



**МИРГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**



(сімдесята сесія восьмого скликання)

Р І Ш Е Н Н Я

від 23 грудня 2025 року

№ 420

Про внесення змін до рішення п'ятдесят першої сесії міської ради восьмого скликання від 12 липня 2024 року №193 "Про затвердження Програми розвитку туризму та промоції Миргородської міської територіальної громади на 2024-2026 роки"

Відповідно до п. 22 ч. 1 ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» міська рада

в и р і ш и л а :

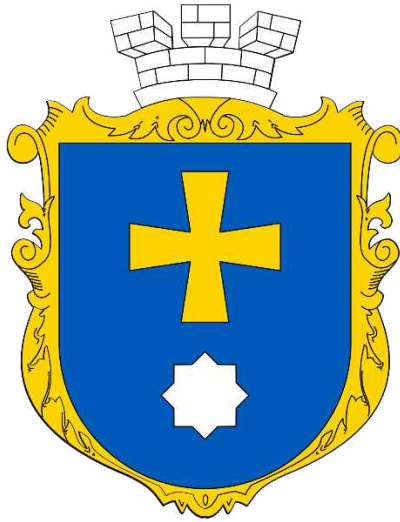
1. Внести зміни до рішення п'ятдесят першої сесії міської ради восьмого скликання від 12 липня 2024 року №193 "Про затвердження Програми розвитку туризму та промоції Миргородської міської територіальної громади на 2024-2026 роки", а саме:
 - викласти "Програму розвитку туризму та промоції Миргородської міської територіальної громади на 2024-2026 роки" у новій редакції (додається).
2. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійні комісії міської ради: з питань освіти, культури, туризму, молоді і спорту, впровадження цифрових технологій, регламенту, депутатської етики та діяльності депутатів (Фененко В.В.), з питань бюджету, економіко-інвестиційного планування, підприємництва, промисловості та розвитку сільських територій (Серов В.В.).

Міський голова

Сергій СОЛОМАХА

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням сімдесятої сесії міської
ради восьмого скликання
від 23 грудня 2025 року № 420



ПРОГРАМА

розвитку туризму та промоції

Миргородської міської територіальної громади на 2024– 2026 роки

в новій редакції

**м. Миргород
2025 р**

ПАСПОРТ ПРОГРАМИ

**розвитку туризму та промоції Миргородської міської територіальної громади
на 2024–2026 роки**

1.	Ініціатор розроблення Програми	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму управління економічного розвитку та інвестицій Миргородської міської ради
2.	Розробник Програми	Виконавчий комітет міської ради та відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму управління економічного розвитку та інвестицій Миргородської міської ради
3.	Відповідальний виконавець Програми	Виконавчий комітет міської ради
4.	Виконавці Програми	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму управління економічного розвитку та інвестицій Миргородської міської ради
5.	Термін реалізації Програми	2024-2026 роки
6.	Мета Програми	Формування цілісного бренду та позитивного іміджу та конкурентоспроможного туристського продукту Миргородської міської територіальної громади, підвищення рівня якості основних та супутніх туристських послуг, подолання викликів сфери туризму та територіального маркетингу в умовах воєнного часу, відновлення економічної активності відвідувачів громади, сприяння збільшенню туристських потоків та залученню інвестицій, а також закріплення індустрії туризму та гостинності як стабільного джерела надходжень до бюджету Миргородської міської територіальної громади; здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристської галузі Миргородської міської територіальної громади, ефективне використання рекреаційних ресурсів, організація промоції громади та галузі туризму
7.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації Програми (всього), зокрема: коштів бюджету <u>Миргородської міської територіальної громади</u> ; інші джерела.	<div>22172000 грн</div> <div>99000 грн</div> <div>22073000 грн</div>
8.	Очікувані результати виконання	Збільшення туристського потоку Збільшення обсягу надходжень від галузі до бюджету Миргородської міської територіальної громади й зростання інвестицій у галузь.

		<p>Формування конкурентоспроможного туристського продукту та забезпечення системної промоції дестинації.</p> <p>Вдосконалення туристської інфраструктури, рівня сервісу, забезпеченість кадрами та координація дій влади, бізнесу та громадських організацій.</p> <p>Посилення позитивного іміджу Миргородської міської територіальної громади, що відображається на рівні залучення кількості ресурсів у відновлення і розвиток економіки та соціокультурної сфери.</p>
9.	Ключові показники ефективності	<p>Кількість екземплярів презентаційної продукції, що планується виготовляти</p> <p>Кількість встановлених туристських інформаційних пунктів</p> <p>Обсяги надходжень туристського збору</p> <p>Кількість засобів розміщення, які повинні пройти категоризацію</p> <p>Кількість запланованих тренінгів для працівників сфери туризму</p>

2. Визначення проблеми, на розв'язання якої спрямована Програма розвитку туризму та промоції Миргородської міської територіальної громади на 2024–2026 роки

Внутрішній туризм у багатьох країнах на державному рівні визнаний пріоритетною сферою національної економіки. На сьогодні розвиток внутрішнього туризму має важливе значення та повинен стати основним напрямком і в Україні, так як вона має колосальний природний, культурний та історичний потенціал.

