# i-pg- 168

Про попередній розгляд проєкту

рішення міської ради

# «Про затвердження Програми

# розвитку туристичної галузі міста

# Миколаєва до 2023 року»

# Розглянувши проєкт рішення Миколаївської міської ради «Про затвердження Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року», керуючись підпунктом 1 пункту “а” статті 27, пунктом 1 частини другої статті 52 Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні”, виконком міської ради

ВИРІШИВ:

1.Винести на розгляд Миколаївської міської ради проєкт рішення міської ради «Про затвердження Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року».

2. Контроль за виконанням даного рішення покласти на першого заступника міського голови Криленка В.І.

Міський голова О.СЄНКЕВИЧ

Про затвердження Програми розвитку

туристичної галузі міста Миколаєва

до 2023 року

        З метою формування і розвитку в м. Миколаєві високоефективної та конкурентоздатної туристичної галузі, а також формування іміджу м. Миколаєва як привабливого туристичного міста, керуючись п. 22 ч. 1 ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Програму розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року (далі - Програма, додається).

2. Департаменту економічного розвитку Миколаївської міської ради (Шуліченко) надавати міській раді інформацію про хід виконання Програми щорічно до 20 лютого.

### 3. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію з питань охорони здоров’я, соціального захисту населення, освіти, культури, туризму, молоді та спорту (Мотуза), першого заступника міського голови Криленка В.І.

Міський голова                                                                               О. СЄНКЕВИЧ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**рішення міської ради**

**від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Програма розвитку

туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року

1.Вступ

Програма розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2023 року (далі - Програма) являє собою комплекс матеріально-технічних, управлінських проєктів із визначенням шляхів їх реалізації та джерел фінансування. У ній максимально враховано суспільні потреби населення Миколаєва щодо туристичних послуг, сучасні тенденції глобалізації, розвиток науково-інформаційних технологій, світові та національні досягнення в галузі туризму та рекреації.

Законодавчим та нормативним підґрунтям розроблення Програми є Конституція України, Закони України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про туризм», Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, затверджена постановою Кабінетів Міністрів України від 05.08.2020 № 695.

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш прогресивних галузей світового господарства, яку можна розглядати як самостійний вид економічної діяльності і як міжгалузевий комплекс. Протягом останніх років туризм набуває неабиякого розвитку, стаючи одним з найбільш важливих секторів економіки в світі. Сучасний туризм тісно пов'язаний з глобалізацією і охоплює все більшу кількість нових дестинацій.

Туризм істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв’язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки.

Програма визначає основні завдання, реалізація яких дозволить покращити туристичну інфраструктуру міста, формуватиме привабливе середовище для реалізації інвестиційних проєктів у сфері туризму, сприятиме зростанню кількості туристів та створюватиме позитивний імідж міста.

2. Аналіз стану туристичної галузі м. Миколаєва

Туризм є однією з найважливіших сфер сучасної економіки, який позитивно впливає на розвиток інших секторів економіки, включаючи готельне господарство, транспорт і комунікації, будівництво, роздрібну торгівлю, виробництво і торгівлю сувенірами тощо, будучи каталізатором їх розвитку. Крім того, цей вид діяльності спрямований на задоволення потреб людей в ознайомленні з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями різних країн та їх народів.

За [даними](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf)World Travel & Tourism Council, подорожі й туризм згенерували 8,8 трлн доларів та становлять більше 10% світового ВВП. Внесок від туризму у світовій економіці – в 1,7 рази більший, ніж гірничої промисловості, в 1,5 рази – ніж банківських послуг та автомобілебудування та в 1,4 рази – ніж сільське господарство. Крім того, за темпами росту туристична індустрія стала найпершою у світі (+3,9%), випередивши навіть IT-сектор та будівництво. Туризм як експортна категорія посідала четверте місце у світі після експорту палива, хімікатів і продуктів харчування, у той же час – перше місце у багатьох країнах, що розвиваються.

Пандемія COVID - 19 викликала безпрецедентний збій у сфері подорожей та туризму, що відбилося на колапсі глобального туризму з середини березня. Згідно з даними, наданими колективними засобами розміщення на даний момент, число міжнародних туристських перебувань (ночівель) за перші п'ять місяців 2020 року знизилося на 56%, в порівнянні з аналогічним періодом минулого року до липня 2020 року цей показник досягав 97 %.

На сьогодні світовий туризм демонструє ознаки поступової, але все - таки обережної зміни в цій ситуації, все більше постає питання розвитку внутрішніх та внутрішньорегіональних туристичних ринків.

