ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення міської ради

«» серпень 2021 року

№ 35/VII – 10

ПРОГРАМА

розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2022–2026 роки

Чернігів 2021

ЗМІСТ

|  |
| --- |
| ВСТУП… 3 |
| РОЗДІЛ 1. Паспорт Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2022–2026 роки 5РОЗДІЛ 2. Стан розвитку туризму та промоції в місті Чернігів. SWOT аналізтуристичної сфери міста Чернігів 6 |
| РОЗДІЛ 3. Мета, завдання та пріоритетні напрямки Програми 7 |
| РОЗДІЛ 4. Організація роботи та діяльність КУ «Туристичний інформаційний центр» Чернігівської міської ради 8РОЗДІЛ 5. Заходи із облаштування Музею міста Чернігова………………………9 РОЗДІЛ 6. Заходи з реалізації Програми розвитку туризму та промоції містаЧернігова на 2022–2026 роки 11 |
| РОЗДІЛ 7. Контроль за виконанням Програми 20 |

**ВСТУП**

Сучасний туризм є глобальним феноменом, що справляє помітний вплив на соціально-культурний, економічний, політичний розвиток держав та світове господарство в цілому. Останніми роками туризм стає важливим чинником відпочинку, рекреації, оздоровлення, культурного розвитку мільйонів громадян. Водночас це і потужна індустрія, де перетинаються інтереси представників туристичного бізнесу й споживачів туристичних послуг. У деяких випадках туризм є галуззю реалізації національних інтересів. Багато країн активно позиціонують себе як об’єкт туристичних інвестицій, місце масового відпочинку громадян інших країн. Активно використовуючи принципи територіального маркетингу, ці країни створюють потужні комунікації з метою популяризації своїх туристичних ресурсів та привертання уваги якомога більшої кількості іноземних туристів.

Уже декілька десятирічь поспіль світовий туризм постійно розвивається, здобуваючи собі статус однієї з найшвидше зростаючих галузей економіки в світі. Сучасний туризм тісно пов'язаний з Глобальними цілями сталого розвитку ООН до 2030 року і охоплює все більшу кількість нових напрямків. Саме динамічність перетворює туризм на ключовий рушій соціально-економічного прогресу.

За даними Всесвітньої туристичної організації у 2019 році в світі було зафіксовано 1,5 мільярда туристичних прибуттів (international tourist arrivals), що на 4% перевищує дані попереднього року.

У 2020 році передбачалося приблизно таке ж зростання, як і у 2019 – 3- 4%, але 11 березня 2020 року Всесвітня організація охорони здоров'я оголосила пандемію у зв'язку з поширенням у світі коронавіруса COVID-19. У зв'язку з цим багато країн закрили кордони, відмінили авіа- й транспортне сполучення і ввели карантин. Туристичний сектор став одним із найбільш уражених спалахом COVID-19, це вплинуло як на туристичну пропозицію, так і на попит.

Дана пандемія вплинула на економіку, бачення та свідомість подорожуючих, що набули нових трендів серед подорожуючих:

1. туристи бажають отримати місцевий досвід - познайомитися з культурою та традиціями, посмакувати місцеву їжу, тощо;
2. надають переваги індивідуальним подорожам (помітна тенденція зростання кількості туристів, які надають перевагу персоналізованій пропозиції або планують вікенд самостійно);
3. зросла кількість духовних та паломницьких подорожей;
4. набули популярності трансформативні подорожі - поєднання відпустки з чимось корисним (ретрит, волонтерство, культурний обмін з метою здобуття нових навичок), а також поєднання ділових подорожей і розваг (зокрема, подорожі з елементами командотворення);
5. збільшення кількості цільових подорожей (відвідування міста за наявності певної події: спортивних змагань, музичного концерту чи фестивалю, тощо);
6. технологічний прогрес, який необхідно також використовувати в туристичній галузі: роботи, чатботи, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальності тощо.

