



# ВІННИЦЬКА МІСЬКА РАДА

## Р І Ш Е Н Н Я

Від 31.05.2024 № 2316  
м. Вінниця

46 сесія 8 скликання

### **Про внесення змін до рішення міської ради від 25.09.2020 № 2415 «Про затвердження Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року», зі змінами**

Враховуючи зміни у виконавчих органах Вінницької міської ради, з метою ефективної реалізації заходів направлених на підвищення туристичної привабливості міста Вінниці та якості туристичних послуг, керуючись ст. 26, ч.1 ст. 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада

#### ВИРІШИЛА:

1. Внести зміни до рішення міської ради від 25.09.2020 № 2415 «Про затвердження Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року», зі змінами, а саме: викласти додаток до рішення в новій редакції згідно з додатком до цього рішення.
2. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію з питань освіти, культури, молоді, фізичної культури і спорту (Малінін В.В.).

**Міський голова**

**Сергій МОРГУНОВ**

Додаток  
до рішення міської ради  
від 31.05.2024 № 2316



# Вінниця

## Місто ідей

**Стратегія розвитку туризму  
міста Вінниці до 2030 року**

м. Вінниця, 2020-2024 р.

**Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року** розроблена за підтримки проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. Зміст документу є виключною думкою авторів та не обов'язково відображає офіційну позицію Міністерства міжнародних справ Канади.



Проєкт ПРОМІС спрямовано на зміцнення муніципального сектору в Україні, впровадження ефективного демократичного управління та прискорення економічного розвитку шляхом підвищення спроможності українських міст у сфері демократизації врядування та місцевого економічного розвитку; створення сприятливого середовища для розвитку малого та середнього бізнесу; підтримки процесу децентралізації та інтегрованого планування розвитку на місцевому, регіональному та національному рівнях.

[www.pleddg.org.ua](http://www.pleddg.org.ua)

# Зміст

	<b>ВСТУП</b>	<b>4</b>
<b>1.</b>	<b>МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПРОЦЕС РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: СИТУАЦІЇ, ПРОГНОЗИ І ТРЕНДИ</b>	<b>8</b>
<b>3.</b>	<b>УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ПОТОЧНА СИТУАЦІЯ ТА ПРОГНОЗИ</b>	<b>10</b>
<b>4.</b>	<b>ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА ВІННИЦЯ</b>	<b>11</b>
<b>5.</b>	<b>ПРИРОДНІ УМОВИ</b>	<b>13</b>
5.1.	Географічне положення міста	
5.2.	Клімат	
<b>6.</b>	<b>ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ</b>	<b>13</b>
3.1.	Природні туристичні ресурси	
3.2.	Антропогенні туристичні ресурси	
3.3.	Туристичні атракції	
<b>7.</b>	<b>ДОСТУПНІСТЬ ТА ЛОГІСТИКА</b>	<b>17</b>
<b>8.</b>	<b>ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА</b>	<b>18</b>
<b>9.</b>	<b>УПРАВЛІННЯ, МАРКЕТИНГ ТА КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ</b>	<b>18</b>
<b>10.</b>	<b>СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ ТА СЦЕНАРІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ</b>	<b>20</b>
10.1.	Стратегічне бачення розвитку туризму в м. Вінниця до 2030 року	
10.2.	Сценарії розвитку туризму у м. Вінниця	
10.3.	Результати SWOT-аналізу	
<b>11.</b>	<b>СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ВІННИЦІ</b>	<b>31</b>
11.1.	Загальна структура Стратегії	
11.2.	Стратегічний напрям А. Формування та просування туристичних продуктів <i>Стратегічна ціль А.1. Розвиток основних видів туризму</i> <i>Стратегічна ціль А.2. Формування нішевих туристичних продуктів</i> <i>Стратегічна ціль А.3. Створення системи просування туристичних продуктів</i>	
11.3.	Стратегічний напрям Б. Розвиток інфраструктури для туризму <i>Стратегічна ціль Б.1. Розвиток інфраструктури мобільності та безпеки</i> <i>Стратегічна ціль Б.2. Розвиток інфраструктури та благоустрій території міста</i> <i>Стратегічна ціль Б.3. Розвиток туристичної інфраструктури</i>	
11.4.	Стратегічний напрям В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі <i>Стратегічна ціль В.1. Підвищення якості послуг туристичної сфери</i> <i>Стратегічна ціль В.2. Стимулювання розвитку МСП та інвестицій в туризмі</i> <i>Стратегічна ціль В.3. Налагодження різнорівневих комунікацій</i>	
<b>12.</b>	<b>МОНІТОРИНГ І ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ</b>	<b>56</b>
	<b>ДОДАТОК 1.</b> Персональний склад Робочої групи з розробки Стратегії розвитку туризму міста Вінниці	<b>60</b>
	<b>ДОДАТОК 2.</b> Ідеї проєктів місцевого розвитку до Плану реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року	<b>66</b>
	<b>ДОДАТОК 3.</b> Звіт про стратегічну екологічну оцінку Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року	<b>78</b>

## Вступ

Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», постанови Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», постанови Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 року № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів», а також на підставі Меморандуму про співпрацю щодо реалізації проєкту «Партнерство для розвитку міст» у місті Вінниці між Федерацією канадських муніципалітетів та Вінницькою міською радою, підписаного 18 грудня 2015 р., реалізовано заходи з розробки Стратегії розвитку туризму міста Вінниці на період до 2030 року.

Стратегія розвитку туризму міста Вінниці скерована на покращення умов життя як мешканців міста, так і гостей, туристів, інвесторів через поліпшення бізнес- та інвестиційного клімату, його культурної привабливості, якості міського середовища та системи надання ринкових і неринкових послуг. Основою для Стратегії стали конкурентні переваги міста, а також ті можливості, які відкриваються через зміни в його зовнішньому оточенні.

Очікуваними результатами втілення Стратегії повинні стати:

- Збільшення кількості туристів та екскурсантів, що відвідують місто з різною метою
- Збільшення доходів та кількості робочих місць у сфері туризму та гостинності.
- Збільшення надходжень до місцевого бюджету.
- Підвищення туристичної, бізнесової та культурної привабливості міста через поширення бренду серед інвесторів і туристів.
- Підвищений рівень комфортності міського середовища та якості надання послуг в туристичній сфері.

Реалізація Стратегії передбачає, що в рамках стратегічного партнерства влади, громади та бізнесу кожен партнер зможе знайти своє місце, свої інтереси та долучитися до розвитку міста.

Структура документу Стратегії містить два компоненти – «стратегічний», тобто систему стратегічних і оперативних цілей, досягнення яких повинно призвести до стратегічного бачення розвитку міста, «операційний», як окремі програми за кожним стратегічним напрямом, що складаються з проєктів місцевого розвитку, в рамках яких передбачені реалістичні цілі, конкретні заходи, потенційні виконавці та фінансові ресурси, необхідні для реалізації проєкту.

При підготовці дослідницько-аналітичних розділів Стратегії було використано матеріали Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, інших міністерств і відомств, Вінницької ОДА, науково-дослідних організацій, Державного комітету статистики України, Головного управління статистики у Вінницькій області, відділу статистики у м. Вінниця, Вінницької міської ради та її виконавчих органів.

Опрацювання Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року здійснювалось в узгодженні з іншими стратегічними документами, зокрема Концепцією інтегрованого розвитку міста Вінниці-2030 (рішення від 22 лютого 2019 р. № 1542).

У процесі опрацювання Стратегії розвитку туризму міста Вінниці консультанти Проєкту ПРОМІС здійснювали методичне забезпечення, експертний аналіз даних і результатів досліджень, отриманих під час здійснення процесу планування, забезпечували надання консультаційних послуг з питань, які належать до всіх аспектів стратегічного планування.

# 1. Методологія та процес розробки Стратегії

Стратегічне планування – системний шлях до управління змінами й досягнення консенсусу в усій громаді, а також створення спільного бачення майбутнього громади, творчий процес визначення проблем та погодження реалістичних цілей, завдань і сценаріїв, здійснення яких вирішить ці проблеми. Стратегічне планування є також ефективним інструментом об'єднання лідерів бізнесу та посадовців місцевої влади для створення публічно-приватних партнерств, що має позитивний вплив на місцевий діловий клімат та конкурентне становище громади, а також на вирішення інших питань, пов'язаних з рівнем життя всіх громадян.

Модель Стратегії підбирається й виходить з потреб територіальної громади міста.

Методологія розробки Стратегії містить кілька рівнів, серед яких – метод стратегічного управління розвитком територіальної громади як територіальної соціально-економічної системи, сукупність процесів (етапів, кроків) при укладанні (розробленні) Стратегії, а також прикладні методики та техніки, які застосовуються в тому чи іншому процесі.

У рамках розроблення Стратегії розвитку громади на практиці метод стратегічного управління застосовується через логічно несуперечливу послідовність процесів / кроків.



Рис. 1. Схема процесу розробки Стратегії

Як і кожен інший документ, Стратегія має ієрархічну природу, тобто, вона складається із цілей, нижчі з яких підпорядковані вищим і перебувають у системних взаємозв'язках.

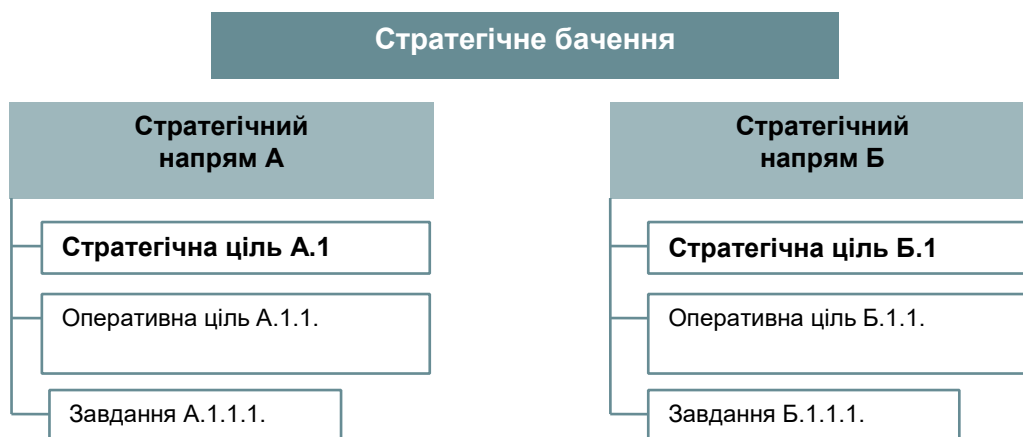


Рис. 2. Схема побудови Стратегії

Методологія підготовки та впровадження Стратегії ґрунтується на припущенні, що її впровадження відбудеться лише за умов об'єднання зусиль виконавців заходів та всіх

зацікавлених сторін. У результаті цієї роботи будуть досягнуті визначені цілі, реалізовані спільні проєкти, які в цілому забезпечуватимуть сталий розвиток міста.

Документ має модульний характер – окремі його напрями є самодостатніми, автономними, сформованими в розрахунок на подальше впровадження через реалізацію проєктів, кожен із яких є окремим елементом впровадження Стратегії, але впливатиме на загальний результат. При потребі, документ може бути доповнений іншими напрямками розвитку, які в подальшому громада визначить як ключові.

Стратегія ґрунтується на інших документах стратегічного характеру, зокрема, Генеральному плані забудови міста, місцевих цільових програмах, які вже ухвалені міською радою й впроваджуються її виконавчими органами. Основні положення Стратегії мають враховуватися при розробці щорічних галузевих програм розвитку.

Залучення широкого кола громадян до створення Стратегії дозволяє ідентифікувати та знайти прийнятні шляхи усунення проблем громади, забезпечити налагодження діалогу між громадськістю та владою. При цьому однією з основних складових процесу планування є обов'язкова участь у ньому всіх активних та зацікавлених представників громади. Розроблена таким чином Стратегія відображає інтереси усіх громадян, а тому сприймається громадою як «своя». Створена разом з громадою Стратегія незалежно від особистісних якостей керівників або політичної ситуації спрямовується на покращення стандартів життя, зміцнення місцевої економіки та системи надання послуг.

Розпорядженням голови міської ради м. Вінниця від 30.07.2019 р. № 123-Р була сформована Робоча група з підготовки Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року. Усього в ході процесу розробки в засіданнях Робочої групи взяло участь понад 60 активних городян.

23 липня 2019 року в приміщенні «Галереї XXI» відбулося установче засідання Робочої групи, під час якого пройшло загальне ознайомлення з методологією та процесом стратегічного планування розвитку туристичної галузі м. Вінниці та було узгоджено робочий план розроблення Стратегії розвитку туризму міста Вінниці на період до 2030 року та Плану заходів з його реалізації на 2021-2025 рр.

Підготовка Стратегії розпочалася з проведення стратегічного аналізу, який включав у себе дослідження основних тенденцій розвитку туризму в країні та м. Вінниця за попередній період, дослідження оточення (зовнішнього середовища) та оцінку можливостей розвитку міста.

В серпні 2019 року було проведено ряд засідань профільних фокус-груп і представлено результати дослідження на другому засіданні Робочої групи 25 вересня 2019 р. На цьому ж засіданні було розглянуто питання гендерно відповідального туризму, розпочалось формування Бачення та опрацьовано SWOT-аналіз.

22 жовтня 2019 року в приміщенні HUB «Місто змістів» відбулося третє засідання Робочої групи, під час якого було доопрацьовано Бачення та SWOT-аналіз. Також розпочалось формування «дерева цілей».

На основі напрацювань Робочої групи було розроблено SWOT-матрицю – проведено аналіз взаємозв'язків чинників SWOT через матрицю SWOT/TOWS та підготовлено базові аналітичні висновки щодо порівняльних переваг, викликів і ризиків розвитку туризму в місті Вінниця.

14 листопада 2019 року в приміщенні Молодіжного центру «Квадрат» відбулося четверте засідання Робочої групи, під час якого були проведені:

- Остаточне коригування Бачення, стратегічних і оперативних цілей.
- Презентовано картки технічних завдань, приклади якісно підготовлених карток з інших міст-партнерів проєкту ПРОМІС.
- Затверджено для поширення серед зацікавлених сторін оголошення про підготовку технічних завдань на проєкти розвитку, які відповідають завданням Стратегії.

Упродовж листопада 2019 р. – лютого 2020 р. відбувалася підготовка технічних завдань на проєкти розвитку, які відповідають завданням Стратегії. Усього за цей період зацікавленими в розвитку міста, представниками місцевого самоврядування, місцевих органів державної

влади, бізнесу, громадських організацій було підготовлено більше 40 ідей на проекти місцевого розвитку.

16-17 січня 2020 року в приміщенні Молодіжного центру «Квадрат» відбувся Хакатон «TourMIX: заміксуй туризм у Вінниці», участь в якому взяли близько 50 представників зацікавлених у розвитку вінницького туризму сторін.

6 березня 2020 р. у приміщенні HUB «Місто змістів» відбулося прикінцеве засідання експертних груп з визначення критеріїв відбору проектів на реалізацію Стратегії розвитку туризму м. Вінниці до 2030 року.

Усі засідання Робочої групи проводилися у публічному режимі, тому всі бажаючі мали можливість брати участь в розробці Стратегії. Процес розроблення Стратегії постійно висвітлювався у місцевих і регіональних ЗМІ.

З листопада 2022 р. по квітень 2023 р. здійснено коригування цілей та проектів Стратегії на основі доповненої аналітики, нових сценаріїв та дерева проблем, сформованих з представниками туристичної спільноти та членами Комітету з управління впровадженням Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року.

## 2. Світовий туристичний ринок: ситуація, прогнози і тренди

Уже декілька десятиріч 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 UNWTO у 2019 році в світі було зафіксовано 1,5 мільярда туристичних прибуттів (international tourist arrivals), що на 4% перевищує дані попереднього року.

Зростання можна було спостерігати у всіх регіонах, незважаючи на те, що в світі існувала певна невизначеність, пов'язана з Брекзитом, колапсом найдавнішого туристичного агентства Thomas Cook та декількох європейських низькобюджетних авіакомпаній, геополітичною та соціальною напругою і глобальним економічним сповільненням. Все це вплинуло на повільніший ріст в галузі туризму у 2019 році у порівнянні з 2017 та 2018 роками. Це сповільнення вплинуло переважно на передові економіки світу, зокрема Європи та Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

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 коронавірусу 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, адже це вплинуло як на туристичну пропозицію, так і на попит. За даними UNWTO, кількість туристичних поїздок у світі зменшилася від 58 % до 78 % у 2020 році, що призвело до потенційної втрати 0,9–1,2 трильйона доларів США в надходженнях від міжнародного туризму. За п'ять місяців 2021 року в світі було зафіксовано на 147 млн міжнародних прибуттів менше, ніж за той самий період 2020 року, і на 460 млн менше, ніж у 2019 році. Падіння порівняно з періодом до пандемії коронавірусу становило 85% на середину 2021 року і почало зменшуватися лише з послабленням обмежень та масовою вакцинацією в світі.

Згідно з даними UNWTO, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі – вдвічі більше, ніж у 2021 році, хоча це все ще 63% від рівня до пандемії. У кожному глобальному регіоні зафіксовано помітне зростання кількості міжнародних туристів. Близький Схід отримав найбільше відносне зростання, оскільки кількість прибуттів зросла до 83% від кількості до пандемії. Європа досягла майже 80% від допандемійного рівня, оскільки у 2022 році вона прийняла 585 мільйонів відвідувачів. В Африці та Америці відновилося близько 65% відвідувачів до пандемії, тоді як в Азії та Тихоокеанському регіоні цей показник досяг лише 23% через сильнішу пандемію,

Скасування пов'язаних із COVID-19 обмежень на подорожі в Китаї, найбільшому світовому ринку виїзних поїздок у 2019 році, є значним кроком для відновлення туристичного сектору в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та в усьому світі. У короткостроковій перспективі відновлення подорожей з Китаю, ймовірно, принесе користь, зокрема, азіатським напрямкам. Однак це буде залежати від наявності та вартості авіаперельотів, візового режиму та обмежень, пов'язаних із COVID-19, у пунктах призначення.

Помітне зростання надходжень від міжнародного туризму було зафіксовано в більшості напрямків, у деяких випадках вище, ніж зростання кількості прибуттів. Це підтверджується збільшенням середніх витрат на поїздку через довший період перебування, готовність мандрівників витратити більше в пункті призначення та вищі витрати на поїздку через інфляцію. Однак економічна ситуація може призвести до більш обережного ставлення туристів у 2023 році, скорочення витрат, коротших поїздок і подорожей ближче до дому.

В рамках експертного опитування найбільшої виставки індустрії туризму World Travel Market наприкінці 2022 року респонденти відзначили такі негативні фактори для розвитку туризму:

- зростання вартості життя – 45%;
- ціни на бензин – 13%;
- **війна в Україні - 12%**;
- ціни на енергоносії – 10%;
- хаос в аеропортах (як у 2022 році) – 4%.

Ще одним фактором, що перебуває у фокусі ділового туризму, є боротьба зі зміною клімату. Менеджмент корпорацій у країнах G7 стає орієнтованим на боротьбу зі зміною клімату. Також, 77% опитаних вважають, що потрібно змінити підхід до подорожі та 74% виступають за скорочення авіаперельотів.

Пандемія тільки підтвердила актуальність багатьох світових викликів, подолати які намагаються через досягнення Глобальних цілей сталого розвитку. Саме тому сталий туризм є одним із сучасних туристичних трендів, який обирає все більше туристів: вибір потягів замість літаків чи автомобілів, надання переваги здоровій та органічній їжі, відмова від поїздок до перенасичених туристами дестинацій тощо.

Також можна виділити наступні тренди:

1. Зростання значення безпеки в організації та обслуговуванні туристичних потоків.
2. Бажання туристів отримати місцевий досвід - познайомитися з культурою та традиціями, посмакувати місцеву їжу тощо.
3. Надання переваги індивідуальним подорожам.
4. Зростання кількості духовних та паломницьких подорожей.
5. Зростання популярності трансформативних подорожей - 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 та bleisure).
6. Збільшення кількості подорожей з метою відвідування певної події: спортивних змагань, музичного концерту чи фестивалю тощо.
7. Зростання кількості туристів, що надають перевагу персоналізованій пропозиції.

Технологічний прогрес, який особливо активізувався на тлі пандемії, ще більше увиразнив тенденції до зміни споживацьких практик в туризмі:

1. Поширення альтернативних систем бронювання та дистрибуції в туризмі (ADS), розвиток онлайн-бронювання та онлайн-покупок турпродуктів туристами самостійно та виникнення формату співпраці O2O (online to online)
2. Зміна сфери попиту: подорожі «в декілька кліків» (цифрова мандрівка, VR-тури, тощо); персоналізація попиту та пропозицій. Тури з доповненою реальністю.
3. Цифровізація туристичного сектору – поява нових інструментів, сервісів, платформ, продуктів у VR-окулярах; навігаційні додатки AR-City та GIS-технології проектування маршруту подорожей, екскурсій, візуалізація турів round the city.
4. Маркетингові інновації: персоналізація обслуговування, користувацький контент, формування бізнесплатформ C2C; соціальні мережі, що створюють нові форми й варіанти співпраці в бізнессередовищем; технології штучного інтелекту (чатботи, адаптивні алгоритми, нейромережі, тощо).

### 3. Український туристичний ринок: поточна ситуація та прогнози

В Україні існують усі передумови для розвитку туристичної сфери. Туристичний потенціал нашої країни на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить досить низька частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. За оцінками Всесвітнього економічного форуму, в 2017 році Україна очолила рейтинг країн з найменшою часткою туристичної індустрії у ВВП – лише 1,4%. У 2017 році обсяг створеної у туризмі доданої вартості склав 1,3 млрд доларів, що є одним з найнижчих показників у Європі (нижчий тільки в Албанії та Люксембурзі). Але вже у 2018 році частка туристичної галузі в структурі ВВП України зросла і становила 5,4% (184,2 мільярди гривень). Галузь забезпечувала 791 тисячу робочих місць, очікуване збільшення у 2019 становило 875,8 тисяч.

За підрахунками Всесвітньої туристичної організації Україну в 2018 році відвідали 14,207 млн туристів, що на 1,48% менше, ніж роком раніше, хоча обсяг надходжень від туристичної галузі збільшився на 14,6% і становив \$1,445 млрд.

Позитивним зрушенням було виділення в державному бюджеті на 2021 рік коштів для новоствореного Державного агентства розвитку туризму України, спрямовані на реалізацію заходів з просування туристичного потенціалу України за кордоном і всередині країни та пілотні проекти щодо розвитку туристичної інфраструктури й спроможності окремих регіонів. Одним із найуспішніших маркетингових заходів можна вважати кампанію «Мандруй Україною», націлену на просування внутрішнього туризму та вироблення сталої звички українців пізнавати власну країну.

Сигналом для поживлення інтересу до України як туристичної дестинації в світі стала лібералізація візових взаємин з Китаєм та країнами Перської затоки у 2020-2021 роках, що спричинило ріст відвідуваності. Згідно зі статистикою Міністерства інфраструктури України, протягом трьох кварталів 2021 року в Україні побували 25,5 % іноземців з країн Азії (17,7% за аналогічний період у 2020), 3% громадян Північної Америки (1,5% за аналогічний період у 2020), 1,4% з країн Африки (0,7% за аналогічний період у 2020).

Однак в умовах воєнної агресії Росії, розпочатої 24 лютого 2022 року, сфера туризму в Україні увійшла в найбільший кризовий стан за останні десятиліття. За інформацією Державного агентства розвитку туризму, за дев'ять місяців 2022 року представники туристичної галузі України сплатили на 33,34% менше податків, ніж за аналогічний період 2021 року, а загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, скоротилася в середньому на 28%.

Найбільша частка надходжень до держбюджету за дев'ять місяців 2022 року сплачена готелями – майже 673 млн грн, що на 35% менше порівняно з таким самим періодом у 2021 році. Зафіксовано 42% приросту сплаченого податку від діяльності пансіонатів та гуртожитків, що використовувалися як тимчасовий прихисток для людей, які вимушені були покинути свої домівки через війну. А от частка сплаченого податку від діяльності турбаз, кемпінгів, дитячих таборів відпочинку зменшилася майже на 65% – сплачено 110 млн грн податку проти 316 млн грн за аналогічний період 2021 року.

В'їзний туризм в Україні з моменту припинення авіасполучення та запровадження воєнного стану практично перестав існувати. На ринку внутрішнього туризму взамін відвіданню морських курортів почав домінувати локальний короткочасний туризм (без ночівлі або ж із ночівлею у сільських садибах, екоцентрах та заміських комплексах центральної і західної частин країни). При цьому споживачами міського туристичного продукту стали переважно місцеві мешканці та ВПО, а також представники гуманітарних місій та організацій.

У тилових областях країни відновилися заклади харчування усіх форматів, орієнтовані як на бізнес-, так і на розважальний чи сімейний сегмент. Зростання виручки ресторанів пояснюється ростом сегменту доставки, потребою базового дозвілля і психологічного розвантаження для частини українців (зокрема, ВПО), а також підняттям вартості середнього чека.

Важливим ціннісним фактором, який суттєво підсилюється із початком несправедливих загарбницьких дій Російської Федерації, є патріотизм. Багато людей відкрили для себе Україну та власні малі Батьківщини на тлі великих руйнувань (зокрема, пам'яток і культурних цінностей) та екоциду, пережиті емоції стали опорою для самоідентифікації українців.

Повномасштабне вторгнення та бомбардування України Росією внесли значні зміни у сферу туризму. Місця вчинених росіянами воєнних злочинів та героїчного спротиву українців можуть у майбутньому сформувати так звані «маршрути пам'яті». За прогнозом ДАРТ, відвідування локацій, що перебували в окупації, викликати зацікавленість у міжнародних та вітчизняних туроператорів, а також іноземних туристів. Також на етапі відбудови окремих територій може розвинути волонтерський туризм. Подорожі як фактор консолідації українців різних регіонів будуть ще більш важливими для подальшої розбудови демократичної і європейської держави.

## 4. Туристичний потенціал міста Вінниця

У 2019 році Вінницька міська рада, спираючись на Маркетингову стратегію міста Вінниці та розуміючи важливість і перспективи розвитку туризму в місті, створила департамент маркетингу міста та туризму. Видатки на реалізацію Програми розвитку туризму було збільшено у 5 разів. Обсяг туристичного збору у 2019 році склав 2 050 458 грн., що в 6 разів більше, ніж у 2018 р. Значне зростання пов'язане зі збільшенням податкової ставки туристичного збору, але також і зі збільшенням кількості ночівель, що за приблизними розрахунками склала майже на 32% більше у порівнянні з минулим роком.

Динаміка туристичного збору та кількості ночівель у 2019-2022 роках відображена на наступних діаграмах (див. рис. 1-2):

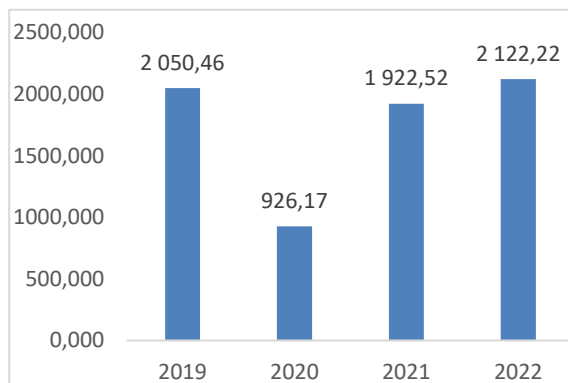


Рис.1 Обсяг туристичного збору (тис.грн.)

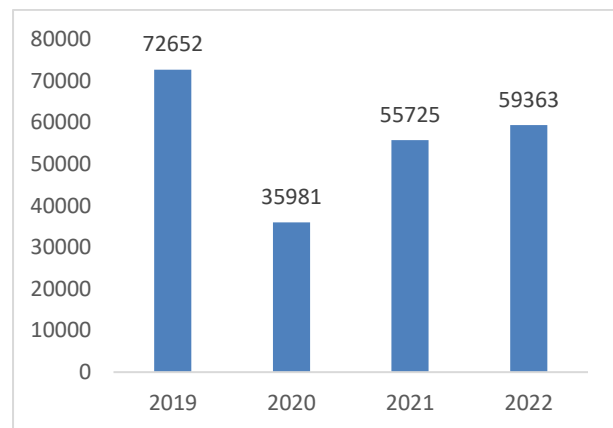


Рис.2 Кількість ночівель

На початок 2023 року кількість закладів готельно-ресторанного бізнесу у межах Вінницької міської ТГ налічує 375 одиниць., з них 48 – засобів розміщення. Перед початком повномасштабного вторгнення у Вінниці планувалося будівництво та відкриття кількох категоризованих готелів на 30 і більше номерів, брак яких був особливо відчутний в перші тижні повномасштабного вторгнення Росії.

Відвідуваність музеїв міста у докарантинний період перевищувала півмільйона осіб, у 2021 році (після послаблення ковідних обмежень) склала бл. 400 тис., а в умовах воєнної агресії 2022 року впала удвічі (див. рис. 3). Таку різницю в показниках можливо пояснити введенням особливих вимог щодо збереження та евакуації музейних експонатів, а також відсутністю стабільних туристичних потоків і організованих екскурсійних груп (зокрема, навчальних закладів).

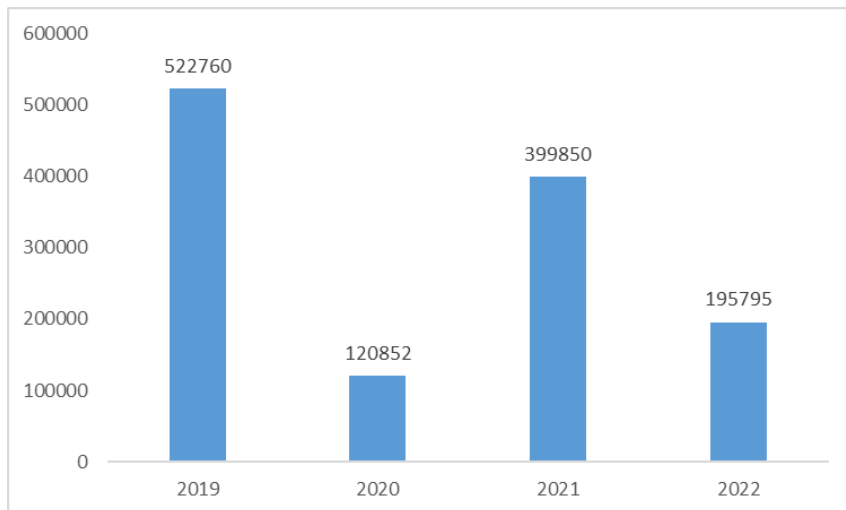


Рис.3 Відвідуваність музеїв міста (осіб)

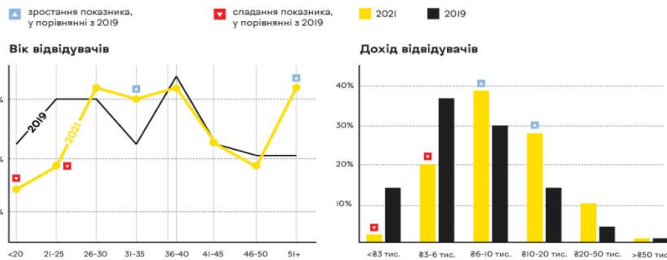
Загальна відвідуваність аеропорту міста Вінниці за 2019 рік скоротилася до 40 тисяч осіб у зв'язку із підготовкою до реконструкції злітно-посадкової смуги та приміщення аеровокзалу. Процес перетворення аеропорту в потужний логістично-туристичний хаб наразі призупинений через воєнний стан та пошкодження окремих будівель аеропорту від ракетних ударів, які відбулися в березні 2022 року.

У липні 2019 року у Вінниці вперше проведено дослідження туристичної привабливості міста, за даними якого індекс туристичної привабливості міста склав 4,13 балів з 5. Цей показник туристичної привабливості Вінниці отримала завдяки високим оцінкам атрибутів міста його відвідувачами, серед яких задоволення музеями та галереями, рівень обслуговування у локальних ресторанах та кафе, чистота та безпечність перебування у місті, доброзичливість та ввічливість містян.

У 2021 році проведено друге маркетингове дослідження, за допомогою якого вдалося зафіксувати певні зміни у портреті відвідувачів Вінниці. У порівнянні з 2019 роком до Вінниці стало їздити більше мешканців області (31,3% респондентів), стільки ж – столиці (21,6% опитуваних), і менше з інших регіонів (певний ріст продемонстрували Львівська та Миколаївська області). Частка іноземців впала з 8% до 5%. Серед туристів домінували люди віком старше 30 років та середнім доходом вище 10 тис. грн. Середні добові витрати туристів також зросли – до 1200 грн. Гості Вінниці частіше приїжджали власним авто і рідше зупинялися на ночівлю, що відображало загальну тенденцію індустрії туризму. Відвідуваність ресторанів на противагу вуличній їжі та кафе зросла на майже 10%. Індекс туристичної привабливості міста за 5-бальною шкалою становила 4,11, показник лояльності туристів NPS у шкалі з -100 до 100 балів розташовувався на позначці 43.