Відповідно до Закону України «Про туризм» держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямків розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності. Роль органів влади в цьому механізмі полягає у створенні сприятливих умов для діяльності в туристично-рекреаційній сфері, що сформує так звані «магніти» для інвестування як масштабних, так і невеликих проєктів.

Миколаїв має доволі високий туристичний потенціал. Це зумовлено особливостями історичного розвитку і національно-культурним різноманіттям міста, географічним розташуванням, розвинутою мережею транспортного сполучення, поєднанням у межах міста урбанізованих і археологічних територій, специфічним плануванням та архітектурою, наявністю потенційно брендових туристичних об’єктів (Археологічне городище «Дикий Сад», Миколаївська обласна обсерваторія, Миколаївський зоопарк тощо).

У Миколаєві існує 347 пам’яток історії та культури: пам’ятки садово-паркового мистецтва – 9; будинки та споруди культурної спадщини – 338, театри – 3, популярні локації та місця для сімейного та дитячого відпочинку.

Додатковим джерелом залучення туристів до Миколаєва є транзитні туристичні потокина Чорноморське узбережжя, атакож різні категорії туристів, які обирають санаторно-курортний відпочинок.

Систему громадського харчування Миколаєва утворюють ресторани різного класу, бари, кафе та їдальні, пункти швидкого приготування їжі та самообслуговування, яких більше 1000 у місті та які можуть задовільнити потреби в харчуванні туристів з різних країн світу з їх різноманітними смаками та традиціями національної кухні.

Готельне господарство є невід’ємною складовою туристичної галузі Миколаєва, виступаючи основою матеріально-технічної бази туризму, дозволяє сформувати позитивний туристичний імідж та сприяє ефективній організації діяльності та повному задоволенню потреб туристів. У наявності близько 40 засобів колективного розміщення різних форм власності.

Миколаїв є транспортним хабом в наявності міжнародний аеропорт, пасажирський залізничний вокзал, три морські порти та один річковий порт, які в свою чергу суттєво впливають на розвиток, розширення та вдосконалення туристичної галузі. Можливості річок Південний Буг та Інгул, як транспортної артерії й окремої туристичної атракції, використовуються ще недостатньо.

У 2019 році вперше в історії міста розроблено та затверджено міську Програму розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2020 року, в межах якої розв’язувалися проблеми розвитку туризму в м. Миколаєві та за результатами виконання якої проведені основні заходи, що сприяли популяризації м. Миколаєва

Щорічно починаючи з 2017 року за ініціативи громадськості та підтримки міської влади проводиться фестивальне свято на воді Миколаїв River Fest – щорічний масштабний івент, створений для підвищення туристичної привабливості міста Миколаєва. Фестиваль, який показує можливості раціонального використання українських водних ресурсів, зокрема, річок Інгул й Південний Буг та Дніпро-Бузького лиману, для культурного дозвілля, спорту й туризму. Фестиваль сприяє збільшенню туристичного потоку до міста Миколаєва, задоволення духовних потреб особистості, естетичного виховання молоді, змістовної організації дозвілля, розвитку маломірного судноплавства, підприємництва.

Одним із завдань Програми є формування конкурентоспроможного туристичного продукту, з цією метою в рамках Програми у 2019 році запроваджено проєкт «Школа екскурсоводів - проведення тренінгів для жінок м. Миколаєва» при співпраці з ГО «Фонд розвитку міста Миколаєва» за кошти, залучені в рамках проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС), що впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. У рамках проєкту 20 жінок-екскурсоводів отримали теоретичну і практичну підготовку з проведення екскурсій, розроблено 20 туристичних маршрутів рідним містом.

Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради співпрацює з ГО «Фонд розвитку міста Миколаєва» за проєктом в рамках операційної програми «Басейн Чорного моря» за напрямом «Туризм. Спадщина. Креативність», реалізацію заходів якого передбачено на 2021-2022 роки. Вартість проєкту складає 208,4 тис.євро, що будуть направлені у тому числі на підтримку стартапів у сфері туризму. Проєкт «Туризм. Спадщина. Креативність» реалізується в рамках транскордонної операційної програми «Басейн Чорного моря», учасниками якої стали Грузія (м.Тбілісі – головний партнер), Болгарія (м.Добрич) та Україна (м.Миколаїв).

За участі відомого історика-археолога, керівника археологічної експедиції «Городище Дикий Сад», Кирила Горбенка, розроблено захоплюючий туристичний маршрут «Археологічний Миколаїв», який було презентовано представникам туристичного бізнесу в раках прес-туру.

