**УКРАЇНА**

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

**УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМУ ТА ПРОМОЦІЙ**

*вул. Басейна, 1/2, літера А, м. Київ, 01024, (044) 366-70-05, Call-центр (044) 15-51*
*E-mail: tourism@kyivcity.gov.ua*
*Запити на публічну інформацію: zapytinfotourism@kmda.gov.ua ЄДРПОУ 41492529*

N 4

14.02.2024 № 065-193
на № _____ від _____

Постійна комісія Київської міської ради з питань культури, туризму та суспільних комунікацій

Управління туризму та промоцій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) направляє звіт щодо виконання заходів Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2022 – 2024 роки за січень - грудень 2023 року.

Додаток: на ___ арк.

Виконуючий обов'язки начальника Дмитро КАЛГАНОВ

Калганов Дмитро 366 70 05

Вх. N 08/5593
14.02.2024

# Звіт
# про досягнення індикаторів програми за 2023, рік

**Назва програми : Міська цільова програма розвитку туризму в місті Києві на 2022-2024 роки**

| Назва індикатора програми | Одиниця виміру | Значення індикатора програми | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини недосягнення індикаторів програми |
|---|---|---|---|---|---|
| | | план | факт | | |
| Кількість відвідувачів: | млн осіб / рік | 5 | 1,8 | -3,2 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| середньорічна кількість зовнішніх туристів | млн осіб / рік | 2 | - | - | Відповідно до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" Головним управлінням статистики у м. Києві показник не оцінювався |
| середньорічна кількість внутрішніх туристів | млн осіб / рік | 3 | 1,8 | -1,2 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Середня тривалість перебування туристів | | 2,3 | - | - | Відповідно до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" Головним управлінням статистики у м. Києві показник не оцінювався |
| Загальна позиція міста у рейтингу Numbeo Safety Index | | <100 | 171 | >100 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Динаміка реальних доходів місцевого бюджету від туристичного збору (у цінах попереднього року) | % | >0 | -1 | -1 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Проведення систематичних щорічних маркетингових та аналітичних досліджень в сфері туризму | | так | ні | - | Відповідно до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" Головним управлінням статистики у м. Києві показник не оцінювався |
| Кількість встановлених об'єктів туристичної навігації | одиниць | 40 | 0 | -40 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Кількість створених туристично-інформаційних центрів та/або встановлених інформаційних терміналів | одиниць | 4 | 0 | -4 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |

| Назва індикатора програми | Одиниця виміру | Значення індикатора програми | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини недосягнення індикаторів програми |
|---|---|---|---|---|---|
| | | план | факт | | |
| Кількість відвідувачів туристичного порталу міста | тис. осіб/рік | 90 | 12,2 | -77,8 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Частка доходів від туризму в ВРП міста Києва | % | >1,5 | - | - | Відповідно до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" Головним управлінням статистики у м. Києві показник не оцінювався |
| Кількість міжнародних інформаційних кампаній / заходів, проведених з метою просування туристичного потенціалу міста | | 10 | 8 | 0 | Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації. |
| Кількість завантажень мобільного додатка на персональні пристрої | тис. одиниць | >15 | - | - | Відповідно до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" Головним управлінням статистики у м. Києві показник не оцінювався |
| Кількість досягнутих індикаторів програми - 0<br>Кількість недосягнутих індикаторів програми - 13<br>Відсоток досягнутих індикаторів програми - 0,00 | | | | | |