Проблема розвитку внутрішнього туризму в Україні та, безпосередньо, у Миргородській міській територіальній громаді (далі – громада) в тому, що, володіючи величезними природно-історичним ресурсами, напрям туризму не має достатньої організаційної підтримки та інвестицій, промоції, та має погано розвинену супутню інфраструктуру. Але при залученні у розвиток туризму інвестицій, створенні нових туристських продуктів, покроковій промоції, реалізації низки проєктів, направлених на приваблення туристів та налагодження партнерських контактів з турагентствами, іншими громадами, крафтовими підприємствами та садибами, туристський потік та надходження у бюджет громади будуть зростати. Підвищення інтересу туристів до дестинації¹ впливатиме і на прибуток місцевого бізнесу, що теж, в свою чергу, матиме позитивний ефект на економічний розвиток громади.

До грудня 2019 року темп приросту кількості туристів у світі щорічно становив від 4% до 7%. За даними Всесвітньої туристської організації ООН (далі – UNWTO), темп приросту здійснених у 2019 році міжнародних туристських поїздок по відношенню до 2018 року склав 4,3%. UNWTO у №18 журналу «World Tourism Barometer» (січень 2020 року) повідомили, спираючись на поточні тенденції, економічні перспективи та Індекс впевненості UNWTO, що вони прогнозують зростання кількості міжнародних туристських подорожей по всьому світу в 2020 році від 3% до 4%.

У грудні 2019 року розпочалася пандемія COVID-19. Вже через рік, у грудні 2020 року, UNWTO повідомили, що обсяг туристських потоків за 2020 рік упав на 72%, тим самим повернувшись до рівня 1990 року. З січня по жовтень 2020 року країни прийняли на 900 млн. менше туристів, ніж за той же період 2019 року. Це призвело до втрати \$935 млрд експортних доходів від міжнародного туризму, що в 10 разів перевищує збитки, які зазнала ця галузь у 2009 році через глобальну економічну кризу. Також UNWTO озвучили, що втрати надходжень від галузі досягнуть \$1,1 трильйона. Таке різке падіння може призвести до скорочення світового ВВП на \$2 трильйони.

¹Дестинація (лат. destino – "призначення", "місцезнаходження") – це географічна територія, яка є привабливою для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристсько-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, доведених до споживачів у вигляді готового туристського продукту з метою задоволення їх найрізноманітніших потреб.

До початку пандемії COVID-19 в Україні був високо розвинений виїзний туризм, що зумовлювало відтік валюти за кордон. Така ситуація негативно вплинула на економіку. Проте в Україні є достатній потенціал для розвитку внутрішнього туризму. Але за даними Світового економічного форуму, наша країна використовує менше ніж третину від наявного туристського та рекреаційного потенціалу.

У санаторно-курортних закладах громади в період 2018-2019 років спостерігалось збільшення кількості відпочиваючих. У 2019 році, в порівнянні з 2018 роком, кількість туристів збільшилась на 2,4%, що є доволі хорошим показником. Адже згідно даних UNWTO, щорічне збільшення туристів на 3-4%, у порівнянні з попередніми періодами, є найбільш оптимальним показником, бо в такому випадку не відбувається різкого підвищення навантаження на туристські дестинації, воно йде рівномірно і сприяє сталому економічному розвитку території.

Однак у 2020 році, порівняно з 2019 роком, туристський потік зменшився на 61,2%. На такий різкий спад кількості туристів, які відвідали громаду і, зокрема, санаторно-курортні заклади, вплинула необхідність дотримання карантинних заходів, пов'язаних із пандемією COVID-19. Всього у 2020 році туристів, які приїхали з метою лікування та оздоровлення було майже 13 тисяч осіб. У 2021 році спостерігалось різке підвищення туристського потоку у порівнянні з 2020 роком – на 43,1%, що було пов'язано із послабленням карантинних заходів. Однак, якщо порівнювати 2021 рік із 2019 роком, в якому спостерігалась найбільша кількість туристів, то туристський потік зменшився на 44,4%.