Розвитку туристичної привабливості міста сприяє створення нових туристичних локацій. Так, на сьогодні завершено І етап вишукувальних робіт та археологічних досліджень Карстових печер. За однією із версій – це печери - каменоломні, що підтверджується артефактами, що були знайдені в печерах під час досліджень. Археологи стверджують, що саме з цього каменя був побудований центр м.Миколаєва. Наразі розчищено 250 кв.м печер, що дозволяє зробити висновок, що це лише частина лабіринту підземних тунелів міста.

У 2019 році Миколаїв включено до мережі старих міст під час традиційного фестивалю Старих міст Калеїчі (Туреччина), що є важливим кроком для створення єдиної платформи міст і реалізації спільних проєктів зі збереження культурної та історичної спадщини, як туристично привабливих атракцій.

У рамках співпраці громадськості та міської влади з’явився туристичний логотип міста «Миколаїв - місто на хвилі!» та brand book, що може використовуватися для туристичної промоції міста.

За розвиток туристичної індустрії департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради відзначено Комітетом Верховної Ради України з питань сім’ї, молодіжної політики, спорту та туризму.

Окрім цього, проведено роботу щодо створення комунальної установи «Туристично - інформаційний центр м. Миколаєва», відповідний проєкт рішення знаходиться на розгляді депутатів міської ради.

З метою підвищення пізнаваності та туристичної привабливості взято участь у низці туристичних форумів, виставок, конференціях.

Виготовлено презентаційні відеоролики про Миколаїв («Mykolaiv Wild Park», «Миколаїв – місто з історією») та розміщено їх у соціальних мережах, туристичних порталах, масмедіа.

З метою інформування громадян та гостей міста про туристичні об’єкти, перелік закладів культури, готелів, закладів харчування, маршрути встановлено сучасний інформаційний бокс для забезпечення туристів та екскурсантів необхідним обсягом навігації по місту.

Постійно проводилися зустрічі Миколаївського міського голови з представниками туристичної індустрії м.Миколаєва,  метою яких було обговорення та вирішення проблемних питань галузі, та поширювалася інформація про туристичні можливості м. Миколаєва в інших регіонах України для стимулювання розвитку внутрішнього туризму. Розроблено промоційну продукцію. Щороку здійснювалися урочисті заходи до Міжнародного дня туризму, у яких взяли участь фахівці туристичної сфери Миколаєва та Миколаївської області, представники органів місцевого самоврядування, органів державної влади та туристична громадськість Миколаєва.

Виконання заходів Програми обмежується карантинними заходами, встановленими через поширення COVID-19.

Виконання результативних показників Програми показує позитивну динаміку, так в 2019 році туристичний збір зріс майже в 3 рази у порівнянні з 2018 роком та склав 1320,9 тис. грн. У січні-вересні 2020 року туристичний збір склав 1200,00 тис.грн.

Протягом 2017-2020 року показник розміру туристичного збору показує позитивну динаміку, а саме у 2019 році туристичний збір зріс майже в 3 рази у порівнянні з 2018 роком та склав 1320,9 тис. грн. У січні-вересні 2020 туристичний збір склав 1200,00 та збільшився на 58% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року.

тис.грн.

За даними головного управління у Миколаївській області, у 2019 році налічується 16 колективних засобів розміщення (юридичні особи та відокремлені підрозділи юридичних осіб), загальна кількість номерів яких складає 1168.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва** | **2018** | **2019** |
| Колективні засоби розміщення | 18 | 16 |
| Кількість осіб:  - з них іноземці | 53 978  3739 | 60 002  2521 |
| Середня тривалість перебування осіб у КЗР:  - іноземці | 1,8 дня  2,2 дня | 1,8 дня  5,2 дня |

Туристичні послуги у м. Миколаєві (за даними Головного управління статистики у Миколаївській області у 2019 році) надають 69 суб’єктів туристичної діяльності.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва** | **2018** | **2019** |
| Туристичні агенти | 65 | 67 |
| Туристичні оператори | 3 | 2 |
| Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами | 16 412 | 21 639 |

На жаль, як і раніше, форми статистичної звітності не дають реального уявлення про обсяги наданих послуг та кількість туристів, які відвідують Миколаїв. Кількість туристів та екскурсантів, які в’їжджають до Миколаєва, користуючись послугами туристичних фірм чи самостійно, наразі не обліковується. Систематичні спостереження, цільові статистичні, соціологічні або маркетингові дослідження у цьому напрямку фактично не проводились.

