



ВІННИЦЬКА МІСЬКА РАДА РІШЕННЯ

Від 22.02.2019 № 1590
м.Вінниця

38 сесія 7 скликання

Про внесення змін до рішення міської ради від 30.10.2015р. № 2320 «Про затвердження «Програми розвитку туризму в м.Вінниці на 2016-2020 роки» зі змінами

З метою забезпечення умов для підвищення туристичної привабливості міста, враховуючи рішення міської ради від 26.10.2018р. №1385 «Про добровільне приєднання територіальної громади селища Десна Вінницького району Вінницької області до територіальної громади міста Вінниці», керуючись пунктом 22 частини 1 статті 26 та частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Внести зміни до рішення міської ради від 30.10.2015 р. № 2320 «Про затвердження «Програми розвитку туризму в м. Вінниці на 2016-2020 роки» зі змінами, а саме:

1.1 Назву програми «Програма розвитку туризму в м. Вінниці на 2016-2020 роки» замінити на «Програма розвитку туризму на 2016-2020 роки».

1.2 Додаток до рішення міської ради від 30.10.2015 р. № 2320 «Про затвердження «Програми розвитку туризму в м. Вінниці на 2016-2020 роки» зі змінами викласти в новій редакції згідно з додатком до цього рішення.

2. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію з питань освіти, культури, молоді, фізкультури і спорту (Алекса О.Ю.).

Міський голова

С.Моргунов

Програма розвитку туризму на 2016-2020 роки

1. Передумови прийняття Програми

«Програма розвитку туризму на 2016-2020 роки» (далі – Програма) визначає комплекс заходів, спрямованих на забезпечення системного підходу до розвитку туризму, підвищення туристичної привабливості і розвитку туристичної інфраструктури, створення якісної мережі сервісу, як для відпочинкового, так і для ділового та медичного туризму.

Програма розроблена з метою конкретизації завдань і пріоритетів «Стратегії розвитку «Вінниця 2020», затвердженої рішенням Вінницької міської ради від 30.08.2013 р. №1405.

Програма базується на аналізі сучасного стану розвитку туризму та туристичної інфраструктури у Вінницькій міській об'єднаній територіальній громаді, результатах виконання попередніх програм розвитку туризму, визначає проблемні питання, окреслює цілі, завдання та комплекс заходів щодо їх реалізації. Заходи Програми спрямовані на:

- підвищення туристичної привабливості та конкурентоспроможності;
- розвиток існуючої туристичної інфраструктури;
- створення нових привабливих туристичних продуктів, об'єктів і просторів;
- збільшення частки надходжень до бюджету Вінницької міської об'єднаної територіальної громади від туристичної діяльності та створення нових робочих місць.

У реалізації заходів Програми можна виділити наступні зацікавлені сторони (цільові групи):

- мешканці та гості Вінницької міської об'єднаної територіальної громади (в т.ч. туристи та екскурсанти);
- суб'єкти підприємницької діяльності, що здійснюють діяльність в туристичній галузі;
- музейні заклади та об'єкти культурної спадщини;
- освітні та наукові інституції, що розвивають туристичну галузь;
- представники громадських організацій, діяльність яких спрямована на розвиток туристичної галузі, вивчення історичної спадщини, підвищення якості туристичних послуг;
- представники органів місцевого самоврядування та територіальних органів державної влади, які зацікавлені у встановленні партнерських відносин з суб'єктами підприємництва для виконання основних завдань Програми.

Програмою передбачається впровадження сучасних європейських підходів щодо удосконалення організаційного та ресурсного забезпечення розвитку туризму та можливість коригування (внесення змін чи доповнень) в залежності від змін внутрішніх та зовнішніх умов її реалізації.

Кінцеві бенефіціарії Програми: групи українських та закордонних туристів та екскурсантів (в т.ч. групи туристів, індивідуальні туристи, етнічного, культурного, подієвого, зеленого та активного видів туризму, освітнього, конференц- та бізнес-туризму, медичного і рекреаційного туризму, колективні екскурсійні групи учнів шкіл та студентів).

2. Дослідження та аналіз

2.1. Оцінка поточної ситуації

Туризм на сьогодні є однією з найбільш динамічних галузей економіки у світі за темпами розвитку та обсягами, що постійно зростає та згідно з прогнозами Всесвітньої туристичної організації зростатиме й у найближчі 20 років. За підрахунками UNWTO частка туризму у світовому ВВП становить 9%, експорт туристичних послуг сягнув суми 1,3 трлн. дол. (6% усього світового експорту), кількість туристів, що подорожували в інші країни – 1,035 млрд. осіб, а кількість внутрішніх туристів за підрахунками становила від 5 до 6 млрд. осіб.

