s-pg- 087

Про затвердження Програми розвитку

туристичної галузі міста Миколаєва

до 2020 року

        З метою розвитку туризму як високорентабельної галузі економіки м. Миколаєва, важливого засобу культурного та духовного виховання жителів та гостей 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 2020 року (далі - Програма, додається).

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

### 2. 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.Ф. Сєнкевич

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**рішення міської ради**

**від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Програма розвитку

туристичної галузі міста Миколаєва до 2020 року

1.Вступ

Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2020 року (далі - Програма) являє собою комплекс матеріально-технічних, управлінських проектів 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.

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 розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2020 року покликана стати першим кроком та концептуальною базою сталого розвитку туризму у місті як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання жителів, гостей міста. Враховуючи масштабність поставлених завдань, є необхідним залучення до Програми якнайбільше виконавців (учасників).

Законодавчим та нормативним підґрунтям розроблення Програми є Конституція України, Закони України “Про місцеве самоврядування в Україні“, “Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України“, “Про туризм“, розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 № 538-р “Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі“, “Стратегія сталого розвитку Україна 2020“, Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2020 року, рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 27.06.2008 № 1368 “Про порядок розробки та виконання міських цільових програм“ (із змінами та доповненнями).

2. Аналіз стану туристичної галузі м. Миколаєва

Туризм є стратегічною ініціативою, яка спроможна внести значний вклад в економічне зростання міста та підвищення комфорту та якості життя мешканців міста. Туристична індустрія, яка намагається мало впливати на навколишнє середовище та місцеву культуру, водночас сприяє збільшенню робочих місць, прибутків і збереженню місцевої екосистеми.

У макроекономічному вимірі значення туризму показує, чому інвестиції в туризм є рентабельними. З одного боку, туризм є потужним фактором на ринку праці, з іншого боку – важливим джерелом податкових надходжень.

Туристична індустрія належить до секторів економіки з найбільшою кількістю зайнятих людей. Туризм створює велику кількість робочих місць та забезпечує зайнятому в туризмі населенню відповідні доходи.

Туристична галузь м. Миколаєва - одна з найменш розвинених галузей міського господарства. Це обумовлено історичною спадщиною міста – закритого осередку оборонної промисловості країни. Проте наразі Миколаїв має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

|  |
| --- |
| **Туристичні потоки у м. Миколаєві\*** |

З них:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** |
| туроператори | 4 | 3 | 3 |
| турагенти | 47 | 48 | 48 |
| суб’єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність | 1 | 2 | – |

\* За даними Головного управління статистики у Миколаївській області

**Кількість туристів, обслугованих туроператорами**

**і турагентствами\***

З них:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** |
| іноземні туристи | - | - | 9 |
| туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | 6133 | 7383 | 9785 |
| внутрішні туристи | 567 | 383 | 594 |
| екскурсанти |  | 1253 |  |

\* За даними Головного управління статистики у Миколаївській області

Таким чином, у наявності сталий розвиток суб’єктів туристичної діяльності, які надають туристичні послуги у м. Миколаєві, що свідчить про позитивну динаміку галузі, незважаючи на політичні та економічні чинники.

Дієвою складовою інфраструктури міста є готельне господарство та інші засоби розміщення (готелі, хостели, кімнати тимчасового проживання, готельні номери, готельні та туристичні комплекси).

**Колективні засоби розміщення у м. Миколаєві**

\* За даними Головного управління статистики у Миколаївській області

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** |
| Кількість на кінець року1 | 29 | 34 | 34 |
| Кількість номерів | 913 | 954 | 1014 |
| Кількість місць | 1417 | 1564 | 1765 |
| Кількість осіб, що перебували у закладах | 54304 | 65897 | 67885 |
| у тому числі іноземців | 3356 | 7808 | 4421 |
| Кількість ночівель, проведених особами | 105078 | 118574 | 123179 |
| у тому числі іноземцями | 10143 | 13181 | 10775 |
| Коефіцієнт використання місткості2 | 0,20 | 0,22 | 0,20 |

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

1 Враховуються готелі та аналогічні засоби розміщування, які належать юридичним особам та фізичним особам-підприємцям.

2 Коефіцієнт використання місткості розраховано як відношення кількості ночівель до кількості місць у засобі розміщування, помноженої на кількість днів роботи колективного засобу розміщування.

Роботу закладів розміщення у місті характеризують показники виконання дохідної частини бюджету міста - туристичний збір.

**Туристичний збір до бюджету м. Миколаєва, тис. грн.\***

\*за даними департаменту фінансів Миколаївської міської ради

У закладах ресторанного господарства міста інтер’єр і меню закладів відповідають очікуванням середньостатистичного туриста.

Протягом 2017 року на споживчому ринку м. Миколаєва у порівнянні з груднем 2016 року ціни у сфері ресторанного і готельного бізнесу підвищилися на 11,1%, відпочинку і культури – на 5,9%.

Миколаїв також багатий на історико-культурні пам’ятки та привабливі витвори архітектури.