Враховуючи вищевикладене, системний підхід до муніципального маркетингу, до формування туристичної галузі та індустрії гостинності (зокрема в частині місцевого та в’їзного туризму) знаходиться на етапі формування, що ускладнює реалізацію високого туристичного потенціалу Миколаєва. На цей час Миколаїв лише формує імідж туристично привабливого міста, тому туристична галузь має незначний позитивний вплив на соціально-економічний і культурний розвиток громади. Відсутність законодавчо врегульованої сталої системи достовірних статистичних чи соціологічних даних та муніципальної системи моніторингу й оцінки показників туристичної діяльності унеможливлюють проведення кількісного та якісного аналізу галузі.

Отже, за умови постійного системного покращання комфорту і загального іміджу міста, розвитку туристичної інформаційної інфраструктури щодо туристичних послуг, розвитку всіх видів туризму, зокрема водного, розробки та просування конкурентоспроможних туристичних маршрутів, продуктів на ринку туристичних послуг, організації низки туристично привабливих подій, розширення міжгалузевої, міжрегіональної та міжнародної співпраці місто Миколаїв має можливості зміцнити та ефективно реалізувати наявний туристичний потенціал.

3. Визначення проблем галузі

Основними перешкодами на шляху до перетворення туристичної сфери міста у сучасну галузь економіки є:

- недостатній рівень розвитку інформаційної та туристичної інфраструктури;

- нестача нових туристичних інноваційних продуктів, маршрутів і об'єктів показу;

- нестача професійних кадрів в галузі туризму;

- недостатність статистичної інформації в галузі туризму;

- низький рівень проінформованості місцевої громади щодо культурно- історичної спадщини, природної унікальності і туристичного потенціалу Миколаєва;

- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму.

4. Мета Програми

Основною метою Програми є розвиток туристичної галузі міста, формування позитивного іміджу міста, збільшення туристичного потоку, підвищення конкурентоздатності міста в галузі туризму, сприяння виходу міста не тільки на національний, але і на міжнародний ринок, збільшення кількості робочих місць.

5. Обґрунтування шляхів і засобів розв’язання проблем, обсягів та джерел фінансування:

- муніципальний маркетинг і промоція туристичної привабливості м.Миколаєва;

- створення комфортного середовища для туристів у м. Миколаєві;

- партнерство з бізнесом туристичної галузі;

- підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів міста;

- підвищення туристичної привабливості м. Миколаєва;

- створення нових туристичних продуктів у м. Миколаєві.