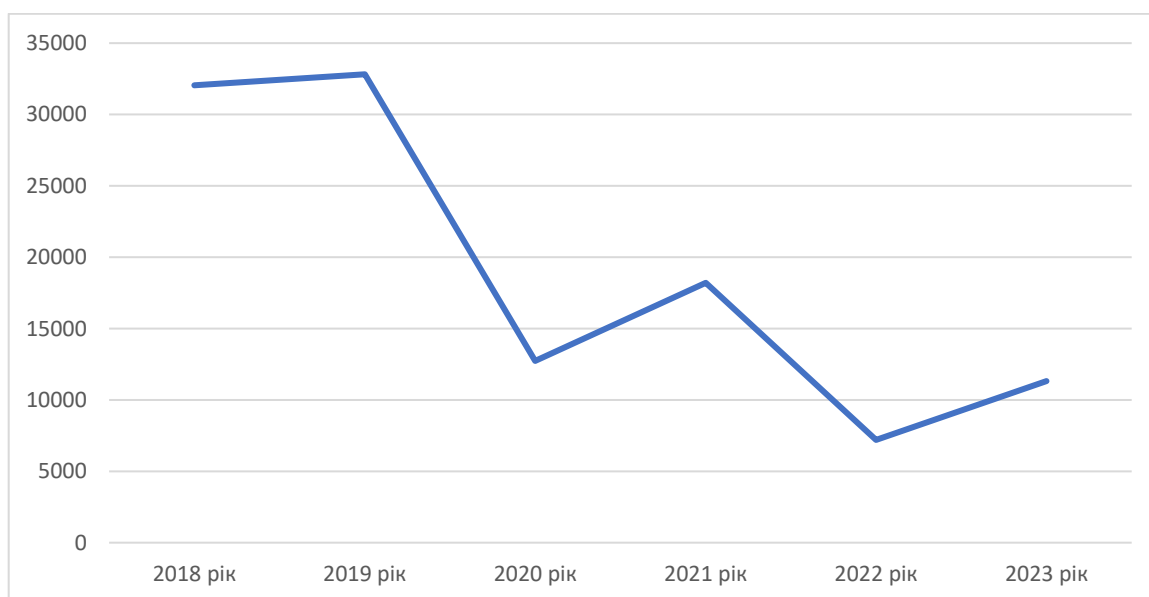


Рисунок 1. Статистика кількості відпочиваючих у санаторно-курортних закладах громади, 2018-2023 роки

За прогнозами UNWTO туристський потік до рівня 2019 року мав відновитись до 2025 року. Однак у лютому 2022 року, з початком повномасштабного вторгнення росії на територію України, сфера туризму повністю зупинилась. На певний час у людей кардинально змінилися пріоритети від ведення тихого мирного життя, наповненого розвагами і туризмом, на пошуки рішень щодо збереження безпеки рідних та визволення земель.

Однак, після стабілізації ситуації у деяких регіонах, люди почали відновлювати поїздки з метою відпочинку та оздоровлення, перш за все, задля збереження психологічного здоров'я та підтримання морального стану. У громаді в 2022 році, за даними санаторно-курортних закладів, було близько 7 тисяч відпочиваючих. Туристський потік у 2023 році зріс, порівняно з попереднім 2022 роком, на 57,1%. Однак у порівнянні з 2019 роком, коли спостерігався найбільший туристський потік, у 2023 році кількість відпочиваючих, під впливом зовнішніх факторів, зменшився на 65,5%, що має негативний вплив не лише на розвиток туризму, а і в цілому на стан економіки громади.

І туризм під час воєнного стану поставив нові задачі та виклики перед громадами та працівниками даної сфери. Люди почали в більшій мірі потребувати не розваг та пізнавального туризму, а поїздок з метою оздоровлення та рекреації, реабілітації як фізичної, так і психологічної. Тож для розвитку сфери туризму, громада повинна, фокусуючись на викликах даної сфери, шукати нові рішення та можливості для залучення туристських потоків. Враховуючи те, що громада має необхідний потенціал для розвитку різноманітних видів туризму, при правильному підході, можливо перевести на новий щабель стан туризму громади вже зараз.

Важливо розуміти, що туризм не лише приносить прибутки власникам готелів, ресторанного бізнесу, санаторно-курортній зоні та місцевим виробникам, а й сприяє, в першу чергу, створенню нових робочих місць, розбудові інфраструктури, а отже, й відновленню економіки.

Наразі відсутній комплексний та конкурентоспроможний туристський продукт у громаді. Основна причина – неефективне використання туристського ресурсу території.

Існує велика кількість рекреаційних занять², вагома їхня частина має позитивний вплив не лише на економічну сферу, а й на навколишнє середовище та екологію. Однак через відсутність чітко визначених та послідовних кроків, громада використовує давно набуту репутацію міста-курорту. Проте громада, в цілому, має великий історико-культурний та природний потенціал для того, аби позиціонувати себе на туристському українському та

²Рекреаційні заняття — певна кількість способів реалізації видів рекреаційної діяльності. За типологією виділяють основні типи занять: рекреаційно-лікувальні заняття; рекреаційно-оздоровчі заняття; рекреаційно-спортивні заняття; рекреаційно-пізнавальні заняття.

світовому ринках як громада для активного відпочинку, сільського, зеленого, подієвого туризму тощо.

Також існують безліч інших факторів, які негативно впливають на розвиток туризму в громаді. До таких факторів можна віднести: недостатнє інформування у медіа про заходи, які проводяться в громаді (фестивалі, виставки, концерти тощо), тож туристи можуть просто не знати про такі заходи; відсутність центру туристського інформування, в якому можна було б придбати карти місцевості, інформаційні буклети тощо; відсутність оновлених промоційних матеріалів та сформованого бренду громади, який би висвітлював всі її переваги.

