Додаток

до рішення міської ради

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

**ПРОГРАМА**

**розвитку туризму, промоції та маркетингу**

**Луцької міської територіальної громади на 2026–2028 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 | 2026–2028 роки |
| 7. | Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації Програми, всього (тис. грн) | 16 160,0 |
|  | у тому числі: |
| 7.1 | коштів бюджету громади | 12 590,0 |
| 7.2 | коштів інших джерел | 3 620,0 |

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

Розвиток туризму у Луцькій міській територіальній громаді набув системності з 2012 року, коли було утворено управління туризму та промоції міста (далі – управління). Подальший розвиток сфери туризму можна умовно поділити на три періоди:

1. Етап зростання (2012–2019 рр.): формування бренду міста, розробка і популяризація туристичного логотипу, а також затвердження правил його візуалізації; створення туристичного сайту та комплексної системи туристичного ознакування, створення КП «Центр туристичної інформації та послуг», ініціювання та участь у написанні проєкту «Нове життя Старого міста» та виготовлення проєктно-кошторисної документації для його реалізації; започаткування та реалізація проєкту «Луцький кликун»; створення міської ідеології «тут луцько»; проведення двох комплексних маркетингових досліджень; постійна промоція міста на національних та міжнародних туристичних заходах; початок цілеспрямованої внутрішньої промоції з метою поширення позитивної інформації про місто серед лучан різного віку; широка популяризація З'їзду європейських монархів 1429 року, в тому числі започаткування фестивалю «Князівський бенкет», що розповідає про цю подію; початок навчання та підвищення кваліфікації гідів міста, проведення першої Школи гідів; створення концептуальних лінійок промоційної поліграфічної та сувенірної продукції; ініціювання створення та підтримка Луцького туристичного альянсу; підтримка громадських ініціатив туристичного спрямування; участь у реалізації інклюзивних проєктів (друк путівників шрифтом Брайля, створення тактильного макету Луцького замку, запис аудіогідів); започаткування проєкту «Імена Луцька» (букети, лекції, екскурсії, відеоролики); створення офіційних туристичних сторінок міста у соціальних мережах: «Фейсбук» – «Луцьк – приємне відкриття», «Інстаграм» – «lutsk\_travel», «Ютуб» – «Луцьк – приємне відкриття».

2. Етап викликів – створення Луцької міської територіальної громади та епідемія ковіду (2019–2022 рр.): приєднання нових територій із туристичними об'єктами; продовження реалізації туристичних ініціатив; започаткування нових масштабних туристичних продуктів, таких як артпроменад «Так звучить Луцьк», Луцька літературна резиденція «Місто натхнення» як елементів інтелектуальної промоції міста; світова криза галузі туризму та адаптація до роботи в нових умовах, що спричинило переведення значної частини роботи з промоції міста в онлайн; початок позиціонування Луцька як туристичного центру Волинської області, започаткування туристичних продуктів «Луцьк +»; масштабна промоція з'їзду європейських монархів, в тому числі відзначення 590-ї річниці події, розроблення її візуального стилю (логобуку), вихід фестивалю «Князівський бенкет» на міжнародний рівень; участь у міжнародних туристичних виставках (Литва, Польща); розробка луцького стандарту гостинності; започаткування Дня кликуна.