**Показники результативності виконання заходів Програми**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N з/п** | **Показники** | **Одиниця виміру** | **Роки** | | |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| **1.** | **Витрат** |  |  |  |  |
|  | Обсяг ресурсів, усього, у тому числі: | тис. грн | 4445,0 | 4595,0 | 4270,0 |
|  | Коштів з бюджету міста Миколаєва | тис. грн | 4445,0 | 4595,0 | 4270,0 |
|  | Коштів, залучених з інших джерел | тис. грн | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту |
| **2.** | **Продукту** |  |  |  |  |
| 2.1. | Кількість туристичних путівників про туристичні можливості м. Миколаєва | од. | 100 | 100 | 100 |
| 2.2. | Кількість туристичних каталогів | од. | 140 | 140 | 140 |
| 2.3. | Кількість листівок | од. | 1000 | 1000 | 1000 |
| 2.4. | Кількість сувенірної продукції із зображенням визначних місць Миколаєва | од. | 100 | 100 | 100 |
| 2.5. | Кількість туристичних інтернет - порталів м.Миколаєва | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.6. | Кількість виготовлених відеороликів про м. Миколаїв | од. | 2 | 2 | 2 |
| 2.7. | Кількість промоційних турів для представників туристичної галузі, ЗМІ тощо | од. | 2 | 2 | 2 |
| 2.8. | Кількість встановлених сучасних інформаційних боксів | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.9. | Кількість комунальних туристично-інформаційних центрів (створення нового та обслуговування існуючого) | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.10. | Кількість виготовленої та встановленої туристичної навігації | од. | 20 | 20 | 25 |
| 2.11. | Кількість заходів з інвентаризації картування i оцiнки туристичних pecypciв, продуктів та iнфраструктури | од. | 1 | 1 | - |
| 2.12. | Кількість експертних, маркетингових та соціологічних  досліджень у сфері туризму | од. | 2 | 2 | 2 |
| 2.13. | Кількість виставкових заходів та семінарів з українськими організаціями | од. | 2 | 2 | 2 |
| 2.14. | Кількість промоцій в інших містах України, обмінів серед міст партнерів | од. | 5 | 5 | 5 |
| 2.15. | Кількість організованих та проведених туристичних форумів з питань розвитку туризму в місті Миколаєві | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.16. | Кількість проведених конкурсів серед готелів, ресторанів та інших туристичних атракцій | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.17. | Кількість заходів подієвого туризму (Фестивальне свято на воді) | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.18. | Кількість проведених заходів до Дня туризму в Україні | од. | 1 | 1 | 1 |
| 2.19. | Кількість розроблених туристичних маршрутів | од. | 2 | 2 | 2 |
| 2.20. | Кількість створених нових туристичних локацій | од. | 2 | 2 | 2 |
| **3.** | **Ефективності** |  |  |  |  |
| 3.1. | Середні видатки на розробку та виготовлення одного туристичного путівника про туристичні можливості м. Миколаєва | тис. грн | 0,095 | 0,095 | 0,095 |
| 3.2. | Середні видатки на розробку та виготовлення одного туристичного каталогу | тис. грн | 0,122 | 0,122 | 0,122 |
| 3.3. | Середні видатки на розробку та виготовлення однієї листівки | тис. грн | 0,0023 | 0,0023 | 0,0023 |
| 3.4. | Середні видатки на розробку та виготовлення одного сувеніра із зображенням визначних місць Миколаєва | тис. грн | 0,160 | 0,160 | 0,160 |
| 3.5. | Середні видатки на розробку, створення, підтримку одного туристичного інтернет- порталу м.Миколаєва | тис. грн | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| 3.6. | Середні видатки на розробку та виготовлення одного відеоролика про м.Миколаїв | тис. грн | 20,0 | 25,0 | 25,0 |
| 3.7. | Середні видатки на організацію одного пресзаходу для представників туристичної галузі, ЗМІ тощо | тис. грн | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| 3.8. | Середні видатки на виготовлення та встановлення одного сучасного інформаційного боксу | тис. грн | 150,0 | 180,0 | 180,0 |
| 3.9. | Середні видатки на створення та обслуговування одного комунального туристично-інформаційного центру | тис. грн | 700,0 | 700,0 | 700,0 |
| 3.10. | Середні видатки на виготовлення та встановлення одного предмета туристичної навігації | тис. грн | 12,5 | 12,5 | 10,0 |
| 3.11. | Середні видатки на проведення одного заходу з інвентаризації картування i оцiнки туристичних pecypciв, продуктів та iнфраструктури | тис. грн | 40,0 | - | - |
| 3.12. | Середні видатки на проведення одного заходу з експертних, маркетингових та соціологічних  досліджень у сфері туризму | тис. грн | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| 3.13. | Середні видатки на участь в одному виставковому заході з українськими організаціями | тис. грн | 35,0 | 35,0 | 35,0 |
| 3.14. | Середні видатки на проведення одного заходу з промоції в інших містах України | тис. грн | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| 3.15. | Середні видатки на організацію та проведення одного туристичного форуму з питань розвитку туризму в місті Миколаєві | тис. грн | 250,0 | 250,0 | 250,0 |
| 3.16. | Середні видатки на організацію та проведення одного конкурсу серед готелів, ресторанів та інших туристичних атракцій | тис. грн | 60,0 | 60,0 | 60,0 |
| 3.17. | Середні видатки на організацію та проведення одного заходу подієвого туризму (Фестивальне свято на воді) | тис. грн | 1100,0 | 1100,0 | 1100,0 |
| 3.18. | Середні видатки на організацію та проведення одного заходу з нагоди Дня туризму в Україні | тис. грн | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| 3.19. | Середні видатки на розроблення одного туристичного маршруту | тис. грн | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| 3.20. | Середні видатки на створення однієї туристичної локації | тис. грн | 75,0 | 75,0 | 75,0 |
| **4.** | **Якості** |  |  |  |  |
| 4.1. | Динаміка кількості в'їзних туристів, що відвідують м. Миколаїв\* | % | 10,00 | 15,00 | 20,00 |
| 4.2. | Середня тривалість перебування туристів\* | діб | 2,2 | 2,4 | 2,5 |
| 4.3. | Кількість місць у колективних закладах розміщення\* | од. | 770 | 790 | 820 |
| 4.4. | Кількість інформаційних кампаній/заходів, проведених з метою просування туристичного потенціалу міста | од. | 8 | 10 | 12 |
| 4.5. | Кількість унікальних відвідувачів туристичного порталу міста | тис. відвідувачів | 10,0 | 20,0 | 35,00 |
| 4.6. | Надходження до бюджету міста Миколаєва коштів від справляння туристичного збору\* | млн грн | 1,5 | 1,7 | 1,9 |

\* з урахуванням сприятливих умов санітарно-епідеміологічного стану в країні

Заходи Програми реалізуються за рахунок коштів міського бюджету та інших джерел, не заборонених законодавством.

Фінансове забезпечення виконання заходів Програми здійснюється в межах бюджетних призначень, передбачених виконавчим органам Миколаївської міської ради на відповідний рік.

