КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА

№24

VIII СКЛИКАННЯ

ПОСТІЙНА КОМІСІЯ З ПИТАНЬ КУЛЬТУРИ, ТУРИЗМУ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

01044, м. Київ, вул. Хрещатик, 36 *тел.:(044)202-72-25, тел./факс(044)202-73-05*

ПРОЕКТ

Порядок денний
чергового засідання постійної комісії Київської міської ради
з питань культури, туризму та інформаційної політики
30.11.2018 року о **10-00,** кулуари, (**4-й** поверх), вул. Хрещатик, 36.

1. Заслуховування інформації керівників комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» і комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» щодо виконання завдань і заходів Міської цільової програми на 2016 – 2018 роки «Київ інформаційний», затвердженої рішенням Київської міської ради від 14.04.2016 №333/333, та планів розвитку зазначених підприємств на наступні 3 роки.

1.1. Заслуховування інформації Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) щодо розробки Комунікативної стратегії міста Києва.

1.2. Розгляд проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки (лист Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації від 26.10.2018 №059-3101 на адресу Комісії).

2. Заслуховування звіту щодо виконання Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки, затвердженої рішенням Київської міської ради від 11 лютого 2016 року N 91/91.

2.1. Розгляд **проекту рішення Київської міської ради** «Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки.

(подання заступника голови Київської міської державної адміністрації В.Непопа; доручення заступника міського голови-секретаря Київської міської ради В. Прокопіва від 14.11.2018 № 08/231-4050/ПР).

Голова комісії В. Муха

Секретар О. Поживанов

До пит. № 1

Комунальне підприємство
Київської міської ради
«Телекомпанія «Київ»

вул. Хрещатик, 5-в
м. Київ-1, Україна 01001
тел./факс: (044) 278 59 91
www.kievtv.com.ua

Канал європейської столиці

Вих. № 760
від 28.11.2018

Київська міська рада
29.11.2018 № **08/22373**

Голові постійної комісії Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики
Мусі В.

Шановна пані Вікторіє!

КП КМР «Телекомпанія «Київ» надає для розгляду стислий огляд показників, контенту й результатів роботи за 2018 рік та стратегічний план розвитку на 2019-2021 роки.

З повагою
головний редактор
редакції інформаційного мовлення **Карайчева В.М.**

Стислий огляд показників, контенту й результатів роботи за 2018 рік та стратегічний план розвитку на 2019-2021 роки КП КМР "Телекомпанія "Київ"

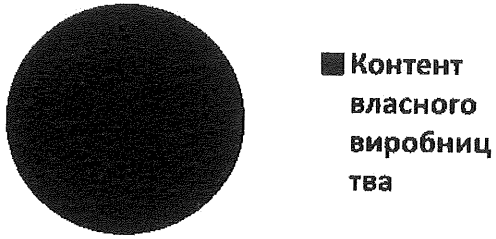
КИЇВ TV

ЗМІСТ

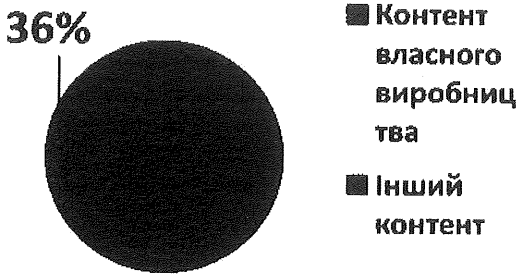
- Аудиторія та показники
- Контент
- Нові проекти
- Оновлення технічної бази, графічного оформлення та контенту. Зміна формату мовлення на 16х9
- Аудиторія та показники в Інтернеті
- Основні виклики та ризики для КП КМР "Телекомпанія "Київ" на період 2019-2021 років
- Стратегічний план розвитку на 2019-2021 роки

Середньодобова частка проявів в ефірі контенту власного виробництва "КП КМР "ТК "КИЇВ"

Згідно ліцензій на мовлення (%)

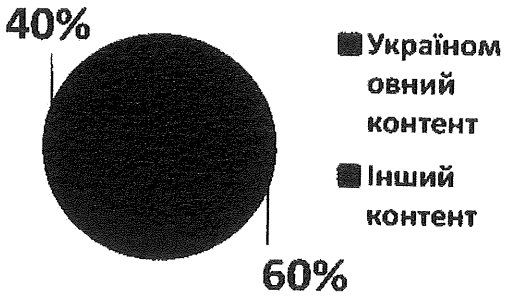


Фактично в ефірі (%)

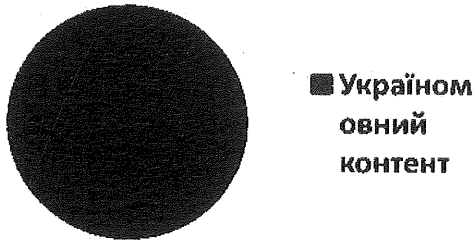


Середньодобова частка проявів в ефірі "КП КМР "ТК "КИЇВ" україномовного контенту

Згідно ліцензій на мовлення (%)



Фактично в ефірі (%)

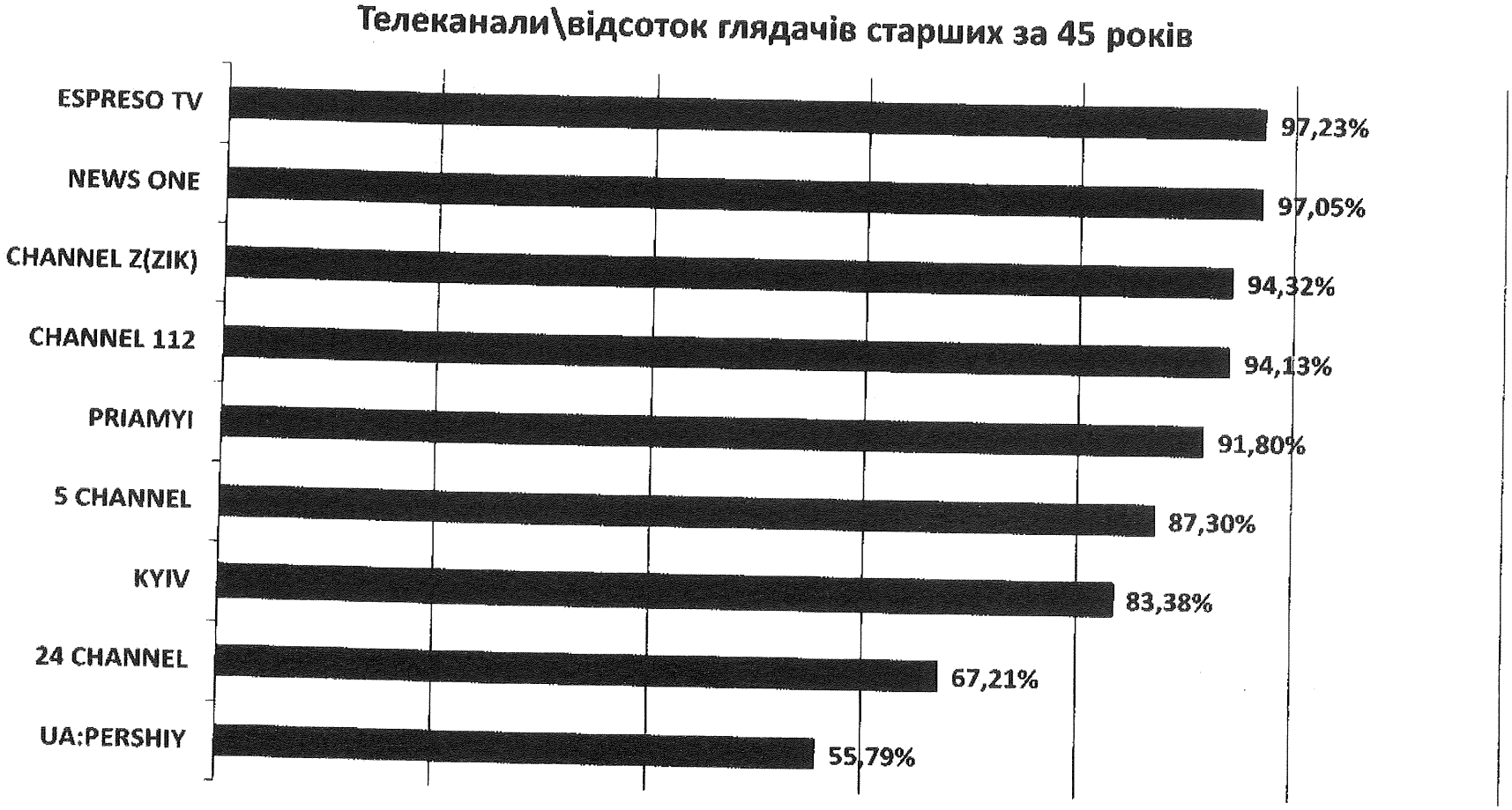


Середньодобовий хронометраж проявів в ефірі інформаційно-аналітичного і публіцистичного контенту власного виробництва “КП КМР “ТК “КИЇВ””

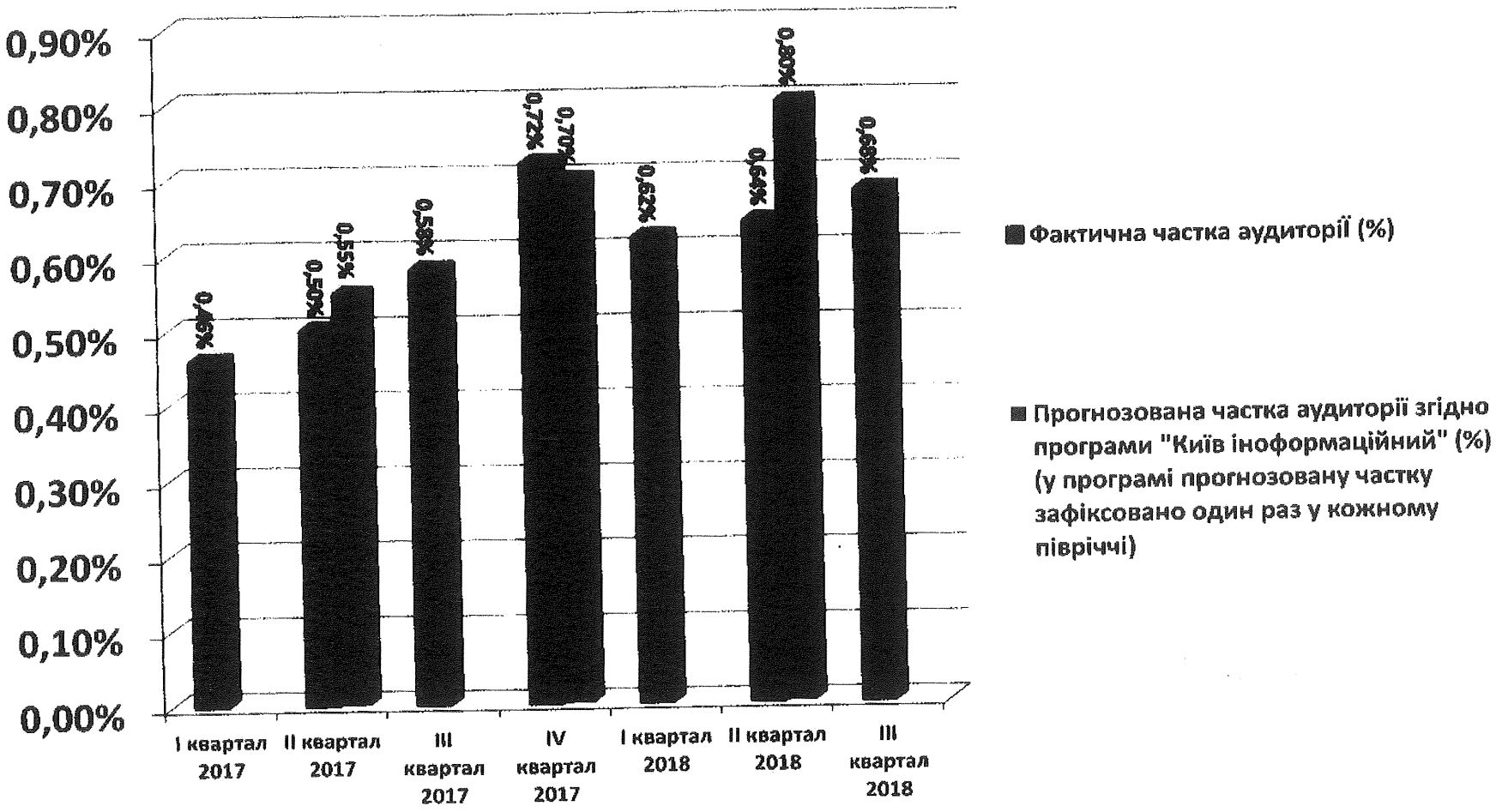
Згідно ліцензій на мовлення (годин на добу)

Фактично в ефірі (годин на добу)

Відсоток глядачів старших за 45 років у загальному обсязі київської аудиторії телеканалів з великою часткою інформаційного контенту, передбаченого ліцензією на мовлення



Фактична та прогнозована динаміка частки аудиторії “КП КМР “ТК “КИЇВ” (2017 рік – III квартал 2018 року, “Київ 45+”)

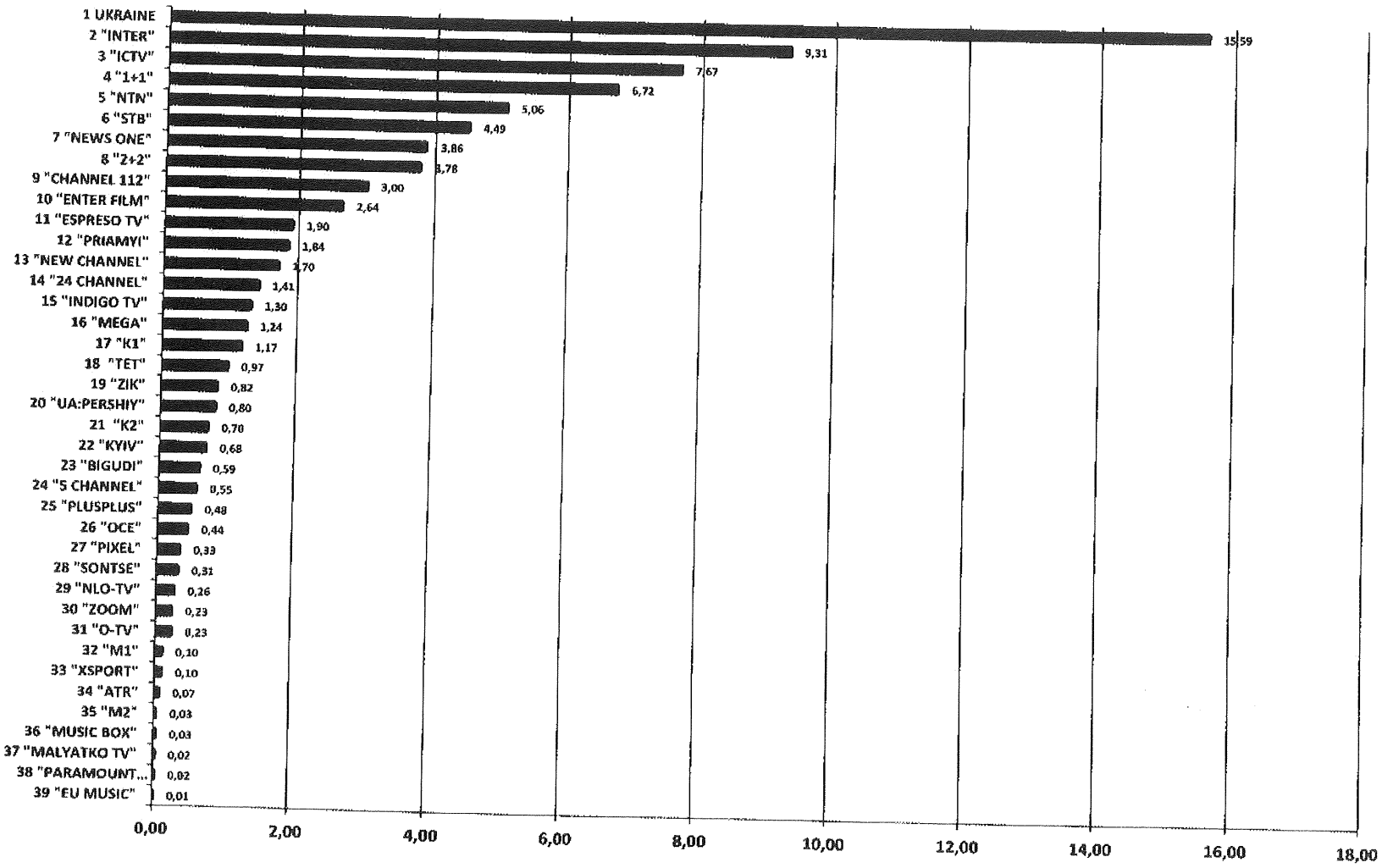


Висновки щодо сезонного зниження частки аудиторії "КП КМР "ТК "КИЇВ" (грудень 2017 року – березень 2018 року, "Київ 45+")

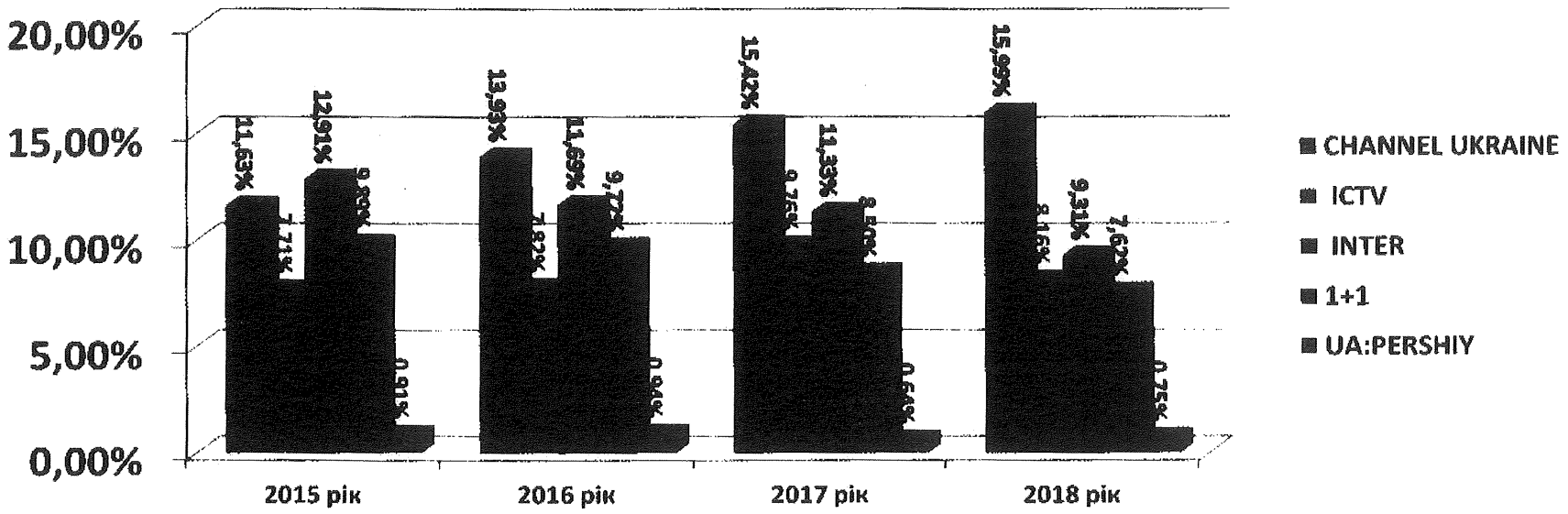
З наведеної вище діаграми можна зробити висновок що різке падіння показників телекомпанії (на 33%) відбулося у лютому місяці 2018 року. Головною причиною вбачається старт на телеканалах у період 3-6 тижнів нового року другої половини телевізійного сезону (наприклад, поновлюються в ефірі політичні шоу «Свобода слова» (ICTV), «Український формат» (News One), розважальні формати - «Х-фактор» (2 показ), «Битва екстрасенсів» тощо, також сітки мовлення насичуються новими високобюджетними серіалами та художніми фільмами й т.д.). Натомість, до ефіру телеканалу "Київ" повертаються трансляції пленарних засідань Київської міської ради, показ яких катастрофічно впливає на піплометричні показники всього ефіру, адже руйнує зрозумілу й звичну для глядача сітку мовлення та змушує не тільки перемикатися у пошуках інформації та цікавого йому продукту, а й асоціювати ефір підприємства виключно з медіа-ресурсом "Рада", але місцевого масштабу. У 2018 році, станом на 19 листопада, пленарні засідання Київської міської ради вже транслювалися 29 днів, тобто, майже календарний місяць. Середня частка трансляцій засідань склала (shr%) - 0,16%. З наведених умов стає цілком зрозуміло що загальне падіння показників є природнім й прогнозованим, адже навіть цільова аудиторія "Київ 45+"(яка, до речі, складає 83% всієї аудиторії телеканалу) не виявляє жодного інтересу до подібного контенту. Про жодну конкуренцію з комерційними телеканалами при таких обставинах, звісно, не може бути й мови.

Також треба зазначити, що порівнювати показники більш коректно з аналогічним періодом минулого року, адже загальне тв-дивлення не статичне й має властивість сезонно змінюватися. В цьому розрізі, порівняно з аналогічним періодом минулого року, показники частки підвищилися: у І кварталі 2018 року на 35% , у ІІ кварталі на 28%, у ІІІ кварталі на 17%. Уповільнення динаміки зростання передусім зумовлено високою й постійно зростаючою конкуренцією на медіа-ринку України. Також свій вагомий внесок зробило відключення аналогового сигналу у серпні 2018 року, адже 53% цільової аудиторії телеканалу складають глядачі з низьким рівнем доходів, котрі мають досить обмежені можливості передплати кабельних мереж або придбання цифрового обладнання чи супутникової антени для прийому сигналу підприємства.