У місті розташовано морську (астрономічну) обсерваторію, яка заснована першою в державі і найстаріша серед обсерваторій Східної Європи. На честь Миколаєва Кримська астрономічна обсерваторія відкрила малу планету – Nikolaev.

Однією з найголовніших туристичних зупинок міста є Миколаївський зоопарк. На даний час його площа займає територію 18,48 га. Він вважається найкращим в Україні та одним з найкращих у Європі. Колекція становить близько 452 видів і 5500 екземплярів тварин. Понад 220 видів тварин з них занесені до Червоної книги; 90 видів тварин серед українських зоопарків представлені тільки тут.

На річці Південний Буг нижче за течією Південнобузького (Варварівського) мосту знаходиться найстаріший в Україні Миколаївський яхт-клуб, який з дня заснування протягом понад 100 років зберіг назву і своє призначення, а також не змінив розташування. Тут відбуваються всеукраїнські щорічні парусні змагання.

Кожен відвідувач міста знайде у Миколаєві щось своє: різноманіття водних краєвидів, давня архітектура (будівлі ХVIII-XIX століття), парки (площею 294,3 га), сквери (66 га), бульвари (51,3 га), театри, кінотеатри.

Основними туристичними об’єктами,

що розташовані у м. Миколаєві, є:

- кращий в Україні Миколаївський зоопарк з колекцією понад 5,5 тис. екземплярів;

- астрономічна обсерваторія (функціонує близько 200 років, розташована у будівлі - пам’ятці архітектури національного значення 1821-1827рр);

- єдиний у світі Музей суднобудування та флоту, розташований у пам’ятці архітектури національного значення “Будинок штабу флоту. 1796р. “);

- пам’ятка архітектури національного значення “Офіцерське зібрання. 1820р.“;

- пам’ятка архітектури місцевого значення “Комплекс будівель водолікарні доктора Кенігсберга. 1901р. “ Цей медичний заклад не припиняв своєї роботи під час ІІ Світової війни;

- “Ворота і мур суднобудівної верфі 1838-1842рр.“ - пам’ятка архітектури національного значення у місці, з якого починався м. Миколаїв;

- Миколаївський обласний краєзнавчий музей з колекцією експонатів, розташований у пам’ятці архітектури національного значення “Старофлотські казарми.1850р.“;

- єдиний у світі діючий пам’ятник художнику - Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Веращагіна, видатного баталіста, етнографа, мандрівника тощо.

Все більшої популярності серед туристів, які приїжджають оздоровитися в наш край, набувають подорожі на узбережжя Дніпро-Бузького лиману та Чорного моря.

Найбільш популярними видами туризму у місті Миколаєві є відпочинковий, історико-культурний, оздоровчий.

Миколаїв - фестивальне місто

Для ознайомлення з етнографічними особливостями та культурною спадщиною міста та краю започатковано проведення щорічних фестивальних заходів:

*-* Відкритий дитячий рок-фестиваль “Вічна молодість“ *-* єдиний в Україні, відбувається у Культурно-ігровому комплексі «Дитяче містечко “Казка“;

*-* “Молодіжний «STARtfest*» -* фестиваль молодіжних талантів: хореографія, вокал, ординальний жанр, театр;

*-* Фестиваль вуличних культур “Skills“ - сучасні танцювальні культури;

*-* Всеукраїнський фестиваль національних культур “Дружба“ *-* утвердження принципів міжнаціонального миру й злагоди у суспільстві, збереження й популяризації культурної спадщини, народних традицій, мови, декоративно-ужиткового мистецтва етносів України;

*-* фестиваль FESTмрії - свято українських традицій та популяризація народних ремесел;

- “Миколаїв RIVER-FEST“ - масштабне водне свято у місті лагідної води, справжній симбіоз зусиль містян та влади;

- “Миколаївський гурман“ - свято вина, устриць та класичної музики (колоритний захід миколаївської осені).

**2.1.   SWOT- аналіз туристичної галузі м. Миколаєва**

SWOT- аналіз презентує сильні і слабкі сторони міста, а також можливості й загрози щодо розвитку туристичної галузі міста. SWOT- аналіз розроблений на основі спілкування з суб’єктами туристичної діяльності, аналізу наявних статистичних даних та досвіду реалізації заходів галузевих програм розвитку міста.