# ВІННИЦЬКІ ТУРИСТИ ХТО ВОНИ?

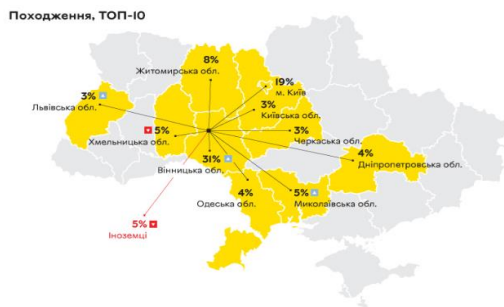
2021



Стать

**54%**  
Жінки

**46%**  
Чоловіки



**59%**  
приїжджають із метою відпочинку

**21%**  
відвідують ресторани

**46%**  
лишаються із ночівлею

**1200** ±146  
середні витрати на день перебування\*



Індекс туристичної привабливості Вінниці

**32%**  
відвідують Вінницю вперше



2021: Дослідження реалізоване Дослідницькою агенцією Fama. Період реалізації: 20-29 серпня 2021 року. Було опитано 400 відвідувачів Вінниці, які перебували в місті щонайменше 4 години. Допустима похибка вибірки не перебільшує 4,9%.

2019: Дослідження реалізоване Дослідницькою агенцією Fama. Період реалізації: 5-14 липня 2019 року. Було опитано 420 відвідувачів Вінниці, які перебували в місті щонайменше 4 години. Допустима похибка вибірки не перебільшує 4,9%.

\*Формула розрахунку така: Проживання + Харчування + Транспорт [пересування містом] + Відвідування подій+інше / кількість днів перебування

Відповідно до представлених даних можна підтвердити те, що туристична галузь міста Вінниці попри значні кризові явища активно розвивалася упродовж останніх років. Збільшення туристичних потоків, серед них відвідувачів музеїв, закладів, заходів та інших локацій міста у 2019 та 2021 роках свідчило про покращення рівня розвитку сфери гостинності міста. Підтвердженням цього був також ріст кількості ночівель у готелях та гостелах Вінниці, збільшення чисельності закладів тимчасового розміщення та загальне підвищення обсягів надходжень туристичного збору до бюджету Вінницької МТГ. Усе це стало вагомим фактором для відзначення Вінниці на туристичній премії Ukraine Tourism Awards 2021 в номінації «Місто мого серця».

## 5. Природні умови

### 5.1. Географічне положення міста

Вінниця — місто на березі річки Південний Буг, адміністративний центр Вінницької області, історичний осередок Східного Поділля, сучасний економічний і культурний центр. Населення міста становить 371,9 тис. осіб, загальна площа – 113,2 кв. км.

### 5.2. Клімат

Місто розташоване в середніх широтах, що обумовлює помірність клімату: тривале неспекотне літо та порівняно коротка, несувора зима.

## 6. Туристичні ресурси

### 6.1. Природні туристичні ресурси

#### 6.1.1. Парки та паркові зони

Рослинність міста над Бугом властива для лісостепу, яка характеризується наявністю значної кількості парків та зелених зон, придатних для дозвілля та активного відпочинку вінничан і гостей міста. Особливою популярністю користується Центральний міський парк, територія якого придатна як для тихого відпочинку і прогулянок, так і для проведення культурно-масових заходів, зокрема Vinnitsia Foodfest, новорічно-різдвяних святкувань тощо. Тут розташовані

стадіон, планетарій, парк мініатюр «Міні-Вінниця», атракціони. Ще однією популярною зеленою зоною для відпочинку та дозвілля є пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення, найбільший парк Вінниці – Вишенський парк, де розташовується озеро, пляж, заліснені території, мотузковий парк, спортивні майданчики, прокат човнів та катамаранів.

Великою прогулянковою і спортивною зоною є лісопарк, який складається з двох лісових масивів, озер Гуральня і Соцького. Зеленими оазисами у місті є також парк обласної психоневрологічної лікарні імені акад. О. Ющенка з панорамою на річку Південний Буг, меморіальний парк біля музею-садиби Миколи Пирогова, ботанічний сад «Поділля», сад літературно-меморіального музею М. Коцюбинського, П'ятничанський парк, парк Вінницького національного медичного університету ім. М.І. Пирогова, дендрарій лісово-дослідної станції та територія колишнього дитячого санаторію ім. М.Коцюбинського на Старому місті, де у 2019 р. був започаткований проєкт «Територія SUN», що передбачає переосмислення території і проведення культурних, освітніх та екологічних заходів. Унікальною зеленою зоною є острів Кемпа, який розташований у центрі міста посеред Південного Бугу. Кемпа з плином часу перетворилася на ізольовану заповідну зону з безліччю живності, зокрема рідкісної.

### 6.1.2. Водойми

Доповненням численних зелених зон є водойми, зокрема річка Південний Буг, яка є головною водною артерією міста. Річка омиває центр міста з трьох боків, що дозволяє легко знайти місце для відпочинку, спустившись до мальовничих берегів, зокрема до набережної Рошен з найбільшим в Європі плавучим світломузичним фонтаном, або до оглядового майданчика на вулиці М. Оводова з панорамою на річку та міст. Окрім того, популярним місцем для відпочинку є мікрорайон Сабарів, розташований у найпівденнішій частині міста, де Південний Буг робить вигин вниз по течії. Тут розташована гідроелектростанція, з якої відкривається вид на гранітні скелі, річку і високі пагорби з густим лісом довкола. До Сабарова можна дістатися прогулянковими теплоходами.

## 6.2. Антропогенні туристичні ресурси

Окрім неповторної природи, туристичну привабливість міста також обумовлюють численні антропогенні пам'ятки. Перелік пам'яток архітектури і містобудування Вінниці нараховує 121 об'єкт, з яких 11 – національного значення. Найдавнішою з пам'яток міста є історико-архітектурний комплекс «Мури», розташований у центральному історичному ареалі міста, що складається з оборонних і храмових споруд XVII-XVIII ст.: єзуїтського монастиря, костелу, колегіуму і конвікту (гуртожитку); домініканського монастиря і костелу; навколишніх фортечних мурів. Нині тут знаходяться Державний архів Вінницької області, Спасо-Преображенський кафедральний собор (колишній Домініканський монастир, збудований в 1758 р. у стилі пізнього західноєвропейського бароко), Вінницький обласний краєзнавчий музей, Вінницький обласний художній музей та Вінницький технічний ліцей. До числа найдавніших пам'яток архітектури належить також монастир капуцинів-францисканців, нині костел Пресвятої Діви Марії Ангельської, збудований у 1761 р. у стилі тосканського бароко. Будівля користується особливою популярністю серед вінничан та гостей міста, оскільки всередині неї зберігся вхід до підземних ходів XVIII ст., де проводяться екскурсії. Ще однією релігійною спорудою, яка становить туристичну привабливість, є Миколаївська церква XVIII ст., збудована з дерева, що є зразком подільської архітектурної школи доби бароко.

Особливу атмосферу у центрі міста створює район компактного проживання єврейської громади – Єрусалимка. Хоча значна частина будівель району була знесена в радянські часи, район досі зберіг хаотичність забудови, а також єврейський колорит. Увагу привертають обвитий плющем «Шоколадний будинок» Ваксмана (колишня пошта), синагоги Райхера і Ліфшиця, еkleктична садиба Боруха Львовича, атмосферні дворики з дуже щільною забудовою.

Одним із символів міста є вежа Артинова – водонапірна вежа і каланча 1911 року, яка височіє посеред однієї з прогулянкових зон міста – Європейської площі. Нині, як і сто років тому, годинник на вежі сповіщає містянам точний час. Всередині вежі розміщений Музей воїнів Вінниччини.

В основному історичний центр був забудований напр. XIX - на поч. XX ст., коли завдяки спорудженню залізниці та злагодженій роботі тодішніх міського голови Миколи Оводова і міського архітектора Григорія Артинова місто стрімко розвивається і стає зручним для проживання та відпочинку. Це обумовлює появу значної кількості садиб, готелів та прибуткових будинків. Більшість цих споруд збереглися до нашого часу і сформували характер забудови центру Вінниці у вигляді модерного міста. Готелі «Франція» (досі виконує свою першочергову функцію), «Палас», «Франсуа», садиби капітана Четкова, магната Львовича, адвоката Длуголенцього, лікаря Стаховського, купця Кумбари та інші виконують ролі яскравих містобудівних акцентів, ілюструючи модерн в архітектурі. Однією з домінуючих у забудові центральної частини міста є готель «Савой» поч. XX ст, нині 7-й Апеляційний адміністративний суд. Тут у 1919 році розташовувалася Директорія УНР, надавши Вінниці статус тимчасової столиці.

До пам'яток архітектури кінця XIX - поч. XX ст. також належать будівля реального училища (нині Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ), Вінницький академічний музично-драматичний театр ім. М. Садовського, будівля окружного суду (нині Вінницький міський суд), Будинок жіночої гімназії (нині школа-гімназія №2), Будинок міської думи (нині Вінницька торгово-промислова палата) тощо, розташовані в центральній частині міста.

Доповненням неспішної прогулянки в середмісті є ще одна унікальна пам'ятка - сходи Артинова і парк Кумбари. Це місцевість на березі Південного Бугу з гранітними сходами, спроектованими міським архітектором Григорієм Артиновим, та панорамою.

Ще одним символом міста є вхідна арка Центрального міського парку, збудована у 60-х рр. XX ст. Символічною є також пам'ятна колона Магдебурзького права, встановлена у центрі Вінниці на честь 360 річчя здобуття містом самоврядного статусу..

У місті також збереглися військові казарми, що формують квартал цегляних будинків XIX - поч. XX ст. у стилі еkleктики.

Одним з туристичним магнітів є колишня польова ставка нацистів «Вервольф», нині «Музей пам'яті жертв нацизму», яка знаходиться за 8 км від міста в с. Стрижавка. У роки Другої світової війни це місце призначалося для керування військовими діями на Східному фронті. Нині тут розташовується Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв нацизму з залишками бункерів.

Найвпізнаванішим символом міста є найбільший в Європі плавучий фонтан Roshen, який радує своїми світломузичними шоу з середини квітня до середини жовтня. На зиму конструкція опускається під воду. У денний час струмені води створюють ефект гармонії та спокою, а у вечірні години демонструються ексклюзивні шоу-програмами з лазерними, світловими та мультимедійними ефектами, на гігантському екрані – плесі води. Окрім фонтану Roshen, у місті є безліч інших унікальних фонтанів, зокрема «сухий» світловий фонтан «Сонячна система» на проспекті Космонавтів, пішохідний фонтан на площі Костянтина Могилка, фонтан «Мушля» тощо.

Прогулюючись центром міста, можна зустріти пам'ятники міського архітектора Григорія Артинова, очільника Директорії УНР Симона Петлюри та вуличні скульптури саксофоніста, поета, скрипаля, підприємці поч. XX ст. Євгенії Прунмаєр, мешканця Єрусалимки початку XX ст., стоматолога, Діогена та багатьох інших, які полюбилися перехожим і є героями численних фотографій. Яскравими фотозонами також слугують вінницькі мурали, яких у місті близько 26-и.

## **6.3. Туристичні атракції**

### **6.3.1. Музеї міста**

Туристичними ресурсами міста є і численні музеї та їхні унікальні колекції. Вінницький обласний краєзнавчий музей та Вінницький обласний художній музей, розташовані в келіях колишнього єзуїтського монастиря, разом з приміщенням Державного архіву Вінницької області формують своєрідний музейний квартал, зручний для відвідування. Колекція краєзнавчого музею містить найбільше зібрання матеріалів і документів з історії, етнографії і культури Східного Поділля, а також колекцію прикрас часів сарматської доби та скелет

мамонта Вінні, який є найповнішим з усіх, що знайдені на території України. Експонати фондів художнього музею - це полотна знаменитих художників, колекції портретів знатних родів, скульптур та старовинних меблів з їхніх маєтків.

Один з головних туристичних магнітів міста - Національний музей-садиба М.І. Пирогова, розташований в південно-західній частині міста Вінниці, у живописній садибі Вишня, де жив і працював видатний лікар, засновник воєнно-польової хірургії Микола Пирогов. Тут зберігається набальзамоване тіло ученого. Ще одним меморіальним музеєм є Вінницький літературно-меморіальний музей М.М. Коцюбинського, розміщений у будинку, де народився і жив відомий письменник Михайло Коцюбинський. Також у місті йде робота над створенням Музею Вінниці.

Унікальним музеєм та популярною туристичною атракцією є Музей вінницького трамвая, в експозиції якого представлені фото та експонати, пов'язані з історією трамвайного руху міста. Усі пасажирські вагони, в тому числі історичні, можна замовити для екскурсії.

Також у Вінниці є виставкові проєкти, які увібрали у себе унікальні колекції, серед них Музей моделей транспорту і виставка колекцій та мініатюр (нараховує 5 тисяч експонатів моделей), Музей української марки ім. Якова Балабана (з найбільшою колекцією українських марок у світі), музей ретротехніки «Автомобілофототелерадіо», Музей єврейського побуту та Музей Голокосту на Вінниччині, Музей-кав'ярня «Пан Заваркін та син» (з колекцією годинників та чайних сервізів XIX - поч. XX ст), Музей гончарного мистецтва ім. О. Г. Луцишина (налічує більше тисячі зразків подільської кераміки).

У місті є також Військово-історичний музей Повітряних сил Збройних сил України, який нараховує 41 експонат військової техніки, Музей ретрокіно при Вінницькому обласному центрі культури «Щедрик» та Музей науки, де експонати пояснюють основні закони фізики. Окрім того, особливу увагу гостей міста привертають додаткові атракції: Планетарій та Подільський зоопарк.

### **6.3.2. Цікаві люди минулого**

Знаковими особистостями Вінниці є: український військовий і державний діяч, козацький полководець часів Хмельниччини Іван Богун (1618 – 1664); видатний лікар, який зробив кілька революційних відкриттів у медицині, засновник сучасної хірургії та військово-польової медицини Микола Пирогов (1810-1881); один із найоригінальніших українських письменників Михайло Коцюбинський (1864-1913); фундатор їдишомовної художньої літератури Іцхак-Йоель Лінецький (1839-1915); реформатор української музики, автор найвідомішої у світі святкової мелодії «Щедрик» Микола Леонтович (1877-1921); головний архітектор міста початку XX ст. Григорій Артинов (1860-1919); міський голова Вінниці 1899-1917 рр. Микола Оводов (1861-1941); видатний державний, військовий та політичний діяч доби Української революції 1917-1921 рр. Симон Петлюра (1879-1926); кінорежисер та актор Ігор Савченко (1906-1950); реформатор кондитерської галузі США Сем Борн (1891-1959); художник світового рівня Натан Альтман (1889-1970); український композитор, автор близько 100 оригінальних творів Родіон Скалецький (1899–1984); перша подолянка-учасниця Олімпійських ігор (1952) та рекордсменка СРСР із плавання Марія Гавриш (1931-2001); громадська, культурно-освітня діячка і педагог, членкиня Центральної Ради Софія Русова (1856-1940); українська оперна співачка Марія Литвиненко-Вольгемут (1892-1966).

### **6.3.3. Події та заходи**

Значну роль у формуванні туристичної привабливості міста відіграє подієвий туризм. Протягом року у Вінниці та неподалік міста відбуваються різного роду заходи культурного, просвітницького, екологічного та спортивного характеру, зокрема різдвяний ярмарок, фестиваль вуличної їжі Vinnytsia FoodFest; Міжнародний фестиваль зимового лендарту «Міфогенез», відкриття світло-музичного фонтану Roshen; фестиваль писанок «Великоднє Диво», День і Ніч Європи, мотофестиваль «Загул», напівмарафон Vinnytsia Half Marathon, Міжнародний фестиваль імені П.І. Чайковського та Н.Ф. фон Мекк, Вікенд мандрівників, Міжнародний фестиваль OPERAFEST TULCHYN, Міжнародний фестиваль «Острів Європа»,

мистецький вікенд «Ticket to the SUN», Фестиваль польової кухні імені Тараса Сича, Купальський пікнік, Фестиваль «БарRockКо», Фолк-рок фестиваль «Млиноманія», Культурно-мистецька резиденція «Над Богом», ДІЛИ екофест; Міжнародний ВІННИЦІЯНСЬКИЙ фестиваль комедійного та пародійного кіно, День міста Вінниці, Органний фестиваль «Музика в монастирських мурах», Міжнародний фестиваль VINNYTSIA JAZZFEST; Дні Європейської спадщини; Smile Fest, Всеукраїнський фестиваль військово-історичної реконструкції «Вінниця – столиця УНР», фестиваль «Жива історія», Contemporary Music Days in Vinnytsia, Air ГогольFest; Міжнародний фестиваль саксофонної музики Vinnytsia Adolphe Sax Festival, Фестиваль вина «Боже Лле», відкриття головної ялинки міста в день святого Миколая та багато інших.

## 7. Доступність та логістика

Вінниця розташована на відстані 268 км від столиці України Києва, до якого можна дістатися швидкісним потягом за 2 години 11 хвилин. Відстані до найбільших міст України від Вінниці автомобільними шляхами: Львів – 370-430 км, Харків – 750 км, Одеса – 430-440 км, Дніпро – 580 км.

Місто над Бугом характеризується розвинутою транспортною інфраструктурою: загальна протяжність доріг – 356 км, автомобільних та пішохідних мостів – 22, з яких 3 великих через р. Південний Буг.

Через місто проходить понад 30 автобусних міжміських та міжнародних маршрутів, в т.ч. до Польщі, Білорусі, Молдови. У місті діє три автобусних вокзали – Центральний, Західний та Східний.

Також у місті наявне якісне залізничне сполучення. За даними «Інвестиційного атласу України», вокзал станції Вінниця щорічно обслуговує 1,3 млн пасажирів, має сполучення з 23 областями України.

За 7,5 км від Вінниці знаходиться міжнародний аеропорт «Вінниця» (Гавришівка), який у період до пандемії COVID-19 приймав регулярні рейси за маршрутами Вінниця – Тель-Авів та Вінниця – Варшава, а також чартерні: Вінниця – Анталія, Вінниця – Шарм-ель-Шейх та Вінниця – Подгориця. З аеропорту в місто можна дістатися муніципальним автобусом.

Мережа громадського транспорту включає 6 трамвайних маршрутів, 15 тролейбусних, 9 автобусних маршрутів та 29 маршрутів маршрутних таксі. Робота трамваїв та тролейбусів починається о 5:30 і закінчується о 24:00, також курсує нічний маршрут з Залізничного вокзалу через центр на Вишеньку.

У 2007 році швейцарське місто Цюрих передало Вінниці трамваї, які наразі курсують вулицями міста і вже завоювали статус одного з символів міста. З 2015 року Вінницька транспортна компанія випускає громадський транспорт власного виробництва, зокрема трамваї та тролейбуси – VinWay. Громадський транспорт міста переважно синього кольору, що формує цілісний та єдиний стиль. З 2019 року у місті впроваджується автоматизована система обліку оплати проїзду в громадському транспорті – оплата за проїзд здійснюється електронними квитками за допомогою Муніципальної картки вінничанина, безконтактної банківської картки та смартфоном із технологією NFC – через валідатори, встановлені у транспорті.

У 2018 році у Вінниці запрацювала система громадського велопрокату Nextbike, що включає в себе 25 станцій велопрокату. У розпорядженні вінничан та гостей міста 180 байків. У сезоні 2019 року велосипед напрокат брали 27 тисяч разів. 2020 року не лише з'явилася тенденція до збільшення кількості оренд на 10-15%, зріс попит і на абонементи. Загалом у місті активно розвивається велоінфраструктура. До кінця 2020 року загальна протяжність велодоріжок складе 85 км, також по місту встановили 10 вело-СТО та 10 карт велосипедних маршрутів.

У місті частково існує система туристичної навігації, представлена у вигляді інформаційних табличок та туристичних вказівників із стрілками. Наразі туристична навігація оновлюється та запроваджується комплексний підхід до знакування існуючих об'єктів. У 2019

році департаментом маркетингу міста та туризму були розроблені туристичні карти центру міста та мікрорайону Вишенька. Також було встановлено 19 туристично-інформаційних табличок, кожна з яких містить інформацію про туристичний об'єкт українською та англійською мовами та шрифтом Брайля, QR-код, що переводить на сайт з детальнішою інформацією про об'єкт та аудіо озвучкою, NFC мітку.

Для комфортного переміщення в межах міста для туристів розроблений мобільний додаток Vilna Mара. Додаток наразі доступний лише українською мовою на платформі Android і допомагає туристам та вінничанам орієнтуватися в місті, рухаючись найцікавішими екскурсійними маршрутами.

## 8. Туристична інфраструктура

У Вінниці та в її околицях нараховується близько 50 готелів та гостелів. З початку 2019 року відповідно до рішення міської ради обсяг туристичного збору для внутрішнього туриста складає 0,5% від мінімальної зарплати за добу, а для в'їзного – 2%. Обсяг таких надходжень за 2019 рік склав 2 050 458 грн, що приблизно відповідає 79,5 тис. ночівель.

Також у місті наявна широка мережа закладів харчування з різними ціновими пропозиціями. У місті є ресторани, фастфуди, піцерії, бари, паби, кав'ярні, кондитерські тощо. Ресторанів та кафе у Вінниці є близько 500. Середня вартість за комплексний обід становить 75 грн.; середній рахунок вечері на двох 575 грн.

На території міста Вінниця зареєстровано 35 туроператорів, з яких 6 спеціалізуються на внутрішньому та в'їзному туризмі.

У місті у 2011 року було створено КП «Подільський туристично-інформаційний центр», яке у 2019 було підпорядковане департаменту маркетингу міста та туризму. З 2020 року його діяльність призупинена у зв'язку з неможливістю функціонування в умовах карантинних обмежень та санітарних вимог. З метою забезпечення промоції Вінницької міської територіальної громади та надання якісних туристичних, маркетингових та інформаційних послуг у лютому 2022 року запрацювало КП «Офіс туризму Вінниці», яке має стати ядром функціонування туристичної екосистеми міста та Туристичного хабу Вінниці.

## 9. Управління, маркетинг і кадровий потенціал

Для управління сферою туризму у місті створено департамент маркетингу міста та туризму, який є виконавчим органом Вінницької міської ради.

Метою департаменту є забезпечення ефективного розвитку індустрії гостинності, забезпечення на території міста Вінниці реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, покращення якості туристичних послуг та туристичної інфраструктури, створення унікальної туристичної пропозиції, формування бренду міста, підвищення іміджу міста та створення конкурентоспроможного на всеукраїнському та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців міста та його гостей.

У місті є низка навчальних закладів, які готують спеціалістів у сфері туризму, зокрема Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Вінницький національний аграрний університет, Донецький національний університет ім. В. Стуса, Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського, Вінницький торговельно-економічний коледж ДТЕУ, ДПТНЗ «Вінницьке міжрегіональне вище професійне училище», ДПТНЗ «Вінницьке вище професійне училище сфери послуг».

Також у Вінниці діють туристичні клуби та молодіжні об'єднання: Туристичний клуб «Бідняжка», Туристичний клуб «Мандрі», Туристичний гурток для дітей на базі клубу «Факел», Туристичний клуб «Way to Freedom» на базі Вінницького торговельно-економічного інституту,

ГО «Вінницький туристичний клуб Меридіан-Екс», Туристичний клуб «Мандрівник» при Вінницькому технічному коледжі, Туристичний клуб «Меркурій».

У 2019 році у Вінниці був реалізований проєкт Школа вінницького гіда, який мав на меті підвищення кваліфікації гідів та розробку унікальних туристичних продуктів. Проєкт реалізовувала громадська організація «Вінницьке історичне товариство» за підтримки Вінницької міської ради в рамках програми соціально-культурних ґрантів у партнерстві з департаментом маркетингу міста та туризму

В рамках проєкту відбувся літній інтенсив – 5-денний цикл тренінгів, лекцій та майстер-класів з методики підготовки та апробації туристичних маршрутів, історії Вінниці, основ гідівської роботи та основ підприємництва. Також пройшла Майстерня міських екскурсій, під час якої гідів за кураторства менторів розробили 19 нових унікальних екскурсійних маршрутів на різноманітні теми. Завершився проєкт врученням 23 рекомендаційних бейджів, які засвідчують, що Вінницька міська рада та ГО «Вінницьке історичне товариство» рекомендують учасників та учасниць проєкту як кваліфікованих спеціалістів, а їх екскурсії – як якісний туристичний продукт.

У 2019 році у Вінниці була створена ГО «Подільська асоціація гідів та екскурсоводів», яка має на меті просування якісного екскурсійного продукту, підвищення рівня професійної майстерності гідів, підвищення авторитету професії.

Підтримкою сфери гостинності також займається ГО «Вінницький Клуб Ділових Людей», мета якої – розвиток підприємництва регіону шляхом забезпечення власників та керівників малого й середнього бізнесу платформою для комунікації, навчання, обміном досвіду, генерації ідей, реалізації спільних проєктів та розвитку бізнесу. З-поміж іншого Клуб ділових людей проводить заходи з підвищення якості надання послуг та розвитку туристичного потенціалу: Форум VinTourism, «Школа гостинності», бізнес-інтенсив HoReCa.ReStart.

У місті діє низка установ, закладів, підприємств та організацій, які мають вплив або завдяки яким здійснюється підтримка розвитку туристичної сфери. Це насамперед: департамент маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради, інші дотичні до туризму підрозділи органів місцевого самоврядування та адміністрацій (просторове планування, екологія, культура і т.д.); профільний туристичний і доволатуристичний бізнес; громадські організації та проєкти туристичного спрямування; навчальні заклади туристичної та дотичної тематик; періодичні навчальні і курсові програми, зокрема «Школа Вінницького гіда», тренінги та семінари «Вінницького клубу ділових людей» та інші; КП «Офіс туризму Вінниці»; адміністрації музеїв; Вінницький обласний центр туризму, спорту, краєзнавства та екскурсій, спортивні та екологічні гуртки, шкільні гуртки; Обласне управління лісомисливського господарства; Туристична рада при вінницькому міському голові; ГО «Мистецьке об'єднання "Плаї"», ГО «Вінницьке історичне товариство» та ГО «Подільська спадщина».

На сьогодні в місті зареєстровано одне бізнес-об'єднання туристичного профілю – ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».

# 10. Стратегічне бачення та сценарії розвитку туризму

## 10.1. Стратегічне бачення розвитку туризму в м. Вінниця до 2030 року

Вінниця 2030 – центр відпочинкового та ділового туризму на берегах Південного Бугу зі збереженою історичною автентикою, розвинутою мережею наземного та авіасполучення, зручною і безпечною туристичною інфраструктурою, з цілорічною та різноманітною програмою перебування, що поєднує сучасність з інтеркультурним минулим та дозволяє насолоджуватися містом і його околицями відвідувачам з різними фінансовими можливостями.

## 10.2. Сценарії розвитку туризму у м. Вінниця

### *Інерційний сценарій*

*Базові припущення – глобальний і національний рівень:*

- Військовий конфлікт з Росією заморожується.
- Видатки бюджету на утримання армії та ВПК залишаються на високому рівні.
- Пандемія COVID-19 та економічна криза не дозволили бізнесу (зокрема, туристичному) та інфраструктурі відновити навіть попередні обороти.
- Рівень корупції в країні зменшується незначно – замість реальних реформ спостерігаємо їх імітацію.
- Євроінтеграційні процеси проходять мляво й несистемно. Транспортна інфраструктура в основному залишається постсоціалістичною.
- ВВП країни зростає незадовільно, в межах з 2,9 % до 4,0%.
- Коливання курсу гривні досить значні й не піддаються довгостроковому прогнозуванню.
- Інвестиційна привабливість України залишається низькою, рівень залучення інвестицій зростає повільно.
- Податковий тиск на підприємців залишається високий, у тіні продовжує залишатися близько 60% малого й середнього бізнесу.
- Розвитку туризму на національному рівні не приділяється достатньо уваги.
- Участь у міжнародних туристичних виставках є несистемною та неефективною.
- Безвізовий режим поширюється на щораз більше країн і дешеві тури за кордон переважають над внутрішнім туризмом.

*Базові припущення – місцевий рівень:*

- Готельна база залишається на тому ж рівні, без будівництва нових об'єктів та ремонту існуючих.
- В туристичній сфері велика плінність кадрів.
- Місто асоціюється з місцем одноденних екскурсій без необхідності залишатись на ніч.
- Інвестиційний і підприємницький клімат без змін.
- Децентралізаційні процеси не мають позитивного впливу на туристичну сферу міста.
- Туристичні потоки мають чітко виражену сезонність.
- Відсутні зміни в системі підготовки кадрів для туристичної та готельно-ресторанної сфери.
- Місцеві гравці ринку не консолідовані

**Реалізується при незмінності чинників впливу.**

**Що відбувається:**

Потуги міста перетворитися на туристично привабливе розбиваються в незацікавленості транспортних перевізників, особливо залізниці, авіакомпаній, у зміні графіків руху на більш зручні для туристів, що обирають Вінницю як кінцеву точку своєї подорожі.

Кількість екскурсиводів залишається на мізерному рівні, не може задовольнити навіть існуючої потреби, тому багато туристів, не отримавши послуги належної якості, не планують відвідати місто ще раз у найближчій перспективі.

Невиразність міста на туристичній карті України не сприяє залученню стратегічних інвесторів і збільшенню кількості туристів.

Роль малого підприємництва в економіці міста залишається незначною, а тому на нього не звертається особливої уваги. Велика кількість послуг туристичної сфери залишається в тіні.

Рівень життя населення та соціальна сфера перебувають на середньорегіональному рівні, не спонукають мешканців інших областей до подорожей, так як у них все те саме.

### **Мобілізаційний сценарій**

**Базові припущення – глобальний і національний рівень:**

- Інтенсивні військові дії на території України тривають на кількох напрямках, українські міста і їх критична інфраструктура зазнають атак дронами й ракетами.
- Видатки бюджету на утримання армії та ВПК дедалі збільшуються, зберігаються обмеження у видатках бюджетів різних рівнів.
- В суспільних настроях домінує потреба особистої безпеки та безпеки близьких, а також бажання підтримувати Збройні Сили.
- Глобальна рецесія та економічна криза в Україні затягується, що спричиняє падіння бізнесу, кількість суб'єктів у сферах туризму й гостинності продовжує скорочуватися.
- ВВП країни продовжує падати, в межах від 10% до 30%.
- Міжнародні донори та країни ставлять високі вимоги щодо прозорості використання коштів, які надходять на підтримку української армії та економіки.
- Євроінтеграційні процеси прискорюються, однак не можуть бути втілені вповні через несприятливі умови та брак ресурсів для системного впровадження реформ. Транспортна інфраструктура закриває потреби евакуації та базового постачання, меншою мірою – подорожей.
- Коливання курсу гривні значні й не піддаються довгостроковому прогнозуванню.
- Інвестиційна привабливість України зростає, однак більшість твердих проєктів реалізуються з відтермінуванням до появи вагоміших гарантій безпеки принаймні частини території.
- Уряд і парламент втілюють менш ліберальну податкову реформу, через що триває тінізація малого й середнього бізнесу.
- Внутрішній туризм максимально переорієнтувався на відпочинок у Львові, Карпатах і Закарпатті.
- Розвиток туризму на національному рівні сконцентрований на відновленні ресурсів й інфраструктури деокупованих територій, а також підсиленні якірних дестинацій в Західній Україні.
- Участь у міжнародних туристичних виставках є інструментом дипломатії, але не дає швидких результатів у поживленні потоків цільових ринків.

**Базові припущення – місцевий рівень:**

- Туристичні потоки зменшилися в декілька разів, споживачами міського туристичного продукту залишаються жителі громади (в т.ч. ветерани) і ВПО.
- Місто без функціонуючого світломузичного фонтану не має достатньо магнітів для включення в індивідуальні й групові подорожі.
- Готелі, які планувалися до відкриття перед початком агресії, продовжують пустувати.
- Місцеве самоврядування позбавлене інструментів формування сприятливого клімату й розвитку туризму.
- Інвестиції у сферу туризму не надходять.
- Місцеві гравці ринку не зацікавлені вкладати час, таланти й ресурси в розвиток туристичної пропозиції та переходять в інші сфери.
- Триває міграція працездатних мешканців за кордон та мобілізація до війська, на ринку праці (зокрема, сфери послуг та креативних індустрій) з'являється великий дефіцит кваліфікованих і мотивованих кадрів.
- Набір слухачів на спеціальності сфер туризму й гостинності знижується.

### ***Що відбувається:***

Платоспроможність населення знижується, більшість цільової внутрішньої аудиторії відкладає туристичні плани через питання безпеки або обирає за можливості подорож у позаміські дестинації.

Найважливіші (невідкладні) інфраструктурні проекти в громаді реалізуються за рахунок кредитних коштів. Зростає необхідність інтенсивнішого позиціонування Вінниці на міжнародному рівні для залучення ресурсів й інвестицій, а більшість грантових програм націлені на відновлення постраждалих регіонів або інтеграцію ВПО.

Високий ступінь невизначеності в умовах військового стану не дає можливість планувати діяльність розвитку галузі на тривалий період, виникає необхідність скоригувати візію міста як туристичної дестинації на довшу перспективу включно з переглядом цільових ринків і аудиторій. Відбувається реалізація короткострокових проектів, які не мають моделі сталості.

Виникає необхідність проведення додаткових досліджень у сфері туризму та реалізації проектів з підсилення унікальності міста, регіону. Локальна спадщина потребує реактуалізації в контексті найновішого досвіду війни й націєтворення.