Відповідальний виконавець

_____ (посада)

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

# Звіт про виконання результативних показників

Міська цільова програма розвитку туризму в місті Києві на 2022-2024 роки

за 2023, рік

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| Сектор 1.5. Туризм 1. Збільшення кількості туристів | | | | | | | |
| Завдання 1. Просування міста Києва як туристичного центру | | | | | | | |
| 1.2. Просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом участі у міжнародних виставкових та інших PR заходах в Україні і за кордоном | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 8200 | 0 | -8200 | 1. Показників не досягнуто у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації |
| | Показники продукту | Кількість міжнародних заходів, у яких взято участь | од. | 4 | 8 | 4 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на участь в одному міжнародному заході | тис. грн | 2050 | 0 | -2050 | |
| | Показники якості | Рівень виконання запланованих заходів | % | 100 | 200 | 100 | |
| 1.3. Проведення Днів Києва за кордоном шляхом організації презентацій, зустрічей, мистецьких, художніх та фото виставок, тематикою яких є місто Київ та його туристична привабливість | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 2700 | 0 | -2700 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 3 | 0 | -3 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на реалізацію одного заходу | тис. грн | 900 | 0 | -900 | |
| | Показники якості | Рівень виконання запланованих заходів | % | 100 | 0 | -100 | |
| 1.4. Виготовлення промоційної поліграфічної та сувенірної продукції для поширення серед туристів в рамках промоційних | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 1170 | 50,10 | -1119,90 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| заходів | | | | | | | |
| | Показники продукту | Кількість сувенірної продукції | од. | 4500 | 0 | -4500 | |
| | Показники продукту | Кількість поліграфічної продукції | од. | 4000 | 1140 | -2860 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на виготовлення одиниці сувенірної продукції | грн | 220 | 0 | -220 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на виготовлення одиниці поліграфічної продукції | грн | 45 | 43,86 | -1,14 | |
| | Показники якості | Питома вага виготовленої поліграфічної продукції | % | 71 | 100 | 29 | |
| | Показники якості | Питома вага виготовленої сувенірної продукції | % | 63 | 0 | -63 | |
| Завдання 2. Реалізація іміджевої політики міста як туристичної столиці європейського рівня | | | | | | | |
| 2.1. Організація реклами туристичних можливостей міста Києва | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 400 | 0 | -400 | |
| | Показники продукту | Кількість таргетованої реклами, що виготовляється та розміщується | од. | 22 | 0 | -22 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одну таргетовану рекламу, що виготовляється та розміщується | тис. грн | 18,18 | 0 | -18,18 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості таргетованої реклами, що виготовляється та розміщується, до попереднього року | % | 160 | 0 | -160 | |
| 2.2. Виготовлення та організація транслювання промоційних роликів на відеобордах у місцях, найбільш відвідуваних гостями та | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 580 | 0 | -580 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| мешканцями міста, у ЗМІ України та світу, на ресурсах туристичного порталу міста та офіційних сторінках у соціальних мережах | | | | | | | |
| | Показники продукту | Кількість промоційних роликів, що транслюються | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість промоційних роликів, що виготовляються | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на виготовлення одного промоційного ролика | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію транслювання одного промоційного ролика | тис. грн | 140 | 0 | -140 | |
| | Показники якості | Питома вага розміщених промоційних роликів | % | 66 | 0 | -66 | |
| | Показники якості | Питома вага виготовлених промоційних роликів | % | 66 | 0 | -66 | |
| 2.3. Організація перехресної промоції міста Києва з іншими туристичними дестинаціями (містами – побратимами / містами партнерами) | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 500 | 0 | -500 | |
| | Показники продукту | Кількість перехресних промоцій | од. | 4 | 0 | -4 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію однієї перехресної промоції | тис. грн | 125 | 0 | -125 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості організованих перехресних промоцій, до попереднього року | % | 133 | 0 | -133 | |
| 2.4. Презентація туристичного потенціалу міста шляхом | | | | | 0 | | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| проведення промо-турів за кордоном, організації рекламно-інформаційних та прес-турів для представників туристичної галузі, ЗМІ та відомих блогерів до міста Києва | | | | | | | |
| | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 600 | 0 | -600 | |
| | Показники продукту | Кількість турів | од. | 4 | 0 | -4 | |
| | Показники продукту | з них жінок | осіб | 35 | 0 | -35 | |
| | Показники продукту | Кількість учасників турів, всього | осіб | 70 | 0 | -70 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного учасника туру | тис. грн | 8,57 | 0 | -8,57 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію одного туру | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості турів | % | 80 | 0 | -80 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості учасників турів, до попереднього року | % | 107 | 0 | -107 | |
| Завдання 3. Розвиток сучасних видів туризму | | | | | | | |
| 3.1. Підготовка та проведення заходів до Всесвітнього дня туризму та Дня туризму в Україні з урахуванням потреб різних груп учасників | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 200 | 0 | -200 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість учасників заходів | осіб | 200 | 0 | -200 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного учасника заходу | тис. грн | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на один захід | тис. грн | 100 | 0 | -100 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості учасників заходів, до | % | 133 | 0 | -133 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | | попереднього року | | | | | |
| 3.2. Сприяння проведенню у місті та участь у великих культурних, спортивних, ділових подіях та заходах (напр. фестивалів, виставок, ярмарків, конференцій тощо), а також їх включення до календаря подій міста Києва | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 3 | 4 | 1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на однин захід | тис. грн | 50 | 0 | -50 | |
| | Показники якості | Рівень виконання запланованих заходів | % | 100 | 133,33 | 33,33 | |
| 3.3. Забезпечення розвитку конвеншн-бюро міста та туристичних хабів з функціями надання соціально-сервісних послуг для гостей і мешканців міста, надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей міста на постійній основі | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 6500 | 5169,42 | -1330,58 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів з презентації ділового потенціалу столиці в Україні | од. | 18 | 18 | 0 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів з презентації ділового потенціалу столиці за кордоном | од. | 4 | 4 | 0 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на один захід за кордоном | тис. грн | 500 | 0 | -500 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на один захід в Україні | тис. грн | 250 | 0 | -250 | |
| | Показники якості | Динаміка реалізованих заходів в Україні, до попереднього року | % | 120 | 120 | 0 | |
| | Показники якості | Динаміка реалізованих | % | 200 | 200 | 0 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | | заходів за кордоном, до попереднього року | | | | | |
| Сектор 1.5. Туризм 2. Збільшення тривалості та покращення комфорту перебування туристів | | | | | | | |
| Завдання 4. Удосконалення туристичної інфраструктури | | | | | | | |
| 4.1. Облаштування зупинок туристично-екскурсійного транспорту, розробка схем організації дорожнього руху | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 216 | 0 | -216 | |
| | Показники продукту | Кількість зупинок туристично-екскурсійного транспорту, які облаштовуються | од. | 40 | 0 | -40 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на облаштування однієї зупинки туристично-екскурсійного транспорту | тис. грн | 5,4 | 0 | -5,4 | |
| | Показники якості | Питома вага облаштованих зупинок туристично-екскурсійного транспорту | % | 89 | 0 | -89 | |
| 4.2. Забезпечення основних туристичних місць навігацією (встановлення нових та обслуговування існуючих туристичних пілонів та вказівників туристичних об'єктів з елементами цифровізації) з урахуванням потреб різних груп туристів | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 3980 | 95,8 | -3884,2 | |
| | Показники продукту | Кількість нових об'єктів навігації | од. | 40 | 0 | -40 | |
| | Показники продукту | Кількість об'єктів навігації, що обслуговуються | од. | 112 | 25 | -87 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на обслуговування одного об'єкта навігації | тис. грн | 16 | 3,83 | -12,17 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на встановлення одного нового об'єкта навігації | тис. грн | 54,7 | 0 | -54,7 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості об'єктів навігації, що обслуговуються, до попереднього року | % | 160 | 100 | -60 | |
| | Показники якості | Питома вага встановлених нових об'єктів навігації | % | 70 | 0 | -70 | |
| 4.3. Створення нових та забезпечення функціонування існуючих туристично-інформаційних центрів, в т.ч. в оновленому Smart-форматі, шляхом встановлення терміналів (infopoint) в місцях максимальної локалізації потенційних туристів | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 3214 | 496,31 | -2717,69 | |
| | Показники продукту | Кількість нових туристично-інформаційних центрів | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість терміналів, що обслуговуються | од. | 6 | 2 | -4 | |