|  |  |
| --- | --- |
| Сильні сторони | Слабкі сторони |
| 1. Вдале географічне розташування міста - адміністративний центр Миколаївської області, проектна територія міжнародних програм співробітництва.  2. Місто є центром для організації туристичних й екскурсійних мандрівок у скелястий край Миколаївської області, до узбережжя Чорного моря та інші привабливі для туристів місця у регіоні.  3. У місті розташовані об’єкти зі значним туристичним потенціалом: Миколаївський зоопарк, Миколаївський обласний краєзнавчий музей «Старофлотські казарми», Миколаївський обласний художній музей ім. В.В.Верещагіна, Миколаївська обсерваторія, яхт-клуб, Дитяче містечко «Казка» тощо.  4. За останні роки значно збільшилася кількість щорічних міських фестивалів.  5. У Миколаєві добре розвинута готельна інфраструктура.  6.  У місті функціонує розгалужена й різнопланова мережа закладів харчування. | 1. Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.  2. Недостатня промоція міста та подій, що проводяться в місті, в національних ЗМІ.  3. Миколаїв не сприймається як туристичний продукт, що пов’язано з відсутністю у переліку послуг туристичних фірм міста (за незначним винятком) прогулянок по обласному центру.  4. Відсутність пізнаваної і відомої туристичної атракції, яка б заохочувала приїзд і перебування у місті.  5. Не розвинуті й недоступні найбільші туристичні атракції міста: Офіцерське зібрання (Будинок офіцерів флоту) - пам’ятка архітектури національного значення, підземелля, військові й промислові об’єкти радянської доби.  6. Недостатній обсяг пропонованої туристичної інформації іноземними мовами.  7. Незадовільний стан розвитку рекреаційного туризму, зокрема, недостатня кількість сучасних спортивно-відпочинкових комплексів та мережі веломаршрутів.  8. Незадовільний стан доріг та некомфортне автотранспортне сполучення Миколаєва з іншими туристичними центрами Південної та Центральної України.  9. Відсутність традиції ведення якісного туристичного бізнесу в місті.  10. Мала кількість колективних засобів розміщення для осіб з низьким матеріальним забезпеченням (мотелів і хостелів).  11. Занепад міжнародного аеропорту.  12.  Низький рівень співпраці з університетами та бізнес-структурами щодо розвитку бізнес-туризму.  13. Відсутня ефективна система управління туристичною галуззю.  14. Низький рівень благоустрою околиць міста для туристичних потреб.  15.  Орієнтованість туроператорів міста на виїзний туризм. |
| Можливості | Загрози |
| 1.  Розвиток транспортного сполучення (особливо залізничного) з туристичним центрами України.  2. Розвиток міжнародного аеропорту в напрямку залучення авіакампаній - лоукостерів.  3. Організація окремих промоційно-інформаційних кампаній та розробка туристичних пакетів для внутрішніх і в’їзних туристів.  4.  Розроблення інноваційних форм проведення екскурсій.  5.Позиціонування міста як Брами Причорномор’я.  6.  Налагодження співпраці з місцевими університетами з метою розвитку наукового туризму.  7.  Розвиток рекреаційного туризму (відновлення колишніх відомчих відпочинкових баз на берегах річок Південний Буг та Інгул: місцина «Родники», Волоська та Руська коси тощо).  8.  Створення вільного та безбар’єрного доступу туристів до усіх туристичних атракцій міста.  9. Розвиток бізнес - туризму.  10.   Проведення семінарів, конференцій, зустрічей, тренінгів з питань розвитку туристичної сфери.  11.  Залучення додаткових донорських коштів на розвиток міського турпродукту. | 1.Закріплення за Миколаєвом статусу «транзитного міста».  2.  Непізнаваність міста як туристичної дестинації через брак визначеного бренду міста і його промоції у вітчизняних і закордонних ЗМІ.  3.Відсутність комплексної туристичної пропозиції як для внутрішнього, так і для в’їзного туриста, яка б охоплювала атракції як Миколаєва, так і інших населених пунктів (зокрема, приміських) області.  4.  Зростаюча конкуренція інших туристичних центрів Південної України.  5.  Низька зацікавленість мешканців міста в розвитку туристичної сфери. |

3. Визначення проблем галузі

Зважаючи на комплекс причин, наявний потенціал міста не використовується туристами в достатній мірі, оскільки матеріально-технічна база туристично-рекреаційних об’єктів не відповідає сучасним вимогам і потребує значних капіталовкладень для переоснащення та модернізації.

Перешкодами на шляху до перетворення туристичної сфери міста у сучасну галузь економіки є: недостатній розвиток туристичної інфраструктури, зокрема, реконструкції та будівництва закладів розміщення туристів різних стандартів (готелів, мотелів, кемпінгів); відсутність належного рівня індустрії відпочинку та розваг; не облаштовані місця короткочасного відпочинку туристів; незадовільний стан доріг; відсутність під’їздів до туристичних об’єктів; незадовільний стан більшості пам’яток культурної спадщини; недостатньо виконується програма їх збереження та пристосування для потреб туристів; неефективна діяльність відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу; відсутність системного рекламного та інформаційного забезпечення.

На заваді стоїть несформована повноціна місцева політика розвитку туризму. Низьким є рівень забезпеченості автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи маркування автошляхів щодо об’єктів туризму, готелів, хостелів). У місцях найбільшої концентрації приїжджих (вокзали, ринки тощо) відсутні інформаційно-рекламні стенди, що містять детальну карту та інформацію про місце розташування основних атракцій, готелів, туристичних фірм, ресторанів, закладів відпочинку та основних туристичних маршрутів.

Відсутня централізована робота з підвищення науково-методичного рівня екскурсійних заходів та професійної майстерності екскурсоводів (гідів).