Дані виклики максимально покладено в основу Програми, аби Чернігів був містом, яке відповідає затребуваностям "карантинного" туриста, запропоновано нові механізми та інструменти взаємодії з гостем міста, аби не лише надати повну інформацію про Чернігів на місці, а й поширити її просування у просторах Інтернет, подбати про відеоконтент, використовувати сучасні інструменти промоції міста ЛЕГЕНД.

«Програма розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2022 – 2026 роки» (далі – Програма) розроблена відповідно до статті 26 Закону України

«Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про туризм» та за використання міжнародних стандартів ISO/PAS 5643:2021 щодо виходу туристичної сфери з карантину.

Запропонований документ – інструмент розвитку туристичної галузі міста Чернігова, узгоджений за ресурсами, виконавцями та термінами реалізації комплексу заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків, обсягів надання туристичних послуг за рахунок розширення в’їзного та внутрішнього туризму, важливого чинника культурного й духовного виховання громадян, а також підвищення рівня міжгалузевого співробітництва та визначення перспектив подальшого розвитку туристичної індустрії в місті.

Програмою визначено основні завдання, які сприятимуть розвитку туризму на прийдешні роки. Виконання цієї Програми стане послідовним продовженням роботи управління культури та туризму Чернігівської міської ради, суб’єктів туристичної діяльності, громадських організацій та діячів, наукових кіл міста Чернігів щодо створення умов для розвитку туризму відповідно до загальнодержавних пріоритетів.

**РОЗДІЛ 1.** Паспорт Програми розвитку та промоції міста Чернігова на 2022 – 2026 роки

|  |  |
| --- | --- |
| Назва Програми | Програма розвитку туризму та промоції міста Чернігова на2022–2026 роки (далі Програма)  |
| Замовник Програми | Чернігівська міська рада |
| Головний розробник Програми | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради |
| Співрозробники Програми | * структурні підрозділи Чернігівської міської ради;
* члени Туристичної ради, що діє на базі управління культури та туризму Чернігівської міської ради;
* громадські активісти
 |
| Мета Програми | * подальша популяризація Чернігова як комфортного міста на вікенд;
* формування комплексу заходів, спрямованих на зміцнення авторитетних позицій Чернігова як туристичної столиці на півночі України, як для внутрішнього, так і іноземного туриста;
* формування нових туристичних продуктів (у тому числі інклюзивних маршрутів), здатних максимально задовільнити туристичні потреби мешканців міста, області та гостей;
* удосконалення матеріальної бази туристичної сфери міста;
* забезпечення умов для повноцінного функціонування суб’єктів туристичної діяльності, вироблення спільного

стандарту гостинності, підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, здійснення системної рекламно- інформаційної діяльності. |
| Очікувані результати | Збільшення туристичних потоків, вироблення єдиної концепції промоції міста, розробка конкурентоспроможних туристичних продуктів, підвищення якості туристичних послуг, формування позитивного іміджуміста на національному та міжнародному рівнях. |
| Терміни реалізаціїПрограми | 2022–2026 роки |
| Виконавці Програми | Структурні підрозділи Чернігівської міської ради, суб’єкти туристичної діяльності, громадські організації |
| Джерелафінансування | - бюджет Чернігівської міської територіальної громади- інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України |

**РОЗДІЛ 2**. Стан розвитку туризму та промоції в місті Чернігів. SWOT аналіз туристичної сфери міста Чернігів

Сьогодні Чернігів набирає помітного попиту на відвідини серед українців та іноземних гостей, хоча минулорічна ситуація й досі має негативні тенденції, відповідно й показники. Місто ЛЕГЕНД асоціюється у гостей та туристів з оазисом для відпочинку та перезавантаження. З метою створення комфортних умов для перебування у Чернігові, наприкінці жовтня 2018 року, було відкрито КУ «Туристичний інформаційний центр» (далі – ТІЦ), який став не лише пунктом надання інформації про місто, заходи, місця харчування чи розміщення, а поступово перетворився на туристичний міні-хаб, став відкритим простором для спілкування усіх верств населення. Для прикладу, це простір для зустрічей і Туристичної ради, і реалізації проєктів «Творча майстерня казок», і

«Школа Амбасадорів», і школи гідів, і студентського проєкту «StudDrive», і так само тематичних ігротек, резиденції Дідуся, нетворкінгів, зустрічей- обговорень, тощо.