Згідно прогнозів Всесвітньої туристичної організації кількість туристів, що подорожують за кордон, зростатиме щонайменше до 2030 р. Із середнім приростом 3,3% на рік, при чому, на думку експертів, кількість туристів у ряд країн, що розвиваються, в т.ч. і в країни Центральної та Східної Європи, зростатиме із приростом 4,4% на рік і у 2030 році частка туристів, що відвідують країни, що розвиваються, сягне 57%.

За прогнозами саме країни, що розвиваються, в т.ч. країни Східної Європи (а серед них і Україна) мають потенціал у наступні 20 років до залучення все більшої кількості туристів. Завдання України та українських міст – лише вчасно підхопити цю хвилю, використати можливості промоції та маркетингу території вжити необхідних заходів для приведення інфраструктури та сервісу до рівня вимог туристів.

На сьогодні, за наявності достатньої кількості туристично привабливих об'єктів як історичного, так і природного характеру м. Вінниця все ще не зайняла своє місце на туристичній мапі України, Європи та світу через відсутність чіткого позиціонування та відповідних маркетингових заходів для його донесення до потенційних туристів, невисоку транспортну доступність, невідповідність якості сервісу. Саме від управління туристичним потенціалом залежатиме визнання туризму як однієї з вагомих галузей економіки на рівні міста, регіону, виділення відповідних ресурсів на його промоцію та прийняття рішень, спрямованих на його розвиток.

У попередні роки переважна більшість суб'єктів туристичної діяльності займалася економічно вигідним виїзним туризмом. Так, відповідно до даних Головного управління статистики у Вінницькій області, суб'єктами туристичної діяльності у Вінницькій області в 2014 році було обслуговано 20744 особи (без екскурсантів). Туристів – громадян України, подорожуючих в межах території України – 6191 (внутрішніх туристів) особа. Туристів – громадян України, подорожуючих за кордоном – 14553 (виїзних туристів) особи.

Разом із тим, є тенденції до збільшення кількості туристів та екскурсантів, які відвідали Вінницьку міську об'єднану територіальну громаду. Так,

інформація, наведена нижче, містить дані про кількість туристів та екскурсантів, які відвідали музеї Вінниці, дохід від надання туристичних послуг підприємствами туристичної галузі, кількість осіб розміщених в готелях та порівняльна таблиця щодо розмірів туристичного збору.

Таблиця 1

Дані по Вінниці	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік (прогноз)
Відвідувачі музеїв, тис. осіб	395,9	408,4	380,0	350,0
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) юридичні особи, тис. грн.	14251,5	7380,4	5933,6	4800,0
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) фізичні особи- підприємці, тис. грн.	3717,1	5862,3	7020,8	5600,0

Джерело інформації: дані головного управління статистики у Вінницькій області

Наведені дані в Таблиці 1 свідчать про тенденцію до збільшення кількості туристів та екскурсантів, які відвідали Вінницю до 2014 року, після чого спостерігається певний спад, що пояснюється загальною економічною кризою в державі – зменшенням доходів українців, збільшенням вартості квитків (наприклад, вартість відвідування музею-садиби М.І. Пирогова зросла з 50 грн. в 2012 - 2013 р.р. до 75 грн. в 2014-2015 р.р.).

Однак величина отриманого балансового прибутку підприємствами туристичної галузі практично не змінилась, що пояснюється, у тому числі, і значною девальвацією гривні при сталій ціні у доларовому еквіваленті.

Тому можна говорити про певну стабілізацію туристичної галузі у Вінницькій міській об'єднаній територіальній громаді, оскільки загальні економічні показники говорять про сталу кількість туристів та екскурсантів, що відвідали Вінницю.