Місто, на жаль, не має зразків новітніх туристичних інформаційних продуктів - мобільного(них) додатку(ків) до смартфонів і планшетів «Миколаїв для туристів».

«Перші паростки» дав велосипедний рух Миколаєва: розроблено та впроваджується проект «Велорух», що підтримує ідею сталої міської мобільності шляхом створення безпечних та комфортних умов для всіх учасників дорожнього руху, зокрема велосипедистів (за підтримки Європейського Союзу). Маршрут від центру міста до мікрорайону Соляні через Інгульський міст, що поєднує береги р. Інгул.

У жовтні 2017 року місто прийняло ІХ-й VELOFORUM International Conference - щорічну міждисциплінарну конференцію, присвячену політиці транспорту, сталого розвитку та громадянського суспільства за підтримки Представництва Фонду ім. Гайнріха Бьолля в Україні. У масштабному заході, темою якого стала теза «Велосипед як каталізатор змін у містах», взяли участь 120 учасників з 24 міст України та 8 країн світу.

Для розв'язання проблем галузі необхідно дотримуватись принципів планування та послідовності, чітко визначати перспективи з урахуванням усіх потреб галузі, використовувати цільове пріоритетне спрямування бюджетних коштів для вирішення першочергових завдань.

Для галузі актуальними залишаються питання фінансової підтримки туризму та рекреації, збільшення позабюджетних додаткових надходжень, що призведе до суттєвих поліпшень якості надання туристичних послуг.

Для належного розвитку туризму необхідно спрямувати дії органів місцевого самоврядування на вироблення і впровадження нового погляду на функціонування галузі, системного підходу до питань її розвитку із застосуванням сучасних моделей політики гостинності, які б сприяли динамізації туристичних процесів, пошуку нових шляхів фінансового забезпечення галузі, збереженню та примноженню туристично-рекреаційного потенціалу міста.

4. Мета Програми

Основною метою Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2020 року є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців міста та гостей; створення та розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу, її етнографічних особливостей, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб’єктів туристичної діяльності, підвищення частки туристичної галузі в економічних показниках міста, створення належних умов для забезпечення якісного зростання рівня туристичних послуг, збільшення потоку внутрішніх і в’їзних туристів, покращання іміджу міста на всеукраїнському і міжнародному ринках туристичних послуг.

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

Розв’язання проблем, визначених програмою пропонується шляхом:

• створення сучасних smart послуг;

• розроблення та реалізації концептуального маркетингу та промоції м. Миколаєва;

• створення дружніх умов до туристичного бізнесу;

• розроблення інноваційного комплексного туристичного продукту;

• підвищення туристичної привабливості м. Миколаєва;

• сприяння створенню нових туристичних атракцій у м. Миколаєві.

Провідна роль належатиме модернізації туристично-рекреаційної інфраструктури та супутніх до туризму сфер діяльності. Будуть використовуватись наявні можливості для розвитку ділового, оздоровчого, спортивного та інших активних видів туризму.

Заходи Програми реалізуються за рахунок коштів міського бюджету із залученням коштів суб’єктів підприємництва усіх форм власності, громадських організацій, міжнародної технічної допомоги, інвестиційних коштів, інших джерел, не заборонених законодавством.

До виконання Програми передбачено залучення потенціалу вищих навчальних закладів міста, у т.ч. наукової мережі цих установ.

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

6. Перелік завдань і заходів та результативні показники виконання Програми

Перелік завдань і заходів Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2020 року визначено у додатку 2 до Програми.

Виконання Програми дасть змогу забезпечити досягнення очікуваних результатів у трьох напрямках:

1. Відновлення і покращання туристичної інфраструктури, що, у свою чергу, сприятиме створенню якісного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби мешканців міста та туристів, в результаті чого можна очікувати:

-   розширення переліку туристичних та туристично-інформаційних послуг;

-   підвищення якості туристичних послуг;

-    збільшення кількості туристів та екскурсантів.

2. Промоція туристичного потенціалу та позитивного іміджу міста  як розвиненого та безпечного туристичного центру Північного Причорномор’я, Південної України, в результаті чого можна очікувати:

-  пізнаваність міста на туристичній карті України та світу;

-  збільшення туристичних потоків.

3. Активізація туристичної діяльності, посилення взаємозв’язку інфраструктури туризму з іншими сферами соціально-економічного та культурного розвитку міста, в результаті чого можна очікувати:

-  створення нових робочих місць;

- збільшення обсягу щорічних надходжень до міського бюджету від провадження туристичної діяльності;

-  розвиток кадрового потенціалу в сфері туризму;

-  створення умов для залучення додаткових фінансових потоків та інвестицій в туристичну галузь міста.