3. Етап роботи в умовах повномасштабної війни (2022 рік – до тепер): вихід галузі з кризи ковіду та адаптація до умов відсутності безпеки; волонтерська робота, в тому числі проведення екскурсій для внутрішньо переміщених осіб з метою їхньої соціалізації у місті; ініціювання курсів української мови для внутрішньо переміщених осіб; проведення заходів, що сприяли консолідації суспільства (лекції з української історії, онлайн-проєкти); сприяння реабілітації поранених військових (екскурсії для солдат); навчання гідів роботі з людьми з травматичним досвідом; співпраця з національними та міжнародними організаціями (Skeiron, Aliph, «Dom Odbudowy Ukrainy») з метою збереження культурної спадщини громади; підготовка до відкриття та комплексна промоція нового туристичного об'єкту Музейного простору «Окольний замок» (розробка візуального стилю, сувенірної продукції, поліграфії); проведення прес- та фамтурів, спрямованих на український та міжнародний туристичний ринок; представлення результатів першої літературної резиденції – презентація книги «Вежа через [О]» за участі авторів в Луцьку та Києві, в тому числі на найбільшій сцені книжкового Арсеналу; проведення другої літературної резиденції з метою створення художніх книг для дорослих і дітей про З'їзд європейських монархів у Луцьку; реорганізація Центру туристичної інформації та послуг у КП «Центр розвитку туризму», що включило в себе Центр туристичної інформації та Музейний простір «Окольний замок»; залучення позабюджетного фінансування для продовження реалізації проєкту «Луцький кликун» – встановлення нових скульптур (4 скульптури); започаткування та реалізація проєкту «Почесні амбасадори Луцька»; включення водно-болотних ресурсів громади у туристичну сферу, зокрема розробка концепції рекреаційної зони «Гнідавське болото» із облаштуванням екостежки та створення нового туристичного маршруту; здійснення аудиту туристичних об'єктів громади та включення їх у нову туристичну карту; ініціювання підвищення ставки туристичного збору.

Через неможливість отримання повноцінної статистики галузі туризму у зв'язку з запровадження воєнного стану, основними показниками діяльності галузі є: туристичний збір (рис. 1); надходження від суб’єктів господарювання, основним видом діяльності яких є діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов’язана з цим діяльність (рис. 2); інші види податків у сфері гостинності, зокрема тимчасове розміщення, діяльність ресторанів, функціонування музеїв, транспорт, організація відпочинку, прокат товарів для відпочинку тощо (рис. 3).

Рис. 1. Туристичний збір

Рис. 2. Надходження від суб’єктів господарювання, основним видом діяльності яких є діяльність туристичних агентств, туристичний операторів, туристичних гідів, надання інших послуг із бронювання та пов’язана з цим діяльність

Рис. 3. Інші податкові надходження у сфері гостинності (тимчасове розміщення, діяльність ресторанів, функціонування музеїв, транспорт, організація відпочинку, прокат товарів для відпочинку тощо)

Основними проблемами розвитку туристичної галузі та промоції у Луцькій міькій територіальній громаді залишаються вплив військових дій в Україні на сферу подорожей, низька впізнаваність Луцька на міжнародній арені, швидкі зміни технологій комунікації, непередбачуваність соціально-економічного розвитку, відсутність стратегії розвитку галузі в нових умовах та оновлених даних маркетингових досліджень недосконалість туристичної (зокрема, інформаційно-навігаційної) інфраструктури, маркування маршрутів, недостатня промоція екологічних туристичних маршрутів, низький рівень цифровізації в сфері туризму, якість та різноманіття послуг дозвілля, недостатня кількість кваліфікованого персоналу, створення конкурентного туристичного продукту.

Вирішенням цих проблем може бути коригування пріоритетів розвитку туризму і промоції в єдиній комплексній Програмі розвитку туризму, промоції та маркетингу Луцької міської територіальної громади на 2026–2028 роки.

**2. Стратегічні та оперативні цілі, на реалізацію яких**

**спрямована Програма**

Сформовані завдання та заходи Програми спрямовані на досягнення оперативних цілей 2.1. «Підвищення рівня громадської активності мешканців старостинських округів та м. Луцьк» та 2.3. «Забезпечення доступу та надання сучасних послуг і сервісів у гуманітарній сфері, незалежно від місця проживання» стратегічної цілі № 2 «Нова громада з історичним центром»; оперативних цілей 4.2. «Представлення інтересів та об’єднання спільних потреб територіальних громад регіону на всеукраїнському та міжнародному рівнях» та 4.3. «Розвиток Луцької громади, як туристично-історичного центру регіону, який постійно запрошує та залучає туристів, учасників заходів» стратегічної цілі № 4 «Регіональний лідер»; оперативних цілей 5.1. «Створення інноваційних, промислових, екопарків та платформ для розміщення виробництв на території Луцької громади, орієнтованої на всеукраїнський та європейський ринки» та 5.2. «Запуск кластерної моделі розвитку окремих галузей Луцької громади із залученням потенціалу наукових та навчальних закладів» стратегічної цілі № 5 «Громада сучасності та інновацій» Стратегії розвитку Луцької міської територіальної громади до 2030 року.

