Додаток

до рішення міської ради

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Програма**

**розвитку туризму Луцької міської територіальної громади**

**на 2024–2025 роки**

**ПАСПОРТ ПРОГРАМИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Ініціатор розроблення Програми | Луцька міська рада |
| 2. | Розробник Програми | Управління туризму та промоції міста Луцької міської ради |
| 3. | Співрозробники Програми | КП «Центр розвитку туризму» |
| 4. | Відповідальний виконавець Програми | Управління туризму та промоції міста Луцької міської ради |
| 5. | Учасники Програми | Виконавчі органи Луцької міської ради; КП «Центр розвитку туризму»; громадські організації, Адміністрація державного історико-культурного заповідника у м. Луцьку, музеї міста, вищі навчальні заклади м. Луцька, заклади сфери гостинності (за згодою) |
| 6. | Термін реалізації Програми | 2024–2025 роки |
| 7. | Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми, всього (тис. грн) | 6415,0 |
|  | у тому числі: | |
| 7.1 | коштів бюджету громади | 4375,0 |
| 7.2 | коштів інших джерел | 2040,0 |

**1. Аналіз динаміки змін та поточної ситуації**

З початку створення управління туризму та промоції міста (далі – управління) у 2012 році завдяки реалізації програм розвитку туризму вдалося реалізувати низку проєктів туристичного спрямування та вирішити цілий ряд проблем. Зокрема:

створено систему туристичного ознакування, що включає в себе вказівники, пілони з картами, інформаційні таблиці на пам'ятках історії та архітектури, туристичні знаки на в'їздах в місто;

створено КП «Центр туристичної інформації та послуг», яке у 2023 році було перейменовано в КП «Центр розвитку туризму», що сьогодні включає в себе Центр туристичної інформації та послуг і новий туристичний об'єкт – Музейний простір «Окольний замок»;

започатковано та втілено проєкт «Луцький кликун», який включає в себе дослідження професії та образу луцького кликуна, відновлення цієї професії, міське свято День кликуна, ритуал сурмління з В’їзної вежі Луцького замку, створення скульптур луцьких кликунів, маркування їх QR-кодами, а також популяризацію цього бренду і введення образу в систему міських символів;

розроблено і затверджено правила візуалізації бренду міста (брендбук), який тепер широко використовується як виконавчими органами міської ради, комунальними підприємствами, так і громадою;

створено і активно впроваджується нова міська туристична ідеологія «тут луцько» (особливий настрій, непорівнювані ні з чим відчуття затишку, доброзичливої гостинності, атмосфери спокою і тихої зачаєної радості);

проведено два маркетингові дослідження (2017, 2019 рр.), які у свій час допомогли побачити у динаміці ситуацію на туристичному ринку міста;

здійснюється постійна промоція Луцька як туристичної дестинації в Україні і за кордоном шляхом участі у туристичних заходах;

проводиться цілеспрямована внутрішня промоція, що передбачає поширення позитивних знань про місто серед лучан різного віку шляхом проведення тематичних заходів, семінарів, лекцій, зустрічей з істориками, краєзнавцями тощо;

створюється широкий спектр власної промоційної поліграфічної продукції, а також надається підтримка виданню історико-краєзнавчої літератури про Луцьк;

окремо здійснюється промоція туристоутворюючих подій, зокрема З'їзду європейських монархів 1429 року у Луцьку, Дня міста, відкриття туристичних сезонів, відзначення Всесвітнього дня туризму та інших;

запроваджено навчання та підвищення кваліфікації гідів міста (школа екскурсовода);

відкрито Музейний простір «Окольний замок», як результат проєкту «Нове життя старого міста: ревіталізація пам'яток історико-культурної спадщини Любліна і Луцька», ініціатором і учасником написання якого було управління;

започатковано і проводились у різні роки фестиваль «Князівський бенкет», артпроменад «Так звучить Луцьк», Луцька літературна резиденція «Місто натхнення», підтримуються інші популярні фестивалі та заходи, що залучають туристів до міста;

реалізується концепція «Луцьк — місто лицарів» шляхом підтримки клубів історичної реконструкції та середньовічного бою;

підтримуються громадські ініціативи туристичного напряму;