### ***Модернізаційний сценарій***

*Базові припущення – глобальний і національний рівень:*

- Внаслідок успішних контрнаступальних дій Україна деокуповує східні й південні області та АР Крим. Воєнний стан припинений.
- Формуються гарантії безпеки для України, розпочинається перехід ЗСУ на стандарти НАТО.
- Розпочинається втілення великої програми відновлення та відбудови України на зразок «плану Маршалла», розробляються програми стимулювання повернення українців до своїх міст, впроваджуються вільні економічні зони.
- Україна виконує дорожню карту щодо реформування всіх сфер на шляху до членства в ЄС.
- Відбувається швидка розбудова залізничної, повітряної та автомагістральної інфраструктури з інтеграцією в європейський простір; фінансується відновлення зруйнованих та пошкоджених аеропортів.
- Український ВВП поступово починає зростати.

- Гривня стабілізується щодо євро на рівні не більше 1/50.
- Податкова реформа поступово зменшує тіньовий сектор економіки. Малий та середній бізнес в умовах деолігархізації та лібералізації ринку стає рушієм місцевого розвитку.
- Ведеться активна диверсифікація енергоринку, українська енергетика задовольняє власні потреби та працює на експорт. Поступово ціни на енергоносії перестають дотуватися.
- Україна стає головним світовим майданчиком інвестицій, за можливість відбудови й інноваційного розвитку її економіки змагаються провідні країни та компанії.
- Розширюється коло грантових програм, націлених на сферу культури, туризму й креативних індустрій, а також на транскордонне співробітництво. Україна і Молдова отримують частковий доступ до Європейських структурних фондів як кандидати в ЄС.
- Після оновлення законодавства з'являється дієва та актуальна туристична статистика.
- ЦОВВ у галузі туризму та НТО активно працюють над маркетингом країни на низку традиційних і нових цільових ринків, потоки з яких суттєво зростають (за умови збереження високих стандартів безпеки).

#### **Базові припущення – місцевий рівень:**

- Створюється транспортний коридор Київ-Кишинів через Вінницю і Ямпіль. Спільно з Мінінфраструктури та Укрзалізницею місто відновлює зручний для туристів графік руху, в т.ч. з міжнародними поїздами з Польщі та Молдови.
- Місто завершує масштабну реконструкцію злітно-посадкової смуги Міжнародного аеропорту «Вінниця» та аеровокзалу. Відкривається сучасний центр туристичної інформації для роботи з внутрішнім і в'їзним туристом.
- Поступове повернення туристичних потоків до Вінниці стимулює бізнес збільшувати якість та різноманіття пропозицій у сфері гостинності й дозвілля.
- Фінансування заходів Програми розвитку туризму ВМТГ не менша, ніж сума надходжень туристичного збору.
- Місто починає формувати інвестиційні пропозиції в сфері туризму та шукає шляхи їх реалізації.
- Громада відновлює втілення інфраструктурних і просторових проєктів, задуманих до 2022 року, що позитивно впливає на розширення туристичних продуктів і локацій Вінниці.
- Органи місцевого самоврядування та бізнес взаємодіють із закладами освіти щодо їх залучення в модернізацію туристичної сфери міста й регіону, запроваджуються елементи дуальної освіти, що позитивно впливає на якість нових кадрів.
- Інтерес до туристичних принад сходу й півдня Вінниччини, а також околиць курортного міста Хмільник поживляє активність тамтешніх громад і бізнесу, зав'язуються партнерські взаємини між ними й обласним центром.

#### **Що відбувається:**

На хвилі переможної ейфорії українців туризм стає інструментом «зшивання країни» та перебуває в пріоритетах державної політики. Започатковується декілька секторальних програм: відбудови транспортної інфраструктури; збереження та ревіталізації національних парків; вдосконалення якості послуг у сфері гостинності; оцифрування культурної спадщини; тощо. Головними майданчиками інвестицій у розвиток туризму як пріоритетної сфери економіки в Україні стають Крим, Приазов'я та Схід. В Україні зростає кількість потенційних та затверджених об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, культурних маршрутів Ради Європи, проводяться події глобального рівня.

Програма перебування у Вінниці адаптується під найперспективніші ринки всередині країни та за кордоном, контакти Офісу туризму Вінниці у форматі B2B та B2C дозволяють оперативніше вивчати запити аудиторії і задовольняти їх. Вінниця активно включається у формування міжрегіональних тематичних маршрутів, використовуючи зручне логістичне розташування. З'являються спільні туристичні продукти з Молдовою.

В місті розширюється інфраструктура конференцмайданчиків, що дозволяє позиціонувати місто як регіональний центр ділового туризму в Центральній Україні. З'являються передумови для появи міського конференцбюро.

Місцеві навчальні заклади враховують новітні напрямки розвитку туризму, інтегруючи їх в навчальні програми та готуючи фахівців для модернізованих секторів економіки.

Розширюються цифрові можливості пізнання Вінниці та отримання туристичних сервісів «в кілька кліків». Культурно-туристична спадщина міста і регіону присутня у віртуальному просторі у вигляді привабливих платформ і контенту.

Позитивна репутація Вінниці та надійний інвестиційний рейтинг дозволяє залучити масштабніші інвестиції в розбудову інфраструктури довкола аеропорту, центрів дозвілля та креативної економіки.

## **Сценарій сталого розвитку**

### *Базові припущення – глобальний і національний рівень:*

- Внаслідок тиску Заходу на Російську Федерацію військова загроза на Сході України зникає, відбулася реінтеграція ОРДЛО та АР Крим.
- Видатки на оборону країни та підтримки ЗСУ стабілізуються.
- Після кризи, викликаной COVID-19 та російською агресією, галузі економіки з великою доданою вартістю (зокрема, туризм) займають ще більшу частку і пріоритезується.
- Рішуче впроваджуються системні реформи: судова, антикорупційна, децентралізація.
- Посилюються євроінтеграційні процеси: Україна адаптує законодавче поле до законодавства ЄС, впроваджуються стандарти ЄС в системі транспорту й туризму.
- Реалізуються спільні з ЄС проекти розвитку транспортної інфраструктури: інтенсивно розвиваються швидкісні залізничні сполучення, транспортно-логістичні вузли, запускаються дешеві внутрішні авіалінії.
- Активно впроваджуються національні стратегії в галузях туризму та транспорту.
- Україна входить у стабільний 5-8-річний період середньострокового зростання і відновлення економіки.
- Гривня стабільна.
- Інвестиційна привабливість країни покращується – Україна в найближчі роки стає об'єктом посиленого інвестування.
- Податкова реформа виводить бізнес із «тіні». Малому бізнесу зручніше працювати офіційно, ніж ховатися.
- Ефективно працює ДФРР, цільові програми в сферах культури і туризму.
- Країна отримує повний доступ до Європейських структурних фондів як член ЄС.
- Українські громади повертаються до втілення місцевих, регіональних та національних стратегій.

### *Базові припущення – місцевий рівень*

- Місто формує привабливі інвестиційні пропозиції для туристичного бізнесу та активно просуває їх на інвестиційні ринки, тим самим підвищуючи свою впізнаваність в регіоні та країні.
- Вінницький залізничний вокзал модернізується і приймає ще більшу кількість пасажирів.
- Місцевий аеропорт активно залучає нові авіакомпанії (зокрема, лоукости) та розвиває мережу польотів.
- Місто розвиває трудові ресурси у відповідності до потреб ринку праці, зокрема в галузі туризму.

- Громада готується до розробки нової опрацьованої стратегії розвитку туризму.
- Місцеві депутати виділяють кошти на виконання програм з реалізації Туристичної і Маркетингової стратегій Вінниці.
- Відбувається активна взаємодія місцевих органів з профільними асоціаціями, зокрема у форматі Туристичної ради.
- Співпраця усіх структур туристичного спрямування місцевого та регіонального рівня добре скоординована та взаємовигідна.

### **Що відбувається:**

Спільними зусиллями держави, підприємств залізничного транспорту, місцевих і регіональних органів самоврядування налагоджений зручний для пасажирів графік проїзду швидкісними поїздами.

Реалізація плану заходів стратегії та добра координація зі сторони профільного департаменту призводить до появи нових цікавих туристичних продуктів та стабільного росту кількості туристів.

Місцеві навчальні заклади адаптують свої програми до потреб туристичного ринку, більшість випускників працевлаштовуються в регіоні, а не виїжджають у інші міста чи країни.

Школа гідів розширила свою діяльність і проводить фахові довгострокові курси з прийманням іспитів в кінці курсу та врученням відповідного посвідчення. Кількість якісних екскурсиводів задовольняє потреби зростаючого потоку туристів.

Місто забезпечило інфраструктуру й екосистему ділового туризму, активно промотує можливості MICE як всередині країни, так і за кордоном.

Задіяння цього комплексу чинників призводить до зацікавленості містом стратегічних інвесторів у галузі туризму. Навколо стратегічних інвесторів формуються послугово-логістичні кластери підприємств малого і середнього бізнесу.

Зростає зайнятість і рівень реальних доходів населення, що пожвавлює внутрішній ринок. Місто стає привабливим як місце ведення бізнесу, проживання та відпочинку.

Збільшення бюджетних надходжень, активність міста у впровадженні регіональної стратегії, у міжмуниципальній співпраці дозволить підвищити якість міського середовища.

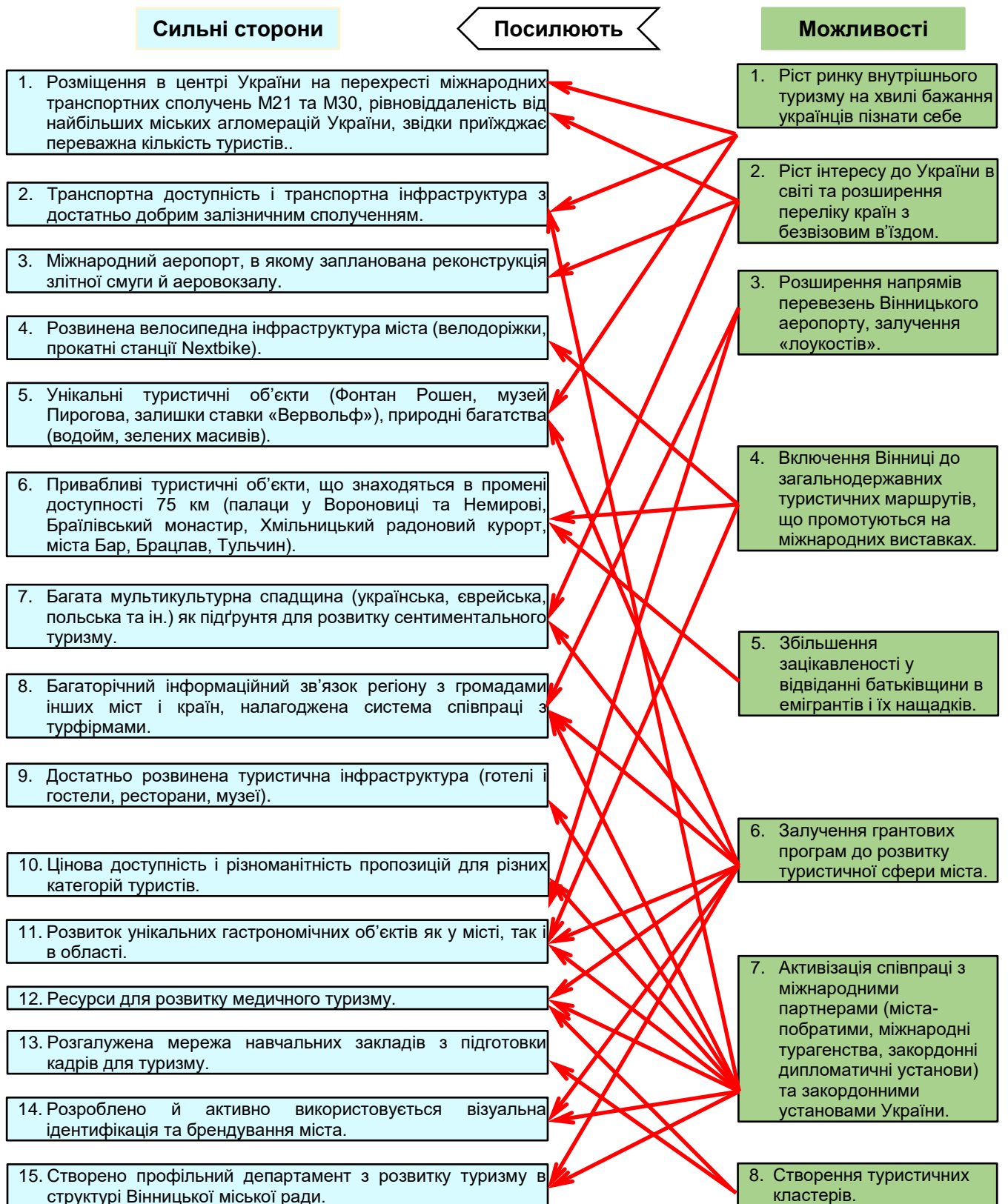
## **10.3. Результати SWOT-аналізу**

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розміщення в центрі України на перехресті міжнародних транспортних сполучень М21 та М30, рівновіддаленість від найбільших міських агломерацій України, звідки приїжджає переважна кількість туристів.</li> <li>2. Транспортна доступність і транспортна інфраструктура з достатньо добрим залізничним сполученням.</li> <li>3. Міжнародний аеропорт, в якому запланована реконструкція злітної смуги й аеровокзалу.</li> <li>4. Розвинена велосипедна інфраструктура міста (велодоріжки, прокатні станції Nextbike).</li> <li>5. Унікальні туристичні об'єкти (Фонтан Рошен, музей Пирогова, залишки ставки «Вервольф»), природні багатства (водойм, зелені масиви).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не використовується потенціал водойм міста, зокрема р. Південний Буг, малих річок і ставків.</li> <li>2. Одноманітність туристичних послуг, вузькоспрямованість атракцій, розваг, які б приваблювали туристів.</li> <li>3. Недостатня промоція міста та регіону, туристично привабливих заходів протягом року, зокрема через мережу Інтернет.</li> <li>4. Недостатня координація дій обласних і міських інституцій у розвитку туристичної сфери.</li> <li>5. Недостатня співпраця туристичного бізнесу з місцевою владою.</li> <li>6. Недостатня кількість якісного номерного готельного фонду та категоризованих закладів розміщення (відсутність готелів 4-5*).</li> </ol>

<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Привабливі туристичні об'єкти, що знаходяться в промені доступності 75 км (палаці у Вороновиці та Немирові, Браїлівський монастир, Хмільницький радоновий курорт, міста Бар, Брацлав, Тульчин).</li> <li>7. Багата мультикультурна спадщина (українська, єврейська, польська та ін.) як підґрунтя для розвитку сентиментального туризму.</li> <li>8. Багаторічний інформаційний зв'язок регіону з громадами інших міст і країн, налагоджена система співпраці з турфірмами.</li> <li>9. Достатньо розвинена туристична інфраструктура (готелі і гостели, ресторани, музеї).</li> <li>10. Цінова доступність і різноманітність пропозицій для різних категорій туристів.</li> <li>11. Розвиток унікальних гастрономічних об'єктів як у місті, так і в області.</li> <li>12. Ресурси для розвитку медичного туризму.</li> <li>13. Розгалужена мережа навчальних закладів з підготовки кадрів для туризму.</li> <li>14. Розроблено й активно використовується візуальна ідентифікація та брендування міста.</li> <li>15. Створено профільний департамент з розвитку туризму в структурі Вінницької міської ради.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Недостатня кількість та якість путівників (зокрема іншомовних), карт з інформацією про туристичні об'єкти.</li> <li>8. Нестача в музеях інтерактивних і інноваційних експозицій з використанням цифрових технологій.</li> <li>9. Неналежний стан облаштування туристичних об'єктів (мала кількість громадських вбиралень, вказівників), недостатність супутніх послуг, відсутність якісних місць продажу сувенірів.</li> <li>10. Недостатня адаптованість професійної освіти в туризмі до потреб ринку.</li> <li>11. Відтік працівників туристичної сфери та низька якість обслуговування.</li> <li>12. Майже повна відсутність пара-інфраструктури (для маломобільних груп населення).</li> <li>13. Низька адаптованість туристичних об'єктів і продуктів для іноземного споживача.</li> <li>14. Недостатня кількість місць для масового відпочинку, пішохідних прогулянкових зон в центрі міста.</li> <li>15. Відсутність конгрес-холу для проведення масових заходів культурної спрямування та інфраструктури для ділового туризму.</li> </ol>
--	---

<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ріст ринку внутрішнього туризму на хвилі бажання українців пізнати себе.</li> <li>2. Ріст інтересу до України в світі та розширення переліку країн з безвізовим в'їздом.</li> <li>3. Розширення напрямів перевезень Вінницького аеропорту, залучення «лоукостів».</li> <li>4. Включення Вінниці до загальнодержавних туристичних маршрутів, що промотуються на міжнародних виставках.</li> <li>5. Збільшення зацікавленості у відвідуванні батьківщини в емігрантів і їх нащадків.</li> <li>6. Залучення грантових програм до розвитку туристичної сфери міста.</li> <li>7. Активізація співпраці з міжнародними партнерами (міста-побратими, міжнародні турагенства, закордонні дипломатичні установи) та закордонними установами України.</li> <li>8. Створення туристичних кластерів.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продовження військових дій та окупації східних, південних областей і АР Крим.</li> <li>2. Затяжна економічна криза та зміна структури ринку внаслідок війни.</li> <li>3. Нестабільність національної валюти, пришвидшення інфляційних процесів, що не компенсуються зростанням економіки.</li> <li>4. Відсутність доступу до «дешевих» кредитів.</li> <li>5. Перепідпорядкування туристичної сфери з одного міністерства до іншого, бездіяльність центрального органу у зв'язку з цим.</li> <li>6. Ускладнення стосунків з ключовими закордонними партнерами.</li> <li>7. Підвищення рівня конкуренції з іншими містами України, зокрема, сусідніми областями (Житомир, Хмельницький, Умань, Кам'янець-Подільський).</li> </ol>

Сектор «Порівняльні переваги». Тип стратегії – агресивна, наступальна.

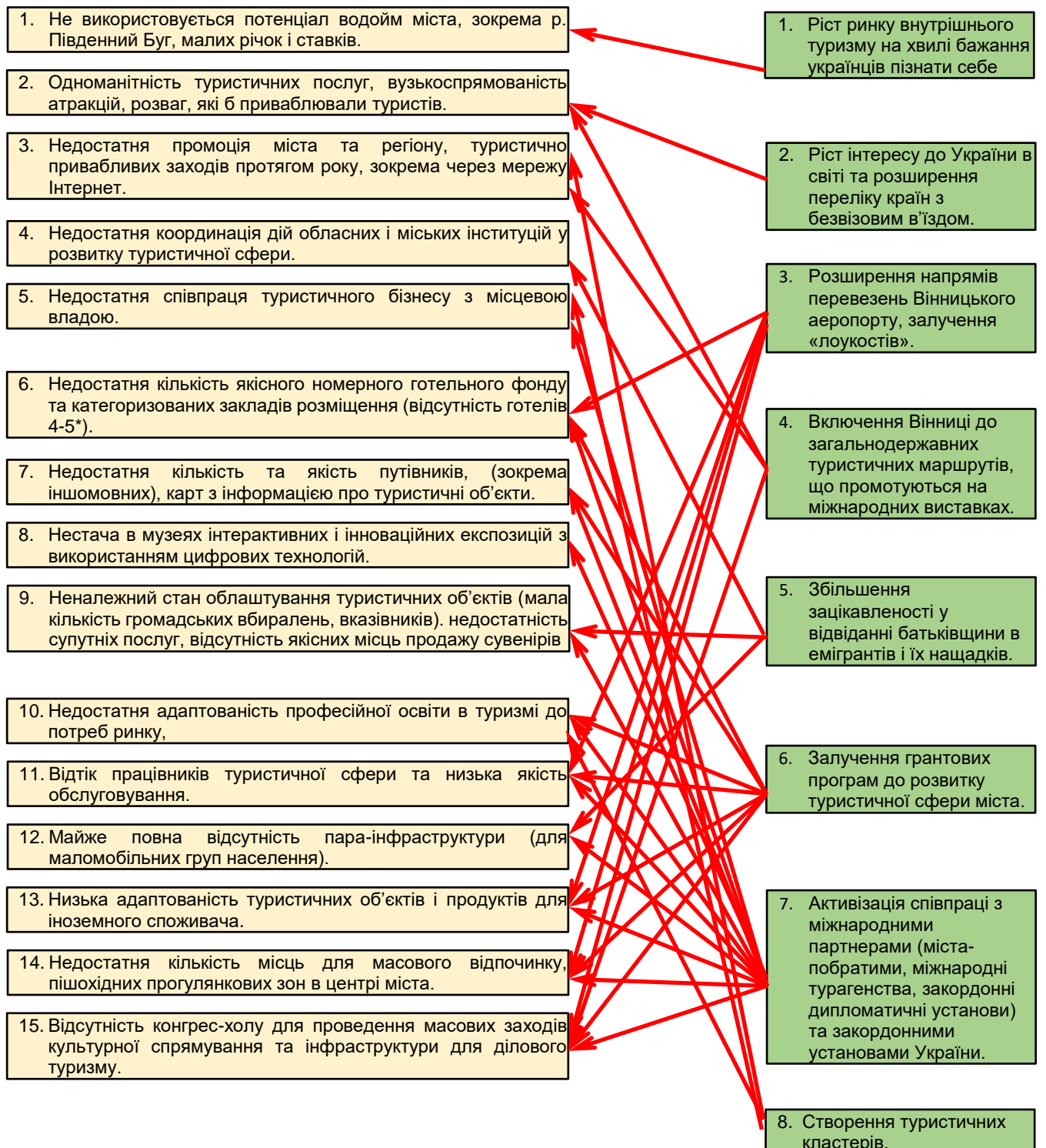


Сектор «Виклики». Тип стратегії – динамічна, конкурентна.

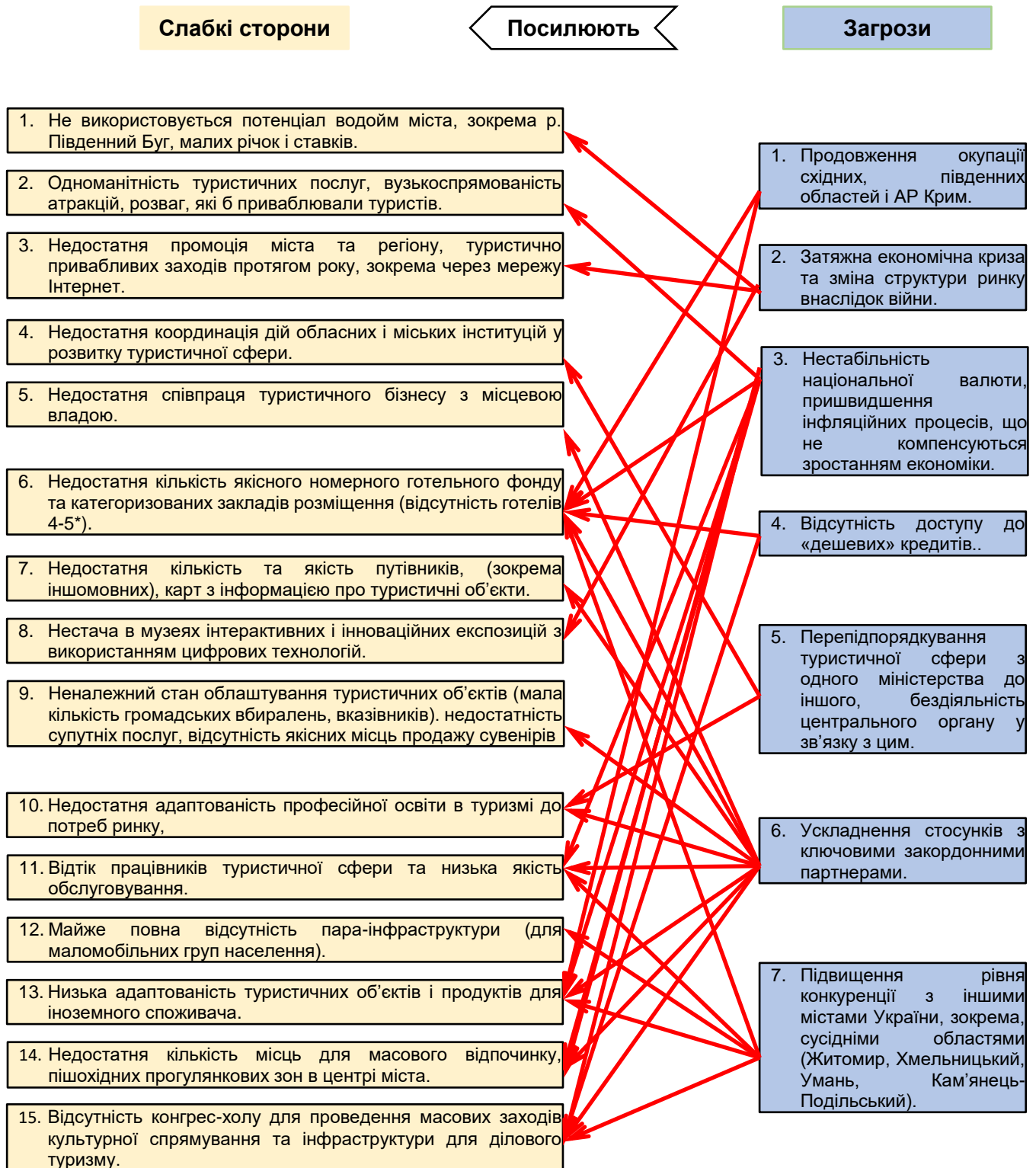
**Слабкі сторони**

**Зменшують**

**Можливості**



Сектор «Ризики». Тип стратегії – оборонна.



### ***Аналіз у секторі «Порівняльні переваги»***

Найважливішими сильними сторонами міста Вінниці з туристичної точки зору є розміщення в центрі України на перехресті міжнародних транспортних сполучень М 12 та М 21, рівновіддаленість від найбільших міських агломерацій України, звідки приїжджає переважна кількість туристів. Також поблизу (в Жмеринці) перетину пан'європейських залізничних транспортних коридорів – Критського №3, Критського №5 та, що найважливіше, – Критського №9 у напрямку на Одесу.

Місто має добрі шанси в розвитку авіасполучення, після завершення реконструкції злітно-посадкової смуги та аеровокзалу та залучення додаткової кількості іноземних туристів з числа колишніх мешканців, або їх нащадків. Найбільшим викликом буде залучення до польотів дешевих авіаліній і їх робота не лише на виїзний туризм.

Наявність навчальних закладів різного рівня, що готують фахівців для туристичної сфери є великою перевагою міста і цією перевагою необхідно правильно скористатися.

Розширення діяльності Європейських структурних фондів через програми «сусідства» на територію України дасть змогу більш активно розбудовувати й туристичну інфраструктуру, використовуючи налагоджену співпрацю з містами-побратимами.

Багата мультикультурна спадщина (українська, єврейська, польська та ін.) є підґрунтям для розвитку сентиментального й інтеркультурного туризму. Покращення міжнародних відносин з Польщею та Ізраїлем також впливатиме на зріст туристів з цих країн.

Формування групи активних представників бізнесу, які зацікавлені в комплексному розвитку туристичної Вінниці, є також великою перевагою в порівнянні з іншими містами, де таких активістів немає.

### ***Аналіз у секторі «Виклики»***

Місто поки не має достатньої кількості туристичних атракцій для повноцінного перебування туристів з різними інтересами впродовж кількох днів. З огляду на це необхідно розширювати територію відвідувань туристами об'єктів, розміщених в 1-2 годинах їзди від Вінниці. Для цього необхідно налагодити тісну співпрацю міських та обласних інституцій, відповідальних за туризм, для якісного опрацювання приміських туристичних маршрутів.

Туристична інфраструктура міста не відповідає потребам ринку. Є певні якісні елементи, які поки не дають змогу сформувати Вінницю як якісний туристичний продукт. Наявність бренду, започаткування роботи Школи гідів, розробка туристичної стратегії є добрими початковими кроками. Для формування цілісного туристичного бренду Вінниці необхідно прикладати зусилля впродовж усього планувального терміну стратегії.

### ***Аналіз у секторі «Ризики»***

Для розвитку ділового туризму необхідно мати зручний графік приїзду-від'їзду. Багато потягів проходять Вінницю транзитом в нічну пору або взагалі не заїжджають у місто, а проходять через вузлові станції – Жмеринку чи Козятин. Також місту буде важко конкурувати в сфері ділового туризму з Києвом, Одесою чи Львовом, особливо якщо в цих містах постануть нові конгрес-центри, які заплановані в їх стратегіях розвитку. При продовженні процесу децентралізації та зменшенні фінансування об'єктів культури обласного та національного рівня місцеві громади не зможуть їх утримувати в належному стані і це призведе до зменшення потоку відвідувачів. Невходження авіакомпаній в місцевий аеропорт призведе до втрати надії на «дорожчого» іноземного туриста та втрати зацікавленості в розвитку багатьох нішевих туристичних продуктів. Збільшення кількості дешевих авіарейсів з Києва, Львова, Харкова та Одеси призведе до переорієнтації туристів з внутрішнього на закордонний туризм. Конкурувати місту з графіком потужних фестивалів у більших містах буде дуже важко й перетягнути до себе регулярних відвідувачів відомих фестивалів буде дуже складно.

# 11. Стратегічні напрями розвитку туризму у Вінниці

## 11.1. Загальна структура Стратегії

Провівши аналіз стану розвитку міста, опираючись на прогнози, спільно з Робочою групою було визначено 3 стратегічні напрями розвитку:

- А. Формування та просування туристичних продуктів.
- Б. Розвиток інфраструктури для туризму.
- В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі.

Відсутність яскравого архітектурно-історичного ансамблю та виразного центру міста вимагає достатньо зусиль для створення нових цікавих туристичних атракцій і продуктів, які б притягували все нових відвідувачів.

Міське туристичне середовище потребує втручання з огляду на непристосованість для маломобільних груп населення та відсутність якісних громадських просторів.

Достатньо великий потенціал сентиментального туризму на даний момент практично не використовується.

Головними чинниками, які сприятимуть розвитку, будуть децентралізаційні процеси, що призвели до формування Вінницької міської ТГ, впровадження у життя концепції розвитку української залізниці відповідно до Національної транспортної стратегії України 2030 та розвитку міжнародного аеропорту «Вінниця».



## 11.2. Стратегічний напрям А. Формування та просування туристичних продуктів

Місто Вінниця як туристична дестинація лише з'являється на карті України. В місті небагато турфірм (лише 5-7), які працюють на внутрішньому ринку. Вінницю часто розглядають як місце одноденного туризму. Пласт єврейського туризму практично не використовується на рівні з польським.

Найбільш масові відвідувачі міста та музеїв на даний момент – це шкільні екскурсії, які не приносять достатнього зиску для місцевого бізнесу. Для ділового туризму бракує як інфраструктури, так і зручної логістики.

Поки практично не використовується туристичний потенціал річок в межах міста.

Сфера гастротуризму має потенціал росту, але без створення додаткових «магнітів» для туристів не має шансів на самостійне існування.

Екологічний і медичний туризм з точки зору потенціалу й ресурсів міста є перспективними, однак ще не сформовані довкола них туристичні продукти.

#### Стратегічні проблеми

- Не сформовано цілісний туристичний продукт.
- Відсутні контрагенти для роботи з великими іноземними фірмами.
- Не сформовано сайт з послугами екскурсіводів.
- Лише у 2019 р. створений департамент маркетингу міста та туризму.
- Відсутній календар подій / фестивалів, узгоджений з сусідніми регіонами.
- Відсутня крафтова продукція, яку можна придбати поблизу туристичних місць.
- Сувенірна продукція надзвичайно малого асортименту та недостатньо приваблива.
- Не використовується потенціал місцевої кухні.
- Промоція туристичної Вінниці малопомітна на фоні розкручених дестинацій.
- Бренд туристичної Вінниці поки не широко відомий.