**2. Визначення мети**

Метою Програми є забезпечення стійкого і сталого розвитку туристичної галузі Луцької міської територіальної громади через формування її позитивного іміджу, подолання викликів сфери туризму та територіального маркетингу в умовах воєнного часу, стимулювання економічної активності гостей громади та туристичних потоків, а також розвиток індустрії туризму та гостинності як стабільного джерела надходжень до бюджету.

**3. Засоби розв’язання проблеми**

Оптимальному вирішенню визначених проблем слугуватимуть стратегічні й тактичні заходи, розробці та реалізації яких сприятиме Програма. А саме:

забезпечення належного управління галуззю туризму в умовах воєнного стану і сприяння її сталому розвитку;

підтримання належного рівня та вдосконалення туристичної інфраструктури, підвищення рівня безпеки та доступності туристичних об’єктів і місць;

координація роботи Комунального підприємства «Центр розвитку туризму», моніторинг якості надання туристичних послуг Центром туристичної інформації та музейним простором «Окольний замок»;

постійне вдосконалення просування Луцької міської територіальної громади як туристичної дестинації, популяризація бренду «Луцьк – приємне відкриття»;

промоція З'їзду європейських монархів як події загальноєвропейського значення та належна підготовка до відзначення 600-річчя в 2029 році;

формування спільноти соціально-активних та обізнаних мешканців, які братимуть активну участь у просуванні бренду громади;

збільшення залученості мешканців до формування туристичного середовища;

подальше просування Луцька як місця проведення креативних резиденцій;

проведення масштабних тематичних заходів для популяризації історико-культурної спадщини;

поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в сфері туризму через реалізацію тематичних проєктів;

підтримка громадських ініціатив у сфері туризму, пошук можливостей для позабюджетного фінансування туристичних проєктів.

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 2026–2028 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) проведення маркетингових досліджень туристичної галузі;

2) створення Стратегії туристичного розвитку Луцької міської територіальної громади;

3) проведення аудиту об'єктів туристичної сфери громади;

4) впорядкування туристично-екскурсійної діяльності;

5) створення туристичного кластеру Луцької міської територіальної громади;

6) забезпечення інклюзивності туристичного середовища;

7) реалізація заходів, спрямованих на посилення безпеки туристів і споживачів туристичних послуг;

8) встановлення оновленої системи туристичного ознакування;

9) підтримка належного стану та вдосконалення системи туристичної навігації громади;

10) створення нових об'єктів туристичного інтересу (знаки, скульптури, інсталяції, артоб'єкти, фотозони тощо);

11) реалізація всеукраїнського проєкту «Стріткод»;

12) розвиток болотно-водних ландшафтів у контексті зелено-блакитної міської інфраструктури та популяризація екологічних туристичних маршрутів;

13) розвиток зеленого туризму в Луцькій міській територіальній громаді;

14) координація роботи КП «Центр розвитку туризму», узгодження напрямів діяльності, моніторинг якості надання туристичних послуг Центром туристичної інформації та Музейним простором «Окольний замок»;

15) цифрове просування дестинації;

16) створення та купівля якісного фото- та відеоконтенту як ефективного способу промоції;

17) розробка, дизайн, виготовлення та придбання промоційної поліграфічної та сувенірної продукції українською та іноземними мовами;

18) екскурсійне обслуговування українських та іноземних делегацій, що відвідують Луцьк з офіційним візитом; поширення іміджевої і брендованої сувенірної продукції серед партнерів та учасників делегацій, які приїжджають до Луцька та делегацій Луцької громади, які виїжджають з офіційними візитами;

19) організація та проведення престурів, презентацій для вітчизняних та закордонних медіа, блогерів, фамтурів для туристичних операторів;

20) 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;

21) промоція З’їзду європейських монархів у Луцьку 1429 року як події загальноєвропейського значення, що підкреслює роль міста в історії дипломатії, безпеки та культурного діалогу;

22) проведення фестивалю «Князівський бенкет», сценарій якого відтворює З'їзд європейських монархів та події, що відбувались навколо нього;