6. Координація та контроль за ходом виконання Програми

Виконавці, визначені в Програмі, до 15 січня року, що настає за звітним, подають департаменту економічного розвитку Миколаївської міської ради (відповідальному виконавцю) інформацію про стан виконання заходів Програми.

Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради (відповідальний виконавець) надає узагальнену інформацію постійній комісії міської ради з питань охорони здоров’я, соціального захисту населення, освіти, культури, туризму, молоді та спорту до 20 лютого року, що настає за звітним.

### Основні напрямки та заходи Програми коригуватимуться з урахуванням соціально-економічної ситуації у місті та чинної нормативно-правової бази.

Додатки до Програми:

1. Паспорт Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2023 року.

2. Перелік завдань і заходів Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2023 року.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Додаток 1**

**до Програми**

**Паспорт**

**Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року**

1. Програму затверджено рішенням міської ради від\_\_\_\_\_\_ №\_\_\_\_

2. Ініціатор: департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради

3.Розробник Програми: департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради

4.Співрозробник: Громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради

5. Відповідальний виконавець: департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради

6. Співвиконавці:

- виконавчі органи Миколаївської міської ради;

- заклади, підприємства та установи міста, інші зацікавлені організації

7. Термін виконання: 2021-2023 роки

8. Обсяг та джерела фінансування:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Джерела фінансування | Обсяг фінансування, тис.грн | У тому числі за роками | | |
| 2021 | 2022 | 2023 |
| Міський бюджет | 13310,0 | 4445,0 | 4595,0 | 4270,0 |
| Інші джерела фінансування | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту |

Примітка: обсяги фінансування можуть корегуватися в межах бюджетного період без внесення змін до даної таблиці