здійснюється промоція заходів інших структурних підрозділів Луцької міської ради, які можуть сприяти залученню туристів до міста (культурно-мистецькі, спортивні, соціальні та інші);

надається сприяння реалізації інклюзивних проєктів, що роблять місто та інформацію про нього доступнішими для людей з вадами зору (створено тактильний макет Луцького замку, надруковано ряд видань шрифтом Брайля);

ініційовано створення Луцького туристичного альянсу, відбувається співпраця з готельно-ресторанним бізнесом, туристичними агентствами міста;

налагоджено співпрацю з Адміністрацією державного історико-культурного заповідника у місті Луцьку, Волинським краєзнавчим музеєм та його відділами, Музеєм сучасного українського мистецтва родини Корсаків; навчальними закладами міста;

на початку повномасштабного вторгнення рф за підтримки міжнародного фонду Aliph у співпраці з компанією Skeiron здійснено оцифрування чотирьох найбільших пам'яток архітектури;

налагоджено співпрацю з польською організацією «Dom Odbudowy Ukrainy», завдяки чому три музеї міста отримали генератори;

проведено ряд престурів та фамтурів.

Завдяки наполегливій роботі управління у ковідний період та з початку повномасштабного вторгнення рф вдалось втримати від розпаду галузь туризму міста та забезпечити її функціонування.

Завдяки ініціативі та зусиллям управління було досягнуто порозуміння з найбільшим європейським автобусним перевізником FlixBus, завдяки чому Луцьк включено у мережу його транспортних маршрутів.

На жаль, є проблеми, вирішити які не вдалося, і шляхів вирішення яких на даний час не знайдено. Це, в першу чергу, недостатньо оптимізована транспортна інфраструктура: незручні залізничні маршрути і недостатня їх кількість, відсутність прямих рейсів до багатьох обласних центрів та міст-мільйонників України, аеропортів Львова і Рівного; відсутність сполучення Intercity. Не зважаючи на ініціативи управління, Луцької міської ради, залучення депутатів усіх рівнів, включно з депутатами Верховної ради України, порозуміння з Укрзалізницею не знайдено.

Виконання попередніх Програм, а також розширення території міста завдяки входженню до його складу сільських рад та створення Луцької міської територіальної громади, запровадження воєнного стану поставило перед управлінням низку проблем, вирішення яких необхідне для подальшого розвитку Луцька як туристичної дестинації, а саме:

відсутність стратегії розвитку галузі в нових умовах;

відсутність оновлених даних маркетингових досліджень;

відсутність рекомендацій для представників сфери гостинності та балансоутримувачів туристичних об'єктів щодо покращення рівня доступності для маломобільних груп туристів та мешканців;

відсутність затверджених правил екскурсійної діяльності;

необхідність оптимізації транспортної інфраструктури;

незацікавленість туристичних фірм працювати у сфері в’їзного туризму;

недостатня інноваційність підходів використання потенціалу пам'яток архітектури та історії;

поява нових туристичних об'єктів, які потребують впорядкування, ознакування та промоції;

відсутність на території Старого міста об’єктів готельно-ресторанного господарства, які б «оживили» цю територію, створили відповідну атмосферу і стали додатковим фактором приваблення та організації дозвілля туристів та лучан (готелів для проживання туристів, творчих кав’ярень, літніх майданчиків, сувенірних крамниць, майстерень народних промислів тощо);

потреба у підвищенні рівня послуг індустрії гостинності;

недостатній рівень дослідження та популяризація історії міста Луцька та громади;

відсутність комплексної програми виховання лучанина, недостатня поінформованість жителів міста про його історію, архітектуру, культуру тощо;

недостатня доступність туристичних об'єктів для людей з інвалідністю;

застаріла система туристичного ознакування та необхідність посилення історичної просвіти у зв'язку із перейменуванням багатьох вулиць;

недостатній розвиток зеленого туризму, необхідність популяризації екологічних туристичних маршрутів та болотно-водних ландшафтів в контексті зелено-блакитної інфраструктури;

недостатня видимість Луцька на міжнародному туристичному ринку.

Вирішення цих проблем позитивно вплине на підвищення туристичної привабливості і видимості на туристичному ринку Луцької міської територіальної громади. Оскільки ці проблеми є багато в чому взаємопов'язаними, то їх реалізація потребує комплексного підходу та затвердження Програми розвитку туризму Луцької міської територіальної громади на 2024–2025 роки (далі – Програма) з подальшою пролонгацією викладених у ній підходів та заходів на післявоєнний період.