23) підтримка інших фестивалів, заходів, в тому числі історичної реконструкції, а також середньовічного бою, лицарських турнірів тощо;

24) реалізація проєкту «Почесний амбасадор / амбасадорка Луцька»;

25) започаткування і реалізація проєкту «Школа амбасадорів Луцька» (серія лекцій, зустрічей, семінарів);

26) підтримка і розвиток проєкту «Луцький кликун»;

27) позиціонування Луцька як місця проведення креативних резиденцій за участю письменників, скульпторів, композиторів, музикантів, художників, архітекторів, науковців, дослідників тощо. Забезпечення перебування учасників резиденцій у місті (проживання, харчування, презентаційні витрати). Підтримка подібних проєктів, що реалізуються іншими організаціями на території громади;

28) проведення заходу «Артпроменад “Так звучить Луцьк”»;

29) проведення конкурсів проєктів туристичного спрямування, співфінансування конкурсів і громадських ініціатив, що сприятимуть розвитку сфери туризму та популяризації бренду міста;

30) підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації гідів. Забезпечення роботи школи гідів;

31) проведення зустрічей, семінарів, майстер-класів для представників готельного та ресторанного бізнесу;

32) співпраця з Адміністрацією державного історико-культурного заповідника у м. Луцьку, Волинським краєзнавчим музеєм та його відділами, Музеєм сучасного українського мистецтва Корсаків, Центром туристичної інформації та паломництва «Жидичин Центр», навчальними закладами Луцької міської територіальної громади, ГС «Туристичний альянс Луцька»;

33) налагодження співпраці із історико-культурними заповідниками, музеями, центрами туристичної інформації та іншими закладами за межами Луцької міської територіальної громади;

34) розширення співпраці з містами-побратимами і партнерськими регіонами щодо реалізації туристичних проєктів та обмінів;

35) проведення інших заходів, що сприятимуть підвищенню туристичної привабливості дестинації; підготовка грантових проєктів пріоритетних для галузі туризму, а також залучення та фінансування фахівців (проєктних менеджерів, аналітиків) для розробки таких проєктів.

Впровадження Програми передбачається за такими основними завданнями:

1) управління туристичною галуззю Луцької міської територіальної громади;

2) розвиток туристичної інфраструктури;

3) маркетинг та промоція Луцької міської територіальної громади;

4) поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та 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;

покращення взаємодії між суб'єктами галузі туризму

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

підвищення доступності туристичних об'єктів;

розвиток у громаді «зеленого» туризму;

підвищення якості науково-методичного та кадрового забезпечення галузі;

збільшення показників в'їзного та внутрішнього туризму;

належну підготовку до відзначення 600-річчя З'їзду європейських монархів на загальнодержавному рівні у 2029 році;

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;

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

Каліш 777 956

Додаток 1

до Програми розвитку туризму, промоції та маркетингу Луцької міської територіальної громади на 2026–2028 роки

**Ресурсне забезпечення**

**Програми розвитку туризму, промоції та маркетингу**

**Луцької міської територіальної громади на 2026–2028 роки**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання Програми****(тис. грн)** | **2026 рік** | **2027****рік** | **2028****рік** | **Загальний обсяг фінансування****(тис. грн)** |
| 1. | Обсяг фінансових ресурсів всього | 3 330,0 | 5 370,0 | 7 510,0 | 16 210,0 |
|  | у тому числі: |
| 1.1. | коштів бюджету громади | 2 830,0 | 4 450,0 | 5 310,0 | 12 590,0 |
| 1.2. | коштів інших джерел | 500,0 | 920,0 | 2 200,0 | 3 620,0 |

Каліш 777 956

Додаток 2

до Програми розвитку туризму, промоції та маркетингу Луцької міської територіальної громади на 2026–2028 роки