**Результативні показники виконання Програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | | | | **Показник** | | | **Одиниці виміру** | | | **2019** | | | **2020** | | |
| **Розвиток туристичної індустрії у м. Миколаєві** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Показник витрат:** | | | | | |  | | | |  | | |  | | |
|  | | | | | 1. Витрати на проведення інвентаризації туристичних ресурсів майна та оцінки можливостей для розвитку туризму м. Миколаєва | тис. грн. | | | | 20,00 | | |  | | |
|  | | | | | 2. Витрати на створення та утримання туристично-інформаційного центру м. Миколаєва | тис. грн. | | | | 420,00 | | | 600,00 | | |
| **Показник продукту:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Кількість інвентаризованих туристичних ресурсів | | | од. | | | 300\* | | |  | | |
|  | | | | 2. Кількість створених туристично-інформаційних центрів м. Миколаєва | | | од. | | | 1 | | |  | | |
| **Показник ефективності:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Середні витрати на проведення інвентаризації одного об’єкта | | | грн. | | | 66,7 | | |  | | |
|  | | | | 2. Середні витрати на створення та утримання туристично-інформаційних центрів м. Миколаєва на місяць | | | тис. грн. | | | 52,5 | | | 50,00 | | |
| **Показник якості:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Рівень інвентаризованих туристичних ресурсів. | | | % | | | 100 | | | 100 | | |
|  | | | | 2. Рівень забезпеченості туристично-інформаційними послугами | | | % | | | 100 | | | 100 | | |
| **Створення сучасних smart послуг** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Показник витрат:** | | | | | | | |  | |  | | | |  | |
|  | | 1. Витрати на розробку, виготовлення та розміщення у міському просторі туристичної навігації – покажчиків з позначенням розташування туристичних об’єктів на декількох мовах з використанням QR - кодів | | | | | | тис. грн. | | 250,0 | | | | 300,0 | |
|  | | 2. Витрати на проведення робіт з декоративного освітлення історичних будівель та пам’ятників, туристичних локацій міста. | | | | | | тис. грн. | | 150,0 | | | | 340,0 | |
| **Показник продукту:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | 1.Кількість покажчиків з позначенням розташування туристичних об’єктів | | | | | | | од. | | 25\* | | | | 25\* | |
|  | 2. Кількість декоративно освітлених історичних будівель та пам’ятників | | | | | | | од. | | 1 | | | | 2 | |
| **Показник ефективності:** | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | | | | 1.Середні витрати за розробку виготовлення та розміщення у міському просторі одного покажчика. | | | | тис. грн. | | 10,00 | | | | 12,00 | |
|  | | | | 2. Середні витрати на декоративне освітлення однієї історичної будівлі або пам’ятника | | | | тис. грн. | | 150,00 | | | | 170,00 | |
| **Показник якості:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1.Динаміка кількості розміщених покажчиків з позначенням розташування туристичних об’єктів у порівнянні з попереднім роком. | | | **%** | | |  | | | 100 | | |
|  | | | | 2.Динаміка кількості декоративно освітлених історичних будівель та пам’ятників у порівнянні з попереднім роком | | | **%** | | | 100 | | | 100 | | |
| **Розробка та реалізація концептуального маркетингу та промоції м. Миколаєва** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Показник витрат:** | | | | | |  | | | |  | |  | | | |
|  | | | 1. Витрати на розроблення туристичного бренду міста та брендбуку | | | тис. грн. | | | | 95,0 | |  | | | |
|  | | | 2. Витрати на виготовлення та придбання комплектів сувенірно- інформаційної продукції | | | тис. грн. | | | | 120,0 | | 120,0 | | | |
|  | | | 3. Витрати виготовлення та встановлення сучасних інформаційних боксів (з програмним забезпеченням) у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них | | | тис. грн. | | | | 150,0 | | 340,0 | | | |
| **Показник продукту:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Кількість розроблених туристичних брендів міста та брендбуків | | | од. | | | 1,0 | | |  | | |
|  | | | | 2. Кількість виготовлених та придбаних комплектів сувенірно-інформаційної продукції | | | комплектів | | | 500,0 | | | 500,0 | | |
|  | | | | 3. Кількість виготовлених та встановлених сучасних інформаційних боксів (з програмним забезпеченням) у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них | | | од. | | | 1 | | | 2 | | |
| **Показник ефективності:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Середні витрати на розроблення туристичного бренду міста та брендбуку | | | тис. грн. | | | 95,0 | | |  | | |
|  | | | | 2. Середні витрати на виготовлення та придбання одного комплекту сувенірно-інформаційної продукції | | | грн. | | | 240,0 | | | 240,0 | | |
|  | | | | 3. Середні витрати на виготовлення та встановлення одного сучасного інформаційного боксу (з програмним забезпеченням) у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них | | | грн. | | | 150,00 | | | 170,00 | | |
| **Показник якості:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Забезпеченість туристичним брендом міста та брендбуком для популяризації та впізнаваності міста | | | % | | | 100 | | | 100 | | |
|  | | | | 2.Рівень забезпечення промоційною продукцією для популяризації міста | | | % | | | 100 | | | 100 | | |
|  | | | | 3. Забезпеченість інноваційними засобами ознайомлення гостей міста із туристичним потенціалом | | | % | | | 100 | | | 100 | | |
| **Підвищення туристичної привабливості м. Миколаєва** | | | | | | | | | | | | |  | | |
| **Показник витрат:** | | | | | | . | | | |  | | |  | | |
|  | | | 1. Витрати на проведення фестивального свята на воді | | | тис. грн. | | | | 1013,0 | | | 1000,0 | | |
|  | | | 2. Витрати на проведення вишукувальних робіт підземельних порожнин та їх естетичного облаштування | | | тис. грн. | | | | 200,0 | | | 600,0 | | |
| **Показник продукту:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | Кількість проведених фестивальних свят на воді | | | од. | | | 1 | | | 1 | | |
|  | | | | Кількість проведення вишукувальних робіт Миколаївських підземельних порожнин та їх естетичне облаштування. Облаштування прилеглої території ( за необхідності). | | | од. | | | 1 | | | 2 | | |
| **Показник ефективності:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Середні витрати на проведення одного фестивального свята на воді | | | тис. грн. | | | 1013,0 | | | 1000,0 | | |
|  | | | | 2. Середні витрати проведення вишукувальних робіт в одній миколаївській підземній порожнині та її технічного облаштування. Облаштування прилеглої території (за необхідності) | | | тис. грн. | | | 200,0 | | | 300,0 | | |
| **Показник якості:** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 1. Забезпечення фестивальним святом на воді | | | | | % | | 100 | | | | 100 |
|  | | | | 2. Динаміка збільшення облаштованих миколаївських підземних порожнин | | | | | % | | 100 | | | | 100 |