У 2019 році ТІЦ отримав сертифікат якості послуг відповідно до міжнародного стандарту ISO-14785, який містить критерії щодо внутрішнього і зовнішнього стану центру надання інформації, підготовки персоналу ТІЦ, умов перебування гостя або туриста в ньому. Зокрема, у стандарті є критерії, як має виглядати зовнішня сторона центру, що має бути з інформаційних матеріалів (які карти, які буклети, яка довідкова інформація), що має знати персонал, на які питання і якими мовами він має відповідати, що турист має побачити в центрі, коли він зачинений, у неробочий час, тощо.

Для зручності пошуку інформації про місто оn-line було запущено сайт міста з доменним ім'ям chernihiv.travel, який містить повну інформацію про місто, має уніфікований каталог туристичних об'єктів, новинну стрічку, календар заходів, перелік об’єктів, які варто відвідати у Чернігові, каталог гідів та гідес, функцію "Сплануємо вікенд", що стала досить популярною серед іноземців Туреччини, львів'ян та гостей із столиці України, а також візуальні проєкти міста, а саме: «Чернигов-Чернігів», місто у фотооб’єктиві, тощо. Електронна інформаційна туристична платформа двомовна (українська та англійська мови) і дублюється для зручності пошуку інформації про місто на електронних боксах, які розміщені на Валу та Болдиній горі.

Окрема зручність, яка стала актуальною на початку 2020 року – двомовний аудіогід CheGuide, який легко й безкоштовно можна скачати на платформі Play Market й, уникаючи додаткових контактів, змістовно вивчати місто. Нині аудіогід містить аудіо матеріали про 50 об'єктів (історичний центр міста, Болдина гора, Городище на Ялівщині, тощо). Аудіо екскурсії транслюються й у тролейбусах, які здійснюють маршрути за номерами 8, 9, 10 та 11.

Інфраструктурне обличчя міста у 2020 році було систематизовано в єдину електронну базу «Каталог туристичних об’єктів», яка дозволяє швидко зорієнтуватися у підборі житла та закладу харчування, визначити особливості закладу, наявність/відсутність умов перебування там з дитиною, комфортні/некомфортні умови для маломобільних груп населення, тощо. Сам каталог опублікований на туристичній платформі міста за доменним іменем chernihiv.travel. Поступово розширюється карта навігаційної системи, додаткових інформаційних табличок та інфостендів.

Статистичні відомості, так звані паспорти гостей та туристів акумулюють: ТІЦ, музейні установи, цифри туристичного збору та спеціальна фахова програма «Big Date» від мобільного оператора «Київстар» (розпочали співпрацю у 2020 році). Як результат, маємо аналітичні дані, що у карантинний період Чернігів відвідало понад 1 млн 200 тис осіб. Чернігів став номер один для киян, гостей з Дніпра, Одеси та Львова, а також набув попиту серед іноземних туристів таких країн як: Росія, Прибалтика, Німеччина та Англія, відвідали Чернігів двоє австралійців та сім'я нігерійців.

Має тенденцію до зростання й обсяг туристичного збору. Зокрема, у «Програмі розвитку туристичної галузі Чернігова на 2017–2018 роки» було заплановано збільшення туристичного збору, він мав скласти у 2019 році 130.000 тис. грн., натомість у 2019 році туристичний збір склав 853.872 тис.грн., а за фактичні 5 місяців роботи карантинного 2020 року – 512.8 тис.грн.

Місто не має поки своїх брендованих фестивалів, проте є цікавим для відвідувань під час святкування Дня міста та періоду новорічно-різдвяних свят, зокрема роботи казкового містечка.

Минулого року при управлінні культури та туризму Чернігівської міської ради був створений дорадчий орган – Туристична рада, представники якої долучилися до обговорення можливостей та проблемних зон розвитку туристичної галузі у Чернігові. Зведений документ презентувала членкиня Туристичної ради, кандидатка економічних наук, доцентка Алєшугіна Наталя Олександрівна. Результати дослідження доступні за Q- кодом.