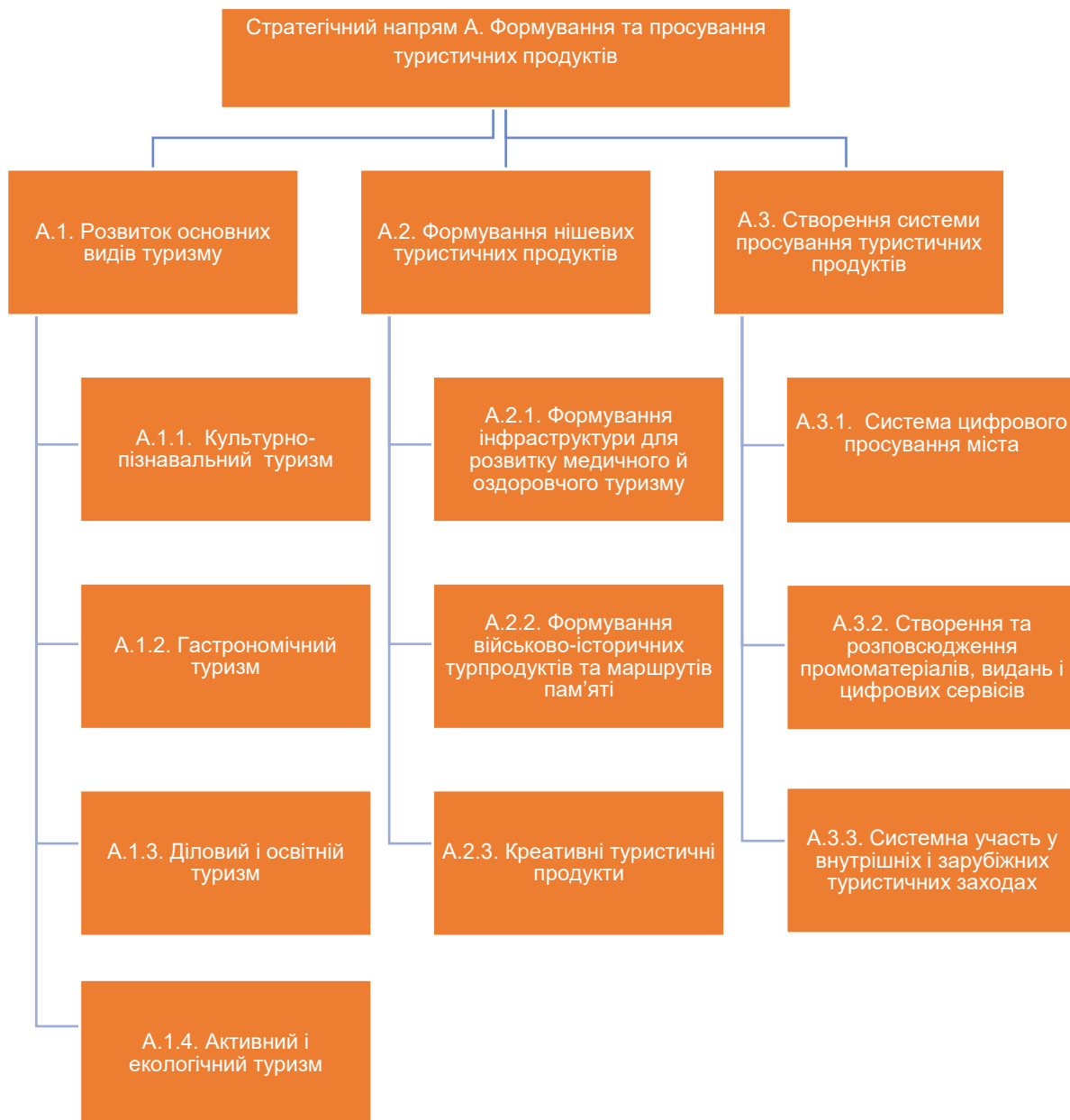


Рис. 1. Структура стратегічних і оперативних цілей Стратегічного напрямку А

### Стратегічна ціль А.1. Розвиток основних видів туризму

#### Оперативні цілі до стратегічної цілі А.1:

##### А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм

Місто Вінниця є важливим центром Поділля з переплетенням багатьох культур. На даний час національно-культурна спадщина в туризмі не використовується в повній мірі.

В місті проживало багато визначних постатей, імена яких можна пов'язати у цікавий спосіб з сучасними туристичними трендами і зробити їх елементами цікавого туристичного продукту.

Наявність в місті колекціонерів і надання їм можливості експонувати свої надбання може стати доброю якісною точкою для багатьох, зацікавлених цією сферою туристів.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>Розвиток екскурсійних маршрутів, пов'язаних з історично-архітектурним минулим.</li> </ul>
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Промоція культури та надбань національних меншин, що проживали у Вінниці.</li> <li>● Використання імен відомих історичних постатей для промоції туристичної Вінниці та створення нових туристичних продуктів.</li> <li>● Залучення місцевих колекціонерів до активної експозиційної та просвітницької діяльності.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Опрацьовані туристичні маршрути та підготовані гідни на основних мовах туристичних потоків.</li> <li>● Історичні постаті та їх надбання перетворились в туристичні родинки міста.</li> <li>● Кількість туристів в порівнянні з минулими роками суттєво збільшилася.</li> <li>● Місцеві колекціонери отримали можливість експонувати власні надбання.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент культури, музеї різного підпорядкування на території міста, туроператори, екскурсійні бюро, гідни, національні спільноти

### **A.1.2. Гастрономічний туризм**

Гастрономічний туризм у Вінниці має великі потенційні можливості, але бракує його реклами та спеціальної підготовки персоналу.

Вінницьке сало ще не стало туристичним брендом, бракує інтерактивного музею сала. Відсутні місця, де можна проводити ярмарки крафтової продукції, хоча є що запропонувати туристам, для прикладу: солодоші, мед, вінницький хрін та соління. Відсутні гастрофестивали з місцевою кухнею.

Виробники крафтової продукції поки не бачать ресторани як майданчики збуту своєї продукції. Пропонується зінківська ковбаса. Починають розвиватися жмеринські равлики. Набуває популярності вінницьке вино і пиво.

Тиманівська каша подається на нематеріальну культурну спадщину, а також картопля по-уланівськи, картопля з білого рукава, погребещенський капуста, вареники з солоним сиром. Одна страва з різними назвами – годзя, салабан, бадзьоня, що готується у великих казанах, може стати туристичною атракцією. Варенець – кисломолочний продукт. Іванівська ковбаса – підв'ялена ковбаса. Манзарі. Смажениця по-бернашівськи. Все це при правильній промоції та цікавій подачі може стати гастрономічним магнітом Вінниччини.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створити майданчик дослідження і промоції подільської кухні.</li> <li>● Створити музеї/фестивали сала та солодошів.</li> <li>● Реєстрація вінницьких страв як нематеріальної спадщини.</li> <li>● Створити можливості для торгівлі крафтовою продукцією.</li> <li>● Створити міський гастроквартал.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Подільська та національні кухні стали візитівкою туристичної Вінниці.</li> <li>● Кількість закладів харчування, що пропонують локальну, автентичну і авторську кухню як туристичну атракцію, значно зросла.</li> <li>● Кількість туристів, що їдуть з основною метою гастротуризм, значно збільшилась.</li> <li>● Поширення інформації через спеціалізовані канали.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, департамент культури, об'єднання рестораторів і гастрогідів, організатори гастрономічних фестивалів, виробники

### **A.1.3. Діловий і освітній туризм**

Місто має свою унікальність в сфері навчання іноземців в закладах вищої освіти в достатньо великих масштабах, у порівнянні з іншими містами. Цей напрям має великі перспективи з огляду на конкурентність в ціні освіти. Для розвитку цього напрямку необхідно планомірно займатись промоцією цього напрямку на території цільових ринків, врахувавши думку вже існуючих студентів на покращення процесу як поширення інформації, так і залучення до навчання нових.

Натомість сфера ділового туризму поки недостатньо розвинена. В місті бракує готельних номерів відповідної якості та місць проведення самих заходів. Відсутні місця для проведення масштабних профільних виставок чи ярмарків. Поки відсутнє зручне транспортне сполучення з Вінницею з західного напрямку, а також аеропорт не має достатньої кількості рейсів як внутрішньоукраїнських, так і міжнародних. Для категорії ділових туристів немає спеціальної туристичної вечірньої програми, так як протягом дня вони переважно зайняті.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"><li>● Створити міське конференц-бюро.</li><li>● Опрацювати та активно промотувати події майданчики і сервіси та календар заходів з врахуванням календарів інших гравців ділового туризму.</li><li>● Проводити системну промоційну політику освітнього туризму.</li><li>● Сприяти навчальним закладам міста в залученні ширшого кола іноземних студентів.</li></ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"><li>● Вінниця з'явиться на карті міст з розвиненим діловим туризмом.</li><li>● Кейтерингова і ресторанна інфраструктура забезпечить технічну та логістичну можливість приймати великі заходи.</li><li>● Календар ділових подій узгоджений з іншими гравцями цього ринку.</li><li>● Кількість внутрішніх та іноземних студентів зростає.</li></ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, КП «Офіс туризму Вінниці», департамент економіки і інвестицій, відділ молодіжної політики, КП «Інститут розвитку міст», навчальні заклади, події сервіси

### **A.1.4. Активний і екологічний туризм**

Вінниця та околиці мають чудові перспективи з розвитку активного та екологічного туризму. Наявність річок, охоронних територій, прокат велосипедів і іншого туристичного спорядження створює усі необхідні передумови для активного розвитку цього напрямку.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"><li>● Опрацювання маршрутів активного туризму на території міста та околиць.</li><li>● Використання рекреаційно-відпочинкових можливостей водойм для залучення більшої кількості туристів.</li><li>● Опрацювання режиму використання охоронних / заповідних територій з туристичною ціллю.</li><li>● Сприяння розвитку прокату спорядження та підготовка персоналу для супроводу і рятівництва груп, що займаються активним туризмом.</li><li>● Промоція активного та екологічного туризму в місті.</li></ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"><li>● Розширено сферу туристичних послуг у місті.</li><li>● У туристичних цілях задіяні об'єкти та території, які до цього часу не використовувались.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Заходи з популяризації активних форм туризму приваблюють нішевого туриста.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, департамент відновлення та розвитку, комітет по фізичній культурі та спорту, КП «Інститут розвитку міст», КП «Агенція просторового розвитку» ВМР

## **Стратегічна ціль А.2. Формування нішевих туристичних продуктів**

### **Оперативні цілі до стратегічної цілі А.2:**

#### **А.2.1. Формування сервісів для розвитку медичного й оздоровчого туризму**

Сфера медицини та оздоровлення у Вінниці має добрі перспективи розвитку, що пов'язано з наявною базою для підготовки фахівців цієї галузі, та достатньо великої кількості приватних клінік з фахівцями високого рівня та суттєво меншими в порівнянні з більш розвиненими країнами цінами. На даний момент промоція цього напряму достатньо слабка. З іншого боку, відсутня співпраця медичних закладів, які діють в цій сфері, з туристичним сектором для надання супутніх туристично-пізнавальних послуг.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сприяння промоції медичного туризму.</li> <li>● Створення кластеру медичного туризму та сприяння його активній діяльності.</li> <li>● Налагодження ефективного співробітництва з іншими туристичними напрямками на території міста та околиць.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Розширення кількості клієнтів та фірм – надавачів послуг в сфері медичного туризму.</li> <li>● Активна співпраця зацікавлених інституцій сфери медичного туризму.</li> <li>● Розширення цільових країн залучення медичних туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент охорони здоров'я, приватні медичні та оздоровчі заклади

#### **А.2.2. Формування військово-історичних турпродуктів та маршрутів пам'яті**

Історичне минуле міста, пов'язане з військовими діями, дає підстави для розвитку цього напрямку туризму. Особливо багата на події перша половина ХХ сторіччя дозволяє сформувати якісний туристичний продукт в цьому напрямі. Найбільш відома за межами Вінниці колишня ставка Гітлера «Вервольф» поки не надто відвідуване місце. Опрацювання якісного та комплексного туристичного продукту в поєднанні з історичними реконструкціями можуть дати поштовх до різкого росту туристів, що цікавляться цим напрямом.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Спрощення доступу до об'єктів військової історії.</li> <li>● Організація історичних реконструкторських заходів з залученням великої кількості туристів.</li> <li>● Організація туристичних маршрутів пов'язаних з I та II світовими війнами, УНР, російсько-української війни.</li> <li>● Створення нових турпродуктів на військово-історичну тематику та їхня промоція.</li> <li>● Запровадження нових технологій у відтворенні історичної доби</li> </ul>
---	--

Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення якісних туристичних продуктів.</li> <li>● Залучення ширшого кола туристів.</li> <li>● Створено відомі далеко за межами міста історичні реконструкції.</li> <li>● Використано військово-історичний потенціал міста.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, музейні установи, регіональні підрозділи та об'єкти Міністерства оборони, Музей Вінниці, спільноти реконструкторів

### ***А.2.3. Креативні туристичні продукти***

У зв'язку з достатньо обмеженою кількістю туристично привабливих місць на території Вінниці, доцільно створювати нові сучасні об'єкти чи заходи, які б притягували туристів своєю унікальністю. До цього необхідно залучити представників креативних індустрій для генерування ідей нових унікальних туристичних продуктів, подальшого їх створення та ефективної їх промоції. Доцільно створювати нові місця з певною «історією».

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сприяння створенню нових креативних туристичних продуктів.</li> <li>● Промоція створеного серед цільової аудиторії.</li> <li>● Підготовка персоналу для роботи з новими креативними туристичними продуктами.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення кількості новостворених туристичних атракцій.</li> <li>● Залучення ширшого кола туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, креативні індустрії, підприємці, сфера ІТ

## ***Стратегічна ціль А.3. Створення системи просування туристичних продуктів***

### ***Оперативні цілі до стратегічної цілі А.3:***

#### ***А.3.1. Система цифрового просування міста***

У зв'язку з динамічним розвитком нових технологій необхідно щораз більше приділяти уваги застосуванню таргетованої та контекстної реклами, соціальних мереж в просуванні власних туристичних продуктів. Як показує світовий досвід останніх років, паперова реклама має дуже обмежений вплив. З огляду на це необхідно рухатись у руслі основних світових тенденцій.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Оновлення туристичного порталу та сторінок у найпопулярніших соцмережах як головних джерел туристичної інформації.</li> <li>● Застосування таргетових кампаній та контекстної реклами.</li> <li>● Ротація промоційних туристичних роликів в мережі Інтернет та медіаресурсах.</li> <li>● Просування дестинації на зовнішніх порталах.</li> <li>● Сприяння створенню спецпроектів і нативної реклами.</li> <li>● Підготовка якісних промоційних матеріалів на іноземних мовах.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення кількості потенційних туристів, поінформованих про туристичні принади Вінниці.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створення унікальних рекламних продуктів під певні цільові аудиторії.</li> <li>● Залучення ширшого кола туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, туристичні компанії, медіа та блогери

### ***А.3.2. Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і цифрових сервісів***

На сьогодні промодійних матеріалів про Вінницю є недостатня кількість і якість існуючих не завжди влаштовує сучасного споживача. Канали поширення промодійних матеріалів потребують ретельного вивчення та адаптації до сучасних реалій. Найбільш активні подорожуючі – молоді люди – потребують новітніх, зручних для них засобів отримання інформації, в тому числі і мобільних додатків та сервісів, що полегшують цей процес.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Підготовка та розповсюдження офлайн та онлайн промодійної продукції (мапи, путівники, буклети тощо).</li> <li>● Підтримка видання туристичної, історичної, культурологічної книжкової продукції (як джерело інформації та як сувенір).</li> <li>● Підготовка цифрових платформ, що сприяють туристичним сервісам в місті.</li> <li>● Використання бренду міста в усіх видах реклами.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення кількості потенційних туристів, поінформованих про туристичні принади Вінниччини.</li> <li>● Створення унікальних рекламних продуктів для цільових груп.</li> <li>● Збільшення асортименту видань про Вінницю та регіон</li> <li>● Ріст звернень до цифрових платформ вимірюється тисячами.</li> <li>● Залучення ширшого кола туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент культури, департамент інформаційних технологій, сфера ІТ, видавництва та автори краєзнавчих і туристичних видань, виробники та реалізатори сувенірної продукції

### ***А.3.3. Системна участь у внутрішніх і зарубіжних туристичних заходах***

Так як процес формування Вінниці як туристичної дестинації розпочався лише 2 роки тому, присутність міста на туристичних виставках ще не має довготривалої історії. Місту складно конкурувати з іншими, «більш туристичними» дестинаціями на території України.

З огляду на це необхідно розширювати участь у національних та міжнародних виставках у відповідності до наявних турпродуктів, підготованої інфраструктури та персоналу.

Вибір закордонних виставок необхідно визначати за можливою ефективністю витратних ресурсів на участь у виставці. Пріоритетними серед міжнародних туристичних виставок розглядаються ті, що проходять у містах Київ, Львів, Варшава, Тель-Авів, Берлін, Відень, Лондон, Мілан, Шанхай. Також перспективним є участь у профільних заходах ділового (IMEX Frankfurt, Confex London, EIBTM Barcelona) та медичного (Global healthcare travel forum, МТЕС.Київ) туризму, гастрономічних ярмарках, виставках економіки срібних поколінь тощо.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Підготовка виставкових матеріалів для цільових груп закордонних туристів.</li> <li>● Залучення приватного бізнесу та асоціацій до участі спільним стендом на міжнародних виставках.</li> </ul>
---	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Участь у пріоритетних національних та міжнародних виставках.</li></ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"><li>• Збільшення кількості потенційних туристів, поінформованих про туристичні принади Вінниці та регіону в цільових країнах.</li><li>• Залучення ширшого кола туристів.</li><li>• Налагоджена співпраця департаменту маркетингу міста та туризму з місцевим бізнесом та туристичними об'єднаннями.</li></ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, туристичний бізнес, місцеві виробники, асоціації

### 11.3. Стратегічний напрям Б. Розвиток інфраструктури для туризму

Інфраструктура міста поки не цілком готова до якісного прийому туристів, особливо іноземних. Кожен представник туристичного бізнесу - готель, ресторан, турфірма - працює індивідуально й відсутня системність, співпраця між різними представниками туристичного бізнесу. На сьогодні є розуміння, що туристична інфраструктура потребує суттєвого покращення, але це має зробити хтось.

Місцеві музеї живуть своїм життям і бажання щось змінювати та оновлюватися лише прокидається. Міській владі необхідно всіляко підтримувати ініціативи відомих музеїв.

Якісна інфраструктура для ділового туризму фактично відсутня. З огляду на це необхідно прикласти зусилля як для залучення інвестицій у цю сферу, так і забезпечення зручного транспортування до міста і в межах міста, достатньої кількості місць розміщення та харчування.

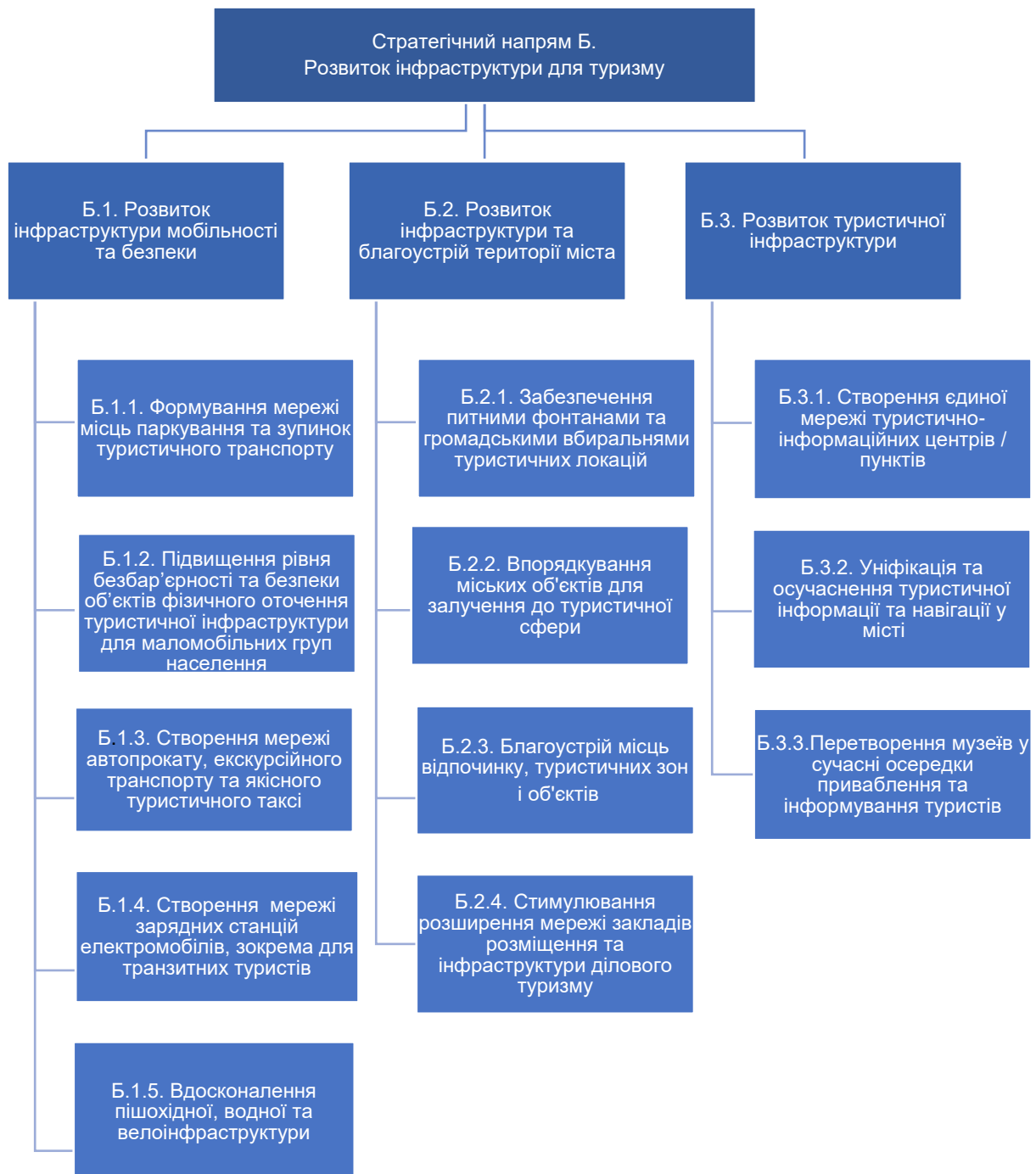
Туристична та дорожня навігація містом дуже слабо розвинена. Турист, що самостійно пересувається автомобілем містом, доїжджає до перекритої знаком центральної вулиці й далі не розуміє, куди їхати. По місту повністю відсутня інформація про офіційні місця паркування автомобілів та ознакування, як туди доїхати. Відсутні місця для паркування туристичних автобусів.

Міська інфраструктура, транспорт не у повній мірі готова до надання якісних послуг для маломобільних груп населення.

Поки в місті не розвинена інфраструктура зарядних станцій для електромобілів. Доцільно розвивати її з прив'язкою до атракційних туристичних місць.

#### Стратегічні проблеми

- Мала кількість пішохідних зон у центрі міста.
- Відсутність сучасних виставкових залів, конгрес-холу.
- Недостатня кількість місць розміщення для ділового туризму.
- Недостатня адаптованість міської інфраструктури для маломобільних груп населення.
- Відсутність громадських вбиралень в найбільш відвідуваних туристичних локаціях.
- Музеї міста мають застарілі експозиції, не цікаві сучасній молоді.
- Відсутні нові «центри притягнення» туристів.
- Музеї міста не використовують свій потенціал для розширення сфер своєї туристично-екскурсійної діяльності.
- Відсутність визначених місць для паркування туристів як на автомобілях, так і на автобусах.
- Майже не розвинений міський туристичний транспорт.
- Авіа- та залізничний транспорт поки не відповідає потребам туристів.



**Рис. 2. Структура стратегічних і оперативних цілей Стратегічного напрямку Б.**

***Стратегічна ціль Б.1. Розвиток інфраструктури мобільності та безпеки***

***Оперативні цілі до стратегічної цілі Б.1:***

### **Б.1.1. Формування мережі місць паркування та зупинок туристичного транспорту**

Інфраструктура парковок і зупинок туристичного транспорту в місті повністю відсутня. З огляду на це необхідно провести заходи з визначення цих місць, необхідної кількості паркомісць, провести облаштування і подальше зручне інформування про їх розміщення водіїв транспортних засобів. Також необхідно забезпечити виконання нормативного показника для паркування автомобілів, якими керують або які перевозять осіб з інвалідністю, відповідно до стандартів, затверджених в ДБН.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"><li>● Визначення та облаштування місць паркування та зупинок туристичних автобусів.</li><li>● Визначення та облаштування місць паркування для туристів на автомобілях.</li><li>● Обладнання парковок електрозарядними станціями.</li><li>● Забезпечення зручної системи оплати послуг паркування.</li></ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"><li>● Облаштовані зручні паркомісця для туристичних автобусів.</li><li>● Облаштовані зручні паркомісця для автомобілів.</li><li>● Забезпечена зручна та зрозуміла навігація до місць паркування.</li><li>● Збільшення надходжень до бюджету Вінницької міської ТГ від паркування.</li></ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, департамент архітектури та містобудування

### **Б.1.2. Підвищення рівня безбар'єрності та безпеки об'єктів фізичного оточення туристичної інфраструктури для маломобільних груп населення**

На даний момент міська інфраструктура не відповідає сучасним вимогам і стандартам у сфері безбар'єрності для маломобільних груп населення, як з погляду архітектурної чи транспортної інфраструктури, так і відповідності послуг до потреб осіб з інвалідністю.

Величезною проблемою є доступність об'єктів фізичного оточення, зокрема: готелів, ресторанів, музеїв, тощо для маломобільних груп населення. У місті немає жодного об'єкту, який готовий прийняти групу осіб на кріслах колісних.

В місті поки відсутня система підготовки персоналу для надання послуг для туристів з інвалідністю різних нозологій. Це стосується як готелів і ресторанів, так і музейних екскурсиводів, і гідів. У місті немає жодного доступного закладу харчування.

У контексті воєнної агресії проти України, виникла необхідність посилити заходи безпеки у містах, зокрема в частині забезпечення укриттів безпосередньо в закладах дозвілля або поблизу них.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"><li>● Визначення доступності туристичних об'єктів та приведення їх у відповідність до вимог сучасного українського законодавства.</li><li>● Визначення транспортної інфраструктури туристичних місць та реалізація заходів для її покращення.</li><li>● Проведення навчань для персоналу сфери обслуговування щодо якісного надання послуг маломобільним групам населення</li><li>● Розміщення інформації про доступні і безпечні місця на усіх інформаційних ресурсах міста та партнерів з урахуванням принципів безбар'єрності.</li><li>● Створення макетів об'єктів фізичного оточення для туристів з порушенням зору.</li></ul>
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення адаптованих туристичних маршрутів для різних категорій населення.</li> <li>• Розміщення інформації про доступні і безпечні місця на усіх інформаційних ресурсах міста та партнерів з урахуванням принципів безбар'єрності.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Забезпечена доступність туристичних об'єктів для осіб з інвалідністю.</li> <li>• Персонал сфери обслуговування готовий надавати якісні послуги особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення</li> <li>• Забезпечена зручна транспортна інфраструктура і наявність укриттів поблизу об'єктів фізичного оточення.</li> <li>• Забезпечені об'єкти фізичного оточення доступною інформацією для осіб з порушенням зору</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент соціальної політики
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент відновлення та розвитку, департамент соціальної політики, департамент комунального господарства та благоустрою, департамент транспорту та міської мобільності, департамент капітального будівництва

### **Б.1.3. Створення мережі автопрокату, екскурсійного транспорту та якісного туристичного таксі**

У Вінниці поки відсутня мережа автопрокату. З досвіду більш розвинутих туристичних міст їх розміщення доцільне в місцях прильоту або поблизу місць проживання великої кількості туристів, які під час перебування вирішили взяти автомобіль на прокат. У місті доцільно розвивати туристичні автобусні та трамвайні маршрути. Служби таксі мають надавати якісний і чесний сервіс, а також слугувати джерелом базової інформації для туриста.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запуск сезонних екскурсійних трамваїв.</li> <li>• Сприяння створенню мережі прокату автомобілів.</li> <li>• Вдосконалення сервісу таксі, приязного до туристів.</li> <li>• Регулювання транспортних сервісів економіки спільної участі.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Покращення якості пересування туристів по території міста.</li> <li>• Забезпечення додаткових транспортних послуг туристам.</li> <li>• Забезпечення туристів, особливо іноземних, послугами таксі з адекватною ціновою політикою і рівнем обслуговування.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, КП «Вінницька транспортна компанія», КП «Аеропорт "Вінниця"», підприємці, місцеві оператори таксі

### **Б.1.4. Створення мережі зарядних станцій електромобілів, зокрема для транзитних туристів**

Нові тенденції розвитку світового автопрому призводять до стрімкого збільшення кількості електромобілів, якими користуються в місті і якими також подорожують, в тому числі і за кордон. Отже, сервіс як з підзарядки, так і можливого технічного обслуговування електромобілів, є вимогою часу. Час заряджання електромобіля часто у туристів пропадає надаремно, а отже його доцільно використати на пропозицію короткої екскурсії чи відвідання тематичного ресторану. З огляду на це доцільно продумати зручну мережу електрзарядних станцій та забезпечити оперативне надання екскурсійних чи гастрономічних послуг.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сприяння створенню мережі електростанцій.</li> <li>● Розміщення інформації про зарядні станції на туристичних інформаційних ресурсах.</li> <li>● Сприяння організації системи «швидких» екскурсій чи гастро послуг.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення кількості туристів, що заїхали в місто.</li> <li>● Забезпечення додаткових сервісів туристам на електромобілях.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, департамент відновлення та розвитку, департамент міського господарства, підприємці

### **Б.1.5. Вдосконалення пішохідної, водної та велоінфраструктури**

В місті розпочала розвиватись мережа велопрокату. Також існують пункти прокату іншого туристичного обладнання та спорядження. Але поки нема системності, яка б забезпечувала комплекс погодинного прокату різного спорядження зі зручними локаціями його зміни і використання самостійно чи з супроводом компетентного інструктора чи гіда. Туристичний потенціал річки поки використовується досить слабо. Відсутні водні екскурсії для туристичних груп, хоча вони є дуже популярні в інших містах.

Якість покриття пішохідних доріжок також потребує уваги та необхідне розміщення на них туристичної навігації.

Підтримка ініціативи вінницьких гондольєрів може стати «родзинкою» серед туристичних атракцій центральної України.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Розвиток міських туристичних велосипедних маршрутів.</li> <li>● Розвиток пішохідної інфраструктури, зокрема пішохідних вулиць або ділянок.</li> <li>● Сприяння місцевому бізнесу у розвитку прокату туристичного спорядження та обладнання.</li> <li>● Формування системи причалів вздовж річки Південний Буг.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення кількості туристів, що використовують засоби активного відпочинку.</li> <li>● Урізноманітнення туристичних послуг.</li> <li>● Створення комфортних послуг для пересування містом пішки, велосипедом чи водним транспортом та створення комплексних маршрутів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, департамент комунального господарства та благоустрою
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, департамент комунального господарства та благоустрою, велоспільноти, оператори прокату, підприємці

## **Стратегічна ціль Б.2. Розвиток інфраструктури та благоустрій території міста**

### **Оперативні цілі до стратегічної цілі Б.2:**

#### **Б.2.1. Забезпечення питними фонтанами та громадськими вбиральнями туристичних локацій**

Зріст туристичних потоків вимагає створення умов комфортного перебування в міському середовищі. Один з важливих елементів це забезпечення фізіологічних потреб як мешканців, так і туристів. Ситуація показує відсутність громадських вбиральень і питних фонтанчиків. Формування такої мережі створить комфортні умови перебування для усіх категорій населення. Особливо необхідно звернути увагу на створення відразу доступної інфраструктури для маломобільних груп населення.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створення мережі доступних громадських туалетів та питних фонтанів.</li> <li>● Розміщення інформації про ці об'єкти на усіх можливих інформаційних ресурсах, а також зрозуміла навігація до них.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Формування комфортного міського середовища.</li> <li>● Збільшення процентного відношення задоволених туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент комунального господарства та благоустрою
Виконавці	Департамент комунального господарства та благоустрою, департамент маркетингу міста та туризму,

### **Б.2.2. Впорядкування міських об'єктів для залучення до туристичної сфери**

Місто має достатньо велику кількість історичних та сучасних об'єктів, які можливо використовувати в туристичних цілях. Але поки їх фізичний стан не дозволяє це зробити. Отже необхідна системна робота з перетворення частково занедбаних об'єктів у привабливі туристичні локації. До цієї категорії відносяться як давні підземелля, старі міські мури та інші архітектурні та археологічні об'єкти, а також об'єкти радянської доби, що вже не використовуються за своїм призначенням.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збереження та відновлення пам'яток архітектури та археології.</li> <li>● Формування нових громадських просторів на базі занедбаних об'єктів.</li> <li>● Використання відновлених локацій в туристичних цілях.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення пропозицій туристичних локацій.</li> <li>● Зміна туристичних потоків та більш рівномірний їх розподіл по території міста.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент архітектури та містобудування, департамент комунального майна
Виконавці	Департамент архітектури та містобудування, департамент комунального майна, департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій

### **Б.2.3. Благоустрій місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів**

В місті наявна достатньо велика кількість природних об'єктів та створених парків і відпочинкових зон, які поки не задіяні в туристичних цілях. Про них знають лише місцеві жителі і до використання їх у туристичних цілях поки справа не доходить. В туристичних інформаційних ресурсах про них згадується мало. Отже, необхідно впорядкувати ці території та надати їм цінності з точки зору туриста, забезпечивши планування туристичних маршрутів, що дозволяли б затриматись на цих локаціях та отримати не тільки естетичну насолоду, але й пакет супутніх туристичних послуг.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Впорядкування природних об'єктів на території міста та адаптація до туристичних потреб (з урахуванням принципів безбар'єрності).</li> </ul>
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створення нових відпочинково-рекреаційних об'єктів (з урахуванням принципів безбар'єрності).</li> <li>● Впорядкування та використання набережних і пляжів у туристично-рекреаційних цілях (з урахуванням принципів безбар'єрності).</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення туристичних локацій.</li> <li>● Покращення комфорту перебування в існуючих локаціях.</li> <li>● Розширення туристичного ареалу міста.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент комунального господарства та благоустрою
Виконавці	Департамент комунального господарства та благоустрою, департамент відновлення та розвитку, департамент маркетингу міста та туризму, комунальні підприємства

#### **Б.2.4. Стимулювання розширення мережі закладів розміщення та інфраструктури ділового туризму**

Наявна в місті інфраструктура розміщення не відповідає сучасним вимогам. Кількість нових готелів недостатня для проведення масштабних ділових заходів. Те саме можна сказати й про масові заходи для молодіжної аудиторії, яка потребує більш дешевого розміщення.

