



группа 3

Рекомендации по реализации местных инициатив в туризме

Привет!

Мы – команда пятого юбилейного потока программы архитекторы.рф

Вы смотрите на результат нашей проектной работы – рекомендации по реализации местных инициатив в туризме.



тьютор

Марина Носкова

Руководитель проекта
«Мастер-план Морозовского городка»
Выпускница «Архитекторы.рф 2022»



Алла Ковтунова

Советник министра культуры и туризма Республики Калмыкия
Руководитель направления кластерного развития
АНО «Управляющая компания туристско-рекреационными кластерами Свердловской области»



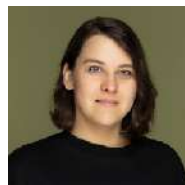
Кирилл Валов

Руководитель дирекции креативных индустрий
Фонда креативных индустрий Ульяновской области
Директор АНО «Кластер творческих индустрий»



Ксения Евсеева

Директор Института «САРАТОВОБЛПРОЕКТ»
Создатель общественных движений в Саратовской области



Мария Головенкина

Руководитель отдела «Общее администрирование и организация мероприятий» ДОМ.РФ
Эксперт по проектированию городских улиц



Рахим Махмудов

Руководитель комплексных проектов Проектно-исследовательского центра «КАРТФОНД»

Предисловие

Мы проделали путь от исследования и определения проблематики до формирования востребованного продукта.

Отправной точкой нашей работы стала макротерритория Байкал: Иркутская область и Республика Бурятия, расположенные по оба берега озера Байкал. Это одна из 12 макротерриторий, для которых разрабатываются туристические мастер-планы **ТМП** в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» – отраслевые документы пространственного, социально-экономического планирования.

Масштаб макротерритории ставит акцент на крупных проектах и показателях:

Мы увидели, что в аналитических материалах и дорожных картах ТМП нет местных проектов, а плановые показатели не позволяют делать выводы об успешности их реализации к прогнозируемому сроку.

Туристические мастер-планы нужны для увязки инфраструктурных, инвестиционных планов по развитию туризма с определением последовательности их реализации для достижения установленных в национальном проекте целей, в том числе увеличения вместимости коллективных средств размещения **КСР**, объемов туристского потока, его балансировке.

Мы решили понять, как местные инициативы соотносятся со стратегическим развитием туризма, в том числе мастер-планами **МП** и ТМП.



Местные инициативы в развитии туризма

Один из первых интересов туриста – локальная идентичность.

Гостеприимство, состояние среды, история места, сервис, услуги, торговля – все это формирует образ локальной идентичности у путешественников через руки местных сообществ.

При этом стратегические цели по увеличению, перераспределению туристского потока связаны с инфраструктурными

изменениями и масштабными инвестиционными проектами. Эти вопросы находятся на уровне региональных и федеральных органов власти, а также попадают в зону внимания крупных организаций. Для планирования в таком масштабе разрабатывают комплексные отраслевые документы – туристические мастер-планы макротерриторий.

А что происходит с системным развитием туризма на местном уровне?

«Местные инициативы» – это ключевая сущность нашей работы и у нее два слагаемых:

Местные сообщества и органы власти

Инициативные люди

Группы, которых напрямую касается развитие туризма на местном уровне:

- > Органы местного самоуправления
- > Профессиональные сообщества в области стратегического и пространственного планирования
- > Малое и среднее предпринимательство
- > Ремесленники и творческие люди

Те, кто хочет принимать активное участие в комплексном развитии туризма на своей территории.

То есть **местные инициативы** в развитии туризма – это амбициозные люди, которые хотят и могут прилагать усилия для репрезентации локальной идентичности в комплексном развитии туризма.

Исследование

Гипотеза

У местных инициатив есть запрос, но нет инструментов для комплексного развития туризма на своей территории

Цель

Разработать инструменты для репрезентации местных инициатив в комплексном развитии туризма

Основные направления

Анализ документов по развитию туризма и практик местных инициатив в России и зарубежных туристических мастер-планов

Методы

Разработать инструменты для репрезентации местных инициатив в комплексном развитии туризма опрос и интервью с представителями малого и среднего предпринимательства [МСП](#), специалистами по разработке мастер-планов – со стороны заказчиков и исполнителей, некоммерческими организациями [АНО](#) [НКО](#) [Фонды](#), органами местного самоуправления [ОМСУ](#), а также региональными и федеральными органами исполнительной власти [РОИВ](#) [ФОИВ](#)

Задачи



1. Определить наличие местных инициатив по развитию туризма и их принадлежность к местным сообществам и органам власти



2. Понять положение местных инициатив в разработке и реализации туристических мастер-планов



3. Выявить проблемы, с которыми сталкиваются местные инициативы в развитии туризма



4. Определить проблемы во взаимодействии по стратегическому развитию туризма между местными инициативами и региональными, федеральными органами власти



5. Определить структуру, которая поможет осуществлять взаимодействие между местными инициативами и государственными структурами

Интервью



Собеседники основных интервью

представители местных сообществ и органов власти

- > Органы местного самоуправления
- > Профессиональные сообщества в области стратегического и пространственного планирования
- > Малое и среднее предпринимательство
- > Ремесленники и творческие люди



Собеседники дополнительных интервью

- > Федеральные органы исполнительной власти: Министерство экономического развития Российской Федерации
- > Региональные органы исполнительной власти
- > Представители некоммерческих организаций
- > Институты развития

Решение задач:



задачи

Понять положение местных сообществ в стратегическом развитии туризма, проверить гипотезу об отсутствии инструментов для системного развития туризма «снизу»

задачи

Понять как региональные и федеральные органы власти, институты развития и некоммерческие организации вовлекают местные сообщества в стратегическое развитие туризма «сверху»

Темы обсуждения одинаковы для обеих групп



Знакомы ли с туристическими мастер-планами?

Понимают ли, для чего эти документы, принимали ли участие в их разработке и реализации?



Какие проблемы видят в развитии туризма?



Какое участие принимают сейчас и как видят свою роль в развитии туризма?



Как взаимодействуют с другими акторами по развитию туризма: с местными сообществами и органами власти, федеральными и региональными органами власти, институтами развития и некоммерческими организациями?

Результаты исследования

Органы местного самоуправления

ОМСУ



В ОМСУ есть амбициозные руководители и инициативы по развитию туризма

« ОМСУ может и должен выступать заказчиком мастер-плана, когда речь идет о локальных инициативах »

– Вера Маланова, ОМСУ из Ольхона

ОМСУ необходимо взаимодействовать с местными инициаторами

« Если местные инициативы поддерживаются ОМСУ – это ведет к развитию города »

– Степанов Федор, Московская область



ОМСУ видят проблему в отсутствии системы в документах по развитию

« Нет единой стратегии туризма, системности и комплексности планирования. Нужен единый документ с алгоритмом работы, а не разрозненные документы по разным направлениям развития туризма »

– Виктория Ринчинова, ОМСУ из Северобайкальска

ПрофСообщества



Профсообщества не всегда информированы о запуске разработки мастер-планов

« О старте разработке ТМП «Байкал» стало известно от «ПроГород» на Архитекторы.рф »

– Руслан Хотулев, эксперт в разработке градостроительной документации Иркутской области

Отсутствие юридических компетенций у архитекторов в области запретов и ограничений по развитию территорий равен трудности в развитии туризма на территориях ООПТ

Представители малого и среднего предпринимательства

МСП



Мастер-планы и МСП находятся в разных плоскостях

« Люди [предприниматели] живут и развиваются в своей логике – и никакой мастер-план им не указ »

– Евгений, производитель натуральной косметики Иркутская область



Не все предприниматели смогли увидеть свое место в мастер-планах

« Я не очень знакома со стратегией... Точнее, совсем не знакома... У меня больше 100 овец, сыроварня, в этом году к нам в хозяйство приехало в 4 раза больше туристов, чем в прошлом... Времени совсем нет их изучать »

– Евгения, руководитель крестьянско-фермерского хозяйства села Зурган-Дэбэ, Республика Бурятия

Участие бизнеса в разработке мастер-планов – ключевое условие реализации

« Мастер-планы будут нереализуемы, если в их разработке не участвует местный бизнес. Ведь именно он формирует турпродукт, создает трафик и смыслы »

– Сергей, собственник нескольких турбаз и гостиницы в Иркутской области

О необходимости вовлечения местных экспертов и бизнеса

« Внешние разработчики мастер-планов часто не понимают сложности задачи разработки, не понимают, как муниципалитет живет изнутри, что одной архитектурой и красивыми домами территорию не развить, отрасль не поднять »

– Марина, лидер одного из бизнес-объединений Иркутской области

Центр компетенций/ центр развития территорий

ЦК ЦРК

Некоммерческие организации

НКО

Региональные органы исполнительной власти

РОИВ



Требования к мастер-плану нужно обновлять

« Для общения с инвесторами ТМП не хватает еще 2-3 альбомов по финмодели ключевых проектов »

– Регион-получатель ТМП БЗК



У ЦК не всегда есть полномочия по развитию туризма

« ЦК может вести и курировать все процессы связанные с ТМП, но нет полномочий »

– Александра Багульник,
Рязанская область

Необходимо пересмотреть формат взаимодействия с населением

« Потенциал развития туризма есть, но нет включенности населения »

– Анастасия Косолапова,
Иркутская область

Местные инициативы можно и нужно правильно организовывать

« Работать нужно с населением, выслушивать проблемы и обязательно найдутся решения, которые устроят всех. Просто нужно уметь слышать друг друга! »

– Наиля Зинатуллина,
Республика Татарстан

Привлечение внешних экспертов способствует развитию местных инициатив

« Команда развития эффективна если в ней работают профессионалы, даже если они не из местных »

– Иван Губанов,
агентство развития Сысерти

Федеральный уровень



Стратегические задачи федерального уровня выполняются

« Взаимодействие между Иркутской областью и Республикой Бурятия настроено »

– Мария Бадмацыренова, АО «КРДВ»



На уровне заказчика есть понимание важности вовлечения, но ресурса для работы над этим нет

« Это был бы хороший проект – рассказать регионам как читать туристический мастер-план »

– Ксения Титова,
руководительница «ПроГород»

Есть практика консультантов федерального уровня

« Турист едет за продуктом, а это МСП и инициативы местных людей. Часто есть стратегии, но люди о них не знают. Литературы по управлению туристическими территориями вообще нет »

– Анна Булочникова,
основательница «Территории.рф»

Навигатор по документам

Решение задач:

2  4 

В России есть две группы документов, которые влияют на развитие туризма:

- ① Документы, состав и порядок разработки которых утверждены законодательно
- ② Туристические мастер-планы и схемы, мастер-планы [ТМП](#) [МП](#)

①

Документы, состав и порядок разработки которых утверждены законодательно

Строгие требования к составу, срокам разработки и утверждения, ответственные закреплены законодательно.

Документы стратегического планирования по 172-ФЗ

Стратегические документы местного уровня на типы не делятся. Определяет типы стратегических документов, в том числе по развитию туризма.

Уровень власти:

- > Федеральный уровень
- > Региональный уровень
- > Местный уровень

Типы:

- > Документы целеполагания. По отраслевому признаку встречаются только на федеральном уровне
- > Прогнозирования
- > Планирования и прогнозирования. Встречаются на федеральном и региональном уровнях

Градостроительный кодекс Российской Федерации

Описывает процессы архитектурно-строительного проектирования, строительства, реконструкции объектов капитального строительства – важные для понимания практической реализации объектов, в том числе туристского назначения.

Устанавливает требования к разработке отдельных стратегических документов из 172-ФЗ – схемам территориального планирования [СТП](#) России, одного, двух и более субъектов России

Уровень власти:

- > Территориальное планирование
- > Градостроительное зонирование
- > Нормативы градостроительного проектирования
- > Планировка территории

Иные кодексы Российской Федерации

В зависимости от контекста, в котором развивается рассматриваемая территория/объект

2

Туристические мастер-планы и схемы, мастер-планы

Мастер-планы – это комплексные документы стратегического планирования, затрагивающие пространственные и социально-экономические факторы. Включают паспорта конкретных проектов и дорожную карту их реализации с описанием модели финансирования и управления реализацией проектов. Мастер-планы могут содержать отдельные разделы по развитию туризма.

При этом существуют отраслевые документы такого типа, посвященные только туризму – туристические схемы и мастер-планы.

В целом для этой группы документов характерны такие черты как:

- > Состав, ответственные, порядок разработки законодательно не закреплены
- > Включают обширную аналитическую часть
- > Служат площадкой согласования интересов всех участников процесса разработки
- > Содержат аспекты социально-экономического и пространственного планирования “под одной крышей”

На практике ТМП и МП могут инициироваться как органами власти, государственными корпорациями, так и бизнесом любого масштаба. Положение инициатора определяет границы разработки, уровень рассмотрения, степень детализации.

На практике встречаются такие виды ТМП и МП:

- > Туристическая схема России
- > Туристические схемы макротерриторий
- > МП агломераций
- > ТМП и МП муниципальных образований
- > ТМП и МП частей муниципальных образований – например, исторических центров городов
- > ТМП и МП отдельных объектов

У этих двух групп документов есть одно существенное отличие: порядок, состав разработки и зоны ответственности для первых жестко зарегулированы, для вторых – нет.

При этом поручения о разработке ТМП и МП могут идти с самого высокого уровня – в том числе от Президента Российской Федерации.

Документы стратегического планирования по 172-ФЗ

Решение задач:

2  4 

Федеральный уровень

Участники разработки:

Президент Российской Федерации; Федеральное Собрание Российской Федерации (Совет Федерации и Государственная Дума); Правительство Российской Федерации; Совет Безопасности Российской Федерации; Счетная палата Российской Федерации; Центральный банк Российской Федерации; федеральные органы исполнительной власти; иные органы и организации в случаях, если они указаны в НПА.

Последовательность, порядок и содержание определяются Президентом России и Правительством России согласно компетенциям.

Целеполагание:

- > Ежегодное послание Президента России Федеральному Собранию России;
- > Стратегия социально-экономического развития **ССЭР** России;
- > Стратегия национальной безопасности России, основы государственной политики, доктрины и другие документы в сфере обеспечения национальной безопасности России;
- > Стратегия научно-технологического развития **НТР** России;

Целеполагание по отраслевому и территориальному признаку:

- > Отраслевые документы стратегического планирования России;
- > Стратегия пространственного развития России;
- > ССЭР макрорегионов.