| | Показники продукту | Кількість туристично-інформаційних центрів, функціонування яких забезпечується | од. | 4 | 2 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість нових терміналів | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на обслуговування одного терміналу | тис. грн | 65 | 0 | -65 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на забезпечення функціонування одного туристично-інформаційного центру | тис. грн | 216 | 193,12 | -22,88 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на встановлення одного нового терміналу | тис. грн | 380 | 0 | -380 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на створення одного нового туристично-інформаційн ого центру | тис. грн | 600 | 0 | -600 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості терміналів, обслуговування яких забезпечено, до попереднього року | % | 200 | 0 | -200 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості туристично-інформаційн их центрів, функціонування яких забезпечено, до попереднього року | % | 200 | 0 | -200 | |
| | Показники якості | Питома вага нових встановлених терміналів | % | 100 | 0 | -100 | |
| | Показники якості | Питома вага нових створених туристично-інформаційн их центрів | % | 67 | 0 | -67 | |
| 4.4. Виготовлення, встановлення та обслуговування міні макетів туристично привабливих об'єктів із застосуванням шрифту Брайля для осіб з інвалідністю | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 1360 | 2,94 | -1357,06 | |
| | Показники продукту | Кількість нових міні макетів | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість міні макетів, що обслуговуються | од. | 8 | 7 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на обслуговування одного міні макету | тис. грн | 20 | 2,94 | -17,06 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на виготовлення та | тис. грн | 600 | 0 | -600 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | | встановлення одного міні макету | | | | | |
| | Показники якості | Динаміка кількості міні макетів, що обслуговуються, до попереднього року | % | 133 | 0 | -133 | |
| | Показники якості | Питома вага нових міні макетів | % | 78 | 0 | -78 | |
| 4.5. Створення та облаштування інклюзивних туристичних маршрутів для маломобільних груп користувачів (в т.ч. осіб з інвалідністю (з порушеннями зору), шляхом включення до маршруту локацій зі встановленими міні-моделями туристичних об'єктів та застосування шрифту Брайля) | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 2500 | 0 | -2500 | |
| | Показники продукту | Кількість нових маршрутів | од. | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на створення та облаштування одного маршруту | тис. грн | 2500 | 0 | -2500 | |
| | Показники якості | Питома вага створених та облаштованих маршрутів | % | 66 | 0 | -66 | |
| 4.6. Виготовлення, встановлення та обслуговування 3-Д конструкцій логотипу міста Києва на в'їздах у місто | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 580 | 46,55 | -533,45 | |
| | Показники продукту | Середні витрати на обслуговування однієї конструкції | тис. грн | 65 | 46,55 | -18,45 | |
| | Показники продукту | Кількість конструкцій, що обслуговуються | од. | 4 | 2 | -2 | |
| | Показники продукту | Кількість нових конструкцій, що виготовляються та встановлюються | од. | 1 | 0 | -1 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на виготовлення та встановлення однієї нової конструкції | тис. грн | 320 | 0 | -320 | |
| | Показники якості | Питома вага кількості нових виготовлених та встановлених конструкцій | % | 100 | 0 | -100 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості конструкцій, що обслуговуються, до попереднього року | % | 133 | 0 | -133 | |
| Завдання 5. Підвищення якості сервісу обслуговування туристів. Діджиталізація туризму | | | | | | | |
| 5.1. Забезпечення подальшого наповнення, модернізації та просування туристичного порталу міста Києва | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники продукту | Кількість комплексних послуг з наповнення, модернізації та просування та просування порталу | од. | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники продукту | Кількість унікальних відвідувачів порталу | тис. осіб | 90 | 12,2 | -77,8 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного унікального відвідувача порталу | тис. грн | 1,67 | 0 | -1,67 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одну комплексну послугу з наповнення, модернізації та просування порталу | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості унікальних відвідувачів, до попереднього року | % | 180 | 200 | 20 | |
| 5.2. Модернізація та обслуговування мобільного | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 414 | 0 | -414 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| додатку «KyivCityTravel» на платформі Android та IOS з широким спектром функцій, в т.ч. з функцією мобільного гіда по туристичним маршрутам | | | | | | | |
| | Показники продукту | Кількість користувачів мобільним додатком | тис. осіб | 15 | 0 | -15 | |
| | Показники продукту | Кількість комплексних послуг з модернізації та обслуговування додатку | од. | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного користувача мобільним додатком | тис. грн | 0,03 | 0 | -0,03 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одну комплексну послугу з модернізації та обслуговування додатку | тис. грн | 414 | 0 | -414 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості користувачів мобільним додатком, до попереднього року | % | 150 | 0 | -150 | |
| 5.3. Реалізація комплексу заходів (практичні семінари, конференції тощо, в тому числі он-лайн) з метою підвищення якості надання туристичних послуг та рівня безпеки перебування гостей і мешканців у місті Києві в рамках «Академії гостинності» | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 500 | 332,09 | -167,91 | |
| | Показники продукту | з них жінок | осіб | 150 | 55 | -95 | |
| | Показники продукту | Кількість учасників заходів, всього | осіб | 300 | 63 | -237 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 5 | 1 | -4 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного учасника заходу | тис. грн | 1,7 | 5,27 | 3,57 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на реалізацію одного заходу | тис. грн | 100 | 332,09 | 232,09 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | Показники якості | Динаміка кількості учасників заходів, до попереднього року | % | 150 | 630 | 480 | |
| Сектор 1.5. Туризм 4. Підвищення ефективності управління туристичною сферою | | | | | | | |
| Завдання 6. Обмін досвідом та співпраця щодо розвитку туристичної галузі з міжнародними туристичними організаціями, іншими містами України та світу | | | | | | | |
| 6.1. Забезпечення членства у міжнародних туристичних організаціях з метою здійснення співпраці та обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 384 | 0 | -384 | |
| | Показники продукту | Кількість міжнародних туристичних організацій, в яких планується забезпечити членство | од. | 3 | 3 | 0 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на забезпечення членства в одній міжнародній організації | тис. грн | 128 | 0 | -128 | |
| | Показники якості | Рівень виконання запланованого заходу | % | 100 | 100 | 0 | |
| 6.2. Організація різноформатних заходів для обміну досвідом з іншими містами щодо підвищення ефективності розвитку та муніципального управління туристичною сферою міста | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 945 | 0 | -945 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 9 | 0 | -9 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію одного заходу | тис. грн | 105 | 0 | -105 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості проведених заходів, до попереднього року | % | 112 | 0 | -112 | |
| 6.3. Організація та проведення | Показники витрат | Обсяги фінансових | тис. грн | 2600 | 1249,72 | -1350,28 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку різних видів туризму в місті Києві для бізнес-представників туристичної сфери, громадських об'єднань (в т.ч. організація щорічних стратегічних сесій з основними стейкхолдерами) | | ресурсів | | | | | |
| | Показники продукту | Кількість заходів | од. | 4 | 6 | 2 | |
| | Показники продукту | Кількість учасників заходів | осіб | 200 | 350 | 150 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію та проведення одного заходу | тис. грн | 650 | 1249,72 | 599,72 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на одного учасника заходу | тис. грн | 13 | 1,50 | -11,50 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості організацій, охоплених заходами, до попереднього року | % | 125 | 250 | 125 | |
| Завдання 7. Створення умов для підтримки ініціатив щодо розвитку туризму в місті Києві | | | | | | | |
| 7.1. Надання грантів на конкурсній основі для підтримки проєктів/ініціатив у сфері туризму | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 750 | 0 | -750 | |
| | Показники продукту | Кількість проєктів, які планується підтримати | од. | 3 | 0 | -3 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на один проєкт | тис. грн | 250 | 0 | -250 | |
| | Показники якості | Питома вага реалізованих проєктів | % | 100 | 0 | -100 | |
| 7.2. Присудження та організація вручення премій (відзнак) кращим представникам сфери гостинності міста Києва | Показники витрат | Обсяги фінансових ресурсів | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| (готельєрам, рестораторам, сервісним організаціям) за вагомий внесок у професійний розвиток власного персоналу та сфери в цілому | | | | | | | |
| | Показники продукту | Кількість учасників конкурсу | осіб | 250 | 0 | -250 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів із вручення премій | од. | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на організацію одного заходу | тис. грн | 150 | 0 | -150 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості учасників конкурсу, до попереднього року | % | 125 | 0 | -125 | |
| Завдання 8. Вдосконалення системи моніторингу та аналізу розвитку туристичної сфери міста | | | | | | | |
| 8.1. Проведення соціологічних та/або маркетингових досліджень в сфері туризму | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 100 | 0 | -100 | |
| | Показники продукту | Кількість досліджень | од. | 2 | 0 | -2 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на проведення одного дослідження | тис. грн | 50 | 0 | -50 | |
| | Показники якості | Рівень виконання запланованих заходів | % | 100 | 0 | -100 | |
| 8.2. Збір та опрацювання статистичних даних щодо обсягів туристичних потоків до міста Києва відповідно до інформації операторів мобільного зв'язку (LifeCell, KyivStar, Vodafone) | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 600 | 0 | -600 | |
| | Показники продукту | Кількість заходів зі збору та опрацювання даних | од. | 12 | 0 | -12 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на один захід зі збору та опрацювання даних | тис. грн | 50 | 0 | -50 | |
| | Показники якості | Рівень виконання | % | 100 | 0 | -100 | |