Таблиця 2

Обсяг туристичного збору, тис. грн.	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Полтава	121,7	166,1	133,2	155,0	222,6	308,2	376,6
Чернівці	113,3	124,3	125,3	130,0	186,8	258,1	354,0
Вінниця	103,5	129,1	124,3	140,5	223,0	283,6	336,1
Житомир	58,2	85,0	91,0	87,0	172,0	272,1	328,6
Тернопіль	71,9	74,8	58,2	87,4	114,5	119,0	204,1
Рівне	46,6	46,5	36,9	52,0	125,9	164,2	173,1

Джерело інформації: дані департаменту маркетингу міста та туризму міської ради, департаменту фінансів міської ради

Дані, наведені в Таблиці 2, вказують на зростання обсягу туристичного збору і дозволяють зробити висновок про більшу кількість туристів, що відвідали Вінницю у порівнянні з Житомиром, Тернополем та Рівним, але меншу за Полтаву і Чернівці, котрі мають чіткіші культурні та історичні асоціації. Для збільшення туристичної привабливості та конкурентоспроможності Вінниці необхідно вживати заходи з розвитку туристичної пропозиції у Вінницькій міській об'єднаній територіальній громаді, покращення туристичної інфраструктури, створення нових туристичних об'єктів.

Попри наявні статистичні дані, не існує комплексних методів вимірювання туристичних потоків та їхніх характеристик, що унеможливлює об'єктивну оцінку показників та результатів туристичного ринку в межах Вінницької міської об'єднаної територіальної громади. Також відсутні будь-які репрезентативні маркетингові дослідження, котрі могли б виявити сильні та слабкі сторони туристичної пропозиції в межах Вінницької міської об'єднаної територіальної громади.

2.2. Аналіз правової бази

Нормативно-правову основу розробки Програми складають Закони України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про туризм».

Практичну регуляцію діяльності об'єктів туристичної інфраструктури, основні напрямки діяльності щодо поширення інформації про туристичний потенціал визначають Розпорядження Кабінету Міністрів України від 7 листопада 2013 р. № 888-р «Про затвердження плану заходів щодо утвердження позитивного іміджу України, поширення інформації про її туристичний потенціал у державах, які представлені у Міжнародному олімпійському комітеті і Міжнародному паролімпійському комітеті»; Постанова Кабінету Міністрів України від 3 липня 2013 р. №740 «Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та його категорію».

Основні напрямки розвитку туристичної галузі регіону визначені рішенням Вінницької обласної ради від 24 червня 2015 року «Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 року» та рішенням Вінницької міської ради від 30 серпня 2013 року №1405 «Про затвердження Стратегії розвитку «Вінниця-2020».

Програма відповідає діючому законодавству України.

3. Мета та завдання Програми

3.1. Мета Програми

Мета: забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, підвищення її частки в показниках економічного розвитку Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, збільшення частки в'їзного туризму, покращення іміджу Вінницької міської об'єднаної територіальної громади на всеукраїнському і міжнародному ринку туристичних послуг.

3.2. Основні завдання Програми

Основні завдання Програми спрямовані на реалізацію державної політики щодо розвитку туризму на території Вінницької міської об'єднаної територіальної громади:

- розвиток існуючої туристичної інфраструктури;
- підвищення туристичної привабливості та конкурентоспроможності;
- підвищення спроможності суб'єктів малого підприємництва в туристичній галузі надавати якісні туристичні продукти;

Реалізація визначених завдань та подальший розвиток туризму в більшості залежить від змін законодавства в сфері туристичної діяльності, регуляторної політики, державного контролю, політичної та економічної ситуації в країні.

4. Розробник та співвиконавці Програми

Розробник Програми в новій редакції: департамент маркетингу міста та туризму міської ради.

Співвиконавці: виконавчі органи Вінницької міської ради, туристичні підприємства, туристичні громадські організації.

Основні заходи Програми розвитку туризму на 2016-2020 роки

№ п/п	Зміст заходів	Виконавець	Термін виконання
1.	Здійснення постійного моніторингу діяльності об'єктів туристичної інфраструктури та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері надання послуг, пов'язаних з організацією відпочинку та подорожей громадян; проведення та аналіз маркетингових досліджень	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент адміністративних послуг міської ради, комунальне підприємство «Подільський туристично-	2016-2020р.р.