Прогнозирование:

- > Прогноз НТР России;
- > Стратегический прогноз России;
- > Прогноз социально-экономического развития **СЭР** России на долгосрочный период;
- > Бюджетный прогноз России на долгосрочный период;
- > Прогноз СЭР России на среднесрочный период;

Планирование и прогнозирование:

- > Основные направления деятельности Правительства России;
- > Государственные программы России
- > Государственная программа вооружения;
- > Схемы территориального планирования **СТП** России;
- > Планы деятельности ФОИВ.

Региональный уровень

Участники разработки:

Законодательный (представительный) орган государственной власти субъекта Российской Федерации; высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации (руководитель высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации); высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации; исполнительные органы государственной власти субъекта Российской Федерации; контрольно-счетный орган субъекта Российской Федерации; иные органы.

Последовательность, порядок и содержание определяются органами государственной власти субъекта России в соответствии с 172-ФЗ и законодательством субъекта

Целеполагание:

- > ССЭР субъекта России;

Прогнозирование:

- > Прогноз СЭР субъекта России на долгосрочный период;
- > Бюджетный прогноз субъекта России на долгосрочный период;
- > Прогноз СЭР субъекта России на среднесрочный период;

Планирование и прогнозирование:

- > План мероприятий по реализации ССЭР субъекта России;
- > Государственные программы субъекта России;
- > СТП двух и более субъектов России, СТП субъекта России.

Муниципальный уровень

Участники разработки:

ОМСУ, муниципальные организации в случаях, предусмотренных муниципальными НПА

Последовательность, порядок и содержание определяются ОМСУ, определенными в соответствии с муниципальными нормативно-правовыми актами **НПА**

- > ССЭР муниципального образования;
- > План мероприятий по реализации ССЭР муниципального образования;
- > Прогноз СЭР муниципального образования на среднесрочный или долгосрочный период;
- > Бюджетный прогноз муниципального образования на долгосрочный период;
- > Муниципальные программы.

Стратегические документы

К разработке документов стратегического планирования могут привлекаться объединения профсоюзов и работодателей, общественные, научные и иные организации с учетом требований законодательства Российской Федерации о государственной, коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайне.

Градостроительный кодекс Российской Федерации

Решение задач:

2  4 

Градостроительное регулирование очерчивает контуры и возможности архитектурно-строительной практики. Перед тем, как начать системную работу по развитию туризма, нужно изучить весь комплекс градостроительной документации, который относится к вашему населенному пункту или конкретной его части.

Градостроительное регулирование

Умение работать с документами этого уровня – базовое для ведения деятельности по комплексному развитию туристской инфраструктуры как муниципального образования целиком, так и отдельных объектов.

В первом случае знание системы градостроительных документов даст возможность предлагать уместные изменения в градостроительную документацию с пониманием того, сколько времени займет внесение.

Если же цель – комплексное развитие конкретного объекта, то умение работать с градостроительной документацией поможет сэкономить денежные и трудовые ресурсы, например, за счет избежания ошибок при выборе земельных участков под застройку.

Виды градостроительной документации:

- > Документы территориального планирования – схемы территориального планирования, генеральные планы и единые документы территориального планирования и градостроительного зонирования;
- > Нормативы градостроительного проектирования – региональные, местные;
- > Градостроительное зонирование – правила землепользования и застройки;
- > Документация по планировке территории – проекты планировки и межевания территории.

Архитектурно-строительная практика

Знание последовательности процессов проектирования, строительства/реконструкции и эксплуатации – база для планирования работы с объектами туристской инфраструктуры. Особенно важно изучить, если есть желание развить отдельный туристский объект, например – гостиницу.

Эти процессы подробно изложены в главах 6, 6.1 – 6.5 Градостроительного Кодекса Российской Федерации.

Градостроительная документация

Решение задач:

2  4 

Ниже представлена система градостроительной документации. Документы более низкого уровня не могут противоречить документам более высокого уровня. Должны основываться на стратегических документах Российской Федерации и не противоречить им.

Документы территориального планирования

Российская Федерация

Распространяется на всю территорию страны или ее часть. Это схемы территориального планирования **СТП** в областях:

- > федеральный транспорт (железнодорожный, воздушный, морской, внутренний водный, трубопроводный транспорт), автомобильные дороги федерального значения;
- > оборона страны и безопасность государства;
- > энергетика;
- > высшее образование;
- > здравоохранение;
- > иные – на основе нормативно-правовых актов Президента и Правительства Российской Федерации

Субъект Российской Федерации

– это СТП субъекта Российской Федерации. На всю территорию субъекта или его часть. Содержат объекты регионального значения:

- > транспорт (железнодорожный, водный, воздушный), автомобильные дороги регионального или межмуниципального значения;
- > предупреждение чрезвычайных ситуаций межмуниципального и регионального характера, стихийных бедствий, эпидемий и ликвидация их последствий;
- > образование;
- > здравоохранение;
- > физическая культура и спорт;
- > энергетика;
- > иные области в соответствии с полномочиями субъектов.

Документы территориального планирования

Два и более субъекта Российской Федерации

– это СТП двух и более субъектов Российской Федерации.

Содержит:

- > линейные объекты регионального значения, размещение которых планируется на территориях двух и более субъектов;
- > объекты регионального значения (на территории одного или двух субъектов), необходимые для реализации договоров, заключенных в соответствии с законодательством Российской Федерации между органами государственной власти этих субъектов Российской Федерации

Муниципальные образования

Содержат объекты местного значения, функциональное зонирование:

- > СТП муниципальных районов;
- > Генеральные планы поселений;
- > Генеральные планы городских округов;
- > Генеральные планы муниципальных округов

Нормативы градостроительного проектирования

Правительство Российской Федерации может устанавливать расчетные показатели (не указаны справа). Они подлежат учету в региональных и местных нормативах градостроительного проектирования.

Региональные органы исполнительной власти обеспечивают систематизацию нормативов по видам объектов местного и регионального значения.

Виды:

- > региональные

Устанавливают минимально допустимые показатели обеспеченности и максимальный уровень территориальной доступности объектов регионального значения из областей, которые отражаются в СТП субъекта и иных объектов регионального значения для населения субъекта. Также могут содержать те же расчетные показатели для объектов местного уровня для населения муниципального образования соответственно.

- > местные: муниципального района

Устанавливают минимально допустимые показатели обеспеченности и максимальный уровень территориальной доступности объектов местного значения из СТП муниципального района и иных объектов местного значения для их населения.

- > местные: поселения, городского округа, муниципального округа

Устанавливают минимально допустимые показатели обеспеченности и максимальный уровень территориальной доступности объектов местного значения из генеральных планов поселений, городских округов, муниципальных округов, а также объектов благоустройства и иных объектов для их населения.

Градостроительное зонирование

Это правила землепользования и застройки **ПЗЗ**. Их сущность подробно описана в Азбуке землепользования и застройки авторства Эдуарда Трутнева и Леонида Бандорина.

Разрабатываются для муниципальных образований. Содержат порядок применения и внесения изменений, карту градостроительного зонирования и градостроительные регламенты.

Карта градостроительного зонирования

Содержит границы территориальных зон. Каждый земельный участок **ЗУ** может принадлежать только к одной территориальной зоне, если это не ЗУ для осуществления пользования недрами, размещения линейных объектов, гидротехнических сооружений, водохранилищ, иных искусственных водных объектов. Они устанавливаются по линиям магистралей, улиц, проездов, разделяющим транспортные потоки противоположных направлений; красным линиям; границам ЗУ, населенных пунктов в пределах муниципальных образований, муниципальных образований, естественным границам природных объектов; иным границам.

Содержит границы населенных пунктов, входящих в состав поселения, муниципального округа, городского округа, границы зон с особыми условиями использования территорий **ЗООИТ**, границы территорий объектов культурного наследия **ОКН**, границы территорий исторических поселений федерального значения, границы территорий исторических поселений регионального значения.

Содержат границы зон комплексного развития территорий **КРТ**. Эти границы устанавливаются по границам одной или нескольких территориальных зон. В отношении каждой зоны КРТ заключается один или несколько договоров о КРТ.

Отображаются территории, в границах которых предусматриваются требования к архитектурно-градостроительному облику **АГО** объектов капитального строительства **ОКС**. Границы таких территорий могут не совпадать с границами территориальных зон и могут отображаться на отдельной карте.

Устанавливают требования к ЗУ и ОКС в границах каждой территориальной зоны

Градостроительные регламенты

- > виды разрешенного использования **ВРИ** ЗУ и ОКС – основные и условно разрешенные, а также вспомогательные – но только в дополнение к первым двум;
- > предельные – мин. и/или макс. размеры ЗУ и предельные параметры разрешенного строительства, реконструкции ОКС;
- > требования к АГО ОКС – включают в себя требования к объемно-пространственным, архитектурно-стилистическим и иным характеристикам объекта капитального строительства, которые устанавливаются Правительством Российской Федерации (если иное не установлено ГрадКодексом);
- > ограничения использования ЗУ и ОКС, устанавливаемые в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- > расчетные показатели минимально допустимого уровня обеспеченности территории объектами коммунальной, транспортной, социальной инфраструктур и расчетные показатели максимально допустимого уровня территориальной доступности указанных объектов для населения **в случае, если в границах территориальной зоны предусматривается осуществление деятельности по КРТ.**

Единый документ территориального планирования и градостроительного зонирования поселения, муниципального округа, городского округа

Таким документом признается генеральный план поселения, муниципального округа, городского округа, или отдельных населенных пунктов (их частей), которые в них входят. В сущности, единый документ объединяет генеральный план и ПЗЗ.

ППТ – основа для подготовки ПМТ. ПМТ можно подготавливать без ППТ применимо к территории ведения гражданами садоводства или огородничества для собственных нужд, территории, в границах которой не предусматривается осуществление КРТ, а также не планируется размещение линейных объектов.

Планировка территории

Виды документации по планировке территории

Проекты планировки территории

Основная часть – чертеж(-и) планировки территории с отображением красных линий, границ существующих и планируемых элементов планировочной структуры, границ зон планируемого размещения ОКС; положение о характеристиках планируемого развития территории и об очередности планируемого развития территории.

Материалы по обоснованию:

- > карту (фрагмент карты) планировочной структуры территорий поселения, муниципального округа, городского округа, межселенной территории муниципального района с отображением границ элементов планировочной структуры;
- > результаты инженерных изысканий в объеме, предусмотренном разрабатываемой исполнителем работ программой инженерных изысканий (если необходимо по ГрадКодексу);
- > обоснование определения границ зон планируемого размещения ОКС;
- > схему организации движения транспорта и пешеходов с местоположением объектов транспортной инфраструктуры и учетом существующих и прогнозных потребностей в транспортном обеспечении, а также схему организации улично-дорожной сети [УДС](#);
- > схема границ территорий ОКН;
- > схема границ ЗОУИТ;

Планировка территории

Виды документации по планировке территории

- > обоснование соответствия планируемых параметров, местоположения и назначения объектов регионального и местного значения нормативам градостроительного проектирования и требованиям градостроительных регламентов, а также применительно к территории, в границах которой предусматривается осуществление КРТ, установленным ПЗЗ минимально допустимому уровню обеспеченности территории и максимально допустимому уровню территориальной доступности инфраструктурными объектами для населения;
- > схему с существующими ОКС, в том числе линейными, объектами, подлежащими сносу и незавершенного строительства, проходы к водным объектам общего пользования и их береговым полосам;
- > варианты планировочных и/или объемно-пространственных решений застройки территории в соответствии с ППТ – для элементов планировочной структуры в жилых или общественно-деловых зонах;
- > перечень мероприятий по защите территории от ЧС природного и техногенного характера, в том числе по обеспечению пожарной безопасности и по гражданской обороне;
- > перечень мероприятий по охране окружающей среды;
- > обоснование очередности планируемого развития территории;
- > схему вертикальной планировки территории, инженерной подготовки и инженерной защиты территории, подготовленную (в определенных случаях);
- > иные материалы для обоснования положений по планировке территории.
- > проект организации дорожного движения [\[подд\]](#), разработанный в соответствии с требованиями 443-ФЗ – допускается включение в ППТ

Проекты межевания территории

Основная часть:

- > перечень и сведения о площади образуемых ЗУ, в том числе возможные способы их образования;
- > перечень и сведения о площади образуемых ЗУ, которые будут отнесены к территориям или имуществу общего пользования, в т.ч. под резервирование и/или изъятие для государственных или муниципальных нужд;
- > ВРИ образуемых ЗУ в соответствии с проектом планировки территории в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом;
- > целевое назначение лесов, ВРИ, количественные и качественные характеристики лесного участка, сведения о его нахождении в границах особо защитных участков лесов (если подготовка ПМТ осуществляется в целях определения границ образуемых и/или изменяемых лесных участков);
- > сведения о границах территории, в отношении которой утвержден ПМТ, содержащие перечень координат характерных точек этих границ в системе координат, используемой для ведения Единого государственного реестра недвижимости.

Чертежи:

- > границы планируемых (если подготовка ПМТ осуществляется в составе ППТ) и существующих элементов планировочной структуры;

>>

Планировка территории

Виды документации по планировке территории

- > красные линии;
- > линии отступа от красных линий в целях определения мест допустимого размещения зданий, строений, сооружений;
- > границы образуемых и/или изменяемых ЗУ, условные номера образуемых ЗУ, в т.ч. в отношении которых предполагаются их резервирование и/или изъятие для государственных или муниципальных нужд;
- > границы публичных сервитутов.

Материалы по обоснованию:

- > границы существующих ЗУ;
- > границы ЗОУИТ;
- > местоположение существующих ОКС;
- > границы особо охраняемых природных территорий **ООПТ**;
- > границы территорий ОКН;
- > границы лесничеств, участковых лесничеств, лесных кварталов, лесотаксационных выделов или частей лесотаксационных выделов.

Комплексное развитие территорий

КРТ



Туристические схемы и мастер-планы

Это отраслевые комплексные документы стратегического планирования, затрагивающие пространственные и социально-экономические факторы. Включают паспорта конкретных проектов и дорожную карту их реализации с описанием модели финансирования и управления реализацией.

Эти документы, с одной стороны, обладают гибкостью – возможностью чутко реагировать на изменения в процессе разработки, с другой стороны – на этапе реализации возникают сложности, если зоны ответственности не закрепить «в ручном режиме», что качественно не так в случае жестко регламентированных по порядку разработки документов.