| Назва заходу | Група результативних показників | Назва результативного показника | Одиниця виміру | Значення показника | | Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-») | Причини невиконання |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | план | факт | | |
| | | запланованих заходів | | | | | |
| 8.3. Вдосконалення системи збору та обробки статистичних даних щодо закладів туристичної інфраструктури | Показники витрат | Обсяг фінансових ресурсів | тис. грн | 76 | 0 | -76 | |
| | Показники продукту | Кількість закладів, охоплених моніторингом | од. | 250 | 0 | -250 | |
| | Показники продукту | Кількість програмних продуктів | од. | 1 | 0 | -1 | |
| | Показники ефективності | Середні витрати на використання одиниці програмного продукту | тис. грн | 76 | 0 | -76 | |
| | Показники якості | Динаміка кількості закладів, охоплених моніторингом, до попереднього року | % | 125 | 0 | -125 | |
| Кількість виконаних результативних показників – 15<br>Кількість невиконаних результативних показників – 138<br>Відсоток виконання результативних показників – 9,80 | | | | | | | |

Відповідальний виконавець

(посада) (підпис) (ініціали та прізвище)

**Пояснювальна записка**
**про хід виконання у січні-грудні 2023 року Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2022 - 2024 роки**
**Оцінка ефективності виконання**

Для поетапної реалізації довгострокових проектів, визначених Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року, була розроблена та затверджена рішенням Київської міської ради від 07.10.2021 № 2724/2765 Міська цільова програма розвитку туризму в місті Києві на 2022-2024 роки.

Фінансування по МЦП (січень-грудень 2023 року)

| *12 місяців 2023 року* | *Заплановано з міського бюджету в Програмі, тис. грн.* | *Профінансовано, тис. грн.* | *% від потреби* |
|---|---|---|---|
| | ***18932,8*** | ***7 859,7*** | ***41,5*** |

**Окремі показники стану туристичної галузі м. Києва:**

**Туристичні потоки до м. Києва, тис. осіб**

| | **Внутрішні туристи*** | **Іноземні туристи**** |
|---|---|---|
| 2019 | 3000 | 2002 |
| 2020 | 2000 | 498 |
| 2021 | 2100 | 1022 |
| 2022 | 172 | 98 |
| **станом на 31.12.2023** | 1800 | – |

**Туристичний збір, млн грн**

| | **Туристичний збір** |
|---|---|
| 2019 | 63,6 |
| 2020 | 34,7 |
| 2021 | 76 |
| 2022 | 38,8 |
| **станом на 31.12.2023** | 38,5 |

*** за експертними підрахунками**

**** показники за січень-грудень 2023 року будуть надані після отримання даних від адміністрації Держприкордонслужби.**

**1.1. Розробка маркетингової концепції розвитку туризму в місті Києві на 2022-2024 роки**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

Спільно з комунальною науково-дослідною установою «Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку міста» розроблено проєкт Маркетингової концепції розвитку туризму в місті Києві на 2024-2025 роки.

**1.2. Просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом участі у міжнародних виставкових та інших PR заходах в Україні і за**

**кордоном**

Протягом звітного періоду забезпечено підготовчі роботи до просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом участі у міжнародних виставкових та інших PR заходах в Україні і за кордоном.

З метою надання міжнародній туристичній спільноті актуальної інформації щодо поточного стану туристичної сфери міста, промоції туристичних можливостей та потенціалу міста Києва на міжнародній арені для подальшого відновлення туристичних потоків і можливості відновлення туристичної інфраструктури після завершення воєнного стану, Управлінням здійснено перемовини, за результатами яких делегацією міста Києва на безоплатній основі було взято участь у наступних міжнародних виставкових заходах:

- «ITB Berlin» у м. Берлін (Федеративна Республіка Німеччина), 7-9 березня 2023 року;
- «IMEX Frankfurt» у м. Франкфурт-на-Майні (Федеративна Республіка Німеччина), 23-25 травня 2023 року;
- «TUREXPO GALICIA» у м. Сільєда (Королівство Іспанія), 8-11 червня 2023 року;
- «World Travel Market» у м. Лондон (Сполучене Королівство Великої Британії і Північної Ірландії), 6-8 листопада 2023 року;
- «IBTM World» у м. Барселона (Королівство Іспанія), 28-30 листопада 2023 року.

А також у таких міжнародних туристичних заходах:

- Міжнародній конференції та Генеральній асамблеї міжнародного туристичного альянсу туристичних бордів, конференц-бюро та міських маркетингових організацій у Європі «City Destinations Alliance» у м. Софія (Республіка Болгарія), 19-22 квітня 2023 року;
- Щорічній міжнародній конференції «2023 Annual Conference» у м. Даллас (Сполучені Штати Америки), яку проводить організація туристичних напрямків, конференц-бюро та бюро відвідувачів «Destinations International», 18-20 липня 2023 року;
- Міжнародній конференції «CityDNA Summer School» з навчальною програмою у м. Гданськ (Республіка Польща), яку проводить міжнародний туристичний альянс туристичних бордів, конференц-бюро та міських маркетингових організацій у Європі «City Destinations Alliance», 26-30 серпня 2023 року.

За період роботи на міжнародних виставках взято участь у наступних заходах:

- форумі «IMEX Policy Forum», в ході якого разом з провідними експертами світової туристичної галузі було обговорено нові підходи щодо відновлення MICE-індустрії у містах, які зазнали значних економічних збитків через пандемію
- саміті міністрів спільно з UNWTO (Всесвітня туристична організація) та WTTC (Всесвітня рада з подорожей та туризму), під час якого разом із

провідними експертами світової туристичної галузі була обговорена трансформація туризму через молодь та освіту;

- офіційній церемонії відкриття туристичного заходу «ITB Berlin», під час якої лунали слова підтримки для України від мера Берліна Франциски Гіффай, голови Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) Зураба Пололікашвілі та представників профільних міжнародних організацій;

- сесії UNWTO (Всесвітня туристична організація) та круглому столі для стартапів у сфері подієвого туризму, де спікерами були висвітлені успішні приклади MICE-туризму, які відіграють ключову роль у стимулюванні значних потоків туристів до країн світу.

У межах роботи стендів м. Києва організовано та проведено наступні заходи:

- презентації туристичного потенціалу, MICE-можливостей та поточного стану сфери гостинності столиці України в умовах повномасштабного вторгнення, а також перспектив розвитку туристичної галузі після завершення воєнного стану;

- ділові зустрічі з метою обговорення пропозицій щодо конкретних планів та заходів з відновлення туризму;

- демонстрація інтерактивних листівок, які за допомогою спеціального застосунку «оживають» та відтворюють визначні архітектурні пам'ятки столиці України;

- вручення іменних запрошень на безоплатні прогулянки м. Києвом, якими можна буде скористатися після завершення дії воєнного стану, коли столиця України зможе приймати туристів з усього світу.

З метою популяризації туристичних можливостей міста Києва на міжнародному рівні реалізовано ряд заходів:

- проведено комунікацію з організаторами міжнародних виставкових заходів щодо участі міста Києва у зазначених заходах, отримано форми контрактів від організаторів та схеми розміщення стенду м. Києва;

- проведено попередню комунікацію з представниками Державного агентства розвитку туризму України, українських міст та туристичних асоціацій щодо спільної участі у міжнародних виставкових заходах;

- підготовлено та направлено запити щодо безкоштовного розміщення рекламних публікацій на міжнародних туристичних порталах.