**2. Визначення мети**

Метою Програми є забезпечення сталого і стійкого розвитку туристичної галузі Луцької міської територіальної громади.

**3. Засоби розв’язання проблеми**

Для оптимального вирішення визначених проблем слід розробити та реалізувати низку заходів стратегічного й тактичного характеру:

продовжити лобіювання питань зміни графіків руху залізничного транспорту з метою оптимізації туристичних потоків до міста Луцька, введення нових залізничних та автобусних маршрутів;

впорядкувати, ознакувати та промувати об'єкти туристичного інтересу на території Луцької міської територіальної громади;

покращити рівень обслуговування громадян (в тому числі з інвалідністю) закладами індустрії гостинності шляхом організації та проведення семінарів, тренінгів, пізнавальних поїздок, програм з обміну досвідом для фахівців, залучених у туристичну сферу: готельєрів, рестораторів, гідів, турагентів;

підвищити ефективність використання туристичних об’єктів (включаючи туристичні об'єкти на новоприєднаних територіях Луцької міської територіальної громади) шляхом запровадження інноваційних підходів у використання, оптимізації графіків роботи, доступності для громадян з інвалідністю, створення нових туристичних маршрутів та продуктів;

сприяти вивченню Луцька як одного з найдавніших міських осередків України, міста з тривалим столичним статусом, центру багатокультурної та багатоетнічної спадщини, осередку численних архітектурних та містобудівних пам’яток, актуалізації малодосліджених періодів та подій міської історії, візуалізації просторової та містобудівної історії міста, в тому числі й на базі Музейного простору «Окольний замок»;

сприяти відповідальному використанню і розвитку болотно-водних ландшафтів громади у контексті зелено-блакитної міської інфраструктури та популяризувати екологічні туристичні маршрути;

використовувати рекреаційні та туристичні ресурси Волинської області для розвитку широкої сітки туристичних маршрутів, що включатимуть Луцьк та впроваджувати вже розроблені туристичні маршрути концепції «Луцьк +»;

брати участь у написанні проєктів для залучення додаткових донорських коштів у розвиток туризму в громаді;

підтримувати громадські ініціативи у галузі туризму і забезпечити їх фінансування та реалізацію;

забезпечити належний рівень промоції міста в Україні та за кордоном, в тому числі використовуючи потенціал міст-партнерів;

покращити інформування громадськості в Україні та за кордоном про історико-культурну спадщину міста шляхом співпраці з місцевими, загальноукраїнськими та закордонними ЗМІ.

Фінансування заходів Програми здійснюється за рахунок коштів бюджету Луцької міської територіальної громади та інших джерел.

Ресурсне забезпечення Програми наведено у додатку 1 до Програми.

Програма є короткостроковою та здійснюватиметься протягом 2024–2025 років. Коригування плану заходів Програми та термінів їх виконання проводитиметься за необхідністю.

**4. Перелік** **завдань і заходів Програми. Результативні показники**

Програма покликана реалізовувати такі заходи:

1) популяризація бренду Луцька, проведення інформаційно-промоційної кампанії у Луцьку, регіоні, Україні та сусідніх країнах, спрямованої на популяризацію міста як туристичної дестинації;

2) розвиток й удосконалення туристичної інфраструктури;

3) створення конкурентоспроможних туристичних продуктів;

4) поглиблення зв’язків з містами-партнерами у галузі туризму, зокрема промоції громади;

5) забезпечення участі у міжнародних програмах і проєктах з розвитку туризму, організація міжнародної співпраці у сфері туризму;

6) розвиток та поглиблення співпраці місцевої влади, громадськості та туристичного бізнесу;

7) впровадження Луцького стандарту гостинності серед закладів гостинності;

8) поліпшення іміджу Луцька як туристичного центру та центру для проведення бізнес-подій;

9) підвищення якості обслуговування туристів (в тому числі й людей з інвалідністю);

10) проведення школи гідів;

11) розвиток зеленого туризму в громаді;

12) розвиток історико-пізнавального, подієвого та паломницького, а також ділового та корпоративного туризму;

13) підтримка клубів історичної реконструкції та середньовічного бою;

14) забезпечення доступності (повної або часткової) туристичних об'єктів для людей з інвалідністю;

15) оптимізація туристичних потоків і збільшення кількості туристів;

16) збільшення прибутковості галузі туризму.