Сервіси подорожньої оренди квартир здебільшого перебувають у тіні і не приносять доходу в бюджет Вінницької міської ТГ. Виведення з тіні цього сегменту надавачів послуг допоможе суттєво збільшити надходження як від туристичного збору, так і податків на доходи та єдиного податку.

Поблизу профільних об'єктів доцільно стимулювати створення профільних готелів (молодіжний, паломницький, спортивний тощо).

Також необхідно сприяти залученню інвестицій для побудови конгресхолу і виставкового центру та використання наявних приміщень для проведення масштабних ділових заходів.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Регулювання короткострокової оренди квартир.</li> <li>● Запровадження централізованої системи стягування туристичного збору з апартаментів.</li> <li>● Розширення мережі хабів, подієвих просторів, коворкінгів.</li> <li>● Сприяння розширенню готельної мережі, націленої на ділового туриста.</li> <li>● Сприяння залученню інвестицій в інфраструктуру ділового туризму (виставковий центр, конгресхол тощо).</li> <li>● Сприяння створенню профільних готелів.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення номерного фонду міста різних цінових категорій.</li> <li>● Збільшення поступлень туристичного збору.</li> <li>● Розширення можливостей розвитку ділового / профільного туризму.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій

### **Стратегічна ціль Б.3. Розвиток туристичної інфраструктури**

#### **Оперативні цілі до стратегічної цілі Б.3:**

##### **Б.3.1. Створення єдиної мережі туристично-інформаційних центрів / пунктів**

Існуючі в місті візитцентри не можуть задовольнити потреби туриста через брак якісних приміщень і достатньої кількості працівників. З огляду на це необхідно створити мережу таких туристично-інформаційних центрів / пунктів в зручних для туристів локаціях і з достатньою кількістю як штатного, так і позаштатного персоналу.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створення багатофункціонального туристичного хабу.</li> <li>● Запровадження міжнародного стандарту ISO в діяльності ТІЦ-ів.</li> <li>● Створення інформаційних пунктів на ключових місцях прибуття туристів та в профільних туристичних локаціях.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Збільшення задоволених туристів через отримання якісної туристичної інформації.</li> <li>● Розширення місць надання спеціалізованого туристичного сервісу.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, КП «Офіс туризму Вінниці»

### **Б.3.2. Уніфікація та осучаснення туристичної інформації та навігації у місті**

Вінниця лише розпочинає свій шлях у розвитку туризму, тож форми навігації та надання інформації не зовсім відповідають потребам сучасних туристів. З огляду на це необхідно опрацювати концепцію інформації та навігації, зручної як для українського, так і для закордонного споживача. Необхідно опрацювати туристичні карти, розмістити туристичні вказівники, уніфікувати вуличні аншлаги та інформаційні таблиці на зупинках громадського транспорту. Також необхідно встановити туристичні дорожні знаки для полегшення пересування автотуристів.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Розробка концепції туристичної навігації та її впровадження.</li> <li>● Маркування об'єктів інформаційними і меморіальними табличками.</li> <li>● Створення туристичних карт, туристично-інформаційної навігація в громадському транспорті.</li> <li>● Встановлення туристичних вказівників і пілонів, уніфікація вуличних вивісок і аншлагів.</li> <li>● Встановлення дорожніх знаків до туристичних об'єктів та локацій.</li> <li>● Встановлення інформаційних табло на зупинках громадського транспорту.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Полегшення пересування туристів в місті.</li> <li>● Покращення надання туристичної інформації.</li> <li>● Стандартизація зовнішніх носіїв інформації.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, департамент архітектури та містобудування, КП «Офіс туризму Вінниці»

### **Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки приваблення та інформування туристів**

Вінниця має багато відомих музеїв, які в минулі часи заслужили свою славу. Але з плином часу вимоги до музеїв для приваблення відвідувачів значно змінились. Музейні працівники перетворились на зберігачів музейних цінностей і не зовсім готові до їх представлення в цікавий для відвідувачів спосіб. З огляду на це необхідно провести

реорганізацію підходів до експозицій і перетворити їх на цікавий шлях пізнання нового у минулому.

Постаті Пирогова, Коцюбинського та ін. повинні зайняти гідне місце в туристичній програмі міста та зацікавити не тільки українського туриста.

Нові креативні шляхи в використанні експозицій, територій та персоналу дозволить зробити поштовх в розвитку туризму на Вінниччині.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"><li>● Розробка концепцій та створення нових вінницьких музеїв.</li><li>● Напрацювання пропозицій до використання музейних просторів та прилеглої території до надання супутніх туристичних послуг.</li><li>● Перетворення імен Пирогова та Коцюбинського на туристичні бренди Вінниці.</li><li>● Перетворення вінницького трамвая на туристичну принаду міста.</li><li>● Адаптація музеїв до надання послуг іноземним туристам</li></ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"><li>● Збільшення зацікавленості туристів у відвідуванні музеїв.</li><li>● Зміна концепції представлення музеїв.</li><li>● Створення нових креативних просторів.</li></ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент культури
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент культури, музейні заклади, колекціонери

## 11.4. Стратегічний напрям В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі

Людський чинник відіграє в туризмі найважливішу роль. Від якості обслуговування туристів на місцях залежить як імідж окремих туристичних об'єктів і місць обслуговування, так і всієї дестинації. Швидкість змін в туризмі створює певні виклики для власників туристичних об'єктів та управлінців дестинацією, потребує постійного самовдосконалення та заходів з підвищення кваліфікації по всіх напрямках туристичної сфери. На сучасному етапі важливою є і адаптивність туристичної освіти до реалій життя, а також інтеграція випускників, дотичних до туризму спеціальностей, у туристичне середовище міста.

Залежність успіху дестинації від нових об'єктів відвідування та місць обслуговування потребує активного залучення нового та підтримки існуючого малого бізнесу через різні програми фінансової та нефінансової допомоги, а також активної роботи з інвесторами для реалізації складніших проєктів в туризмі.

Основою якісного управління туристичною галуззю міста має стати ефективна комунікація на різних рівнях між місцевою владою та учасниками туристичної галузі. А якісну діяльність окремих видів туризму мають забезпечити професійні об'єднання, які впливають на формування внутрішніх стандартів якості послуг.

### Стратегічні проблеми

- Недостатній рівень якості обслуговування в туристичній сфері м. Вінниця.
- Відсутність єдиних підходів до якості надання послуг та інфраструктури.
- Велика плінність кадрів нижчої ланки.
- Відсутня система підвищення кваліфікації кадрів.
- Недостатній рівень комунікацій серед працівників туристичної сфери за окремим видами діяльності в туризмі (готелярі, ресторатори, гіді і т.д.).
- Недостатній рівень комунікації між туристичним бізнесом та владою міста.
- Професійна освіта мало адаптована до потреб туристичного ринку.
- Низький рівень залучення до туристичної сфери малого бізнесу.
- Складнощі з веденням туристичного й готельно-ресторанного бізнесу в умовах пандемії COVID-19.
- Майже відсутні формалізовані галузеві об'єднання.
- Відсутність територіального галузевого об'єднання.
- Низька залученість інвесторів до туристичної сфери міста.
- Недостатній рівень міжнародної співпраці в туризмі.

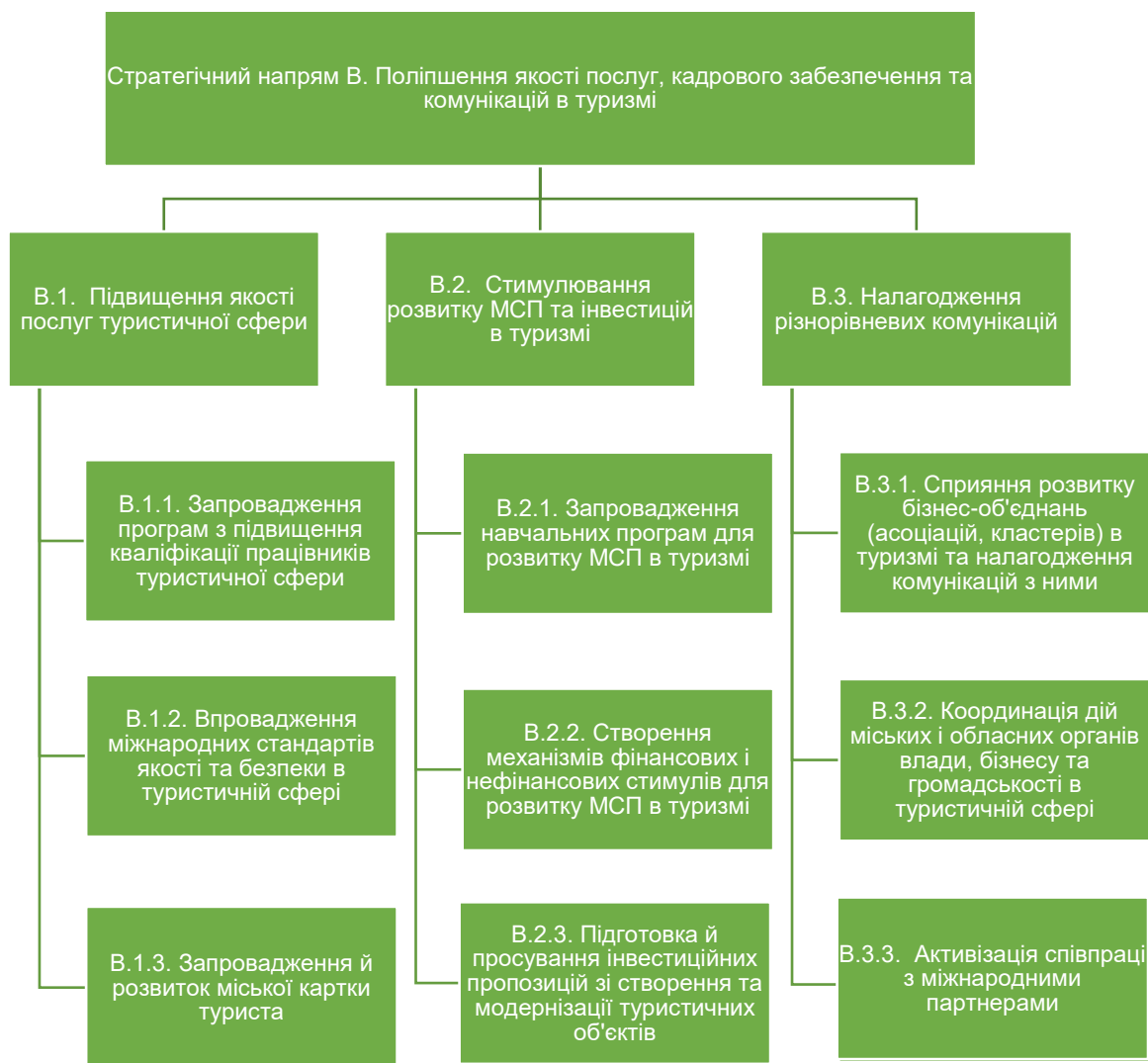


Рис. 3. Структура стратегічних і оперативних цілей Стратегічного напрямку В.

### **Стратегічна ціль В.1. Підвищення якості послуг туристичної сфери**

#### **Оперативні цілі до стратегічної цілі В.1:**

##### **В.1.1. Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери**

Розвиток туризму в м. Вінниця передбачає суттєве зростання туристичного потоку в місто і регіон. Разом з ним зростатимуть і вимоги до якості надання послуг, які в даний період бажають бути кращими. В туристичній сфері задіяно десятки видів послуг та товарів, які споживаються гостями. Це і послуги транспорту, різноманітні засоби розміщення і харчування туристів, об'єкти огляду, пункти прокату спорядження, послуги туристичного супроводу, продаж сувенірів, організація подій та заходів і т.д. У такому ланцюжку туристичної пропозиції міста задіяно тисячі людей, які безпосередньо працюють із туристами по своїх напрямках діяльності. І саме від них значною мірою залежить імідж туристичної Вінниці. Туристична сфера постійно змінюється, вдосконалюється, оновлюється. Найкращим способом

адаптуватися до таких швидких змін є постійне зростання, вдосконалення і підвищення кваліфікації працівників сфери гостинності, а також реальна підготовка студентської молоді для роботи в туризмі. Організувати заходи з підвищення кваліфікації працівників сфери туризму зручно ранньої весни та пізньої осені, в т.зв. періоди «низького» сезону. А сама підготовка, зокрема її вартість не є значними, у порівнянні з ефектом від таких заходів.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Діяльність щорічної Школи гідів.</li> <li>• Сприяння проведенню навчальних заходів, спрямованих на підвищення якості сервісу в сфері гостинності.</li> <li>• Профорієнтаційні заходи для студентів з метою мотивації їх працювати у сфері внутрішнього туризму та гостинності.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зростання рівня задоволеності туристів.</li> <li>• Розуміння працівниками сфери гостинності потреб різних цільових груп туристів, швидка адаптація до них.</li> <li>• Залучення щороку випускників профільних факультетів вишів міста до роботи в туристичній сфері.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, профільні асоціації та НУО, виші міста

### ***В.1.2. Впровадження міжнародних стандартів якості та безпеки в туристичній сфері***

Галузеві туристичні стандарти описують мінімально необхідні вимоги до надання послуг чи облаштування місць обслуговування туристів. Декілька років тому в Україні прийнято понад тридцять стандартів туристичної галузі. Всі вони є добровільними, проте їх запровадження допомагає туристичним дестинаціям суттєво підвищувати рівень якості надання послуг. Стандартизовані об'єкти, які мають сертифікати відповідності, є цінними для туриста як споживача і значно підвищують рівень довіри. А запровадження дестинацією власних стандартів формує єдині «правила гри» для усієї туристичної сфери, і звісно ж, теж має позитивний вплив на гостей міста.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стимулювання категоризації готелів.</li> <li>• Стимулювання ліцензування та впровадження міжнародних стандартів туроператорської діяльності.</li> <li>• Сприяння впровадженню міжнародних стандартів роботи гідів.</li> <li>• Сприяння розробці і впровадженню Вінницького стандарту гостинності.</li> <li>• Сприяння впровадженню міжнародних стандартів експлуатації пляжів, діяльності СПА центрів, кемпінгів тощо.</li> <li>• Запровадження системи заходів безпеки для туристів.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дотримання учасниками туристичного ринку існуючих стандартів ДСТУ / ISO за напрямками.</li> <li>• Визначені процедури стандартизації і категоризації.</li> <li>• Розроблений Вінницький стандарт гостинності та механізм його впровадження.</li> <li>• Проведена стандартизація / категоризація закладів обслуговування туристів.</li> <li>• Підвищено рівень безпеки туристів.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, профільні асоціації та НУО, муніципальна варта та органи контролю і правопорядку

### ***В.1.3. Запровадження й розвиток міської картки туриста***

Міська картка туриста є досить інноваційним інструментом в Україні та зустрічається всього лише в кількох містах. За кордоном, натомість, багато туристичних міст використовують їх для полегшення гостям перебування у себе. Картки є місцем взаємовигідної співпраці різних сторін. Тут поширюють послуги і товари локальні гравці туристичного ринку. Туристи, в свою чергу мають часто вигоду у знижках на відвідування туристичних об'єктів, подій, придбання послуг і товарів. Для місцевих же органів картка є одним з інструментів моніторингу туристичного руху, його аналізу та планування подальшого розвитку.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Інтеграція туристичної складової з муніципальною картою.</li> <li>• Запровадження різноформатних карток (наприклад, 24, 48 годин, готельна картка тощо).</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розширення спектру туристичних і дотичних послуг.</li> <li>• Підвищення доступності послуг для туриста («всі послуги в одній картці») та рівня його задоволеності.</li> <li>• Проведення аналітики щодо пропозицій, попиту та потреб туристів м. Вінниця.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент транспорту та міської мобільності, КП «Вінницький інформаційний центр», КП «Офіс туризму Вінниця», профільні асоціації, підприємці

## **Стратегічна ціль В.2. Стимулювання розвитку МСП та інвестицій в туризмі**

### **Оперативні цілі до стратегічної цілі В.2:**

#### **В.2.1. Запровадження навчальних програм для розвитку МСП в туризмі**

Будь-яка туристична дестинація вимагає підприємницької активності. Чим більше різноманітних послуг і товарів пропонується туристам, чим вони інноваційніші й сучасніші, чим більше вони затребувані різними цільовими групами туристів, тим швидше і якісніше розвивається туристична сфера. Туризм – це місце кількох десятків видів підприємницької діяльності. Локально, на місцях, це дуже часто навіть не середній, а малий і мікробізнес. Для його початку не потрібно значних фінансових та організаційних зусиль, але все одно є багато особливостей у веденні такої діяльності – від спеціалізованих знань до загальних інформацій про підприємницьку діяльність, оподаткування та звітність. Для старту молодих підприємців або підвищення рівня обізнаності вже існуючого малого бізнесу дуже доречними будуть різноманітні навчальні програми по веденню різних видів бізнесу в туризмі, спільні зустрічі та заходи, знайомство молодих підприємців з досвідченим бізнесом.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Організація навчання по започаткуванню та веденню бізнесу в сфері туризму та гостинності (реєстрація, отримання дозвільних документів, законодавство в сфері, оподаткування тощо).</li> <li>• Сприяння проведенню шкіл гостинності та бізнес-інтенсивів.</li> <li>• Сприяння проведенню MeetUp-ів для туристичного бізнесу.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запроваджено постійно діючі програми навчань і комунікацій для МСП в туризмі.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, профільні асоціації та НУО.

#### **В.2.2. Створення механізмів фінансових і нефінансових стимулів для розвитку МСП в туризмі**

Для реалізації ідей малого бізнесу в туризмі досить часто бракує ресурсів – як фінансових, так і нефінансових. Доступність до них значною мірою залежить від державної політики, а також підтримки місцевою владою через запровадження різних програм підтримки. Кожна дестинація має свої особливості, тому для запровадження механізмів фінансових і нефінансових стимулів насамперед необхідно визначити потреби МСП в різних сегментах туристичної сфери й тоді шукати конкретні рішення.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Організація конкурсу сумлінного платника податків та зборів.</li> <li>• Сприяння створенню програми пільгового кредитування МСП в сфері туризму.</li> <li>• Сприяння наданню податкових та інших можливих пільг від ВМР (податок на нерухоме майно, транспортний податок, плата за землю, оренда комунальної нерухомості).</li> <li>• Створення акселераторських програм для туристичних стартапів.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запроваджено постійнодіючі програми та заходи фінансової та нефінансової підтримки МСП в туризмі.</li> <li>• Проводяться інформаційні кампанії та постійні консультації щодо програм та заходів фінансової і нефінансової підтримки МСП в туризмі.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, фонди та фінансові інституції

### ***В.2.3. Підготовка й просування інвестиційних пропозицій зі створення та модернізації туристичних об'єктів***

Туризм у Вінниці значною мірою залежить від об'єктів, до яких прямують туристи. Частина таких об'єктів потребує значних фінансових вкладень. До прикладу, це можуть бути архітектурні пам'ятки, які руйнуються. Інша можлива група об'єктів – новостворені, як, наприклад, озвучувані ідеї розвитку туристичного комплексу на Замковій горі, Аквапарку, Дінопарку тощо. Всі такі об'єкти потребують значних вкладень з боку інвесторів, що мають доволі високі ризики, тому пошук інвесторів на подібні об'єкти часто розтягується на роки. Для приваблення інвестора необхідні насамперед відкриті і зрозумілі інвестиційні пропозиції і умови з боку міста, а часто і спеціальні пільгові умови.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення карти потенційних інвестиційно-привабливих туристичних локацій.</li> <li>• Розробка інвестиційних паспортів туристичних об'єктів.</li> <li>• Проведення інвестиційного туристичного форуму.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розроблено інвестиційні пропозиції та інвестиційні паспорти туристичних об'єктів.</li> <li>• Проведено заходи із залучення інвесторів.</li> <li>• Підписано угоди про реалізацію інвестиційних проектів у туризмі.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент економіки і інвестицій, департамент відновлення та розвитку, департамент комунального майна, департамент земельних ресурсів.

## ***Стратегічна ціль В.3. Налагодження різнорівневих комунікацій***

### ***Оперативні цілі до стратегічної цілі В.3:***

#### ***В.3.1. Сприяння розвитку бізнес-об'єднань (асоціацій, кластерів) в туризмі та налагодження комунікацій з ними***

Профільні туристичні асоціації та організації бізнесу за окремими напрямками (готелярі, ресторатори, гіді, медичний туризм і т.п.) є головними рушіями в розвитку туризму. Наявність

таких об'єднань допомагає виявляти головні проблеми і шукати шляхи їх рішень, формувати вектори розвитку, підвищувати якість надання послуг, взаємодіяти і співпрацювати. Досвід всіх розвинутих країн доводить, що найкращі результати там, де активними учасниками туристичного розвитку є саморегульвні організації. Шлях до їх створення нелегкий, але до нього треба прагнути, а вже зараз починати із об'єднання і налагодження комунікацій як всередині таких об'єднань, так і між ними, а також з органами міської і обласної влади, партнерами в Україні і за кордоном.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сприяння створенню професійних асоціацій та кластерів.</li> <li>● Сприяння проведенню туристичних бізнес-форумів та комунікаційних заходів.</li> <li>● Створення місцевої саморегульвної туристичної організації.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Створені туристичні кластери та асоціації за напрямками.</li> <li>● Створено місцеву туристичну організацію.</li> <li>● Організовано площадку для комунікацій в туристичній сфері (наприклад, щорічний туристичний форум).</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, профільні асоціації та НУО.

### ***В.3.2. Координація дій міських і обласних органів влади, бізнесу та громадськості в туристичній сфері***

Для успішного розвитку туристичної сфери м. Вінниці і Вінницького регіону потрібні скоординовані дії всіх її учасників. На рівні міста вже існує Туристична рада при міському голові. Вона є важливим консультативно-дорадчим органом, але вимагає більшої активізації і регулярності проведення засідань. Крім того, туристична Вінниця нерозривно пов'язана з туристичними об'єктами та інфраструктурою Вінницької області. Від скоординованої та ефективної співпраці виграють обидві сторони.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проектів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Забезпечення ефективної роботи Туристичної ради при міському голові.</li> <li>● Регулярні зустрічі з представниками сфери гостинності для звітування, обговорення поточної ситуації, напрацювання планів на майбутнє (формати зустрічей: бізнес-сніданки, робочі групи).</li> <li>● Створення туристичного барометра</li> <li>● Проведення консультаційних заходів за участю бізнесу та громадськості при формуванні стратегій, програм, конкурсів у сферах туризму й маркетингу дестинації.</li> <li>● Координація дій з органами управління дестинацій Вінниччини та регіональною туристичною організацією.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Налагоджена діяльність Туристичної ради м. Вінниці.</li> <li>● Налагоджена співпраця з обласними органами влади та бізнесом.</li> <li>● Якісна статистика й аналітика туристичної галузі міста.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, органи ОДА та ТГ, профільні асоціації та НУО.

### ***В.3.3. Активізація співпраці з міжнародними партнерами***

Місто Вінниця як одне з найбільш комфортних для проживання міст в Україні та одне з найбільш привабливих для інвесторів вже зараз має зростаючий потік туристів, зокрема іноземних. Географічне розташування, історична традиція та мультикультурність Вінниці сформували чітке бачення напрямів розвитку закордонних партнерств. В рамках реалізації

даної Стратегії важливою буде активізація міжнародної співпраці з містами-партнерами, діаспорою, відкриття нових напрямків та спільних туристичних продуктів. В подальшому міжнародна співпраця може перерости в більш активний розвиток міжнародного ділового туризму.

Оперативні завдання / Сфери реалізації проєктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сприяння відкриттю нових авіасполучень.</li> <li>● Розвиток співпраці з діаспорою, зокрема європейською та близькосхідною.</li> <li>● Налагодження співпраці з наявними містами-побратимами та сприяння появі нових.</li> <li>● Розвиток партнерських відносин у сфері туризму з іноземними містами та регіонами.</li> <li>● Приєднання до існуючих та нових мереж європейських туристично-культурних маршрутів (Шляхи святого Якова, Європейські маршрути єврейської спадщини та ін.).</li> <li>● Проведення Днів європейської спадщини.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Участь в міжнародних проєктах, дотичних до туризму.</li> <li>● Створення нових транскордонних туристичних продуктів.</li> <li>● Членство в міжнародних організаціях.</li> <li>● Проведення якісних міжнародних подій і заходів у Вінниці.</li> <li>● Відкрите авіасполучення з ключовими закордонними туристичними ринками.</li> </ul>
Відповідальний	Департамент маркетингу міста та туризму
Виконавці	Департамент маркетингу міста та туризму, департамент відновлення та розвитку, департамент культури, КП «Аеропорт «Вінниця»», КП «Інститут розвитку міст», профільні асоціації та НУО.

## 12. Моніторинг і впровадження Стратегії

Реалізація завдань Стратегії розвитку туризму передбачає виконання одночасно багатьох завдань різними департаментами, управліннями та відділами Вінницької міської ради за участі представників громадських організацій і бізнесу, що ставить перед керівництвом громади питання раціонального управління цим доволі складним процесом.

Система управління впровадженням Стратегії має два рівні: політичний і технічний.

**Політичний** рівень забезпечує особисто міський голова, виконавчий комітет, міська рада. На цьому рівні заслуховуються та ухвалюються звіти Комітету з управління впровадженням Стратегії, пропозиції щодо внесення змін і оновлень. Міська рада ухвалює рішення щодо внесення змін до Стратегії на підставі пропозицій міського голови.

**Технічний** рівень управління й моніторингу впровадження Стратегії виконує Комітет з управління впровадженням Стратегії, який:

- забезпечує виконання завдань Стратегії згідно з затвердженим планом,
- здійснює моніторинг соціально-економічного стану громади за визначеними показниками,
- аналізує співвідношення основних соціально-економічних показників міста та зовнішнього середовища (області, країни, світу),
- вивчає основні політичні, економічні, фінансові, соціальні, наукові, технологічні тенденції, визначає їх впливи на громаду,
- формує пропозиції стратегічних сценаріїв в нових політичних, соціально-економічних умовах зовнішнього середовища,
- аналізує соціально-економічні тенденції найближчих конкурентів у порівнянні з показниками громади, аналізує загрози, які надходять від конкурентів,
- формує пропозиції змін до цілей і завдань, які необхідно вносити до Стратегії як відповідь на виявлені нові загрози й можливості.

Управління процесом реалізації Стратегії проводиться за принципами єдності управління, персональної відповідальності, прозорості та поточної координації дій. Адміністрування процесу реалізації Стратегії здійснюється за дорученням міської ради департаментом маркетингу міста та туризму, виконавчим комітетом, відповідними структурними підрозділами міської ради.

Для координації дій розпорядженням міського голови створюється постійно діючий **Комітет з управління впровадженням** Стратегії (далі – КУВ). До складу КУВ входять відповідальні за виконання завдань Стратегії. Очолює КУВ заступник міського голови. Повний склад КУВ, його персональна відповідальність за реалізацію завдань Стратегії визначається розпорядженням міського голови. КУВ збирається не рідше одного разу на рік та виконує такі функції:

- організовує взаємодію підрозділів міської ради, підприємств і установ міста в процесі реалізації Стратегії, загально регіональних програм та проектів,
- здійснює підготовку річних звітів про стан реалізації Стратегії та надає їх міському голові,
- здійснює підготовку циклічних звітів про стан реалізації Стратегії, надає їх міському голові та публічно знайомить громадськість із ними по завершенню циклів. Повний текст звіту підлягає обов'язковому розміщенню в мережі Інтернет.

Пропозиції щодо зміни основного тексту Стратегії формуються департаментом маркетингу міста та туризму міської ради, обговорюються на чергових та позачергових нарадах КУВ і виносяться на розгляд Вінницької міської ради не частіше одного разу на рік.

### **Моніторинг впровадження Стратегії**

Головний сенс моніторингу полягає у виконанні двох взаємопов'язаних функцій – спостереження (відстеження) та попередження. Відстеження проводиться для виявлення

відповідності наявного стану бажаному результату, а попередження – для завчасного виявлення небажаних наслідків.

Моніторинг Стратегії розвитку туризму м. Вінниці включає три рівні:

- 1) Моніторинг зовнішнього середовища розвитку громади. Базується на аналізі основних показників, що характеризують ситуацію в державі в цілому та Вінницькій області, які є стратегічно важливими для міської громади. Підсумки підводяться один раз на рік, як частина зведеного аналітичного моніторингового звіту.
- 2) Моніторинг процесу реалізації Стратегії відповідно до визначених показників. Звіт про виконання цієї частини моніторингу готується щорічно, як частина зведеного аналітичного моніторингового звіту.
- 3) Моніторинг виконання проектів місцевого розвитку, що складають План реалізації Стратегії. Оцінюється стан виконання кожного проекту та ступінь досягнення результатів, передбачених технічним завданням на проєкт. Щопівроку (10 лютого і 10 липня) департамент маркетингу міста та туризму міської ради направляє відповідальним за моніторинг виконання Стратегії нагадування про необхідність надати піврічний моніторинговий звіт, а до 15 числа наступних місяців повинен одержати моніторингові звіти.

На підставі результатів моніторингу, один раз на рік департамент маркетингу міста та туризму міської ради виносить на чергове засідання Комітету з управління впровадженням Стратегії проміжний аналіз фінансових потреб, зведений по всіх стратегічних цілях. Затверджений КУВ аналіз фінансових потреб надається до депутатських комісій для врахування під час розробки проєкту бюджету на наступний рік.