		інформаційний центр» (за згодою)	
2.	Налагодження системної співпраці з туристичними компаніями та іншими туристичними ініціативами з метою залучення туристів та екскурсантів	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, підприємства туристичної галузі (за згодою)	2016-2020р.р.
3.	Координування діяльності комунального підприємства «Подільський туристично-інформаційний центр»	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради	2016-2020р.р.
4.	Сприяння підвищенню якості туристичних послуг для мешканців та гостей Вінницької міської об'єднаної територіальної громади. Забезпечення діяльності робочої групи щодо підвищення якості послуг, пов'язаних з організацією відпочинку громадян у туристичний сезон (квітень-жовтень)	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент енергетики, транспорту та зв'язку міської ради, департамент адміністративних послуг міської ради, підприємства туристичної галузі (за згодою), комунальне підприємство «Подільський туристично-інформаційний центр» (за згодою)	2016-2020р.р.
5.	Забезпечення постійної роботи освітніх програм у галузі туризму та індустрії гостинності	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради	2016-2020р.р.
6.	Сприяння промоції Аеропорту Вінниця	Департамент енергетики, транспорту та зв'язку, департамент маркетингу міста та туризму	2016-2020р.р.
7.	Створення офіційного сучасного Інтернет-порталу для підвищення якості інфраструктури та надання послуг туристам та мешканцям, комунікація з туристами і мешканцями через соціальні мережі	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент інформаційних технологій міської ради	2016-2020р.р.

8.	Сприяння створенню мобільних додатків українською та англійською мовами з можливістю інтерактивного використання	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент інформаційних технологій міської ради, комунальне підприємство «Подільський туристично-інформаційний центр» (за згодою), комунальне підприємство «Центр історії Вінниці» (за згодою)	2016-2020р.р.
9.	Організація заходів до Всесвітнього дня туризму, нагородження представників туристичної сфери	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради	2016-2020р.р.
10.	Створення інформаційних друкованих та електронних матеріалів, розробка дизайну сувенірної та подарункової продукції з символікою Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, представлення зазначеної продукції на туристичних виставках, презентаціях, форумах	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю міської ради, підприємства туристичної галузі (за згодою), комунальне підприємство «Подільський туристично-інформаційний центр» (за згодою)	2016-2020р.р.
11.	Розробка пропозицій, створення системи туристичної навігації на території Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, в т.ч. виготовлення та встановлення туристичних вказівників (туристичних стовпів-показчиків, показчиків різних напрямків, туристичних карт-схем, дошок туристичної інформації, інформаційних білбордів та сітілайтів, інформаційних	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради	2016-2020р.р.

	пунктів, електронних туристичних кіосків)		
12.	Сприяння створенню інформаційних аншлаків із застосуванням QR-кодів на основних об'єктах туристичної інфраструктури	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради	2016-2020р.р.
13.	Представлення туристичного потенціалу Вінницької міської об'єднаної територіальної громади на Міжнародних туристичних виставках у Києві, Львові, Одесі, Харкові, інших містах України та сусідніх країн	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, підприємства туристичної галузі (за згодою)	2016-2020р.р.
14.	Активізація туристичного іміджу міста в медіапросторі Пропагування в засобах масової інформації переваг в'їзного туризму до Вінницької міської об'єднаної територіальної громади	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю міської ради	2016-2020р.р.
15.	Підтримка нових культурних та урбаністичних ініціатив з метою підвищення туристичної привабливості Вінницької міської об'єднаної територіальної громади. Організація програм, конкурсів для створення позитивного туристичного іміджу Вінницької міської об'єднаної територіальної громади	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент культури міської ради	2016-2020р.р.
16.	Розширення співпраці з містами-побратимами щодо реалізації культурних проектів, спрямованих на розвиток спільних культурних ініціатив та розвиток туристичних обмінів	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю міської ради, департамент культури	2016-2020р.р.
17.	Розробка та впровадження нових туристичних маршрутів з урахуванням історико-краєзнавчої, літературно-	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, вищі навчальні заклади, комунальне	2016-2020р.р.

	мистецтвознавчої, інтеркультурної сфер тощо	підприємство «Подільський туристично-інформаційний центр» (за згодою), комунальне підприємство «Центр історії Вінниці» (за згодою)	
18.	Сприяння розвитку гастрономічного, культурного, подієвого, екологічного туризму, створення відповідних маршрутів	Департамент маркетингу міста та туризму міської ради, департамент енергетики, транспорту та зв'язку міської ради	2016-2020р.р.
19.	Розвиток сфери ділової гостинності та конференц-туризму	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки та інвестицій	2016-2020р.р.
20.	Прийняття та обслуговування представників та делегацій туристичної галузі та засобів масової інформації з України та з-за кордону	Департамент маркетингу міста та туризму	2016-2020р.р.
21.	Створення багатофункціонального туристичного хабу з метою інноваційного сервісу та надання освітніх і маркетингових послуг для наявних об'єктів туристичної інфраструктури та туристичних стартапів	Департамент маркетингу міста та туризму	2016-2020р.р.
22.	Втілення Маркетингової стратегії і розробка туристичної стратегії Вінницької міської об'єднаної територіальної громади до 2030 року включно зі створенням туристичного бренду та маркетинговими дослідженнями й аналізом ринку	Департамент маркетингу міста та туризму	2016-2020р.р.