Впровадження Програми передбачається за такими основними завданнями:

1) забезпечення ефективного управління туристичною галуззю Луцької міської територіальної громади;

2) маркетинг та промоція Луцької міської територіальної громади;

3) розвиток туристичної інфраструктури;

4) підвищення професійного рівня працівників сфери гостинності; поліпшення якості комунікацій в сфері туризму;

5) інші проєкти.

Виконання Програми забезпечить:

вивчення й оптимізацію туристичних потоків, коригування «профілю» луцького туриста;

розширення цільових аудиторій туристів;

створення якісного регіонального туристичного продукту;

вдосконалення наявної туристичної інфраструктури та створення нових об’єктів інфраструктури;

розвиток у громаді «зеленого» туризму;

підвищення якості науково-методичного та кадрового забезпечення галузі;

збільшення показників в'їзного та внутрішнього туризму;

раціональне використання та розвиток наявних туристичних ресурсів громади;

підвищення рівня привабливості Луцька як туристичного центру Волині;

підвищення рівня задоволеності туристичними послугами;

збільшення обсягу і якості промоційних та презентаційних матеріалів про Луцьку міську територіальну громаду;

співучасть громадян та бізнесу у розвитку туристичного потенціалу громади;

створення високоприбуткової галузі економіки для задоволення потреб внутрішнього та міжнародного туриста;

створення передумов для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, в тому числі міжнародних;

створення позитивного іміджу міста та поліпшення його інвестиційної привабливості;

зростання обсягу реалізації туристичних і готельних послуг та підвищення їх якості;

збільшення кількості туристів, терміну перебування туриста у місті, суми їх витрат;

збільшення надходжень від галузі туризму до бюджету міської територіальної громади.

Перелік завдань, заходів та результативні показники Програми наведено у додатку 2 до Програми.

**5. Координація і контроль за ходом виконання Програми.**

**Звіт про виконання Програми**

Загальна координація та контроль за ходом виконання Програми покладені на заступника міського голови, відповідно до розподілу обов'язків. Відповідальним виконавцем Програми визначено управління туризму та промоції міста Луцької міської ради.

З метою дотримання принципу колегіальності, компетентності та прозорості управлінсько-організаційного і фінансового забезпечення реалізації Програми функції щодо здійснення систематичного моніторингу ходу її виконання покладаються на постійну комісію з питань міжнародного співробітництва, інформаційної політики, молоді, спорту та туризму Луцької міської ради.

Звіт про виконання Програми заслуховується на сесії міської ради після завершення її дії на вимогу депутатів.

Секретар міської ради Юрій БЕЗПЯТКО

Теліпська 777 924

Додаток 1

до Програми розвитку туризму Луцької міської територіальної громади на 2024–2025 роки

**Ресурсне забезпечення**

**Програми розвитку туризму Луцької міської територіальної громади**

**на 2024–2025 роки**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання Програми**  **(тис. грн)** | **2024 рік** | **2025 рік** | **Загальний обсяг фінансування**  **(тис. грн)** |
| 1. | Обсяг фінансових ресурсів всього | 3380,0 | 3035,0 | 6415,0 |
|  | у тому числі: | | | |
| 2. | коштів бюджету громади | 2530,0 | 1845,0 | 4375,0 |
| 3. | коштів інших джерел | 850,0 | 1190,0 | 2040,0 |

Теліпська 777 924

Додаток 2

до Програми розвитку туризму Луцької міської територіальної громади на 2024–2025 роки