Додаток 2

до Програми

**Перелік завдань і заходів Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2023 року**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Назва напрямку діяльності (пріоритети завдання)** | **Перелік заходів Програми** | **Строк виконання заходу** | | **Виконавці** | **Орієнтовні обсяги фінансування, тис. грн.** | | | | | **Очікуваний результат** |
| **Всього** | **У тому числі за роками** | | | |  |
| **2021** | **2022** | **2023** | |
| **Всього** | **4445,0** | **4595,0** | **4270,0** | |
| **У тому числі кошти місько-го бюдже-ту** | **4445,0** | **4595,0** | **4270,0** | |
| **Інші джерела фінан-сування** | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту | у межах коштів гранту | |
|  |  |  | | | | | | | | | |
|  | 1. Муніципальний маркетинг | 1.1. «Visit Mykolaiv» (створення та просування туристичного інтернет порталу м.Миколаєва, розробка дизайну сайту, опис інфраструктури сайту, подальша підтримка тощо) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | Міський бюджет | 50,0 | 50,0 | 50,0 | | Забезпечення інформаційних потреб потенційних туристів та екскурсантів  м. Миколаєва |
|  |  | 1.2. «Мандруй до Миколаєва»  (організація промоційних турів для представників туристичної галузі, ЗМІ тощо) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | Міський бюджет | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | Ознайомлення провідних журналістів, блогерів, туристичних операторів із туристичним та культурно-мистецьким потенціалом м.Миколаєва, поширення інформації про місто у вітчизняних мас-медіа, стимулювання збільшення кількості внутрішніх туристів |
|  |  | 1.3. «Миколаїв – гостинне  місто» (виготовлення іміджевого аудіоролика для розміщення його на місцевих радіостанціях, в місцях найбільшої концентрації людей, в торгових центрах, залізничному вокзалі, в аеропорту «Миколаїв» тощо) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 10,0 | 10,0 | 10,0 | | Формування іміджу міста, збільшення впізнаваності бренду і охоплення цільової аудиторії, заповнення простору інформацією про гостинне місто Миколаїв |
|  |  | 1.4. «Touch інформ» (виготовлення та встановлення сучасних інформаційних боксів у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  департамент архітектури та містобудування Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 180,0 | 200,0 | 200,0 | | Забезпечення туристів та екскурсантів необхідним обсягом навігації по місту та інформації щодо визначних місць Миколаєва |
|  |  | 1.5.«Дослідження у сфері  туризму» (проведення цільових експертних, маркетингових та соціологічних досліджень у сфері туризму та індустрії  гостинності, використання даних Big datа) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | Отримання статистичних даних, які відображають реальні туристичні потоки в Миколаїв, що дозволить реагувати на зміни в попиті на туристичні послуги та ресурси, визначити цільову аудиторію |
|  |  | 1.6. «Friendly city» (промоція Миколаєва і туристичних продуктів на території міст пріоритетних для залучення туристичних потоків, розсилка промоційних матеріалів до міст-партнерів м. Миколаєва, обмін інформацією серед міст-партнерів) | Постійно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради, відділ протоколу та міжнародного співробітництва департаменту міського голови Миколаївської міської ради | Міський бюджет | - | - | - | | Збільшення туристичного потоку до міста, популяризація його в інших регіонах України. Підвищення рівня обізнаності партнерів щодо  м. Миколаєва, напрямків його розвитку |
|  |  | 1.7. «Брендінг Миколаєва» (формування унікального іміджу міста, заходи щодо реєстрації логотипу, реклама з розміщенням туристичного логотипу в аеропортах України, залізничних вокзалах України, в соціальних мережах, Youtube) тощо | Постійно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 95,0 | 95,0 | 100,0 | | Створення індивідуального образу Миколаєва, єдиного і позитивного, уніфікація його сприйняття, як в Україні так і за кордоном. |
|  |  | 1.8. Розробка, виготовлення та придбання презентаційних, інформаційних матеріалів, рекламно-поліграфічної продукції про місто Миколаїв, розробка макетів тощо | Постійно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 120,0 | 120,0 | 120,0 | | Сприяння ідентифікації та популяризації бренду м. Миколаєва |
|  |  | 1.9. Розроблення, виготовлення та актуалізація презентаційних відеороликів про Миколаїв та розповсюдження їх у соціальних мережах, туристичних порталах, в засобах масової інформації та в рекламно-інформаційних площинах | Постійно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 40,0 | 50,0 | 50,0 | | Популяризація внутрішнього туризму та відкриття м. Миколаєва для жителів України як туристичного міста |
|  |  | 1.10. «Подорожі та туризм» (участь у проведенні та організації круглих столів, форумів, виставок, ярмарків тощо з українськими організаціями, які сприяють розвитку туризму) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 70,0 | 70,0 | 70,0 | | Підвищення пізнаваності та туристичної привабливості м.Миколаєва, розвиток регіонального співробітництва у сфері туризму |
|  |  | 1.11. «World Travel» (участь у міжнародних форумах, виставках, ярмарках, обмін міжнародним досвідом тощо, які сприяють розвитку туризму) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 250,0 | 250,0 | 250,0 | | Підвищення пізнаваності та туристичної привабливості  м. Миколаєва на міжнародному рівні |
|  |  | 1.12. «Миколаїв в об’єктиві»  (розроблення, виготовлення фотоматеріалів) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 20,0 | 20,0 | 20,0 | | Популяризація туристичних об’єктів міста |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |
|  | 2. Створення комфортного середовища для туристів у м.Миколаєві | 2.1 «Туристично-інформаційний центр м.Миколаєва» (створення та подальший розвиток КУ «Туристично-інформаційний центр м. Миколаєва») | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 700,0 | 700,0 | 700,0 | | Забезпечення системного та якісного надання багатовекторного спектру інформаційних послуг у галузі  туризму у м. Миколаєві та на Миколаївщині |
|  |  | 2.2. «Smart Mykolaiv» (розробка, виготовлення та розміщення у міському просторі туристичної навігації - покажчиків з позначенням розташування туристичних об’єктів на декількох мовах з використанням QR-кодів) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 250,0 | 250,0 | 300,0 | | Підвищення якості орієнтування туристів та екскурсантів у міському просторі |