Топ каналів за часткою аудиторії у ІІІ кварталі 2018 року (“Київ 45+”)

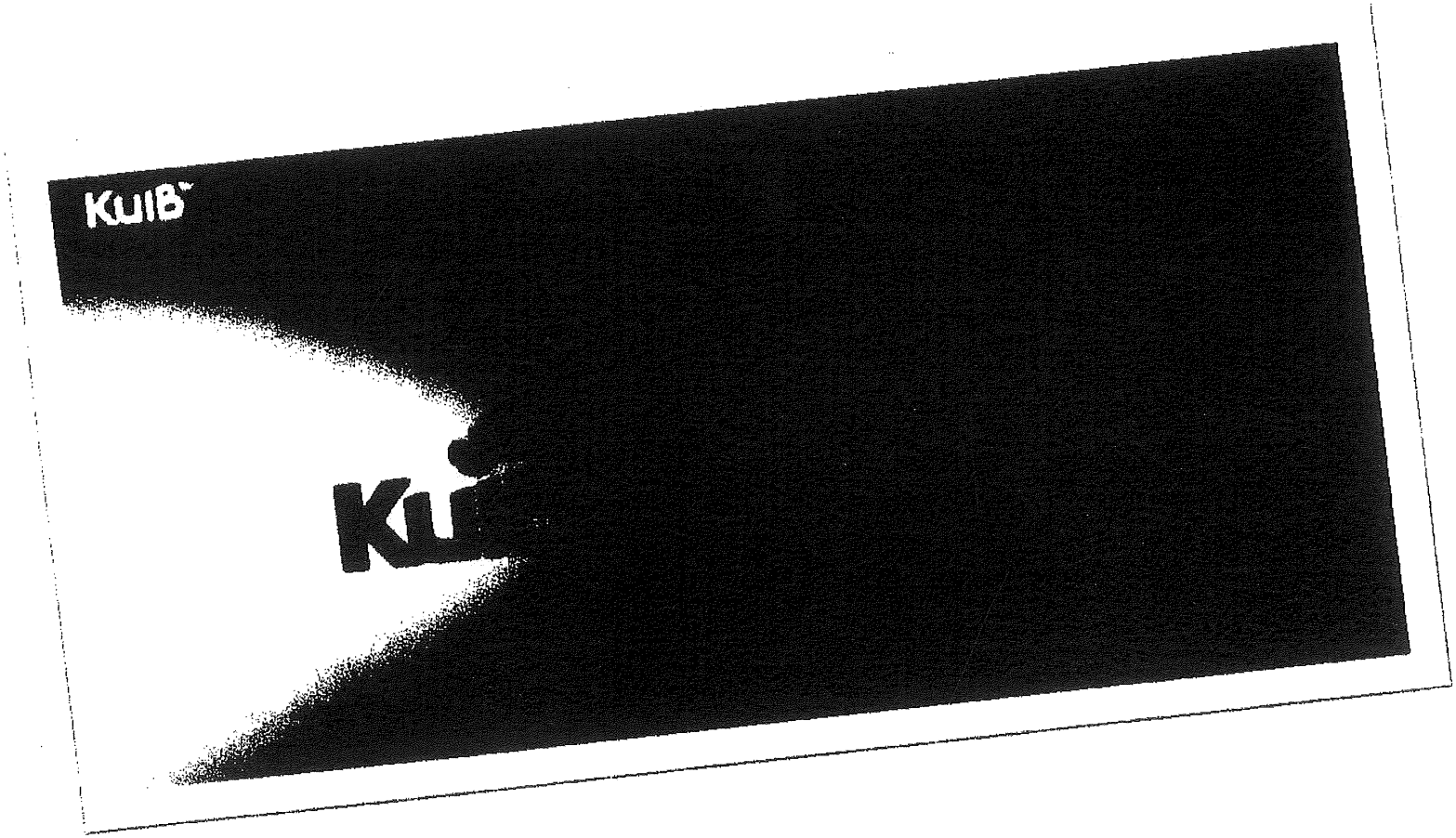


Динаміка частки аудиторії телеканалів-флагманів великих медіа-груп та громадського телебачення у період 2015-2018 роки (Київ 45+):



З наведеної діаграми: лише у беззаперечного лідеру медіа-ринку телеканалу "Україна" фактичний приріст середньодобової частки склав у 2016 році +20%, у 2017 році +11%, у 2018 році +4% (тобто всі 3 роки позитивна динаміка); "ICTV" у 2016 році +2%, у 2017 році +25%, а у 2018 році його показники втратили 16% частки аудиторії; телеканали "Інтер" та "1+1" демонструють стабільне зменшення частки у зазначений період; "UA:Перший" показав позитивну динаміку у 2016 та 2018 роках (у 2018 багато в чому завдяки відключенню аналогового сигналу у конкурентів), але так і не компенсував втрату 31% аудиторії у 2017 році. Тобто з наведених телеканалів (а це 5 найбільш фінансованих телеканалів України) найбільше зростання частки аудиторії за один рік продемонстрував телеканал "ICTV" у 2017 році +25%, тоді як у прогнозах для телеканалу «Київ», найменший показник прогнозованого зростанння склав +32%, що «апріорі» виглядало малоймовірно.

Контент власного виробництва КП КМР "Телекомпанія "Київ"



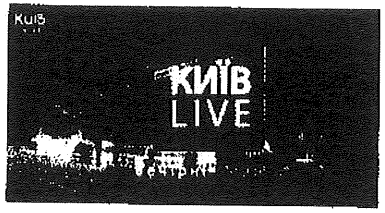
КОРОТКИЙ ОПИС ПРОЕКТІВ, ЩО ВИХОДЯТЬ У ПРЯМОМУ ЕФІРІ

Прямоефірне мовлення на каналі починається з випуску новин **СТН** о 8:00 (крім вихідних). У будні СТН виходить в прямий ефір дев'ять разів: о 8:00, 9:00, 13:00, 14:00 15:00, 17:00, 19:00, 21:00 та 23:00.

О 8:15 у понеділок, вівторок та четвер в ефір виходить програма **"Поради лікаря"**. О 8:15 у середу та п'ятницю – **"Школа права"**. Ведуть програми провідні спеціалісти в галузі медицини та юриспруденції.

О 13:00 з випуску СТН починається нова, двогодинна прямоефірна програма **"День у мегаполісі"** (докладний опис – у розділі "Нові проекти"). **Ефір програми транслюється на сторінці каналу у Facebook та на сайті каналу.**

О 15:10 щоденно, крім вихідних - **"Депутатська приймальня"**. Щодня депутати Київської міської ради відповідають у прямому ефірі на питання жителів столиці.



З випуску СТН о 17:00 стартує прямоефірна програма **"Київ Live"** - дискусійне ток-шоу з інформаційним наповненням різних форматів (телефон, скайп, LiveView). **Ефір програми транслюється на сторінці каналу у Facebook та на сайті каналу.**

О 21:00 стартує підсумковий випуск **СТН** з оглядом головних новин та подій дня. Основна тематика – проблеми та події Києва. Одразу після випуску – **СТН-спорт**.

У 2018 році зазнав змін і проект "На часі". Тепер він починається о 22:30. Протягом 30 хвилин відомі політологи в прямому ефірі підсумовують головні політичні та суспільні події міста та країни за день.

ДОКУМЕНТАЛЬНО-ПУБЛІЦИСТИЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПІЗНАВАЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНІ ПРОЕКТИ

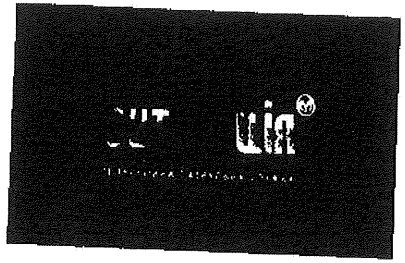
Кожен випуск програми **"Прогулянки містом"** – це архітектурне, літературне, музичне, історичне есе про одну вулицю Києва. "Озирніться навколо, частіше піднімайте голову вгору - і ви приємно здивуєтесь побаченому", - стверджують автори програми.

Кожен випуск **"Міста добра"** складається з двох частин. У першій герої розповідають про свої проблеми та разом з експертами намагаються знайти вихід зі складної ситуації. А в другій – вже інші герої діляться власним досвідом успішного подолання, проблем.

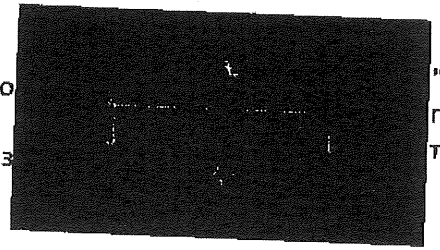
Інколи ми потрапляємо у надзвичайно небезпечні ситуації, вихід з яких знайти самотужки складно. І тоді сподіватися варто лише на тих, для кого порятунок людей - це професія, а мета усього життя – боротьба з байдужістю. Такими людьми є журналісти **"Служби порятунку"**.

Програма **"Якісне життя"** створена для всебічного огляду якості товарів і послуг. Автори не обмежуються типовим для таких програм тестуванням. Глядачі дізнаються, як на практиці захищати свої права споживача та підвищити якість власного життя.

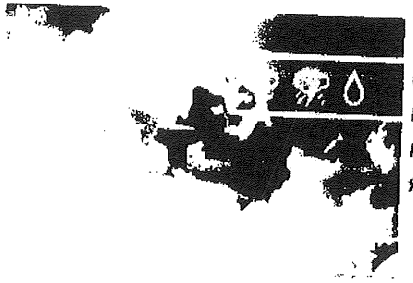
"Життєві історії" - телевізійний проект, де ведучий Василь Звєрєв зустрічається з успішними і цікавими людьми, які є обличчям сучасної України. Вони вражають пікантними подробицями з життя та чесно діляться з глядачами власним досвідом.



Телевізійна патрульна служба **"Ситуація"**. Спільний проект телеканалу "Київ" та "Магнолії - ТВ". Це найактуальніший і найоперативніший щоденний огляд надзвичайних подій в Україні.

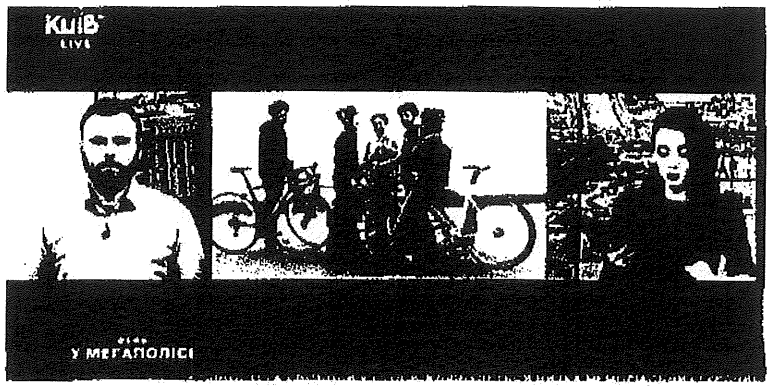


"Київські історії" - телевізійний проект, покликаний віднаходити родзинки у тисячолітній історії української столиці.



Програма **"Прогноз погоди"** розповідає не тільки про погоду. Кожен випуск містить цікаву інформацію про день, на який подається прогноз.

НОВІ ПРОЕКТИ



"День у мегаполісі" – це дві години прямого ефіру. Гості в студії – чиновники, спеціалісти в різних галузях, актори, співаки – обговорюють найширший спектр тем: від стану доріг у місті, роботи громадського транспорту, проблем шкіл та лікарень до розваг. Гостей доповнюють тематичні сюжети, а також прямі включення з найцікавіших подій, що відбуваються в столиці. Програма виходить в ефір сім днів на тиждень.

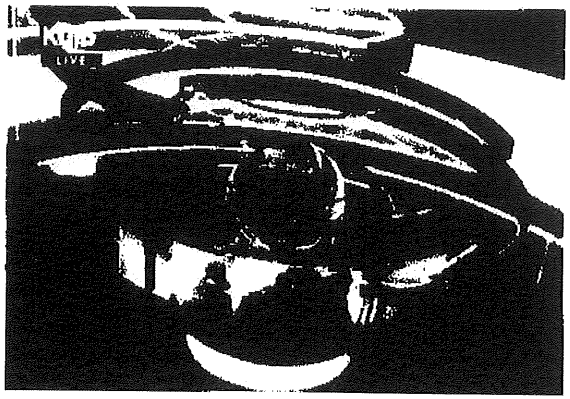
"Київ Live. Підсумки" виходять з 5 жовтня щоп'ятниці. На відміну від щоденних випусків, ця програма складається з двох частин. У другій – спікерами виступають заступники голови КМДА, які розповідають про головні, важливі для міста теми та проблеми. **Ефір програми транслюється на сторінці каналу у Facebook та на сайті каналу.**

"Київ Live. Підсумки" з Сергієм Дойком виходять щоп'ятниці о 21:25. У програмі беруть участь представники фракцій Київради, які обговорюють актуальні для міста проблеми. Глядачі мають змогу ставити свої запитання телефоном, на сторінках каналу у Facebook та Twitter.

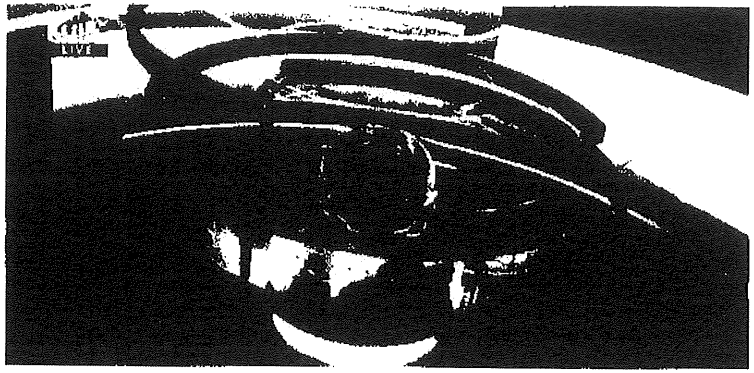
Впродовж 2018 року ефір та технічну базу КП КМР "Телекомпанія "Київ" значно модернізовано:

- 5 листопада 2018 року канал змінив формат мовлення з 3х4 на 16х9.

БУЛО

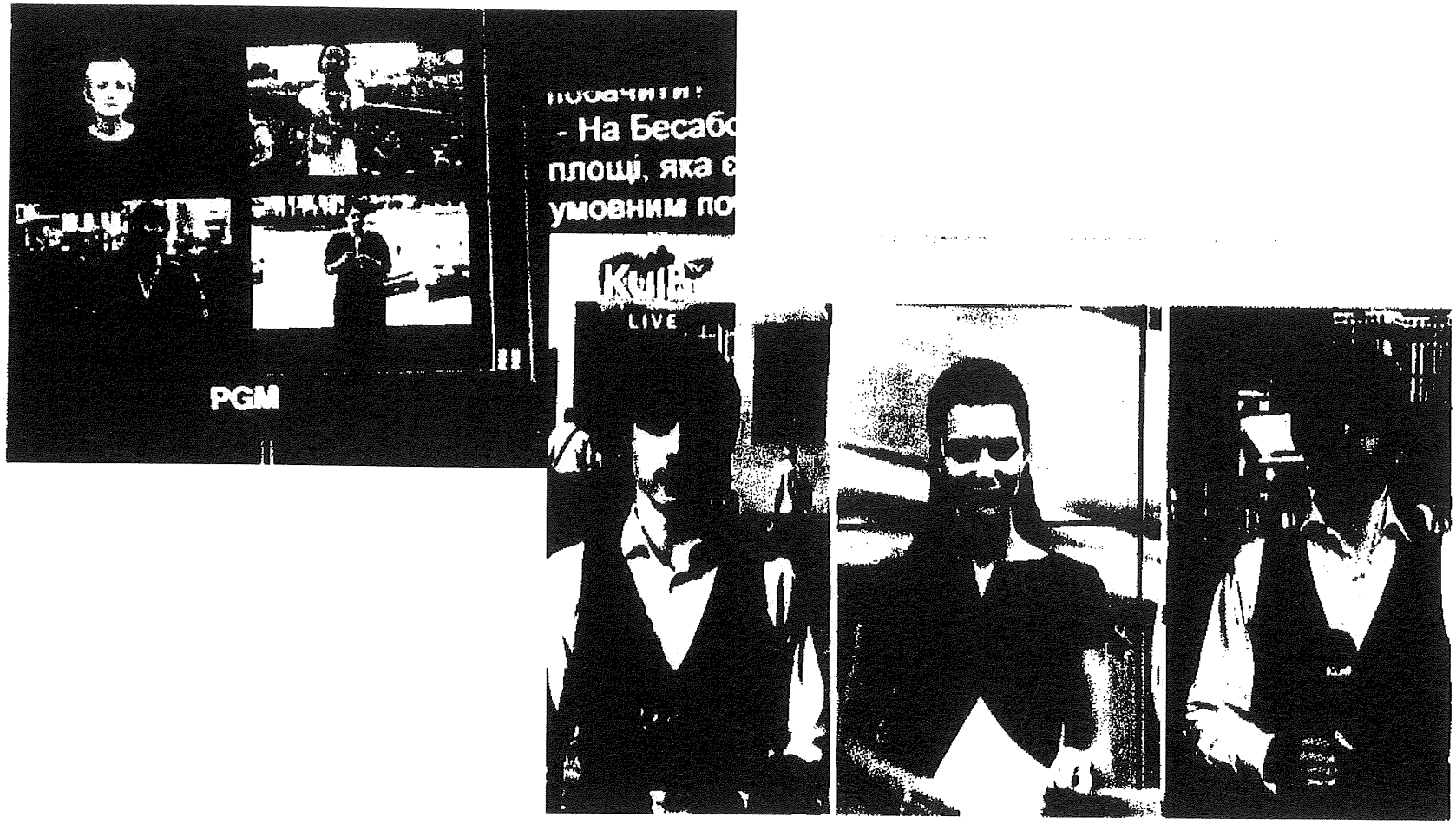


СТАЛО

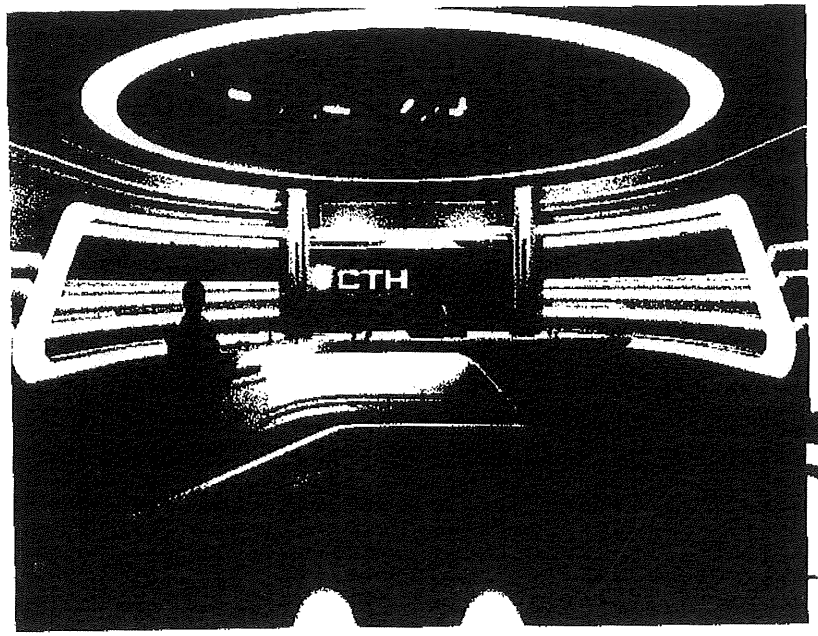


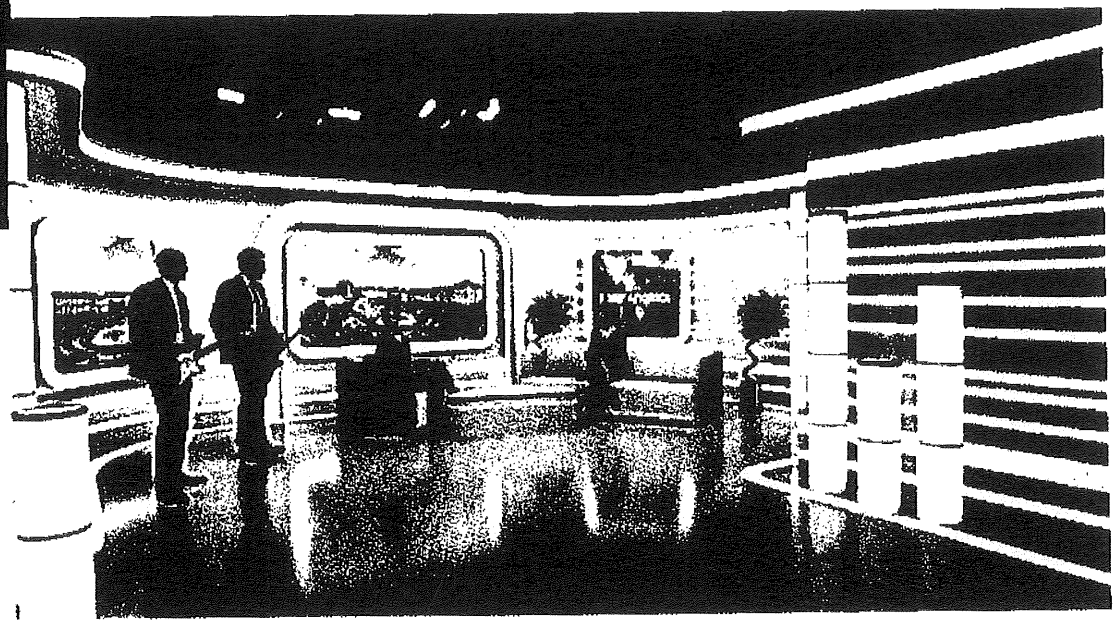
- Повністю замінено студійне освітлення з системою керування.
- Встановлено нові студійні камери HD, що суттєво підняло якість зображення.
- Встановлено нове програмне забезпечення керування виробництвом ("Стратус"/"Октопус").
- Побудовано нове високошвидкісне (10G) мережеве ядро системи виробництва.
- Придбано та підключено додаткові розширення системи оперативного зберігання та монтажу відеоматеріалів, додаткове місце 160ТВ.
- Додатково встановлено 2 нові відеомонтажні станції.
- Придбано 10 нових камер для ТЖК.
- Закінчується перший етап оновлення ПТС.