Уровни туристических схем и мастер-планов



Федеральный

Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации



Региональный/ межрегиональный

Туристические схемы макротерриторий и отдельных субъектов



Местный

Туристический мастер-план муниципального образования или отдельного объекта: всесезонного курорта, гостиничного комплекса, кластера, иных

Инициация разработки ТМП может производиться как органами власти разных уровней, так и представителями бизнеса, в том числе крупными ресурсными организациями.

Разработка при этом может вестись коммерческими и некоммерческими организациями.

В случае, если разрабатывается ТМП населенного пункта или его части, во избежание конфликта интересов, их держателями должны быть органы власти. Бизнес может быть держателем ТМП, если он разрабатывается для конкретного объекта.

Стратегическая сессия



В 2023 году была поведена обратная связь по туристическому мастер-плану Большого Золотого Кольца по инициативе ООО «ПроГород»

Решение задач:



Туристическая схема Большого Золотого Кольца была разработана в первой очереди 12 туристических мастер-планов в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»

Контекст

Схема разработана в 2022 году, утверждена резолюцией курирующего заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Д.Н. Чернышенко в марте 2023 года, официально разослана в субъекты Министерством экономического развития Российской Федерации

В сессии приняли участие представители 9 регионов БЗК: РОИВ в туризме – 20 человек, муниципалитетов – 30 человек

Задачи сессии

1 такт

Определить отношение к туристической схеме в целом: был ли запрос на разработку, какие достоинства, недостатки, уникальность видят

2 такт

Осмысление состава схемы – блоков предпроекта, аналитики и стратегии: чем дополнить, что изложено избыточно, насколько та или иная часть полезна/применима

3 такт

Разработка паспортов приоритетных проектов: описание финансовых и нефинансовых инструментов реализации, модель управления и пошаговый план реализации

Результаты стратегической сессии

Результаты стратегической сессии – обратная связь на ТМП БЗК от региональных и муниципальных властей

Общие наблюдения



- > Нет преемственности разработка-реализация: часто за время смены циклов команда в муниципалитете меняется – каждый новый сотрудник должен погружаться в документ заново, при этом никаких руководств по реализации ТМП не существует
- > Представители регионов разбираются в ТМП БЗК лучше, чем муниципалы

В чем достоинства и уникальность?



- > Высокое качество материалов
- > Материалы ТМП – инструмент получения бюджетных средств для реализации проектов за счет их подачи на гранты, конкурсы
- > Площадка для общения регионов между собой по вопросам развития туризма
- > Можно увидеть и перенять успешный опыт соседних муниципальных образований
- > Очень полезны аналитика и предложения по работе с кадровыми вопросами
- > Обширная аналитика по всей инфраструктуре и социально-экономическим вопросам
- > Утверждена резолюцией Д. Чернышенко

Что улучшить, добавить?



- > Нужно, чтобы разработчики чаще выезжали на местность
- > Во время сбора исходных данных и разработки нужно подключать муниципалитеты – например, их невключение порождает неточности при выборе ЗУ для всесезонных курортов и, как следствие, издержки на этапе реализации ТМП
- > Надо отражать больше локальных брендов – их больше, чем есть в ТМП
- > Неясно, как финансировать реализацию отдельных проектов – нужно больше инструментов
- > В предложения по кадрам в туризме можно добавить инструменты по переобучению местных жителей для работы в гостиничном бизнесе и туризме
- > Добавить стратегию гастрономического туризма
- > Вместо одной большой гостиницы можно предлагать несколько маленьких – в том числе планировать их в исторических зданиях
- > В анализе и предложениях по коллективным средствам размещения **КСР** важно учитывать то, как разные группы туристов будут взаимодействовать с местными жителями и средой и продумывать размещение любителей экстремального отдыха иначе, чем, к примеру, семейных групп
- > Для инвестиционных проектов нужна более детальная проработка, чтобы с ними можно было идти к инвесторам
- > Была бы полезна единая навигационно-транспортная межмуниципальная/межрегиональная стратегия между объектами показа
- > Важно продумывать стратегию передвижения не только больших тургрупп на больших автобусах, но и маленьких – на небольших транспортных средствах, в том числе для семейных тургрупп
- > В дорожные карты ТМП можно добавить разработку ТМП местного уровня – населенных пунктов в составе макротерритории
- > Нужны механизмы перебалансировки туристского потока для использования муниципалитетами

Несмотря на то, что многие предложения по обратной связи могут быть учтены для разработки будущих туристических схем, они остаются инструментами межрегионального уровня и не могут детально описывать комплексное развитие туризма на местном уровне – это не задача туристической схемы и время на такую детализацию не заложено.

Резюме по задачам исследования



Определить наличие местных инициатив по развитию туризма и их принадлежность к местным сообществам и органам власти



Понять положение местных инициатив в разработке и реализации туристических мастер-планов



Выявить проблемы, с которыми сталкиваются местные инициативы в развитии туризма



Определить проблемы во взаимодействии по стратегическому развитию туризма между местными инициативами и региональными, федеральными органами власти

Для кого эти рекомендации?

Наша гипотеза подтвердилась – у местных инициатив есть запрос, но нет инструментов для комплексного развития туризма на своей территории.

Основные подтверждения мы получили в процессе серии интервью. При этом корреляции между принадлежностью собеседников к какой-либо одной из групп местных сообществ мы не выявили – люди, которые хотят развивать туризм комплексно и включаться в процесс стратегически, встречались среди представителей органов местного самоуправления, малого и среднего предпринимательства, специалистов в области стратегического и пространственного планирования.

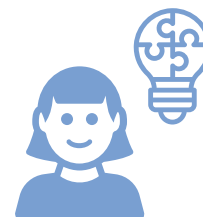
Поэтому наши рекомендации – для всех амбициозных людей, которые хотят развивать туризм на своей территории комплексно и готовы посвятить этому свою профессиональную деятельность.

Структура рекомендации



Рекомендации по реализации местных инициатив в развитии туризма

Мы предлагаем местным инициативам путь, который можно пройти для разработки ТМП, структура рекомендаций отражает цикл жизни этого документа. То есть рекомендации – это пошаговая инструкция по инициации, разработке и реализации ТМП местного уровня



Региональный куратор

Мы провели анализ для определения структуры, способной выполнять функции регионального куратора по развитию туризма «сверху»

1



Инициация

С чего начать, как подступиться к местному ТМП

с. 29

2



Разработка

Как вести разработку самостоятельно и с привлечением команд разработчиков

с. xx

3



Реализация и мониторинг

Как искать финансирование, разрабатывать модель управления проектами, отслеживать эффекты от реализации, актуализировать

с. xx



Инициация

Итак, вы приняли решение заняться развитием туризма на своей территории. Мы рекомендуем подойти к этому вопросу комплексно и разработать туристический мастер-план. В этом разделе описан начальный процесс – путь, который вы можете пройти для апробации своих идей и подготовки к процессу разработки.

Структура рекомендации

Первым делом предлагаем вдохновиться успешными практиками по развитию туризма!



Шаг 1

Понять положение местных инициатив в разработке и реализации туристических мастер-планов



Шаг 2

Собираем стартовую команду развития



Шаг 3

Разрабатываем предпроект



Шаг 4

Заручаемся поддержкой власти и бизнеса



Шаг 5

Актуализируем техническое задание по продукту



Шаг 6

Определяем потенциальные источники финансирования

Город Мышкин, Ярославская область

Кейс

Как жители сами развивают свой город

Название города, символ мыши, в настоящее время является его визитной карточкой, с целью продвижения которого представители туристической инфраструктуры города и района активно занимаются развитием узнаваемости своей территории. Особое место в этом вопросе занимает каждый год проводимые властью и местными жителями фестивали разного уровня, такие как «Фестиваль мыши», «Мышкинский самоход», «Мышинские театралинки», «Семейный круг» и другие. Первым этапом стало создание в Мышкине общественного туристического бюро в конце 50-х годов прошлого века.

В 60-е годы был создан первый объект показа – Народный музей. Позже, через 20 лет был создан кооператив в сфере туризма, в результате чего был открыт первый туристический сезон, сразу принесший прибыль.

В 80-е годы на помощь развитию туризма в городе пришла районная администрация, в штате которой был открыт отдел туризма.

В 90-е годы город Мышкин впервые принял массовый поток туристов. Основным объектом показа являлся Народный музей и сам исторический город, экскурсии по которому проводили грамотные, влюбленные в него экскурсоводы из числа местных жителей, дружелюбность которых, является особой достопримечательностью города.

Сначала горожане наладили сувенирное дело – возле музея вскоре был открыт «детский рынок», на котором дети продавали приезжим свою сувенирную продукцию. А решение проблем с размещением и питанием туристов взял на себя глава района, и в течение трёх лет с помощью инвесторов были построены рестораны и гостиницы. Также стоит отметить, что с помощью участия областных органов власти был построен туристско-игровой комплекс «Мышины палаты». В настоящее время в Мышкине более трех десятков объектов показа, и до сих пор работает «Народный музей».



Всё это инициативы местных жителей, которым не безразлично развитие города. Многие инициативы послужили развитию сувенирного дела, массы уникальных культурных событий, десятков новых музеев созданных из коллекций и руками местных жителей.

Для того, чтобы понять потенциал дальнейшего развития территории нужно проверить:

Что уже есть на вашей территории?

Какие стратегические документы (стандарты, стратегии, генеральные планы), нормативно-правовые акты, инициативы и проекты реализуются

Где найти информацию о развитии туризма?

Изучаем документацию на сайте администрации муниципального образования или городского поселения и профильным министерств региона (туризм, строительство, культура и т. д.)

Для чего вам эти документы?

Изучение ключевых документов по туризму позволит определить возможности отрасли, определить приоритеты развития для вашей территории и следовать им.



Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов



Стратегия пространственного развития РФ на период до 2025 года

Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года

В качестве приоритетных территорий предлагает развивать те, где туризм определен как перспективная экономическая специализация.

Что полезно можно найти в стратегии?

- > Понятийный аппарат отрасли
- > Задачи (они же приоритеты развития туризма)
- > Ключевые инструменты развития туризма (турпродукт, планирование туристских территорий, инфраструктура, кадровая политика и образование)

Стратегия пространственного развития РФ на период до 2025 года

Определяет туризм как перспективную экономическую специализацию для 73 регионов.

Что полезно можно найти в стратегии?

- > Формулирует цели, задачи и приоритеты пространственного развития малых и больших территорий
- > Описание внедрения новых механизмов развития территорий
- > Приоритизация создания макрорегионов и их состав
- > Перечень приоритетных перспективных специализаций для каждого субъекта РФ

Что вы здесь найдёте?



Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»



Увеличение внутренних туристических поездок **в 2,2 раза** по сравнению с 2019 годом. Увеличение количества рабочих мест в отрасли **до 4,7 млн.** Увеличение объема экспорта туристических услуг **в 2 раза.**

Чем национальный проект полезен для нас?

- > Механизмы развития туристической инфраструктуры
- > Приоритеты повышения доступности туристических услуг
- > Совершенствование системы управления в сфере туризма
- > Меры государственной поддержки и гранты в сфере туризма

Государственная программа РФ «Развитие туризма»



Определены 12 макротерриторий приоритетного развития туризма. Ведется разработка туристических мастер-планов на пилотные макротерритории:

- > Большое Золотое кольцо
- > Дальний Восток
- > Западный Юг

Зачем нам знать о возможностях госпрограммы?

В основу государственной программы заложены ключевые механизмы финансирования приоритетов нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Где посмотреть о раскрытии потенциала развития территории?



Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации

Базовый анализ и определение основных тенденций пространственного развития туризма в Российской Федерации



Туристическая территориальная схема — проект долгосрочного пространственного планирования с акцентом на развитие туристического потенциала. Объединение природных, историко-культурных, инфраструктурных ресурсов и человеческого капитала позволит создать уникальную связанную туристическую инфраструктуру с высоким уровнем оказания услуг, сформировать современную комфортную среду для жителей и туристов, расширить возможности для бизнеса и привлечения инвестиций.

Основной целью разработки федеральной туристической схемы является раскрытие потенциала внутреннего туризма, увеличение доли туризма в ВВП России, рост числа занятых в отрасли и развитие территории страны как единого туристического пространства, состоящего из уникальных региональных брендов, посредством анализа туристского потенциала регионов и выявления перспективных точек притяжения туристического спроса для дальнейшего поэтапного освоения и развития.

Что есть из документов в вашем регионе и муниципалитете?



Стратегия социально-экономического развития региона

Представляет собой систему мероприятий, направленных на реализацию долгосрочных задач социально-экономического развития страны с учетом рационального вклада регионов в решение этих задач, определяемого реальными предпосылками и ограничениями их развития.

Государственная программа по развитию туризма в субъекте РФ

Выработка механизмов финансовой и других видов поддержки приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности, направленных на развитие внутреннего, въездного, социального, сельского и детского туризма территории.

Генеральный план территории

Проектный документ, на основании которого осуществляется планировка, застройка, реконструкция и иные виды градостроительного освоения территорий.

Состав:

- > общие данные по рабочим чертежам;
- > разбивочный план;
- > план организации рельефа;
- > план земляных масс;
- > сводный план инженерных сетей;
- > план благоустройства территории;
- > выносные элементы (фрагменты, узлы).

Эти документы размещены на сайтах Правительств регионов и администраций муниципалитетов в разделах «Нормативно-правовые акты» или «Документы»

В регионе уже может быть разработан стратегический документ по аналогии с туристическими мастер-планами территорий



Он может называться по-другому, но смысл его разработки будет отвечать запросу будущей команды конкретно вашей территории.

Мастер-план или туристический мастер-план, если он есть, будет характеризоваться общими принципами развития региона или его части. Ваша задача взять полезное из этого стратегического документа, а также развивать свою территорию, учитывая общие приоритеты и особенности выработанные для уже существующего документа.

Существующий документ может быть подготовлен некачественно, но он всё равно будет содержать полезную информацию, которая ускорит процессы анализа и описания конкретно вашей территории.

Уже существующими вспомогательными документами территории могут быть:

- > Туристические маршруты
- > Стратегия развития туризма
- > Комплексный план развития туризма,
- > Локальные дорожные карты по конкретным туристическим проектам и т. д.

Как поступаем?

1. Мониторим подобные документы, начиная с регионального уровня и заканчивая местным.
2. В найденных документах ... ???

Где прочитать о туризме в целом?