**1.3. Проведення Днів Києва за кордоном шляхом організації презентацій, зустрічей, мистецьких, художніх та фото виставок, тематикою яких є місто Київ та його туристична привабливість**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**1.4. Виготовлення промоційної поліграфічної та сувенірної продукції для поширення серед туристів в рамках промоційних заходів**

З метою представлення туристичного потенціалу м. Києва на міжнародних виставкових заходах та здійснення Управлінням промоційної діяльності у межах України забезпечено:

- розробку дизайну та виготовлення інформаційно-промоційної продукції;
- виготовлення інтерактивної листівки з туристично-привабливими місцями м. Києва.

**2.1. Організація реклами туристичних можливостей міста Києва**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**2.2. Виготовлення та організація транслювання промоційних роликів на відеобордах у місцях, найбільш відвідуваних гостями та мешканцями міста, у ЗМІ України та світу, на ресурсах туристичного порталу міста та офіційних сторінках у соціальних мережах**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**2.3. Організація перехресної промоції міста Києва з іншими туристичними дестинаціями (містами – побратимами / містами партнерами)**

Забезпечено організацію та проведено онлайн зустрічі з:

- генеральним директором Паризького бюро конференцій і відвідувачів Корінн Менго і керівником відділу розвитку та партнерства Паризького бюро конференцій і відвідувачів Констанц Пароді, під час яких забезпечено налагодження контактів та обговорено можливість організації обміну досвідом (зустрічі в онлайн-форматі);
- керівництвом Національної федерації гідів-перекладачів та конферансьє «FÉDÉRATION NATIONALE DES GUIDES INTERPRÈTES ET CONFÉRENCIERS» (м. Париж, Французька Республіка) щодо можливості обміну досвідом з представниками туристичних асоціацій України та м. Києва (зустріч в онлайн-форматі);
- організаторами фестивалю La Mercè (м. Барселона, Королівство Іспанія) щодо участі представників ресторанного бізнесу м. Києва у фестивалі з метою презентації української кухні (зустріч в онлайн-форматі);
- генеральною директоркою «Paris Convention and Visitors Bureau» щодо налагодження комунікації з паризькими асоціаціями туроператорів та гідів, а також щодо можливості обміну досвідом зі спеціалістами з туризму Парижа (зустріч в онлайн-форматі);
- президентом компанії «Wayne's World Media» Вейном Лі щодо реалізації медіа-просування туристичного потенціалу м. Києва у Північній Америці (зустріч в онлайн-форматі);

- Джоном Тересом, представником проєкту про подорожі «VenuBooka» (Сполучені Штати Америки) щодо розміщення інформації про м. Київ на ресурсах проєкту (зустріч в онлайн-форматі).

**2.4. Презентація туристичного потенціалу міста шляхом проведення промо-турів за кордоном, організації рекламно-інформаційних та прес-турів для представників туристичної галузі, ЗМІ та відомих блогерів до міста Києва**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**3.1. Підготовка та проведення заходів до Всесвітнього дня туризму та Дня туризму в Україні з урахуванням потреб різних груп учасників**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**3.2. Сприяння проведенню у місті та участь у великих культурних, спортивних, ділових подіях та заходах (напр. фестивалів, виставок, ярмарків, конференцій тощо), а також їх включення до календаря подій міста Києва**

Протягом звітного періоду взято участь у наступних різноформатних заходах, серед яких:

- сьомий світовий форум гастрономічного туризму, організований Всесвітньою туристичною організацією UNWTO в онлайн-форматі;
- виставковий проєкт «Інтенції буття. Пам'ятки, що прихистили біженців»;
- онлайн-конференція «Cold start 2», що організована Державним агентством розвитку туризму України щодо адаптації української системи категоризації закладів розміщення до відповідної європейської системи;
- онлайн-нарада, що організована командою з Великобританії «ПрайсуотерхаусКуперс Лігал та PwC UK» щодо реалізації проєкту Рамкової стратегії відновлення міста Києва: підхід та інтервенції;
- конференція, що організована Американською торговельною палатою в Україні щодо відновлення туристичної сфери;
- міжнародний туристичний форум «Туризм в Україні: виклики та відновлення», організований Київським національним економічним університетом імені Вадима Гетьмана;
- презентація «Звіту про сприйняття України у світі» від громадської організації «BRAND UKRAINE»;
- виставка «Голда Меїр. Актуально», організована Інститутом розвитку громадянського суспільства імені Голди Меїр;

- туристично-економічний форум «Туризм в Україні: вимоги сьогодення» організований АРР Таврійського об'єднання територіальних громад, Уманським державним педагогічним університетом імені Павла Тичини та Уманською міською радою;

- 89 Міжнародна наукова конференція молодих учених, аспірантів і студентів Національного університету харчових технологій у секції «Готельно-ресторанний та туристичний бізнес» у якості спікера з виступом щодо розвитку туризму та плану відновлення галузі з урахуванням викликів, які обумовлені повномасштабним вторгненням;

- саміт відкритих громадських просторів «Сила партнерства»;

- AR-виставка «Прип'ять. Машина часу» у Національному музеї «Чорнобиль»;

- вебінар від «Експертус цифрове видавництво» щодо звільнення працівників під час війни, які перебувають за межами держави;

- телемарафон «Єдині новини» у слоті телеканалу «Рада» для телевізійного проєкту «Факти ICTV», де надано коментар щодо стану туристичної галузі м. Києва під час війни;

- онлайн-конференція «VivaCITY Challenge» щодо можливості участі м. Києва у грантовій програмі міжнародного туристичного альянсу туристичних бордів, конференц-бюро та міських маркетингових організацій у Європі «City Destinations Alliance»;

- онлайн-лекція «Дестинація як екосистема: конкурентоспроможний та безпечний простір сталого розвитку туризму»;

- онлайн-конференція «Розвиток економіки України в умовах воєнного стану»;

- відкриття персональної виставки пейзажної фотографії «Terra.Bifurcation» українського фотографа-екстремала Сергія Тумасова у Музеї історії м. Києва;

- захід на честь 4-ї річниці з дня відкриття Музею Становлення української нації, в рамках якого відбулося відкриття п'яти експозицій музею національно-визвольної війни України (2014-2023);

- конференція «Pathfinders sustainability» міжнародної організації напрямків, конференц-бюро та бюро відвідувачів «Destinations International» щодо розвитку сталого туризму у світі (в онлайн-форматі);

- гостьова лекція голови правління Громадянської мережі «ОПОРА» Ольги Айвазовської у межах проєкту «Київська академія жіночого лідерства»;

- «Форум добрих справ», організований Інститутом розвитку громадянського суспільства імені Голди Меїр;

- перший Київський форум ветеранів з метою надання інформації про проведення спеціальних безкоштовних екскурсій для Захисників та Захисниць України, членів їх сімей та киян – членів сімей загиблих (померлих) Захисників та Захисниць України;

- симпозіум на тему: «Екологічно-орієнтований туризм: зелені інвестиції та сталий розвиток», що організований відокремленим структурним

підрозділом «Київського торговельно-економічного фахового коледжу державного торговельно-економічного університету»;

- круглий стіл з лідерами шкільного самоврядування м. Києва;

- «Форум добрих справ», організованому Інститутом розвитку громадянського суспільства імені Голди Меїр;

