ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення міської ради

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018 року

№ 35/VII - \_\_\_\_\_\_

ПРОГРАМА

розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 роки

Чернігів 2018

ЗМІСТ

|  |
| --- |
| ВСТУП…………………………………………………………………………………3 |
| РОЗДІЛ 1. Паспорт Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 роки……………………………..………………………………………….4  РОЗДІЛ 2. Стан розвитку туризму та промоції в місті Чернігів ……..……………6 |
| РОЗДІЛ 3. Мета, завдання та пріоритетні напрямки Програми……………………8 |
| РОЗДІЛ 4. Організація роботи та діяльність «Туристичного інформаційного центру» Чернігівської міської ради …………………………………………….......10  РОЗДІЛ 5. Заходи з реалізації Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 роки……………………………………..………….……...11 |
| РОЗДІЛ 6. Очікувані результати……………………………………………………15 |
| РОЗДІЛ 7. Контроль за виконанням Програми …………………………………....16 |

**ВСТУП**

Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу соціально-економічних проблем. Серед них: зайнятість населення, розвиток інфраструктури, питання охорони навколишнього середовища, популяризація природної та історико-культурної спадщини, а також розвиток міжнародного співробітництва.

Програма розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019 –

2021 роки (далі – Програма) розроблена відповідно до статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про туризм», Стратегії розвитку міста Чернігова на період до 2020 року (затвердженої рішенням міської ради № 14/VII-4 від 29 грудня 2016 року).

Запропонований документ – інструмент розвитку туристичної галузі міста Чернігова, узгоджений за ресурсами, виконавцями та термінами реалізації комплекс заходів, спрямованих на збільшення обсягів надання туристичних послуг за рахунок розширення в’їзного та внутрішнього туризму, важливого чинника культурного й духовного виховання громадян, 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 2019 – 2021 роки

|  |  |
| --- | --- |
| Назва Програми | Програма розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 роки |
| Замовник Програми | Чернігівська міська рада |
| Головний розробник Програми | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради |
| Співрозробники Програми | – відділи Чернігівської міської ради;  – громадські активісти |
| Мета Програми | * формування комплексу заходів, спрямованих на зміцнення авторитетних позицій Чернігова як туристичного центру Чернігово-Сіверщини на національному й міжнародному туристичних ринках; * створення нових якісних туристичних продуктів, здатних максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей. При цьому, особлива увага приділяється доступу до туристичних послуг осіб з функціональними обмеженнями; * удосконалення матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури міста, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання рекреаційних ресурсів та об’єктів історико-культурної спадщини, етнографічних особливостей регіону; * забезпечення умов для повноцінного функціонування суб’єктів туристичної діяльності, підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, підготовка кваліфікованих екскурсоводів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в’їзного та внутрішнього туризму. |
| Очікувані результати | Використання туристичного потенціалу міста та створення конкурентоспроможного туристичного продукту, підвищення якості туристичних послуг, формування позитивного іміджу міста на національному та міжнародному рівнях. |
| Терміни реалізації Програми | 2019–2021 роки |
| Виконавці Програми | Виконавчі органи Чернігівської міської ради, суб’єкти туристичної діяльності, громадські організації |
| Джерела фінансування | * кошти міського бюджету; * інші кошти, не заборонені чинним законодавством |

