиму и межсезонье, то есть как раз на время «мертвого сезона» в туризме.

Индивидуальный туризм. В целом, с точки зрения организации туристских путешествий, практически во всех странах мира наиболее развит именно индивидуальный туризм: путешествия семьями или в иных небольших группах. Характерным при этом является заранее обусловленная возможность свободы выбора маршрута путешествия и его изменений, что при малом количестве туристов достаточно легко осуществимо.

Спортивный туризм. Данный вид туризма это самостоятельная, социально-ориентированная сфера деятельности общества, которая является эффективным средством физического оздоровления, активного отдыха, нравственного и патриотического воспитания и развития человека, основанное на реальном знакомстве с жизнью, историей, культурой и обычаями регионов страны.

4. Совершенствование туристской инфраструктуры

Данное направление включает ряд мероприятий по развитию инфраструктуры туризма путем благоустройства города, создания и развития тематических парков, расширения дислокации гостиниц, открытия предприятий общественного питания, организации стоянок и парковок, а также развития торговых сетей.

5. Приоритетные инвестиционные проекты, необходимые для развития туризма в 2010-2015 гг.

Данное направление предусматривает проведение сбора и систематизации информации об инвестиционных площадках, проектах и бизнес-идеях для развития туристской индустрии и оказания административной помощи инвесторам при реализации проектов в туристской отрасли.

ПЕРЕЧЕНЬ
программных мероприятий

№ п/п	Наименование мероприятия	Исполните- ли	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.	Проведение совещаний представителей туристской отрасли для выработки совместных действий, направленных на развитие туризма	УМСВСиТ	2010-2015		
1.2.	Участие совместно с предприятиями турбизнеса в ежегодных туристских выставках, для чего создать единый туристский стенд города, который будет служить рекламой Владимира как центра туризма и отдыха: - приобретение мобильного выставочного стенда, съемных панелей (с ежегодным обновлением); - аренда выставочной площади	УМСВСиТ	2010 2011 2012 2013 2014 2015	350 300 300 300 300 300	200 200 200 200 200 200
1.3.	Проведение ежегодных форумов туристских городов России по проблемам развития туризма с целью накопления и внедрения передового опыта и популяризации г.Владимира как самостоятельного бренда				

1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> - рассылка приглашений; - аренда зала; - приобретение раздаточного материала (папки, ручки; буклеты о Владимире); - издание сборника материалов прошедшего форума; - оплата проживания и питания почетных гостей из правительства РФ, ведущих университетов, а также выступающих с докладами на форуме 		2015	400	
1.4.	Участие в межрегиональных и международных туристских форумах, конференциях, совещаниях, семинарах		2010 2011 2012 2013 2014 2015	70 90 90 100 100 100	
2.	Формирование устойчивого имиджа г.Владимира				
	Разработка и реализация комплекса мероприятий по продвижению существующего и вновь созданного туристского продукта города Владимира:				
2.1.	Модернизация и регулярное обновление официального информационного Интернет-сервера органов местного самоуправления г. Владимира «Город Владимир»	УМСВСиТ; УИиТ	2010-2015		
2.2.	Создание рекламных фильмов, роликов, современных видовых буклетов, туристских карт, газет и другой продукции с символикой г.Владимира	УМСВСиТ; УСОиСМИ	2010 2011 2012	100 250 150	150 200 200

1	2	3	4	5	6
			2013 2014 2015	150 150 150	200 200 200
2.3.	Организация публикаций и видеоматериалов в СМИ	УМСВСиТ; УСОиСМИ	2010-2015		
2.4.	Проведение рекламных туров для туристских организаций и информационных дней для СМИ	УМСВСиТ; УСОиСМИ	2010 2011 2012 2013 2014 2015	10 30 30 30 30 30	20 20 20 30 30 30
2.5.	Создание новых объектов экскурсионного показа	УМСВСиТ; УК	2011 2012 2013 2014 2015	600 400 400 400 400	
3.	Формирование новых и развитие существующих турпродуктов				
3.1.	Развитие делового туризма	УМСВСиТ	2010-2015		
3.1.1.	Развитие делового партнерства с регионами России и городами-партнерами ближнего и дальнего зарубежья				

1	2	3	4	5	6
3.1.2.	Аналитическая и информационная работа с предприятиями города, имеющими деловые контакты с предприятиями других городов России и зарубежья				
3.1.3.	Создание базы данных туристских ресурсов для развития делового туризма в г.Владимире				
3.1.4.	Организация и проведение информационных дней и семинаров для специалистов туриндустрии и потенциальных потребителей турпродукта «Деловой туризм во Владимире»		2011 2012 2013 2014 2015	30 30 30 30 30	
3.2.	Развитие индивидуального туризма	УМСВСиТ	2010-2015		
3.2.1.	Формирование базы данных туробъектов, досуговых и сервисных предприятий	УМСВСиТ	2010-2015		
3.2.2.	Благоустройство главных въездов в город с оборудованием туристских площадок	УМСВСиТ; УАиС	2010-2015		
3.2.3.	Модернизация и установка стилизованных указателей к туристским объектам, схем расположения исторических памятников, музеев и экспозиций, в том числе на английском языке	УМСВСиТ; УАиС; УНРиИ	2010 2011 2012 2013 2014 2015	300 400 300 300 350 350	
3.2.4.	Разработка перечня рекомендуемых туристских маршрутов	УМСВСиТ	2011-2015		