**РОЗДІЛ 3.** Мета, завдання та пріоритетні напрямки Програми

Метою програми є формування конкурентоспроможного туристичного продукту, збільшення туристичних потоків, а також перетворення галузі туризму у стабільне і вагоме джерело надходжень до бюджету Чернігівської міської територіальної громади шляхом залучення інвестицій та збільшення кількості зайнятих у галузі. Визначено пріоритетні завдання Програми:

1. Маркетинг дестинацій.
2. Формування нових туристичних продуктів.
3. Розвиток туристичної інфраструктури.
4. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в сфері туризму.
5. Просування туристичної привабливості міста ЛЕГЕНД.

Обґрунтування шляхів і засобів розв’язання проблеми, строки та етапи виконання «Програми розвитку туризму та промоції міста», підвищення конкурентоспроможності його туристичного продукту реалізується через організацію, формування та сприяння у проведенні пріоритетних заходів для розвитку туризму, серед яких:

* цифрове просування дестинацій, створення та розповсюдження інформаційних матеріалів про місто та регіон, участь у туристичних виставках, проведення маркетингових досліджень, прийняття та туристичне обслуговування представників із різних сфер суспільного життя;
* формування туристичних продуктів через стимулювання культурно- пізнавального, гастрономічного, ділового і освітнього, активного і екологічного туризму, створення креативних туристичних продуктів;
* розвиток туристичної інфраструктури, а саме створення туристично- інформаційних центрів/пунктів, підвищення рівня доступності туристичних об’єктів для маломобільних груп населення, уніфікація та осучаснення туристичних сервісів, інформації та навігації у місті та населених пунктах територіальної громади;
* поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в сфері туризму через реалізацію проектів з навчання та підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери, проведення тренінгових та комунікаційних заходів для підприємств туристичної галузі, розширення співпраці з іншими містами та регіонами. Орієнтовні обсяги фінансування заходів, строки та етапи виконання пріоритетних завдань програми викладені в інформації щодо напрямків діяльності та заходів програми.

**РОЗДІЛ 4.** Організація роботи та діяльність КУ «Туристичний інформаційний центр» Чернігівської міської ради

Сучасне інформаційне суспільство вимагає адекватної реакції на потреби сьогодення, які виникають у різних сферах людської життєдіяльності. Інформація ототожнюється з найціннішім глобальним ресурсом і тому вчасне використання можливих варіантів її поширення – ознака цивілізованості та соціально-економічного розвитку держави.

Туристична галузь України здійснює поступальний рух у напрямі використання сучасних інформаційних технологій, здатних піднести розвиток вітчизняної туристичної індустрії на новий якісний рівень. Важливими осередками надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей стали ТІЦи. На разі в Україні офіційно зафіксовано 49 установ такого роду. Вони мають різні форми власності, проте єдину мету – забезпечити комфортне інформативне перебування гостя або туриста в місті, до якого він прибув.

У Чернігові дану функцію виконує створений у 2018 році

 КУ «Туристичний інформаційний центр» (вул. Шевченка, 9), який функціонує на основі Статуту, підпорядкований управлінню культури та туризму Чернігівської міської ради.

КУ «Туристичний інформаційний центр» Чернігівської міської ради – другий в України сертифікований за нормами ISO Швейцарії серед усіх ТІЦів України.

Як організаційна структура, ТІЦ забезпечує надання інформаційних, координаційних та навчальних послуг. Першочергова функція – надання безкоштовних інформаційних послуг, що стосуються широкого спектру, а саме: місць розташування об'єктів туристичного показу, закладів розміщення та харчування, дозвілля, транспорту, торговельних установ тощо. ТІЦ розповсюджує серед відвідувачів розроблену рекламно-інформаційну продукцію, здійснює наповнення туристичної площини, соціальних мереж, відповідає за комунікацію з колегами, гостями та відвідувачами, активно займається навчанням та співпрацює з екскурсоводами та гідами міста, минулого року була реалізована "Перша сертифікована школа гідів Чернігова", на базі ТІЦ працює Творча майстерня казок, саме тут дітьми були написані перші казки про місто ЛЕГЕНД, тут збирається на засідання дорадчий орган управління культури та туризму Чернігівської міської ради – Туристична рада. Представники ТІЦ займається також розробкою варіантів сувенірної продукції, квестів, ігор, координують інформацію про взаємодію установ, які задовольняють туристичні запити відвідувачів, а також сприяє розробці, популяризації та презентації місцевих туристичних продуктів на виставках та ярмарках, залучає до співпраці туристичних операторів, блогерів, журналістів, тощо.