\*Зазначено орієнтовну кількість

Для туристичного розвитку м. Миколаєва слід, у першу чергу, розбудовувати сильні сторони дестинації, використовувати потенційні ринки та шанси, підвищувати привабливість міста за рахунок розвитку інфраструктури, насамперед історичних зон, центральної частини та місць, що відвідають туристи.

Туризм як важливий сектор економіки є однією з ключових галузей для майбутнього розвитку міста. Наступними роками має бути підвищений внесок туризму в розвиток місцевого ринку праці та річного валового внутрішнього продукту. У зв’язку з цим пріоритетною метою є підвищення попиту, збільшення тривалості перебування і витрат денних туристів та туристів, що залишаються на ночівлю.

Миколаїв може використати свій шанс, якщо буде забезпечена належна промоція міста через узгоджену комунікацію всіх зацікавлених сторін партнерів. Це вимагає послідовної роботи над покращанням іміджу. Іміджеві аспекти мають бути враховані в майбутній діяльності (у маркетингу, під час проведення заходів тощо).

Нова якість та кращі стандарти надання туристичних та культурних послуг, ефективна економіка міста – це ті загальні результати, яких громада міста очікує досягти внаслідок реалізації Програми у довгостроковій перспективі.

7. 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 2020 року.

2. Перелік завдань і заходів Програми розвитку туристичної галузі м. Миколаєва до 2020 року.

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

**Додаток 1**

**до Програми**

**Паспорт**

**Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2020 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: 1. Виконавчі органи Миколаївської міської ради.

2. Заклади, підприємства та установи міста, інші

зацікавлені організації та особи.

7. Термін виконання: 2019-2020 роки

8. Обсяг та джерела фінансування:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Джерела фінансування | Обсяг фінансування, тис.грн. | У тому числі за роками | |
| 2019 | 2020 |
| Міський бюджет | 6537,00 | 2772,00 | 3765,00 |