Також спостерігається тенденція збільшення кількості некваліфікованих працівників, що, в свою чергу, негативно впливає на розвиток туризму. Частина працівників сфери туризму не має відповідних навичок, знань та умінь, необхідних для роботи у даній сфері (наприклад, спеціальних знань про специфіку обслуговування клієнтів). На підприємствах готельного та ресторанного бізнесів недостатньо ефективна мотиваційна система, яка б заохочувала працівників підвищувати свої soft skills (м'які навички)³ та hard skills (жорсткі навички)⁴ для використання їх в роботі.

Досвід інших країн вказує на те, що після припинення воєнних дій, до територій, на яких вони розгортались, відбувається колосальне збільшення туристських потоків з-за кордону. Тож необхідність залучення інвестицій задля реалізації проєктів у сфері туризму та промоції на сьогодні обумовлюється також тим фактором, що після перемоги наша країна та громада, безпосередньо, будуть приваблювати великі потоки людей, зацікавлених в нашій історії, культурних надбаннях та природно-рекреаційному потенціалі. А отже, це можливість розвивати не лише сферу туризму, а й налагоджувати партнерські зв'язки з представниками інших країн, розширювати перелік міст-побратимів, залучати ще більше закордонних інвесторів задля розбудови громади, що матиме позитивний вплив на її загальний економічний розвиток.

Програма розвитку туризму та промоції громади на 2024-2026 роки (далі – Програма) розроблена відповідно до:

- Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки;
- Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, схваленої

розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року №168-р;

³Soft skills (або по-іншому гнучкі, м'які навички) – це ситуативні вміння, знання, риси характеру, які можуть застосовуватись в будь-якій роботі.

⁴Hard skills (англ. "Жорсткі" навички) – те, що можна вивчити і що можна протестувати. Прикладами є вміння швидко друкувати, володіння іноземними мовами, знання мов програмування, математичні обчислення. Тобто будь-яку навичку можна оцінити об'єктивно

- Стратегії регіонального розвитку Полтавської області на період до 2027 року;
- Стратегії розвитку Миргородської міської територіальної громади до 2030 року (оперативні цілі: В.1. Розвиток санаторно-курортного комплексу та супровідної сфери обслуговування; В.2. Підвищення туристської привабливості громади; В.4. Відродження та збереження культурної спадщини, задоволення культурних та духовних потреб жителів і гостей громади стратегічної цілі В «Розвиток санаторної, лікувальної реабілітаційної сфери та туризму»);
- Маркетингової стратегії Миргородської міської територіальної громади до 2030 року;
- інші нормативно-правові акти, які регулюють туристсько-рекреаційну сферу в Україні.

А також на виконання законів України:

- «Про місцеве самоврядування в Україні»;
- «Про туризм»;
- «Про курорти»;
- «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- «Про інноваційну діяльність»;
- «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць».

У Програмі також врахований принцип гендерної рівності.

3. Визначення мети Програми

Метою Програми є здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристської галузі громади, створення комплексного та конкурентоспроможного туристського продукту, цілісного бренду та іміджу громади, підвищення рівня якості основних та супутніх туристських послуг, ефективне використання рекреаційних ресурсів, організація промоції громади та галузі туризму, сприяння збільшенню туристських потоків та залученню інвестицій.

Пріоритетними напрямками Програми є:

- популяризація та поширення знань про громаду в Україні та за кордоном, співпраця з органами влади інших країн, міжнародними організаціями, зарубіжними установами з метою промоції Миргородщини;
- розвиток і вдосконалення туристської інфраструктури;
- ефективне використання об'єктів культурної спадщини та інших туристських ресурсів;

- забезпечення цілорічної привабливості громади для туристів;
- видання промоційної літератури, спрямованої на поширення знань про громаду, її історико-культурну спадщину, економічно-інвестиційний потенціал тощо;
- підвищення професійного рівня працівників туристської галузі та обмін досвідом;
- проведення робочих зустрічей щодо налагодження співпраці в економічній, соціальній сферах тощо.

4. Обґрунтування завдань і засобів розв'язання проблеми, завдань і заходів, показників результативності

Головне завдання Програми – сприяння розвитку сфери туризму громади та ефективна промоція громади в Україні та за кордоном.