Скобкин С.С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма, 2019

Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов – Москва : Издательство Юрайт, 2021

Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма: учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021

Александрова А.Ю., Аигина Е.В. Стратегии развития туризма в странах и регионах мира. учебник - Москва. Кнорус, 2023

Ускова Т.В., Орлова В.С., Леонидова Е.Г. Туристский потенциал территории: оценка, развитие и продвижение. Учебно-методическое пособие - ИСЭРТ РАН, 2019

Лысакова, Л.А. Туризм: учебное пособие – Москва: ФЛИНТА, 2020

Определяем вид продукта и его состав



Проанализировав стратегические документы и изучив базовую отраслевую литературу, вы поймете, что универсальным документом по развитию туризма является разработка туристического мастер-плана.

Ведь это комплексный документ по развитию туризма, максимально затрагивающий пространственную специфику развития отрасли в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

В рамках этой работы Вам необходимо будет пройти путь от создания рамочной концепции на 1 этапе, до комплексного документа – туристический мастер-план на 2 этапе.

Предлагаем вам путь по созданию продукта в два этапа:

1 этап Предпроект

Совокупность профессиональных взглядов на современное состояние и прогноз основных направлений развития туризма территории. Включает предложения по генеральной и территориальной схемам управления туризмом, активизации экономического роста туризма и достижению прогнозных результатов.

Итогом предпроекта будет буклет, презентация, плакатом и прочее. Главное – в этом документе должны раскрыться ключевые цели, которых удастся достичь территории при реализации ТМП.

2 этап Туристический мастер-план

Документ, который формирует состав и содержание параметров туристического проекта и обеспечивающей инфраструктуры в соответствии с выявленными приоритетами развития туризма территории.

В состав мастер-плана уже войдет расширенный состав документа, затрагивающий целостную картину приоритетов развития туризма на территории.

Команда территории на старте



Перед стартом подготовки предпроекта давайте определим для кого мы его готовим?

Важно начать разработку предпроекта понимая, кто основной потенциальный заказчик и смоделировать его основной запрос, ответ на который он получит при презентации ему предпроекта.



Для того, чтобы разработать предпроект вам необходимо собрать стартовую команду

Предпроект нельзя делать в одиночку. В команде должны быть сподвижники и люди, разбирающиеся в разных аспектах формирования траектории развития туризма, даже на этапе инициации.

И прежде чем идти за поддержкой к потенциальным заинтересантам – инвесторам вам необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Кому конкретно мы хотим адресовать концепцию?
2. Сформулировать ключевые убедительные аргументы под выбранного субъекта.
3. Проанализировать приоритетные направления работы субъекта (зоны интересов).
4. Реализуют ли субъекты благотворительные программы и проекты.
5. Понять ключевой запрос субъекта на данной территории. Что для них стратегически важно развивать на территории?

Как собрать команду для развития туризма снизу и какие компетенции нужны? Кого привлечь, если на местном уровне компетенций не хватает?

Компетенции команды – программа максимум

Необязательно идеализировать по составу команды на старте работы, главное, чтобы люди вовлеченные в процесс действительно были компетентны в базовых запросах инициативы.

Архитектор

Разработка новых и оптимизации существующих объемно-планировочных решений окружающей среды, необходимых для нормального функционирования территории; запрос, ответ на который он получит при презентации ему предпроекта.

Урбанист - городской планировщик

Специалист по планированию комфортной для проживания городской среды.

Аналитик

Специалист, который работает с данными: собирает их, обрабатывает, изучает и интерпретирует.

Визуализатор данных

Обработка информации и представления результатов анализа в виде графиков, диаграмм и т. д.

СММ-специалист

PR и всё с ним связанное.

Специалисты (в зависимости от потребности):

Социолог

специалист изучающий общественное мнение и многие другие явления, из которых складывается понимание потребностей населения в тех или иных сервисах

Статист

Специалист занимающийся вопросами сбора, измерения, мониторинга, анализа массовых статистических данных и их сравнение; изучение количественных показателей

Специалисты по инфраструктуре

Экономист, экономгеограф

Туроператоры

Где найти компетентную команду?



Команда по разработке туристического мастер-плана включает в себя экспертов из разных областей. Не питайте себя иллюзиями что один специалист может нарисовать генплан, провести соцопрос, рассчитать финансовую модель и создать туристический продукт.

Привлекайте профильных экспертов, чтобы получить качественный результат!

Также не стоит забывать, что от того кто попадёт в вашу команду зависит имидж всего процесса. Зачастую немаловажно заручиться поддержкой лидеров общественного мнения.

Привлечение профильных компаний для разработки ТМП в качестве коммерческого предложения для получения основного заказа

Многие архитектурные бюро и отдельные специалисты работают по такому принципу

Привлечение инвесторов

Могут выступить: местные предприниматели; крупные флагманские предприятия; резиденты территории, заинтересованные лица в развитии данной территории

Приглашение экспертов по недостающим компетенциям команды

С перспективой взаимодействия на платной основе на следующем этапе реализации

Привлечение студентов в рамках прохождения практики или в структуре существующих программ ВУЗов

Распространённая практика, когда студенты СПО и ВО проходят практику, пишут курсовые и квалификационные работы работая с проектируемой территорией

Город Сысерть, Свердловская область

Кейс

Команда – это не только инициативные жители города!

За последние пять лет в Сысерти был запущен проект «Лето на Заводе», начата реконструкция набережной, развился малый и средний бизнес, активно обсуждаются планы по возведению нового комфортного жилья.

В городе работает Агентство развития Сысерти, в команде которого компетентные специалисты различных направлений, стратегически важных для развития современного города. Примечательно, что 90% членов команды Агентства - не являются жителями города. Сысерть достигла высоких результатов благодаря верной бренд-стратегии. Жители полны инициатив, активно участвуют в жизни города. Сысертский Железодельный завод был превращен в креативный кластер с площадками для выступлений, мастер-классов и торговли.

Глава Сысерти Дмитрий Нисковских считает, что город может выступать пилотной площадкой для любых инновационных проектов в сфере туризма, благоустройства, образования, бизнеса и культуры. Местная команда готова на любые эксперименты, удачный опыт можно будет повторять в других городах.

«Сысерть – место объединения людей, жители, переезжая сюда, делают осознанный выбор. Система, в которой мы работаем, позволяет слышать разные мысли, предложения, инициативы. Мы не противостояем местным жителям, а даем реализовывать их проекты на территории округа. Так появился проект «Лето на заводе», это была идея жителей. Нам интересно получить новые проекты и внимание государства, для того чтобы реализовывать новые форматы образования, строить школы, дома. В городе есть команда, готовая транслировать успешные проекты в другие регионы», – говорит Дмитрий Нисковских.

«Основной бренд города – это человек, в данном случае – уралец. Сысертцы создали новый имидж города, новый имидж завода Турчиногова, жители гордятся тем, что они сделали, что они родились в Сысерти. Они прекрасно видят перспективы будущего – это наложение новых смыслов поверх смыслов старых, смыслов советской эпохи, смыслов сказов Бажова. Развитие и человек будут смыслами креативного времени, нового Урала, новой России», – объяснил механизм бренд-стратегии политолог Сергей Новопашин.

Команда Сысерти готова делиться опытом и применить свои компетенции для развития других территорий. В своем же городе активисты в альянсе с администрацией и представителями бизнеса планируют апробировать другие идеи, адаптируя их под местную специфику.



Что представляет из себя предпроект, который в дальнейшем вы будете презентовать заинтересанту?

Как показывает практика, большинство из успешно работающих команд развития туризма формировались после «нагреввшего» успешного событийного проекта реализованного там на самом старте.

Это привлекло внимание не только местных властей, но и заинтересантов извне. Подобные успешно реализованные имиджевые события позволяют инициаторам стать ближе к лицам принимающим решения на территории, что в свою очередь упрощает коммуникацию и повышает уровень доверия сторон.

Цель

Возможность наглядно демонстрировать преимущества документа и потенциал развития территории ключевым стейкхолдерам

Задача

Основная задача концепции заключается в раскрытии потенциала развития территории в туристическом направлении и в донесении ценности туристического мастер-плана как документа, отражающего стратегическое видение и приносящего дополнительные возможности финансирования.

Эффекты

1. Комплексное развитие территории и инфраструктуры.
2. Новые возможности для бизнеса, развитие новых направлений МСП и расширение существующих.
3. Повышения уровня занятости и благосостояния местных жителей.
4. Решение накопившихся социальных проблем.
5. Продвижение территории как туристической.
6. Улучшение качества окружающей среды.
7. Новые ценности у молодого поколения

Город Сатка, Челябинская область

Кейс

Поддержка местной власти – путь к успеху!

Город с населением 40 тысяч жителей расположен поодаль от крупнейших экономических и культурных центров Приуралья. Туристы, приезжающие в Сатку, едут целенаправленно и это важно. Сатка – первый город в Челябинской области, принявший стратегический план в декабре 2006 года до 2020 года.

В 2020 году город принял стратегический план до 2035 года. В конце каждого года при принятии бюджета обязательно рассматривается стратегический план, реализация, корректировка и на что нужно обратить внимание при принятии бюджета на следующий год. Образован фонд содействия развитию Саткинского муниципального района, куда предприятия перечисляют средства, можно открыть целевое направление по развитию любого проекта. За счет средств фонда было отремонтировано более 120 частных домов на гостевых улицах (итальянские кварталы).

Одно из успешных достижений – принятие отдельной стратегии социокультурного развития Сатки, что позволило узнать о городе как о центре развития культуры в Челябинской области и Южном Урале. Тематика социокультурного развития переносится теперь и на благоустройство. Проект благоустройства самой длинной улицы Пролетарской создавал народный художник И. Коржин, который учел специфику и название улицы. Сегодня это одна из самых узнаваемых улиц в регионе.



С 2004 года шахматы являются обязательным предметом во всех первых классах Саткинского муниципального района. В 2015 году этот проект перенесли на уровень области. Провели мониторинг, который показал, что у детей, занимающихся год шахматами, личностные компетенции в сфере внимания, концентрированности, скорости мышления, вариативности вырастают на 15-20% по сравнению с остальными. В настоящее время из 80 школ Челябинской области в 70% шахматы преподаются по опыту Сатки. Важно, что не ставилась цель развития спортивных шахмат. Все выпускники детских садов и первых классов в мае играют итоговые соревнования, а победителей берут в спортивные шахматы. Проводится обучение педагогов по шахматам. За нашим опытом обучения обращаются другие регионы России, мы готовы делиться методиками наработками.

– Н.П.Бурматов, Председатель Совета депутатов г. Сатка

Что учитывать при подготовке предпроекта?



1. Вид презентации в которой будет изложено содержание предпроекта.
2. Наличие обязательных разделов в структуре (частично дублирующие будущий ТМП).
3. Ограниченность презентации во времени – она должна быть короткой но емкой.
4. Доступность повествования и содержания предпроекта.
5. Иллюстрации и яркие примеры, визуализация (возможны заимствования для наглядности).

Предпроект состоит из:

Пространственная составляющая

Картографические и кадастровые материалы территории. Визуализация идеи.

Границы и состав территории

Административно-территориальное устройство. Что входит в территорию.

Раскрытие туристического потенциала территории

Природные и общественные возможности для развития туризма. Способность имеющихся на территории региона туристских ресурсов привлекать внимание туристов и обеспечивать максимально полное удовлетворение их потребностей во время путешествия.

Инфраструктура и необходимые ресурсы

Что уже создано и функционирует на территории для дальнейшего её развития, а также ресурсообеспеченность. Потребность в создании новых инфраструктурных объектов. Включает объекты размещения, питания, показа, а также торговые точки и визит-центры. Ресурсное обеспечение рассматривается в контексте развития малого, среднего предпринимательства и инвестиционных площадок региона.

Пространственное концептуальное планирование

Концепция пространственного развития определяет местоположение важных объектов туристической инфраструктуры с их обязательным учетом в документах территориального планирования муниципального уровня. Содержит анализ, схемы и решения по пространственному развитию региона.

Туристические продукты

Комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия. К туристическим продуктам относятся также продукты интеллектуальной деятельности, которые повышают привлекательность территории и создают условия для привлечения туристов (туристические маршруты, событийное наполнение территории).

Прогнозируемый поток туристов

Рост потока туристов после реализации концепции и ТМП.

Прогнозируемые экономические и социальные эффекты

Динамика изменений (увеличение) экономических и социальных показателей территории.

Поддержка власти и бизнеса



Поиск поддержки, продвижение
продукта на уровне власти
и системного бизнес-флагмана

Какие
существуют траектории
взаимодействия?

Инициатор



Администрация территории (ТМП МО)

Работа через компетентные подразделения администрации муниципального образования, с последующим выходом на главу администрации. Необходимо заручиться поддержкой (заинтересовать).

Инициатор



Градообразующее предприятие/
Крупный бизнес/Меценат

Работа с градообразующим системным предприятием – заинтересантом развития территории и готовым вкладывать ресурсы в неё. Не всегда флагманское производство относится к туристической отрасли. Развитие территории нахождения производства обеспечивает благоприятную динамику в рабочей силе и общую привлекательность муниципалитета.

Инициатор



Региональная власть
(Межмуниципальный уровень)

В зависимости от масштаба и потенциального приоритета стратегического развития выбранной территории и её веса (в том числе и прогнозируемого) в структуре экономики региона возможны варианты отработки стратегических документов с РОИ-Вами и руководством региона, а также при выявленной заинтересованности таковых на начальных этапах.

Город Киржач, Владимирская область

Кейс

Зачастую территорию развивают флагманы

За последние 7 лет Киржачская типография вложила более 250 миллионов собственных средств в развитие города. Командой типографии было принято решение вкладывать 10% прибыли в городскую среду. За это время уже создано более 30 арт-объектов, 4 частных музея, гостевые дома на базе старых купеческих полукаменных домов. Музей меди и латуни Киржача в настоящее время в десятке лучших музеев Владимирской области.

Помощь и поддержка городских властей не финансовая, а в предоставлении электричества, разрешительной документации и поддержке инициатив. Считается, что один частный вложенный рубль равен трем, а иногда и четырем вложенным государственным рублям. Достижениями можно считать то, что город Киржач не был точкой притяжения, принимал один туристический автобус в месяц, а в настоящее время принимает 5-7 автобусов в неделю. Также имеются 2 га плодово-ягодных садов, 6 га смородиновых садов собственное виноделие, винный туризм. В планах строительство кирпичного завода, что позволит активнее благоустраивать и развивать город.

– Е.С. Федоров,
меценат, почетный гражданин города Киржач



Уточнение содержания продукта

Техническое задание



После формирования команды и определения ключевых стейкхолдеров, инвесторов и заинтересованных в развитии туризма на территории осуществляется вторичная калибровка технического задания туристического мастерпланирования и финализация подходов к созданию туристического продукта с учетом актуального запроса заказчика, инвестора и т. д.