**РОЗДІЛ 5.** Заходи із облаштування Музею міста Чернігова

Музей – це соціальний інститут колективної пам'яті, яка зазвичай базується не так на пригадуванні, як на забуванні – передусім того, що не поміщається у національний канон або загрожує його гармонійності. Музеї – така ж автономна складова культури, як і, зокрема, наука та наукові дослідження, мистецтво та релігія. Як форму актуальної символічної культури, музеї не можна трактувати інструментально, позаяк вони не служать жодним побічним цілям, а виконують у межах культури самостійні та цілісні завдання. Ці завдання – збирати і зберігати музейні предмети, а також – головне – досліджувати і поширювати знання сучасними методами комунікації. Отже, музеї мають не тільки розказувати про те, що відбулося, а натомість як і чому це відбулося. І цим спонукати формувати уявлення про майбутнє. Тому музейні об’єкти розглядають у контексті з ідеями, цінностями та іншими соціальними чинниками минулого та трансформацію їх значень в часі. Музейні об’єкти використовують, щоб стимулювати запитання про історичні процеси та допомогти передати відповідні абстрактні поняття, погляди й уявлення. З аналітичного погляду об’єкти – це лише залишки більшої системи значень минулого, яку слід пояснити, і які набувають нових значень в інших контекстах.

Чернігів – музей просто неба, де просто необхідно плекання відчуття відповідальності за майбутнє міста, його розвиток, донесення містянам розуміння залежності від усвідомлення цінностей міста в контекстах різного часу, чинників творення і перетворення міського простору до взаємозв’язків міського простору і мешканців.

Основна мета музею міста – сучасними музейними методами показати феномен міста як простір, який перетворює людина, і який творить громадянина, допомагати мешканцям усвідомлювати себе частиною простору міста і бути активним у відповідальному користуванні цим простором та його перетворенні.

Музей міста Чернігова, відповідно до сучасних вимог, має творитиметься на науковій музеологічній основі. Музеологія – це молода наука, інтердисциплінарна щодо предмету її пізнання і мультидисциплінарна щодо використання на практиці методів різних профільних наук. Музеологія дає теоретичні пояснення і методи практичного застосування того ракурсу пізнавального і критичного ставлення людини до своєї дійсності, яке називається музеальністю, і знаходить своє конкретне вираження у музеальних об’єктах, які називають музеаліями.

Місто як абстрактне поняття можна вважати музеальним об’єктом, мегамузеалією, через яку можна досліджувати пізнавально-оцінювальне ставлення людини до своєї дійсності. Попри свою відмінність міста мають подібні ознаки. Це місце організації спільного життя, де виникали нові форми суспільного устрою, де ремісничі цехи, купецькі корпорації, релігійні братства творили самоврядні спільноти. Місто – це місце обміну товарами, ідеями, знаннями. В місті виникали нові форми і практики культури і мистецтва, творились нові теоретичні і практичні знання. Місто живилося різними ресурсами і постачало ресурсами аґломерацію, набирало ознак метрополійності, ставало економічним, культурним і політичним центром.