У 2018 році з допомогою LiveView окрім стрімів та прямих включень канал почав робити паралельні багатоканальні включення з місць подій



До кінця 2018 року КП КМР "Телекомпанія "Київ" зробить нові студійні приміщення, змінить логотип каналу та частину графічного оформлення





Бюджетне фінансування КП КМР "ТК "Київ" 2016-2018 рр.

Напрямки використання	Фактичні показники 2016 рік, тис. грн.	Фактичні показники 2017рік, тис. грн.	Затверджені показники 2018 рік, тис. грн.
1.Поточні видатки	23 749,2	40 182,7	56 790,0
2.Капітальні видатки	0,0	3 205,0	23 434,4
Всього	23 749,2	43 387,7	80 224,4

Капітальні видатки КП КМР "ТК "Київ" 2017-2018рр..

№ п/п	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
	Всього капітальні видатки		**3 204,9**		**23 434,4**
	Придбання обладнання і предметів довгострокового користування		**2472,6**		**22 835,3**
1	Комплекти для передачі телевізійного сигналу LiveView	4	1100,4		
2	Камери ТЖК в комплекті	2	376,5	10	1 773,9
3	Виїздні освітлювальні прилади		291,1		
4	Модернізація системи зберігання відеоматеріалів ALTO		405,0		
5	Камера студійна в комплекті			12	10 764,6
6	Часткова модернізація ПТС				3 659,2
7	Відеомонітори для студії			8	525,0
8	Світлові прибори для студії			комплект	2 841,3
9	Студійні декорації			2	1 398,6
10	Сховище відеоматеріалів для Stratus		299,6		
11	Комутатор для сховища відеоматеріалів	1		2	859,4
12	Станції нелінійного монтажу в комплекті			2	318,3
13	Комп`ютерна техніка			2	320,5
	Придбання землі і нематеріальних активів			18	374,6
1	Ліцензії«Octopus User license» «Stratus-Express»	20	**732,3** 732,3		**599,1**
2	Ліцензійний збір (з врахуванням 30% знижки)				599,1

ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ КП КМР "ТК "КИЇВ" НА ПЕРІОД 2019-2021 РОКІВ

- Старіння та природне зменшення аудиторії. Малоймовірним видається зростання молодіжної аудиторії.
- Значна трансформація соцмереж як платформ для поширення продукції телеканалу.
- Швидке збільшення кількості мережевих телеканалів з новими форматами та контентом.

ПРОГНОЗИ ТА ПЛАНИ КП КМР "ТК "КИЇВ" НА ПЕРІОД 2019-2021 РОКІВ

- Однією з головних цілей розвитку на найближчі роки слід розглядати створення паралельного мовлення і відповідного виробничого підрозділу (на базі промовідділу КП КМР "Телекомпанія "Київ"), який буде виробляти ще більш модерний і технічно досконалий промоконтент і анонси каналу "Київ" для мережі Інтернет, а також окремий онлайн-контент. Цей продукт буде розрахований на аудиторію молодого та середнього віку. База – онлайн платформа уже є: новий сайт з мобільною версією, розкручені сторінки каналу в усіх популярних соцмережах. До кінця 2021 року прогнозуємо збільшення трафіку на сайт до 1 млн переглядів на місяць, збільшення нашої аудиторії у Facebook до 10 000, Instagram - до 5 000. Також плануємо активне просування власного продукту через Google Ad та інші українські агрегатори новин.

- Для підвищення впізнаваності бренду каналу та збільшення ефективності продукту каналу, з березня запланована промо-кампанія (зовнішня візуальна та аудіо реклама).

- Розвиток творчого продукту каналу прямо залежить від оновлення матеріально-технічної бази. Тому на 2019 рік канал запланував придбання такого обладнання та предметів довгострокового користування: об'єктиви, штативи, нові станції нелінійного монтажу, титрувальні станції , обладнання для передачі телевізійного сигналу оптичними лініями зв'язку, мікрофонні радіосистеми, другий етап модернізації ПТС

- Ефірний продукт каналу буде модернізуватися відповідно до вимог часу.

Прогнозована динаміка частки аудиторії "КП КМР "ТК "КИЇВ"
(2019 – 2021 роки, "Київ 45+")

При прогнозуванні динаміки частки аудиторії телекомпанії затвердженій у міській цільовій програмі на 2016 – 2018 роки "Київ інформаційний" підприємство не мало можливості врахувати дані піплометричних досліджень, адже повноцінний доступ до дослідницької панелі підприємство отримало тільки наприкінці 2016 року. Зокрема, не було враховано портрет глядача, цільову аудиторію каналу, динаміку показників у періоді часу тощо. По факту середньодобова частка аудиторії за весь 2017 рік склала 0,56%, а на 19 листопада 2018 року складає 0,64%, тобто фактичний середньодобовий приріст аудиторії складає 12% на рік. На кінець 2018 року реальна прогнозована частка 0,75%.

Наразі, у прогнозуванні динаміки на 2019 – 2021 роки необхідно враховувати показник фактичного приросту у 2017 – 2018 роках, тобто 12% на рік. За таких умов прогнозована частка на кінець 2021 року – 1,05%. Приріст планується забезпечити за рахунок оновлення матеріально-технічної бази (осучаснення апаратно-студійного комплексу), осучаснення власного контенту, переходу у формат мовлення 16:9, показу якісних пакетів художніх фільмів, документальних фільмів, телевізійних серіалів тощо.

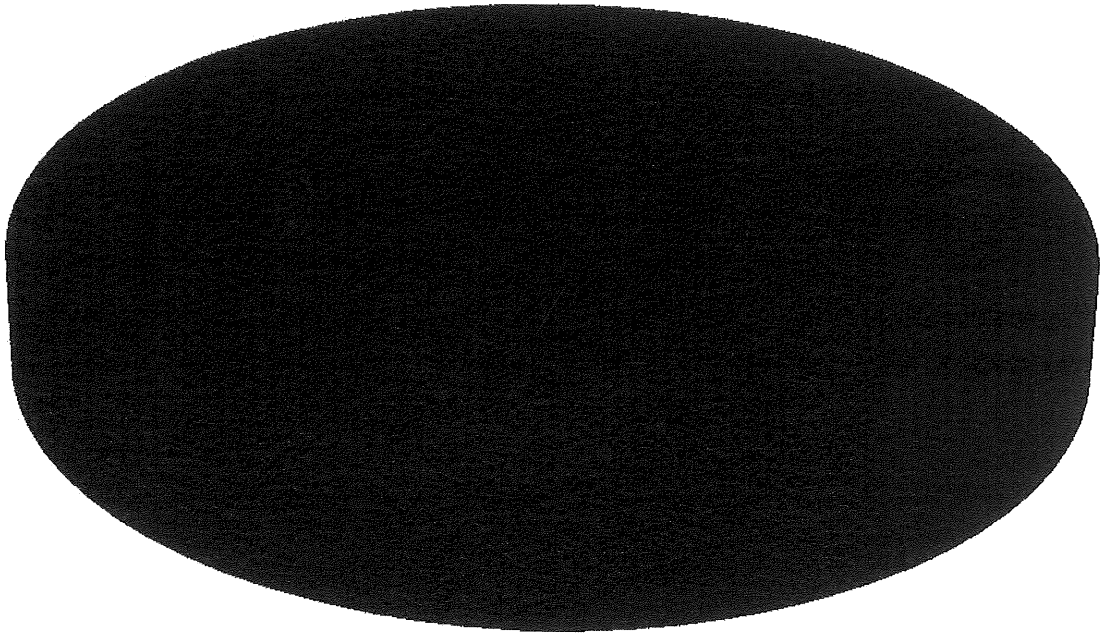
Бюджетне фінансування КП КМР “ТК “Київ” 2019-2021рр.

Напрямки використання	2019 рік, тис. грн.	2020 рік, тис. грн.	2021 рік, тис. грн.
1.Поточні видатки	67 420,4	71 398,2	74 968,1
2.Капітальні видатки	24 700,0	26 157,3	27 465,2
Всього	92 120,4	97 555,5	102 433,3

Збільшення (зменшення) поточних видатків 2019 року відносно затверджених видатків 2018 року

Напрямки використання	Сума, тис. грн.
Всього, у тому числі:	10 630,4
1. Фонд оплати праці	14 011,6
2. Програмне забезпечення для комплексу керування виробництвом	(-3 994,7)
3.Невиключні права на показ кінопродукції	992
4. Телекомунікаційні послуги по передачі телевізійного сигналу, дослідження телевізійної аудиторії, комунальні послуги	(-377,9)

Структура поточних видатків КП КМР “ТК “Київ” 2019-2021 рр.

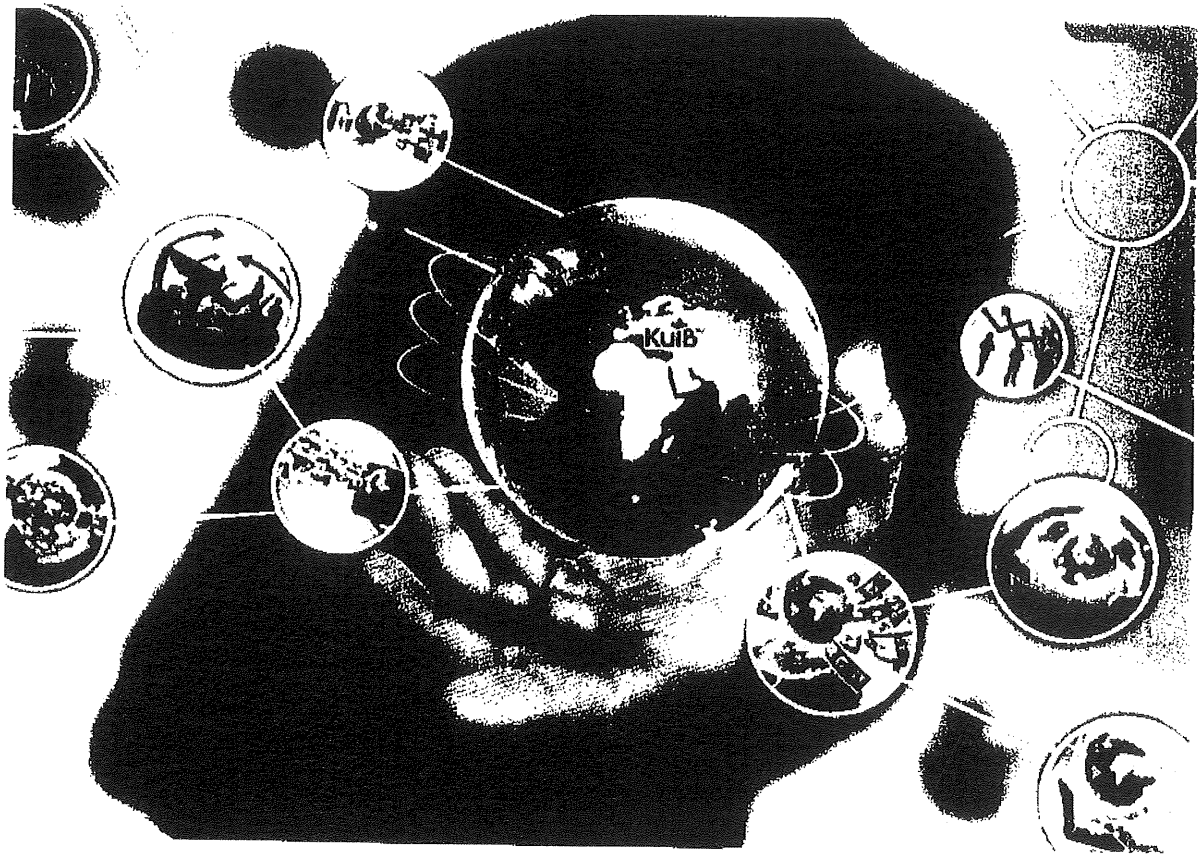


- Фонд оплати праці
- Невиключні права на показ кінопродукції
- Телекомунікаційні послуги по перечі телевізійного сигналу
- Дослідження телевізійної аудиторії
- Комунальні послуги (теплопостачання, е/е)

Капітальні видатки КП КМР "ТК "Київ" 2018-2019рр..

№ п/п	Найменування	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
		[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
	Всього капітальні видатки		**23 434,4**		**24 700,**
	Придбання обладнання і предметів довгострокового користування		**22 835,3**		**24 700,0**
1	Камера студійна в комплекті	12	10 764,6		
2	Часткова модернізація ПТС		3 659,2		8 000,0
3	Відеомонітори для студії		525,0		
4	Світлові прибори для студії	комплект	2 841,3		
5	Камери ТЖК в комплекті	10	1 773,9		
6	Студійні декорації	2	1 398,6		
7	Сховище відеоматеріалів для Stratus	2	859,4		
8	Комутатор для сховища відеоматеріалів	2	318,3		
9	Станції нелінійного монтажу в комплекті	2	320,5	2	330,0
10	Комп`ютерна техніка	18	374,6		
11	Об`єктиви для студійних камер (ширококутний - 4 шт, стандартний - 6 шт., довгофокусний 42 - 2 шт)			12	9 211,0
12	Ручки керування, тримачі об`єктивів			12	915,0
13	Штативи для студійних камер (стандартні - 10 шт, довгофокусний об`єктив - 2 шт.)			10	3 477,0
14	Обладнання для передачі телевізійного обладнання оптичними лініями зв`язку, мікрофонні радіосистеми			11	632,0
15	Титрувальні станції			2	2 135,0
	Придбання землі і нематеріальних активів		**599 072**		
	Ліцензійний збір (з врахуванням 30% знижки)		599 072		

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ



Київська міська рада
31.10.2018 № 08/19738

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)
ДЕПАРТАМЕНТ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
вул. Хрещатик, 50-Б, м.Київ, 01001, тел.(044) 235-07-00, Call-центр (044)15-51
E-mail: dsk@kievcity.gov.ua Код ЄДРПОУ 25695762

26.10.2018 № 059-3101
на № _____ *від* _____

Голові постійній комісії
Київської міської ради
з питань культури, туризму
та інформаційній політики
Мусі В.В.

№ 1.2.

Про розроблення проекту
програми на 2019-2021 роки

Шановна Вікторіє Вячеславівно!

Департамент суспільних комунікацій підготував проект «Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» (далі – Проект програми), у якому враховані пріоритети розвитку комунікаційної сфери столиці, законодавчі зміни в інформаційному полі та норми ЗУ «Про державну допомогу суб'єктам господарювання». Також, проект програми відповідає вимогам актуалізованої Стратегії розвитку Києва – 2025 та передбачає виконання ряду Умов та Завдань, в тому числі – «налагодження комунікації «влада-громадськість» шляхом створення Центру публічної комунікації та інформації, розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва, налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, реалізації проекту «Громадський бюджет».

Станом на 25 жовтня 2018 року проект розпорядження голови Київської міської державної адміністрації «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» перевірено та погоджено Департаментом фінансів, Департаментом економіки та співвиконавцями проекту Програми та надані експертні висновки.

Департамент суспільних комунікацій надає на попереднє ознайомлення проект «Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» з експертними висновками Департаменту економіки та інвестицій та Департаменту фінансів.

Додаток на 40 арк.

З повагою

Директор Марина ХОНДА

Данильчук 235 05 15

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІКИ ТА ІНВЕСТИЦІЙ

вул.Хрещатик, 36, м. Київ, 01044, тел. (044) 202-72-78, Call-центр (044) 15-51
E-mail: org@guekmda.gov.ua Код ЄДРПОУ 04633423

25.10.2018 № 050/17 – 7251

на № _____ від _____

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

У Департаменті економіки та інвестицій проведено експертизу проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки, наданого листом від 17.10.2018 № 059-2989, та повідомляємо, що проект зазначеної програми відповідає всім формальним вимогам Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженому рішенням Київської міської ради від 29.10.2009 № 520/2589.

Директор Наталія МЕЛЬНИК

Оксана Шлапацька
Ірина Титаренко 202 76 74

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ФІНАНСІВ

вул. Хрещатик, 36, Київ, 01044 тел. (044) 202-79-29, 202-73-27, 202-73-45 факс. 202-73-82
КБУ "Контактний центр міста Києва" 15-51 E-mail: info@kmfd.gov.ua Код ЄДРПОУ 02317474

_____№_____

*на №*_____*від*_____

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

На виконання п.3.1 Розділу II Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29.10.2009 №520/2589, та з урахуванням листа Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 17.10.2018 №059-2989 у Департаменті фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) проведено експертизу проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки в частині визначення результативних показників, реальності завдань та доцільності реалізації заходів, відповідно до якої надається позитивний висновок та погоджено проект розпорядження Київської міської державної адміністрації «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» (№1813-пр).

Перший заступник директора Олександр КОРЕНЬ

Кучер 202 77 41

ЗАТВЕРДЖЕНО
розпорядженням виконавчого органу
Київської міської ради
(Київської міської державної
адміністрації)
_____ № _____

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Київ – 2018

Паспорт
Міської цільової програми
розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва
на 2019 – 2021 роки

1.	Ініціатор розроблення програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
2.	Дата, номер і назва розпорядчого документа органу виконавчої влади про розроблення програми	Протокол доручень першого заступника голови Київської міської державної адміністрації № 9 від 17.01.2018			
3.	Розробник програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
4.	Співрозробник програми	Редакційні ради комунальних засобів масової інформації, представники профільних громадських організацій та медіаексперти			
5.	Замовник (відповідальний виконавець) програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
6.	Учасники (співвиконавці) програми	Керівники КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП «Центр публічної комунікації та інформації», структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інститути громадянського суспільства, незалежні громадські організації, комунальні підприємства, установи, організації різних форм власності, інформаційні агенції			
7.	Термін реалізації програми	2019 – 2021 роки			
8.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми	Всього:	у тому числі за роками		
			2019	2020	2021
	всього, у тому числі:	473137,6	149500,0	157872,0	165765,6
8.1.	коштів державного бюджету	-	-	-	-
8.2.	коштів бюджету міста Києва	427248,0	135000,0	142560,0	149688,0
8.3.	коштів інших джерел	45889,6	14500,0	15312,0	16077,6

Вступ

Невід'ємною складовою демократичних перетворень, започаткованих в Україні, є наближення основних принципів діяльності органів місцевої влади у сфері публічних комунікацій до стандартів країн розвиненої демократії. Проведені соціологічні опитування підтвердили, що переважна більшість жителів столиці цікавиться діяльністю міської влади (цікаво/достатньо цікаво відповіли 77,7 % опитаних киян), проте рівень обізнаності щодо ініціатив, планів, сервісів та результатів діяльності міської влади складає всього 50,4%, тоді як 49,9% опитаних респондентів назвали себе не обізнаними щодо цієї діяльності. Респонденти визначили показники відкритості міської влади у спілкуванні з киянами на рівні 4.56 бали, конкретності - 4,59 бали, об'єктивності - 4.36 та оперативності 4,39 (максимальна ступінь відкритості - 10). Разом з тим, 56% опитаних киян вважають, що вони не залучені до процесів вироблення міських політик, рішень міської влади та суспільного діалогу.

Нові можливості для запровадження публічних комунікацій на основі своєчасної, достовірної, об'єктивної та збалансованої інформації, обміну думками, ідеями, залучення громадян до вироблення міських політик відкриває Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року, затверджена рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060 (із змінами і доповненнями, внесеними рішеннями Київської міської ради від 14 травня 2015 року №463/1327 та від 06 липня 2017 року № 724/2886) (далі - Стратегія). Реалізація стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці передбачає: орієнтацію на європейські стандарти та діалог влади з громадою та бізнесом.

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки (далі - Програма) розроблена у зв'язку із закінченням терміну дії міської цільової програми на 2016–2018 роки «Київ інформаційний» (затвердженої рішенням Київської міської ради від 14 квітня 2016 року № 333/333) та відповідно до Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520. Розробниками враховано результати Міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний», забезпечені у межах фінансування, визначеного Київською міською радою.

Програма розроблена відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи

державного управління у книговидавничій сфері», указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 01 травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017- 2020 роки», постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховує положення Стратегії.

Терміни, що використовуються в програмі,вживаються у такому значенні:

Аудит комунікації – систематичне та незалежне вивчення комунікативної діяльності державного органу з метою визначення того, чи відповідає така діяльність та пов'язані з нею результати запланованим заходам і чи запроваджені такі заходи результативно та у спосіб, який дозволяє досягти поставленої мети.

Бюджет на комунікаційні кампанії та комунікації – кошти, передбачені у міському бюджеті, для фінансового забезпечення комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень відповідно до визначених пріоритетів, цілей та завдань.

Зворотній зв'язок в комунікації – реакція суб'єкта комунікації – отримувача інформації на зміст отриманого повідомлення, в результаті якої суб'єкт владних повноважень – відправник інформації може здійснювати вивчення громадської думки.

Діалог – двосторонній обмін інформацією між суб'єктами комунікації.

Інструменти комунікації – комплекс заходів та способів обміну інформацією, реалізація яких забезпечує досягненню суб'єктом владних повноважень основної мети публічних комунікацій (зв'язки з громадськістю, висвітлення діяльності в ЗМІ, залучення громадськості до підготовки проектів рішень, їх популяризації, формування позитивного іміджу, тощо).

Інформаційна кампанія – комплекс різноманітних заходів, спрямованих на передачу ключового повідомлення до однієї або кількох цільових аудиторій через найбільшу кількість оптимальних каналів з використанням максимально доступного інструментарію візуалізації суті ключового повідомлення.