|  |  | 2.3. «Вечірній Миколаїв» (проведення робіт з декоративного освітлення історичних будівель та пам’ятників, туристичних локацій міста) | 2021-2022 | | Департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради,  КУ ММР «Агенція розвитку  м. Миколаєва»,  управління  з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 150, 0 | 340,0 | - | | Збільшення привабливості міського простору, у т.ч. за рахунок створення нової міської традиції |
|  |  | 2.4. «Туристичний потенціал м.Миколаєва» (аналiз туристичного потенцiалy м. Миколаєва, який складається з iнвентаризації, картування i оцiнки туристичних pecypciв, продуктів та iнфраструктури) | 2021-2022 | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради,  управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради,  управління освіти Миколаївської міської ради,  управління у справах фізичної культури і спорту Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 40,0 | 40,0 | - | | Створення бази даних туристичних ресурсів м. Миколаєва для впорядкування доступної інформації про них та як підґрунтя створення нових туристичних програм |
|  |  | 2.5. Створення нових та розвиток існуючих туристичних локацій, в т.ч. «Спаські каменоломні» (проведення вишукувальних робіт в миколаївських підземних порожнинах, ремонтні роботи з метою їх технічного та естетичного облаштування. Облаштування їх прилеглої території (за необхідності) | Щорічно | | Управління з надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради,  департамент житлово-комунального господарства,  адміністрації районів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 370,0 | 300,0 | 300,0 | | Розвиток туризму у м.Миколаєві, організація дозвілля мешканців та відвідувачів міста, створення можливості відвідування легендарних підземель м. Миколаєва туристами та екскурсантами |
|  |  |  | | | | | | | | | |
|  | 3. Партнерство з бізнесом туристичної галузі | 3.1. «Mykolaiv Tourism Awards» (запровадження та проведення конкурсу серед готелів, ресторанів та інших туристичних атракцій тощо) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 60,0 | 60,0 | 60,0 | Підвищення мотивації суб’єктів підприємницької діяльності туристичної сфери міста щодо вдосконалення рівня якості надання туристичних послуг | |
|  |  | 3.2. «Mykolaiv Tourism forum» (обмін досвідом, найкращими практиками, обговорення проблем галузі, D2B зустрічі, workshops тощо з представниками туристичної індустрії, інститутів громадського суспільства, туристичними фірмами тощо ) | Щорічно | | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | Міський бюджет | 250,0 | 250,0 | 250,0 | Формування позитивного і привабливого туристичного іміджу міста, обмін досвідом кращих представників туристичної сфери | |
|  |  |  | | | | | | | | | |
|  | 4.Підвищення конкурентоспро-можності туристичних продуктів міста | 4.1. «Туристичні маршрути м.Миколаєва» (сприяння промоції туристичних маршрутів, консультацій в галузі інженерії :збір інформації, обробка матеріалів; підготовка текстів до друку; підготовка фотоматеріалів, створення туристичних продуктів, у тому числі з використанням VR - технологій, доповненої реальності, розробка та виготовлення пакета інформаційних та рекламно-іміджевих матеріалів тощо) | Щорічно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | | Міський бюджет | 250,0 | 250,0 | 250,0 | Розвиток туризму у м. Миколаєві, збільшення туристичного потоку, підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів міста | |
|  |  |  | | | | | | | | | |
|  | 5. Підвищення туристичної привабливості м. Миколаєва | 5.1. «Школа гостинності м.Миколаєва» (організація та реалізація проєкту шляхом проведення тренінгів, організація та проведення промоційно-інформаційної кампанії тощо) | 2021 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | | Міський бюджет | 50,0 | 50,0 | 50,0 | Підвищення якості надання послуг та формування  атмосфери  гостинності і  комфорту для  споживачів  туристичних  продуктів м. Миколаєва | |
|  |  | 5.2. Участь в грантових програмах, конкурсах тощо національних та міжнародних установ та організацій тощо | Постійно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  КУ ММР «Агенція розвитку  м.Миколаєва», установи та організації Миколаєва (за узгоженням) | |  | - | - | - | Залучення фінансової підтримки для реалізації різноманітних проєктів | |
|  |  | 5.3. Впровадження заходів в рамках операційної програми «Басейн Чорного моря» за напрямом «Туризм» | 2021-2023 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради, установи та організації міста | | Грантові кошти | в межах коштів гранту | в межах коштів гранту | в межах коштів гранту | Спільне сприяння відкритості Чорноморського регіону для міжнародного туризму,  покращання туристичних послуг та підтримка підвищення кваліфікації в цій сфері,  розвиток засобів електронного маркетингу та прикордонного логістичного інформування в сфері туризму, спільне сприяння бізнесу і підприємництву в сфері туризму та культури | |
|  |  | 5.4. «Фестивальне свято на воді» (організація та проведення фестивалю) | Щорічно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради , департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради, Громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням), громадські організації (за узгодженням), адміністрації районів Миколаївської міської ради | | Міський бюджет | 1100,0 | 1100,0 | 1100,0 | Популяризація водних видів туризму,спорту та дозвілля, організація дозвілля миколаївців та туристів, розвиток подієвого туризму | |
|  |  | 5.5. Проведення заходів до Дня туризму України | Щорічно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | | Міський бюджет | 40,0 | 40,0 | 40,0 | Популяризація туристичного потенціалу міста, відзначення представників туристичної індустрії | |
|  |  | 5.6. Проведення іміджевих заходів (фестивалів, конкурсів, кінопоказів, підтримка заходів подієвого туризму тощо) | Щорічно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради, управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради,  організації, підприємства, установи міста (за узгодженням) | | Міський бюджет | 150,0 | 150,0 | 150,0 | Розвиток позитивного туристичного іміджу м. Миколаєва | |

Примітка: обсяги фінансування можуть корегуватися в межах бюджетного період без внесення змін до даної таблиці