Щоб осмислити місто як музеалію, будуть застосовані міждисциплінарні аспекти і підходи: філософський, антропологічний, культурологічний, урбаністичний, історичний, етнологічний, соціальний, економічний тощо. Таке осмислення відбудеться за допомогою дослідження музеальних об’єктів, чи музеалій, через які можна зрозуміти сенси і значення міста. Це рухомі і нерухомі, матеріальні і нематеріальні, реальні і віртуальні музеальні об’єкти історичної та культурної спадщини міста. Добір таких музеалій з простору міста і з чинних музейних колекцій проводиться за їх спроможністю розкрити сенси міста в рамках певних актуальних інтердисциплінарних тем. Ці теми надалі стають предметом музейної інтерпретаційної презентації і формують музейний продукт. Такі презентації дають змогу індивідууму усвідомити взаємозалежність різних виявів простору міста, в якому він живе, отримуючи інформацію, яка стимулює самопізнання і власну інтерпретацію в широкому контексті.

Інноваційність музею міста Чернігова полягає в тому, що, на відміну від традиційного музею, він будуватиметься не на музейній колекції, а розглядатиме як музеалію, чи систему музеалій, феномен міста. Звідси випливатимуть функції музею. Домінуючою функцією стане комунікація, для здійснення якої проводитимуться дослідження і вторинна селекція із фондових зібрань існуючих музеїв та інших джерел. Використовуючи музейні зібрання, колекції, пам’ятки архітектури, фрагменти екстер’єрів та інтер’єрів та інші музеальні предмети, музей міста відмовиться від характерних для традиційних музеїв функцій збирання і зберігання.

Музей міста буде цілком відкритим до співпраці з музеями міста, музейними працівниками, колекціонерами, науковими інституціями і науковцями, навчальними закладами, різними громадськими організаціями, середовищами міської спільноти. Музей міста відкриватиме свій експозиційний простір для презентації предметів зібрань різних музеїв, різноманітних об’єктів культурної спадщини, творячи новий наратив і розкриваючи нові невідомі досі аспекти життя міста. А також надасть можливості для реалізації творчого і наукового потенціалу музейникам, науковцям, студентам. Музей міста враховуватиме в своїх проектах наративні джерела в експозиціях і виставках музеїв міста та подаватиме на них посилання, розширюючи інтерпретативні можливості експозицій.

Музей міста Чернігова стане динамічним, бо на відміну від традиційних музеїв не матиме постійної експозиції, а свої презентаційні форми змінюватиме час до часу, щоби, використовуючи сучасні форми і засоби комунікації, показати місто з різних аспектів і в різних виявах. Музей реагуватиме на динамічні зміни в місті в контексті локальному, реґіональному, національному і міжнародному.