Інформаційно-комунікативна діяльність – комплекс заходів, що передбачають широкий діалог влади з громадськістю з метою роз'яснення виробленої позиції та/або політики з певних проблемних питань, залучення зацікавлених сторін до ухвалення та впровадження рішень, забезпечення громадськості вчасною, чіткою, достовірною, релевантною інформацією, роз'яснення суспільної вигоди від конкретних політик, державних програм, адміністративних послуг.

Інформаційно-комунікативна кампанія – затверджений в установленому порядку комплекс дій суб'єкта владних повноважень, спрямований на забезпечення взаємодії із засобами масової інформації, громадськими об'єднаннями, експертами тощо, спрямовані на формування позитивної громадської думки з питань діяльності цього органу.

Інформаційно-комунікаційні ресурси – організована сукупність інформаційних продуктів певного призначення, що необхідні для забезпечення інформаційних потреб громадян, суспільства, держави у певній сфері життя чи діяльності.

Канал комунікації – спосіб, яким передається повідомлення, канал взаємного обміну інформацією в процесі здійснення публічних комунікацій.

Комунікація – в контексті діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування – процес соціальної взаємодії, двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до порозуміння, формування партнерських відносин та довіри до місцевої влади.

Комунікативний план – узгоджений перелік питань щодо порядку та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, встановлення зворотного зв'язку з певними громадськими об'єднаннями, експертами з суспільно значимих питань, а також висвітлення у засобах масової інформації цілей та питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Планування комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень – затвердження в установленому порядку планів заходів щодо питань та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, взаємодії та встановлення зворотного зв'язку з відповідними громадськими об'єднаннями, соціальними групами, фахівцями та експертами з суспільно значимих питань, а також забезпечення висвітлення у засобах масової інформації цілей та основних питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Цільова аудиторія – соціальна група, на яку спрямована інформаційна кампанія.

Програма складається:

1. Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно – комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладених у Додатку №1 до Програми.

2. Динаміка основних показників Міської цільової програми розвитку інформаційно – комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладених у Додатку №2 до Програми.

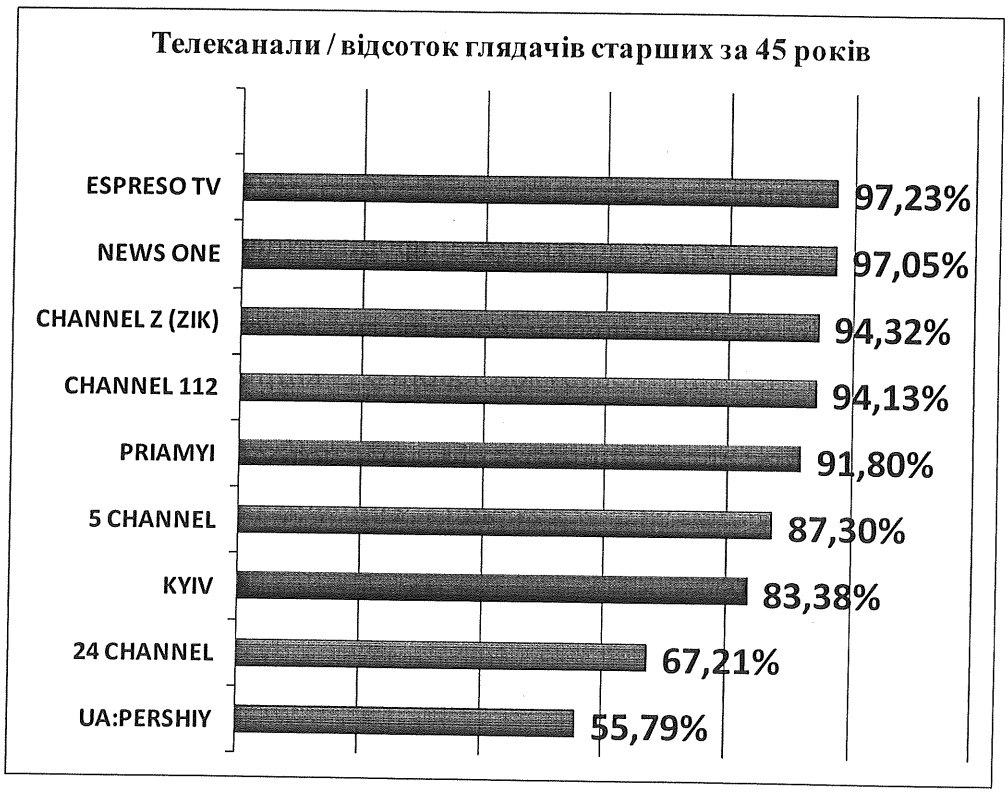
Оцінка творчого та матеріально-технічного стану комунальних підприємств

Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ»

Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» розпочало мовлення 21 серпня 1995 року на підставі ліцензій, виданих Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення серія НР № 1603-м від 02 листопада 2011 року (багатоканальне мовлення), серія НР № 1604-м від 11 вересня 2011 року (ефірне мовлення), серія НР № 00124-м від 18 серпня 2014 року (супутникове мовлення).

Аналіз творчого та матеріально-технічного стану за 2016-2018 роки

За даними досліджень Індустріального телевізійного комітету, основним ядром аудиторії підприємства є глядачі віком 45+, які складають більше 83% загальної аудиторії каналу. Таку ж картину демонструють висновки ТОВ «Незалежна рейтингова агенція «БІГДАТА ЮЕЙ», що спеціалізується на вимірюванні поведінки перегляду аудиторією сервісів IPTV (Internet Protocol Television) і OTT (Over the Top, частина технології IPTV). У своєму звіті вони вказують, що «основний профіль аудиторії у травні 2018 року, яка дивилась канал, – це жінки від 50 до 80 років та чоловіки віком 50-80, це вказує на те, що ядром глядацької аудиторії все ж залишається більш зріла аудиторія». Загалом така тенденція розповсюджується на всі телеканали з великою часткою інформаційного контенту, передбаченого ліцензією на мовлення. Нижче наведено відсоток глядачів старших за 45 років у загальному обсязі київської аудиторії кожного окремого телеканалу з великою часткою інформаційного контенту, станом на початок IV кварталу 2018 року:



Щоденно в ефірі КП КМР ТК «Київ» в середньому демонструється близько 14 годин контенту власного виробництва, з яких близько 8 годин становить інформаційно-аналітичний і публіцистичний оригінальний продукт. У сітці мовлення телекомпанії є такі проекти: «Служба порятунку», «Якісне життя», програми «Місто Добра», «Життєві історії», «Поради лікаря», «Школа права», «День у мегаполісі», інтерактивна програма «Депутатська приймальня», культурологічні - «Київські історії», «Прогулянки містом», оновлено проект «На часі», запущено новий прямоефірний проект «КиївLive».

Також, відбулося часткове оновлення матеріально-технічної бази телеканалу: придбано комплекти тележурналістські, комплект передачі телевізійного сигналу за допомогою дротової та/або бездротової мережі LiveView, комп'ютерне обладнання, звуковий мікшерний пульт, ліцензії на використання програмного забезпечення, тощо. Завдяки системі LiveView мовлення каналу супроводжується прямими включеннями, «стрімами» з місць найбільш резонансних подій. Новини стали більш динамічними та актуальними, а творчий колектив напрацював низку сучасних робочих інструментів, навчившись оперативно приймати та опрацьовувати матеріали з місця подій.

Відновлено роботу сайту каналу та оновлено його дизайн, постійно розвиваються майданчики каналу у Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Telegram. Телеканал розпочав онлайн-трансляції прямоефірних проектів «День у мегаполісі» та «КиївLive» на сторінці у Facebook. Збільшення присутності каналу на сучасних медіа-майданчиках і постійне зростання їх аудиторії підтверджується збільшенням кількості звернень та зворотних контактів. Новини із сайту каналу публікуються на інформаційному ресурсі країни Ukr.Net, що, з одного боку, підвищує відвідуваність сайту, а з іншого – робить канал «Київ» впізнаваним.

Шляхи розвитку комунальних засобів масової інформації на 2019-2021 роки

Компанія демонструє стабільний приріст глядацької аудиторії з початку2017року:

У першому півріччі 2018 році дещо знизилися показники частки аудиторії, утім, приріст порівняно з аналогічним періодом минулого року становить до 20%. Саме такий темп нарощування аудиторії наразі виглядає реалістичним.

Для виробництва якісного продукту потрібно оновити технічне обладнання та устаткування каналу, придбати чотири нові системи LiveView, створити нові сучасні студії, придбати сучасне програмне забезпечення для комп'ютерів, в т.ч. монтажних, оновити дизайн та графічне оформлення ефіру. Уже сьогодні можна спланувати закупівлю обладнання для віртуальних студій, які найближчими роками повністю замінять студії з фізичними декораціями.

Паралельно з матеріально-технічним розвитком, потрібно постійно працювати над змістом і наповненням. Щоб бути цікавими аудиторії, особливу увагу слід приділити створенню власного унікального продукту, який матиме попит у аудиторії (нові формати подачі інформації, розважальні та пізнавальні програми, проекти швидкого зворотного зв'язку і т.д.). Якщо будуть технічні можливості (наявність великого студійного павільйону) – запустити великі ток-шоу суспільно-політичної тематики з глядачами в студії. А також програми про подорожі, про будівництво та ремонти, присадибні ділянки.

Враховуючи те, що обсяг та швидкість обміну інформацією постійно збільшуються, а основним джерелом інформації стають віртуальні мережі, слід приділити увагу розвитку цього сегмента. А саме:

запроваджувати онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних майданчиках (передусім YouTube, Facebook, Twitter);

використовувати YouTube як повноцінний паралельний майданчик;

створювати окремий продукт саме для інтернет-аудиторії (частково канал вже робить);

розвивати сайт каналу як окремий медіа-майданчик, де користувач зможе швидко отримати якісний медіа-продукт.

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» створене за рішенням Київської міської ради від 30 січня 2003 року № 259/419.

Статут КП «Радіостанція «Голос Києва» визначає головну мету діяльності підприємства – насичення ринку України новими високоякісними програмами, інформування киян та громадян України про суспільно-політичне та культурне життя столиці, всебічне та об'єктивне висвітлення діяльності Київської міської ради, Київської міської державної адміністрації та задоволення інформаційних потреб громадян.

Згідно з ліцензією на мовлення Серія НР № 01190-м, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, від 10 листопада 2017 року, обсяг мовлення КП «Радіостанція «Голос Києва» складає 16 годин 30 хвилин виробництва власного продукту на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – 4 години, науково-просвітницьких - 2 години, культурно-мистецьких - 2 години 10 хвилин, дитячих програм – 30 хвилин, розважальних – 4 години, підбірка музичних творів – 3 години 50 хвилин.

Цільова вікова аудиторія Радіо Київ – 35+ дорослі люди, які є соціально активними та переймаються долею міста, цікавляться політичним та соціальним життям столиці, дбають про своє місто та родину. У тижневій програмній сітці радіостанції розміщені тематичні програми, які популяризують українську мову, літературу, українську музику, туризм у Києві, проекти, які популяризують здоровий спосіб життя, формують бренд «Радіо Київ», тощо.

Основна частка оперативної інформації забезпечується інформаційними випусками новин, які виходять кожні півгодини. За добу – це 27 випусків новин та близько 50 повідомлень, з яких 50% ексклюзивних, створених журналістами КП «Радіостанція «Голос Києва».

Оскільки медійний світ рухається у напрямку електронних ЗМІ на основі КП «Радіостанцією «Голос Києва» створено дві медіа-платформи у мережі facebook: Золота колекція української пісні – 45 тис підписників; Радіо Київ – 6 тис підписників. Та два YouTube - канали: Радіо Київ - 1.5 тис підписників.

Шляхи розвитку КП «Радіостанцією «Голос Києва» на 2019-2021 роки

Впродовж 7 років слоган радіостанції звучить як «У місті як вдома». З метою, популяризації усвідомлення кожного киянина бути частиною свого міста (нести відповідальність та впливати на розвиток європейської столиці), прийнято рішення змінити слоган «Радіо Київ» до варіантів: «Я і моє місто», «Моє місто, моя музика, моє радіо», «Відчуй настрій твого міста».

З урахуванням перспективи зміни позиціонування КП «Радіостанції «Голос Києва», часткової зміни музичного формату та якісної частки аудиторії існує невідкладна потреба до розширення слухацької аудиторії шляхом:

проведення промо-кампанії радіостанції на можливих рекламних носіях;

проведення промо-кампанії на базі соціально-важливих соціальних проектів у синергії із підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);

залучення до ведення передач відомих та зіркових особистостей;

просування у соціальних мережах та підняття індексу цитування сайту;

налагодження ефективних комунікацій в медійному просторі з підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);

проведення професійного тестування музичної бази КП «Радіостанції «Голос Києва» для подальшого вивчення музичних вподобань аудиторії (за умови додаткового фінансування);

проведення професійного тестування інформаційної складової КП «Радіостанції «Голос Києва» з метою вивчення інформаційних потреб киян (за умови додаткового фінансування);

проведення масштабної промо - кампанії КП «Радіостанції «Голос Києва» з метою її популяризації на базі соціально важливих проектів: «У місті як вдома», «Київський фестиваль»;

оновлення застарілого обладнання КП «Радіостанції «Голос Києва»;

ліцензування програмного та офісного забезпечення.

З метою утримання існуючої аудиторії, трансляції матеріалів «Радіо Киї» в Інтернет просторі (YouTube та соціальні мережі) необхідно залучити додаткові кошти для зміцнення матеріально-технічної бази та створення аудіо-візуальної продукції. Окрім того, забезпечити можливість систематичного навчання персоналу новітнім технологіям у сфері ІТ.

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»

Запровадженню європейських стандартів побудови діалогу «влада-громадськість», як ключових пріоритетів розвитку столиці, сприятиме поєднання інформаційних та комунікативних функцій міської влади шляхом створення КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», що складається з двох окремих підрозділів – веб-сайту «Вечірній Київ», як джерела достовірної інформації про діяльність міської влади (у перспективі – інформаційного агентства) та відділу громадських консультацій та комунікацій.

Програма враховує, що з 01 січня 2019 року відповідно до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» Київська міська рада припиняє фінансування офіційного вісника «Хрещатик» та тижневика «Вечірній Київ» (засновані нею ЗМІ втрачають свідоцтва про державну реєстрацію відповідно до вимог Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» трудовий колектив газети «Вечірній Київ» відповідно до протоколу зборів трудового колективу від 15 травня 2018 року, не буде створювати новий суб'єкт господарювання).

Оскільки законодавець не визначився щодо цифрових комунальних видань, міська влада, відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в

Україні засобами масової інформації», має право інформувати киян шляхом підтримки власного Інтернет - видання/інформаційного агентства, на договірних засадах з комерційними друкованими ЗМІ або передати право на друк комунальному підприємству.

Відповідно до завдань програми, КП «Центр публічних комунікацій та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної, об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади шляхом розвитку публічних комунікацій: цифрової версії тижневика з багатолітньою історією - «Вечірній Київ» та відділу публічних консультацій та комунікацій.

Наразі web-портал vechirniykiev.com.ua виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно-важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності киян про діяльність міської влади. Мультимедійні технології дають можливість проводити опитування громадської думки, підтримувати міські та національні інформаційні кампанії, протидіяти дезінформації та використанню ЗМІ як засобу конфліктної комунікації між різними групами, партіями, громадськими осередками. Як достовірну та об'єктивну інформацію новини web-порталу vechirniykiev.com.ua щодня підхоплюють та поширюють інші Інтернет-ЗМІ.

Web-портал газети «Вечірній Київ»

Назва	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Кількість читачів сайту (середньомісячна)	102513	115936	129993
Підписники Facebook	4187	14600	23300
Підписники Instagram	-	-	2419
Підписники Telegram	-	-	1242
Підписники YouTube	-	-	1466

Програма передбачає модернізацію web-порталу, що дозволить стати впливовою частиною системного інформування, більш активно включитися в політику «єдиного голосу». Поширення мультимедійного контенту (відео, інфографіка, соціальна реклама), підвищення трафіку, збільшення географії читачів/глядачів у тому числі, із комерційною метою, створює можливості розширення середньомісячної аудиторії vechirniykiev.com.ua до 300 000 тис.

Основні функції відділу публічних консультацій та комунікацій Центру – міжвідомча координація, організація навчання та публічних консультацій в районах, проведення інформаційних кампаній, залучення неурядових організацій, співпраця із засобами масової інформації в сфері проведення заходів і реалізації проектів Бюджету участі у Києві. У столиці Польщі – місті Варшава – ці завдання виконує Центр соціальних комунікацій, що допомагає мешканцям витрачати частку міського бюджету на проекти, які сама громада вважає найважливішими. З огляду на зростаючу популярність Бюджету участі серед киян (у 2018 році подано проектів на 2 млдр. грн), столиця України також потребує створення окремого структурного підрозділу виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з

правами юридичної особи. Центр забезпечує підготовку та проведення соціологічних, маркетингових досліджень, в тому числі проведення досліджень спільно з іншими структурними підрозділами, відомствами, замовлення соціальних і маркетингових досліджень на підтримку стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці.

II. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКИХ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА

Суспільний запит на комунікацію, сформований у столиці України після Революції Гідності та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка набрала чинності 1 вересня 2017 року, відкривають нові можливості для запровадження європейських принципів організації інформаційно-комунікативної діяльності на підтримку цілей Стратегії.

Необхідність прийняття цієї Програми обумовлюють:

- пошук нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот, рухів, лідерів громадської думки, фахових експертів, соціально відповідального бізнесу, активних громадян, у зв'язку із розвитком цифрових технологій, зростанням обсягів інформаційних потоків, фейків, дезінформації;
- недостатній рівень системного діалогу «влада – громадськість», який потребує спеціальних механізмів та структур для здійснення комунікації, інформаційних обмінів, встановлення і підтримки постійного інформаційного зв'язку між ними;
- недостатній рівень обміну інформацією між органами міської влади та громадськістю, що може спричинити непорозуміння, суспільно-політичні конфлікти, збільшити недовіру між громадою і владою столиці;
- неналежний стан матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ;
- недостатній розвиток інформаційно-комунікаційної сфери, комунікаційного менеджменту, орієнтованого на цілі Стратегії, відсутність чітких стандартів забезпечення зворотного зв'язку.

III. ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПРОГРАМИ

Мета Програми – визначення шляхів розвитку інформаційної та комунікативної сфери столиці шляхом комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової комунікації й засобами масової інформації. Враховуючи, що громадська думка не може висловлюватися з приводу того, про що громадськість не поінформована, пріоритетом є реалізація зрозумілої суспільству політики, забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією та роз'яснення суті міських політик та налагодження ефективних каналів зворотного зв'язку.

Основні завдання Програми:

дотримання державної політики в інформаційній та комунікативній сферах;

розвиток інформаційних та комунікаційних ресурсів столиці для налагодження комунікації «влада-громадськість»;

сприяння діяльності муніципальних ЗМІ та інших структурних підрозділів, що надають громадськості своєчасну, достовірну, об'єктивну, збалансовану інформацію про роботу міської влади, її політики, сервіси, ініціативи та очікувані результати діяльності;

підвищення рівня обізнаності киян щодо планів, заходів, ініціатив, сервісів міської влади з метою формування неупередженої громадської думки та суспільної довіри;

розвиток цифрових комунікацій;

оперативне інформування громадськості під час кризових або надзвичайних ситуацій;

запровадження механізму соціологічних зрізів поінформованості населення столиці про діяльність щодо реалізації цілей Стратегії;

сприяння формуванню неупередженої громадської думки та суспільної довіри.

IV. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ

На ефективність суспільного діалогу суттєво впливає рівень поінформованості населення щодо діяльності міської влади. Ключові пріоритети розвитку столиці, орієнтовані на європейські стандарти, передбачають проведення інформаційно-комунікативних кампаній, системного інформування населення про цілі та очікувані результати міських політик шляхом затвердження окремих статей видатків, створення динамічних структур, що значно підвищує можливості роз'яснювальної й комунікаційної роботи, партнерської взаємодії між органами місцевого самоврядування, територіальною громадою, громадськістю, ЗМІ і владою.

Шляхи розв'язання проблем:

розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння;

забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади;

забезпечення виконання угод, укладених з електронними, друкованими та цифровими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність місцевих органів влади, поширення суспільно важливої інформації;

моніторинг ЗМІ, соціальних мереж, соціальних медіа, акаунтів лідерів громадської думки (масштаб та фокус висвітлення подій);

забезпечення фінансової підтримки діяльності телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

зміцнення матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ та інших інформаційно-комунікативних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання;

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій, інших інформаційних та комунікаційних підрозділів, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну досвідом.

На виконання передбачених Програмою заходів залучаються кошти бюджету міста Києва, інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Прогнозні обсяги і джерела фінансування Програми:

Обсяги фінансування Програми уточнюються щороку під час складання проекту бюджету міста Києва на відповідний рік у межах видатків, передбачених головному розпоряднику бюджетних коштів.

Виконання Програми у повній мірі можливе за умови її фінансового забезпечення у визначених обсягах.

Джерела фінансування	**Обсяг фінансування, тис. гривень**	**У тому числі за роками**		
		2019	2020	2021
Державний бюджет	-	-	-	-
Бюджет міста Києва	**427248,0**	135000,0	142560,0	149688,0
Власні надходження	**45889,6**	14500,0	15312,0	16077,6
Усього:	**473137,6**	**149500,0**	**157872,0**	**165765,6**

V. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ, ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ

Системний підхід до реалізації цілей Стратегії потребує виконання міською владою ключових умов її імплементації (розділ 4, п. 3,4,6), зокрема:

- залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики;
- підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб;
- взаємодію з іншими органами влади для просування міських ініціатив.