**Перелік завдань, заходів та результативні показники**

**Програми розвитку туризму, промоції та маркетингу Луцької міської територіальної громади**

**на 2026–2028 роки**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Назва завдання** | **Назва заходів** | **Виконавці** | **Терміни виконання** |  **Фінансування** | **Результативні показники** |
| **Джерела** | **Обсяги****(тис. грн)** |
| 1. | Управління туристичною галуззю Луцької міської територіальної громади | 1.1. Проведення маркетингових досліджень туристичної галузі | Управління туризму та промоції міста,КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | кошти бюджету громади |  250,00 | Статистичні дані, які відображають стан галузі у Луцькій міській територіальній громаді: туристичні потоки та їх динаміка, профіль туриста, економічні показники діяльності галузі туризму |
| 2027 | 300,00 |
| 2028 | 250,00 |
| 1.2. Створення Стратегії туристичного розвитку Луцької міської територіальної громади | Управління туризму та промоції міста, профільні громадські організації,фонди, окремі фахівці | 2026 |  |  0,00 | Забезпечення системного розвитку туризму як її важливої стратегічної галузі, визначення пріоритетних напрямів розвитку туризму, формування цілісної туристичної пропозиції, підвищення інвестиційної привабливості галузі, ефективна координація зусиль усіх зацікавлених сторін, а також розроблення інструментів для сталого розвитку туризму |
| 2027 | кошти інших джерел |  300,00 |
| 2028 |  |  0,00 |
| 1.3. Проведення аудиту об'єктів туристичної сфери громади | Управління туризму та промоції міста | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Отримання достовірних актуальних даних про туристичні об'єкти громади |
| 2027 | 0,0 |
| 2028 | 0,0 |
| 1.4. Впорядкування туристично-екскурсійної діяльності | Управління туризму та промоції міста | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Затвердження єдиних правил ведення екскурсійної діяльності, видача ідентифікаційної професійної картки екскурсовода / гіда-перекладача |
| 2027 | 0,0 |
| 2028 | 0,0 |
| 1.5. Створення туристичного кластеру Луцької міської територіальної громади | Управління туризму та промоції міста, профільні громадські організації,фонди, окремі фахівці | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Перетворення ГС «Луцький туристичний альянс» в туристичний кластер, покращення комунікації і співпраці між суб'єктами туристичної галузі |
| 2027 |
| 2028 |
| 2. | Розвиток туристичної інфраструктури | 2.1. Забезпечення інклюзивності туристичного середовища | Управління туризму та промоції міста | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Впровадження рекомендацій національної стратегії зі створення безбар'єрного простору у туристичну сферу громади. Моніторинг об’єктів туристичної сфери на предмет безбар’єрного доступу. Адаптація до критеріїв інклюзивності туристичних маршрутів, об’єктів та продуктів |
| 2027 |
| 2028 |
| 2.2. Реалізація заходів, спрямованих на посилення безпеки туристів і споживачів туристичних послуг | Управління туризму та промоції міста | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Підвищення рівня безпеки туристів та екскурсантів, інформування про необхідні безпекові умови при веденні туристичної діяльності. |
| 2027 |
| 2028 |
| 2.3. Встановлення оновленої системи туристичного ознакування | Управління туризму та промоції міста,КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | кошти бюджету громади | 0,00 | Сучасна туристична навігація, створення умови для комфортної та доступної орієнтації в просторі громади |
| 2027 | 1 500,00 |
| 2028 | 1 500,00 |
| 2.4. Підтримка належного стану та вдосконалення системи туристичної навігації громади | Управління туризму та промоції міста, управління інформаційної роботи, КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Належний актуальний рівень системи туристичної навігації (туристичні знаки, вказівники, інформаційні таблиці тощо) |
| 2027 |  100,00 |
| 2028 | 150,00 |
| 2.5. Створення нових об'єктів туристичного інтересу (знаки, скульптури, інсталяції, арт-об'єкти, фотозони тощо) | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | кошти бюджету громади |  70,00 | Наповнення та оновлення туристичного простору, розширення туристичних маршрутів |