*На этом моменте
предлагаем подвести итоги
пройденного пути*

Поиск ресурсов, продвижение продукта

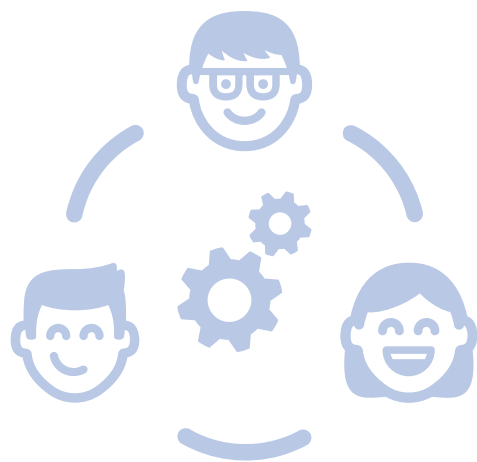


Куда обращаться за ресурсной поддержкой?

Для того, чтобы определить источники ресурсов и поддержки нужно понять кто главные заинтересанты территории.

Как правило это:

- > Местная администрация
- > Градообразующее предприятие
- > Крупный бизнес
- > Местный меценат
- > Региональная власть
- > Государственные грантовые конкурсы местного, регионального всероссийского уровней
- > Частные грантовые конкурсы по тематическим направлениям



Какие существуют меры грантовой поддержки на трёх уровнях власти: местном, региональном, всероссийском?

Федеральный уровень

Фонд президентских грантов

Поддержка институтов гражданского общества.

По каким направлениям можно заявляться в контексте развития туризма:

- > Охрана здоровья граждан, пропаганда здорового образа жизни;
- > Оддержка молодежных проектов;
- > Сохранение исторической памяти;
- > Охрана окружающей среды и защита животных;
- > Укрепление межнационального и межрелигиозного согласия;
- > Развитие институтов гражданского общества.

В конкурсе могут участвовать некоммерческие неправительственные организации **НКО**, соответствующие требованиям отбора. Проекты могут быть направлены на системное развитие определенного направления деятельности, проведения событий в рамках обозначенных тематических направлений, частичное создание новой инфраструктуры или ремонт существующей – не более 20% от суммы гранта.



Федеральный уровень

Президентский фонд культурных инициатив

Поддержка проектов в сфере культуры, искусства и креативных индустрий, креативные стартапы.

Какие проекты заявлять в контексте развития туризма:

- > В области культуры и академического (классического) искусства;
- > Межотраслевые, сетевые культурные и кросс-культурные проекты;
- > По выявлению и поддержке молодых талантов в области культуры, искусства и креативных индустрий;
- > В креативных индустриях;
- > Предусматривающие проведение фестивалей, премий, форумов в области культуры, искусства и креативных индустрий;
- > Стартапы в области культуры, искусства и креативных индустрий; проекты в области современной популярной культуры

В конкурсе могут участвовать некоммерческие неправительственные организации **НКО**, муниципальные бюджетные учреждения и предприятия, индивидуальные предприниматели и коммерческие организации (ООО, ОАО и т. д.) соответствующие требованиям отбора.

В конкурсе 9 тематических направлений!

Проекты могут быть направлены на системное развитие определенного направления деятельности, проведения событий в рамках обозначенных тематических направлений, частичное создание новой инфраструктуры или ремонт существующей – не более 20% от суммы гранта.



Региональный и местный уровни

Региональный конкурс грантов

Поддержка институтов гражданского общества и проектов в сфере культуры и искусства. Как правило основной грантовый конкурс региона объединяет в себе специфику, технологию работы и направленность двух федеральных грантовых конкурсов: Фонд президентских грантов и Президентский фонд культурных инициатив.

В конкурсе могут участвовать некоммерческие неправительственные организации НКО, соответствующие требованиям отбора.

Как правило, проекты могут быть направлены на системное развитие определенного направления деятельности, проведения событий в рамках обозначенных тематических направлений, частичное создание новой инфраструктуры или ремонт существующей – не более 20% от суммы гранта.

Информация о конкурсах доступна на сайтах правительств регионов и муниципальных образований, а также на сайтах общественных палат и центров развития НКО.

Частные грантовые конкурсы по тематическим направлениям



В чём особенности негосударственных фондов грантовой поддержки?

Благотворительный фонд Владимира Потанина

Несколько грантовых конкурсов поддержки проектов в сфере культуры и спорта

Музей 4.0

Это единственный конкурс в программе «Музей без границ», который предоставляет широкую палитру возможностей для развития разных типов музейных организаций. С 2018 года конкурс расширяет деятельность Фонда по поддержке музейных проектов, способствующих вовлечению российских музеев в решении социально значимых задач, повышению их открытости к экспериментам и актуализации программы их публичной деятельности.



Спорт для всех

Конкурс, который реализуется Фондом с 2021 года, продолжит поддерживать инициативы некоммерческих организаций по развитию любительского спорта как социокультурного феномена, способствующего укреплению социальных связей и развитию человеческого капитала, реализации проектов с устойчивыми социальными эффектами.



Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко

Несколько грантовых конкурсов поддержки проектов в сфере культуры и спорта

Культурная мозаика

Конкурс направлен на повышение активности местных сообществ в городах до 50 тыс. жителей и сельских поселениях через поддержку социокультурных проектов, направленных на развитие территории.



Новые искатели

Конкурс для детей и подростков, живущих в малых городах и селах численностью до 200 000 чел. Лимит поддержки до 100 000 руб.



Институт менторства малых территорий, Ульяновская область

Системный поиск ресурсов на разных уровнях взаимодействия для поддержки местных инициатив

Уникальность программы менторства в Ульяновской области отличается системным подходом в развитии малых территорий с помощью формирования и обучения команд устойчивого развития с самой территории. Проектом охвачено 10 муниципальных образований, реализовано 29 флагманских проектов, на которые привлечено свыше 28 млн рублей внебюджетных средств.



Привлечение ресурсов на развитие музеев в Тотьме, Вологодская область

Опыт муниципалитета-лидера по привлечению грантовых средств на развитие туризма

Тотемский район Вологодской области поистине является одним из муниципалитетов лидеров в России по привлечению внебюджетных средств на развитие своих музейных сообществ и общественных пространств. Силами местных инициативных жителей на проекты и инфраструктуру за период с 2014 по 2022 годы привлечено в 126,7 млн рублей.

Уже реализовано 135 местных инициатив, инициаторами которых являются местные жители, наиболее яркий – музей солезавода в деревне Варницы.





Разработка

Текст

Разработка ТМП



Шаг 1

Создание на территории юрлица,
занимающегося разработкой ТМП



Шаг 2

Написание технического задания
на разработку ТМП



Шаг 3

Аудит и пересборка команды



Шаг 4

Разработка ТМП
как итогового документа

Как оценить туристический потенциал территории?

Интерес туристов к территории определяется наличием точек притяжения туристов: природных, исторических, социально-культурных и других объектов, расположенных на территории. Также важны уникальные природные явления, событийные мероприятия и местная гастрономия.

Это – туристический потенциал территории и он зависит от количества объектов, их уникальности, популярности, физического состояния, а также наличия туристических маршрутов между ними

Для чего анализировать?

Для оценки значимости точек притяжения, дальнейшего выявления приоритетных и дополнительных территорий и видов туризма.

Какие инструменты использовать?

- Сбор информации - анализ социальных сетей (пользовательские фотографии, сделанные рядом с точкой притяжения и размещенные в социальных сетях в разные сезоны, упоминаемость, эмоциональная окрашенность отзывов).
- Рейтинг точки на геоинформационных платформах
- Тепловые карты
- Социокультурное картирование

Где взять данные?

Существует множество источников, из которых можно получить первичную информацию о точках притяжения для туристов и их востребованности:

- об объектах всемирного культурного наследия — из списка ЮНЕСКО;
- о памятниках архитектуры — из Единого государственного реестра ОКН (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации;
- о музеях — из Всероссийского реестра музеев;
- об объектах гастротуризма — из Рейтинга гида Michelin, премии WhereToEat 2021;
- о промышленных объектах, имеющих потенциал по привлечению посетителей с туристическими целями — из Перечня предприятий, сотрудничающих с проектом по развитию национального промышленного туризма «Промтуризм» от Агентства стратегических инициатив;
- о санаториях, спа-центрах, ретрит-центрах — на интернет-портале санатории-россии.рф, государственного реестра курортного фонда РФ и т.д.

Как оценить туристический потенциал территории?

Порядок оценки

Туристический потенциал территории можно оценить путем оценки по балльной системе.

15 -18 баллов — высокий

10 -14 баллов — средний

6 - 9 баллов — низкий

менее 6 баллов — крайне низкий

Оценка количества объектов — определяется подсчетом всех точек туристического притяжения на территории:

1 балл — менее 10 на 1 тыс. кв. км;

2 балла — от 10 до 30 на 1 тыс. кв. км;

3 балла — более 30 на 1 тыс. кв. км.

Оценка степени уникальности —

1 балл — объекты региональной значимости, служащие направлениями для поездок внутри региона и из прилегающих регионов на расстояние до 500 км;

2 балла — объекты межрегиональной значимости — служат основной целью туристических поездок в рамках группы соседних регионов на расстояние от 500 до 1,5 тыс. км;

3 балла — выявляются уникальные объекты и объекты федеральной значимости (служат основной целью туристических поездок по всей стране для жителей Российской Федерации и привлекают иностранных туристов), к которым туристы готовы преодолевать расстояния более 1,5 тыс. км;

Популярность объектов:

1 балл— менее 300 000 чел. в год

2 балла — от 300 000 до 1 млн чел. в год

3 балла — более 1 млн чел. в год

Физическое состояние — на основе результатов экспертизы или по итогам визуального осмотра и определяется как хорошее, удовлетворительное и неудовлетворительное.

Категории присваиваются по числу объектов в неудовлетворительном состоянии:

1 балл — более 50%

2 балла — от 10 до 50%

3 балла — не более 10%

Связность объектов — на основе расчета обеспеченности маршрутов объектами притяжения. Расстояние между объектами разной значимости:

1 балл— более 60 мин

2 балла — 60 мин

3 балла — 30 мин

Плотность маршрутной сети — наличие на территории маршрутов, обеспеченных значимыми объектами притяжения в пешей доступности более 100 характеризуют большой потенциал для развития. Категории присваиваются в зависимости от числа объектов на нитке маршрута:

1 балл — менее 20;

2 балла — от 20 до 100;

3 балла — более 50.

Как оценить туристический потенциал территории?

Хорошие практики

Москва (Россия)

<https://moscowmap360.ru/karta-pamjatniki-moskvy>

Казань (Россия, Республика Татарстан)

<https://turpotok.com/wp-content/uploads/2019/01/Karta-Kazani-giuseppe.jpg>

Томск (Россия, Томская область)

<http://tic-tomsk.ru/wp-content/uploads/2019/01/%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%81-%D0%94%D0%95%D0%9A181.jpg>

Брест (Республика Беларусь)

https://pikabu.ru/story/turisticheskaya_karta_dostoprimechatelnostey_goroda_brest_6052636

Лондон (Великобритания)

<http://yourcitymap.ru/velikobritaniya/karta-londona-turisticheskaya-karta-centra-londona-s-dostoprimechatelnostyami.jpg>

Сиэтл (США)

<http://yourcitymap.ru/ssha/karta-sietla/turisticheskaya-karta-sietla-s-dostoprimechatelnostyami.jpg>

Литература

Тимошевская А.Ю. Туристские ресурсы и их значение при оценке туристского потенциала региона

<https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-resursy-i-ih-znachenie-pri-otsenke-turistskogo-potentsiala-regiona/viewer>

Сафарян А.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории

<https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-otsenke-turistskogo-potentsiala-territorii/viewer>

Итог

- Карты размещения основных объектов туристического притяжения на территории с обозначением типов объектов;
- Карты туристических маршрутов, существующих на территории;
- Тепловые карты территории с информацией о посещаемости объектов;
- Матрица оценки турпотенциала территории на основе оценки существующих точек притяжения

Как оценить туристический поток на территории?

Существующий турпоток — количество туристических и экскурсионных поездок и приоритетных видов туризма, профиля целевой аудитории путешественника.

Турист — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Делятся на внутренних (проживающих и путешествующих по России) и въездных (иностранные граждане, посещающие страну с туристическими целями).

Экскурсант (неночующий посетитель) — лицо, посещающее страну/место временного пребывания в познавательных, учебных, культурно-познавательных и иных целях на период менее 24 часов без ночевки и использующее услуги экскурсовода (гида).

Для чего анализировать?

Для определения степени востребованности туристических ресурсов территории, перспектив достижения целей развития туризма (роста количества туристических поездок, изменения структуры туристического потока и т.д.), комплексной оценки туристического потенциала территории.

Какие инструменты использовать?

- Профиль туриста / аватар
- Методика определения уровня востребованности отдельных видов туризма, используемая ООО «ПроГород»
- Опросные методы – анкетирование, интервью, фокус-группы)
- Рейтинг туристической привлекательности регионов, разработанный КБ «Стрелка»
- Анализ СМИ
- Большие данные

Полезные источники

Методика определения уровня востребованности отдельных видов туризма, используемая ООО «ПРОГород», использованная при разработке Федеральной туристической межрегиональной схемы территориально-пространственного планирования Российской Федерации до 2035 г. https://arch.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2023/08/24/%D0%AD%D1%82%D0%B0%D0%BF_1_fDjX0Jg.pdf

Максимов Д.В. Методы оценки турпотока <https://onedrive.live.com/edit.aspx?resid=985A29DF723410C2!72434&ithint=file%2cdocx&wdo=2&authkey=!AEi7Imob0lqncUs>

Как оценить туристический поток на территории?

Что важно иметь в виду?

Маленький туристический поток или его отсутствие — свидетельство низкой транспортной доступности или маленького туристического потенциала территории.

Среднестатистические данные по России в 2022 году для сравнения и верификации:

Усредненный портрет туриста — наемный работник, предпочитающий разнообразный отдых с ежедневным посещением новых мест.

40% туристов говорят о предпочтении в регулярных каждодневных поездках в разные места.

Только 10% опрошенных предпочитают никуда не ездить и отдыхать в месте проживания.