- виставка сувенірної продукції «МЕРЧЕКСПО»;

- Південний бізнес-форум «Відновлення та відбудова південної економічної стабільності України» у м. Одеса за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України»;

- захід-презентація нового проєкту комплексної психологічної підтримки сімей військовослужбовців від Київського міського Центру гендерної рівності, запобігання та протидії насильству;

- міжнародний захід щодо старту ініціативи кліматично-дружнього туризму в Україні «Climate Friendly Travel Initiative for Ukraine» (в онлайн-форматі);

- презентація «Проєкт підтримки сімей військовослужбовців», організованою Київським міським центром гендерної рівності, запобігання та протидії насильству;

- I Національний Туристичний Саміт, організований Державним агентством розвитку туризму України в партнерстві з Чернівецькою міською радою з метою обговорення стратегій розвитку туризму в умовах війни та після неї, а також надання можливості ознайомитися з найкращими практиками галузі у країнах Європи;

- вебінар в межах проєкту «Pathfinders» організації туристичних напрямків, конференц-бюро та бюро відвідувачів «Destinations International» на теми «Індикатор спільноти у просуванні напрямків», «Професійне ком'юніті»;

- фінальна частина грантової програми «VivaCITY Challenge» міжнародного туристичного альянсу туристичних бордів, конференц-бюро та міських маркетингових організацій у Європі «City Destinations Alliance», де м. Київ посіло 2 місце, з метою залучення 500 000 євро на розвиток нового ТІЦ.

**3.3. Забезпечення розвитку конвеншн-бюро міста та туристичних хабів з функціями надання соціально-сервісних послуг для гостей і мешканців міста, надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей міста на постійній основі**

З метою інформування користувачів щодо новин міжнародного та внутрішнього туризму, подій, заходів, екскурсій, туристичних можливостей Києва, а також діяльності Управління забезпечено публікацію актуального інформаційного матеріалу на сторінках Управління та КП «КМТІЦ» у соціальних мережах (Facebook https://www.facebook.com/kyivtourism, Instagram https://www.instagram.com/gotokyiv/, 370 постів).

Здійснювався постійний моніторинг новин міжнародної туристичної організації UNWTO.

З метою забезпечення можливості отримання мешканцями і гостями міста Києва актуальної та оперативної інформації щодо сфери туризму, отримання необхідної допомоги з інших питань щодо перебування у столиці Управлінням реалізується проєкт зі створення та підтримки чат-боту в соціальній мережі Telegram https://t.me/gotokyivbot.

**4.1. Облаштування зупинок туристично-екскурсійного транспорту, розробка схем організації дорожнього руху**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**4.2. Забезпечення основних туристичних місць навігацією (встановлення нових та обслуговування існуючих туристичних пілонів та вказівників туристичних об'єктів з елементами цифровізації) з урахуванням потреб різних груп туристів**

Проведено тимчасовий ребрендинг 25 туристичних пілонів.

**4.3. Створення нових та забезпечення функціонування існуючих туристично-інформаційних центрів, в т.ч. в оновленому Smart-форматі, шляхом встановлення терміналів (infopoint) в місцях максимальної локалізації потенційних туристів**

Забезпечено: функціонування туристично-інформаційних центрів в адміністративній будівлі КМР та в Національному музеї «Київська картинна галерея».

Робота ТІЦів здійснюється з урахуванням оголошень повітряної тривоги.

Проводились роботи щодо створення нового комунального туристично-інформаційного центру в приміщенні Бессарабського ринку. Підписано договір оренди нерухомого майна, опрацьовувалось питання щодо організації його роботи (підключення до електромережі, ремонт, облаштування та інші). Підписано договір про відшкодування комунальних витрат та витрат підприємства-балансоутримувача КП «Бессарабський ринок».

**4.4. Виготовлення, встановлення та обслуговування міні макетів туристично привабливих об'єктів із застосуванням шрифту Брайля для осіб з інвалідністю (порушеннями зору)**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**4.5. Створення та облаштування інклюзивних туристичних маршрутів для маломобільних груп користувачів (в т.ч. осіб з інвалідністю (з порушеннями зору), шляхом включення до маршруту локацій зі встановленими міні-моделями туристичних об'єктів та застосування шрифту Брайля)**

Забезпечено організацію проведення понад 350 безкоштовних прогулянок Києвом для киян та гостей міста: «Київ хрещатий», «Київ незламний», «Київ історичний», «Все починається з Університету», «Прогулянка театральним Києвом», «Таємниці града Ярослава», «Як козаки та магістрат на Подолі жили», «Київ незвичний – від минулого до сьогодення», «Київ: стежиною воєнної історії», «Прогулянка Старим Києвом», «Київ гастрономічний», «Провулками київського Кудрявця», а також «Я – Маріуполь» для внутрішньо переміщених осіб (групами до 20 осіб щосуботи та щонеділі).

Забезпечено організацію спеціальних костюмованих екскурсій до Дня святого Миколая, Різдва Христового та Нового року.

Розроблено ексклюзивні маршрути до державних свят: «Київ – серце Європи» (до Дня Європи), «Тисячолітній шлях Конституції» (до Дня Конституції України), «Конституція – від Пилипа Орлика до Основного Закону України» (до Дня Конституції України), «Шляхами українського права» (до Дня Конституції України).

Впроваджено дитячі екскурсії та екскурсії з тваринами: Дитяча екскурсія «Мандри пейзажною алеєю», ДОГ-ФРЕНДЛІ екскурсія стародавнім Києвом «Мандри Подолом».

Маршрути екскурсій адаптовані із наявними укриттями для їх використання в разі повітряної тривоги.

За звітний період безкоштовні екскурсії відвідало понад 6100 осіб.

Крім того, спільно з ГІОЦ проводиться робота щодо оцифрування існуючих екскурсій по Києву та їх розміщення на туристично-культурному хабі (https://guide.kyivcity.gov.ua/) в якості віртуальних турів (VR).

Опрацьовано нові програми та екскурсійні маршрути на теми «Трипільська культура», «Київ – столиця незалежних», «Мандрівка до Будинку природи».

Організовано проведення історично-туристичних лекцій та вікторин в лекторіях.

Надано екскурсійні послуги киянам - Захисникам та Захисницям України, членам їх сімей та киянам – членам сімей загиблих (померлих) Захисників та Захисниць України, метою яких є надання комплексу туристично-реабілітаційних послуг в місті Києві та Київській агломерації учасникам бойових дій та їх сім'ям. Всього проведено 17 екскурсій для 311 осіб.

**4.6. Виготовлення, встановлення та обслуговування 3-Д конструкцій логотипу міста Києва на в'їздах у місто**

Оновлено 3D-логотип м. Києва, що знаходиться за адресою Хрещатик, 36.

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, виготовлення та встановлення нових 3-Д конструкцій на звітний період не заплановано.

**5.1. Забезпечення подальшого наповнення, модернізації та просування туристичного порталу міста Києва**

Протягом звітного періоду забезпечено адміністрування туристичного сайту https://kyivcitytravel.com.ua/, підготовлено контент-план та забезпечено публікацію актуальної інформації (160 публікація), продовжується оновлення сайту з метою роботи з платними послугами.