**РОЗДІЛ 2**. Стан розвитку туризму та промоції в місті Чернігів

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Туризм 2018** | | | |
| **Пріоритетний напрямок роботи** | **Інформація про хід виконання/причини невиконання** | **Кількісні показники виконання** | **% виконання до запланованого** |
| Створення (із доменним іменем visit або travel) та постійне удосконалення системи адміністрування та керування офіційним міським туристичним ВЕБ-сайтом відповідно до нових досягнень програмування. «Розкрутка» сайту в мережі Інтернет | Створено сайт з доменним іменем Сhernihiv.Travel. Проводиться модернізація та наповнення туристичного сайту, адаптація під сучасні стандарти веб-інтерфейсів (просування в пошукових системах, та соціальних мережах) | 1 портал | 95% |
| Облаштування приміщення міського туристичного інформаційного центру за адресою вул. Шевченка,9 та підтримка його діяльності | Проводиться облаштування приміщення КУ «Туристичний інформаційний центр» м.Чернігів (проведені внутрішні роботи, замовлено меблі та оргтехніку ін.) | 1 ТІЦ | 90% |
| Виготовлення якісної інформаційно-презентаційної продукції та сувенірної продукції з інформацією про туристичний потенціал міста та розповсюдження її серед потенційних туристів | Розроблено та придбано сувенірної продукції, рекламних буклетів, календаря подій, туристичних карт, аудіо-візуальної продукції, організація перехресної промоції з іншими регіонами. В туристичній та інформаційно – іміджевій продукції присутній елемент брендінгу – чернігівський клубок, слоган «Чернігів - місто легенд». | 23 208 грн. | 50% |
| Участь у виставкових заходах, науково-практичних семінарах тощо з питань розвитку туристичної галузі | 24-я Міжнародна туристична виставка UITT «Україна – Подорожі та туризм» (м.Київ);  - Туристичний форум (м. Івано-Франківськ);  виставка робіт фотохудожниці Марії Петренко «Чернігів. Віддзеркалення» у Державній науковій архітектурно-будівельній бібліотеці імені В. Г. Заболотного  (м. Київ). | 1 туристична виставка  1 туристичний форум  1 презентація Чернігова | 50% |
| Організація та проведення анімаційних тематичних екскурсій визначними пам’ятками міста | Продовжують створюватись та впроваджуватись кожної останньої суботи теплого місяця (травень-вересень ) нові анімаційні театралізовані екскурсії історич-ними місцями Чернігова («Чернігів містичний», «Стежками козацької слави Чернігова», «Чернігів інтелігентний») | 3 безкоштовні екскурсії | 40% |
| Організація та проведення інфотурів для працівників туристичних фірм, ЗМІ, проведення днів Чернігова у різних містах України та закордоном з метою популяризації туристичного потенціалу міста Чернігова | Заплановано проведення днів Чернігова у різних містах на ІІ півріччя |  | 0% |
| Розробка екскурсійних пропозицій по Чернігову з урахуванням сучасних технічних можливостей (мобільного гіду по Чернігову «Chernihiv Travel/Visit Places» з додатками, віртуальних екскурсій, аудіогідів тощо) | Проводиться робота над програмним забезпеченням мобільного додатку «Lazar» трьома мовами: українською, російською та англійською. Презентація додатку планується на ІІ півріччя | 1 додаток | 50% |
| Розміщення інформації про туристичний потенціал міста на зовнішніх рекламоносіях в інших містах (біг-борди, сіті-лайти тощо) | Досягнуто домовленості по розміщенню інформації про туристичний потенціал міста на зовнішніх рекламоносіях в м. Львів та проводиться робота по розробці макетів (біг-борди, сіті-лайти тощо) | 5 біг-бордів;  5 сіті-лайтів | 50% |
| Внесення змін у тексти інфо – та контент – стендів з інформацією про визначні пам’ятки Чернігова та карти – схеми міста, які були встановлені у 2013 – 2014 рр. у центральній та історичній частині міста, відповідно до Закону України про декомунізацію. Встановлення наступних інфо – та контент – стендів з інформацією про визначні пам’ятки Чернігова. Встановлення інфо боксів в основних туристичних геолокаціях. | Створено робочу групу по заміні старих та розробці нових вказівників, інфо – та контент – стендів з інформацією про визначні пам’ятки Чернігова | Встановлення нових:  3 план-контенти  2 інфостенди  16 вказівників  Оновлення старих:  3 план-контенти  (заміна карти) | 30% |
| Організація та проведення тематичних фестивалів, виставок сучасного мистецтва та ін | * новорічно-різдвяне містечко «fairy\_winter»; * фестиваль «Chernihiv\_Fest»; * акція «Всеукраїнський велодень 2018 у м. Чернігові»; * культурно-просвітницький проект «ChAC» (кожної суботи та неділі з червня по серпень); * триденний фестиваль «Зелена сцена» та проект «Літера» (1 раз на місяць з червня по серпень); * Chernihiv Salsa Orchestra Fest (з червня по серпень); * Івана Купала та Козацькі розваги;   фестиваль середньовічної культури та історичного фехтування «Сіверські Вікінги» | 8 заходів | 50% |
| Створення якісного промо-ролика про Чернігів та його популяризація | Заплановано створення та розповсюдження нового промо-ролика про Чернігів на ІІ півріччя | 1 ролик | 100% |
| Проведення досліджень туристичного ринку | З 01.11.2017 по 15.01.2018 років разом з ЧНТУ проведено друге маркетингове дослідження іміджу м. Чернігова. Проведено маркетингове дослідження ринку в’їзних туристів міста Чернігова кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики ЧНТУ в режимі face-to-face. | 1 дослідження | 100% |

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

Актуальність розроблення Програми зумовлена необхідністю прийняття дієвих заходів з прискорення туристичного, економічного та соціального розвитку міста Чернігів за рахунок зручного використання географічного положення міста, його історико-культурного потенціалу.

Метою Програми є впровадження комплексних заходів, спрямованих на:

– розвиток туристичної галузі міста;

– створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців та гостей міста;

– розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій;

* ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу;
* забезпечення умов для повноцінного функціонування суб’єктів туристичної діяльності;
* підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів;
* здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в’їзного та внутрішнього туризму;
* покращення кадрового забезпечення галузі.