**РОЗДІЛ 6.** Заходи з реалізації Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2022-2026 роки

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Зміст заходу** | **Термі н вико нанн я** | **Відповідал ьні за виконання** | **Джерела фінансуван****ня** | **Орієнтовні обсяги****фінансування (вартість) тис. грн.** |
| **2022****рік** | **2023****рік** | **2024****рік** | **2025****рік** | **2026****рік** |
| **1.** | **2.** | **3.** | **4.** | **5.** | **6.** | **7.** | **8.** | **9.** | **10.** |
| **1. Популяризація туристично-рекреаційного потенціалу Чернігові** |
| 1.1. | Розробка, | 2022 | Управління | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств | 240.0 | 270.0 | 280.0 | 290.0 | 300.0 |
|  | виготовлення та придбання презентаційних, інформаційних матеріалів,ексклюзивних | – 2026роки | культури та туризму Чернігівськ ої міської ради |  |  |  |  |  |
|  | подарункових |  |  |  |  |  |  |  |
|  | книжкових видань, |  |  |  |  |  |  |  |
|  | а також сувенірної |  |  |  |  |  |  |  |
|  | рекламно- |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | поліграфічноїпродукції про місто Чернігів |  |  | ом України |  |  |  |  |  |
| 1.2 | Розробка стратегіїпромоції міста (загальна реклама, соціальні мережі) | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 30.0 | - | - | 10.0 | - |
| 1.3 | Наповненняінформаційних Інтернет ресурсів світу відомостями про місто Чернігів та його туристичний потенціал.Поширення відомостей промісто через засоби масової інформації та в рекламно-інформаційних площинах, створення візуального промоконтенту (відеозйомка сезонних промороликів, їх просування),технічна підтримка та тематичне розширення сайту [www.](http://www/)Chernihiv.travel | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 520.0 | 560.0 | 280.0 | 290.0 | 310.0 |
| 1.4 | Розробка,написання, просування та технічнапідтримка мобільного додатку про Чернігів (для систем Android і IOS) | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним | 340.0 | 20.0 | 20.0 | 40.0 | 40.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | законодавством України |  |  |  |  |  |
| 1.5 | Таргетингвідомостей промісто у соціальних мережахінформаційних платформ інших міст України та світу | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 130.0 | 135.0 | 135.0 | 140.0 | 150.0 |
| 1.6. | Забезпечення участі міста у міжнародних, національних та регіональних спеціалізованих туристичнихвиставках, форумах із обов’язково визначеноюформою татермінами звітності у заходах | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 200.0 | 225.0 | 245.0 | 250.0 | 275.0 |
| 1.7. | Проведення рекламних кампаній, прес- та промо-турів, блог-турів налагодження співпраці зі всеукраїнськими, регіональними та міжнародними організаціями, обмін досвідом | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 250.0 | 270.0 | 290.0 | 300.0 | 320.0 |
| 1.8. | Підписаннямеморандумів про співпрацю із ЗМІ, меріями сусідніх міст та іноземними містами- партнерами шляхомпроведенняспільних турів, підписання угод | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств | 10.0 | 12.0 | 15.0 | 16.0 | 18.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | про співпрацю |  |  | ом України |  |  |  |  |  |
| 1.9 | Розробка тареалізація стандарту гостинності.Реалізація заходів з навчання тапідвищення кваліфікаціїпрацівників сфери обслуговування, вручення відповіднихбейджів | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 60.0 | 40.0 | 40.0 | 20.0 | 30.0 |
| 1.10 | Проведеннянавчальних програм і заходів для розвитку та консолідації малого бізнесу в туризмі | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 150.0 | - | 150.0 | - | 150.0 |
| 1.11 | Реєстрація торговоїмарки бренду«Чернігів-місто легенд» | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 36.0 | - | - | - | - |
| 1.12 | Внесок членства вНаціональну туристичну організацію України | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств | 30.0 | 30.0 | 30.0 | 30.0 | 30.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | ом України |  |  |  |  |  |
| 1.13 | Співпраця змобільними операторами за програмою BigDatа (підрахунок туристів) | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 50.0 | 50.0 | 50.0 | 50.0 | 60.0 |
| За розділом 1: | **2046.0** | **1612.0** | **1535.0** | **1436.0** | **1683.0** |
| **2. Розвиток та вдосконалення туристично-рекреаційної інфраструктури** |
| 2.1. | Встановлення, технічне обслуговування, програмнапідтримка та наповнення контентом антивандальних електронних сенсорних туристично-інформаційних боксів у місті | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 70.0 | 74.0 | 80.0 | 82.0 | 86.0 |
| 2.2. | Виготовлення,встановлення, технічне обслуговування, систематичне оновлення та поточні ремонти елементів туристично-інформаційної навігації | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 80.0 | 80.0 | 110.0 | 120.0 | 100.0 |