Средняя продолжительность поездки туристов, согласно данным о предпочтениях туристов, — 6,5 дней, по данным о транзакциях с банковских карт — 6 дней, в то время как по данным Росстата о средней длительности пребывания в КСР — 3,8 дней.

Среднестатистические расходы туриста 2022:

На транспорт:

- менее 500 км — около 5 000 руб,
- 500-2500 км — около 13 800 руб.
- более 2 500 км — около 37 000 руб.

Проживание в КСР в сутки на чел. ~2350 руб.

Средние расходы в сутки на чел. ~1570 руб.

Кафе/бары/рестораны 26%

Продовольственные магазины 18%

Непродовольственные магазины 7%

Развлечения 6%

Личный транспорт 6 %

Предоставление услуг 5%

Аптеки 4%

Транспорт (на месте) 4%

Прочее 29%

Средняя доля экскурсантов по всем регионам России - 11%

Средние расходы экскурсантов в 2 раза выше, чем у туристов

Средние расходы в день на одного экскурсанта ~2850 руб./ день

Структура расходов экскурсантов

Кафе/бары/рестораны 15%

Продовольственные магазины 17%

Непродовольственные магазины 30%

Развлечения 3%

Как оценить туристический поток на территории?

Полезные источники

Методика оценки турпотока Росстата <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met109-21.pdf>

Нечаева Е.С. Методика позиционно-ранговой оценки туристической привлекательности территорий <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-pozitsionno-rangovoy-otsenki-turisticheskoy-privlekatelnosti-territoriy>

Оборин Матвей Сергеевич, Сарян Акоп Айгазович
Особенности динамики туристских потоков в России <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-dinamiki-turistskih-potokov-v-rossii>

Порядок оценки

Составить профиль целевого путешественника

Значимые параметры:

- Социально-демографический профиль
- Цели поездок
- Предпочтения (по видам туризма, сезону, способу планирования, способу передвижения, проживанию, питанию, длительности поездки, составу группы, бюджету поездки и т.д.) Запросы, ожидания
- Домашние регионы путешественников
- Структура расходов (на оплату проезда до точки входа, проживания, потребительских товаров, услуг и ценностей, приобретаемых для и в ходе осуществления туристических поездок, как для собственных нужд, так и для безвозмездной передачи).

Оценить объем туристических поездок

Для внутренних туристов расчет количества осуществляется на основании данных о лицах, размещенных в официальных КСР и экспертных досчетов

Для экскурсантов — на основании транзакций банковских карт

Для въездных туристов — на основании данных миграционной службы, Росстата, Пограничной службы.

Экскурсанты - Расчет на основании транзакций банковских карт с учетом досчета

Как оценить туристический поток на территории?

Возможная методика оценки

Выгрузка данных ЕМИСС по числу размещенных лиц в КСР и затем досчет «серого» рынка.

Как определить объем предложения «серого» рынка:
Количество номеров на «сером» рынке = (Число номеров в КСР по данным Региона) – (Число номеров в КСР по данным ЕМИСС). Определение числа лиц, размещенных в КСР в «серой» зоне. Число лиц, размещенных в КСР в «серой» зоне = (Коэффициент загрузки официальных КСР – Дисконт на загрузку номеров в «серой» зоне**) x Объем предложения «серого» рынка (в номеро-днях) / Средняя длительность пребывания в официальных КСР x Коэффициент двойной загрузки номеров в КСР.

Предполагается, что различия в характеристиках спроса в «серой» и «белой» зонах по длительности размещения и по составу размещающихся в номерах (двойная загрузка) несущественны.

Досчет индивидуальных средств размещения — квартиры, апартаменты и пр. (ИСР).

Определение объема предложения ИСР путем анализа числа мест в апартаментах и коттеджах, предлагаемых в посуточную аренду. Определение числа лиц, размещенных в ИСР = (Коэффициент загрузки официальных КСР по местам (число ночевков в КСР / число доступных мест) – Дисконт на загрузку номеров в ИСР) x Объем предложения ИСР по местам (в койко-днях) / Средняя длительность пребывания в официальных КСР.

Предполагается, что различия в характеристиках спроса в «белой» зоне КСР и в ИСР по длительности размещения несущественны.

Досчет туристов, размещенных в палатках / кемперах (домах на колесах на базе автомобиля)

= Исходные данные - число лиц, размещенных в ИСР x Экспертный коэффициент. Число лиц, размещенных в палатках / кемперах = (Число лиц, размещенных в ИСР) x Экспертный коэффициент на «дикий туризм».

Досчет размещенных лиц у родственников / друзей

Число размещенных лиц у родственников / друзей = (Число лиц, размещенных в ИСР) x Экспертный коэффициент на «родственников / друзей».

Как оценить туристический поток на территории?

Возможная методика оценки

Оценить сезонность поездок — для расчета могут быть использованы данные по загрузке КСР, расчет на основании транзакций банковских карт, данные Пограничной службы ФСБ России (для въездных туристов).

Оценить регионы отправления и прибытия — для расчета могут использоваться сведения о транзакциях банковских карт, данные о лицах, размещенных в КСР, данные миграционного учета.

Определить ключевые «точки входа» туристов на территорию. При определении ключевых точек входа могут использоваться данные Минтранса.

Определение структуры расходов туристов. Структура расходов туриста определяется по результатам опросов, наблюдений, анализа транзакций банковских карт. На стоимость путешествия влияет множество факторов: доступность региона отправления и прибытия, дальность поездки, способ передвижения, стоимость размещения и стоимость пребывания в регионе прибытия (куда включаются расходы на питание, досуг и транспорт). Расходы на путешествие можно разделить на две большие группы: универсальные (проживание, расходы в день) и изменяющиеся (логистика) в зависимости от региона отправления.

Стоимость поездки возрастает в зависимости от расстояния до цели поездки и доступности видов транспорта. Дополнительным фактором, влияющим на стоимость, является сезонность. Сезонности подвержены проживание и логистика.

Стоимость проживания определяется на основе анализа стоимости суток проживания по КСР, ИСР.

Стоимость логистики определяется на основании данных агрегаторов железнодорожных и авиабилетов, расчета стоимости автомобильных перемещений (определяется как произведение расстояния между городами по автомобильным дорогам, по данным OSM, и средней стоимости топлива. ИНП РАН // ecfor.ru)

Определить приоритетные и дополнительные виды туризма на территории. Определяются наличием объектов, способных притягивать турпоток с территории определенного масштаба — мир, страна, регион.

Как разработать описание инвестиционного лота?

Несмотря на стратегический характер туристического мастер-плана, он должен содержать набор конкретных решений, позволяющих добиться реализации своих ключевых целевых показателей. Одним из инструментов, нацеленных на переход из стратегической плоскости в проектную и помогающих «приземлить» стратегические цели мастер-плана служит формирование набора приоритетных проектов, которые получают более детальную проработку и включаются в состав стратегии.

Инвестиционный лот – один из возможных форматов проработки выбранных приоритетных проектов, планируемых к реализации за счет частных инвестиций, а также в результате заключения концессионных соглашений или договоров о государственно-частном партнерстве.

Проработка инвестиционных лотов в составе туристического мастер-плана позволяет привлечь внимание потенциальных инвесторов к «горячим точкам» территории, обладающим доказанным туристическим потенциалом, и составить представление о ключевых финансово-экономических показателях проекта в первом приближении.

Порядок разработки

Проработка инвестлота в рамках туристического мастер-плана, как правило, проходит через 4 основных этапа:

1. Маркетинговый анализ. Исследование потенциала выбранной локации и рыночного контекста, сложившегося в туристической отрасли региона (или группы соседствующих регионов). Бенчмаркинг, формирование гипотез и сценариев развития проекта.
2. Формирование концепции. Выбор наиболее предпочтительного, экономически устойчивого сценария и проработка его в укрупненном виде с описанием основных групп целевой аудитории, уникального туристского предложения и рыночного позиционирования.
3. Финансовое моделирование проекта. Расчет рекомендуемых технико-экономических и финансовых показателей проекта (функциональный состав и укрупненные площади объектов, объем номерного фонда по категориям средств размещения, среднегодовая загрузка, NPV, IRR, PBP, требуемый объем инвестиций и др.)
4. Эскиз объемно-планировочного решения и рекомендации по архитектурному облику.

Как разработать описание инвестиционного лота?

Инструменты для работы

- Маркетинговый анализ;
- Финансовое моделирование;
- Конструирование объемно-пространственных решений.

Что важно учесть?

При формировании инвестиционного лота нельзя упускать из виду предложение, формируемое на туристском рынке объектами-конкурентами, а также планируемыми к созданию инвестиционными проектами.

При моделировании финансовых и объемно-пространственных характеристик проекта должны быть учтены существующие обременения и ограничения административно-правового, градостроительного, природно-экологического и социально-культурного характера, связанные с локальным и региональным контекстом.

Хорошие практики

Формирование инвестиционных лотов – одно из направлений деятельности корпорации развития Туризм.рф

Дополнительные источники

Муниципальный инвестиционный профиль <https://naair.ru/articles/details/id/59>

Результат

Блок мастер-плана, посвященный инвестиционным лотам, может быть представлен в формате кратких справок-описаний выбранных земельных участков с приведением рисков и ограничений, а также кратким описанием рыночного позиционирования проектов, их финансовых и технико-экономических показателей.

В качестве приложения используются архитектурно-градостроительные схемы, визуализации внешнего вида и рекомендации по архитектурному коду и дизайн-решениям.

Как получить согласованность мнений при разработке?

Туристический мастер-план, помимо всего прочего, представляет собой результат общественного договора и призван аккумулировать экспертизу и учитывать запросы представителей множества заинтересованных в развитии туристической территории сторон: муниципальных властей, работников сферы туризма и индустрии гостеприимства, представителей локальных бизнесов, экологических активистов, людей с инвалидностью, специалистов в сфере транспорта и логистики, специалистов в сфере архитектуры, градостроительства и благоустройства, местных жителей и др.

С целью сбора и учета мнений всех сторон – участников процесса разработки туристического мастер-плана – необходимо спланировать, организовать и провести ряд мероприятий по вовлечению экспертных сообществ и, в отдельных случаях, местных сообществ.

Зачем это?

Вовлечение всех заинтересованных в развитии туристической территории и, соответственно, в процесс глубокой проработки материалов туристического мастер-плана, необходимо по ряду причин:

Для обеспечения открытого, справедливого и инклюзивного процесса планирования долгосрочного развития туристической территории.

Для учета мнений всех заинтересованных сторон, обеспечения возможности высказаться и быть услышанным всем акторам туристической индустрии на конкретной территории.

Для обеспечения аккумулирования информации о существующих и потенциально возможных проблемах, ценностях и возможностях территории.

Для обеспечения согласованности действий разных акторов процесса развития туристической территории.

Для терапии и предотвращения возможных конфликтных ситуаций, возникающих из-за недостатка информации или ее искаженного представления.

Для обеспечения возможности вовлечения в процесс развития туристической территории проактивных, предприимчивых акторов.

Текст Артема Власова

Как получить согласованность мнений при разработке?

Порядок действий

Этап 1. Перед началом проекта

Сформировать карту всех заинтересованных в развитии туристической территории сообществ.

Разработать план мероприятий по вовлечению сообществ.

Разработать медиа-план информационного сопровождения процесса разработки туристического мастер-плана.

Этап 2. Предпроектное исследование

Сформировать рабочую группу из инициаторов разработки мастер-плана и наиболее активных представителей заинтересованных сообществ, известных на момент запуска проекта. Наделить рабочую группу согласовательными полномочиями.

Организовать и провести установочную стратегическую сессию. На этапе подготовки установочной стратегической сессии запустить информационную и пригласительную кампанию для обеспечения максимально широкого представительства заинтересованных сторон. Установочная стратегическая сессия должна быть посвящена сбору информации о проблемах и ценностях туристической территории, а также целеполаганию развития этой территории. Результатом установочной проектной сессии может стать публикация в формате манифеста или декларации проблематики и целей развития туристической территории.

Организовать антропологическое и социологическое исследования для получения первого среза информации о потенциале и ограничениях развития туристической территории.

Этап 3. Стадия разработки проекта туристического мастер-плана

Провести серию мероприятий с представителями отдельных сообществ в формате проектных сессий или воркшопов.

Цель мероприятий – получить представление об особенностях запросов, потребностей, намерениях и потенциальном вкладе сообществ предпринимателей, специалистов индустрии гостеприимства, представителей власти и др.

Организовать серию информационно-просветительских мероприятий для вовлечения наибольшего количества сообществ и создания позитивного образа проекта.

Организовать роуд-шоу с демонстрацией материалов проекта с целью привлечения частных инвестиций из других регионов и привлечения софинансирования по альтернативным региональным и федеральным программам.

Провести серию презентаций материалов туристического мастер-плана на поздней стадии разработки проекта перед заинтересованными сторонами.

Этап 4. После разработки туристического мастер-плана

Организовать финальную публикацию и презентации материалов туристического мастер-плана

Организовать информационную кампанию о ходе внедрения решений, заложенных в мастер плане.

Как получить согласованность мнений при разработке?

Порядок действий

Этап 1. Перед началом проекта

Сформировать карту всех заинтересованных в развитии туристической территории сообществ.

Разработать план мероприятий по вовлечению сообществ.

Разработать медиа-план информационного сопровождения процесса разработки туристического мастер-плана.

Этап 2. Предпроектное исследование

Сформировать рабочую группу из инициаторов разработки мастер-плана и наиболее активных представителей заинтересованных сообществ, известных на момент запуска проекта. Наделить рабочую группу согласовательными полномочиями.

Организовать и провести установочную стратегическую сессию. На этапе подготовки установочной стратегической сессии запустить информационную и пригласительную кампанию для обеспечения максимально широкого представительства заинтересованных сторон. Установочная стратегическая сессия должна быть посвящена сбору информации о проблемах и ценностях туристической территории, а также целеполаганию развития этой территории. Результатом установочной проектной сессии может стать публикация в формате манифеста или декларации проблематики и целей развития туристической территории.

Организовать антропологическое и социологическое исследования для получения первого среза информации о потенциале и ограничениях развития туристической территории.

Этап 3. Стадия разработки проекта туристического мастер-плана

Провести серию мероприятий с представителями отдельных сообществ в формате проектных сессий или воркшопов.

Цель мероприятий – получить представление об особенностях запросов, потребностей, намерениях и потенциальном вкладе сообществ предпринимателей, специалистов индустрии гостеприимства, представителей власти и др.

Организовать серию информационно-просветительских мероприятий для вовлечения наибольшего количества сообществ и создания позитивного образа проекта.