Основними завданнями та пріоритетними напрямками Програми є створення туристичної інфраструктури, що відповідає статусу міста Чернігів та міжнародним стандартам, а саме:

– формування комплексного туристичного продукту міста та утвердження позитивного іміджу міста Чернігів на туристичному ринку;

* формування позитивного іміджу міста Чернігова шляхом постійного розповсюдження інформації про туристичний потенціал міста на регіональному, державному та міжнародному рівнях;

– розвиток та вдосконалення туристичної інфраструктури;

– ефективне використання об’єктів історико-культурної спадщини та інших туристичних ресурсів;

* створення умов для збільшення кількості платоспроможних туристів: проведення унікальних фестивалів та подій, розважальних заходів, упровадження на постійній основі анімаційних екскурсій;
* вироблення сучасних екскурсійних пропозицій (аудіо-гіди, віртуальні екскурсії);

– підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі та обмін досвідом;

– створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в туристичну галузь;

* активізація міжнародної співпраці у сфері туризму;
* залучення не заборонених законодавством додаткових джерел фінансування для реалізації проектів у галузі туризму.

Програмою передбачається здійснення комплексу заходів щодо розвитку туристичної галузі міста, зміцнення її матеріальної бази, створення умов для реалізації інвестиційних проектів, збільшення обсягів надання туристичних послуг за рахунок розширення в’їзного та внутрішнього туризму, покращення якості надання туристичних послуг, підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об’єктів історико-культурної спадщини, а також транспортного обслуговування, випуск якісної презентаційної та сувенірної продукції.

**РОЗДІЛ 4.** Організація роботи та діяльність «Туристичного інформаційного центру» 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 Чернігова буде виступати створений у 2018 році «Туристичний інформаційний центр» (далі – ТІЦ).

Як організаційна структура, ТІЦ забезпечуватиме надання інформаційних, координаційних та навчальних послуг. Першочергова функція – надання безкоштовних інформаційних послуг, що стосуються широкого спектру місць розташування об'єктів туристичного показу, засобів розміщення та харчування, дозвілля, транспорту, торговельних установ тощо. ТІЦ розповсюджуватиме серед відвідувачів рекламно-інформаційну продукцію та здійснюватиме продаж сувенірів. Координаційні функції полягатимуть у накопиченні інформації про взаємодію установ, які задовольняють туристичні запити відвідувачів, а також сприятимуть презентації місцевого туристичного продукту на виставках та ярмарках.

ТІЦ Чернігівської міської ради – одночасно стане й навчальним осередком, оскільки буде ініціатором проведення семінарів, тренінгів, презентацій для потенційних учасників ринку туристичних послуг у чернігівському регіоні. На базі ТІЦ буде працювати «Школа амбасадорів», основне завдання якої – розширення знань мешканців Чернігова про місто, його історію, культуру та туристичний потенціал.