Підключено платіжну систему LiqPay до офіційного туристичного порталу міста Києва;

За звітний період туристичний сайт відвідало понад 12200 осіб.

**5.2. Модернізація та обслуговування мобільного додатку «KyivCityTravel» на платформі Android та IOS з широким спектром функцій, в т.ч. з функцією мобільного гіда по туристичним маршрутам**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

Водночас, на безоплатній основі за залучені кошти з метою ребрендингу туристичних продуктів Управління, забезпечено створення оновленого туристичного сайту м. Києва із доменним ім'ям https://gotokyiv.com/.

**5.3. Реалізація комплексу заходів (практичні семінари, конференції тощо, в тому числі он-лайн) з метою підвищення якості надання туристичних послуг та рівня безпеки перебування гостей і мешканців у місті Києві в рамках «Академії гостинності»**

Забезпечено підготовку тендерної документації та реалізовано освітній проєкт «Академія гостинності» з врученням учасникам сертифікатів, які підтверджують проходження курсу теоретичної та практичної підготовки (120 академічних годин). Проєкт тривав півтора місяця, залучивши 60 волонтерів та понад 20 українських і міжнародних експертів.

**6.1. Забезпечення членства у міжнародних туристичних організаціях з метою здійснення співпраці та обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі**

Забезпечено на безоплатній основі членство у:

- Міжнародній асоціації конгресів та конференцій ICCA (International Congress and Convention Association);

- Міжнародному туристичному альянсі туристичних бордів, конференц-бюро та міських маркетингових організацій у Європі «City Destinations Alliance»;

- Міжнародній організації туристичних напрямків, конференц-бюро та бюро відвідувачів «Destinations International».

Ведуться перемовини з відділом зв'язків Всесвітньої федерації туристичних міст (World Tourism Cities Federation) щодо можливості набуття членства у федерації на безоплатній основі та запуску спільних проєктів щодо відновлення туристичної галузі міста Києва.

**6.2. Організація різноформатних заходів для обміну досвідом з іншими містами щодо підвищення ефективності розвитку та муніципального управління туристичною сферою міста**

З метою відновлення економіки столиці у післявоєнний період у розрізі розвитку туристичної галузі, як однієї зі складових економіки міста Києва, організовано перемовини за участі заступниці голови Київської міської державної адміністрації з питань здійснення самоврядних повноважень Хонди Марини Петрівни з представниками програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» щодо можливості участі міста Києва у вищезазначеній програмі.

З метою співробітництва у рамках підтримки туристичної сфери міста Києва, підготовлено матеріали для участі у платформі допомоги європейськими столицями м. Києву у відновленні туристичної сфери.

**6.3. Організація та проведення семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку різних видів туризму в місті Києві для бізнес-представників туристичної сфери, громадських об'єднань (в т.ч. організація щорічних стратегічних сесій з основними стейкхолдерами)**

З метою розвитку медичного та оздоровчого туризму, налагодження взаємодії та обміну досвідом між учасниками ринку, що сприятиме залученню більшої кількості туристів до м. Києва забезпечено підготовку тендерної документації та проведено Київський міжнародний конгрес медичного та оздоровчого туризму.

Спільно з ГО «Історична платформа» розпочато реалізацію проєкту «Стріткод: історія на кожному кроці» щодо розміщення анотаційних табличок з QR-кодами про визначних осіб, в честь яких названі вулиці. Підписано меморандум.

Продовжено реалізацію проєкту підтримки соціально активних туристичних операторів м. Києва на період воєнного стану для збереження професійних кадрів у галузі та відновлення її функціонування після закінчення війни. Опрацьовані подані туроператорами заявки, відібрано компанії, які відповідають заявленим критеріям, сформовано відповідний список підприємств, який направлений до Торгово-промислової палати України для

узгодження.

Внесено зміни до персонального складу Координаційної ради з туризму та іміджевої політики виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) у зв'язку із кадровими змінами (розпорядження Київської міської військової адміністрації від 02.03.2023 № 112).

20.12.2023 в приміщенні VcentriHUB (м. Київ, вул. Володимирська, буд. 51Б) проведено чергове засідання Координаційної ради з туризму та іміджевої політики виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) до персонального складу якої входять представники громадськості та члени Громадської ради

З метою сприяння розвитку в місті Києві сучасних видів туризму організовано та проведено ряд зустрічей з партнерами:

- з представниками ACC (Американська торгівельна палата) щодо напрацювання спільних заходів щодо відновлення туристичної сфери міста Києва та збільшення туристичних потоків після закінчення воєнного стану;
- з представником проєкту «Київ Цифровий» щодо можливості використання цифрових елементів на міжнародних виставкових заходах з метою промоції міста Києва, а також можливості оновлення офіційного туристичного порталу столиці;
- представниками некомерційних організацій «Bloomberg Philanthropies» та «Bloomberg Associates» щодо можливості співпраці з метою започаткування спільних проєктів у сфері туризму (зустріч в онлайн-форматі);
- з президентом «Асоціації ділового туризму України» щодо можливості спільної участі у виставкових заходах;
- з президентом «Всеукраїнської асоціації гідів» щодо можливості створення нових екскурсій;
- керівництвом Української асоціації медичного туризму щодо подальшої співпраці з метою відновлення медичного та оздоровчого туризму у місті Києві після завершення військового стану;
- представниками кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну щодо подальшої співпраці;
- представниками 4-ї бригади оперативного призначення Національної гвардії України (в/ч 3018) щодо визначення тематик екскурсій в рамках впровадження пілотного проєкту з реабілітації та соціалізації ветеранів та їх сімей.
- представниками туристично-інформаційних центрів «TOURINFO», які працюють за інвестиційною угодою, щодо подальшого функціонування мережі та ребрендингу мережі;
- представником Департаменту охорони культурної спадщини щодо впровадження безкоштовної екскурсії Подолом.

- власником етно-комплексу відпочинку «Соколиний хутір» щодо можливості реалізації спільних екскурсійних проєктів та створення унікальної сувенірної продукції;

- українською мисткинею з реконструкції трипільської кераміки щодо підготовки нового екскурсійного маршруту до 130-річчя з відкриття Трипільської культури в Україні;

- президентом Асоціації ділового туризму України щодо реалізації спільних проєктів з відновлення MICE-туризму у м. Києві;

- представниками громадської організації «Екологічні новини» щодо впровадження кліматично дружніх практик в секторі гостинності;

- представниками Торгово-промислової палати України щодо реалізації проєкту допомоги київським туроператорам, які займаються волонтерською діяльністю;

- представниками спільноти гідів м. Києва щодо впровадження нових проєктів та екскурсій на безоплатній основі для киян та гостей столиці України;

- представниками дипломатичного корпусу Держави Ізраїль щодо можливості подальшої співпраці;

- Стефаном Богландером, віцепрезидентом фундації «INTERKULTUR» організації Міжнародних хорових змагань у м. Києві після завершення дії воєнного стану;

- Т'єррі Шарлуа, керівником проєкту нічної політики відділу демократії, громадян і територій м. Парижа (Французька Республіка), з метою подальшої співпраці з мерією м. Парижа та обговорення презентації щодо правил безпечного перебування громадян під час нічних та вечірніх масових заходів;

- представниками Посольства Чорногорії в Україні та очільниками установ та асоціацій у сфері туризму щодо продовження співпраці та започаткування нових спільних проєктів з відновлення туристичного сектору м. Києва;

- Євгенією Степановою, власницею туристичної компанії «WST Georgia», з метою обміну досвідом щодо функціонування у м. Києві спеціального туристичного двоповерхового автобуса;

- Євгенієм Імасом, ректором Національного університету фізичного виховання і спорту України щодо можливості започаткування спільного проєкту з туризму та кіберспорту, а також проходження практики студентами університету в Управлінні;

- Іваном Грищенком, ректором Київського національного університету технологій та дизайну щодо започаткування спільних проєктів у галузях туризму та гостинності, а також проходження практики студентами університету в Управлінні.