**Показники оцінки реалізації Стратегії** (індикатори досягнення результату)

Загальні показники		Джерело
1.	Надходження до бюджету Вінницької міської ТГ від суб'єктів господарської діяльності, які надають послуги у сфері гостинності, дозвілля та туризму, із них обсяг податкових надходжень від цих суб'єктів та обсяг надходжень туристичного збору, тис. грн.	Дані регіонального органу фіскальної служби, Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
2.	Кількість ночівель у засобах розміщення міста, од.	Дані відповідального структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
3.	Кількість відвідувачів міста, із них туристів з ночівлею, іноземців та за категоріями: туристи у сегменті ділового туризму, медичного туризму, тис. осіб.	Маркетингове дослідження, дані мобільних операторів, дані конференц-закладів, дані медичних закладів
4.	Кількість відвідувачів туристично-орієнтованих музеїв	Дані музеїв
5.	Відсоток нових відвідувачів міста від їх загальної кількості, %.	Маркетингове дослідження
6.	Середні витрати туриста у місті відповідно до категорій: проживання, харчування та інші, грн.	Маркетингове дослідження
Стратегічний напрям А		
1.	Кількість туристичних продуктів, із них унікальних турів, що включають ночівлю, од.	Інформаційні ресурси в мережі та промоційних матеріалах

2.	Кількість проведених туристично-привабливих подій, із них культурно-мистецьких, гастрономічних, ділових, освітніх, спортивних, од.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
3.	Кількість іногородніх студентів ЗВО, з них з інших областей України, іноземців, тис. осіб	Дані навчальних закладів
4.	Кількість закладів, що пропонують страви локальних кухонь та місцеві гастробренди, із них ті, які включені до гастрономічних турів, од.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
5.	Кількість розданих туристичних промоційних матеріалів, шт.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
6.	Кількість сканувань туристичних QR-кодів і завантажених туристичних мобільних додатків, тис.	Дані розробників
7.	Кількість заходів із популяризації м. Вінниці як туристичного центру Подільського регіону, із них міжнародних, од.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
8.	Кількість унікальних відвідувачів офіційного туристичного сайту, тис. осіб.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
9.	Кількість підписників туристичних сторінок Visit Vinnytsia у соціальних мережах, із них у FB, Instagram, Youtube, осіб.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
<b>Стратегічний напрям Б</b>		
1.	Кількість облаштованих паркомісць біля туристичних зон, од.	Дані відповідального структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
2.	Кількість туристичних об'єктів, доступних для маломобільних груп населення, од.	Дані відповідального структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
3.	Кількість функціонуючих питних фонтанів та громадських вбиралень, од.	Дані відповідального структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
4.	Кількість зарядних станцій для електромобілів, од.	Дані відповідального структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
5.	Загальний номерний фонд та кількість ліжкомісць у закладах розміщення Вінницької міської ТГ, із них інклюзивних, од.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
6.	Кількість конференцмісць у конференцзалах міста, од.	Дані конференц-залів міста
7.	Площа доступних конференцзалів, кв.м.	Дані конференц-залів міста
8.	Кількість одиниць туристичної навігації, із них інформаційних табличок, вказівників, інше, од.	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
9.	Кількість пасажирів, які обслуговувалися в міжнародному аеропорту «Вінниця», осіб.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
10.	Кількість виконаних авіарейсів, із них внутрішніх та міжнародних (рейсових і чартерних), од.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування

11.	Протяжність доступних велосипедних маршрутів, із них уздовж річки, км	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування, інформаційні ресурси в мережі
12.	Кількість відвідувачів туристично-інформаційних центрів, тис. осіб.	Туристично-інформаційний центр
13.	Рівень задоволеності послугами туристично-інформаційних центрів, балів.	Туристично-інформаційний центр, Маркетингове дослідження
14.	Рівень задоволеності послугами закладів харчування та розміщення, балів.	Маркетингове дослідження
<b>Стратегічний напрям В</b>		
1.	Кількість зареєстрованих суб'єктів діяльності у сфері туризму та гостинності, із них готельного і ресторанного бізнесу, гідів та екскурсійних бюро, пунктів прокату, закладів дозвілля та розваг, од.	Дані реєстру суб'єктів діяльності у сфері туризму
2.	Кількість працевлаштованих осіб у сфері туризму, осіб	Дані департаменту маркетингу міста та туризму
3.	Відсоток закладів у сфері туризму, які надають послуги іноземними мовами, окрім східнослов'янських, %	Дані закладів у сфері туризму
4.	Кількість реалізованих карток туриста, шт.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
5.	Кількість проведених навчальних заходів для суб'єктів туристичної діяльності, од.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
6.	Кількість проведених професійних заходів для туристичного бізнесу, од.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування
7.	Кількість туристичних об'єктів, сертифікованих за стандартами та категоріями, од.	Дані відповідного структурного підрозділу органу місцевого самоврядування

## Додаток 1

**Персональний склад Робочої групи  
з розробки Стратегії розвитку туризму міста Вінниці**  
(відповідно до Розпорядження міського голови від 05.03.2020 р. №37-Р)

1.	Очеретний Андрій Михайлович	голова Робочої групи, заступник міського голови
2.	Вешелені Олександр Миколайович	співголова Робочої групи, директор департаменту маркетингу міста та туризму
3.	Абрамчук Олександр Миколайович	Музей-кав'ярня «Пань Заваркінъ та синь», власник (за згодою)
4.	Анпольська Світлана Володимирівна	Підприємство ФПО «Профспілкове» (за згодою)
5.	Бабіна Катерина Володимирівна	КП «Вінницякартсервіс», директор (за згодою)
6.	Бондар Оксана Петрівна	регіональний координатор Проекту ПРОМІС у Вінницькій області (за згодою)
7.	Бушинська Людмила Степанівна	Культурний центр «Галерея ХХІ», директор (за згодою)
8.	Вдовиченко Олександр Володимирович	Вінницький музей моделей транспорту, директор (за згодою)
9.	Венславовська Олександра Валеріївна	ГО «Мистецьке об'єднання «Плай», голова (за згодою)
10.	Висоцька Катерина Іванівна	Вінницький обласний краєзнавчий музей, директор (за згодою)

11.	Войціцький Юрій Романович	Вінницький центр розвитку місцевого самоврядування, радник з питань регіонального розвитку (за згодою)
12.	Волошинський Олександр Олександрович	консультант Проекту ПРОМІС (за згодою)
13.	Грищук Ірина Іванівна	Турагенція «Віатур», директор (за згодою)
14.	Гуменюк Віталій Мирославович	Паб «Вінницька реберня», директор (за згодою)
15.	Ґоматінаяґам Суґанті	ГО Вінницький регіональний центр інформації «Креатив», волонтерка Корпусу Миру (за згодою)
16.	Данілов Станіслав Васильович	департамент маркетингу міста та туризму, заступник директора-начальник відділу розвитку туризму
17.	Дідик Олександр Миколайович	Вінницька торгово-промислова палата, президент (за згодою)
18.	Дмитренко Світлана Миколаївна	Готель «Затишок», директор (за згодою)
19.	Дяченко Аліна Олексіївна	КП «Інститут розвитку міст», директор (за згодою)
20.	Кашпрук Юлія Миколаївна	КП «Інститут розвитку міст», менеджер проєктів відділу розвитку міжнародної співпраці (за згодою)
21.	Коваленко Любов Григорівна	Національний музей-садиба М.І. Пирогова, заступник директора (за згодою)

22.	Копан Тетяна Василівна	Ресторан «Нова Провінція», керуюча (за згодою)
23.	Коротких Олександр Миколайович	Вінницька обласна організація Національної спілки архітекторів України, голова (за згодою)
24.	Кравченко Лариса Василівна	Вінницький літературно-меморіальний музей М.Коцюбинського, директор (за згодою)
25.	Кривешко Інна Іванівна	«Гастрогід Вінниччини», співзасновниця (за згодою)
26.	Кулявець Вега Габдрахимівна	департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької ОДА, заступник директора, начальник управління торгівлі, послуг та розвитку споживчих цін (за згодою)
27.	Легун Юрій Вікторович	доктор історичних наук, директор Державного архіву Вінницької області (за згодою)
28.	Лепьошкін Ігор Іванович	Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (ПРОМІС), головний експерт, керівник групи експертів (за згодою)
29.	Лисецька Надія Василівна	ГО «Вінницький Клуб Ділових Людей», президент (за згодою)
30.	Магера Андрій Павлович	Басейнове управління водних ресурсів річки Південний Буг, начальник (за згодою)

31.	Мазурець Ярослав Леонідович	КП «Аеропорт «Вінниця»», директор (за згодою)
32.	Мартьянов Максим Петрович	департамент економіки і інвестицій, заступник директора департаменту - начальник управління стратегічного розвитку
33.	Матюхов Олег Анатолійович	Музей вінницького трамвая, екскурсовод (за згодою)
34.	Мельник Софія Михайлівна	КП «Інститут розвитку міст», начальник відділу інтегрованого розвитку (за згодою)
35.	Морозов Костянтин Юрійович	Костел Пресвятої Діви Марії Ангельської, настоятель (за згодою)
36.	Муляр Дмитро Миколайович	Готель «Франція», директор (за згодою)
37.	Мушинський Денис Андрійович	Optima Vinnytsia Reikartz Hotel Group, керуючий готелем (за згодою)
38.	Онофрійчук Сергій Михайлович	Туроператор УКРВІЗА, президент ПП ТА «Укрвіза»
39.	Очеретна Людмила Павлівна	Вінницький міський палац дітей та юнацтва, завідуюча відділом інформаційно-методичної роботи (за згодою)
40.	Павлова Олена Анатоліївна	«Гастрогід Вінниччини», співзасновниця (за згодою)

41.	Паламаровський Руслан Михайлович	Вінницький обласний художній музей, директор (за згодою)
42.	Петренко Володимир Васильович	Туроператор «Академія Активного Відпочинку» (за згодою)
43.	Підмогильний Сергій Борисович	консультант Проєкту ПРОМІС (за згодою)
44.	Піжєвський Андрій Анатолійович	Креативний простір «Артинов», власник (за згодою)
45.	Потупчик Михайло Валентинович	управління культури і мистецтв Вінницької ОДА, завідувач сектору охорони культурної спадщини (за згодою)
46.	Рибачок Андрій Вікторович	Тур-клуб «Бідняжка», директор (за згодою)
47.	Роздорожнюк Оксана Іванівна	КП «Подільський туристично-інформаційний центр», менеджер з туризму (за згодою)
48.	Сергеева Оксана Василівна	Вінницький обласний центр туризму, спорту, краєзнавства та екскурсій, завідувач екскурсійним відділом (за згодою)
49.	Сиверчук Валерій Станіславович	Мережа закладів «Файні справи», керуючий партнер (за згодою)
50.	Смішко Леся Вікторівна	Вінницька обласна філармонія імені М.Д. Леонтовича, заступник директора (за згодою)

51.	Совінський Євгеній Васильович	департамент архітектури та містобудування, заступник директора, головний архітектор міста
52.	Сорокін Андрій Олександрович	департамент енергетики, транспорту та зв'язку, головний спеціаліст відділу транспорту та зв'язку
53.	Трахтенберг Леонід Миколайович	Вінницький музей Голокосту, директор (за згодою)
54.	Трегубов Олександр Сергійович	Донецький національний університет ім. В.Стуса, завідувач кафедри економіки (за згодою)
55.	Федоришен Олександр Юрійович	КП «Центр історії Вінниці», директор (за згодою)
56.	Філанчук Максим Валерійович	департамент культури, директор
57.	Ходацький Володимир Григорович	КП «Подільський туристично-інформаційний центр», директор (за згодою)
58.	Чорна Наталія Миколаївна	Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, завідувач кафедри туризму та готельно- ресторанної справи (за згодою)
59.	Ярова Світлана Андріївна	депутатка Вінницької міської ради, координаторка Vinnytsia Food Fest (за згодою)

## Додаток 2

### Ідеї проєктів місцевого розвитку до Плану реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року

Назва	Опис	Відповідність цілям	Термін виконання (запуску)	Виконавці
<b>Вінниця з висот і глибин</b>	<p>Можливість пізнання історії та архітектури міста з оглядових точок та ділянок підземель в історичному центрі.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Золоті сутерени» - демонстрація колекції сарматських коштовностей в єзуїтських підвалах Вінницького обласного краєзнавчого музею;</li> <li>• «Дзвін часу»: відвідання підземної церкви Кузьми і Дем'яна та дзвіниці Спасо-Преображенського кафедрального собору;</li> <li>• «Вінницькі катакомби» і трапезна капуцинів: перетворення підземелля Костелу Пресвятої Діви Марії Ангельської в інтерактивний і подієвий майданчик;</li> <li>• «Підземна Вінниця»: відкриття тематичних закладів (ресторани, кафе, дегустаційні зали, міні-музеї) у старих підвалах історичного центру</li> </ul>	<b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b>	2028	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• Вінницький обласний краєзнавчий музей;</li> <li>• Спасо-Преображенський кафедральний собор;</li> <li>• Костел Пресвятої Діви Марії Ангельської;</li> <li>• Сьомий апеляційний адміністративний суд;</li> <li>• Вінницька філія Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення;</li> <li>• турсервіси;</li> <li>• екскурсійні бюро;</li> <li>• гідів;</li> <li>• інвестори.</li> </ul>
<b>Вінницька Єрусалимка</b>	<p>Розвиток паломницького, ностальгійного та культурно-історичного туризму, пов'язаного з єврейським минулим та сучасністю Вінниці.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проведення тематичної майстерні екскурсій;</li> <li>• аудіопрогулянка по Єрусалимці «Слідами хасидського хлопчика»;</li> </ul>	<b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b>	2028	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент архітектури та містобудування;</li> <li>• КП «Інститут розвитку міст»;</li> <li>• департамент</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>розвиток місць, пов'язаних з Натаном Альтманом - будинок на Монастирській, художній музей, Альтман сквер;</li> <li>впорядкування музею єврейського побуту та музею Голокосту;</li> <li>включення Вінниці в регіональні маршрути на тему єврейської спадщини.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>культури;</li> <li>Музей Вінниці;</li> <li>Музей єврейського побуту;</li> <li>Музей Голокосту на Вінниччині;</li> <li>Вінницький обласний художній музей;</li> <li>туроператори;</li> <li>екскурсійні бюро;</li> <li>гіди;</li> <li>національні спільноти;</li> </ul>
<b>Коцюбинський-style</b>	<p>Перетворення імені Михайла Коцюбинського на складову брэнда Вінниці. Можливість поринути у творчий і життєвий простір письменника та надихнутися унікальним стилем його світобачення. Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>оновлення експозиції і реконструкція саду в Літературно-меморіальному музеї Михайла Коцюбинського;</li> <li>розвиток літературних гастропроектів;</li> <li>розробка гастроекскурсій на літературну тематику;</li> <li>проведення тематичної майстерні екскурсій;</li> <li>ознакування каменю Коцюбинського;</li> <li>міжнародні культурні події, пов'язані з іменем Коцюбинського.</li> </ul>	<p><b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b></p> <p><b>Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів</b></p>	2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>ДММтТ;</li> <li>КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>департамент культури;</li> <li>Вінницький літературно-меморіальний музей М. Коцюбинського;</li> <li>ГО «Клуб подільської кухні»;</li> <li>туроператори;</li> <li>екскурсійні бюро;</li> <li>гіди.</li> </ul>
<b>В гостях у Пирогова</b>	<p>Підсилення імені всесвітньо відомого вченого, розкриття історії медицини Вінниці останніх двох століть. Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>перетворення музею-садиби на місце зустрічей та активностей;</li> <li>Пироговські пікніки;</li> <li>забезпечення реабілітації тіла Пирогова;</li> <li>екскурсії психоневрологічною лікарнею імені Ющенко;</li> <li>тематичні маршрути про видатних лікарів.</li> </ul>	<p><b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b></p> <p><b>Б.2.2. Впорядкування міських об'єктів для залучення до туристичної сфери</b></p>	2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>ДММтТ;</li> <li>КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>департамент культури;</li> <li>департамент охорони здоров'я;</li> <li>Національний музей-садиба М.І.Пирогова;</li> <li>Вінницький національний медичний університет ім. М.Пирогова;</li> <li>Вінницька психоневрологіч</li> </ul>

		<b>Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів</b>		на лікарня ім. О. Юценка; <ul style="list-style-type: none"> <li>• гіді.</li> </ul>
<b>Ретро по-вінницьки</b>	Розвиток музеїв, закладів та подій, що занурюють в атмосферу повсякдення минулих епох. Включає такі заходи: <ul style="list-style-type: none"> <li>• діяльність виставкового комплексу ретротехніки та автомобілів;</li> <li>• розширення музею моделей транспорту і виставки колекцій та мініатюр;</li> <li>• налагодження роботи музею трамвая та поїздок на ретро-вагонах;</li> <li>• проведення заходів для власників ретротранспорту.</li> </ul>	<b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b>	2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• ГО «Вінницький музей моделей транспорту, ретротехніки, колекцій і мініатюр»;</li> <li>• КП «Вінницька транспортна компанія».</li> </ul>
<b>Польські сторінки Вінницького літопису</b>	Формування змістовної програми для польських туристів. Включає такі заходи: <ul style="list-style-type: none"> <li>• започаткування маршруту «Місцями Грохольських»;</li> <li>• увиразнення меморіальних зон Вінницької трагедії для польськомовної аудиторії;</li> <li>• проведення майстерні «Польський слід Речі Посполитої у Вінниці»;</li> <li>• створення маршрутів, пов'язаних з видатними поляками.</li> </ul>	<b>А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм</b>	2029	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• Костел Пресвятої Діви Марії Ангельської;</li> <li>• Національні спільноти;</li> <li>• Вінницький обласний високоспеціалізований ендокринологічний диспансер.</li> </ul>
<b>Вінницькі гастроподії</b>	Забезпечення цілорічної оригінальної програми фестивалів їжі та напоїв. Включає такі заходи: <ul style="list-style-type: none"> <li>• карнавал солодошів;</li> <li>• фестиваль сала і страв до сала;</li> <li>• Вінницький вишневий вікенд;</li> <li>• фестиваль польової кухні імені Тараса Сича;</li> <li>• фестиваль крафтового виноробства «Боже, лле» та Vinnytsia Wine Days.</li> </ul>	<b>А.1.2. Гастрономічний туризм</b>	2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• ГО «Союз виноградарів та виноробів Вінниччини»;</li> <li>• ГО «Клуб</li> </ul>

				<p>подільської кухні»;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль»»;</li> <li>• Міський палац мистецтв;</li> <li>• виробники;</li> <li>• ресторатори;</li> <li>• навчальні заклади.</li> </ul>
<p><b>Унікальні смаки Поділля</b></p>	<p>Популяризація вінницьких страв і гастробрендів, створення точок продажу і подачі автентичної продукції подільської кухні.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вивчення локальних рецептур, реєстрація регіональної культури приготування страв і напоїв як нематеріальної культурної спадщини;</li> <li>• проведення кулінарних майстер-класів для аматорів, студентів та професіоналів;</li> <li>• розширення числа місцевих ресторанів, які пропонують унікальні страви подільської та української кухні;</li> <li>• збільшення точок реалізації місцевих виробників харчової продукції;</li> <li>• поява гастромапи;</li> <li>• представлення гастрономічної тематики на порталі Vinnytsia.city;</li> <li>• формування нових гастромаршрутів.</li> </ul>	<p><b>А.1.2. Гастрономічний туризм</b></p>	2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької ОДА/ОВА;</li> <li>• ГО «Клуб подільської кухні»;</li> <li>• об'єднання рестораторів;</li> <li>• організатори гастрономічних фестивалів;</li> <li>• виробники.</li> </ul>
<p><b>Гастрохаб</b></p>	<p>Поява фізичного майданчика для дослідження та популяризації локального гастропродукту.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• запуск кулінарної школи «Вінницька академія смаку»</li> <li>• поява гастрокворкінгу</li> </ul>	<p><b>А.1.2. Гастрономічний туризм</b></p>	2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент економіки та інвестицій;</li> <li>• ГО «Клуб подільської кухні»;</li> <li>• Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль»;</li> <li>• ДПТНЗ Вінницьке ВПУСП;</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• об'єднання рестораторів;</li> <li>• виробники.</li> </ul>
<b>Vinnitsia Convention Bureau</b>	<p>Створення конференцбюро для просування та координації ділових і освітніх заходів.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• каталогізація інфраструктури (залів) та сервісів проведення зустрічей, представлення їх на порталі;</li> <li>• випуск Meeting Planner Guide та календаря бізнес-подій;</li> <li>• проведення топових галузевих подій національного та міжнародного рівня, зокрема у сферах ІТ, аграрній, харчовій, соціальной, урбаністичній тощо.</li> </ul>	<b>А.1.3. Діловий і освітній туризм</b>	2028	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММТТ;</li> <li>• департамент економіки і інвестицій;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• КП «Інститут розвитку міст»;</li> <li>• ГО «Вінницький Бізнес Клуб»;</li> <li>• ГО «Вінницький клуб ділових людей»;</li> <li>• ГО «Спілка підприємців «СТІНА»;</li> <li>• Вінницька торгово-промислова палата;</li> <li>• подієві сервіси;</li> <li>• вищі навчальні заклади.</li> </ul>
<b>Вінниця на воді</b>	<p>Активізація прибережних зон та можливостей відпочинку на водоймах.</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• сезонна робота річкового транспорту (теплоходи, річковий трамвай, вінницька гондола, катамарани);</li> <li>• проведення подій на водоймах для спортсменів і аматорів;</li> <li>• створення «Алеї 12,7» на лівому березі Південного Бугу</li> </ul>	<b>А.1.4. Активний і екологічний туризм</b>	2030	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММТТ;</li> <li>• департамент комунального господарства і благоустрою;</li> <li>• департамент земельних ресурсів;</li> <li>• департамент транспорту та міської мобільності;</li> <li>• комітет з фізичного виховання та спорту;</li> <li>• КП «Інститут розвитку міст»;</li> <li>• КП «Агенція просторового розвитку»;</li> <li>• власники маломірних і спортивних суден;</li> <li>• туристичні клуби та пункти прокату.</li> </ul>

<p><b>Заповідні куточки Вінниці</b></p>	<p>Розробка маршрутів та оглядових точок для екологічних форм туризму. Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• створення оглядових майданчиків та інформаційних інтерактивних стендів для ознайомлення з флорою і фауною збережених екосистем у межах міста;</li> <li>• розвиток бердвотчингу в межах міста та на його околицях, зокрема по течії малих річок;</li> <li>• маркування маршрутів для хайкінгу та велосипедів у Лісопарку, Сабарівському лісі, ботанічному саду «Поділля» та інших природних зонах.</li> </ul>	<p><b>А.1.4. Активний і екологічний туризм</b></p>	<p>2026</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММТТ;</li> <li>• департамент економіки і інвестицій</li> <li>• департамент відновлення та розвитку</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• КП «Інститут розвитку міст»</li> <li>• КП ВМР «Дирекція парків та дозвілля територіальної громади»;</li> <li>• КП «Вінницязеленбуд»;</li> <li>• Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського;</li> <li>• Вінницький національний аграрний університет;</li> <li>• туристичні клуби.</li> </ul>
---	---	--	-------------	--

<b>Вінницький кластер медичного туризму</b>	<p>Дослідження та сегментація ринку, формування пакетних та індивідуальних пропозицій</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• сприяння створенню профільних провайдерів медичного туризму;</li> <li>• створення онлайн-агрегатора цінкових пропозицій;</li> <li>• організація подій у галузі медичного туризму національного та міжнародного рівня.</li> </ul>	<b>А.2.1. Формування сервісів для розвитку медичного й оздоровчого туризму</b>	2029	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• департамент охорони здоров'я;</li> <li>• департамент економіки інвестицій;</li> <li>• Вінницький національний медичний університет ім. М. Пирогова;</li> <li>• Вінницька психоневрологічна лікарня ім. Юценка;</li> <li>• Вінницький регіональний клінічний лікувально-діагностичний центр серцево-судинної патології;</li> <li>• приватні медичні та оздоровчі заклади.</li> </ul>
<b>Музей Мужніх</b>	<p>Музей присвячено героям Революції гідності і російсько-української війни. Окрім військових, в експозиції передбачається представити потужний волонтерський рух, добровольчий рух, капеланів, військових медиків, вимушено переміщених осіб.</p>	<b>А.2.2. Формування військово-історичних турпродуктів в та маршрутів пам'яті</b>	2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>• департамент культури;</li> <li>• Вінницький обласний краєзнавчий музей;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• ДММтТ;</li> <li>• ветеранські організації.</li> </ul>
<b>Магнетичне місто</b>	<p>Обігравання образів популярної культури, сфокусованих довкола Вінниці (герої та злодії коміксів, шпигунські загадки часів холодної війни, вінницький бестіарій, містичні історії тощо).</p> <p>Включає такі заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• квест-тури і театралізовані екскурсії;</li> <li>• інсталяція, присвячена магнітним аномаліям;</li> <li>• фестиваль коміксів та адреналінових жанрів MagnetCon.</li> </ul>	<b>А.2.3. Креативні туристичні продукти</b>	2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• відділ молодіжної політики;</li> <li>• гіді.</li> </ul>

<p><b>Цифрова Вінниця. Туризм</b></p>	<p>Інтеграція елементів віртуальної/доповненої реальності з відображенням макетів існуючих чи втрачених локацій, будівель, артефактів та постатей в місцеві додатки і сайти.</p>	<p><b>А.3.2. Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і цифрових сервісів</b></p>	<p>2030</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• Департамент інформаційних технологій;</li> <li>• КП «Вінницький інформаційний центр»;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• ІТ-компанії.</li> </ul>
<p><b>Програма підтримки книжкових видань про Вінницю</b></p>	<p>Стимулювання появи популярних видань, путівників, альбомів, досліджень, художньої літератури про Вінницю та регіон, що слугують презентаційним та сувенірним продуктом про місто.</p>	<p><b>А.3.2. Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і цифрових сервісів</b></p>	<p>2030</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• ГО «Вінницьке історичне товариство»;</li> <li>• ГО «Подільська спадщина».</li> </ul>
<p><b>Вежа Артинова</b></p>	<p>Перетворення головного символу міста у сучасний інтерактивний музейний простір.</p>	<p><b>Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів</b></p>	<p>2030</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• департамент культури;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• ДММтТ.</li> </ul>
<p><b>Вінницькі Мури</b></p>	<p>Активізація внутрішніх просторів комплексу Мури для проведення заходів та експонування колекцій, а також супутньої інфраструктури (інформаційний пункт, крамниця сувенірів, кав'ярня, інтерактивні об'єкти)</p>	<p><b>Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів</b></p>	<p>2029</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ,</li> <li>• департамент культури;</li> <li>• Вінницький обласний краєзнавчий музей;</li> <li>• Вінницький обласний художній музей;</li> <li>• Вінницько-Барська єпархія ПЦУ;</li> <li>• Державний архів Вінницької області.</li> </ul>

<p><b>Музей Вінниці</b></p>	<p>Створення сучасного муніципального музейного закладу на території садиби Боруха Львовича (вул. Симона Петлюри, 15А, Б).</p>	<p><b>Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів</b></p>	<p>2026</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Департамент культури;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• ДММтТ.</li> </ul>
<p><b>Туристичний хаб Вінниці</b></p>	<p>Створення простору для гуртування спільноти, яка робить Вінницю туристичною та гостинною. Туристичний хаб передбачає наявність повноцінної екосистеми, в якій взаємодіють органи управління, підприємці, стартапи, креативний клас, здобувачі профільної освіти, туристичний бізнес та кінцеві споживачі туристичних продуктів. Хаб – це інфоцентр з кав'ярнею і сувенірною лавкою, подієвий і тренінговий майданчик, офіс і коворкінг. Обслуговування туристів здійснюється відповідно до міжнародних стандартів надання туристичної інформації.</p>	<p><b>Б.3.1. Створення єдиної мережі туристично-інформаційних центрів / пунктів</b></p>	<p>2025</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• ДМГ.</li> </ul>
<p><b>Camino Podolico</b></p>	<p>Створення пішого маршруту Camino Podolico – української частини Шляху святого Якова (паломницька дорога до могили апостола Якова в іспанському місті Сантьяго-де-Компостела). Camino Podolico – це маршрут з Вінниці до Кам'янця-Подільського, який стане першою частиною українського Шляху святого Якова. Проектом передбачено також створити у Вінниці паломницький центр Шляху на базі Храму Пресвятої Діви Марії Ангельської.</p>	<p><b>В.3.3. Активізація співпраці з міжнародними партнерами</b></p>	<p>2026</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької ОДА/ОВА;</li> <li>• Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського;</li> <li>• Костел Пресвятої Діви Марії Ангельської ;</li> <li>• територіальні громади.</li> </ul>

<p><b>Школа гідів</b></p>	<p>Підвищення знань та навичок гідів, розробка унікальних туристичних пропозицій. В рамках Школи гідів відбуваються освітні заходи з маркетингу, розвитку малого підприємництва, з методики підготовки та апробації туристичних маршрутів та мовні курси, спрямовані на підвищення компетентності гідів.</p>	<p><b>В.1.1. Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери</b></p>	<p>2026</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• КП «Офіс туризму Вінниці»;</li> <li>• Музей Вінниці;</li> <li>• ГО «Вінницьке історичне товариство»;</li> <li>• ГО «Подільська спадщина»;</li> <li>• Всеукраїнська асоціація гідів;</li> <li>• Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського;</li> <li>• гіді.</li> </ul>
<p><b>Вінницький стандарт гостинності</b></p>	<p>Підвищення конкурентоспроможності малого та середнього підприємства Вінниці у сферах туризму та гостинності за рахунок серії освітніх заходів з підвищення кваліфікації працівників туристичної і готельно-ресторанної сфер, удосконалення якості сервісу готелів та ресторанів, консолідації туристичного середовища, вироблення Вінницького стандарту гостинності (документу, заснованому на консенсусі представників та представниць сфери гостинності з установленими нормами обслуговування клієнтів та особливостям вінницького сервісу). Вінницький стандарт гостинності носить рекомендаційний характер і сприяє розвитку туристичного потенціалу та впізнаваності міста.</p>	<p><b>В.1.1. Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери</b></p>	<p>2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДММтТ;</li> <li>• департамент економіки і інвестицій;</li> <li>• ГО «Спілка підприємців «СТІНА»;</li> <li>• ГО «Вінницька асоціація гостинності "ХлібСіль"»</li> <li>• гіді;</li> <li>• ресторатори;</li> <li>• готельєри.</li> </ul>

## Перелік інвестиційних проєктів та об'єктів для потенційного приватно-публічного партнерства

Назва	Опис	Форми інвестування
<b>Територія SUN</b>	Проєкт ревіталізації території колишнього дитячого санаторію імені М. Коцюбинського з метою подальшого розвитку території як мистецької платформи, креативного хабу та рекреаційної зони для активного відпочинку, туризму, проведення культурних, освітніх, екологічних та урбаністичних подій.	Довгострокова оренда
<b>Музей української марки імені Якова Балабана</b>	Створення інтерактивного центру сімейного відпочинку, де люди різних поколінь зможуть пізнати історію пошти і філателії. В музеї чільне місце має зайняти унікальна колекція українських марок Якова Балабана, поштові листівки різних країн та епох. Також тут діятимуть гуртки колекціонерів, простір для змінних виставок на тему культурної дипломатії та майданчик для проведення подій.	Партнерська угода
<b>Музей ретроколекцій</b>	Створення виставкових залів з можливістю експонування колекцій радіо, теле-, фототехніки, музичних інструментів, іграшок тощо.	Партнерська угода
<b>Гастроквартал</b>	Створення гастрокварталу з метою формування та просування бренду подільської кухні, стимулювання створення концептуальних закладів харчування та розвитку гастротуризму на Вінниччині. Гастроквартал міститиме: виставковий центр, конференц-зали, гастрохаб, кінотеатр та комерційні площі.	Будівництво, довгострокова оренда
<b>Аеропорт «Вінниця»</b>	Концепція реконструкції терміналу Міжнародного аеропорту «Вінниця» передбачає створення сучасного транспортного хабу, здатного забезпечити обслуговування пасажирів та вантажних перевезень. Згідно з концепцією, реконструйований термінал матиме орієнтовну площу 11 000 метрів квадратних. Реконструйоване бомбосховище, повне перепланування приміщень, надбудований третій поверх, окремий вхід для VIP персон і два гейти для відправлення пасажирів.	Концесія
<b>Залізничний вокзал</b>	АТ «Укрзалізниця» планує передати в управління приватному інвестору Вінницький залізничний вокзал. Це дасть можливість модернізувати їх інфраструктуру та перетворити ці об'єкти зі збиткових на прибуткові.	Концесія
<b>Готель в садибі</b>	Створення туристично-відпочинкової локації, яка	Довгострокова

<b>Новінського і парк Кумбари</b>	включатиме обладнання сучасного готельного комплексу з конференц-залами, облаштування скверу Кумбари та реконструкцію сходів Артинова з відновленням переправи на півострів Бригантина.	оренда
<b>Тематичний парк розваг, аквапарк</b>	Розвиток зон Вишенського парку з розважальними, відпочинковими, освітніми та гастрономічними локаціями.	Будівництво
<b>Центр сімейного відпочинку</b>	Розширення «Подільського зоопарку» по вулиці С. Зулінського: поява нових інтерактивних зон, парку динозаврів тощо.	Оренда
<b>Мобільний додаток Old City</b>	Розробка мобільного додатку, що у режимі доповненої реальності дозволяє відобразити старовинний вигляд існуючих чи втрачених будівель, здійснити квест і зробити знімок.	Акселераційні програми

**Звіт про стратегічну екологічну  
оцінку Стратегії розвитку туризму  
міста Вінниці до 2030 року**

м. Вінниця, 2020 р.

# Зміст

## ВСТУП

1. ЗМІСТ І ОСНОВНІ ЦІЛІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ МІСТА ВІННИЦІ ДО 2030 РОКУ
2. ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ ДОВКІЛЛЯ МІСТА ВІННИЦІ
3. ОСНОВНІ ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ МІСТА ВІННИЦІ
4. ЗОБОВ'ЯЗАННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ
5. ЙМОВІРНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ ДОВКІЛЛЯ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ МІСТА ВІННИЦІ
6. ЗАХОДИ ІЗ ЗАПОБІГАННЯ, ЗМЕНШЕННЯ ТА ПОМ'ЯКШЕННЯ ЙМОВІРНИХ НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ ВИКОНАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ МІСТА ВІННИЦІ
7. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ВИПРАВДАНИХ АЛЬТЕРНАТИВ
8. ЗАХОДИ, ПЕРЕДБАЧЕНІ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ МОНІТОРИНГУ НАСЛІДКІВ ВИКОНАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ МІСТА ВІННИЦІ ДЛЯ ДОВКІЛЛЯ, В ТОМУ ЧИСЛІ ДЛЯ ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ
9. РЕЗЮМЕ

## Вступ

На сучасному етапі розвитку суспільства все більшого значення у міжнародній, національній і регіональній політиці набуває концепція збалансованого (сталого) розвитку, спрямована на інтеграцію економічної, соціальної та екологічної складових розвитку. Поява цієї концепції пов'язана з необхідністю розв'язання екологічних проблем і врахування екологічних питань в процесах планування та прийняття рішень щодо соціально-економічного розвитку країн, регіонів і населених пунктів.

Стратегічна екологічна оцінка документів державного планування дає можливість зосередитися на всебічному аналізі можливого впливу планованої діяльності на довкілля та використовувати результати цього аналізу для запобігання або пом'якшення екологічних наслідків в процесі стратегічного планування. Стратегічна екологічна оцінка (СЕО) – це новий інструмент реалізації екологічної політики, який базується на простому принципі: легше запобігти негативним для довкілля наслідкам діяльності на стадії планування, ніж виявляти та виправляти їх на стадії впровадження стратегічної ініціативи.

Метою СЕО є сприяння сталому розвитку через забезпечення охорони довкілля, безпеки життєдіяльності населення та охорони його здоров'я, інтегрування екологічних вимог під час розроблення та затвердження документів державного планування.

В Україні створені передумови для імплементації процесу СЕО, пов'язані з розвитком стратегічного планування та національної практики застосування екологічної оцінки. З 12 жовтня 2018 року вступив в дію Закон України «Про стратегічну екологічну оцінку».

Стратегічна екологічна оцінка Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року здійснювалася за підтримки проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Уряду Канади.

## 1. Зміст і основні цілі Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року

Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року спрямована на покращення умов життя як мешканців міста, так і гостей, туристів, інвесторів через поліпшення бізнес- та інвестиційного клімату, культурної привабливості міста, якості міського середовища та системи надання ринкових і неринкових послуг.

Бажана «траєкторія» розвитку туризму Вінниці, що має призвести до реалізації стратегічного бачення (див. вставку 1), визначається трьома стратегічними напрямками. Кожен з цих напрямків конкретизується в стратегічних і оперативних цілях (табл. 1).

<b>Вставка 1</b>
<b>Стратегічне бачення розвитку туризму в м. Вінниця до 2030 року</b>
Вінниця 2030 – центр відпочинкового та ділового туризму на берегах Південного Бугу зі збереженою історичною автентикою, розвиненою мережею наземного та авіасполучення, зручною і безпечною туристичною інфраструктурою, з цілорічною та різноманітною програмою перебування, що поєднує сучасність з інтеркультурним минулим та дозволяє насолоджуватися містом і його околицями відвідувачам з різними фінансовими можливостями.