Додаток 2

до Програми

**Перелік завдань і заходів Програми розвитку туристичної галузі міста Миколаєва до 2020 року**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Перелік заходів Програми** | **Строк виконання заходу** | **Виконавці** | **Орієнтовні обсяги фінансування, тис. грн.** | | | | **Очікуваний результат** |
| **Всього** | **У тому числі за роками** | | |
| **2019** | | **2020** |
| **Всього**  **6537,00** | **2772,00** | | **3765,00** |
| **У тому числі кошти міського бюджету** | **2772,00** | | **3765,00** |
| **1.Розвиток туристичної індустрії у м. Миколаєві** | | | | | | | | |
|  | 1.1. Забезпечення проведення інвентаризації туристичних ресурсів міста й оцінки можливостей для розвитку туризму у м. Миколаєві, у т. ч з попереднім навчанням посадовців виконавчих органів (1-денний тренінг із залученим спікером) | 2019 | 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 | 20.0 | | -  20,0 | -  - | Створення бази даних туристичних ресурсів м. Миколаєва для впорядкування доступної інформації про них та як підґрунтя створення нових туристичних програм |
|  | 1.2.Запровадження у м. Миколаєві Європейської Системи Туристичних Індикаторів (ЕТІS):  - створення профілю дестинації;  - формуванняSWG - Групи стейкхолдерів | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  Асоціація індустрії гостинності України (за узгодженням як ментор) | - | | - | - | Застосування до туристичної інфраструктури м. Миколаєва міжнародних норм і стандартів з метою підвищення рівня обслуговування та збільшення туристичного потоку |
|  | 1.3. Створення та подальший розвиток КУ «Туристично-інформаційний центр м. Миколаєва» | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 1020,0 | | 420, 0 | 600,0 | Забезпечення системного та якісного надання багатовекторного спектру інформаційних послуг у галузі  туризму у м. Миколаєві та на Миколаївщині |
| **2. Створення сучасних smart послуг** | | | | | | | | |
|  | 2.3. Розробка, виготовлення та розміщення у міському просторі туристичної навігації - покажчиків з позначенням розташування туристичних об’єктів на декількох мовах з використанням QR-кодів | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради | 550,0 | | 250,0 | 300,0 | Підвищення якості орієнтування туристів та екскурсантів у міському просторі |
|  | 2.4. Проведення робіт з декоративного освітлення історичних будівель та пам’ятників, туристичних локацій міста (запровадження нового міського ритуалу у визначений час – як своєрідну точку концентрації туристів) | 2019-2020 | Департамент житлово-комунального господарства Миколаївської міської ради,  КУ ММР «Агенція розвитку м. Миколаєва».  управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради | 490,0 | | 150, 0 | 340,0 | Збільшення привабливості міського простору за рахунок створення, у т.ч. нової міської традиції |
| **3. Розробка та реалізація концептуального маркетингу та промоції м. Миколаєва** | | | | | | | | |
|  | 3.1. Розроблення та затвердження туристичного бренду міста та брендбуку | 2019 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 95,0 | | 95,0 | - | Створення візуальної ідентифікації м. Миколаєва для розвитку в’їзного та внутрішнього туризму |
|  | 3.2. Проведення паспортизації об’єктів туристичної інфраструктури м. Миколаєва - готелів, ресторанів, музеїв, санаторно-курортних закладів, закладів культурно - дозвілевої діяльності тощо відповідно до державних стандартів | 2019-2020 | 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),  заклади туристичної інфраструктури Миколаєва (за узгодженням) | - | | - | - | Подальший розвиток інфраструктури туризму та рекреації міста, створення умов для плідного діалогу та співпраці |
|  | 3.3. Розроблення та виготовлення комплектів сувенірно-інформаційної продукції (каталоги, буклети, листівки, сувеніри із зображенням туристичних атракцій та івентів м. Миколаєва тощо) | постійно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 240,0 | | 120,0 | 120,0 | Підтримка єдиного стилю сувенірної та поліграфічної продукції, що сприятиме пізнаваності та популяризації бренду м. Миколаєва |
|  | 3.4 Замовлення, виготовлення аудіоролика «Миколаїв – гостинне  місто» та розміщення його на «Радіо «Квартал» та радіо «Рідна вулиця», залізничному вокзалі, в аеропорту «Миколаїв», електронних ЗМІ | 2019 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради | 9,0 | | 9,0 | - | Насичення міського простору промоінформацією «Миколаїв – гостинне місто» |
|  | 3.5. Виготовлення та поширення у мас-медіа відеоролика «Абетка Миколаєва» трьома мовами (українська, англійська, російська) – мандрівка вулицями за алфавітом або туристичні атракції за алфавітом | 2019 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 40,0 | | 40,0 | - | Підвищення рівня обізнаності миколаївців різних вікових категорій у питаннях історії та сучасності м. Миколаєва, виховання любові та поваги до рідного міста |
|  | 3.6. Розроблення та подальша актуалізація аудіоекскурсій туристичними маршрутами 3-ма мовами (українська, англійська, російська) для самостійного знайомства туриста з містом, історико-культурними об’єктами | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  Миколаївський обласний краєзнавчий музей «Старофлотські казарми» (за узгодженням) | - | | - | - | Створення можливості для самостійного ознайомлення туриста з містом та туристичними об’єктами |
|  | 3.7. Розміщення промоційних матеріалів про м. Миколаїв на рекламних конструкціях в інших містах на умовах соціальної реклами | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  управління містобудування та архітектури Миколаївської міської ради | - | | - | - | Збільшення туристичного потоку до міста, популяризація його в інших регіонах України |
|  | 3.7.1. Розсилка промоційних матеріалів до міст-партнерів м. Миколаєва | постійно | Відділ міжнародних відносин управління інформаційної політики та зовнішніх відносин департаменту міського голови Миколаївської міської ради | - | | - | - | Підвищення рівня обізнаності партнерів щодо м. Миколаєва, напрямків його розвитку |