| 2.3. | Виготовлення QR –кодів, інформації нанесеної шрифтом Брайля, встановлення їх на визначнихархітектурних пам’ятках міста, а | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені | 60.0 | 60.0 | 40.0 | 30.0 | 28.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | також технічнеобслуговування, систематичне оновлення та поточні ремонти |  |  | чиннимзаконодавств ом України |  |  |  |  |  |
| 2.4. | Наповненнядвомовного (українська, англійська)аудіогіду CheCuide, його підтримка та просування | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 12.0 | 10.0 | 14.0 | 16.0 | 18.0 |
| 2.5 | Створеннядоповненої реальності Верхнього замку на Дитинці та технічнапідтримка  | 2022-2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 320.0 | 20.0 | 20.0 | 25.0 | 20.0 |
| 2.6 | Розробка дизайну, виготовлення, встановлення та утримання антивандальних тумб Морріса | 2022 –2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 560.0 | 640.0 | 780.0 | 920.0 | 360.0 |
| За розділом 2: | **1102.0** | **884.0** | **1044.0** | **1193,0** | **612.0** |
| **3. Підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів міста** |
| 3.1. | Сприяння розвитку перспективних для міста видів туризму: | 2022–2026роки | Управління культури та туризму | бюджетЧернігівської міської територіально | 36.0 | 40.0 | 42.0 | 50.0 | 46.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | культурно-пізнавальний, науково-освітній, релігійний,етнічний, спортивно- оздоровчий(водний туризм, маркування вело доріжок) діловий, відпочинково- розважальний, екскурсійний, медичний,весільний, зелений туризм тощо |  | Чернігівськ ої міської ради | ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України |  |  |  |  |  |
| 3.2. | Забезпеченняпроведеннябезкоштовних щонедільних екскурсій для туристів та відвідувачів міста | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 15.0 | 17.0 | 19.0 | 20.0 | 22.0 |
| 3.3. | Організація та проведенняЧернігівського туристичного форуму,Всесвітнього дня туризму, Дня туризму в Україні | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 80.0 | 86.0 | 95.0 | 104.0 | 120.0 |
| 3.4. | Організація та проведення сезонних етно- фестивалів з урахуванням особливостейрозвитку | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не | 350.0 | 360.0 | 370.0 | 380.0 | 400.0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | гастрономічного туризму шляхом проведення кулінарних чемпіонатів, конкурсів,фестивалів, навчальнихсемінарів, майстер-класів |  |  | забороненічинним законодавств ом України |  |  |  |  |  |
| 3.5. | Проведення маркетингових, соціологічних досліджень таопитувань в галузі туризму дляздійснення аналізу та оцінки її стану | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 84.0 | 86.0 | 88.0 | 90.0 | 94.0 |
| 3.6. | Забезпечення функціонування ТІЦ | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 702.9 | 773.1 | 850.4 | 935.4 | 980.0 |
| 3.7 | Облаштування, забезпечення роботи та функціонування Музею міста Чернігова | 2022-2026 роки  | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 30807.1 | 10887.8 | 5976.5 | 4074.2 | 4181.6 |
| 3.8. | ФукціонуванняШколи амбасадорів | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіально ї громади,інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавств ом України | 32.0 | 34.0 | 35.0 | 38.0 | 40.0 |
|  3.9. | Формування,апробація та просування туристичнихмаршрутів | 2022– 2026 роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівської міської територіальної громади, інші залучені кошти, незаборонені чинним законодавств ом України | 450.0 | 450.0 | 450.0 | 450.0 | 380.0 |
| 3.10. | Формуваннякреативних туристичних родзинок (фотозони,інсталяції, тощо) | 2022– 2026роки | Управління культури та туризму Чернігівськ ої міської ради | бюджетЧернігівсь кої міської територіал ьної громади ,іншізалучені кошти, не заборонені чинним законодавст вом України | 150.0 | 150.0 | 150.0 | 150.0 | 160.0 |
| За розділом 3: | **32707.0** | **12883.9** | **8075.9** | **6291.6** | **6423.6** |
| Загальна сума по роках: | **35855.0** | **15379.9** | **10654.9** | **8920.6** | **8718.6** |
| Загальна сума Програми: | **79529.0** |

**РОЗДІЛ 7. Контроль за виконанням Програми**

Контроль за виконанням Програми здійснює постійна комісія міської ради з питань соціально-економічного розвитку, підприємництва, туризму та інвестиційної діяльності та управління культури та туризму міської ради як розробник Програми.

Напрямки та заходи Програми можуть бути скориговані у період її дії з урахуванням соціально-економічної ситуації у місті та змін в діючому законодавстві.

Пріоритетність використання коштів на виконання заходів Програми визначає управління культури та туризму Чернігівської міської ради в залежності від фактичних обсягів фінансування, передбаченого бюджетом Чернігівської міської територіальної громади на відповідний рік, з урахуванням соціально-економічної ситуації у місті та обсягів залучених фінансових ресурсів від співвиконавців Програми. У разі необхідності, управління культури та туризму здійснює перерозподіл обсягів коштів бюджету Чернігівської міської територіальної громади між окремими заходами Програми.