Для успішної імплементації Стратегії Київська міська рада визначила ряд Умов та Завдань, в тому числі – «налагодження комунікації «влада-громадськість», що потребує виконання Заходів:

- створення Центру публічної комунікації та інформації з метою координації та контролю за проведенням громадських консультацій, розширення співпраці місцевих органів влади з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проектів;

- розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва;
- налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, зокрема, Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та іншими органами державної влади для просування міських ініціатив та задоволення потреб киян;
- реалізація проекту «Бюджет участі» з метою залучення жителів до прийняття рішень.

Напрями діяльності Програми викладені у додатку 1 до Програми.

Очікувані результати та ефективність Програми:

Реалізація Програми забезпечить наближення до загальновизнаних демократичних європейських стандартів розвитку інформаційної та комунікаційної сфери, задоволення суспільного запиту киян щодо розвитку системного діалогу «влада –громадськість»:

забезпечення інформаційної підтримки стратегічних цілей розвитку Києва - 2025, ключових пріоритетів розвитку та завдань Стратегії;

впровадження комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової інформації й засобами масової комунікації;

зміцнення демократії, прозорості та відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації;

реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом;

затвердження та реалізації Комунікативної стратегії Києва на підтримку цілей Стратегії.

Динаміка основних показників для м. Києва у сфері запровадження європейських стандартів комунікації «влада-громада» викладені у додатку 2 до Програми.

VI. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію виконання Програми здійснює заступник голови Київської міської державної адміністрації згідно з розподілом обов'язків, який координує дії виконавців Програми та контролює її виконання.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми та за цільовим і ефективним використанням коштів здійснює відповідальний виконавець – Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який є головним розпорядником коштів.

Департамент суспільних комунікацій забезпечує моніторинг виконання Програми, підготовку звітної та аналітичної інформації.

Відповідальний виконавець Програми щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, подає Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку та постійній комісії Київської міської ради з питань культури,

туризму та інформаційної політики узагальнену інформацію про стан виконання Програми.

Відповідальний виконавець Програми у разі потреби обґрунтовує необхідність запровадження додаткових заходів, їх продовження, забезпечує уточнення показників, обсягів і джерел фінансування, строків виконання заходів.

Після закінчення терміну реалізації Програми відповідальний виконавець складає заключний звіт про результати її виконання та подає його на розгляд сесії Київської міської ради разом із пояснювальною запискою про кінцеві результати виконання Програми.

Директор Департаменту
суспільних комунікацій Марина ХОНДА

Додаток № 1
до Програми

Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

№	Назва напряму діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів Програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансу-вання	Очікувані обсяги фінансування, тис. грн				Очікувані результати
						всього	у тому числі			
							2019	2020	2021	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
І. Налагодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації										
1	Комунікативна діяльність органів державної влади, місцевого самоврядування, інститутів громадського суспільства, громадських організацій, громадян, засобів масової інформації та комунікації, налагодження системного діалогу «влада - громадськість», каналів зворотного зв'язку; формування суспільної довіри	1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки	2019 –2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»	Бюджет міста Києва	**86242,0**	27250,4	28776,4	30215,2	Реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом, забезпечення відкритості і прозорості шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації у процесах формування і реалізації державної політики у всіх сферах суспільного
					інші джерела	**6329,6**	2000,0	2112,0	2217,6	
					Разом	**92571,6**	29250,4	30888,4	32432,8	
		1.1.1. Проведення інформаційно-комунікаційних кампаній, реалізації комунікативних, проектів, заходів		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації		органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						життя столиці.
		1.1.2. Проведення інформаційно-комунікаційної кампанії щодо реалізації планів та заходів Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		1.1.3. Проведення інформаційно-комунікаційної кампанії щодо реалізації Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції та Концепції вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.1.4. Організація публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, прес-конференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер - класів, тренінгів,		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		стажувань, обміну досвідом								
		1.1.5. Організація загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проектів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно-важливих інформаційних проектів на території міста Києва		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2. Запровадження європейських практик партиципації, шляхом підтримки Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		1.2.1. Організація та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.2. Проведення консультацій щодо вироблення та роз'яснення міських політик		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				публічної комунікації та інформації»						
		1.2.3. Створення та розповсюдження методик та практик підвищення спроможності представників громадськості у сфері публічних комунікацій		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.4. Підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайті «Вечірній Київ»		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.5. Забезпечення підтримки, хостінгу		Департамент суспільних						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		(розміщення та техобслуговування), модернізації, розробка додаткових розділів (сторінок), проведення опитувань,створення нових мобільних додатків веб-сайту комунального підприємства, де користувач зможе швидко отримати якісний інформаційний продукт 1.2.6. Організація тематичних семінарів, тренінгів для відповідальних за роз'яснення міських політик, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації		комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		1.2.7. Зміцнення матеріально-технічної бази		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.3. Проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.4. Розвиток комунікаційного потенціалу структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) шляхом організації та проведення серії тренінгів з комунікацій, формування дієвої команди фахівців з		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		комунікацій та створення карти відповідальності для залучених профільних фахівців підрозділу, експертів 1.5.Розроблення проекту Комунікаційної стратегії міста Києва		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
2	Забезпечення участі інститутів громадянського суспільства у процесах формування, реалізації і контролю державної та регіональної політики та налагодження ефективної взаємодії з органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування,	2.1. Адміністрування контенту Єдиного веб-порталу територіальної громади міста Києва 2.2. Забезпечення співпраці з засобами масової інформації, Інтернет – ресурсами, організація та проведення тематичних комунікаційних кампаній в соціальних медіа та соціальних мережах шляхом залучення нових інструментів для		Департамент суспільних комунікацій Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						Створення нових можливостей для розширення взаємодії з громадськіст ю та інформування киян про політики, сервіси, ініціативи влади, а також про проведені або заплановані реформи на

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	просування іміджу столиці	більш таргетованої взаємодії з аудиторією 2.3. Забезпечення співпраці з інформаційними агенціями 2.4. Створення мобільних додатків та розвиток веб – сайтів соціальних мереж, месенджерів 2.5. Організація інформаційних турів до Києва журналістів українських та міжнародних засобів масової інформації 2.6. Моніторинг засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної						зручних для них майданчиках. Підтримка міських та загальнонаціональних проектів шляхом виготовлення поліграфічної, книжкової продукції

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				комунікації та інформації»						
		2.7. Виготовлення та розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції на підтримку завдань та заходів визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації планах та програмах, затверджених Київським міським головою, загальнонаціональних проектів, завдань державної інформаційної політики, тощо		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.8. Роз'яснення міських політик шляхом замовлення розробки та виготовлення інформаційних, довідкових, іміджевих, презентаційних,		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		просвітницьких друкованих матеріалів, посібників, книжкової продукції в рамках інформаційно-комунікаційних кампаній								
		2.9. Виготовлення та розповсюдження книжкової, поліграфічної продукції просвітницького характеру на підтримку тематичних заходів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.10. Організація та проведення Конкурсу з відбору видавничих проектів з метою популяризації м. Києва, його історії, української мови, художнього слова, читання, просування загальноєвропейських цінностей		Департамент суспільних комунікацій						
		2.11. Безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових,		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних друкованих матеріалів, посібників під час заходів організованих міською владою		публічної комунікації та інформації»						
II. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)										
1	Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»	1.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик: 1.1.1. Висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві 1.1.2. Інформування про заходи, відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях	2019 –2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»	Бюджет міста Києва інші джерела Разом	**341006,0** **39560,0** **380566,0**	107749,6 12500,0 120249,6	113783,6 13200,0 126983,6	119472,8 13860,0 133332,8	Забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності Київської міської влади, належного рівня фінансування діяльності та матеріально-технічного стану місцевого комунального телебачення та радіомовлення

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою								
		1.1.3. Оприлюднення (анонсування) розпоряджень Київського міського голови, розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), рішень Київської міської ради		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.1.4. Створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, «стрімів» з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проектів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		унікального продукту, підтримка авторських програм, тощо								
		1.2. Підтримка електронних комунальних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.2.1 Оновлення технічного обладнання та устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.2.2. Створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.2.3. Підготовка студійного павільйону для запуску суспільно-політичного ток-шоу		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		1.3. Розвиток цифрових платформ, мобільних додатків комунальних електронних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада:		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.1. Запровадження онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних веб – сайтах, соціальних мереж, месенджерів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.2. Створення окремого інформаційного продукту для Інтернет аудиторії		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.3. Використання YouTobe як повноцінного паралельного майданчика комунікації		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.4. Створення мобільних додатків та		Департамент суспільних						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		розвиток веб – сайтів, соціальних мереж, месенджерів 1.4. Закупівля кінопродукції		комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»						
Усього						**473137,6**	**149500,0**	**157872,0**	**165765,6**	

Директор Департаменту
суспільних комунікацій

Марина ХОНДА

Додаток № 2
до Програми

Динаміка основних показників Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Показники	2019	2020	2021
1. Налагодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації			
Показники затрат			
Кількість Центрів (од.)	1	1	1
Обсяг валових витрат Центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних компаній центрів (тис. грн)	23850,4	25186,0	26445,3
Обсяг видатків для проведення інформаційно - комунікативних компаній (тис. грн) (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг видатків на книговидання (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяги видатків на проведення досліджень, сесій та заходів (тис. грн)	500,0	528,0	554,4
Обсяги видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	211,2	221,8
Обсяги видатків на прес-конференції, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Показники продукту			
Обсяг валового доходу центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг доходів центрів (тис. грн)	2000,0	2112,0	2217,6
Кількість інформаційно - комунікативних компаній центрів (од.)	20	21	22
Кількість інформаційно - комунікативних компаній (од.)	3	4	5
Кількість угод з видавництвами (друкарнями) (од.)	2	2	2
Кількість книговидань (од.)	2	2	2
Кількість поліграфічної продукції (од.)	30	30	30
Тираж книговидань (од.)	2000	2000	2000
Тираж поліграфічної продукції (од.)	100000	100000	100000
Кількість досліджень, сесій та заходів (од.)	4	4	4
Кількість ЗМІ, що підлягають моніторингу (од.)	150	150	150
Кількість прес-конференцій, брифінгів, круглих столів,	51	51	51

семінарів тощо (од.)			
Показники ефективності			
Середні видатки на проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної компанії (грн)	1292520	1299904	1302854
Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної компанії (грн)	500000	396000	415800
Середні видатки на одне книговидання (грн)	200000	211200	221750
Середні видатки на одне видання поліграфічної продукції (грн)	13333	14079	14784
Середні видатки на одиницю тиражу книговидання (грн)	200	211	222
Середні видатки на одиницю тиражу поліграфічної продукції (грн)	4,00	4,22	4,43
Середні видатки на проведення одного дослідження, сесії та заходів (грн)	125000	132000	138600
Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	653,59	690,19	724,70
Середні видатки на проведення однієї прес-конференції, брифінгу, круглого столу, семінару тощо (грн)	7843	8282	8696
Показники якості			
Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних компаній в порівнянні з попереднім періодом, %	-	105	105
Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних компаній в порівнянні з попереднім періодом, %	300	133	125
Динаміка кількості книговидань у порівнянні з попереднім періодом, %	12	100	100
Динаміка кількості видань поліграфічної продукції у порівнянні з попереднім періодом, %	115	100	100
Динаміка кількості тиражу книговидань в порівнянні з попереднім періодом, %	39	100	100
Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в порівнянні з попереднім періодом, %	138	100	100
Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100

Динаміка кількості прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
2. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)			
2.І. Телебачення			
Показники затрат			
Кількість телекомпаній (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	215	215	215
Кількість ставок, керівників (од.)	22	22	22
Кількість ставок, журналістів (од.)	65	65	65
Кількість ставок, інших (од.)	128	128	128
Обсяг валових витрат телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	67420,4	71196,0	74755,9
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	24700,0	26083,2	27387,4
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (тис. грн)	300,0	316,8	332,6
Показники продукту			
Обсяг валових доходів телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг доходів телекомпаній (тис. грн)	11000,0	11616,0	12196,8
Обсяг телепродукту (год)	8760	8784	8760
Кількість одиниць придбаного обладнання, (од.)	52	55	57
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	1	1	1
Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю телепродукту (грн/год)	8952	9428	9926
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	475000	474240	480481
Частка аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія) на кінець року, shr %	0,85	0,95	1,05
Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			

Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	86	86	86
Динаміка частки аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія), %	5,9	10,5	9,5
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	4	4	4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	100	100
2.2. Радіомовлення			
Показники затрат			
Кількість радіостанцій (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	57	57	57
Кількість ставок, керівників (од.)	10	10	10
Кількість ставок, журналістів (од.)	28	28	28
Кількість ставок, інших (од.)	19	19	19
Обсяг валових витрат радіостанцій (тис. грн)	16229,2	17138,0	17994,9
Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	14729,2	15554,0	16331,7
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	300,0	316,8	332,6
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	300,0	316,8	332,6
Показники продукту			
Обсяг валового доходу радіостанцій (тис. грн)	16229,2	17138,0	17994,9
Обсяг доходів радіостанцій (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг радіомовлення (год)	8760	8784	8760
Кількість одиниць придбаного обладнання, (од.)	20	20	20
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	1	1

Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	1853	1951	2054
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	15000	15850	16650
Частка аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія) на кінець року, shr %	3,9	4,5	5
Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			
Динаміка обсягу радіомовлення в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів радіостанцій в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	91	91	91
Динаміка частки аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія), %	105	115	111
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	3,4	3,4	3,4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	100	100

Директор Департаменту
суспільних комунікацій

Марина ХОНДА

08/231-4050/ПР
14.11.2018

№ 21

КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА

VII СЕСІЯ VIII СКЛИКАННЯ

РІШЕННЯ

_____№_____

Проект

Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 -2021 роки

Відповідно до пункту 22 частини першої статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», пункту 3 статті 8 та статті 12 Закону України «Про туризм», постанови Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 року № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві», рішення Київської міської ради від 6 липня 2017 року № 724/2886 «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060 «Про затвердження Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року»

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Міську цільову програму розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки, що додається.
2. Визначити Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) відповідальним за реалізацію Програми.
3. Виконавчому органу Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації):

3.1. При формуванні проектів бюджету міста Києва та програм економічного і соціального розвитку міста Києва на 2019 рік та наступні роки передбачити видатки на виконання Програми.

3.2. Забезпечити виконання Програми в межах загального обсягу видатків, передбачених в бюджеті міста Києва на відповідні роки.

3.3. Щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, подавати Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально-

економічного розвитку та постійній комісії Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики звіт про хід виконання Програми та ефективність реалізації її заходів.

4. Взяти до відома, що:

4.1. Бюджетні призначення на виконання Програми встановлюються Управлінню туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та співвиконавцям програми рішенням Київської міської ради про бюджет міста Києва на відповідний рік.

4.2. Заходи Програми виконуються в межах обсягів, передбачених у бюджеті міста Києва та Програмі економічного і соціального розвитку м. Києва на відповідний рік.

5. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію Київради з питань культури, туризму та інформаційної політики та постійну комісію Київради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку.

Київській міській голова В. Кличко

Пояснювальна записка
до проекту рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 -2021 роки»

1. **Обґрунтування необхідності прийняття рішення**

Проект рішення підготовлено відповідно до окремого доручення заступника голови Київської міської державної адміністрації від 19.04.2018 № 007-1347.

Перелік основних напрямів діяльності, завдань та заходів з реалізації Програми, з визначенням обсягів та джерел фінансування, сформовано відповідно до пріоритетів Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київради від 06 липня 2017 року № 724/2886.

2. **Мета та завдання прийняття рішення**

У зв'язку із завершенням дії Міської цільової програми розвитку туризму у місті Києві на 2016-2018 роки, виникла необхідність затвердження проекту Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 - 2021 роки, що має на меті перетворення туризму в одну з найбільш прибуткових галузей економіки Києва, що забезпечить значний внесок у соціально-економічний розвиток міста шляхом збільшення дохідної частини бюджету Києва за рахунок податкових та валютних надходжень, припливу інвестицій, збільшення кількості робочих місць, а також створення сприятливих умов для відпочинку та зміцнення здоров'я мешканців і гостей міста за умов збереження і раціонального використання культурно-історичної та природної спадщини Києва.

3. **Правове обґрунтування необхідності прийняття рішення**

Проект рішення підготовлено відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні, рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві», пункту 3 статті 8 та статті 12 Закону України «Про туризм», постанови Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 року № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», пріоритетів Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затверджених рішенням Київради, від 06 липня 2017 року № 724/2886.

4. **Фінансово-економічне обґрунтування**

Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації Програми складає 219 057,00 тис. грн, у т. ч. за рахунок:

- бюджету міста Києва –199 557,00 тис. грн;
- інші джерела (спонсорські кошти, залучені кошти, власні кошти підприємств, кошти банків) – 19 500,00 тис. грн.

Довідка
до проекту рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки»

Проект рішення розроблено Управлінням туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проектом рішення передбачається затвердити Міську цільову програму розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки (далі – Програма).

Згідно з паспортом Програми, учасниками (співвиконавцями) Програми визначаються: комунальне підприємство «Київський міський туристично-інформаційний центр», комунальне підприємство «Центр організації дорожнього руху» та суб'єкти господарювання (за згодою).

При цьому фінансування Програми здійснюється за рахунок коштів бюджету міста Києва та становить 199 557,0 тис. грн.

Крім того, відповідно до підпункту 4.2 пункту 4 проекту рішення зазначено, що заходи Програми виконуються в межах обсягів, передбачених у бюджеті місті Києва та Програмі економічного і соціального розвитку міста Києва на відповідний рік.

Тобто здійснення виконавцями Програми її заходів буде здійснюватися за рахунок місцевих ресурсів (коштів бюджету міста Києва).

Звертаємо увагу, що згідно зі статтею 1 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» підтримка у будь-якій формі суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів, що спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції, створюючи переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності вважається державною допомогою.

Тобто заходи підтримки, передбачені у проекті рішення, в розумінні Закону можуть містити ознаки державної допомоги.

Окрім того відповідно до пункту 2.2 Глави 2 Розділу VII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року № 1810, проект рішення потребує погодження з Департаментом фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Заступник керівника апарату -
начальник юридичного управління Леся ВЕРЕС

«02» листопада 2018 року

Фролова 202 74 35

Додаток
до рішення Київської міської ради
від_____№_____

МІСЬКА ЦІЛЬОВА ПРОГРАМА

РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МІСТІ КИЄВІ НА 2019 - 2021 РОКИ

Київ 2018

1. ПАСПОРТ
Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки

1.	Ініціатор розроблення Програми	Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
2.	Дата, номер і назва розпорядчого документа про розроблення Програми	окреме доручення заступника голови Київської міської державної адміністрації від 19.04.2018 № 007-1347			
3.	Розробник Програми	Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
4.	Співрозробники Програми	-			
5.	Замовник (відповідальний виконавець) Програми	Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
6.	Учасники (співвиконавці) Програми	Комунальне підприємство "Київський міський туристично-інформаційний центр", Управління міжнародних зв'язків апарату, Комунальне підприємство «Центр організації дорожнього руху», суб'єкти господарювання (за згодою)			
7.	Строк виконання програми	2019-2021 роки			
8.	Перелік бюджетів, які беруть участь у виконанні програми (для комплексних програм)	Бюджет м. Києва			
9.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми,	Всього, тис. грн	у тому числі, за роками, тис. грн		
			2019	**2020**	**2021**
9.1.	Всього, у тому числі:	**219 057,0**	**73 769,0**	**73 769,0**	**71 519,0**
9.2.	*Кошти бюджету міста Києва*	**199 557,0**	67 269,00	67 269,00	65 019,0
9.3.	*Кошти інших джерел*	**19 500,0**	6 500,0	6 500,0	6 500,0

2. ВСТУП

На сьогодні туризм є однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Саме тому Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженою рішенням Київської міської ради від 06 липня 2017 року № 724/2886, туризм визначено одним з пріоритетних напрямків соціально-економічного розвитку міста.

Специфічною рисою туристичної сфери є те, що вона поєднує в собі щонайменше 50 суміжних галузей: культуру, мистецтво, науку, освіту, спорт, готельне господарство, медицину, торгівлю, харчування, транспорт, зв'язок, фінанси, побут, будівництво тощо.

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. Вплив туризму на економіку та імідж держав у світі важко недооцінити, оскільки саме він робить великий внесок у зміцнення контактів і налагодження міжнародних зв'язків, виступає вагомим фактором у зміцненні авторитету держави та кожного окремого міста на міжнародній арені, створює імідж, формує національну гідність, стимулює розвиток світової торгівлі, гуманітарної сфери, міжнародного співробітництва, відродження культурної спадщини та традицій, залучає інвестиції, розвиває інфраструктуру тощо. Кожна країна, регіон, місто намагаються пропагувати та популяризувати свою туристичну привабливість.

Місто Київ як столиця України є найбільш привабливою та популярною туристичною дестинацією країни. Київ має вигідне економіко-географічне розташування. Через Київ проходять найважливіші залізничні, автомобільні магістралі та повітряні траси країни, що надзвичайно важливо для розвитку та інтенсифікації зовнішньоекономічних та культурних зв'язків міста.

Розташоване на межі двох природно-кліматичних зон (Полісся та Лісостепу), м. Київ має достатній природно-ресурсний потенціал для розвитку міської агломерації, високу водозабезпеченість, значні можливості для розвитку рекреаційного комплексу і курортного господарства.

Київ має один із найбільших у країні історико-культурний потенціал. На його території розташовано понад 2000 пам'яток історії та культури. Серед них 39 - міжнародного значення, зокрема, збудовані у XI–XII ст. Софійський собор та комплекс споруд Києво-Печерського національного історико-культурного заповідника, які внесені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. До реєстру національного культурного надбання включено 380 пам'яток архітектури, 23 пам'ятки археології, 25 пам'яток історії і 9 пам'яток монументального мистецтва.