Организовать роуд-шоу с демонстрацией материалов проекта с целью привлечения частных инвестиций из других регионов и привлечения софинансирования по альтернативным региональным и федеральным программам.

Провести серию презентаций материалов туристического мастер-плана на поздней стадии разработки проекта перед заинтересованными сторонами.

Этап 4. После разработки туристического мастер-плана

Организовать финальную публикацию и презентации материалов туристического мастер-плана

Организовать информационную кампанию о ходе внедрения решений, заложенных в мастер плане.

Как получить согласованность мнений при разработке?

Инструменты для работы

Перечень рекомендуемых инструментов для обеспечения информированности местных и профессиональных сообществ о процессе разработки туристического мастер-плана, вовлечения таких сообществ в процесс разработки:

- антропологические и социологические исследования;
- стратегические и проектные сессии (совместные и с привлечением отдельных категорий специалистов);
- воркшопы и мастер-классы;
- исследовательские прогулки;
- прогулки с маломобильными и слабовидящими горожанами, с целью повышения инклюзивности туристического продукта;
- экспедиции, полевые обследования территории;
- пресс-конференции и взаимодействие со СМИ;
- деловые и научные конференции, круглые столы, форумы;
- образовательные и научно-популярные мероприятия;
- другие форматы вовлечения сообществ.

Что важно не забыть?

Все заинтересованные в развитии туристической территории стороны должны непрерывно получать информацию о ходе проекта и иметь возможность повлиять на проект.

План вовлечения заинтересованных сообществ и медиа-план информационного сопровождения проекта разработки туристического мастер-плана должны быть синхронизированы.

Как получить согласованность мнений при разработке?

Успешные практики

Мероприятия по вовлечению сообществ в рамках разработки Туркода г. Чебоксары (2021) – см. раздел 5 «Вовлечение горожан в проект развития туристического центра города Чебоксары». https://drive.google.com/file/d/16NN3uqxied_qySmysVxELlivEkiQTLI9/view?usp=sharing

Мероприятия по вовлечению городских сообществ в рамках разработки заявок на Конкурс формирования комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях (2022, 2023) https://drive.google.com/drive/folders/1DIUSwzjSFcOGJc-Hv_tQVs33WPYThcz?usp=sharing

Мероприятия по вовлечению городских сообществ в рамках разработки Мастер-плана комплексного и устойчивого развития прибрежных территорий малых рек Чебоксар (2021) – см. раздел «Вовлечение горожан в жизнь рек», стр. 32.

https://drive.google.com/file/d/1B1SNH_yFXEAnGK6lobeSStuf5NQMwMk/view?usp=sharing

Полезные источники

Лекция «Развитие местных сообществ. Как возродить социальный оптимизм?»

http://www.glazychev.ru/courses/2011_lecture_razvitie_mestn_soob.htm

Результат

- Карта всех заинтересованных в развитии туристической территории сообществ.
- План мероприятий по вовлечению сообществ.
- Медиа-план информационного сопровождения процесса разработки туристического мастер-плана.
- Отчет об антропологическом и социологическом исследовании.
- Протоколы и отчеты по итогам стратегической сессии, сессий с отдельными сообществами и других мероприятий.

С кем посоветоваться?

Артем Власов +7 999 900 0030

Урбанист. Основатель проектного бюро Publica.

Эксперт в области управления творческими коллективами.

Руководитель 14 проектов – победителей Всероссийского конкурса формирования комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях.

Финалист лидерской программы Архитекторы РФ 2023

Создатель Клуба выпускников Высшей школы урбанистики НИУ ВШЭ

Реализация и мониторинг

Текст



Реализация ТМП



Шаг 1

Сформировать команду по реализации ТМП



Шаг 2

Приведение системы градостроительной документации муниципалитета в соответствии с требованиями и проектами ТМП



Шаг 3

Определить статусы проектов и этапы реализации. Внедрить систему мониторинга



Шаг 4

Уточнить источники финансирования проектов



Шаг 5

Разработать системы медиа-продвижения территории и коммуникации



Шаг 6

Разработать механизмы и сроки корректировки ТМП

Формирование команды по реализации ТМП



В рамках этого шага на 1 этапе необходимо сформировать управленческую модель, определяющую распределение функций между РОИВ и администрацией муниципалитета.

В целях обеспечения контроля и координации хода реализации туристических мастер планов макрорегионов, регионов и муниципалитетов, в том числе реализации конкретных мероприятий по развитию туризма, рекомендуется создать на уровне субъекта межведомственный орган. Возможные форматы: группа, межведомственная комиссия, Совет при Губернаторе/Главе.

Подобный координационный орган на уровне субъекта возглавляет Глава/Губернатор и создается для обеспечения согласованного и эффективного взаимодействия органов исполнительной власти субъекта, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления муниципальных образований субъекта (далее – органы местного самоуправления края), организаций и общественных

объединений, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта (далее – организации), в целях решения вопросов развития туризма в субъекте.

Координационный орган на уровне субъекта выстраивает работу с рабочими группами/проектными офисами муниципалитетов.

Организация работы в масштабе субъект – муниципалитет

Стратегическое управление

Коллегиальный уровень на уровне субъекта, варианты:

- > Региональный куратор
- > Рабочая группа
- > Межведомственная комиссия
- > Совет при Губернаторе



Тактическое управление

Муниципалитет, возможные варианты:

- > Проектный офис Администрации МО
- > АНО Агентство развития территории
- > Рабочая группа Администрации МО

Лучшие практики управленческих моделей



Управленческие модели реализации местных инициатив в туризме и не только

Наибольшее влияние на результат оказывает не сам документ, а грамотная команда управленцев на всех уровнях. Это власть, бизнес, общественники, которые постоянно находятся в коммуникации и способны быстро подстраиваться под реальность, создавая проекты с хорошей экономикой от реализации.

Сегодня в России уже есть пилотные регионы, где реализуются гибридные модели развития территорий. Инициаторами их создания является: правительство субъект/администрация МО, бизнес, городские активисты и сообщества и отдельные неравнодушные люди.

Инициатор

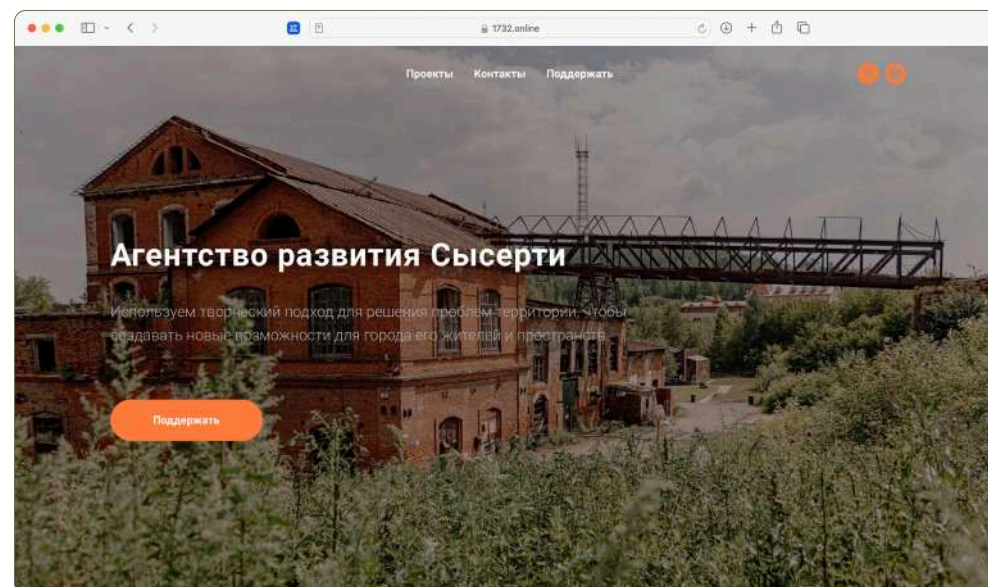
Городские активисты и профсообщества

Агентства развития Сысерти

www.1732.online

Основные направления деятельности:

- > Реализация проектов направленных на стимулирование деловой и социальной активности на территории присутствия является нашим приоритетом.
- > Вовлечение сообщества, широкое информирование, большая цель и творческий подход – составляющие части нашего подхода к реализации проектов.



ГАУ Калужской области «Агентство по развитию туризма»

Подведомственное учреждение
Министерства культуры и туризма Калужской области

www.visit-kaluga.ru/l/artko

Основные направления деятельности:

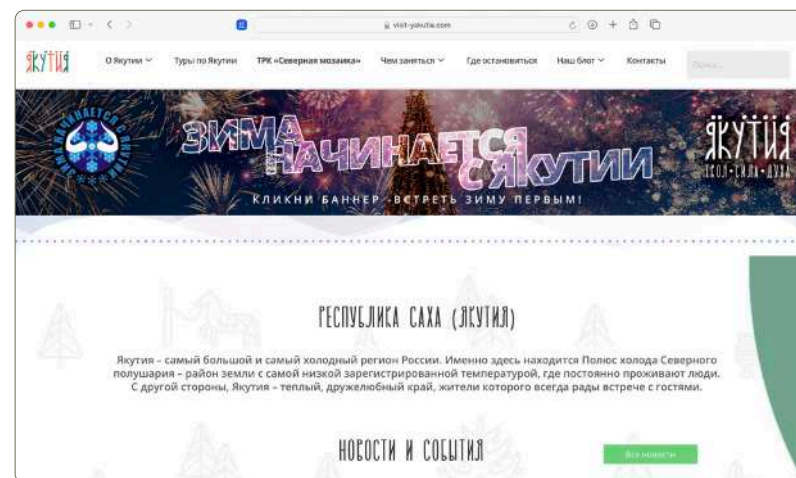
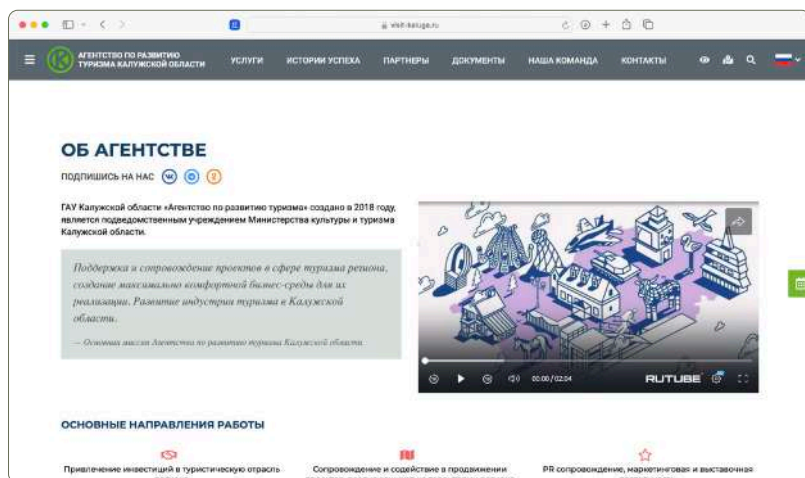
- > Привлечение инвестиций в туристическую отрасль региона
- > Сопровождение и содействие в продвижении проектов, реализующихся на территории региона
- > PR сопровождение, маркетинговая и выставочная деятельность

ГАУ РС(Я) «Агентство развития туризма и территориального маркетинга»

www.visit-yakutia.com

Основные направления деятельности:

- > Направленные на улучшение инвестиционного имиджа Якутии в сфере туризма
- > Сопровождение и содействие субъектам предпринимательской деятельности в брендировании продуктов и услуги, брендировании и развитии национальных брендов
- > Исследование туристского рынка и выявление перспективных туристских территорий и направлений
- > Ведение маркетингового плана, направленной на формирование, развитие и продвижение конкурентных преимуществ Якутии
- > Разработка концепции туристских кластеров
- > Разработка и/или сопровождение мастер-планов туристских территорий



**НОРНИКЕЛЬ****Основные направления деятельности:**

- > Развитие бизнес-среды
- > Инвестиции
- > Развитие городской среды
- > Развитие туризма
- > Социокультурные и образовательные проекты



АНО «Агентство развития Мончегорска»

www.armonchegorsk.ru

Учредители:

- > ПАО «ГМК «Норильский Никель»
- > Администрация города Мончегорска

АНО «Центр социальных проектов Печенгского района “Вторая школа”»

www.the2school.com/founders

Учредители:

- > Администрация МО Печенгский район
- > Мурманской области
- > АО «Кольская горно-металлургическая компания»

АНО «Агентство развития Норильска»

www.arnorilsk.ru

Учредители:

- > Администрация город Норильск
- > ПАО «ГМК «Норильский никель»
- > НБО «Благотворительный фонд В. Потанина»

Агентство развития Новотроицка

Учредитель – ООО УК «Уральская Сталь»

Партнер

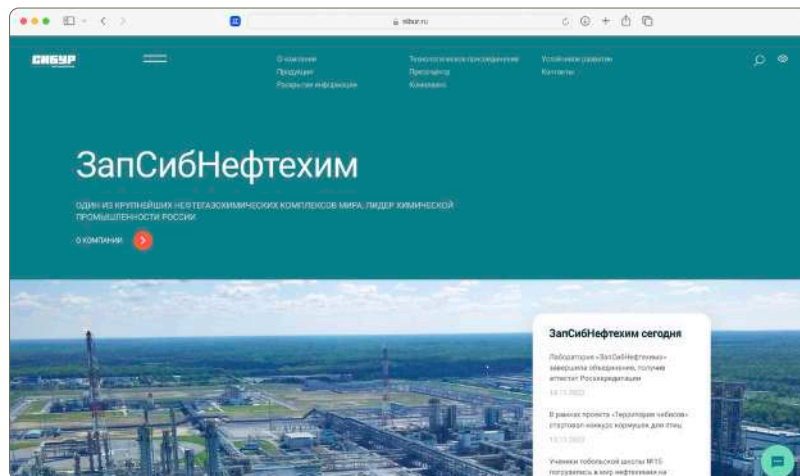
Бизнес

«Тобольск настоящий» – программа развития городской среды до 2030 года

www.sibur.ru

Основными фокусами станут проекты благоустройства и озеленения города, развитие общественных пространств, реставрация памятников исторического наследия и создание условий для повышения туристической привлекательности.

Проект реализуется в рамках соглашения между правительством Тюменской области, компанией СИБУР и администрацией Тобольска.