Завданнями Програми є (з урахуванням аналізу сформованого іміджу громади та поточного стану сфери туризму):

1.1 Формування позитивного іміджу громади, а саме: розробка бренду громади, виготовлення туристської інформаційної, презентаційної продукції, навігація громадою "Миргородщина туристська", проведення заходів щодо ознакування історичних пам'яток та визначначних місць громади QR-кодами, створення туристських інформаційних пунктів (встановлення туристських сенсорних кіосків), забезпечення ефективної роботи та систематичного оновлення інформації міського туристського веб-порталу громади "Myrhorod Business Lab", виконання заходів щодо промоції (SEO, реклама у медіа тощо) туристського порталу громади, представлення громади у регіональних, національних та міжнародних туристських виставкових заходах, підвищення рівня інформування потенційних гостей та туристів про санаторно-курортні та туристські послуги і заходи громади через розміщення інформації у медіа, сприяння збереженню та облаштуванню об'єктів природної, культурної спадщини, сприяння формуванню туристського кластеру, заключення Меморандумів про співпрацю з вищими навчальними закладами, які займаються підготовкою спеціалістів у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

1.2 Створення інноваційного туристського продукту, в тому числі: створення екскурсійних маршрутів на підприємствах та крафтових виробництвах громади, створення веломаршрутів громадою, формування екскурсійних маршрутів «Стежками відомих особистостей», проведення гастрономічної екскурсії у рамках фестивалю "Myrhorod Business Fest", туристські карти з розробленими екскурсійними маршрутами.

1.3 Підвищення якості послуг сфери обслуговування, туристських та супутніх послуг, в тому числі: сприяння проведенню категоризації засобів розміщення

(зокрема, готелів) громади, створення та діяльність школи "Філософія гостинності", здійснення аналізу якості надаваних послуг у сфері туризму, проведення систематичного збору статистичних даних щодо кількості та місця прибуття відпочиваючих у санаторно-курортних закладах та закладах розміщення громади, проведення маркетингових, аналітичних, соціологічних досліджень та опитувань у сфері туризму.

Завдання і заходи реалізації Програми наведені у Додатку 1.

Показники результативності Програми наведені у Додатку 2

5. Очікувані результати виконання Програми

Очікуваними результатами програми є:

- збільшення обсягів реалізації туристських основних та супутніх послуг;
- збільшення потоку туристів у громаду;
- збільшення інвестицій в туристсько-рекреаційну галузь громади;
- збільшення кількості робочих місць, створених у туристсько-рекреаційній галузі та суміжних сферах діяльності;
- зростання обсягів надходжень до бюджету громади;
- соціально-економічний розвиток громади;
- збільшення кількості проведених (підтриманих) заходів з розвитку туризму.

6. Обсяги та джерела фінансування Програми

Фінансування заходів Програми здійснюється за рахунок коштів бюджету громади, коштів міжнародних фінансових організацій, а також інших джерел фінансування, не заборонених чинним законодавством.

У Програмі наведені попередні розрахунки, обсяги фінансування заходів затверджуються міською радою щорічно з урахуванням можливостей бюджету громади на відповідний рік.

7. Строки виконання Програми

Програма розрахована на 3 роки: 2024– 2026 роки.

8. Координація та контроль за ходом виконання Програми

Виконання Програми здійснюється шляхом реалізації виконавцями зазначених у ній заходів.

Координація та контроль за виконанням заходів Програми покладається на відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму управління економічного розвитку та інвестицій

Миргородської міської ради. За результатами аналізу виконання програмних заходів з урахуванням загальної соціально-економічної ситуації в громаді та змін зовнішніх умов, що можуть мати місце в ході реалізації Програми, допускається коригування заходів програми. Впродовж терміну виконання Програми можуть вноситися зміни і доповнення з метою дотримання диференційного підходу до виконання основних заходів.

Звіт про стан та результати виконання заходів Програми готує відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму щорічно до 5-го лютого року, наступного за звітним і подає управлінню економічного розвитку та інвестицій та фінансовому управлінню Миргородської міської ради.

Звіт про досягнення результатів за рік і після закінчення дії Програми оприлюднюється відповідальним виконавцем Програми на офіційному веб-сайті Миргородської міської ради, що забезпечуватиме інформування громади.

Секретар міської ради

Олександр ГУРЖІЙ

Додаток 1
до Програми розвитку туризму та промоції
Миргородської міської територіальної громади
на 2024-2026 роки

ЗАВДАННЯ І ЗАХОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ

№ з/п	Завдання	Зміст заходів	Термін виконання	Виконавці	Джерела фінансування	Обсяги запланованого фінансуванняпо роках, грн				Очікуваний результат
						2024 рік	2025 рік	2026 рік	Всього	
1	Промоція та створення позитивного іміджу Миргородської міської територіальної громади	1.1 Розробка бренду Миргородської міської територіальної громади	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, відділ інформаційної діяльності та комунікацій, виконавчі органи та структурні підрозділи Миргородської міської ради	Інші джерела	0	400000	0	400000	Створення бренду і, як наслідок, позитивного іміджу громади, збільшення туристських потоків та інвестиційної привабливості громади
				Миргородської міської ради	Бюджет громади	0	99000	0	99000	