У місті зосереджено понад 100 музеїв, у тому числі 32 музеї міського підпорядкування (фонд більш як 2 млн. експонатів), 33 театри та театри-студії, 53 культові споруди, 141 бібліотека, 19 концертних організацій і самостійних музичних колективів, цирк.

У місті функціонують 182 колективних закладів розміщення, з них 133 готелів (5,4 % від загальної кількості готелів в Україні). Туристичною

діяльністю займаються понад 2500 підприємств (24 % від загальної кількості по Україні).

Привабливість м. Києва як об'єкта туризму визначається такими факторами:

величезна історична і культурна спадщина міста, що нерозривно пов'язана з історією і культурою як українців, так і інших слов'янських народів;

наявність найбільшого в державі готельно-туристичного комплексу;

наявність бази проведення міжнародних конгресів, симпозіумів, семінарів, виставок, ярмарків, фестивалів;

великий потенціал для розвитку пізнавального та подієвого туризму;

найбільший центр православ'я – передумова розвитку релігійного туризму;

можливість проведення міжнародних змагань з різних видів спорту (спортивно-оздоровчий туризм);

потенціал розвитку еко-туризму (зеленого туризму);

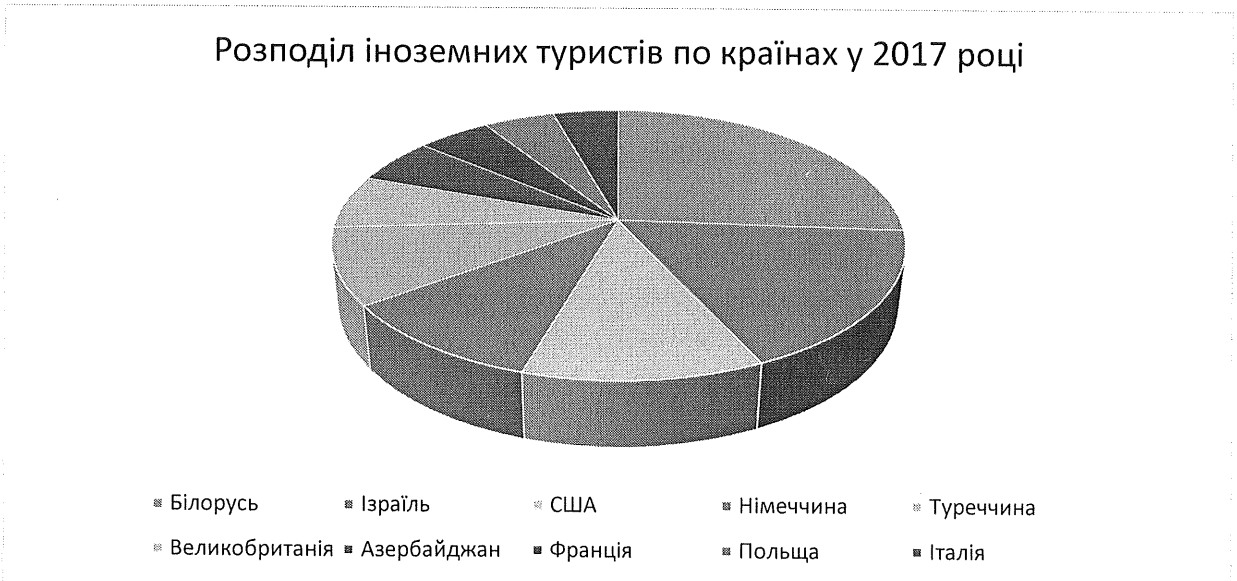
наявність туристичних об'єктів, внесених до списку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО;

акваторія Дніпра є основою для розвитку водних видів туризму.

Враховуючи вдале геополітичне положення, можна стверджувати, що м. Київ відкрите як для іноземного, так і для внутрішнього споживача. Тому щорічно його відвідують більше 1 млн іноземних громадян.

Слід зазначити, що в тому числі завдяки системної реалізації Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки вдалось спочатку стабілізувати та збільшити туристичні потоки після суспільно-політичних подій в країні з 2013 року.

Так, у 2017 році за даними Держприкордонслужби України Київ відвідали 1611,0 тис. іноземних громадян, що на 22,5 % більше ніж у 2016 році.



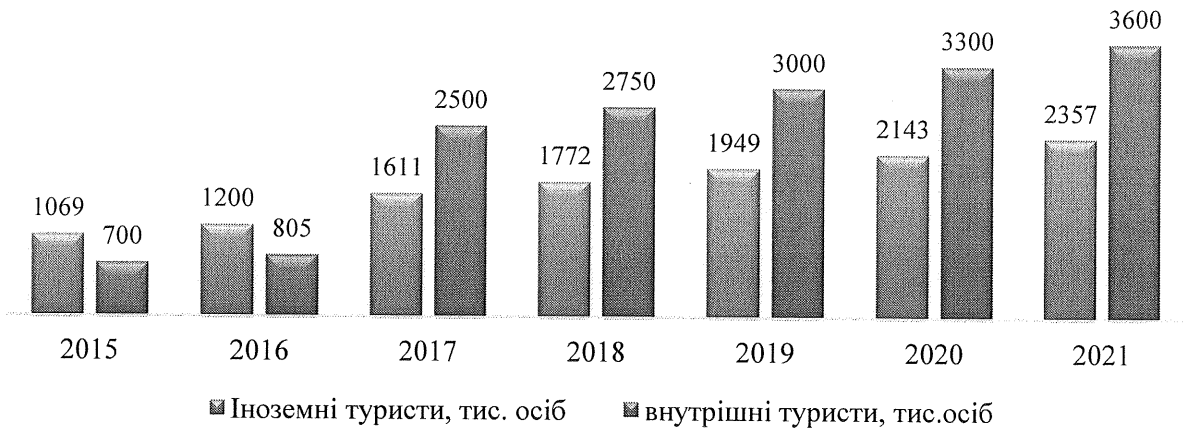
Слід зазначити, що суттєво змінився і портрет туристів, що відвідують Київ. Так, до 2013 року майже третина туристів приїздила з Російської Федерації і значно перевищувала кількість туристів з Європи та Азії. На сьогодні картина кардинально змінилася – основними регіонами з яких до Києва їдуть туристи це – Європа, Ізраїль та США (50% від загальної кількості іноземних туристів).

При цьому, за результатами поведеного Управлінням туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) соціологічного дослідження, закладами розміщення скористалися 64 % осіб розміщуються в готелях, хостелах тощо, а 36 % - в інший спосіб.

Це свідчить про те, що не всі іноземні громадяни скористались зареєстрованими закладами розміщення, а також про недосконалість статистичної звітності, адже вона не обраховує осіб, які проживали у родичів, друзів, знайомих тощо.

При збереженні такої позитивної динаміки і далі можна очікувати збільшення потоків іноземних туристів у 2020 – 2143,0 тис. осіб, а в 2021 році – до 2357,0 тис. осіб. Такий же самий зріст можна спрогнозувати і по внутрішнім туристам: у 2020 році – 3300,0, а у 2021 році –3600,0 тис. осіб.

Туристичні потоки до м. Києва, 2016-2021 роки



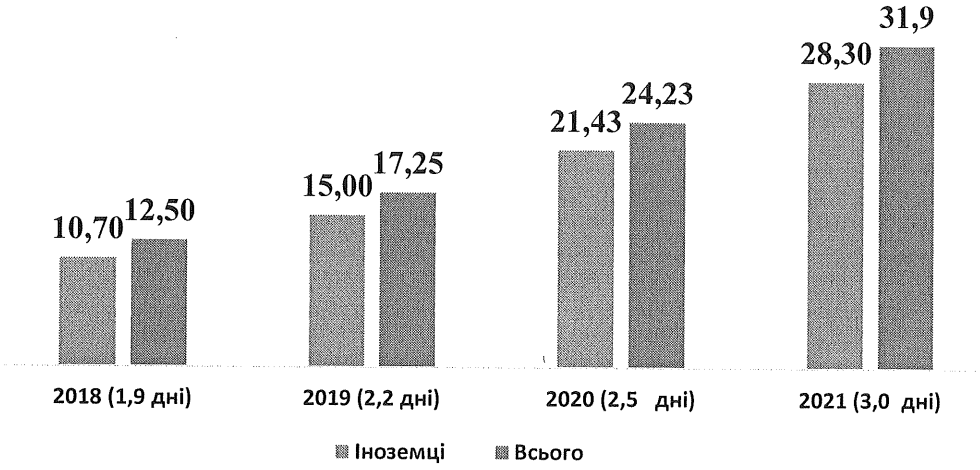
Враховуючи, що за даними незалежних експертів та результатами відповідних досліджень кожен іноземець витрачає під час перебування в м. Києві в середньому 100 євро (3200 грн.) можна спрогнозувати, що в 2021 році при середній тривалості перебування 3 дні, вони залишать в столиці України біля понад 707млн. євро. При цьому на сьогодні при тривалості перебування 1,9 доби іноземні туристи витрачають 306 млн. євро (9,8 млрд. грн.).

Також, за експертними оцінками внутрішній турист витрачає у Києві в середньому 700 грн на добу, тому при тривалості перебування туриста 3 дні у 2021 році можна очікувати їх витрати у сумі 2,4 млрд. грн.

Враховуючи існуючу позитивну тенденцію по збільшенню туристичних потоків до м. Києва та системне виконання заходів Міської цільової програми

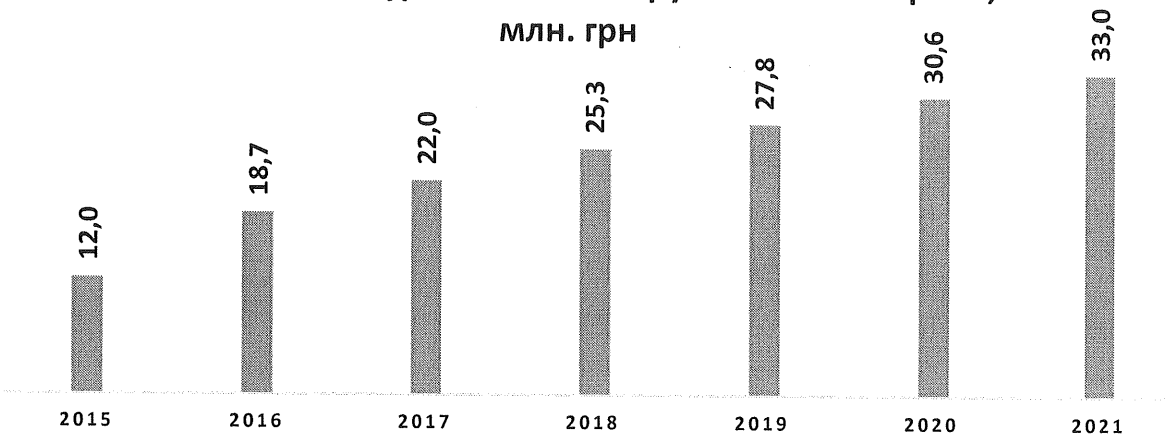
розвитку туризму в місті Києві на 2019 - 2021 роки можна очікувати що м. Київ у 2021 році відвідають майже 6 млн. туристів, а столиця отримає дохід від них у розмірі понад 20 млрд. грн. При цьому до бюджетів всіх рівнів може надійти до 1,0 млрд. грн. від податків.

Витрати туристів у м. Києві в залежності від тривалості перебування, млрд грн



При цьому, оскільки протягом останніх трьох років спостерігалася позитивна динаміка по надходженню до бюджету міста Києва коштів від справляння туристичного збору, можна розраховувати, що бюджет міста Києва у 2021 році отримає понад 33,0 млн. грн, що більше ніж у 2016 році в 1,8 рази.

Надходження туристичного збору за 2012-2018 роки, млн. грн



За останні роки також спостерігається збільшення кількості робочих місць у туристичних підприємствах та закладах розміщення з 26,7 тис. осіб у 2018 році до 27,0 тис. осіб у 2021 році.

Таким чином, для подальшого розвитку туристичної сфери м. Києва та у зв'язку з високим рівнем конкуренції серед туристичних міст світу м. Київ також потребує проведення таких заходів:

– чіткого позиціювання м. Києва як однієї з головних туристично-привабливих європейських столиць, а також популяризації м. Києва як унікальної дестинації (Unique Selling Proposition/USP), в якій гармонійно

поєднуються стародавнє місто з багатотисячолітньою історією і сучасний мегаполіс зі швидким темпом життя та великими можливостями для бізнесу;

– промоції м. Києва в рамках офіційного туристичного бренду столиці «Київ – місто, де все починається», а також позиціювання Києва, як міста для подорожі «вихідного дня» та «city break tour». Київ – центр зародження слов'янської духовності та столиця, яка дала світу видатних діячів культури, мистецтва, науки та літератури. Вже багато століть Київ був та залишається перехрестям, де відбуваються зміни, що впливають на хід історії світу в цілому;

– підвищення конкурентоспроможності туристичного сектора столиці, а саме: покращення рівня якості послуг, що надаються туристам, та промоція іміджу столиці України, як безпечного міста з якісними послугами та невисокими цінами на відпочинок, проживання та харчування.

Провідні європейські туристичні міста (Відень, Мадрид, Барселона) успішно використовують концепцію «Смарт Сіті» (Smart City), мета якої полягає у створенні розумних, сучасних, технологічних послуг для міст XXI століття.

В рамках Міської цільової програми розвитку туризму в м. Києві на 2019 - 2021 роки виконавчий орган Київської міської ради (Київська міська державна адміністрація) у тісній співпраці з представниками приватного туристичного сектора та активною громадою планує використати передовий європейський досвід та втілити сучасні технологічні рішення. Першим кроком стане так званий «онлайн-блок», який включатиме розвиток вже створених проектів:

– туристичний портал міста Києва (утримання, просування та модернізація; виведення порталу на першу сторінку найбільших пошукових інтернет-систем);

– мобільний додаток «Kyiv Mobile Guide» (підтримка роботи, наповнення та розвиток);

– туристична ID-картка гостя міста Києва (підтримка роботи, наповнення та розвиток).

Окрім розвитку іноземного туризму розвитку потребує і внутрішній туризм, що включає в себе створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який спрямовано на позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань внутрішнього споживача, на кшталт «Київ на вікенд», «Київ екскурсійний», «Київ гастрономічний» та ін.

Враховуючи викладене, місто Київ має достатній потенціал для перетворення на потужний туристичний центр Східної Європи, центром ділового туризму та пізнавального туризму.

3. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКИХ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА

Реалізація Програми спрямована на вирішення актуальних проблем міста:

1. Недосконала нормативно-правова база, законотворча діяльність, яка стримує залучення інвестицій та впровадження сучасних технологій туристичної діяльності, недостатньо стимулює туристичний бізнес.

2. Недостатнє фінансування туристичної галузі. Так, середньорічний бюджет міста Києва на розвиток туризму у минулих роках склав 0,5 млн. євро. Наприклад, фінансування розвитку туристичної сфери Відня, Берліна становить біля 11 млн. євро, Парижа – 7 млн. євро, Тель-Авіва – 2,5 млн. євро., Єрусалима – 6 млн. євро.

3. Необхідність розробки маркетингової програми розвитку туризму.

4. Низький рівень розвитку туристичної інфраструктури міста.

5. Низька реалізація туристичного потенціалу м. Києва, так званих унікальних пропозицій (Unique Selling Proposition/USP).

6. Подієвий туризм має надзвичайно великий потенціал. Не дивлячись на це, є низка проблем: слабка взаємодія організаторів найбільших заходів у місті та структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), відсутність фінансової та організаційної підтримки від міста, необхідність органічного поєднання єдиного календаря подій на рік у місті з маркетинговою програмою розвитку туризму, яку потрібно розробити та втілити у життя.

7. Розвиток ділового туризму: проблема полягає відсутності дієвого механізму для презентації конференц- та ділових можливостей столиці на міжнародній арені, для консолідації учасників ринку та залученню до міста проведення найбільших подій.

8. Недостатня конкурентоспроможність та рівень кваліфікації постачальників туристичних послуг у порівнянні з міжнародними стандартами.

9. Необхідність врегулювання правових норм щодо реєстрації туристичних операторів, гідів та екскурсоводів.

10. Відсутність дієвого механізму для реалізації державно-приватного партнерства на базі асоціацій, громадських організацій тощо.

11. Відсутність концепції розвитку внутрішнього туризму.

12. Низький рівень співпраці з туристично привабливими містами та регіонами України.

13. Недосконала статистична звітність.

14. Недостатнє залучення провідних продакшн-компаній для кіновиробництва в рамках популяризації м. Києва (розвиток кінокомісії).

4. ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПРОГРАМИ

Основна мета Програми полягає в створенні конкурентоздатного київського туристичного продукту, збільшенні туристичних потоків, перетворенні туризму в одну з найбільш прибуткових галузей економіки Києва, що забезпечить значний внесок у соціально-економічний розвиток міста шляхом збільшення дохідної частини бюджету Києва за рахунок

податкових та валютних надходжень, припливу інвестицій, збільшення кількості робочих місць, а також створення сприятливих умов для відпочинку та зміцнення здоров'я мешканців і гостей міста за умов збереження і раціонального використання культурно-історичної та природної спадщини Києва.

5. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ, СТРОКІВ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Відповідно до Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 року №385, Указу Президента України від 12 січня 2015 року №5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київської міської ради від 06 липня 2017 року № 724/2886, для досягнення зазначеної мети необхідно:

– вдосконалити стан наявної туристичної інфраструктури;

– створити нові туристично привабливі об'єкти в місті;

– забезпечити належний рівень безпеки для туристів;

– створити мережу сучасних туристично-інформаційних центрів;

– покращити систему орієнтування в місті шляхом встановлення туристичних вказівників та пілонів;

– забезпечити активну іміджеву кампанію міста шляхом проведення прес-турів, рекламних кампаній та участі в міжнародних промоційних виставкових заходах;

– організувати проведення різноманітних фестивалів, направлених на висвітлення туристичної привабливості м. Києва;

- створити проекти з розвитку галузі в рамках державно-приватного партнерства;

- спростити (лібералізувати) візову політику.

6. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОГРАМИ, ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ, ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ

Перелік основних напрямів діяльності, завдань та заходів з реалізації Програми з визначенням обсягів та джерел фінансування наведено у додатку 1 до Програми, який сформовано відповідно до пріоритетів Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київради від 06 липня 2017 року № 724/2886.

1. Збільшення кількості туристів

1.1. Просування Києва як туристичного центру

1.1.1. Розробка маркетингової програми розвитку туризму в м. Києві

1.1.2. Забезпечення подальшого наповнення та просування туристичного порталу, лістинг міста в реєстрі ТОП-10 міжнародних сайтів для мандрівників і туроператорів

1.1.3. Просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом проведення PR-заходів та участі у міжнародних туристичних подіях (ярмарках, конференціях тощо), а саме:

1.1.3.1.Виготовлення промоційної поліграфічної та сувенірної продукції.

1.1.3.2.Організація реклами туристичних можливостей міста Києва.

1.1.3.3.Виготовлення промо-роликів, організація їх транслювання в засобах масової інформації України та/або світу.

1.1.3.4.Участь в міжнародних виставкових заходах в Україні та за кордоном з метою популяризації туристичних можливостей м. Києва та/або організація відряджень, організація перехресної промоції міста Києва з іншими туристичними дестинаціями та/або організація відряджень, проведення Днів Києва за кордоном та/або організація відряджень, підготовка та проведення мистецьких, художніх та фото виставок за кордоном та/або організація відряджень.

1.1.3.5.Організація відряджень з проведення промо-турів за кордоном для презентації туристичного потенціалу міста Києва, організація рекламно-інформаційних турів для представників туристичної галузі та ЗМІ до міста Києва, організація обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з іншими столицями, вивчення досвіду муніципального фінансового забезпечення туристичної сфери та/або організація відряджень.

1.1.4. Організація та проведення конкурсів на кращий туристичний відеоролик про м. Київ.

1.2. Розвиток подієвого та ділового туризму

1.2.1. Сприяння проведенню у місті великих культурних, спортивних, ділових подій та заходів (фестивалів, виставок, ярмарків, конференцій тощо), а також їх включення до календаря подій міста Києва

Подієвий туризм є перспективним видом туризму з невичерпним ресурсним потенціалом. Розробка та проведення знакових заходів культурного характеру, а також нових фестивалів, святкових програм дасть змогу залучити більш широкий контингент туристів та надасть туристичній індустрії потужного імпульсу для прискореного розвитку.

Передбачається сприяння у проведенні у м. Києві масштабних заходів, серед яких:

- загальноміські заходи з нагоди святкування Великодня;
- Kyiv Tourism Awards
- Atlas Weekend
- щорічний Київський напівмарафон «Nova Poshta Half Marathon»;
- щорічний Київський марафон «Wizz Air Kyiv City Marathon»;
- щорічний Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість»;
- загальноміські заходи з нагоди святкування Нового року та Різдва Христового та інші.

1.2.2. Створення офіційного конвеншн-бюро міста, презентація ділового потенціалу столиці на міжнародній арені

Діловий туризм може значно пожвавити економіку м. Києва, активізувати

зв'язки столиці з регіонами України і зарубіжжя.

Для перетворення м. Києва на центр ділового туризму необхідно вирішити багато завдань: по-перше, пов'язаних зі зміною співвідношення ціна/якість у бік зниження вартісної складової, а по-друге, з вирішенням питань безпеки туристів.

Конгресовий та виставковий туризм дає змогу уникнути такої гострої проблеми в туризмі як сезонний чинник. Збільшення кількості виставок і ярмарок, проведення міжнародних конгресів, розширення кола їх учасників та створення сучасних конгрес-центрів стане базою для розвитку в м. Києві ділового туризму.

Важливою умовою розвитку конгресового туризму є періодичне видання спеціалізованого довідкового каталогу конгрес-послуг у м. Києві. При формуванні ділового сегмента ринку слід враховувати іміджеві фактори, які сприяють ефективності відповідних заходів.