5. Фінансування Програми

Фінансування заходів Програми в процесі їх реалізації здійснюється за рахунок коштів бюджету Вінницької міської об'єднаної територіальної громади (в межах коштів, передбачених на відповідний фінансовий рік), в 2016-2018

роках за рахунок коштів міського бюджету, коштів обласного, державного бюджетів, залучених коштів міжнародних організацій, власних коштів юридичних та фізичних осіб – співвиконавців Програми, вкладів вітчизняних та іноземних інвесторів, інших джерел фінансування, не заборонених чинним законодавством.

Обсяг фінансування заходів Програми за рахунок цільових коштів бюджету Вінницької міської об'єднаної територіальної громади затверджується щорічно міською радою за пропозиціями департаменту маркетингу міста та туризму міської ради.

6. Очікувані результати реалізації Програми

Очікувані результати:

- розширення переліку туристичних та туристично-інформаційних послуг і продуктів;
- підвищення рівня задоволеності якістю туристичних послуг;
- формування унікальної туристичної пропозиції Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, популяризація культурної спадщини;
- збільшення кількості туристів та екскурсантів;
- інтенсифікація інвестицій у створення об'єктів туристичної інфраструктури;
- підсилення подієвого, бізнес- і конференц-туризму;
- закріплення туристичного бренду Вінницької міської об'єднаної територіальної громади та включення його до національного туристичного продукту;
- зростання обсягу реалізації туристичних і готельних послуг;
- збільшення щорічних надходжень до бюджету Вінницької міської об'єднаної територіальної громади від туристичної галузі та створення нових робочих місць.

7. Зв'язок між Програмою та Стратегією розвитку «Вінниця – 2020»

Стратегічний пріоритет 5 «Збалансований просторовий розвиток» Ціль 5 «Формування креативного міського середовища» передбачає розвиток сервісної інфраструктури та підвищення, у тому числі, туристичної привабливості Вінницької міської об'єднаної територіальної громади.

Стратегічний пріоритет 5 «Збалансований просторовий розвиток» Ціль 3 «Місто над Бугом» передбачає розвиток прибережних територій, збільшення заходів атракцій у прибережній зоні особливо у літній час.

Стратегічний пріоритет 2 «Економічний розвиток, спрямований на високий та якісний рівень зайнятості» Ціль 1 «Сприятливий бізнес-клімат для розвитку сталого бізнесу» передбачає створення нових робочих місць та збільшення кількості промоційних заходів.

Таким чином, запровадження даної Програми цілком відповідає стратегічним пріоритетам і цілям Стратегії розвитку «Вінниця-2020» і дасть можливість ефективно вирішувати значну кількість проблем, пов'язаних з розвитком туристичної галузі на території Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, підвищенню його туристичної привабливості, підвищення якості надання туристичних послуг.

8. Впровадження, моніторинг та перегляд Програми

Виконавці Програми забезпечують її реалізацію в повному обсязі та у визначені терміни.

Узагальнення матеріалів від виконавців Програми здійснює департамент маркетингу міста та туризму міської ради. З метою забезпечення контролю за досягненням поставлених цілей визначено перелік показників моніторингу результативності та ефективності реалізації Програми.

Для визначення необхідності коригування документу щорічно проводитиметься аналіз результативності та ефективності дії Програми, виходячи з фактичних показників індикаторів.

Внесення змін до Програми здійснюватиметься за процедурою внесення змін до місцевих нормативних актів.

Звіт про виконання Програми щорічно виноситься на розгляд виконавчого комітету міської ради з подальшим схваленням міською радою одночасно з пропозиціями щодо внесення змін та коригувань.

9. Показники моніторингу реалізації Програми

Ключові індикатори	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг туристичного збору, тис. грн.	223	284	336	900	950
Кількість готелів та хостелів розташованих на території Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, од.	29	55	57	58	60
Відвідувачі музеїв, тис. осіб	380	400	420	430	440

Міський голова

С.Моргунов

Департамент маркетингу міста та туризму
Мазурик Віктор Станіславович
Заступник начальника відділу розвитку туризму