		1.2 Виготовлення туристської інформаційної, презентаційної продукції	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, виконавчі органи та структурні підрозділи Миргородської міської ради	Інші джерела	0	253000	96000	349000	Виготовлення туристських буклетів, путівників, сувенірної продукції, фото- та відеопродукції, промовідео для туристів тощо. Формування комплексного пакету промоційної продукції для популяризації громади в Україні та за кордоном
		1.3 Навігація громадою "Миргородщина туристська"	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, КП "Спецкомунтранс", відділ інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення, управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю	Бюджет громади	0	0	0	0	Спрощення орієнтування для туристів, створення більш комфортного середовища для подорожей, як наслідок – збільшення туристських потоків та підвищення інвестиційної привабливості, вдосконалення мережі туристської навігаційної та інформаційно-довідкової інфраструктури Проведення робіт із маркування, встановлення вказівників, знаків, інфостендів
		1.4 Проведення заходів	2024 -2026 роки	Відділ розвитку	Інші джерела	0	36000	30000	66000	Виготовлення та

щодо ознакування історичних пам'яток та визначних місць Миргородської громади QR-кодами	роки	бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, КП "Спецкомунтранс", відділ інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення, управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю	джерела					розміщення табличок з QR-кодами (історично-інформаційна довідка, аудіогід тощо) поблизу історичних та архітектурних пам'яток, визначних місць громади для їх популяризації серед туристів та підвищення привабливості громади. Збільшення кількості туристів, які будуть відвідувати туристські місця громади
1.5 Створення туристських інформаційних пунктів (встановлення туристських сенсорних кіосків)	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму відділ культури, КП "Спецкомунтранс", відділ інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення	Інші джерела	0	350000	367000	717000	Спрощений доступ туристів та гостей громади до інформації щодо туристських ресурсів громади. Встановлення сенсорних терміналів
1.6 Забезпечення ефективної роботи та систематичного оновлення інформації міського туристського веб-порталу громади "Myrhorod Business Lab"	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення	Не потребує фінансування					Актуалізація інформації щодо наявних туристських та інвестиційних ресурсів громади, поширення позитивного іміджу громади за допомогою веб-ресурсу

1.7 Виконання заходів щодо промоції (SEO, реклама у медіа тощо) туристського portalу громади	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення	Інші джерела	0	90000	130000	220000	Поширення інформації про громаду у медіа, підвищення інтересу до громади як туристської дестинації та привабливого місця для інвестування
1.8 Представлення громади у регіональних, національних та міжнародних туристських виставкових заходах	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, виконавчі органи та структурні підрозділи Миргородської міської ради	Бюджет громади	0	0	0	0	Створення позитивного іміджу громади на міжнародному та вітчизняному туристських ринках, розширення географії туристських потоків, підвищення інвестиційної привабливості громади
			Інші джерела	0	380000	210000	590000	
1.9 Підвищення рівня інформування потенційних гостей та туристів про санаторно-курортні та туристські послуги і заходи громади через розміщення інформації у медіа	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, санаторно-курортні заклади громади	Бюджет громади	0	0	0	0	Забезпечення популяризації громади за допомогою сучасних цифрових технологій: у Інтернет-ресурсах, зокрема Facebook, Instagram YouTube, Telegram тощо
			Інші джерела	0	83000	81000	164000	
1.10 Сприяння		Відділ розвитку			500000	500000	1000000	Розвиток екологічного,

		збереженню та облаштуванню об'єктів природної, культурної спадщини	2024 -2026 роки	бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, КП "Спецкомунтранс", управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю	Інші джерела	0				історико-культурного туризму, диверсифікація туристських атракцій. Облаштування оглядових площадок, встановлення елементів благоустрою тощо
		1.11 Сприяння формуванню туристського кластеру	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, малі та середні підприємства, санаторно-курортні заклади	Інші джерела	0	150000	240000	390000	Розвиток нових туристських продуктів, реалізація спільних із суб'єктами туристської діяльності заходів у сфері туризму у рамках державно-приватного партнерства
		1.12 Заключення Меморандумів про співпрацю з вищими навчальними закладами, які займаються підготовкою спеціалістів у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, вищі навчальні заклади	Не потребує фінансування					Співпраця з вищими навчальними закладами, проведення спільних заходів щодо підвищення туристських потоків, залучення викладачів та студентів до вивчення туристських потоків, туристських магнітів громади, підвищення інтересу до громади як центру культурно-пізнавального, активного та лікувально-

										оздоровчого туризму
		1.13 Облаштування Туристично-інформаційного центру (ТІЦ) Миргородської міської територіальної громади	2026 рік	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	0	2100000	2100000	Створення ТІЦ дозволить централізувати інформацію, підвищити якість туристичного сервісу, а також посилити туристичний бренд Миргородщини, створить платформу для навчання, обміну досвідом та формування єдиних стандартів сервісу на рівні громади.
2	Створення інноваційного туристського продукту	2.1 Створення екскурсійних маршрутів на підприємствах та крафтових виробництвах громади	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, представники підприємств громади, малі та середні підприємства	Інші джерела	0	120000	134000	254000	Підвищення інтересу потенційних туристів, інвесторів до громади, посилення експортної діяльності підприємств
		2.2.Створення веломаршрутів громадою	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, вищі навчальні заклади	Інші джерела	0	38000	78000	116000	Збір та структуризація інформації, опрацювання архівних документів, створення портфелю екскурсовода (роздатковий матеріал, фото-, аудіо-та відео-матеріали, копії архівних документів тощо). Створення інноваційних туристських продуктів. Популяризація активного (VELO-) та