**Перелік завдань, заходів та результативні показники**

**Програми розвитку туризму Луцької міської територіальної громади**

**на 2024–2025 роки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Назва завдання** | **Назва заходів** | | **Терміни**  **виконання** | | **Виконавці** | | | **Джерела фінансування** | **Орієнтовні обсяги фінансування**  **(тис. грн)** | | **Результативні показники** |
| 1. | Забезпечення ефективного управління туристичною галуззю Луцької міської територіальної громади | 1.1. Проведення маркетингових досліджень та моніторингу туристичних потоків | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  КП «Центр розвитку туризму» | | | кошти бюджету громади | 2024 – 0,00  2025 – 150,00 | | Отримання статистичних даних, які відображають стан галузі у Луцькій міській територіальній громаді: туристичні потоки та їх динаміку, профіль туриста, економічні показники діяльності галузі туризму |
| 1.2. Створення Стратегії туристичного розвитку Луцька на 2026–2030 роки | | 2025 | | Управління туризму та промоції міста, профільні громадські організації,  фонди, окремі фахівці | | | кошти бюджету громади | 2025 – 100,00 | | Визначеність шляху розвитку Луцької міської територіальної громади як туристичної дестинації, забезпечення системного розвитку туризму як її важливої стратегічної галузі |
| кошти інших джерел | 2025 – 200,00 | |
| 1.3. Проведення аудиту об'єктів туристичної сфери | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 0,00  2025 – 0,00 | | Отримання достовірних актуальних даних про кількість об'єктів туристичного інтересу, їхній стан, та доступність для маломобільних груп населення; оновлений перелік закладів HORECA, моніторинг закладів розміщення, що сплачують туристичний збір, туристичних агентств, що займаються внутрішнім туризмом тощо |
| 1.4. Заходи з впорядкування туристично-екскурсійної діяльності | | 2025 | | Управління туризму та промоції міста | | | не потребує фінансування |  | | Затвердження єдиних правил ведення екскурсійної діяльності, видача ідентифікаційної професійної картки екскурсовода/гіда-перекладача |
| 1.5. Створення рекомендацій для представників сфери гостинності та балансоутримувачів туристичних об'єктів щодо покращення рівня доступності для маломобільних груп туристів та мешканців | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, профільні громадські організації,  фонди, окремі фахівці | | | не потребує фінансування |  | | Впровадження рекомендацій національної стратегії зі створення безбар'єрного простору у туристичну сферу громади |
| 2. | Маркетинг та промоція Луцької міської територіальної громади | 2.1. Цифрове просування дестинації із використанням таргетованої реклами | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 150,00  2025 – 150,00 | | Збільшення видимості Луцької міської територіальної громади як туристичної дестинації на онлайн-ресурсах та в медійному просторі цільових аудиторій. Збільшення кількості туристів |
| 2.2. Створення та купівля якісного фото та відеоконтенту як ефективного способу промоції | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 100,00  2025 – 100,00 | | Поширення промоційних фото та відеоматеріалів з позитивною інформацією про громаду, події, особистості, пов'язані з нею |
| 2.3. Розробка, дизайн, виготовлення та придбання промоційної поліграфічної та сувенірної продукції українською та іноземними мовами | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  КП «Центр розвитку туризму» | | | кошти бюджету громади | 2024 – 250,00  2025 – 200,00 | | Підтримка єдиного стилю сувенірної та поліграфічної продукції, що сприятиме популяризації та впізнаваності бренду міста; друк туристичної карти-схеми Луцької територіальної громади |
| 2.4. Організація та проведення престурів, презентацій для вітчизняних та закордонних ЗМІ, блогерів, фамтурів для туристичних операторів | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, управління інформаційної роботи, КП «Центр розвитку туризму», музеї міста, Адміністрація державного історико-культурного заповідника у м. Луцьку (за згодою), заклади HoReCa (за згодою) | | | кошти бюджету громади | 2024 – 100,00  2025 – 100,00 | | Створення та поширення промоційних повідомлень в інформаційному просторі України та закордоном (ЗМІ, інтернет ресурси);  створення нових туристичних потоків та збільшення кількості туристів |
| кошти інших джерел | 2024 – 20,00  2025 – 30,00 | |