| 2027 | 100,00 |
| 2028 | 150,00 |
| 2.6. Реалізація всеукраїнського проєкту «Стріткод» | Управління туризму та промоції міста | 2026 | кошти бюджету громади |  80,00 | Посилення історичної просвіти, популяризація історії, декомунізація історичної свідомості |
| 2027 | 40,00 |
| 2028 | 0,0 |
| 2.7. Розвиток болотно-водних ландшафтів у контексті зелено-блакитної міської інфраструктури та популяризація екологічних туристичних маршрутів | Управління туризму та промоції міста | 2026 | кошти бюджету громади | 70,00 | Створення ознакування, облаштування нових туристичних маршрутів по зелених зонах територіальної громади (Кічкарівські ставки, Гнідавське болото, річка Стир тощо). Впровадження концепції рекреаційної зони «Гнідавське болото» та облаштування еко-стежки |
| 2027 | 100,00 |
| 2028 | 150,00 |
| 2.8. Розвиток зеленого туризму в Луцькій міській територіальній громаді | Управління туризму та промоції міста,КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Проведення інформаційно-просвітницької роботи щодо створення зелених садиб у громаді |
| 2027 | 0,00 |
| 2028 | 0,00 |
| 2.9. Координація роботи КП «Центр розвитку туризму», узгодження напрямків діяльності, моніторинг якості надання туристичних послуг Центром туристичної інформації та Музейним простором «Окольний замок» | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | кошти бюджету громади | 250,00 | Моніторинг звернень та відгуків споживачів туристичних послуг в Луцькій міській територіальній громаді, дослідження туристичних потоків, стану розвитку туризму та сфери послуг для оперативного реагування та усунення недоліків. Підтримання єдиних стандартів та змістового наповнення туристичних продуктів через надання усної консультативно-довідкової інформації, а також через створення та поширення аудіовізуальної, поліграфічної та сувенірної продукції |
| 2027 | 100,00 |
| 2028 | 100,00 |
| 3. | Маркетинг та промоція Луцької міської територіальної громади | 3.1. Цифрове просування дестинації із використанням таргетованої реклами | Управління туризму та промоції міста | 2026 | кошти бюджету громади | 150,00 | Збільшення видимості Луцької міської територіальної громади як туристичної дестинації на онлайн-ресурсах та в медійному просторі цільових аудиторій. Збільшення кількості туристів |
| 2027 | 150,00 |
| 2028 | 150,00 |
| 3.2. Створення та купівля якісного фото- та відеоконтенту як ефективного способу промоції |  | 2026 | кошти бюджету громади | 150,00 | Поширення промоційних фото- та відеоматеріалів з позитивною інформацією про громаду, події, особистості, пов'язані з нею |
| 2027 | 150,00 |
| 2028 | 150,00 |
| 3.3. Розробка, дизайн, виготовлення та придбання промоційної поліграфічної та сувенірної продукції українською та іноземними мовами | Управління туризму та промоції міста,профільні громадські організації, фонди | 2026 | кошти бюджету громади | 250,00 | Підтримка єдиного стилю сувенірної та поліграфічної продукції, що сприятиме популяризації та впізнаваності бренду міста; друк туристичної карти-схеми Луцької територіальної громади |
| 2027 | 250,00 |
| 2028 | 250,00 |
| 3.4. Екскурсійне обслуговування українських та іноземних делегацій, що відвідують Луцьк з офіційним візитом; поширення іміджевої і брендованої сувенірної продукції серед партнерів та учасників делегацій, які приїжджають до Луцька та делегацій Луцької громади, які виїжджають з офіційними візитами | Управління туризму та промоції міста, відділ екології, КП «Парки і сквери м. Луцька», профільні громадські організації, фонди, окремі фахівці тощо | 2026 | кошти бюджету громади |  50,00 | Забезпечення належного рівня обслуговування і супроводу делегацій. |
| 2027 | 50,00 |
| 2028 | 50,00 |
| 3.5. Організація та проведення престурів, презентацій для вітчизняних та закордонних медіа, блогерів, фамтурів для туристичних операторів, зустрічей тощо | Управління туризму та промоції міста, старости |  |  |  | Створення та поширення промоційних повідомлень в інформаційному просторі України та закордоном (медіа, інтернет ресурси); створення нових туристичних потоків та збільшення кількості туристів |