Инициатор

Житель/предприниматель

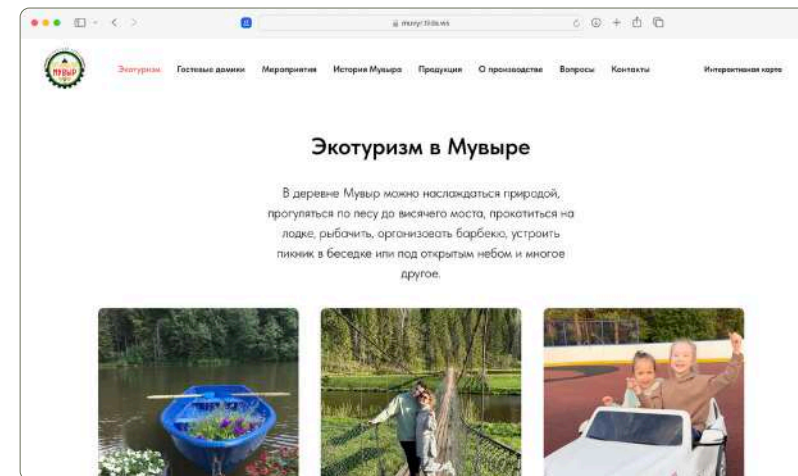
И один в Мувыре воин

www.muvyr.tilda.ws/ekoturizm

Мувыр – убедительный пример возрожденной деревни, и сейчас там активно развивается туристическое направление по нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства».

Деревню Мувыр уже 30 лет, с 1992 года, возрождает уроженец этих мест Александр Корепанов. В результате его усилий в 2009 году деревня, основанная в 1837 году и исчезнувшая с административной карты Удмуртии в начале 1980-х, снова стала «живой» и развивающейся.

Сейчас здесь 16 крепких домов (скоро будет 19), молочная ферма и мини-завод по производству молочной продукции, лодочная станция у реки Лоза, развитая инфраструктура для занятий спортом и для детского досуга, пешеходная туристическая тропа, часовня, подвесной мост, кемпинг, беседки. Александр Корепанов – настоящий сельский предприниматель.



Город Волоколамск, Московская область

Кейс

Некоторые территории развиваются совместно с местными инициативами

В декабре 2018 году команда выиграла грант конкурса Губернатора «Территория роста Подмосковья» на развитие города 150 млн. рублей. На средства гранта, завоеванного общественной командой, выполнена реконструкция центра города и Вечного огня. В 2019 году сформирован проект с вовлечением жителей по реконструкции улиц Школьная и Парковая, затем в 2021 году реализован на средства гранта губернатора. Также в 2019 году спроектировали благоустройство парка Победы, разработали мастер-план города за счет средств местных инициатив, создан туристический портал.

В 2020 году создано уникальное кафе «История места» – креативное пространство города. в котором можно окунуться в местную аутентичность и прекрасно провести время. В этом же году всем городом выбрали улицу Советскую и сделали проект (на частные деньги, собрали около 2 млн рублей) – подали на грант Минстроя РФ «Малые города и исторические поселения». Победили, а также дополнительно получили 200 млн. рублей на развитие улицы.

Благодаря победе в конкурсе губернатора и личного вовлечения главы, получили финансирование на строительство ледового дворца. Реализация начнется в 2021 году. Проектировали его с вовлечением жителей.

– Степанов Ф. А., основатель общественного движения



Гибридная модель реализации местного туристического мастер-плана

1 

Основная задача шага – поиск и реализация
модели объединения ресурсов



Администрация МО

- > Координация с Правительством субъекта
- > Подача заявок на федеральные программы
- > Работа с бюджетным финансированием



Агентство развития территорий

- > Коммуникационная стратегия
- > Работа с профсообществами
- > Поиск и поддержка местных инициатив
- > Подача заявок в грантовые конкурсы



Малые и средние предприниматели

- > Реализация своих проектов
- > Софинансирование проектов местного туристического мастер-плана

Внесение рекомендаций ТМП в нормативы градостроительного проектирования



Нормативы градостроительного проектирования –

это совокупность расчетных показателей, установленных в соответствии с Градостроительным кодексом Российской Федерации в целях обеспечения благоприятных условий жизнедеятельности человека и подлежащих применению при подготовке документов территориального планирования, градостроительного зонирования, документации по планировке территории.

Основные задачи

Установить совокупность расчетных показателей минимально допустимого уровня обеспеченности объектами регионального и местного значения в туризме и смежных сферах.



Проект планировки территории как инструмент реализации проектов ПМТ

ППТ – основа для формирования градостроительных планов земельных участков, необходимых для получения разрешения на строительство.

Для обеспечения системного подхода к реализации ТМП рекомендуется разрабатывать проекты планировки территорий, назначение которых заключается в построении каркаса правового регулирования градостроительных и земельно-имущественных отношений.

Проект планировки территории [\[ппт\]](#) – документ, устанавливающий на определенной территории зоны размещения и параметры существующих объектов и объектов, строительство которых может быть разрешено.

Разрабатывается одновременно с [проектом межевания территории \[пмт\]](#), содержащим схему границ существующих земельных участков и земельных участков, формирование которых допустимо.

ППТ содержит основные показатели, необходимые для определения инвестиционной привлекательности территории – численность населения и возможные объемы нового строительства (жилищного, делового, социального, культурно-бытового, транспортного, инженерного), утверждается органом государственной или муниципальной власти с обязательным соблюдением процедуры публичных слушаний в соответствии со статьей 46 ГрК РФ.

Определение статусов проектов и этапы реализации



На этом этапе необходимо разработать структуру управления ключевым проектом, а также внедрить систему мониторинга реализации проектов ТМП

Проекты делятся на три вида

Объекты регионального значения

- > Автомобильные дороги регионального значения
- > ООПТ регионального значения
- > Объект культурного наследия регионального значения
- > Объекты инженерной инфраструктуры регионального значения

Объекты местного значения

- > Гостиницы/кемпинги
- > Общественные пространства/улицы
- > Событийные мероприятия
- > Экологические тропы

Быстрые победы

Понимание проектов, которые дадут максимальный эффект в 1 год реализации

Пример дорожной карты проектов туристического мастер-плана

	2023	2025	2027	2030	2033	2035
Транспорт <ul style="list-style-type: none"> Воздушный Автомобильный Железнодорожный Водный 	[Timeline bar from 2023 to 2035]					
Объекты показа <ul style="list-style-type: none"> Природные Историко-культурные 	[Timeline bar from 2023 to 2030]					
Сервисная инфраструктура <ul style="list-style-type: none"> места размещения ТИЦ Навигация 	[Timeline bar from 2023 to 2035]					
Сервисная инфраструктура <ul style="list-style-type: none"> места размещения ТИЦ Навигация 	[Timeline bar from 2023 to 2035]					

Пример таймлайна реализации проектов мастер-плана

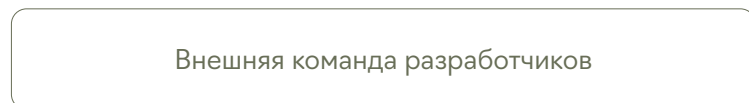
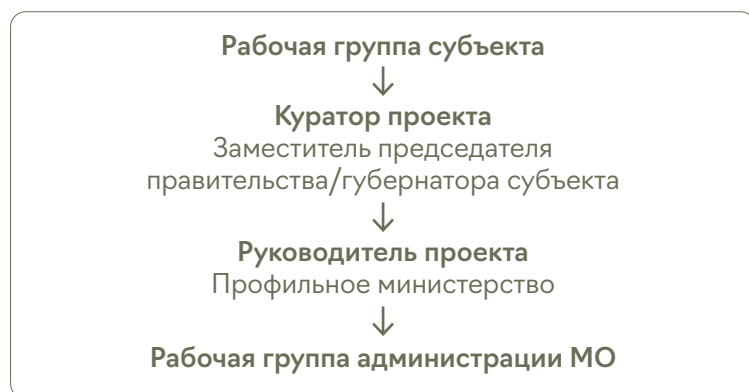
Направления и ключевые проекты	Этапы реализации								Критически важный проект –*	Перечень отчетов и материалов / документов	Контрольные функции
	Краткосрочный		Среднесрочный			Долгосрочный					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030			
Строительство визит-центра	█										
Строительство бутик-отеля	█	█	█	█	█	█					
Выполнение проектно-изыскательских работ, разработка рабочей документации и строительство горнолыжного комплекса		█	█	█	█						
Архитектурно-строительное планирование и строительство горнолыжного комплекса		█	█	█	█						
Лечебный и SPA-курорт			█	█	█	█	█	█			
Строительство 7 гостевых домов и 5 глэмпингов	█	█	█	█	█	█	█	█			

Структура управления ключевым проектом ТМГП



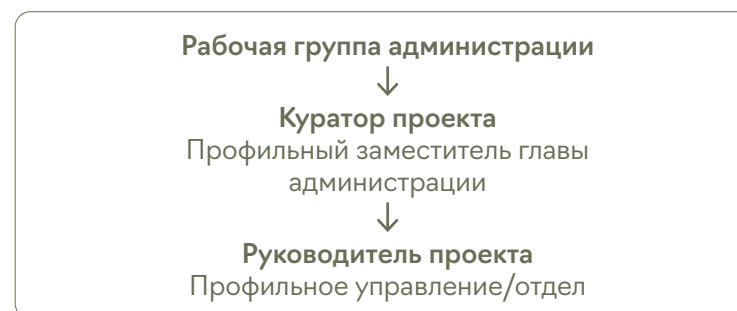
Объекты регионального значения

- > Автомобильные дороги регионального значения
- > ООПТ регионального значения
- > Объект культурного наследия регионального значения
- > Объекты инженерной инфраструктуры регионального значения



Объекты местного значения

- > Гостиницы/кемпинги
- > Общественные пространства/улицы
- > Событийные мероприятия
- > Экологические тропы



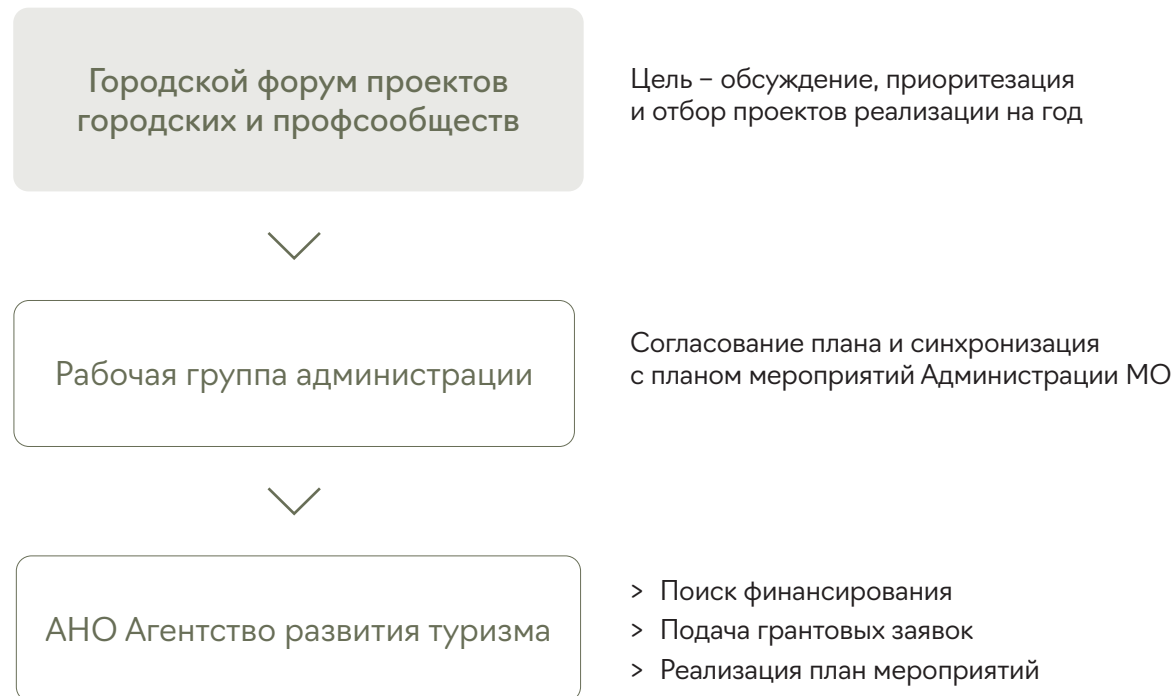
Формирование системы поддержки и вовлечения местных инициатив



Развитие местных инициатив невозможно без взаимодействия между собой всех основных стейкхолдеров: бизнеса, местных жителей и власти



Реализация проектов ТМП городские и профсообществ



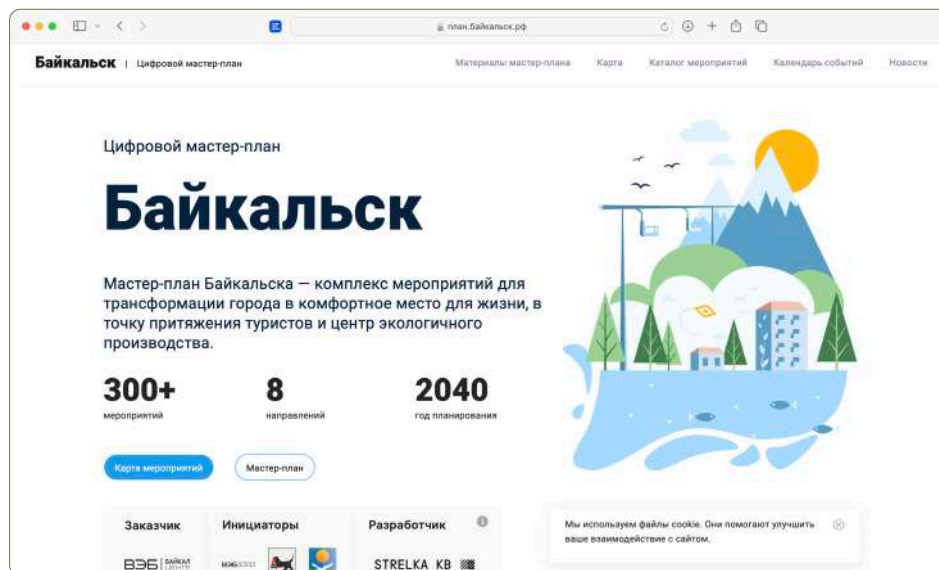
Пример веб-сайтов



Пример веб-сайтов/порталов с материалами по информированию, мониторингу и реализации мастер-планов

Цифровой мастер-план Байкальска

план.байкальск.рф



Стратегический план Сан-Франциско

www.clck.ru/36fk7m