Крім того, для розвитку цього виду туризму необхідно створення офіційного конвеншн-бюро міста Києва в рамках розвитку ділового туризму столиці, презентація ділового потенціалу столиці на міжнародній арені, а також співпраця Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з найбільшими учасниками ділового ринку міста, громадськими організаціями та асоціаціями.

Подальшого розвитку потребує інсентів- (заохочувальний) туризм, що ґрунтується на колективних відвідуваннях м. Києва з екскурсійною метою та на поїздках працівників підприємств і установ у туристичні зони для відпочинку. Перспективність цього виду туризму визначається різноманітною структурою споживчого попиту на туристичні послуги.

Дотримання безпеки при наданні туристично-екскурсійних послуг потребує своєчасного створення в структурі Національної поліції України у м. Києві спеціалізованого підрозділу туристичної муніципальної поліції, що відповідатиме за безпеку туристів. Практика створення таких спеціалізованих підрозділів існує в багатьох країнах світу і рекомендується Всесвітньою туристською організацією.

1.2.3. Створення умов для розвитку сучасних видів туризму (у т. ч. весільного туризму, гастрономічного туризму тощо)

1.2.4. Діяльність з розвитку ділового туризму, відділу кінокомісії КП "КМ "ТІЦ"

2. Збільшення тривалості та покращення комфорту перебування туристів

2.1 Удосконалення туристичної інфраструктури

2.1.1. Облаштування пішохідних зон, туристично привабливих місць та зон відпочинку, зупинок туристично-екскурсійного транспорту в центрі міста, а саме:

2.1.1.1.Облаштування та обслуговування місць стоянок і зупинок туристично-екскурсійного транспорту відповідними дорожніми знаками та розміткою біля пішохідних зон, туристично привабливих місць та зон відпочинку

2.1.2. Стимулювання розвитку нових та модернізації наявних закладів розміщення (в т. ч. малих)

2.1.3. Забезпечення основних туристичних місць навігацією та об'єктами санітарно-гігієнічного призначення, а саме:

2.1.3.1.Розвиток туристичної навігації містом (встановлення нових та/або оновлення існуючих інформаційних носіїв на державній та іноземних мовах різних форм)

2.1.4. Створення туристичних центрів та встановлення терміналів з метою інформаційного супроводу туристів, а саме:

2.1.4.1.Встановлення нових та забезпечення функціонування існуючих комунальних туристично-інформаційних центрів в місті Києві (в аеропортах "Бориспіль", "Київ ім. Сікорського" (Жуляни), на залізничному вокзалі, в центральній частині міста, Подолі тощо)

2.1.5. Виготовлення, встановлення та обслуговування 3-д конструкцій логотипу міста Києва

2.1.6. Виготовлення, встановлення та обслуговування міні макетів об'єктів культурної спадщини

2.1.7. Виготовлення і встановлення інформаційних стендів для розповсюдження рекламно-інформаційної поліграфічної друкованої продукції

2.2. Підвищення якості сервісу обслуговування туристів

2.2.1. Створення та забезпечення роботи гарячої телефонної лінії, служби юридичної та інформаційної допомоги туристам у місті Києві

2.2.2. Створення додатків для персональних пристроїв з метою отримання туристичних маршрутів та інформації (у т. ч. мобільного додатка «Kyiv City Guide»)

2.2.3. Створення єдиної туристичної ID-картки гостя столиці та налагодження співпраці з міжнародними туристичними картковими системами та програмами.

2.3. Розвиток туристичної пропозиції

2.3.1. Інвентаризація об'єктів туристично-рекреаційного значення.

2.3.2. Розвиток екскурсійної справи (у т. ч. розробка порядку надання екскурсійних послуг, розширення та вдосконалення тематики екскурсій, підвищення кваліфікації і атестація екскурсоводів та гідів-перекладачів, координація діяльності та підтримка громадських об'єднань екскурсійних працівників)

Основними завданнями розвитку екскурсійної справи в м. Києві повинні стати:

– розширення та вдосконалення тематики екскурсій для киян і гостей міста;

– формування переліку заміських транспортних екскурсій;

– створення екскурсійних програм для різних категорій екскурсантів;

– організація екскурсійно-інформаційних пунктів у різних районах м. Києва;

– підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації екскурсоводів та гідів-перекладачів, їх атестація та/або переатестація;

– організація та проведення науково-практичних конференцій і цільових семінарів з екскурсійно-методичної проблематики;

– координація діяльності (УТП не має повноважень координатора, ми можемо лише супроводжувати, рекомендувати тощо) та підтримка громадських об'єднань екскурсійних працівників;

– організація та проведення щорічних конкурсів на найкращу екскурсію;

–створення постійно діючих баз практики та стажування студентів і спеціалістів на підприємствах сфери туризму м. Києва та за кордоном.

Особливо варто зазначити, що в економічному відношенні екскурсія є найбільш рентабельною (11–12 %) складовою столичного турпродукту.

2.4. Підвищення рівня безпеки

2.4.1. Створення роз'яснювального довідника по роботі з іноземними туристами та проведення відповідних навчань для поліції Києва, а саме:

2.4.1.1. Створення роз'яснювального довідника по роботі з іноземними туристами

2.4.2. Реалізація інформаційної кампанії «Kyiv Safe & Nice»

3. Вдосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму

3.1. Розробка пропозицій щодо внесення змін до законодавчих актів

3.1.1. Внесення змін до законодавчих актів щодо направлення коштів, отриманих від справляння туристичного збору, на розвиток туристичної сфери

3.1.2. Відновлення дозволів на право здійснення туристичного супроводу та ліцензування турагентської діяльності

3.1.3. Ініціювання передачі повноважень з ліцензування туроператорської діяльності та категоризації закладів розміщення до органів місцевого самоврядування.

4. Підвищення ефективності управління туристичної сфери

4.2. Обмін досвідом та співпраця

4.2.1. Створення єдиної платформи на базі КМДА для налагодження регулярної взаємодії з представниками приватного сектора, громадськими організаціями та асоціаціями (у т. ч. організаторами заходів, туристичними операторами тощо), а саме:

4.2.1.1.Створення та забезпечення діяльності міжвідомчої ради по туризму

Розвиток державно-приватного партнерства:

- налагодження спільної роботи з приватним сектором туристичної галузі задля розвитку туристичної сфери Києва;
- реалізація проектів державно-приватного партнерства в рамках презентації м. Києва в Україні та за кордоном;
- консолідація фінансових ресурсів для виконання заходів щодо розвитку туристичної сфери;
- консолідація учасників туристичного ринку з метою участі у різноманітних заходах в рамках популяризації туристичного потенціалу м. Києва.
- підготовка та укладання міжрегіональних, регіональних, галузевих, міжвідомчих та міжнародних угод про співпрацю у сфері туризму та курортів, що спрямовані на створення цивілізованого ринку туристичних послуг.

4.2.1.2. Організація та проведення семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку туризму в місті Києві для представників приватного сектора, громадських організацій та асоціацій (у т. ч. організаторів заходів, туристичних операторів тощо)

4.2.1.3.Підготовка та проведення заходів до Всесвітнього Дня туризму та Дня туризму в Україні, в тому числі організація та проведення спеціальної премії Kyiv Tourism Awards

4.2.2. Організація співпраці та обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з міжнародними туристичними організаціями (зокрема, ЮНВТО), іншими містами України та світу:

4.2.2.1.Сплата членського внеску до ЮНВТО та участь у заходах організації з метою обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з міжнародними туристичними організаціями, іншими містами України та світу

4.2.2.2.Вступ та сплата членських внесків до ICCA

4.3. Вдосконалення системи моніторингу та аналізу розвитку туристичної сфери міста

4.3.1.Вдосконалення системи збору та обробки статистичних даних, проведення аналізу і планування туристичної діяльності, а саме:

4.3.1.1.Проведення соціологічних досліджень туристичних потоків до міста Києва

4.3.2. Проведення маркетингових досліджень з метою визначення якості послуг підприємств готельного господарства, кількісних та якісних показників туристичних потоків

Виконання Програми дасть можливість створити умови для покращення обслуговування туристів у місті, модернізувати інфраструктуру та забезпечить:

– збільшення туристичних потоків до міста до 6,0 млн. осіб;

– збільшення середньої тривалості перебування туристів у місті до 3,0 діб;

– збільшення надходжень від туристичного збору до бюджету міста Києва до 33,0 млн. грн;

– покращення іміджу міста (організація міжнародних прес-, промо-турів, виготовлення промо-роликів про м. Київ);

– залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в розвиток туристичної сфери м. Києва;

– розвиток туристичної інфраструктури (організація дозвілля гостей, встановлення інформаційних стендів, дорожніх знаків тощо);

– взаємодію з іншими регіонами України щодо взаємного розвитку туристичного сектора.

Показники результативності, які передбачається досягти в результаті реалізації завдань та заходів Програми, наведені нижче.

Показники результативності виконання заходів Програми

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Роки		
			2019	2020	2021
1.	**Витрат**				
	Обсяг ресурсів, усього, у тому числі:	тис. грн	73 769,0	73 769,0	71 519,0
	Коштів з бюджету міста Києва	тис. грн	67 269,0	67 269,0	65 019,0
	Коштів, залучених з інших джерел	тис. грн	6 500,0	6 500,0	6 500,0
2.	**Продукту**				
2.1.	Кількість промоційної рекламно-інформаційної поліграфічної продукції про туристичні можливості м. Києва	од.	75000	75000	71875
2.2.	Кількість роз'яснювальних довідників по роботі з іноземними туристами	од	7 143	7 143	7 143
2.3.	Кількість буклетів «Kyiv Safe & Nice»	од	20 000	20 000	40 000
2.4.	Кількість сувенірної продукції про туристичні можливості м. Києва	од.	35695	35695	35695
2.5.	Кількість рекламних кампаній туристичних можливостей м. Києва	од.	4	4	4
2.6.	Кількість виготовлених промо-роликів про м. Київ	од.	2	2	2
2.7.	Кількість послуг з організації транслювання промо-роликів про м. Київ в засобах масової інформації України та/або світу	од	2	2	2
2.8.	Кількість послуг з підтримки міської туристичної ID-картки гостя м. Києва	од.	1	1	1

2.9.	Кількість послуг з підтримки київського туристичного порталу (адаптивність) та мобільного додатку	од.	2	2	2
2.10.	Кількість комунальних туристично-інформаційних центрів (створення нових та/або обслуговування існуючих)	од.	5	6	6
2.11.	Кількість облаштованих місць паркування, стоянок і зупинок туристично-екскурсійного транспорту відповідними дорожніми знаками та розміткою	од.	20	20	20
2.12.	Кількість встановлених та/або оновлених інформацйних носіїв	од.	271	355	355
2.13.	Кількість 3D - конструкцій логотипу міста Києва ("Київ - місто, де все починається)	од.	4	5	5
2.14.	Кількість виготовлених і встановлених міні макетів об'єктів культурної спадщини та їх обслуговування	од.	5	10	15
2.15.	Кількість виготовлених і встановлених інформаційних стендів для розповсюдження рекламно-інформаційної поліграфічної друкованої продукції	од.	10	10	10
2.16.	Кількість заходів з інвентаризації об'єктів туристично-рекреаційного значення	од.	3	2	2
2.17..	Кількість соціологічних досліджень туристичних потоків до м. Києва	од.	2	2	2
2.18.	Кількість розроблених маркетингових програм розвитку туризму в м. Києві	од.	1		
2.19	Кількість проведених маркетингових досліджень готельного ринку м. Києва	од.	1	1	1
2.20	Кількість виставкових заходів та семінарів	од.	10	10	10
2.21	Кількість перехресних промоцій	од.	8	8	8
2.22	Кількість проведення Днів Києва за кордоном	од.	5	5	5
2.23	Кількість мистецьких, художніх та фото виставок в міжнародних аеропортах найбільших туристичних міст та	од.	8	8	8

	центральних частинах міст за кордоном				
2.24.	Кількість організованих та проведених семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку туризму в місті Києві	од.	8	8	8
2.25.	Кількість промо-турів за кордоном для презентації туристичного потенціалу м. Києва та заходів з обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з іншими столицями, вивчення досвіду муніципального фінансового забезпечення туристичної сфери та рекламно-інформаційних турів для представників туристичної галузі та ЗМІ до міста Києва	од.	10	10	10
2.26.	Кількість членських внесків до UNWTO	од.	7	1	1
2.27.	Кількість членських внесків до ICCA	од.	2	1	1
2.28.	Кількість проведених конкурсів на кращий туристичний відеоролик про м. Київ	од.	1	1	1
2.29..	Кількість гарячих телефонних ліній для туристів	од.	1	1	1
2.30.	Кількість служб юридичної та інформаційної допомоги туристам у м. Києві	од.	1	1	1
2.31.	Кількість заходів з розвитку ділового туризму та кінокомісії КП "Київський міський туристично-інформаційний центр"	од.	2	2	2
2.32.	Кількість заходів подієвого туризму (фестивалів, ярмарків та інших заходів)	од.	16	16	16
2.33.	Кількість проведених Всесвітнього Дня туризму та Дня туризму в Україні	од.	1	1	1
2.34.	Кількість кампаній з популяризації сучасних видів туризму (у т. ч. весільного туризму, гастрономічного туризму тощо)	од.	3	3	3
3.	**Ефективності**				
3.1.	Середні видатки на розробку, виготовлення та придбання одного примірника рекламно-	тис грн	0,016	0,016	0,016

	інформаційної поліграфічної друкованої та сувенірної продукції				
3.2.	Середні видатки на розробку та виготовлення роз'яснювального довідника по роботі з іноземними туристами	тис грн	0,035	0,035	0,035
3.3.	Середні видатки на розробку та виготовлення буклетів «Kyiv Safe & Nice»	тис грн	0,0025	0,0025	0,0025
3.4.	Середні видатки на розробку, виготовлення та придбання одного примірника сувенірної продукції про туристичні можливості м. Києва	тис. грн	0,03642	0,03642	0,03642
3.5.	Середні видатки на організацію однієї рекламної кампанії туристичних можливостей міста Києва	тис. грн	2 375,0	2 375,0	2 375,0
3.6.	Середні видатки на виготовлення одного промо-роликів про м. Київ	тис. грн	250,0	250,0	250,0
3.7.	Середні видатки на організацію транслювання промо-роликів про м. Київ в засобах масової інформації України та/або світу	тис. грн	3500,0	3500,0	3500,0
3.8.	Середні видатки на підтримку міської туристичної ID-картки гостя м. Києва	тис. грн	200,0	200,0	200,0
3.9.	Середні видатки на модернізацію, обслуговування, наповнення та просування київського туристичного порталу та мобільного додатку	тис. грн	1000,0	1100,0	1250,0
3.10.	Середні видатки на встановлення та підтримку одного туристично-інформаційного центру	тис. грн	600,0	666,67	666,67
3.11.	Середні видатки на облаштування одного місця паркування, стоянок і зупинок туристично-екскурсійного транспорту відповідними дорожніми знаками та розміткою	тис. грн	10,0	10,0	10,0
3.12.	Середні видатки на встановлення та/або оновлення інформаційних носіїв	тис. грн	18,45	14,085	5,634
3.13.	Середні видатки на виготовлення та встановлення 3D - конструкції логотипу міста	тис. грн	150,0	100,0	100,0

	Києва ("Київ - місто, де все починається)				
3.14.	Середні видатки на виготовлення і встановлення міні макетів об'єктів культурної спадщини та їх обслуговування	тис. грн	200,0	130,0	106,67
3.15.	Середні видатки на виготовлення і встановлення одного інформаційного стенда для розповсюдження рекламно-інформаційної поліграфічної друкованої продукції	тис. грн	7,0	7,0	7,0
3.16.	Середні видатки на проведення одного заходу з інвентаризації об'єктів туристично-рекреаційного значення	тис. грн	166,67	100,0	100,0
3.17.	Середні видатки на проведення одного соціологічного дослідження туристичних потоків до м. Києва	тис. грн	275,0	275,0	275,0
3.18.	Середні видатки на розроблення маркетингової програми розвитку туризму в м. Києві	тис. грн	500,0	-	-
3.19.	Середні видатки на проведення одного маркетингового дослідження готельного ринку м. Києва	тис. грн	150,0	150,0	150,0
3.20.	Середні видатки на участь в одному виставковому заході	тис. грн	700,0	700,0	700,0
3.21.	Середні видатки на проведення однієї перехресної промоції	тис. грн	250,0	250,0	250,0
3.22.	Середні видатки на проведення Днів Києва за кордоном	тис. грн	400,0	400,0	400,0
3.23.	Середні видатки на проведення однієї мистецької, художної та фото виставки в міжнародних аеропортах найбільших туристичних міст та центральних частинах міст за кордоном	тис. грн	250,0	250,0	250,0
3.24.	Середні видатки на організацію та проведення одного семінару, форуму, наради, конференції тощо з питань розвитку туризму в місті Києві	тис. грн	250,0	250,0	250,0
3.25.	Середні видатки на проведення одного промо-туру за кордоном та одного заходу з обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з іншими столицями, рекламно-інформаційного туру для	тис. грн	400,0	400,0	400,0

	представників туристичної галузі та ЗМІ до м. Києва				
3.26.	Середні видатки на сплату членських внесків до UNWTO	тис. грн	100,0	100,0	100,0
3.27.	Середні видатки на сплату членських внесків до ICCA	тис. грн	100,0	100,0	100,0
3.28.	Середні видатки на проведення конкурсу на кращий туристичний відеоролик про м. Київ	тис. грн	500,0	500,0	500,0
3.29.	Середні видатки на створення та забезпечення роботи однієї гарячої телефонної лінії для туристів	тис. грн	400,0	400,0	400,0
3.30.	Середні видатки на створення однієї служби юридичної та інформаційної допомоги туристам у м. Києві	тис. грн	199,0	199,0	199,0
3.31.	Середні видатки на проведення одного заходу з розвитку ділового туризму та кінокомісії КП "Київський міський туристично-інформаційний центр"	тис. грн	1000,0	1000,0	1000,0
3.32.	Середні видатки на проведення одного заходу подієвого туризму (фестивалів, ярмарків та інших заходів)	тис. грн	625,0	625,0	625,0
3.33.	Середні видатки на проведення Всесвітнього Дня туризму та Дня туризму в Україні	тис. грн	500,0	600,0	750,0
3.34.	Середні видатки на пропагування сучасних видів туризму (у т. ч. весільного туризму, гастрономічного туризму тощо)	тис. грн	66,67	66,67	66,67
4.	**Якості**				
4.1.	Кількість в'їзних відвідувачів	млн. осіб/ за рік	2,1	2,2	2,3
4.2.	Динаміка кількості в'їзних туристів, що відвідують м. Київ	%	10,00	10,00	10,00
4.3.	Середня тривалість перебування туристів	діб	2,2	2,4	2,5
4.4.	Середньорічне завантаження номерного фонду КЗР	%	38	45	46
4.5.	Кількість місць у колективних закладах розміщення	тис. од.	22,24	23,0	23,16
4.6.	Кількість міжнародних інформаційних компаній/заходів, проведених з метою просування туристичного потенціалу міста	од.	16	18	20

4.7.	Кількість унікальних відвідувачів туристичного порталу міста	тис. відвідувачів	80,0	130,0	140,00
4.8.	Кількість завантажень мобільного додатку «Kyiv City Guide» на персональні пристрої	тис. од.	8,0	10,0	12,0
4.9.	Надходження до бюджету міста Києва коштів від справляння туристичного збору	млн. грн	27,8	30,6	33,0
4.10.	Частка доходів від туризму в ВРП м. Києва	%	>0,6	>1,0	>1,2

Фінансування Програми здійснюватиметься за рахунок коштів, що передбачаються у бюджеті м. Києва на відповідні роки для виконання Програми, коштів інвесторів, власних коштів підприємств, а також інших джерел, не заборонених законодавством.

Обсяги фінансування Програми уточняються під час складання проекту бюджету міста Києва на відповідний рік у межах видатків для виконання окремих заходів Програми, та в цілому за Програмою.

Прогнозні обсяги фінансування на 2019 – 2021 рр. становлять 219 057,00 тис. грн, у т. ч. за рахунок:

- бюджету міста Києва –199 557,00 тис. грн;
- інших коштів – 19 500,00 тис. грн.

6. ЗАГАЛЬНІ ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЗА СЕКТОРОМ ТУРИЗМ.

№ з/п	Індикатор	Од. виміру	2019 рік	2020 рік	2021 рік
1.	Кількість в'їзних відвідувачів	млн. осіб/ за рік	2,1	2,2	2,3
2.	Середня тривалість перебування туристів	діб	2,2	2,4	2,5
3.	Середньорічне завантаження номерного фонду КЗР	%	38	45	46
4.	Кількість місць у колективних закладах розміщення	тис. од.	22,24	23,0	23,16
5.	Кількість міжнародних інформаційних компаній/заходів, проведених з метою просування туристичного потенціалу міста	од.	16	18	20
6.	Кількість унікальних відвідувачів туристичного порталу міста	тис. відвідувачів	80,0	130,0	140,00
7.	Кількість завантажень мобільного додатку «Kyiv City Guide» на персональні пристрої	тис. од.	8,0	10,0	12,0
8.	Динаміка реальних доходів місцевого бюджету від туристичного збору (у цінах попереднього року)	%	>0	>0	>0

9.	Частка доходів від туризму в ВРП м. Києва	%	>0,6	>1,0	>1,2
10.	Проведення систематичних щорічних маркетингових та аналітичних досліджень в сфері туризму	так/ні	так	так	Так
11.	Загальна позиція міста у рейтингу Nambeo Safety Index	позиція у рейтингу	217	<100	<90

7. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію та контроль виконання заходів та Програми в цілому здійснює заступник голови Київської міської державної адміністрації, який забезпечує здійснення повноважень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) у сфері туризму.

Відповідальний виконавець Програми щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, надає до Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), постійній комісії Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики та постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку узагальнену інформацію про стан виконання Програми.