**РОЗДІЛ 5.** Заходи з реалізації Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 роки

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Зміст заходу** | **Термін виконання** | | | **Відповідальні за**  **виконання** | | | **Джерела фінансування** | **Орієнтовні обсяги фінансування (вартість) тис. грн.** | | | | | | | | | |
| **2019 рік** | | | **2020**  **рік** | | | | | | **2021 рік** |
| **1** | **2** | **3** | | | **4** | | | **5** | **6** | | | **7** | | | | | | **8** |
| **1. Популяризація туристично-рекреаційного потенціалу Чернігові** | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1. | Розробка, виготовлення та придбання презентаційних, інформаційних матеріалів, а також  сувенірної, рекламно-поліграфічної продукції про місто Чернігів. | 2019 –  2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | | | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | 240.0 | | | | | | 270.0 | | | 270.0 |
| 1.2. | Наповнення інформаційних Інтернет ресурсів світу відомостями про місто Чернігів та його туристичний потенціал.  Поширення відомостей про місто через засоби масової інформації та в рекламно-інформаційних площинах. | 2019 –  2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | | | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | 123.0 | | | | | | 316.5 | | | 352.0 |
| 1.3. | Забезпечення участі міста у міжнародних, національних та регіональних спеціалізованих туристичних виставках, форумах із обов’язково визначеною формою та термінами звітності у заходах. | 2019 –  2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | | | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | 200.0 | | | | | | 225.0 | | | 245.0 |
| 1.4. | Проведення рекламних кампаній, прес- та промо-турів, налагодження співпраці зі всеукраїнськими та міжнародними організаціями. | 2019 –  2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | | | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | 170.0 | | | | | | 180.0 | | | 190.0 |
| 1.5. | Підписання меморандумів про співпрацю із ЗМІ, меріями сусідніх міст та іноземними містами-партнерами шляхом проведення спільних турів, підписання угод про співпрацю. | 2019 –  2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | | | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | 10.0 | | | | | | 12.0 | | | 15.0 |
|  | Загальна сума |  | | |  | | |  | 743.0 | | | | | | 1003.5 | | | 1072.0 |
| **2. Розвиток та вдосконалення туристично-рекреаційної інфраструктури** | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1. | Встановлення антивандальних електронних сенсорних туристично-інформаційних боксів у місті. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | |  | | | | 350.0 | | | |  |
| 2.2. | Виготовлення та встановлення елементів туристично-інформаційної навігації. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 242.0 | | | | 50.0 | | | | 50.0 |
| 2.3. | Виготовлення QR – кодів, інформації нанесеної шрифтом Брайля, встановлення їх на визначних архітектурних пам’ятках міста. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 120.0 | | | | 100.0 | | | | 85.0 |
| 2.4. | Підготовка та наповнення мобільного туристичного додатку. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 100.0 | | | |  | | | |  |
|  | Загальна сума | |  | | |  |  | | | 462.0 | | | | 500.0 | | | | 135.0 |
| **3. Підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів міста** | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1. | Сприяння розвитку перспективних для міста видів туризму: культурно-пізнавальний, науково-освітній, релігійний, етнічний, спортивно-оздоровчий (водний туризм, облаштування додаткових вело доріжок, їх позначення), діловий, відпочинково-розважальний, екскурсійний, медичний, весільний, зелений туризм тощо. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 17.5 | | | | 19.0 | | | 21.0 | |
| 3.2. | Забезпечення проведення безкоштовних щонедільних екскурсій для туристів та відвідувачів міста. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 15.0 | | | | 17.0 | | | 19.0 | |
| 3.3. | Організація та проведення Чернігівського туристичного форуму, Всесвітнього дня туризму, Дня туризму в Україні, впровадження нових туристично-привабливих конкурсів, фестивалів в місті. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 25.0 | | | | 100.0 | | | 120.0 | |
| 3.4. | Організація та проведення сезонних етно фестивалів з урахуванням особливостей розвитку гастрономічного туризму шляхом проведення кулінарних чемпіонатів, конкурсів, фестивалів, навчальних семінарів, майстер-класів. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 300.0 | | | | 320.0 | | | 350.0 | |
| 3.5. | Проведення маркетингових, соціологічних досліджень та опитувань в галузі туризму для здійснення аналізу та оцінки її стану. | | 2019 – 2021 роки | | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | 50.0 | | | | 60.0 | | | 70.0 | |
| 3.6.  3.7. | ФункціонуванняТІЦ (оплата праці, комунальних послуг та капітальні вкладення)  Фукціонування Школи амбасадорів | | | 2019 – 2021 роки  2019 – 2021 роки | | Управління культури та туризму Чернігівської міської ради  Управління культури та туризму Чернігівської міської ради | кошти міського бюджету, власні надходження бюджетних установ  кошти міського бюджету, інші залучені кошти, не заборонені чинним законодавством України | | | | 537.8  5.0 | | 615.7  7.0 | | | 688.7  10.0 | | |
|  | Загальна сума | | |  | |  |  | | | | 950.3 | | 1138.7 | | | 1278.7 | | |
|  | Загальна сума Програми | | |  | |  |  | | | | 2155.3 | | 2642.2 | | | 2485.7 | | |

|  |
| --- |
| **РОЗДІЛ 6.** Очікувані результати  У результаті виконання Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігова на 2019–2021 рр. прогнозується досягнення наступних результатів:   * створення комплексного туристичного продукту міста, утвердження та підтримка позитивного іміджу міста Чернігів на туристичному ринку; * просування туристичного продукту Чернігова на регіональних, всеукраїнських та міжнародних туристичних виставках; * поширення інформації про соціально-економічний та культурний потенціал міста; * підвищення якості та розширення асортименту туристично-інформаційних послуг; * використання сучасних технічних можливостей на туристичній ниві; * розвиток конкурентних переваг Чернігова шляхом активізації використання культурно-історичної спадщини; * запровадження традиції проведення унікальних сезонних фестивалів; * робота на постійній основі анімаційних екскурсій; * налагодження нових ділових контактів з потенційними іноземними   інвесторами;  – підвищення рівня обізнаності вітчизняної та міжнародної спільноти стосовно туристичного та інвестиційного потенціалу Чернігова;  – підвищення ділової активності громади міста а суб’єктів господарювання регіону. |
| **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 в залежності від фактичних обсягів фінансування, передбаченого міським бюджетом 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 міського бюджету між окремими заходами Програми.

Управління культури та туризму, яке є відповідальним за реалізацію заходів Програми, щопівроку до п’ятого числа місяця, що настає за звітним періодом, письмово інформують Чернігівську міську раду та її виконавчий комітет про стан виконання Програми.