| 2.5. Організація, проведення, координація і участь у подіях (туристичних виставках, форумах, презентаціях, конференціях, круглих столах, майстер-класах, лекціях тощо) в Україні і за кордоном, спрямованих на поширення знань про громаду, її історико-культурну спадщину, туристичний потенціал тощо.  Оплата проїзду та відрядних витрат | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму» | | | кошти бюджету громади | 2024 – 30,00  2025 – 50,00 | | Створення сприятливого простору для пошуку партнерів, обміну досвідом та налагодження співпраці у туристичній сфері.  Формування позитивного іміджу громади у туристів, туроператорів та турагентів, а також поширення інформації про її туристичні ресурси на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках |
| 2.6. Школа луцькознавства | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, департамент освіти,  КП «Центр розвитку туризму»,  департамент сім'ї, молоді і спорту | | | кошти бюджету громади | 2024 – 40,00  2025 – 50,00 | | Виховання патріотизму, поширення знань про Луцьку міську територіальну громаду, виховання свідомих лучан, підготовка «амбасадорів Луцька» |
| 2.7. Підтримка і розвиток проєкту «Луцький кликун» | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 100,00  2025 – 135,00 | | Популяризація образу міського героя – луцького кликуна. Оплата праці луцького кликуна. Проведення Дня кликуна, виготовлення нового взуття, ремонт костюму. Встановлення нових скульптур |
| кошти інших джерел | 2024 – 50,00  2025 – 50,00 | |
| 2.8. Проведення Луцької літературної резиденції та заходів під її парасольковим брендом за участю популярних авторів. Забезпечення їх перебування в місті (проживання, харчування) | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  КП «Центр розвитку туризму»,  заклади HoReCa (за згодою) та ін. | | | кошти бюджету громади | 2024 – 60,00  2025 – 70,00 | | Сприяння поширенню позитивної інформації про Луцьку міську територіальну громаду у творах сучасних популярних авторів. Створення низки творів різних жанрів про громаду |
| кошти інших джерел | 2024 – 100,00  2025 – 100,00 | |
| 2.9. Проведення заходу «Артпроменад “Так звучить Луцьк”» | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, департамент культури, Волинська обласна філармонія, Волинський коледж культури і мистецтв імені І.Ф. Стравінського (за згодою) | | | кошти бюджету громади | 2024 – 120,00  2025 – 120,00 | | Популяризація туристичного потенціалу Луцька, організація дозвілля лучан та туристів, популяризація мистецького потенціалу, збільшення кількості туристів |
| кошти інших джерел | 2024 – 60,00  2025 – 60,00 | |
| 2.10. Відзначення Дня туризму (проведення інтелектуальних ігор для закладів освіти громади, інших тематичних заходів, нагородження представників туристичного активу | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму», департамент освіти,  громадські організації | | | кошти бюджету громади | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | | Консолідація представників туристичного ринку, популяризація туристичного потенціалу громади, поширення знань про неї |
| 2.11. Підтримка громадських ініціатив, спрямованих на підвищення туристичної привабливості громади | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 80,00  2025 – 80,00 | | Участь громади у розвитку туристичної галузі. Створення у мешканців відчуття співучасті та відповідальності за розвиток громади |
| кошти інших джерел | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | |
| 3. | Розвиток туристичної інфраструктури | 3.1. Оновлення та вдосконалення системи туристичного ознакування. 3D сканування пам’яток архітектури | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 1200,00  2025 – 200,00 | | Створення сприятливих умов для орієнтування в межах Луцької міської територіальної громади (оновлення існуючої системи туристичного ознакування згідно з розробленою концепцією, встановлення нових туристичних знаків, вказівників, інформаційних таблиць) |
| кошти інших джерел | 2024 – 80,00  2025 – 60,00 | |
| 3.2. Долучення до всеукраїнського проєкту «Стріткод» | | Щороку | |  | | | кошти бюджету громади | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | | Посилення історичної просвіти, популяризація історії, декомунізація історичної свідомості |
| 3.4. Підвищення рівня доступності туристичних об’єктів | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  профільні громадські організації, фонди | | | кошти бюджету громади | 2024 – 0,00  2025 – 0,00 | | Створення об’ємних макетів туристичних об’єктів для незрячих і слабозорих, забезпечення сервісів на туристичних об’єктах для нечуючих та незрячих (аудіогіди, написи шрифтом Брайля)  Співпраця з експертами з доступності, представниками туристичного середовища, людьми з інвалідністю, втілення нових ініціатив |
| кошти інших джерел,  Грантові кошти (УКФ, ЄС,  ООН) | 2024 – 200,00  2025 – 300,00 | |