|  | 3.8. Організація промоційних турів (окремо для кожної категорії - журналісти, туристичні оператори, працівники місцевого самоврядування, суб’єкти підприємницької діяльності туристичної сфери 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) | 120,0 | | 60,0 | 60,0 | 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 |
|  | 3.9. Проведення рекламних акцій «Дні Миколаєва у (на)….» | 2019- 2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 50,0 | | 25,0 | 25,0 | Поширення інформації про туристичні можливості м. Миколаєва в інших регіонах та стимулювання розвитку внутрішнього туризму |
|  | 3.10. Розроблення календаря подій «Миколаївський рік» /***або «Пори року в Миколаєві»/*** та розміщення його на офіційному Інтернет-порталі Миколаївської міської ради та офіційній сторінці департаменту економічного розвитку Миколаївської міської ради у Facebook | щороку | 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) | - | | - | - | Розвиток подієвого туризму у м. Миколаєві |
|  | 3.11. Промоція міста як локації для інших видів туризму (бізнес, освіта, «весільний», туризм «третього віку» тощо) | постійно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | - | | - | - | Збільшення туристичного потоку до міста, промоція його як багатовекторної туристичної дестинації |
|  | 3.12. Розроблення, виготовлення та актуалізація презентаційних відеороликів про Миколаїв та розміщення їх у соціальних мережах, туристичних порталах, мас-медіа | постійно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 90,0 | | 40,0 | 50,0 | Популяризація внутрішнього туризму та відкриття м. Миколаєва для жителів України як туристичного міста |
|  | 3.13. Виготовлення та встановлення сучасних інформаційних боксів (з програмним забезпеченням) у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  управління містобудування та архітектури Миколаївської міської ради | 490,0 | | 150,0 | 340,0 | Забезпечення туристів та екскурсантів необхідним обсягом навігації по місту |
|  | 3.14. Участь у проведенні та організації круглих столів, форумів, виставок, ярмарків тощо з українськими та міжнародними організаціями, які сприяють розвитку туризму | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради | 140,0 | | 70,0 | 70,0 | Підвищення пізнаваності та туристичної привабливості м. Миколаєва, розвиток регіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму |
| **4. Створення дружніх умов до туристичного бізнесу** | | | | | | | | |
|  | 4.1. Запровадження премії «Бренд року» серед готелів, ресторанів та інших туристичних атракцій (проведення конкурсу) | щорічно | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 80,0 | | 40,0 | 40,0 | Підвищення мотивації суб’єктів підприємницької діяльності туристичної сфери міста щодо вдосконалення рівня якості надання туристичних послуг |
| **5. Розробка інноваційного комплексного туристичного продукту** | | | | | | | | |
|  | 5.1. Забезпечення впровадження туристичних проектів за Програмою «Громадський бюджет м. Миколаєва» | 2019-2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | - | | - | - | Впровадження інноваційного механізму, залучення громадськості до розподілу коштів міського бюджету у туристичній галузі. Подання щонайменше 3-х проектів |
| **6. Підвищення туристичної привабливості м. Миколаєва** | | | | | | | | |
|  | 6.1. Проведення іміджевих заходів (фестивалів, конкурсів, мистецьких виставок, спортивних змагань, дефіле, кінопоказів тощо), підтримка заходів подієвого туризму | протягом року | Виконавчі органи Миколаївської міської ради,  організації, підприємства, установи міста (за узгодженням) | - | | - | - | Розвиток позитивного туристичного іміджу м. Миколаєва |
|  | 6.2. До Всесвітнього дня туризму та Дня туризму України проведення «Туристичного пленеру» | щороку | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | 40,0 | | 20,0 | 20,0 | Популяризація туристичного потенціалу міста, організація дозвілля миколаївців та туристів |
|  | 6.3. Підготовка та проведення Форуму фахівців туристичної сфери м. Миколаєва | 2020 | Департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням) | 200,0 | | - | 200,0 | Формування позитивного і привабливого туристичного іміджу міста, обмін досвідом кращих представників туристичної сфери |
|  | 6.4. Проведення фестивального свята на воді | щороку | Громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням), департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради,  виконавчі органи Миколаївської міської ради | 2013,0 | | 1013,0 | 1000,0 | Популяризація водних видів туризму,спорту та дозвілля, позиціонування Миколаєва як міста лагідної води, організація дозвілля миколаївців та туристів |
|  | 6.5. Реалізація проекту «Школа екскурсоводів та гідів» | 2019-2020 | Громадська рада з питань розвитку туризму у м. Миколаєві при департаменті економічного розвитку Миколаївської міської ради (за узгодженням),  Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв» (за узгодженням) | - | | - | - | Підвищення якості надання екскурсійних послуг у туристичній сфері м. Миколаєва |
|  | 6.6.Міжнародний обмін персоналом у туристичній галузі між муніципалітетами м. Миколаїв (Україна) та району Нілюфер, Бурса (Туреччина) | 2019 | Відділ міжнародних відносин управління інформаційної політики та зовнішніх відносин департаменту міського голови Миколаївської міської ради,  департамент економічного розвитку Миколаївської міської ради | 50.0 | | 50.0 | - | Застосування до туристичної інфраструктури м. Миколаєва міжнародних норм і стандартів з метою підвищення рівня обслуговування та збільшення туристичного потоку  Збільшення туристичного потоку до міста, популяризація його в інших регіонах України |
| **7. Сприяння створенню нових туристичних атракцій у м. Миколаєві** | | | | | | | | |
|  | 7.1. Проведення вишукувальних робіт в миколаївських підземних порожнинах з метою їх технічного та естетичного облаштування. Облаштування їх прилеглої території (за необхідності) | 2019-2020 | 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 | 800,0 | | 200,0 | 600,0 | Створення можливості відвідування легендарних підземель м. Миколаєва туристами та екскурсантами |