										екологічного туризму. Підвищення зацікавленості туристськими та рекреаційними ресурсами громади
		2.3 Формування екскурсійних маршрутів «Стежками відомих особистостей»	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, відділ культури, вищі навчальні заклади, Молодіжна рада при Миргородській міській раді	Інші джерела	0	58000	60000	118000	Створення інноваційних туристських продуктів. Підвищення зацікавленості історико-культурними ресурсами громади. Збільшення туристських потоків
		2.4 Проведення гастрономічної екскурсії у рамках фестивалю "Myrhorod Business Fest"	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, малі та середні підприємства	Інші джерела	0	50000	93000	143000	Підвищення інтересу до продуктів місцевих виробників, поширення інформації щодо крафтових підприємств, збільшення туристських потоків
		2.5 Туристські карти з розробленими екскурсійними маршрутами	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	250000	290000	540000	Розвиток нових туристських продуктів. Популяризація етнографічного, історико-культурного різноманіття громади
		2.6 Створення аудіогіду містом	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	260000	0	260000	Сприяння доступності інформації для всіх категорій населення. Можливість віртуально «відвідати екскурсію» містом, отримати

										інформацію про місто без супроводу екскурсовода тощо. Забезпечення інклюзії та інтеграція туристів із особливими потребами у соціально-культурне життя міста.
		2.7.Створення екскурсійних маршрутів, їх облаштування та друкованих матеріалів до них в рамках міжмуніципального співробітництва у сфері туризму	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризм, громади-партнери з міжмуніципального співробітництва у сфері туризму	Інші джерела	0	830000	900000	1730000	Створення та розвиток нових туристських продуктів. Залучення більшого потоку туристів завдяки розширенню цільової аудиторії
		2.8 Створення та промоція MICE-турів в рамках міжмуніципального співробітництва у сфері туризму як актуального та перспективного напрямку	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризм, громади-партнери з міжмуніципального співробітництва у сфері туризму	Інші джерела	0	550000	690000	1240000	Розширення привабливості громад як осередку корпоративного туризму. MICE-тур як інструмент збільшення туристського потоку, розвитку економіки та залучення інвестицій у громади
		2.9 Обмін досвідом та кращими практиками у сфері надання туристських послуг (спільні навчання, розвиток народних промислів, промоція громад-партнерок) в рамках міжмуніципального співробітництва у сфері	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризм, громади-партнери з міжмуніципального співробітництва у сфері туризму	Інші джерела	0	850000	1090000	1940000	Сприяння підвищенню рівня надаваних послуг, кваліфікації персоналу, розвиток народних промислів та крафтових виробництв

		туризму								
		2.10 Облаштування кемпінгу у с. Єрки (на березі кар'єру)	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	1050000	1300000	2350000	Збільшення туристського потоку. Розширення профілю (цільової аудиторії) туристів громади. Сприяння внутрішньому туризму на рівні громади та області. Розвиток дорожньої та соціальної інфраструктури с. Єрки та прилеглих населених пунктів.
		2.11 Проведення фестивалю народних промислів у рамках міжмуніципального співробітництва у сфері туризму	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	790000	1030000	1820000	Розширення цільової аудиторії туристів. Підвищення інтересу до історико-культурного потенціалу та ресурсу громади, основним ремесел громади. Збільшення туристського потоку до громади.
		2.12 Реалізація проекту «Миргородщина в мініатюрі»	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	980000	850000	1830000	Можливість побачити основні об'єкти громади в мініатюрі. Сприяння інклюзії. Диверсифікація туристського та культурного продукту громади. Створення нового туристського магніту.

		2.13 Оновлення та розширення віртуального 3D-тура Миргородом	2025-2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	1030000	1500000	2530000	Оновлення уже існуючого макету віртуальної екскурсії та її розширення (додавання нових об'єктів) до віртуального туру. Поширення інформації про місто та громаду, розширення джерел промоції міста. Можливість ознайомитись із містом віртуально як сприяння інклюзії.
3	Підвищення якості послуг сфери обслуговування, туристських та супутніх послуг	3.1 Сприяння проведенню категоризації засобів розміщення (зокрема, готелів) громади	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, малі та середні підприємства	Не потребує фінансування					Підвищення якості послуг розміщення, наближення їх до європейських стандартів
		3.2 Створення та діяльність школи "Філософія гостинності"	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, вищі навчальні заклади, фахові експерти	Інші джерела	0	20000	34000	54000	Забезпечення галузі кваліфікованими кадрами, підвищення підприємницької свідомості громадян щодо перспективи роботи в туристсько-рекреаційній галузі. Проведення серії начальних тренінгів для працівників закладів розміщення та харчування, санаторно-курортних закладів, інших надавачів туристських основних та супутніх послуг