1	2	3	4	5	6
3.3.	Развитие спортивного туризма				
	Организация ежегодных традиционных международных, всероссийских и региональных спортивных мероприятий по различным видам спорта	УФКиС	2010-2015		
3.4.	Развитие экологического туризма		2010-2015		
	Изучение данной ниши туристского рынка				
4.	Совершенствование туристской инфраструктуры				
4.1.	Мероприятия по благоустройству города	УЖКХ; УАиС	2010-2015		
4.1.1.	Озеленение туристских зон, разбивка цветников				
4.1.2.	Проведение ремонта и поддержание на должном уровне фасадов здания, ограждений и дворовых территорий, расположенных вдоль туристских маршрутов				
4.1.3.	Ремонт проезжей части улиц и тротуаров на туристских маршрутах				
4.1.4.	Подсветка зданий и объектов в исторической части города				
4.1.5.	Строительство и реконструкция общественных туалетов, содержание их в должном санитарном состоянии				
4.1.6.	Организация городских конкурсов - лучшая дворовая территория, лучший микрорайон, лучшая улица; - «Владимир в цвету»	администрации районов; УМСВСиТ			

1	2	3	4	5	6
4.2.	Создание и развитие тематических парков	УАиС; УК	2010-2015		
4.2.1.	Научно-археологический парк "Сунгирь"				
4.2.2.	Парк "Патриаршие сады" (строительство 2-й очереди)				
4.2.3.	Городской парк в районе МОУ ДОД Дворец детского (юношеского) творчества г.Владимира				
4.3.	Расширение дислокации гостиниц (согласно генплану), а также строительство гостиниц экономкласса для размещения групп организованных туристов	УАиС	2010-2015		
4.4.	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	УПРУиЗПП; УМСВСиТ	2010-2015		
4.5.	Организация стоянок и парковок туристских автобусов	УПТПиТО; УАиС	2010-2015		
4.6.	Развитие торговой сети на протяжении туристских маршрутов по продаже сувениров, рекламно-издательской продукции, прохладительных напитков, фото принадлежностей	УПРУиЗПП	2010-2015		

1	2	3	4	5	6
5.	Приоритетные инвестиционные проекты, необходимые для развития туризма в 2010-2015 гг., млн руб				
5.1.	Строительство южной автомобильной магистрали вдоль железной дороги	УАиС			
5.2.	Завершение строительства Лыбедской магистрали				
5.3.	Создание и установка памятника Андрею Боголюбскому				
5.4.	Строительство туристского центра на ул.Гагарина				
5.5.	Строительство планетария в МУК «Центральный парк культуры и отдыха г.Владимира»				
5.6.	Строительство спортивного комплекса на Суздальском проспекте				
5.7.	Модернизация комплекса «Киномакс-Буревестник»				
5.8.	Создание многофункционального спортивного комплекса в районе МУК «Парк культуры и отдыха «Дружба»				
5.9.	Строительство отеля с созданием развлекательно-досуговых зон на ул.Большой Нижегородской				
5.10.	Строительство гостиничного комплекса для развития паломнического туризма в V квартале исторического ядра				

1	2	3	4	5	6
5.11.	Завершение строительства конно-кинологического комплекса	УАиС			

Раздел VI. Оценка рисков

Наименование риска	Мероприятие по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятие по снижению последствий риска
1. Потеря интереса к Программе у бизнес-сообщества	<ul style="list-style-type: none"> - поддержание постоянных контактов с участниками отрасли и мониторинг их отношения к реализации Программы; - регулярное информирование участников Программы о ходе ее реализации; - создание Координационного Совета 	<ul style="list-style-type: none"> - повышение инвестиционной привлекательности территории; - привлечение новых инвесторов для создания предприятий туротрасли
2. Недостаточное финансирование Программы из местного бюджета	<ul style="list-style-type: none"> - организация мониторинга на предмет участия в соответствующих областных и федеральных программах; - подготовка заявок на финансирование из вышестоящих бюджетов; - присоединение к соответствующей федеральной программе 	<ul style="list-style-type: none"> - переориентация Программы на внебюджетные источники
3. Возникновение негативных настроений населения города по отношению к туристам	<ul style="list-style-type: none"> - популяризация туристской отрасли как источника дохода горожан; - реализация мероприятий по развитию городской рекреации 	<ul style="list-style-type: none"> - усиление пропагандистско-просветительской работы с населением
4. Резкое укрепление курса рубля по отношению к мировым валютам может привести к снижению ценовой конкурентоспособности и существующего турпродукта	<ul style="list-style-type: none"> - организация семинаров для участников Программы по управлению издержками в туристской отрасли; - разработка участниками Программы мероприятий, повышающих конкурентоспособность предприятий 	<ul style="list-style-type: none"> - проведение мероприятий по снижению себестоимости продукции туротрасли