- Дмитром Матяшем, керівником проєкту «Kyivmaps», щодо співпраці з метою запуску комплексного проєкту «gotokyiv» та створення інтерактивного промоційного контенту;

- представниками Американської торговельної палати в Україні щодо розвитку медичного туризму у столиці (в онлайн-форматі);

- Олександром Колодко, співзасновником проєкту «Агенти змін», щодо стану та дизайну навігаційних інформаційних носіїв у м. Києві;

- представниками ініціативи кліматично-дружнього туризму в Україні «Climate Friendly Travel Initiative for Ukraine», щодо реалізації спільних проєктів у межах ініціативи.

Укладено Меморандум про взаємодію між Управлінням та:

- громадською організацією «Історична Платформа», адміністратором проєкту «Стріткод: історія на кожному кроці», щодо розвитку туристичної сфери міста Києва;

- вищим навчальним закладом «Університет економіки та права "КРОК"»;

- вищим навчальним закладом Національний університет фізичного виховання і спорту України;

- Національним університетом фізичного виховання і спорту України;

- Київським міським центром соціальної, психологічної, професійної та трудової реабілітації «Аскольд»;

- Київською міською організацією Українського товариства сліпих.

Підготовлено договір про спільну діяльність між Управлінням та Київським університетом імені Бориса Грінченка.

**7.1. Надання грантів на конкурсній основі для підтримки проєктів/ініціатив у сфері туризму**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**7.2 Присудження та організація вручення премій (відзнак) кращим представникам сфери гостинності міста Києва (готельєрам, рестораторам, сервісним організаціям) за вагомий внесок у професійний розвиток власного персоналу та сфери в цілому**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**8.1. Проведення соціологічних та/або маркетингових досліджень в сфері туризму**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

Здійснювався моніторинг доступних інформаційних джерел щодо стану туристичного та готельного бізнесу в місті Києві.

Забезпечено оновлення бази даних працюючих у місті Києві закладів розміщення.

**8.2. Збір та опрацювання статистичних даних щодо обсягів туристичних потоків до міста Києва відповідно до інформації операторів мобільного зв'язку (LifeCell, KyivStar, Vodafone)**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**8.3. Вдосконалення системи збору та обробки статистичних даних щодо закладів туристичної інфраструктури**

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації, реалізацію заходу на звітний період не заплановано.

**Оцінка виконання програми протягом звітного періоду**

Протягом звітного періоду досягнуто часткове виконання програми, в тому числі без залучення бюджетних коштів. Забезпечено виконання підготовчих робіт до запланованих на наступний звітний період або відтермінованих заходів.

Основною причиною невиконання, часткового виконання або відтермінування окремих заходів програми є введення воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації.

# Пояснювальна записка
# до звіту про хід виконання
# Міська цільова програма розвитку туризму в місті Києві на 2022-2024 роки

*назва міської цільової програми*

# за 2023, рік

## 1. Узагальнені результати виконання завдань та заходів програми:

| Кількість заходів програми, од. | | | Відсоток виконаних заходів, % |
|---|---|---|---|
| Всього | Виконаних | Невиконаних | |
| 27 | 9 | 18 | 33,33 |

1.1. Перелік найбільш вагомих виконаних заходів

1.2. Просування туристичного потенціалу та бренду міста шляхом участі у міжнародних виставкових та інших PR заходах в Україні і за кордоном

5.3. Реалізація комплексу заходів (практичні семінари, конференції тощо, в тому числі он-лайн) з метою підвищення якості надання туристичних послуг та рівня безпеки перебування гостей і мешканців у місті Києві в рамках «Академії гостинності»

6.1. Забезпечення членства у міжнародних туристичних організаціях з метою здійснення співпраці та обміну досвідом щодо розвитку туристичної галузі

6.3. Організація та проведення семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку різних видів туризму в місті Києві для бізнес-представників туристичної сфери, громадських об'єднань (в т.ч. організація щорічних стратегічних сесій з основними стейкхолдерами)

4.5. Створення та облаштування інклюзивних туристичних маршрутів для маломобільних груп користувачів (в т.ч. осіб з інвалідністю (з порушеннями зору), шляхом включення до маршруту локацій зі встановленими міні-моделями туристичних об'єктів та застосування шрифту Брайля)

1.2. Перелік найбільш вагомих невиконаних заходів

4.2. Забезпечення основних туристичних місць навігацією (встановлення нових та обслуговування існуючих туристичних пілонів та вказівників туристичних об'єктів з елементами цифровізації) з урахуванням потреб різних груп туристів

Причини невиконання: Проведено тимчасовий ребрендинг 25 туристичних пілонів.

4.3. Створення нових та забезпечення функціонування існуючих туристично-інформаційних центрів, в т.ч. в оновленому Smart-форматі, шляхом встановлення терміналів (infopoint) в місцях максимальної локалізації потенційних туристів

Причини невиконання: Забезпечено: функціонування туристично-інформаційних центрів в адміністративній будівлі КМР та в Національному музеї «Київська картинна галерея».
Робота ТІЦів здійснюється з урахуванням оголошень повітряної тривоги.
Проводились роботи щодо створення нового комунального туристично-інформаційного центру в приміщенні Бессарабського ринку. Підписано договір оренди нерухомого майна, опрацьовувалось питання щодо організації його роботи (підключення до електромережі, ремонт, облаштування та інші). Підписано договір про відшкодування комунальних витрат та витрат підприємства-балансоутримувача КП «Бессарабський ринок».

## 2. Оцінка ефективності виконання програми

| Результативні показники | | | | Індикатори програми | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Кількість результативних показників, од. | | | Відсоток виконаних, % | Кількість індикаторів програми, од. | | | Відсоток досягнутих, % |
| Всього | Виконано | Невиконано | | Всього | Досягнуто | Недосягнуто | |
| 153 | 15 | 138 | 9,803921568 | 13 | 0 | 13 | 0 |

Протягом звітного періоду досягнуто часткове виконання програми, в тому числі без залучення бюджетних коштів. Забезпечено виконання підготовчих робіт до запланованих на наступний звітний період або відтермінованих заходів.

## 3. Обґрунтування причин невиконання (низького виконання) програми в цілому

Основною причиною невиконання, часткового виконання або відтермінування окремих заходів програми є введення воєнного стану в Україні в наслідок військової агресії російської федерації.

Відповідальний виконавець:

_____ _____

_____

(посада) (підпис)

(ініціали і прізвище)