| 3.4. Розвиток болотно-водних ландшафтів у контексті зелено-блакитної міської інфраструктури та популяризація екологічних туристичних маршрутів | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, відділ екології, КП «Парки і сквери м. Луцька», профільні громадські організації, фонди, окремі фахівці тощо | | | кошти бюджету громади | 2024 – 20,00  2025 – 50,00 | | Створення ознакування, облаштування нових туристичних маршрутів по зелених зонах територіальної громади (Кічкарівські ставки, Гнідавське болото, річка Стир тощо) |
| кошти інших джерел | 2024 – 200,00  2025 – 250,00 | |
| 3.5. Розвиток зеленого туризму в Луцькій міській територіальній громаді | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, старости | | | кошти бюджету громади | 2024 – 20,00  2025 – 30,00 | | Проведення інформаційно-просвітницької роботи щодо створення зелених садиб у громаді |
| 4. | Підвищення професійного рівня працівників сфери гостинності;  поліпшення якості комунікацій у сфері туризму | 4.1. Проведення заходів з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації гідів.  Забезпечення функціонування школи гідів | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму», вищі навчальні заклади міста, Луцький центр зайнятості (за згодою), профільні громадські організації, окремі фахівці | | | кошти бюджету громади | 2024 – 50,00  2025 – 50,00 | | Підготовка кваліфікованих гідів, підвищення якості надання екскурсійних послуг |
| кошти інших джерел | 2024 – 20,00  2025 – 20,00 | |
| 4.2. Проведення зустрічей, семінарів, майстер-класів для представників готельного та ресторанного бізнесу | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму», департамент економічної політики | | | кошти бюджету громади | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | | Сприяння підвищенню рівня обслуговування туристів у закладах харчування, проживання тощо; створення нових туристичних продуктів; підвищення свідомості представників суб'єктів сфери гостинності щодо важливості створення фізичної безбар'єрності простору |
| кошти інших джерел | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | |
| 4.3. Співпраця з Адміністрацією державного історико-культурного заповідника у м. Луцьку, музеями, навчальними закладами Луцької міської територіальної громади, ГС «Туристичний альянс Луцька» | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста | | | кошти бюджету громади | 2024 – 20,00  2025 – 20,00 | | Налагодження діалогу з представниками туристичного ринку, створення нових туристичних продуктів; залучення науковців та студентів ВНЗ до розвитку туристичної галузі |
| 4.4. Координація роботи з КП «Центр розвитку туризму». Проведення заходів з дослідження міського простору для різних цільових категорій. Проведення презентацій, виставок, пов'язаних із історією, культурою та розвитком громади | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  КП «Центр розвитку туризму» | | | кошти бюджету громади | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | | Розробка туристичних маршрутів та продукції спільно з Центром туристичної інформації та послуг.  Проведення тематичних лекцій, спрямованих на поширення знань про місто, його історико-культурну спадщину, локальну та національну ідентичність в Музейному просторі «Окольний замок».  Поширення інформації про брендоутворюючу подію З'їзд європейських монархів |
| кошти інших джерел | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | |
| 4.5. Розширення співпраці з містами-побратимами і партнерськими регіонами щодо реалізації туристичних проєктів та обмінів | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  управління міжнародного співробітництва та проектної діяльності | | | не потребує фінансування |  | | Налагодження комунікації з містами-побратимами та партнерськими регіонами, визначення напрямків співпраці |
| 5. | Інші проєкти | 5.1. Проведення інших заходів, що сприятимуть підвищенню туристичної привабливості дестинації; підготовка грантових проєктів пріоритетних для галузі туризму громади | | Щороку | | Управління туризму та промоції міста,  управління міжнародного співробітництва та проектної діяльності, громадські організації, фонди (за згодою) | | | кошти бюджету громади | 2024 – 70,00  2025 – 70,00 | | Залучення додаткових коштів для підвищення туристичної привабливості дестинації, залучення фахівців до написання грантових проєктів |
| кошти інших джерел | 2024 – 30,00  2025 – 30,00 | |
| **Всього за роками:** | | | | | | | | **Кошти бюджету громади** | | | **Кошти інших джерел** | |
|  |  | |  | |  | | 2024 | 2530,0 | | | 850,0 | |
|  |  | |  | |  | | 2025 | 1845,0 | | | 1190,0 | |
|  |  | |  | |  | | **РАЗОМ:** | **4375,0** | | | **2040,0** | |

Теліпська 777 924