Наименование риска	Мероприятия по снижению вероятности возникновения риска	Мероприятия по снижению последствий риска
5. Приостановка программы «Возрождение исторического ядра на 2005-2010 гг.»	<ul style="list-style-type: none"> - реализация настоящей Программы; - информирование федеральных и областных органов власти о реализации поддерживающих программ и мероприятий; - усиление мер по привлечению инвестиций в отрасль 	<ul style="list-style-type: none"> - повышение инвестиционной привлекательности территории
6. Появление и активное продвижение новых турпродуктов в городах-конкурентах	<ul style="list-style-type: none"> - организация мониторинга развития туротрасли в городах-конкурентах; - поиск новых рынков сбыта турпродуктов города Владимира 	<ul style="list-style-type: none"> - вступление в партнерские отношения с крупными городами-конкурентами (Ярославль; Нижний Новгород); - формирование новых коррекция существующих турпродуктов
7. Изменение потребительских предпочтений в отрасли	<ul style="list-style-type: none"> - организация мониторинга предпочтений туристов; - анализ тенденций развития туризма в России и мире 	<ul style="list-style-type: none"> - формирование новых потребностей туристов
8. Снижение существующего турпотока	<ul style="list-style-type: none"> - активное продвижение городских турпродуктов 	<ul style="list-style-type: none"> - корректировка турпродуктов
9. Изменение приоритетов развития туристкой отрасли на региональном уровне	<ul style="list-style-type: none"> - участие в разработке/корректировке областной программы развития туризма; - согласование объемов финансирования из областного бюджета по отдельным мероприятиям Программы 	<ul style="list-style-type: none"> - согласование отдельных мероприятий Программы со структурными подразделениями областной администрации

Раздел VII. Результативность Программы

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 эффективности	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
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	125	130	138	150	160	165	170	178	185

(контрагентов) ¹ (млн руб.)									
Показатели эффективности	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Рост доходов от туристской (косвенных участников) (тыс. руб.)	н/д	*	*	*	*	*	*	*	*
Количество работающих в отрасли ²	1204	*	*	*	*	*	*	*	*
Средний уровень дохода в отрасли									

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.

Раздел VIII. Ресурсное обеспечение Программы, тыс. руб.

Финансирование Программы предполагается осуществить за счет следующих источников:

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

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

- средств местного бюджета в размере 9610,0 тыс. руб.;
- внебюджетных средств в размере 2500,0 тыс. руб., привлекаемых на договорной основе, в том числе собственных средств организаций сферы туризма, инвестиций, целевых отчислений других предприятий, заинтересованных в реализации Программы.

Объемы финансирования мероприятий за счет средств бюджета города на соответствующий год утверждаются нормативным-правовым актом о бюджете города Владимира, исходя из возможностей бюджета. Финансовые средства выделяются на мероприятия, соответствующие целям Программы.

В качестве кадровых ресурсов, используемых при исполнении Программы, рассматриваются не только сотрудники структурных подразделений муниципальных органов, но также специалисты туристских организаций, участвующих в разработке туристского продукта.

Раздел IX. Организация реализации Программы

Реализация Программы осуществляется в соответствии с Порядком принятия решений о разработке долгосрочных целевых программ, их формирования и реализации (утверждена постановлением главы города Владимира от 15.04.2009 № 1118).

Реализация Программы предусматривает взаимодействие структурных подразделений городской администрации, областной администрации, туроператоров, музеев, средств размещения туристов и других субъектов туристской деятельности.

При этом функции участников распределяются следующим образом:

Администрация города:

- обеспечивает проведение организационно-правовой и методической работы по реализации Программы;
- программных мероприятий, в первую очередь на формирование благоприятного туристского имиджа города;

- осуществляет благоустройство туристских маршрутов города;
- выделяет целевые средства городского бюджета на реализацию мероприятий Программы, направленных на продвижение городского турпродукта, создание новых туристских анимаций, в том числе на конкурсной основе;
- привлекает внебюджетные средства и направляет их на реализацию;
- оказывает организационное содействие субъектам туристской деятельности в развитии туристской инфраструктуры.

Внебюджетные организации:

- участвуют в реализации программных мероприятий;
- выделяют собственные средства для организации продвижения городского турпродукта на туристском рынке (совместно с администрацией города).

Реализация Программы осуществляется исполнителями. Исполнители разрабатывают и утверждают ежегодные планы работ по выполнению соответствующих мероприятий Программы. Исполнители мероприятий несут ответственность за качественное и своевременное их выполнение, целевое и рациональное использование финансовых средств, выделяемых на реализацию Программы.

Администратор Программы в ходе подготовки ежегодного отчета проводит анализ достигнутых результатов их реализации.

Контроль за реализацией Программы осуществляет заместитель главы города Владимира, курирующий вопросы развития туризма.