Відповідальний виконавець Програми щороку здійснює обґрунтовану оцінку результатів виконання Програми та у разі потреби розробляє пропозиції щодо доцільності продовження заходів, включення додаткових заходів, уточнення показників, обсягів і джерел фінансування, строків виконання заходів.

Після закінчення терміну реалізації Програми відповідальний виконавець складає заключний звіт про результати її виконання та подає його на розгляд сесії Київської міської ради разом із пояснювальною запискою про кінцеві результати виконання Програми.

Київський міський голова В. Кличко

Напрями діяльності, завдання та заходи Міської цільової програми розвитку туризму в м. Києві на 2019 - 2021 роки

№ з/п	Назва напряму діяльності (пріоритетні завдання)	Заходи програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування, тис. гривень				Очікуваний результат
						усього	за роками			
							2019	2020	2021	
1. Збільшення кількості туристів										
1.1.	Просування Києва як туристичного центру	1.1.1. Розробка маркетингової програми розвитку туризму в м. Києві	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	500,00	500,00	0,00	0,00	Чітке розуміння мети розвитку туристично-рекреаційної сфери регіону
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	500,00	500,00	0,00	0,00	
		1.1.2. Забезпечення подальшого наповнення та просування туристичного порталу, лістинг міста в реєстрі ТОП-10 міжнародних сайтів для мандрівників і туроператорів	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	4 000,00	1 200,00	1 300,00	1 500,00	Розширення можливостей отримання інформації про місто Київ. Виведення інтернет-порталу на перші позиції пошукових систем. Осучаснення надання туристчних послуг та каналів комунікації. Підвищення конкурентоспроможності київського туристичного порталу.
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	4 000,00	1 200,00	1 300,00	1 500,00	
		1.1.3. Просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом проведення PR-заходів та участі у міжнародних туристичних подіях (ярмарках, конференціях тощо), а саме:	2019-2021		Бюджет міста Києва	110 950,00	36 500,00	37 000,00	36 950,00	Просування Києва, як європейської туристичної столиці та популяризації його туристичних можливостей та потенціалу.
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	12 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	
					Разом	122 950,00	40 500,00	41 000,00	40 950,00	

1.1.3.1. Виготовлення промоційної поліграфічної та сувенірної продукції	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*7 450,00*	*2 500,00*	*2 500,00*	*2 450,00*	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*7 450,00*	*2 500,00*	*2 500,00*	*2 450,00*	
1.1.3.2. Організація реклами туристичних можливостей міста Києва	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*28 500,00*	*9 500,00*	*9 500,00*	*9 500,00*	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*28 500,00*	*9 500,00*	*9 500,00*	*9 500,00*	
1.1.3.3. Виготовлення промо-роликів, організація їх транслювання в засобах масової інформації України та/або світу	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*22 500,00*	*7 500,00*	*7 500,00*	*7 500,00*	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*22 500,00*	*7 500,00*	*7 500,00*	*7 500,00*	
1.1.3.4. Участь в міжнародних виставкових заходах в Україні та за кордоном з метою популяризації туристичних можливостей м. Києва та/або організація відряджень, організація перехресної промоції міста Києва з іншими туристичними дестинаціями та/або організація відряджень, проведення Днів Києва за кордоном та/або організація відряджень, підготовка та проведення мистецьких, художніх та фото виставок за кордоном та/або організація відряджень	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ" Управління міжнародних зв'язків, суб'єкти господарювання (за згодою)*	*Бюджет міста Києва*	*39 000,00*	*13 000,00*	*13 000,00*	*13 000,00*	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	*4 500,00*	*1 500,00*	*1 500,00*	*1 500,00*	
			Разом	*43 500,00*	*14 500,00*	*14 500,00*	*14 500,00*	

		1.1.3.5. Організація відряджень з проведення промо-турів за кордоном для презентації туристичного потенціалу міста Києва, організація рекламно-інформаційних турів для представників туристичної галузі та ЗМІ до міста Києва, організація обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з іншими столицями, вивчення досвіду муніципального фінансового забезпечення туристичної сфери та/або організація відряджень	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ" Управління міжнародних зв'язків, суб'єкти господарювання (за згодою)*	*Бюджет міста Києва*	*12 000,00*	*4 000,00*	*4 000,00*	*4 000,00*	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	*7 500,00*	*2 500,00*	*2 500,00*	*2 500,00*	
					Разом	*19 500,00*	*6 500,00*	*6 500,00*	*6 500,00*	
		1.1.4. Організація та проведення конкурсів на кращий туристичний відеоролик про м. Київ	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**1 500,00**	**500,00**	**500,00**	**500,00**	Просування Києва, як європейської туристичної столиці та популяризації його туристичних можливостей та потенціалу.
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	**1 500,00**	**500,00**	**500,00**	**500,00**	
1.2.	**Розвиток подієвого та ділового туризму**	**1.2.1. Сприяння проведенню у місті великих культурних, спортивних, ділових подій та заходів (фестивалів, виставок, ярмарків, конференцій тощо), а також їх включення до календаря подій міста Києва**	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**30 000,00**	**10 000,00**	**10 000,00**	**10 000,00**	**Популярізація та промоція м. Києва**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**1 500,00**	**500,00**	**500,00**	**500,00**	
					Разом	**31 500,00**	**10 500,00**	**10 500,00**	**10 500,00**	

		1.2.2. Створення офіційного конвеншн-бюро міста, презентація ділового потенціалу столиці на міжнародній арені	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва					Просування м. Київа на міжнародній арені, майданчик для проведення міжнародних конгресів, конференцій та ділових зустрічей
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	3 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	
					Разом	3 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	
		1.2.3. Створення умов для розвитку сучасних видів туризму (у т. ч. весільного туризму, гастрономічного туризму тощо)	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ", суб'єкти господарювання (за згодою)	Бюджет міста Києва	600,00	200,00	200,00	200,00	Популярізація та промоція м. Києва
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	1 500,00	500,00	500,00	500,00	
					Разом	2 100,00	700,00	700,00	700,00	
		1.2.4. Діяльність з розвитку ділового туризму, відділу кінокомісії КП "КМ "ТІЦ"	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	6 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	Забезпечення діяльності КП "ТІЦ" сприятиме розвитку туристичної сфери міста
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	6 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	
	Всього по завданню 1		2019-2021		Бюджет міста Києва	152 050,00	50 900,00	50 500,00	50 650,00	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	18 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	
					Разом	170 050,00	56 900,00	56 500,00	56 650,00	

2. Збільшення тривалості та покращення комфорту перебування туристів										
2.1.	**Удосконалення туристичної інфраструктури**	**2.1.1. Облаштування пішохідних зон, туристично привабливих місць та зон відпочинку, зупинок туристично-екскурсійного транспорту в центрі міста, а саме:**	**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**600,00**	**200,00**	**200,00**	**200,00**	**Облаштування та оновлення місць паркування і стоянок туристично-екскурсійного транспорту. Створення дорожніх умов для проведення автобусних екскурсій.**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
					Разом	**600,00**	**200,00**	**200,00**	**200,00**	
		2.1.1.1. Облаштування та обслуговування місць стоянок і зупинок туристично-екскурсійного транспорту відповідними дорожніми знаками та розміткою біля пішохідних зон, туристично привабливих місць та зон відпочинку	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ" КП "Центр організації дорожнього руху"*	*Бюджет міста Києва*	*600,00*	*200,00*	*200,00*	*200,00*	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	*600,00*	*200,00*	*200,00*	*200,00*	
		2.1.2. Стимулювання розвитку нових та модернізації наявних закладів розміщення (в т.ч. малих)	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**					**Не потребує фінансування**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом					
		2.1.3. Забезпечення основних туристичних місць навігацією та об'єктами санітарно-гігієнічного призначення, а саме:	**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**12 000,00**	**5 000,00**	**5 000,00**	**2 000,00**	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
					Разом	**12 000,00**	**5 000,00**	**5 000,00**	**2 000,00**	

2.1.3.1.Розвиток туристичної навігації містом (встановлення нових та/або оновлення існуючих інформаційних носіїв на державній та іноземних мовах різних форм)	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*12 000,00*	*5 000,00*	*5 000,00*	*2 000,00*	*Створення міської системи туристичної навігації для орієнтування гостей та мешканців міста, популяризації об'єктів дестинації, збільшення відвідування закладів культурно-мистецького призначення.*
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*12 000,00*	*5 000,00*	*5 000,00*	*2 000,00*	
2.1.4. Створення туристичних центрів та встановлення терміналів з метою інформаційного супроводу туристів, а саме:	**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**11 000,00**	**3 000,00**	**4 000,00**	**4 000,00**	**Надання послуг щодо забезпечення мешканців та гостей м. Києва довідковою інформацією та інформаційними матеріалами про туристичні можливості Києва, просування туристичного потенціалу міста**
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**1 500,00**	**500,00**	**500,00**	**500,00**	
			Разом	**12 500,00**	**3 500,00**	**4 500,00**	**4 500,00**	
2.1.4.1. Встановлення нових та забезпечення функціонування існуючих комунальних туристично-інформаційних центрів в місті Києві (в аеропортах "Бориспіль", "Київ ім. Сікорського" (Жуляни), на залізничному вокзалі, в центральній частині міста, Подолі тощо)	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*11 000,00*	*3 000,00*	*4 000,00*	*4 000,00*	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	*1 500,00*	*500,00*	*500,00*	*500,00*	
			Разом	*12 500,00*	*3 500,00*	*4 500,00*	*4 500,00*	
2.1.5. Виготовлення, встановлення та обслуговування 3-д конструкцій логотипу міста Києва	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**1 600,00**	**600,00**	**500,00**	**500,00**	**Позиціонування міста Києва як європейської туристичної столиці, збільшення кількості туристів в місті Києві на 20% щорічно.**
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	**1 600,00**	**600,00**	**500,00**	**500,00**	

		2.1.6. Виготовлення, встановлення та обслуговування міні макетів об'єктів культурної спадщини	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	3 900,00	1 000,00	1 300,00	1 600,00	Покращення доступності для людей з обмеженими можливостями - вадами зору до історико-архітектурних споруд найвидатніших та найвідоміших об'єктів туристичної привабливості міста Києва
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	3 900,00	1 000,00	1 300,00	1 600,00	
		2.1.7. Виготовлення і встановлення інформаційних стендів для розповсюдження рекламно-інформаційної поліграфічної друкованої продукції	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	210,00	70,00	70,00	70,00	Розповсюдження промоційної рекламно-інформаційної поліграфічної продукції про туристичні можливості м. Києва серед гостей м. Києва в закладах розміщення
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	210,00	70,00	70,00	70,00	
2.2.	Підвищення якості сервісу обслуговування туристів	2.2.1. Створення та забезпечення роботи гарячої телефонної лінії, служби юридичної та інформаційної допомоги туристам у місті Києві	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	1 797,00	599,00	599,00	599,00	Інформаційна підтримка для іноземних та внутрішніх туристів, які відвідують м. Київ.
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	1 797,00	599,00	599,00	599,00	
		2.2.2. Створення додатків для персональних пристроїв з метою отримання туристичних маршрутів та інформації (у т. ч. мобільного додатка «Kyiv City Guide»)	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	2 700,00	800,00	900,00	1 000,00	Підвищення якості сервісу обслуговування туристів
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	2 700,00	800,00	900,00	1 000,00	

		2.2.3. Створення єдиної туристичної ID-картки гостя столиці та налагодження співпраці з міжнародними туристичними картковими системами та програмами	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ" КП "Центр організації дорожнього руху"	Бюджет міста Києва	600,00	200,00	200,00	200,00	Підвищення якості сервісу обслуговування туристів
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	600,00	200,00	200,00	200,00	
2.3.	Розвиток туристичної пропозиції	2.3.1. Інвентаризація об'єктів туристично-рекреаційного значення	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	900,00	500,00	200,00	200,00	Розвиток екскурсійної діяльності м. Києва
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	900,00	500,00	200,00	200,00	
		2.3.2. Розвиток екскурсійної справи (у т. ч. розробка порядку надання екскурсійних послуг, розширення та вдосконалення тематики екскурсій, підвищення кваліфікації і атестація екскурсоводів та гідів-перекладачів, координація діяльності та підтримка громадських об'єднань екскурсійних працівників)	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва					Не потребує фінансування
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом					
2.4.	Підвищення рівня безпеки	2.4.1. Створення роз'яснювального довідника по роботі з іноземними туристами та проведення відповідних навчань для поліції Києва, а саме:	2019-2021		Бюджет міста Києва	950,00	250,00	250,00	250,00	Підвищення рівня безпеки та реалізація інформаційної кампанії
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Разом	950,00	250,00	250,00	250,00	

		2.4.1.1. Створення роз'яснювального довідника по роботі з іноземними туристами	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*750,00*	*250,00*	*250,00*	*250,00*	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	*750,00*	*250,00*	*250,00*	*250,00*	
		2.4.2. Реалізація інформаційної кампанії «Kyiv Safe & Nice»	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**200,00**	**50,00**	**50,00**	**100,00**	**Підвищення рівня безпеки та реалізація інформаційної кампанії**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	**200,00**	**50,00**	**50,00**	**100,00**	
	Всього по завданню 2				**Бюджет міста Києва**	**36 257,00**	**12 269,00**	**13 269,00**	**10 719,00**	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**1 500,00**	**500,00**	**500,00**	**500,00**	
					Разом	**37 757,00**	**12 769,00**	**13 769,00**	**11 219,00**	
3. Вдосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму										
3.1.	**Розробка пропозицій щодо внесення змін до законодавчих актів**	**3.1.1. Внесення змін до законодавчих актів щодо направлення коштів, отриманих від справляння туристичного збору, на розвиток туристичної сфери**	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**Не потребує фінансування**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
					Разом	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	

		3.1.2. Відновлення дозволів на право здійснення туристичного супроводу та ліцензування турагентської діяльності	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	0,00	0,00	0,00	0,00	Не потребує фінансування
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Разом	0,00	0,00	0,00	0,00	
		3.1.3. Ініціювання передачі повноважень з ліцензування туроператорської діяльності та категоризації закладів розміщення до органів місцевого самоврядування	2019-2021	Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"	Бюджет міста Києва	0,00	0,00	0,00	0,00	Не потребує фінансування
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Разом	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Всього по завданню 3		2019-2021		Бюджет міста Києва	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Разом	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Підвищення ефективності управління туристичної сфери										
4.2.	Обмін досвідом та співпраця	4.2.1. Створення єдиної платформи на базі КМДА для налагодження регулярної взаємодії з представниками приватного сектора, громадськими організаціями та асоціаціями (у т. ч. організаторами заходів, туристичними операторами тощо), а саме:	2019-2021		Бюджет міста Києва	7 850,00	2 500,00	2 600,00	2 750,00	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	0,00	0,00	0,00	0,00	
					Разом	7 850,00	2 500,00	2 600,00	2 750,00	

4.2.1.1. Створення та забезпечення діяльності міжвідомчої ради по туризму	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*Не потребує фінансування*
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	*0.00*	*0.00*	*0,00*	*0,00*	
			Разом	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	
4.2.1.2. Організація та проведення семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку туризму в місті Києві для представників приватного сектора, громадських організацій та асоціацій (у т. ч. організаторів заходів, туристичних операторів тощо)	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ", суб'єкти господарювання (за згодою)*	*Бюджет міста Києва*	*6 000,00*	*2 000,00*	*2 000,00*	*2 000,00*	*Презентація туристичного потенціалу м. Києва*
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*6 000,00*	*2 000,00*	*2 000,00*	*2 000,00*	
4.2.1.3. Підготовка та проведення заходів до Всесвітнього Дня туризму та Дня туризму в Україні, в тому числі організація та проведення спеціальної премії Kyiv Tourism Awards	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*1 850,00*	*500,00*	*600,00*	*750,00*	*Популяризація туризму, відзначення кращих працівників в сфері туризму м. Києва.*
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
			Разом	*1 850,00*	*500,00*	*600,00*	*750,00*	
4.2.2. Організація співпраці та обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з міжнародними туристичними організаціями (зокрема, ЮНВТО), іншими містами України та світу:	**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**1 300,00**	**900,00**	**200,00**	**200,00**	
			Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
			Разом	**1 300,00**	**900,00**	**200,00**	**200,00**	

		4.2.2.1. Сплата членського внеску до ЮНВТО та участь у заходах організації з метою обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі з міжнародними туристичними організаціями, іншими містами України та світу	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій , КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*900,00*	*700,00*	*100,00*	*100,00*	*Членство у найбільш впливовому світовому структурному підрозділі з питань туризму ООН. Популяризація туризму. Вивчення міжнародного туристського досвіду, прийняття участі у семінарах та стажуванні в рамках Всесвітньої туристичної організації.*
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	*900,00*	*700,00*	*100,00*	*100,00*	
		4.2.2.2. Вступ та сплата членських внесків до ICCA	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій , КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*400,00*	*200,00*	*100,00*	*100,00*	*Членство міста Києва в ICCA дозволить збільшити попит на конгресний туризм в місті Києві та забезпечить сталий зріст столиці України як міста для проведення масштабних конгресів та конференцій світового рівня*
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	*400,00*	*200,00*	*100,00*	*100,00*	
4.3.	**Вдосконалення системи моніторингу та аналізу розвитку туристичної сфери міста**	**4.3.1. Вдосконалення системи збору та обробки статистичних даних, проведення аналізу і планування туристичної діяльності, а саме:**	**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**1 650,00**	**550,00**	**550,00**	**550,00**	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
					Разом	**1 650,00**	**550,00**	**550,00**	**550,00**	
		4.3.1.1. Проведення соціологічних досліджень туристичних потоків до міста Києва	*2019-2021*	*Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"*	*Бюджет міста Києва*	*1 650,00*	*550,00*	*550,00*	*550,00*	*Вивчення стану іноземних та внутрішніх туристичних потоків у м. Києві, їх структури, виявлення попиту на туристичні послуги та прогнозування попиту на майбутнє.*
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	*1 650,00*	*550,00*	*550,00*	*550,00*	

		4.3.2. Проведення маркетингових досліджень з метою визначення якості послуг підприємств готельного господарства, кількісних та якісних показників туристичних потоків	**2019-2021**	**Управління туризму та промоцій КП "КМ ТІЦ"**	**Бюджет міста Києва**	**450,00**	**150,00**	**150,00**	**150,00**	**Розвиток готельного господарства, проведення періодичних досліджень стану готельного господарства 200 колективних закладів розміщення, аналіз їх діяльності**
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків					
					Разом	**450,00**	**150,00**	**150,00**	**150,00**	
	Всього по завданню 4		**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**11 250,00**	**4 100,00**	**3 500,00**	**3 650,00**	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
					Разом	**11 250,00**	**4 100,00**	**3 500,00**	**3 650,00**	
	Разом		**2019-2021**		**Бюджет міста Києва**	**199 557,00**	**67 269,00**	**67 269,00**	**65 019,00**	
					Інші джерела: - спонсорські кошти - залучені кошти - власні кошти підприємств - кошти банків	**19 500,00**	**6 500,00**	**6 500,00**	**6 500,00**	
					Разом	**219 057,00**	**73 769,00**	**73 769,00**	**71 519,00**	

Київський міський голова В.Кличко

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ФІНАНСІВ

вул. Хрещатик, 36, Київ, 01044 тел. (044) 202-79-29, 202-73-45, 202-73-82 факс.
КБУ "Контактний центр міста Києва" 15-51 E-mail: info@kmfd.gov.ua Код ЄДРПОУ 02317474

25.10.2018 № 054-2-1-10/3580

на № _____ *від* _____

ЗАУВАЖЕННЯ

до проекту розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 – 2021 роки» (1793-пр)

Департамент фінансів виконавчого органу Київради (Київської міської державної адміністрації) розглянув наданий проект розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 – 2021 роки» та повідомляє.

За результатами проведеної експертизи проекту Міської цільової програми розвитку туризму у місті Києві на 2019-2021 роки у Департаменту фінансів в цілому до зазначеного проекту зауважень немає.

Однак ресурсне забезпечення виконання заходів Міської цільової програми розвитку туризму у місті Києві на 2019-2021 роки значно перевищує наявні у бюджеті міста Києва реальні можливості забезпечення успішного виконання Програми, що може мати наслідком нецільове та неефективне використання бюджетних коштів.

Директор Володимир РЕПІК

Дєдковська 202 73 53

08/231-4050/ПР
14.11.2018

УКРАЇНА

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

вул. Хрещатик, 36, м. Київ, 01044, тел. (044) 202 71 29, (044) 202 75 58, факс 202 76 41, e-mail: kmda@kma.gov.ua
Контактний центр міста Києва (044) 15 51 Код ЄДРПОУ 00022527
E-mail для електронних звернень громадян: zvernen@kma.gov.ua

14.11.2018 № 009-239р

на № _____ від _____

Київська міська рада

Супровідний лист

Відповідно до статей 26, 29 Регламенту Київської міської ради, затвердженого рішенням Київської міської ради від 07 липня 2016 року № 579/579, глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року № 1810 за поданням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) направляю проект рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019 -2021 роки».

У відповідності до пункту 3.4 глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року № 1810 інформую, що відповідальним за представлення та супроводження проекту рішення на всіх стадіях розгляду є начальник Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Тараненко А.П. (тел. 202-60-92).

Додатки:
- проект рішення на 37 арк.;
- пояснювальна записка на 2 арк.;
- додаткові матеріали на 2 арк.;
- електронна версія зазначеного.

Керівник апарату Дмитро ЗАГУМЕННИЙ

156639

Заступник міського голови –
секретар Київської міської ради

Мусі В.В.
Страннікову А.М.
Слончаку В.В.

Прошу розглянути проект рішення від 14.11.2018 №08/231- 4050/ПР в установленому порядку.

Пихтіній О.М.

Для контролю за проходженням та тиражування.

Юнаковій С.М.

В.ПРОКОПІВ

"14" листопада 2018 року
№ 08/231 – 4050/ПР