**Таблиця 1. Стратегічні та оперативні цілі Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року**

Стратегічна ціль	Оперативна ціль
<b>Стратегічний напрям А. Формування та просування туристичних продуктів</b>	
А.1. Розвиток основних видів туризму	А.1.1. Культурно-пізнавальний туризм А.1.2. Гастрономічний туризм А.1.3. Діловий і освітній туризм А.1.4. Активний і екологічний туризм
А.2. Формування нішевих туристичних продуктів	А.2.1. Формування сервісів для розвитку медичного й оздоровчого туризму А.2.2. Формування військово-історичних турпродуктів та маршрутів пам'яті А.2.3. Креативні туристичні продукти
А.3. Створення системи просування туристичних продуктів	А.3.1. Система цифрового просування міста А.3.2. Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і цифрових сервісів А.3.3. Системна участь у внутрішніх і зарубіжних туристичних заходах
<b>Стратегічний напрям Б. Розвиток інфраструктури для туризму</b>	
Б.1. Розвиток інфраструктури мобільності і безпеки	Б.1.1. Формування мережі місць паркування та зупинок туристичного транспорту Б.1.2. Підвищення рівня доступності і безпеки туристичних об'єктів для маломобільних груп населення й туристів Б.1.3. Створення мережі автопрокату, екскурсійного транспорту та якісного туристичного таксі Б.1.4. Створення мережі зарядних станцій електромобілів, зокрема для транзитних туристів Б.1.5. Вдосконалення пішохідної, водної та велоінфраструктури
Б.2. Розвиток інфраструктури та благоустрій території міста	Б.2.1. Забезпечення питними фонтанами та громадськими вбиральнями туристичних локацій Б.2.2. Впорядкування міських об'єктів для залучення до туристичної сфери Б.2.3. Благоустрій місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів Б.2.4. Стимулювання розширення мережі закладів розміщення та інфраструктури ділового туризму
Б.3. Розвиток туристичної інфраструктури	Б.3.1. Створення єдиної мережі туристично-інформаційних центрів / пунктів Б.3.2. Уніфікація та осучаснення туристичної інформації та навігації у місті

	Б.3.3. Перетворення музеїв у сучасні осередки привабливості та інформування туристів
<b>Стратегічний напрям В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі</b>	
В.1. Підвищення якості послуг туристичної сфери	В.1.1. Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери В.1.2. Впровадження міжнародних стандартів якості та безпеки в туристичній сфері В.1.3. Запровадження й розвиток міської картки туриста
В.2. Стимулювання розвитку МСП в туризмі	В.2.1. Запровадження навчальних програм для розвитку МСП в туризмі В.2.2. Створення механізмів фінансових і нефінансових стимулів для розвитку МСП в туризмі В.2.3. Підготовка і просування інвестиційних пропозицій зі створення та модернізації туристичних об'єктів
В.3. Налагодження різнорівневих комунікацій	В.3.1. Сприяння розвитку бізнес-об'єднань (асоціацій, кластерів) в туризмі та налагодження комунікацій з ними В.3.2. Координація дій міських і обласних органів влади, бізнесу та громадськості в туристичній сфері В.3.3. Активізація співпраці з міжнародними партнерами

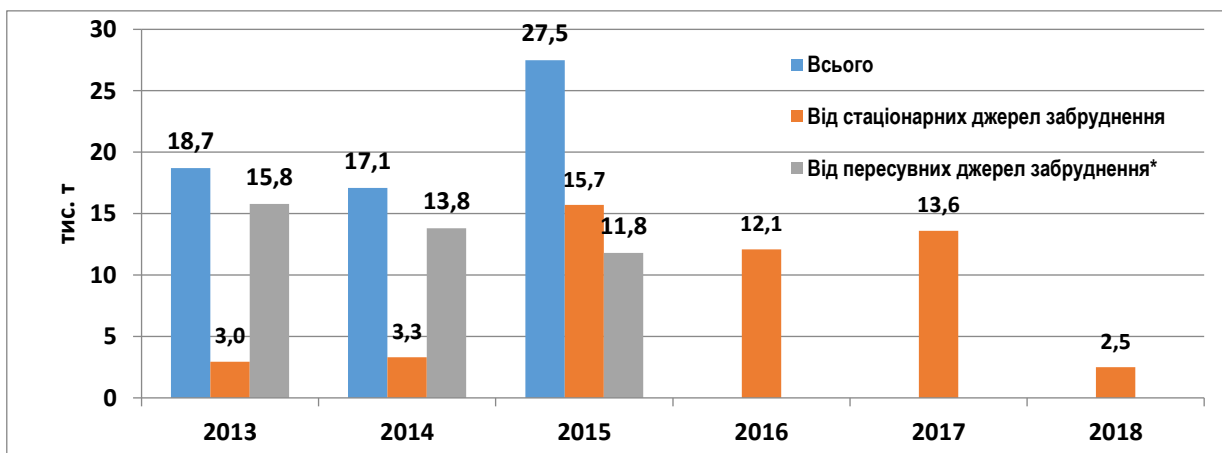
Стратегія узгоджена з такими стратегічними документами:

- «Концепція інтегрованого розвитку міста Вінниці-2030» (рішення від 22 лютого 2019 р. № 1542).

## 2. Характеристика стану довкілля міста Вінниці

### Атмосферне повітря

Динаміка викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря у м. Вінниці протягом 2013-2018 років представлена на рис. 1. Спостерігається значне коливання обсягів викидів від стаціонарних джерел. Потужним забруднювачем довкілля в місті залишаються пересувні джерела забруднення. При цьому лівова частка викидів припадає на автотранспорт.



\* з 2016 р. дані щодо викидів забруднюючих речовин від пересувних джерел викидів відсутні у зв'язку зі зміною форми статистичної звітності: виключенням даної позиції зі звітів 2 тп-повітря

Джерело: Доповіді про стан навколишнього природного середовища у Вінницькій області (2013-2018 роки)

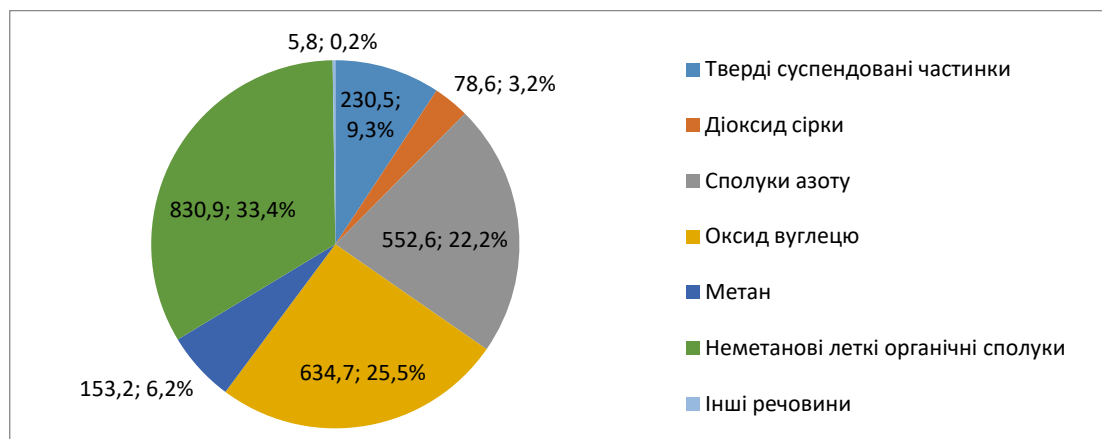
**Рис. 1. Динаміка викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря у м. Вінниці в 2013-2018 роках**

У 2018 році у повітря м. Вінниці від стаціонарних джерел забруднення потрапило 2,486 тис. т

забруднюючих речовин (без урахування викидів діоксиду вуглецю), що склало 2,6% від загального обсягу викидів області.

Основними забруднювачами повітря в місті залишаються підприємства харчової промисловості, постачання теплової енергії, електроенергії, газу і транспортні підприємства.

Основними речовинами, що забруднюють атмосферне повітря, є неметанові леткі органічні сполуки (33,4%), оксид вуглецю (25,5%), сполуки азоту (22,2%), тверді суспендовані частинки (9,3%) і метан (6,2%) (рис. 2).



Джерело: Головне управління статистики у Вінницькій області

**Рис. 2. Обсяги викидів основних забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення у м. Вінниці в 2018 році, т**

У м. Вінниця постійний моніторинг атмосферного повітря проводиться Вінницьким обласним центром з гідрометеорології двома постами типу «Пост-2». За інформацією обласного центру в 2018 р. значних змін у стані забруднення м. Вінниця у порівнянні з 2017 роком не відбулося, лише значною мірою зменшилися концентрації діоксиду азоту (середні й максимальні).

Середні концентрації за рік по місту за всіма інгредієнтами в кратності ГДК мали значення: пил – 0,7 ГДК; діоксид сірки – 0,02 ГДК; оксид вуглецю – 0,3 ГДК; діоксид азоту – 1,25 ГДК; фтористий водень – 1,0 ГДК; аміак – 0,25 ГДК; формальдегід – 1,3 ГДК.

Максимальні концентрації в кратності до ГДК мали такі значення: пил – 0,4 ГДК; діоксид сірки – 0,04 ГДК; оксид вуглецю – 0,6 ГДК; діоксид азоту – 2,6 ГДК; фтористий водень – 2,4 ГДК; аміак – 0,3 ГДК; формальдегід – 1,5 ГДК.

**Таблиця 2. Вміст забруднюючих речовин в атмосферному повітрі м. Вінниці в 2018 році**

Назва забруднюючої речовини	Середньорічний вміст, мг/м <sup>3</sup>	Середньодобові ГДК, мг/м <sup>3</sup>	Максимальні разові ГДК, мг/м <sup>3</sup>	Максимальний вміст, мг/м <sup>3</sup>
Пил	0,10	0,15	0,50	0,20
Діоксид сірки	0,001	0,05	0,5	0,02
Оксид вуглецю	1,00	3,00	5,00	3,00
Діоксид азоту	0,05	0,04	0,20	0,52
Фтористий водень	0,005	0,005	0,02	0,048
Аміак	0,01	0,003	0,035	0,06
Формальдегід	0,004	0,003	0,20	0,052
Кадмій	0,001	0,02	1,00	0,01
Залізо	0,64	4,30	40,0	1,69
Марганець	0,01	0,05	0,63	0,04
Мідь	0,03	0,19	2,00	0,14
Нікель	0,01	0,04	1,00	0,03

Свинець	0,02	0,04	0,3	0,17
Хром	0,01	0,06	0,78	0,03
Цинк	0,06	0,21	50,0	0,28

У 2014-2018 роках спостерігалася тенденція до зниження в атмосферному повітрі Вінниці вмісту кадмію, марганцю, міді, хрому, залізу, нікелю, незначною мірою зросли показники щодо свинцю і цинку.

Індекс забруднення атмосферного повітря (ІЗА) м. Вінниці у 2018 році становив 4,47 і дещо зріс порівняно з 2017 роком (4,35). ІЗА складався з суми таких пріоритетних домішок: діоксид азоту – 1,23; формальдегід – 1,22; фтористий водень – 0,88; пил – 0,69; оксид вуглецю – 0,46.

## **Водні ресурси**

### **Водозабезпеченість**

Територію міста перетинає річка Південний Буг, в яку впадають 3 малі річки та 6 безіменних струмків загальною довжиною майже 70 км. У межах міста розташовано 9 відкритих штучних і природних водойм.

Гідрологічна мережа міста Вінниці представлена р. Південний Буг і трьома малими річками – Тяжилівка, Вишня та Вінничка. Мережа річок і струмків міста досить густа (1,05 км/км<sup>2</sup>). На 1 км<sup>2</sup> площі припадає 0,77 км річок. Головна річка Вінниці – Південний Буг. Річка має загальну протяжність 806 км, у межах міста – 14 км. Стік Південного Бугу в межах міста зарегульований Сабарівським водосховищем. Найдовшою (22 км) з малих річок міста є річка Вишня – права притока Південного Бугу. Мала річка Тяжилівка друга за довжиною (14 км) і річка Вінничка (13 км) – ліві притоки Південного Бугу.

Річки Вінниці мають змішане живлення, переважно дощовими (51%), талими сніговими (23%) та підземними (26%) водами. Стік малих річок зарегульований значною кількістю ставків.

### **Водопостачання та водовідведення**

Сфера водопостачання міста Вінниці характеризується тим, що основним (для більшості районів міста – єдиним) джерелом питної води для містян є річка Південний Буг.

Водопостачання та водовідведення забезпечується комунальним підприємством «Вінницяоблводоканал». Для забезпечення послуг із централізованого водопостачання та водовідведення задіяні водозабірні насосна станція, 6 магістральних водоводів Д=400-1200 мм, 623,1 км мереж водопостачання, 532,9 км мереж водовідведення, 27 водопровідних насосних станцій (ВНС), 23 каналізаційні насосні станції (КНС) та очисні каналізаційні споруди (ОКС).

КП «Вінницяоблводоканал» є найбільшим водоспоживачем у розрізі підприємств у Вінницькій області (21% від загального використання води в області). Станом на кінець 2018 року обласним КП «Вінницяоблводоканал» обслуговувалися 127 тис. домогосподарств у м. Вінниця (109 тис. – багатоквартирні будинки, 18 тис. – приватні будинки). Якщо брати до уваги, що, за статистикою, середній розмір домогосподарства у Вінниці становить 2,02 особи (дані Центру муніципальних систем управління), комунальне підприємство постачає питну воду приблизно 256 тис. мешканців. Південний Буг є джерелом води для 69% населення міста. Місту складно диверсифікувати джерела водопостачання, оскільки іншої великої річки немає поряд із Вінницею, а підземні води як альтернатива недостатньо досліджені.

Міський водоканал (особливо очисні споруди в Сабарові) потребує технологічного переоснащення та розширення потужностей, оскільки вони розраховані на певний об'єм обробки води, проте рівень споживання питної води та продукування стоків у місті значно збільшився. Ремонт очисних споруд сприятиме впровадженню технологічно ефективних методів очищення.

Труби, а також насосні станції та інші технічні засоби водопостачання та водовідведення у Вінниці переважно застарілі й зношені (це стосується як підвідних, так і внутрішньобудинкових комунікацій). Тому відбуваються великі втрати води, а витрати на їх компенсацію перекладаються на місцевий бюджет і споживачів.

Застарілі технології очищення, зношеність інфраструктури, втрати води роблять галузь водопостачання та водовідведення енергоємною та дорогою у функціонуванні й обслуговуванні.

### Питне водопостачання

Контроль за якістю питної води в місті здійснює ДУ «Вінницький обласний лабораторний центр МОЗ України». В останні роки спостерігається відчутне погіршення якості й безпечності питної води у порівнянні з показниками минулих років як за мікробіологічними, так і за санітарно-хімічними показниками.

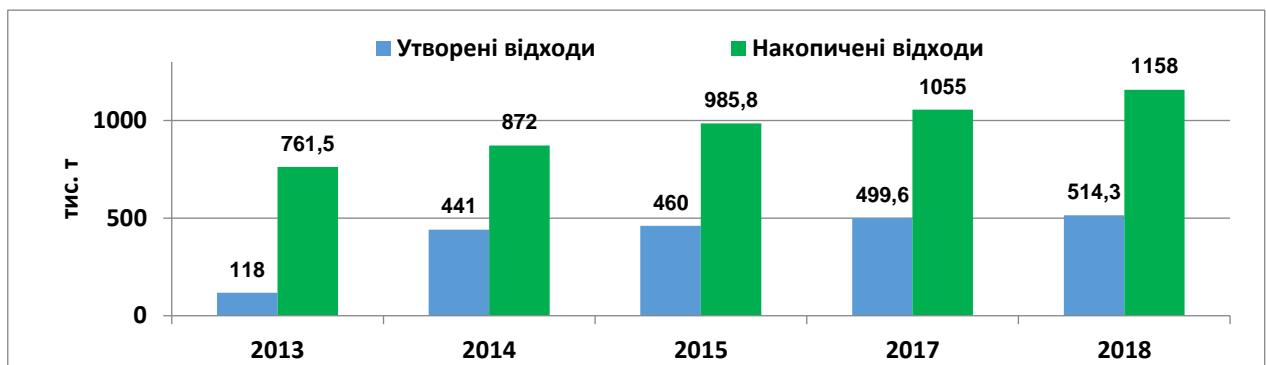
У 2018 році фахівцями Вінницького обласного лабораторного центру було відібрано та лабораторно досліджено на хімічні показники 120 проб питної води із централізованої мережі міста, з яких 37 (30,8%) не відповідало вимогам ДСанПіНу 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною». Невідповідність по запаху, рН, перманганатній окисності. На бактеріологічні показники досліджено 120 проб, з яких 11 (9,2%) невідповідаючих. Невідповідність зареєстрована, переважно, за вмістом загальних коліформ.

В ході моніторингу якості води криниць громадського використання для лабораторних досліджень на хімічні та бактеріологічні показники відібрано воду з 137 криниць. Невідповідність якості води нормативним вимогам за хімічними показниками зареєстрована в 120 (87,6%), за бактеріологічними показниками – в 63 (46,0%) пробах.

З річки Південний Буг упродовж 2018 року досліджено на хімічні показники 46 проб води, з яких не відповідало нормативам 46 проб (100%). Невідповідність якості води р. Південний Буг нормативним вимогам зареєстрована за органолептичними показниками, водневому показнику, загальній жорсткості, (рН), БСК-5, БСК-20, аміаку, окисності та формальдегіду. На бактеріологічні показники досліджено 46 проб, з них у 34 пробах (73,9%) виявлено перевищення вмісту лактозо-позитивних кишкових паличок, *St. aureus*. Із досліджених 46 проб у 1 пробі виявлені яйця гельмінтів (2,2%). Збудників інфекційних хвороб не виявлено.

### Відходи

Динаміка утворення та накопичення відходів у м. Вінниці представлена на рис. 3. Кількість утворених і накопичених відходів непинно зростає.



Джерело: Головне управління статистики у Вінницькій області

**Рис. 3. Динаміка основних показників утворення та накопичення відходів у м. Вінниці**

У 2018 році найбільше відходів I–IV класів небезпеки утворилося у Вінниці – 28,9% від загальної кількості обласних відходів. У місті утворилося 514,3 тис. т відходів I–IV класів небезпеки, в тому числі 277,6 т відходів I–III класів небезпеки. Із загальної кількості відходів було утилізовано 48,2 тис. т (у 2017 р. – 1,4 тис. т), спалено – 55,2 тис. т (у 2017 р. – 55,8 тис. т), видалено у спеціально відведені місця – 102,9 тис. т (у 2017 р. – 94,9 тис. т).

### Озеленення та природоохоронні території міста

Загальна площа зелених насаджень міста становить 3640,8 га, зокрема 971,8 га загального користування.

На території міста знаходяться 13 об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) загальною площею 151,97 га (табл. 3).

**Таблиця 3. Перелік об'єктів природно-заповідного фонду м. Вінниці**

№	Назва	Площа, га	Рішення, згідно якого створено об'єкт	Місце знаходження
<b>Парки пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення</b>				
1.	Ботанічний сад «Поділля»	72,0	Постанова Держкомприроди УРСР від 30.08.90 р. №18	м. Вінниця, вул. Пирогова, 155
2.	Центральний парк культури і відпочинку ім. Леонтовича	30,0	Постанова Держкомприроди УРСР від 30.08.90 р. №18	м. Вінниця, вул. Хлібна, 1
3.	Вишеньський парк			м. Вінниця, вул. Андрія Первозванного
<b>Пам'ятки природи місцевого значення</b>				
<b>Ботанічні</b>				
4.	Красень дуб	0,01	Рішення облвиконкому №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця (біля стоматологічної поліклініки, вул. 9-го Січня, 24)
5.	Дуб велетень	0,01	Рішення облвиконкому №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця, вул. Хмельницьке Шосе, 6
6.	Сосна веймутова (8 шт.)	0,05	Рішення облвиконкому №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця, вул. Свердлова, 106
7.	Алея горіха Зібольда	1,0	Рішення облвиконкому №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця, вул. Пирогова, від №154 до «Електромережі»
8.	Алея вікових лип	3,8 (140)	Рішення облвиконкому №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця – Хмельницьке шосе
<b>Комплексні</b>				
9.	Музей-садиба М. Коцюбинського	0,6	Рішення 13 сесії 22 скликання облради від 26.12.97 р.	м. Вінниця, вул. І. Бевза – пл. М. Коцюбинського
<b>Парки пам'ятники садово-паркового мистецтва місцевого значення</b>				
10	П'ятничанський парк	32,0	Рішення облвиконкому №187 від 13.05.96, №335 від 22.06.72 р.	м. Вінниця, вул. Мічуріна, 32
11	Парк ім. О.І. Ющенка	15,0	Рішення облвиконкому №441 від 30.07.69, №335 від 22.06.72 р.	м. Вінниця, вул. Пирогова, 109
12	Дендрарій лісово-дослідної станції	5,8	Рішення облвиконкому №441 від 30.07.69, №335 від 22.06.72 та №371 від 29.08.84 р.	м. Вінниця, вул. Максимовича, 39
13	Музей-садиба М.І. Пирогова	18,7	Розпорядження Вінницької облдержадміністрації від 22.12.95 р. №200	м. Вінниця, вул. Пирогова, 155

### 3. Основні екологічні проблеми міста Вінниці

#### 1) Забрудненість водойм і підземних вод

Річка Південний Буг має четвертий рівень забрудненості (передостанній у цій класифікації), до того ж стан води в річці різко погіршився в останні роки. Місто Вінниця, крім річки Південний Буг, має розгалужену систему малих річок (Тяжилівка, Вінничка, Вишенька) та їхніх приток, окремих потічків і струмків, особливо в районах міста з горбистим рельєфом (П'ятничани, Корея, лісові масиви на північному заході міста, окремі райони Старого Міста), а також значну кількість природних і штучних озер. Враховуючи санітарний стан деяких водних об'єктів міста,

відсутність каналізування в окремих районах і комплексного контролю за якістю води в цих водоймах, усе, що потрапило до них, потрапляє у Південний Буг як основне джерело водопостачання Вінниці.

Значне забруднення р. Південний Буг вище зони санітарної охорони водозабірних споруд відбувається у смт Стрижавці, де немає централізованого каналізування. На території ж міста забруднення відбувається за рахунок стічних вод із підприємств і приватних домогосподарств, очисних споруд, зливової каналізації.

Збір і очищення талої й дощової води є важливим для якості питної води. Враховуючи кліматичний характер зим (потреба у використанні соляних сумішей для безпечного пересування містом), автомобілізацію міського середовища (осідання шкідливих часток від шин на поверхні землі) та відсутності достатнього озеленення, особливо на основних магістралях міста, потреба в очищенні талих і дощових вод, які зносять шкідливі елементи в Південний Буг, стає очевидною.

Є проблема забруднення поверхневих водних об'єктів, на які Вінниця не впливає або впливає лише опосередковано. Зокрема, це стосується неконтрольованості стоків за межами Вінниці. Надмірне використання добрив і несанкціонований стік з підприємств і приватних домогосподарств, які відбуваються вище за течією Бугу, ставлять місто у патову ситуацію: Вінниця не може прямо впливати на використання водних ресурсів та запобігти їхньому забрудненню, наприклад містами Хмельницьким, Хмельником або фермерами області, але вона змушена використовувати воду, яку отримує.

Вінницю не оминула проблема зміни клімату, зокрема у Вінницькій області спостерігається падіння рівня підземних вод і обміління (або пересихання) річок.

Окремо варто відзначити стан підземних вод, які також є джерелом водонасичення Південного Бугу: місто не контролює стану підземних вод, а враховуючи наявність таких забруднювачів ґрунту та підземних вод, як, наприклад, терикон (відвал відходів хімічної промисловості) на території колишнього заводу «Хімпром», якість води в них є сумнівною.

Не менш важливим є соціальний аспект проблеми: невід'ємною ланкою забезпечення міста якісною питною водою є людський чинник. Йдеться про відсутність культури економії та бережливого ставлення до води. Для багатьох жителів Вінниці не є чимось жахливим і протиправним зливати неочищені стоки в малі річки або водойми, розташовані поряд. На жаль, окремі підприємства також не завжди піклуються про якість води та про її ефективне використання й очищення. Унаслідок цього відбувається забруднення водойм, а місто не завжди має правові інструменти для боротьби з цим явищем.

## **2) Якість питної води**

Очищення річкової води проводиться застарілими, енергозатратними та, що найважливіше, шкідливими для здоров'я містян методами. І проблема не лише в технології очищення, а й у самій воді, яку доводиться очищати. Щоб зробити придатною для пиття брудну воду, необхідна велика кількість реагентів. Очищення води відбувається згідно із застарілими стандартами, які розраховані на зовсім інші потреби і технології. У галузі водопостачання дуже важко впровадити нові технології та практики, оскільки ні технічний персонал, ні інфраструктура не готові до них. На сьогодні більшість міських водоканалів залежні від постачання сировини для очищення води, яка виготовляється на єдиному підприємстві країни. Якщо станеться надзвичайна ситуація (наприклад, зупинка роботи заводу «Дніпроазот», яка вже мала місце), цілі міста, включно з Вінницею, втратять здатність забезпечувати базову потребу містян у питній воді.

Труби, а також насосні станції та інші технічні засоби водопостачання й водовідведення у Вінниці переважно застарілі та зношені (це стосується як підвідних, так і внутрішньобудинкових комунікацій). Тому відбуваються великі втрати води, а витрати на їх компенсацію перекладаються на місцевий бюджет і споживачів.

Постачання якісної питної води апіорі неможливе за ситуації, коли окремі райони міста частково або взагалі не підключені до каналізації (такі, як П'ятничани, Корея, Пирогово, Сабарів, Старе Місто, Малі Хутори, Хутір Шевченка, Тяжлів). Постачання якісної питної води

має свій колообіг (каналізація – річка – водоканал – кран – вода у склянці – каналізація), і каналізування є початком і водночас завершальним етапам цього колообігу.

Вінниця не зможе отримувати якісну питну воду, якщо не буде кваліфікованих спеціалістів, які утримуватимуть цю сферу на належному рівні. Відбувається масштабний відтік кадрів з галузі. Ця проблема має тривалий негативний ефект: з одного боку, втрачаються інженерні традиції та знання, набуті впродовж десятків років функціонування сфери, з іншого – відсутність нових кваліфікованих працівників означає відсутність нових ідей і підходів, які робитимуть цю сферу більш ефективною.

### **3) Зростання кількості відходів**

Показник утворення побутових відходів у місті Вінниці в середньому становить 2 м<sup>3</sup>/рік на одного мешканця (280 кг на рік). Ця цифра є значно меншою, ніж у середньому в країнах ЄС, – 480 кг на одну особу (згідно з даними Євростату, 2016 рік). Проте рівень переробки відходів у країнах ЄС є істотно глибшим і більш комплексним. Для прикладу: кожен швед продукує 443 кг відходів на рік, а ступінь переробки цих відходів (спалювання та сортування на вторсировину) становить понад 90%. Враховуючи тенденцію до збільшення кількості відходів у Вінниці, це питання залишатиметься актуальним для міста все наступне десятиліття.

В окремих районах міста є можливість сортування сміття на дві фракції (вологу та суху), а сміттесортувальна станція виокремлює із сухої фракції відходи, придатні для вторинної переробки (скло, папір, ПЕТ-пляшку). Проте через низьку культуру сортування містян глибше сортування та виділення вторинної сировини на сортувальній станції стає малоефективним.

Важливим компонентом побутових відходів, який має колосальний вплив на довкілля, є небезпечні відходи: батарейки, акумулятори, ртутні лампи, мастила та побутова хімія тощо. У Вінниці немає спеціалізованих підприємств, які здатні їх безпечно утилізувати та переробляти. Більше того, таких підприємств – одиниці в Україні.

Однією з найбільших проблем у місті є збір і перевезення небезпечних відходів у складі побутових (батарейки, акумулятори, елементи електричного та електронного обладнання, термометри, люмінесцентні лампи та інші). Мережа пунктів прийому використаних батарейок недостатньо розвинена у місті, а відсутність інформації у населення про подальший шлях до утилізації породжує недовіру та ставить під сумнів доцільність їх збору.

Вінниця динамічно розвивається та розбудовується, продукуючи велику кількість будівельних відходів. Цей тип відходів потребує окремого підходу до переробки, оскільки в ньому можуть міститися небезпечні речовини (наприклад, азбест) і він є джерелом великої кількості вторинної сировини (піску, щебню, гравію, деревини, металу тощо), яку порівняно легко відсортувати. На жаль, у Вінниці не налагоджена система сортування будівельних відходів, і вони зазвичай захоронюються разом із побутовими.

Окремої переробки потребують такі відходи, як побутова техніка, меблі, механічні пристрої (включно з транспортними засобами), оскільки вони містять безліч елементів, які є потенційною вторинною сировиною.

Невідповідність між прогресуючим накопиченням побутових відходів і методами, спрямованими на запобігання їх утворенню, загрожує не лише поглибленням екологічної кризи, а й загостренням соціально-економічної ситуації в цілому. В Україні лише мала частина відходів потрапляє на заготівельні пункти вторинної сировини. А оскільки індустрія переробки відходів на вторинну сировину слабо розвинена, то їхня більша частка захоронюється на міському полігоні.

### **4) Перевантаження потужностей полігона для захоронення побутових відходів**

Полігон твердих побутових відходів м. Вінниці, розташований поблизу с. М. Стадниця Вінницького району, є перевантаженим (включений до 100 найбільших забруднювачів України). На Стадницькому полігоні ведуться роботи, спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля (пересипка ґрунтом, проведення гідрологічних досліджень, здійснюється часткове сортування), проте вирішити питання закриття цього полігону та облаштування нового вирішити ще не вдалося.

Щоденний обсяг побутових відходів, які вивозяться на полігон біля с. Стадниці становить 1700–2000 куб. м. З 2015 р. запроваджено систему роздільного збору побутових відходів. Стадницький полігон здатен приймати вінницьке сміття не більше ніж 7 років, а новий полігон с. Людавки Жмеринського району має бути побудований з урахуванням нових методів поводження з відходами й потребує значного фінансування для його розвитку.

Для забезпечення належного рівня надання послуг із вивезення побутових відходів необхідне щорічне оновлення контейнерів (зокрема, для роздільного збору), будівництво нових контейнерних майданчиків і ремонт під'їзних шляхів до них, а також комплекс зі знешкодження відходів.

### **5) Забруднення ґрунтів небезпечними відходами**

Основними джерелами утворення токсичних промислових відходів у місті є підприємства машинобудівної, хімічної галузей, виробництва та постачання електроенергії, газу та води. Це відходи гальванічних виробництв, нафтопродукти, відпрацьовані люмінесцентні лампи тощо.

У Вінниці за радянських часів функціонували підприємства-гіганти (в основному хімічної та машинобудівної промисловості), які продукували промислові відходи у великих кількостях. Сьогодні це підприємства-банкрути без власників, а отже, без відповідальних за відвали промислових відходів на їхній території (це колишні підприємства ВАТ «Завод «Термінал», ВАТ «Завод «Ореол», ВАТ «Вінницький підшипниковий завод», ВО «Хімпром»). Небезпечні відходи, що зберігаються протягом такого тривалого часу, становлять загрозу екологічній безпеці. Унаслідок цього, місто опинилося сам на сам із проблемою, не володіючи технологією переробки таких відходів і достатнім фінансовим ресурсом для їх утилізації.

Вінницький хімзавод колись був найбільшим у місті підприємством, яке виробляло різну продукцію: від суперфосфатів до мийних засобів. На земельній ділянці ліквідованого ВО «Хімпром» були утворені відходи хімічного виробництва, зокрема фосфогіпс. Відповідно до протоколу № 10 від 07.05.2013 р. міської комісії з питань техногенно-екологічної безпеки та надзвичайних ситуацій організовані роботи з вимірювання об'єму насипу (відвалу) фосфогіпсу та визначенню його маси. Станом на 10 травня 2013 р. насип (відвал) фосфогіпсу мав такі параметри: об'єм – 340,7 тис. м<sup>3</sup>; маса – 421,11 тис. т. У травні 2013 р. ПП «Подільська промислова компанія» було вивезено 3250 т відходів фосфогіпсу. Вивезення відходів призупинено.

Відповідно до статистичної звітності, станом на 01 січня 2006 р. впродовж виробничої діяльності на ВАТ «Завод «Термінал» було накопичено 120,365 т небезпечних відходів гальванічного виробництва I-III класів небезпеки. На території колишнього підприємства ВАТ «Завод «Ореол» у підземному резервуарі знаходиться близько 20 т відходів гальванічного виробництва. Питання утилізації накопичених відходів не вирішується через банкрутство підприємств.

### **6) Забруднення атмосферного повітря викидами автотранспорту та промислових підприємств**

Динамічне зростання обсягів і розширення сфери виробничої діяльності спричиняють посилення антропогенного навантаження на довкілля. Атмосферне повітря забруднюється різними газами, суспендованими дрібними часточками й рідкими речовинами, які негативно впливають на живих істот, погіршуючи умови їх існування.