		3.3 Здійснення аналізу якості надаваних послуг у сфері туризму	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, малі та середні підприємства, громадські організації, залучені експерти	Інші джерела	0	20000	27000	47000	Підвищення якості послуг сфери туризму, формування іміджу комфортної для відпочинку громади з якісним та гостинним сервісом
		3.4 Систематичний збір статистичних даних щодо кількості та місця прибуття відпочиваючих у санаторно-курортних закладах та закладах розміщення громади	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму, малі та середні підприємства, санаторно-курортні заклади	Не потребує фінансування					Отримання актуальної інформації щодо відпочиваючих на території громади, який дасть змогу коригувати та актуалізовувати завдання Програми відповідно до наявної цільової аудиторії задля збільшення туристського потоку громади
		3.5 Проведення маркетингових, аналітичних, соціологічних досліджень та опитувань у сфері туризму	2024 -2026 роки	Відділ розвитку бізнесу, торгівлі та туризму	Інші джерела	0	470000	500000	970000	Вдосконалення умов для розвитку туризму, інфраструктури сервісного обслуговування туристів і екскурсантів
Всього:					Бюджет громади	0	99000	0	99000	
					Інші джерела	0	9675000	12398000	22073000	
					Всього:	0	9774000	12398000	22172000	

Додаток 2

до Програми розвитку туризму та промоції
Миргородської міської територіальної громади
на 2024-2026 роки

ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОГРАМИ

№з/п	Назва показника	Одиниця виміру	Вихідні дані на початок дії Програми	Виконання Програми			
				2024 рік	2025 рік	2026 рік	Всього
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Показники затрат							
1	Обсяг витрат на туристську промоцію та створення позитивного іміджу громади, в т.ч	грн	0	0	2408000	3822000	6230000
1.1	Обсяг витрат на розробку бренду громади	грн (бюджет громади)	0	0	99000	0	99000
1.2	Обсяг витрат на виготовлення презентаційної продукції	грн	0	0	253000	96000	349000
1.3	Обсяг витрат на встановлення туристських сенсорних кіосків	грн	0	0	350000	367000	717000
2	Обсяг витрат на створення інноваційного туристського продукту	грн	0	0	6856000	8015000	14871000
3	Обсяг витрат на сприяння підвищенню якості послуг сфери обслуговування, туристських та супутніх послуг	грн	0	0	510000	561000	1071000
II. Показники продукту							
1	Кількість заходів задля розробки бренду громади	шт	0	0	5	0	5
2	Кількість екземплярів презентаційної продукції, що планується виготовляти	шт	0	0	11000	3840	14840
3	Кількість встановлених туристських сенсорних кіосків	шт	0	0	1	1	2
4	Обсяги надходжень туристського збору	грн	319898,19	268173 (станом на 02.12.2024)	360000	400000	1028173
5	Кількість заходів, що планується провести з метою створення	шт	0	0	10	10	20

	інноваційного туристського продукту						
6	Кількість туристів, які відпочивають на території громади, в т.ч.	осіб	12517	13020	15130	18860	47010
	чоловіків		6301	5845	7315	8640	21800
	жінок		6216	7175	7815	10220	25210

III. Показники ефективності							
1	Вартість одного заходу з розробки бренду громади	грн	0	0	19800	0	19800
2	Вартість одного встановленого інформаційного пункту	грн	0	0	350000	367000	358500
3	Вартість одного екземпляру презентаційної продукції	грн	0	0	23	25	23,5
4	Середня вартість заходу, що планується провести з метою створення інноваційного туристського продукту	грн	0	0	164000	212000	188000
5	Кількість засобів розміщення, які пройшли категоризацію	шт	0	0	2	4	6
6	Кількість проведених тренінгів для працівників сфери туризму	шт	0	0	7	6	13
IV. Показники якості							
1	Динаміка збільшення туристів, які відпочивають на території громади, в т.ч.	%	100	104	120,9	150,7	375,6
	чоловіків		100	92,8	116,1	137,1	346
	жінок		100	115,4	125,7	164,4	405,6
2	Питома вага засобів розміщення, які пройшли категоризацію, до плану	%	0	0	100	100	100
3	Питома вага проведених тренінгів для працівників сфери туризму до запланованих	%	0	0	100	100	100

⁵Категоризація засобів розміщення – процедура отримання категорії (зірок) закладу тимчасового розміщення

Додаток 3
до Програми розвитку туризму та промоції
Миргородської міської територіальної громади
на 2024-2026 роки

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМИ

Обсяг коштів, що пропонується залучити на виконання Програми	Виконання Програми			Всього витрат на виконання Програми
	2024 рік	2025 рік	2026 рік	
1	2	3	4	5
Обсяг коштів, всього, зокрема:	0	9774000	12398000	22172000
Бюджет_громади	0	99000	0	99000
Інші джерела	0	9675000	12398000	22073000