Автомобільний транспорт слід віднести до категорії найбільш небезпечних джерел забруднення атмосферного повітря міста, адже вихлопні гази двигунів автомобілів містять суміш, у складі якої більш ніж двісті компонентів, серед них чимало канцерогенів (азот, вуглекислий газ, сажа тощо). До 2015 року основну масу забруднення атмосфери (80% усього обсягу) формували викиди автотранспорту. Завдяки модернізації та створенню нової транспортної інфраструктури, оновленню рухомого складу комунального транспорту у 2015 році, за даними Головного управління статистики у Вінницькій області, обсяги викидів від пересувних джерел забруднення (зокрема, автотранспорту) зменшилися на 4,5 тис. т ніж у 2012 році та становили – 11,8 тис. т.

У 2018 році значних змін у стані забруднення м. Вінниця у порівнянні з 2017 роком не

відбулося, лише концентрації діоксиду азоту зменшились значною мірою. У 2014-2018 роках спостерігалася тенденція до зниження вмісту в атмосферному повітрі м. Вінниці кадмію, марганцю, міді, хрому, залізу, нікелю, незначною мірою зросли викиди свинцю і цинку.

#### **7) Зменшення кількості зелених зон і насаджень**

Значна частина зелених насаджень міста досягла вікової межі та потребує постійного оновлення й належного утримання, а зелені зони – своєчасного виконання капітального ремонту та реконструкції. Впродовж останніх років проведена значна робота з капітального ремонту та реконструкції зелених зон міста із застосуванням сучасних дизайнерських рішень (проспект Космонавтів, вул. Замостянська, Центральний парк, інші), втім, необхідно збільшувати площі зелених насаджень у місцях загального користування, створюючи нові парки та сквери у північному й східному районах міста.

Останніми роками у м. Вінниці стан зелених насаджень погіршується, а кількість зелених зон скорочується. Це зумовлено комплексом причин: зміна клімату та посилення у зв'язку з цим екстремальних погодних явищ, розвиток інфраструктури міста, низька екологічна культура населення.

## **4. Zobov'язання у сфері охорони довкілля**

Засади екологічної політики України визначені Законом України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» (№ 2697-VIII від 28.02.2019). Закон передбачає інтегрування екологічних вимог під час розроблення й затвердження документів державного планування, галузевого (секторального), регіонального та місцевого розвитку.

Відповідно до Указу Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» (№ 722/2019) має бути забезпечено дотримання Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року.

Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища» (№ 1264-XII від 26.06.91) визначено (ст. 19), що виконавчі органи сільських, селищних, міських рад у галузі охорони навколишнього природного середовища в межах своєї компетенції:

- а) здійснюють реалізацію рішень відповідних рад;
- б) координують діяльність підприємств, установ та організацій, розташованих на території відповідно села, селища, міста, незалежно від форм власності та підпорядкування;
- в) організують розробку місцевих екологічних програм;
- д) затверджують за поданням обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій, а на території Автономної Республіки Крим – органу виконавчої влади Автономної Республіки Крим з питань охорони навколишнього природного середовища для підприємств, установ та організацій ліміти використання природних ресурсів, за винятком ресурсів загальнодержавного значення, ліміти скидів забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище, за винятком скидів, що призводять до забруднення природних ресурсів загальнодержавного значення або навколишнього природного середовища за межами відповідно села, селища, міста;
- е) організують збір, переробку, утилізацію і захоронення відходів на своїй території;
- є) формують і використовують місцеві фонди охорони навколишнього природного середовища у складі місцевих бюджетів;
- ж) погоджують поточні та перспективні плани роботи підприємств, установ та організацій з питань охорони навколишнього природного середовища і використання природних ресурсів;
- з) забезпечують систематичне та оперативне інформування населення, підприємств, установ, організацій та громадян про стан навколишнього природного середовища, захворюваності населення;
- и) організують екологічну освіту та екологічне виховання громадян;

i) приймають рішення про організацію територій та об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення.

Основними міжнародними правовими документами щодо СЕО є Протокол про стратегічну екологічну оцінку (Протокол про СЕО) до Конвенції про оцінку впливу на навколишнє середовище у транскордонному контексті (Конвенція Еспо), ратифікований Верховною Радою України (№ 562-VIII від 01.07.2015), та Директива 2001/42/ЄС про оцінку впливу окремих планів і програм на навколишнє середовище, імплементація якої передбачена Угодою про асоціацію між Україною та ЄС. В Україні проведення СЕО регламентується Законом України «Про стратегічну екологічну оцінку» (№ 2354-VIII від 20.03.2018).

Юридичні засади поводження з водними ресурсами визначаються Водним кодексом України (№ 214/95-ВР від 06.06.95) та іншими законодавчими актами, що були розроблені для забезпечення збереження, збалансованого й науково обґрунтованого використання та відновлення водних ресурсів, захисту водних ресурсів від забруднення, зараження й виснаження, запобігання та пом'якшення негативного впливу, покращення екологічного стану водних об'єктів і захисту прав водокористувачів.

Найголовнішими питаннями у сфері водопостачання та водовідведення є дозвіл на забір води із джерел водопостачання (дозвіл на спеціальне водокористування) і дозвіл на скидання очищених і неочищених стічних вод у навколишнє середовище. З 18 травня 2013 р. дозволи на спеціальне водокористування надаються не Мінприроди України, а Радою міністрів АР Крим і обласними адміністраціями (для водних ресурсів державного значення) та органами виконавчої влади з питань охорони навколишнього природного середовища АР Крим і обласними радами (для водних ресурсів місцевого значення). Водночас процедури надання таких дозволів залишилися незмінними. Чинне екологічне законодавство та норми у сфері користування водними ресурсами:

- постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку видачі дозволів на спеціальне водокористування»;
- постанова Кабінету Міністрів України «Про Порядок розроблення і затвердження нормативів гранично допустимого скидання забруднюючих речовин та перелік забруднюючих речовин, скидання яких нормується»;
- Державні санітарні норми та правила «Питна вода. Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною»;
- наказ Міністерства екології та природних ресурсів України «Про затвердження Інструкції про порядок розробки та затвердження гранично допустимих скидів (ГДС) речовин у водні об'єкти із зворотними водами»;
- постанова Кабінету Міністрів України «Про правовий режим зон санітарної охорони водних об'єктів».

Правове й інституційне регулювання та ключові екологічні вимоги у сфері охорони атмосферного повітря визначаються в Законі України «Про охорону атмосферного повітря» (2707-XII від 16.10.92). Чинне законодавство та норми у сфері захисту атмосферного повітря:

- постанова Кабінету Міністрів України «Про Порядок розроблення і затвердження нормативів граничнодопустимого рівня впливу фізичних та біологічних факторів стаціонарних джерел забруднення на стан атмосферного повітря»;
- постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами»;
- постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок здійснення державного обліку в галузі охорони атмосферного повітря»;
- посібник з інвентаризації джерел викидів в атмосферне повітря;
- максимальні допустимі концентрації та «можливі рівні безпечного ефекту» для забруднюючих речовин в атмосферному повітрі для заселених територій.

Правові засади у сфері поводження з відходами забезпечуються Законом України «Про відходи» (№ 187/98-ВР від 05.03.1998) та іншими законодавчими актами, що були розроблені для регулювання діяльності з метою уникнення чи мінімізації утворення відходів, зберігання й

поводження з ними, запобігання та зменшення негативних наслідків для довкілля і здоров'я людини від утворення, зберігання та поведження з відходами.

В Україні сформовано інвестиційне законодавство, в якому, зокрема, значна увага приділяється необхідності дотримання екологічних норм в процесі інвестиційної діяльності. Так Законом України «Про інвестиційну діяльність» (№ 1560-XII від 18.09.1991) встановлюється заборона інвестування в об'єкти, створення і використання яких не відповідає вимогам санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних, архітектурних та інших норм, встановлених законодавством України (ст. 4). В разі порушення екологічних, санітарно-гігієнічних та архітектурних норм державний орган може прийняти рішення про зупинення або припинення інвестиційної діяльності (ст. 21). Також в ст. 8 зазначається, що інвестор зобов'язаний одержати висновок з оцінки впливу на довкілля у випадках та порядку, встановлених Законом України «Про оцінку впливу на довкілля» (№ 2059-VIII від 23.05.2017).

## 5. Ймовірні наслідки для довкілля від реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці

Ймовірні наслідки для довкілля від реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року визначалися відповідно до контрольного переліку, наведеного в табл. 4.

**Таблиця 4. Оцінка ймовірних наслідків для довкілля від реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року відповідно до контрольного переліку**

Чи може реалізація Стратегії спричинити:	Негативний вплив			Пом'якшення існуючої ситуації
	Так	Ймовірно	Ні	
<b>Повітря</b>				
1. Збільшення викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел?			•	
2. Збільшення викидів забруднюючих речовин від пересувних джерел?			•	+
3. Погіршення якості атмосферного повітря?			•	+
4. Появу джерел неприємних запахів?			•	
5. Зміни повітряних потоків, вологості, температури або ж будь-які локальні чи регіональні зміни клімату?			•	
<b>Водні ресурси</b>				
6. Збільшення обсягів скидів у поверхневі води?			•	
7. Будь-які зміни якості поверхневих вод (зокрема таких показників, як температура, розчинений кисень, прозорість, але не обмежуючись ними)?			•	
8. Збільшення скидання шахтних і кар'єрних вод у водні об'єкти?			•	
9. Значне зменшення кількості вод, що використовуються для водопостачання населення?			•	
10. Збільшення навантаження на каналізаційні системи та погіршення якості очистки стічних вод?			•	
11. Появу загроз для людей і матеріальних об'єктів, пов'язаних з водою (зокрема таких, як паводки або підтоплення)?			•	
12. Зміни напрямів і швидкості течії поверхневих вод або зміни обсягів води будь-якого поверхневого водного об'єкту?			•	
13. Порушення гідрологічного та гідрохімічного режиму малих річок регіону?			•	+
14. Зміни напряму або швидкості потоків підземних вод?			•	

15. Зміни обсягів підземних вод (шляхом відбору чи скидів або ж шляхом порушення водоносних горизонтів)?			•	
16. Забруднення підземних водоносних горизонтів?			•	
<b>Відходи</b>				
17. Збільшення кількості утворюваних твердих побутових відходів?		•		+
18. Збільшення кількості утворюваних чи накопичених промислових відходів IV класу небезпеки?			•	
19. Збільшення кількості відходів I-III класу небезпеки?			•	
20. Спорудження еколого-небезпечних об'єктів поводження з відходами?			•	
21. Утворення або накопичення радіоактивних відходів?			•	
<b>Земельні ресурси</b>				
22. Порушення, переміщення, ущільнення ґрунтового шару?			•	
23. Будь-яке посилення вітрової або водної ерозії ґрунтів?			•	
24. Зміни в топографії або в характеристиках рельєфу?			•	
25. Появу таких загроз, як землетруси, зсуви, селеві потоки, провали землі та інші подібні загрози через нестабільність літогенної основи або зміни геологічної структури?			•	
26. Суттєві зміни в структурі земельного фонду, чинній або планованій практиці використання земель?			•	
27. Виникнення конфліктів між ухваленими цілями стратегії та цілями місцевих громад?			•	
<b>Біорізноманіття</b>				
28. Негативний вплив на об'єкти природно-заповідного фонду (зменшення площ, початок небезпечної діяльності у безпосередній близькості або на їх території тощо)?		•		
29. Зміни у кількості видів рослин або тварин, їхній чисельності або територіальному представництві?			•	
30. Збільшення площ зернових культур або сільськогосподарських угідь в цілому?			•	
31. Порушення або деградацію середовищ існування диких видів тварин?			•	+
<b>Рекреаційні зони та культурна спадщина</b>				
32. Будь-який вплив на кількість і якість наявних рекреаційних можливостей?			•	+
33. Будь-який вплив на наявні об'єкти історико-культурної спадщини?			•	+
34. Інші негативні впливи на естетичні показники об'єктів довкілля (перепони для публічного огляду мальовничих краєвидів, появу естетично неприйнятних місць, руйнування пам'ятників природи тощо)?			•	
<b>Населення та інфраструктура</b>				
35. Зміни в локалізації, розміщенні, щільності та зростанні кількості населення будь-якої території?			•	
36. Вплив на нинішній стан забезпечення житлом або виникнення нових потреб у житлі?			•	
37. Суттєвий вплив на нинішню транспортну систему? Зміни в структурі транспортних потоків?		•		+
38. Необхідність будівництва нових об'єктів для забезпечення транспортних сполучень?			•	
39. Потреби в нових або суттєвий вплив на наявні комунальні послуги?			•	
40. Появу будь-яких реальних або потенційних загроз для здоров'я людей?			•	+

Екологічне управління та моніторинг				
41. Послаблення правових і економічних механізмів контролю в галузі екологічної безпеки?			•	
42. Погіршення екологічного моніторингу?			•	
43. Усунення наявних механізмів впливу органів місцевого самоврядування на процеси техногенного навантаження?			•	
44. Стимулювання розвитку екологічно небезпечних галузей виробництва?			•	
Інше				
45. Підвищення рівня використання будь-якого виду природних ресурсів?			•	
46. Суттєве вилучення будь-якого невідновного ресурсу?			•	
47. Збільшення споживання значних обсягів палива або енергії?			•	
48. Суттєве порушення якості природного середовища?			•	
49. Появу можливостей досягнення короткотермінових цілей, які ускладнюватимуть досягнення довготривалих цілей у майбутньому?			•	
50. Такі впливи на довкілля або здоров'я людей, які самі по собі будуть незначними, але у сукупності викличуть значний негативний екологічний ефект, що матиме значний негативний прямий або опосередкований вплив на добробут людей?			•	

На основі оцінок, представлених в табл. 4, можна зробити такі висновки щодо ймовірних наслідків для довкілля від реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року:

**Вплив на атмосферне повітря.** В результаті реалізації Стратегії не передбачається збільшення викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря та погіршення його стану. Можливе, навіть, зменшення викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від пересувних джерел і покращення якості атмосферного повітря внаслідок створення мережі зарядних станцій електромобілів (оперативна ціль Б.1.4) та розвитку пішохідної й велоінфраструктури (оперативна ціль Б.1.5).

**Вплив на водні ресурси.** Стратегія не передбачає створення підприємств, діяльність яких призведе до збільшення обсягів скидів забруднених вод у поверхневі води. Тому реалізація Стратегії не повинна призвести до погіршення стану водних ресурсів. Разом з тим, Стратегія містить оперативне завдання «Впорядкування природних об'єктів на території міста...» оперативної цілі Б.2.3, досягнення якої може сприяти поліпшенню екологічного стану малих річок міста.

**Відходи.** Територія міста характеризується достатньо високим рівнем утворення й накопичення обсягів твердих побутових відходів. Разом з тим, Стратегія не передбачає реалізації завдань, які призводитимуть до суттєвого зростання обсягів відходів, хоча наявна тенденція збільшення обсягів утворення відходів, а також зростання кількості туристів ймовірно можуть призвести до збільшення кількості утворюваних ТПВ. Сприяти зменшенню кількості утворюваних твердих відходів може впровадження міжнародних стандартів якості в туристичній сфері (оперативна ціль В.1.2).

**Вплив на земельні ресурси.** Внаслідок реалізації Стратегії не передбачається збільшення вітрової та водної ерозії ґрунтів, погіршення якості земельних ресурсів, а також зміни у топографії або в характеристиках рельєфу та поява таких загроз, як зсуви, селеві потоки, провали землі та інші подібні загрози.

**Вплив на біорізноманіття.** В Стратегії не передбачається реалізація завдань, які можуть призвести до негативного впливу на біорізноманіття. Разом з тим, розвиток туризму на природоохоронних територіях (оперативна ціль А.1.4) ймовірно може призвести до негативного впливу на об'єкти природно-заповідного фонду, якщо туроператори не дотримуватимуться в повній мірі природоохоронних вимог. Реалізація завдання

«Впорядкування природних об'єктів на території міста...» (оперативна ціль Б.2.3) може сприяти покращенню середовищ існування диких видів тварин.

**Вплив на рекреаційні зони та культурну спадщину.** Реалізація Стратегії не має призводити до негативного впливу на кількість і якість рекреаційних можливостей та на наявні об'єкти історико-культурної спадщини. Натомість, сприяти зростанню кількості та якості рекреаційних можливостей та покращенню естетичних показників зон відпочинку біля річок може реалізація оперативної цілі Б.2.3 «Благоустрій місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів». Реалізація оперативних цілей А.1.1 «Культурно-пізнавальний туризм» і Б.3.3 «Перетворення музеїв у сучасні осередки приваблення та інформування туристів» має сприяти збереженню культурної спадщини міста.

**Вплив на населення та інфраструктуру.** Реалізація стратегічної цілі Б.1 «Розвиток інфраструктури мобільності та безпеки» ймовірно може призвести до змін у структурі транспортних потоків. Разом з тим, це можуть бути й позитивні зміни, пов'язані з розвитком електротранспорту, велосипедних маршрутів і пішохідної інфраструктури.

Стратегія не передбачає появу нових ризиків для здоров'я населення міста. Сприяти покращенню здоров'я мешканців і гостей міста має реалізація оперативної цілі А.2.1 «Формування сервісів для розвитку медичного й оздоровчого туризму» та стратегічної цілі Б.2 «Розвиток інфраструктури та благоустрій території міста».

**Екологічне управління, моніторинг та інше.** Стратегія не передбачає послаблення правових і економічних механізмів контролю в галузі екологічної безпеки. Стратегія передбачає створення системи моніторингу її реалізації. Моніторинг базуватиметься на аналізі досягнення запланованих результатів з використанням визначених показників (індикаторів), серед яких мають бути й екологічні індикатори.

**Кумулятивний вплив.** Ймовірність того, що реалізація Стратегії призведе до таких можливих впливів на довкілля або здоров'я людей, які самі по собі будуть незначними, але у сукупності матимуть значний сумарний (кумулятивний) вплив на довкілля, є незначною.

**Таким чином, реалізація Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року не має супроводжуватися появою нових негативних наслідків для довкілля. Разом з тим, реалізація багатьох оперативних цілей Стратегії може призвести до покращення екологічної ситуації на території міста.**

## 6. Заходи із запобігання, зменшення та пом'якшення ймовірних негативних наслідків виконання Стратегії розвитку туризму міста Вінниці

Під час проведення аналізу ймовірних негативних наслідків для довкілля від реалізації Стратегії було виявлено ряд оперативних цілей, завдання яких потребують додаткової уваги під час їх реалізації, щоб не припустити негативного впливу на довкілля, або які доцільно скоригувати для того, щоб посилити позитивні наслідки для довкілля та здоров'я населення внаслідок реалізації Стратегії. Відповідні пропозиції наведені в табл. 5.

**Таблиця 5. Пропозиції до цілей і завдань Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року**

Оперативна ціль	Пропозиції
<b>Стратегічний напрям А. Формування та просування туристичних продуктів</b>	
А.1.4. Активний і екологічний туризм	Розроблення еколого-туристичних карт території міста та околиць (з визначеними екологічними маршрутами, відомостями про основні природоохоронні об'єкти, різноманіття флори та фауни).
	Проведення екологічного аудиту й паспортизації туристичних територій, об'єктів з обов'язковим визначенням допустимої рекреаційної місткості та екологічної стійкості ландшафтів.

A.3.1. Система цифрового просування міста	Створення веб-сторінки «Довкілля міста Вінниці та околиць» на туристичному порталі Vinnytsia.city.
A.3.2. Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і цифрових сервісів	Здійснення всебічної інформаційної підтримки ідеї збалансованого розвитку серед усіх зацікавлених сторін (туристів, виробників послуг, органів влади, громадських організацій, природоохоронних інституцій).
<b>Стратегічний напрям Б. Розвиток інфраструктури для туризму</b>	
Б.1.1. Формування мережі місць паркування та зупинок туристичного транспорту	Впровадження проєктів з розвитку інфраструктури туризму на основі повного врахування природоохоронних вимог.
Б.2.3. Благоустрій місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів	Забезпечення переходу до використання ресурсозберігаючих і екологічних норм, стандартів у всіх новозбудованих і реконструйованих закладах розміщення туристів і рекреантів.
	Збільшення площі та поліпшення стану зелених насаджень в місті.
<b>Стратегічний напрям В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі</b>	
В.1.1. Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери	Включення в програми підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери питань екологічної освіти та освіти для сталого розвитку.
В.1.2. Впровадження міжнародних стандартів якості в туристичній сфері	Запровадження системи екологічного менеджменту в сфері управління туристичною діяльністю.
В.2.1. Запровадження навчальних програм для розвитку МСП в туризмі	Включення в навчальні програми для розвитку МСП в туризмі питань розвитку «зеленого» бізнесу.
В.2.3. Підготовка і просування інвестиційних пропозицій зі створення та модернізації туристичних об'єктів	<b>10.</b> Розроблення критеріїв екологічної безпечності інвестиційних пропозицій, запобігання можливим негативним наслідкам для довкілля від реалізації інвестиційних проєктів.
	<b>11.</b> Застосування екологічних критеріїв під час підготовки та відбору інвестиційних пропозицій щодо розвитку окремих видів туризму.
В.3.2. Координація дій міських і обласних органів влади, бізнесу та громадськості в туристичній сфері	<b>12.</b> Сприяння залученню громадськості та місцевих жителів до екологічних фестивалів і природоохоронних акцій.
	<b>13.</b> Підтримка громадських екологічних ініціатив, зокрема молодіжних.

## 7. Обґрунтування вибору виправданих альтернатив

Умовою формування сценаріїв є їх альтернативність. Традиційно розглядають три головних сценарії розвитку:

- 1) Оптимістичний: демонструє позитивну динаміку, яка буде можлива за умови успішної реалізації Стратегії, докладання зусиль «з середини системи» або через вдалий збіг обставин і підтримку сильних сторін громади зовнішніми можливостями.
- 2) Реалістичний (інерційний): усе в зовнішньому оточенні «йде, як сьогодні», зовнішні можливості та загрози, що виникають, взаємно компенсуються.
- 3) Песимістичний: більшість зовнішніх загроз і багато внутрішніх проблем «спрацюють» і ці ризики настануть з високою імовірністю, значно погіршать існуючу ситуацію незважаючи на зусилля з упровадження Стратегії.

У Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року розглядаються два сценарії: інерційний (реалістичний) та сценарій сталого розвитку (оптимістичний).

Інерційний сценарій реалізується при незмінності чинників впливу, а саме:

- готельна база залишається на тому ж рівні, без будівництва нових об'єктів;
- у туристичній сфері велика плінність кадрів;
- місто продовжує асоціюватися з місцем одноденних екскурсій без необхідності залишатися на ніч;
- інвестиційний і підприємницький клімат без змін;
- децентралізаційні процеси не мають позитивного впливу на туристичну сферу громади;
- туристичні потоки мають чітко виражену сезонність;
- відсутні зміни в системі підготовки кадрів для туристичної та готельно-ресторанної сфери.

Внаслідок цього не відбувається змін у транспортних потоках (які мали би бути більш зручними для туристів), кількість екскурсиводів не може задовольнити навіть існуючої потреби, стратегічні інвестори не зацікавлені та не залучаються, кількість туристів не зростає, роль малого підприємництва в економіці міста залишається незначною, рівень життя населення не спонукає мешканців інших областей до подорожей.

Сценарій сталого розвитку (оптимістичний сценарій) передбачає використання громадою своїх можливостей, активну діяльність у створенні туристичної інфраструктури та відповідність цієї діяльності європейським і світовим трендам у напрямі сталого розвитку, зокрема:

- громада формує привабливі інвестиційні пропозиції для туристичного бізнесу, активно просуває їх на інвестиційні ринки, тим самим підвищуючи свою впізнаваність;
- у рамках Національної транспортної стратегії України 2030 спільно з Мінінфраструктури та Укрзалізницею місто формує зручний для туристів графік руху;
- місцевий аеропорт активно залучає нові авіакомпанії та розвиває мережу польотів;
- громада розвиває трудові ресурси у відповідності до потреб ринку праці, зокрема в галузі туризму;
- громада активно впроваджує опрацьовану стратегію розвитку туризму;
- громада проводить рішучу реорганізацію мережі освітніх закладів та їхню поступову модернізацію.

В результаті реалізації цього сценарію:

- розробляється зручний для пасажирів графік проїзду швидкісними поїздами;
- реалізація Стратегії та добра координація зі сторони профільного департаменту міської ради призводять до появи нових цікавих туристичних продуктів, росту кількості туристів;
- місцеві навчальні заклади адаптують свої програми під потреби туристичного ринку, тому більшість випускників не виїжджають, а працевлаштовуються у громаді;
- школа гідів розширює свою діяльність так, щоб кількість якісних екскурсиводів задовольняла потреби зростаючого потоку туристів;
- громада забезпечує розвиток інфраструктури ділового туризму;
- зростає зацікавленість містом стратегічних інвесторів у галузі туризму;
- навколо стратегічних інвесторів формуються послугово-логістичні кластери підприємств малого та середнього бізнесу;
- зростає зайнятість і рівень реальних доходів населення – громада стає привабливою як місце ведення бізнесу, проживання та відпочинку;
- підвищується якість міського середовища.

Сценарій сталого розвитку передбачає використання більшості можливостей, усіх сильних сторін Вінниці за умови нівелювання або нейтралізації загроз, наведених у SWOT-аналізі.

## 8. Заходи, передбачені для здійснення моніторингу наслідків виконання Стратегії розвитку туризму міста Вінниці для довкілля, в тому числі для здоров'я населення

СЕО не завершується прийняттям рішення про ухвалення Стратегії розвитку туризму міста Вінниці. Значущі наслідки для довкілля, в тому числі для здоров'я населення, повинні відслідковуватися під час реалізації Стратегії, зокрема для виявлення непередбачених несприятливих наслідків і вжиття заходів щодо їх усунення.

Результати моніторингу мають бути доступними для органів влади та громадськості. Закон України «Про стратегічну екологічну оцінку» встановлює необхідність здійснення моніторингу наслідків виконання документу державного планування для довкілля (ст. 17). Моніторинг може бути використаний для:

- порівняння очікуваних і фактичних наслідків, що дає можливість отримати інформацію про реалізацію Стратегії;
- отримання інформації, яка може бути використана для поліпшення майбутніх оцінок (моніторинг як інструмент контролю якості СЕО);
- перевірки дотримання екологічних вимог, встановлених відповідними органами влади;
- перевірки того, що Стратегія виконується відповідно до затвердженого документу, включаючи передбачені заходи із запобігання, скорочення або пом'якшення можливих несприятливих наслідків.

Для організації моніторингу можуть бути використані існуючі системи моніторингу та інформаційні системи або вони мають бути спеціально удосконалені для цілей СЕО. Для моніторингу впровадження Стратегії передбачено створення постійно діючого Комітету з управління впровадженням Стратегії (далі – КУВ). Повний склад КУВ, його персональна відповідальність за реалізацію завдань Стратегії визначається розпорядженням міського голови. КУВ збирається не рідше одного разу на півріччя та виконує такі функції:

- організовує взаємодію підрозділів міської ради, підприємств і установ міста в процесі реалізації Стратегії;
- здійснює підготовку щорічних звітів про стан реалізації Стратегії, надає їх міському голові та презентує їх на засіданнях міської ради;
- здійснює підготовку піврічних звітів про стан реалізації Стратегії та надає їх міському голові.

Одним з рівнів моніторингу Стратегії є моніторинг досягнення визначених показників. Звіт про виконання цієї частини моніторингу готується щорічно, як частина зведеного аналітичного моніторингового звіту.

Моніторинг базується на розгляді обмеженого числа відібраних показників (індикаторів) за кожним зі стратегічних напрямів. На жаль, система запропонованих в Стратегії індикаторів не включає екологічні індикатори. Тому для моніторингу наслідків виконання Стратегії для довкілля, у тому числі для здоров'я населення, до переліку показників оцінки реалізації Стратегії доцільно включити екологічні індикатори та індикатори здоров'я населення.

**Таблиця 6. Екологічні індикатори для моніторингу виконання Стратегії**

№	Індикатор
	<b>Забруднення повітря</b>
1.	Обсяги викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних і пересувних джерел

2.	Викиди найпоширеніших забруднюючих речовин (оксид вуглецю, пил, діоксиди азоту та сірки) в атмосферне повітря
3.	Індекс забруднення атмосфери
<b>Водні ресурси</b>	
4.	Обсяги забору та використання свіжої води
5.	Обсяги скидання зворотних вод у водні об'єкти
6.	Якість води у річках міста та передмістя
<b>Озеленення</b>	
7.	Рівень озеленення території міста
<b>Відходи</b>	
8.	Обсяги утворення ТПВ на території міста
9.	Обсяги утилізованих ТПВ
10.	Обсяги накопичених ТПВ
11.	Обсяги накопичених промислових відходів
<b>Здоров'я населення</b>	
12.	Рівень захворюваності населення міста

## 9. Резюме

1. Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року спрямована на покращення умов життя як мешканців міста, так і гостей, туристів, інвесторів через поліпшення бізнес- та інвестиційного клімату, його культурної привабливості, якості міського середовища та системи надання ринкових і неринкових послуг.

У Стратегії визначені три стратегічних напрями: А. Формування та просування туристичних продуктів. Б. Розвиток інфраструктури для туризму. В. Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в туризмі.

Стратегія узгоджена з Концепцією інтегрованого розвитку міста Вінниці-2030.

2. Аналіз тенденцій змін стану довкілля в місті вказує на значне коливання обсягів викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел (потужним забруднювачем довкілля в місті залишаються пересувні джерела забруднення), зростання забрудненості річки Південний Буг, зростання кількості утворених і накопичених відходів I-IV класів небезпеки.

3. Основними екологічними проблемами міста є: забрудненість водойм і підземних вод, недостатня якість питної води, зростання кількості відходів, перевантаження потужностей полігона для захоронення побутових відходів, забруднення ґрунтів небезпечними відходами, забруднення атмосферного повітря викидами автотранспорту та промислових підприємств, зменшення кількості зелених зон і насаджень.

4. Основні зобов'язання у сфері охорони довкілля визначаються законами України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про охорону атмосферного повітря», «Про стратегічну екологічну оцінку», «Про оцінку впливу на довкілля», «Про відходи», «Про інвестиційну діяльність», Водним кодексом України, Указом Президента України «Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 року».

5. Реалізація цілей і завдань Стратегії не повинна призвести до появи нових негативних наслідків для довкілля. Разом з тим, якщо під час реалізації Стратегії не будуть належним чином враховані природоохоронні вимоги, ймовірно може мати місце негативний вплив на об'єкти природно-заповідного фонду. Наявна тенденція збільшення обсягів утворення відходів, а також зростання кількості туристів ймовірно можуть призвести до збільшення

кількості утворюваних ТПВ. Ймовірно також відбудуться зміни в структурі транспортних потоків і будуть збудовані нові об'єкти для забезпечення транспортних сполучень.

Ймовірність того, що реалізація Стратегії призведе до таких можливих впливів на довкілля або здоров'я людей, які самі по собі будуть незначними, але у сукупності матимуть значний сумарний (кумулятивний) вплив на довкілля, є незначною.

6. Реалізація багатьох оперативних цілей Стратегії має призвести до покращення екологічної ситуації в місті. Оперативні цілі Стратегії, спрямовані на формування сервісів для розвитку медичного й оздоровчого туризму, благоустрій території міста, мають призвести до покращення стану здоров'я мешканців і гостей міста.

7. Під час проведення аналізу ймовірних негативних наслідків для довкілля від реалізації Стратегії було виявлено ряд оперативних цілей, завдання яких потребують особливої уваги під час їх реалізації, щоб не припустити негативного впливу на довкілля, або які доцільно скоригувати для того, щоб посилити позитивні наслідки для довкілля та здоров'я населення внаслідок реалізації Стратегії. Для запобігання, зменшення та пом'якшення ймовірних негативних наслідків виконання Стратегії запропоновано ряд заходів.

8. У Стратегії розглядаються два сценарії: інерційний (реалістичний) та сценарій сталого розвитку (оптимістичний). Інерційний сценарій реалізується при незмінності чинників впливу. Внаслідок його реалізації кількість туристів не зростає, роль малого підприємництва в економіці міста залишається незначною, рівень життя населення не спонукає мешканців інших областей до подорожей. Сценарій сталого розвитку передбачає використання містом своїх можливостей, активну діяльність у створенні туристичної інфраструктури та відповідність цієї діяльності європейським і світовим трендам у напрямі сталого розвитку. Внаслідок реалізації цього сценарію у місті з'являться нові цікаві туристичні продукти, що призведе до стабільного росту кількості туристів.

9. Моніторинг екологічних індикаторів ефективності впровадження Стратегії є важливою формою контролю того, який фактичний вплив на довкілля матиме Стратегія. Тому для моніторингу наслідків виконання Стратегії для довкілля, у тому числі для здоров'я населення, до переліку показників оцінки реалізації Стратегії доцільно включити екологічні індикатори та індикатори здоров'я населення.

***З огляду на зазначене можна стверджувати, що загалом розроблення Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року було проведено з урахуванням ймовірних впливів на довкілля та з прагненням їх мінімізації.***

***Реалізація Стратегії, за умови дотримання екологічних вимог, має сприяти зменшенню антропогенного навантаження на довкілля. Поєднання зусиль, спрямованих на покращення умов життя мешканців і гостей міста, із зусиллями, спрямованими на розвиток туристичної інфраструктури, забезпечуватиме розвиток Вінниці як міста високої якості життя.***

**Міський голова**

**Сергій МОРГУНОВ**

Департамент маркетингу міста та туризму  
Мазурик Віктор Станіславович  
Начальник відділу туризму