|  |  | 3.5.1.Забезпечення проживання учасників заходів, ініційованих управлінням |  | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 |  |
| 2027 | 150,00 |
| 2028 | 200,00 |
|  |  | 3.5.2. Забезпечення харчування учасників заходів, ініційованих управлінням |  | 2026 | кошти бюджету громади | 70,00 |  |
| 2027 | 70,00 |
| 2028 | 70,00 |
|  |  | 3.6. 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. |  | 2026 | кошти бюджету громади | 70,00 | 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 |
| 2027 | 70,00 |
| 2028 | 70,00 |
|  |  | 3.7. Промоція З’їзду європейських монархів у Луцьку 1429 року як події загальноєвропей-ського значення, що підкреслює роль міста в історії дипломатії, безпеки та культурного діалогу. |  | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Охоплення інформацією про подію української та іноземної аудиторій, транслювання ключових сенсів події на цільові аудиторії через медіа, соціальні мережі, культурні і просвітницькі заходи, фестивалі, наукові конференції, дослідження; залучення креативної спільноти та бізнесу до внутрішньої та зовнішньої промоції події; створення тематичних та брендованих продуктів; належна підготовка до відзначення 600-річчя події у 2029 році |
| 2027 | 150,00 |
| 2028 | 200,00 |
|  |  | 3.7.1. Проведення фестивалю Князівський бенкет, сценарій якого відтворює З'їзд європейських монархів та події, що відбувались навколо нього |  | 2026 |  |  | Зростання кількості туристів, які відвідують місто за рік (внутрішніх та іноземних). Збільшення середньої тривалості перебування туриста у Луцьку. Підвищення рівня упізнаваності Луцька як туристичної дестинації (кількість згадувань у всеукраїнських та міжнародних медіа, туристичних рейтингах). Збільшення доходів від туристичного збору та податкових надходжень у бюджет |
| 2027 |  |  |
| 2028 | кошти бюджету громади | 500,00 |
| кошти інших джерел | 1 500,00 |
|  |  | 3.7.2. Підтримка інших фестивалів, заходів, в тому числі історичної реконструкції, а також середньовічного бою, лицарських турнірів тощо |  | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Збільшення кількості культурних, туристичних і спортивних заходів, в тому числі історичної реконструкції. Збільшення кількості туристів у громаді. Підвищення рівня медіаохоплення (кількість публікацій, згадувань у соцмережах, переглядів відео)ео). |
| 2027 | 100,00 |
| 2028 | 100,00 |
|  |  | 3.8. Реалізація проєкту «Почесний амбасадор /амбасадорка Луцька» |  | 2026 | кошти бюджету громади | 70,00 | Збільшення видимості м. Луцька й громади загалом в Україні та світі через залучення впливових українців і громадян іноземних держав із званням «Почесний амбасадор / амбасадорка Луцька», які готові використовувати свій авторитет та професійні знання задля промоції м. Луцька й громади загалом як наукового, освітнього, медичного, політичного, ділового, туристичного, інформаційного (ІТ), культурного, спортивного, креативного центру та достойного місця для проведення різнопланових заходів |
| 2027 | 70,00 |
| 2028 | 70,00 |
|  |  | 3.8.1. Започаткува-ння і реалізація проєкту «Школа амбасадорів Луцька» (серія лекцій, зустрічей, семінарів) |  | 2026 | кошти бюджету громади | 50,00 | Формування спільноти обізнаних і залучених мешканців, які володіють знаннями про історію, культурну спадщину та туристичний потенціал Луцька; поява мережі амбасадорів міста, які сприятимуть популяризації бренду Луцька як усередині громади, так і за її межами; зростання локальної гордості та рівня залученості містян до туристичного і культурного життя Луцька |
| 2027 | 50,00 |
| 2028 | 50,00 |
|  |  | 3.9. Підтримка і розвиток проєкту «Луцький кликун» |  | 2026 | кошти бюджету громади | 150,00 | Популяризація образу міського героя – луцького кликуна. Оплата праці луцького кликуна. Проведення Дня кликуна, виготовлення нового взуття, ремонт костюму. Встановлення нових скульптур |
| кошти інших джерел | 50,00 |
| 2027 | кошти бюджету громади | 150,00 |
| кошти інших джерел | 100,00 |
| 2028 | кошти бюджету громади | 150,00 |
| кошти інших джерел | 100,00 |
|  |  | 3.10. Позиціонува-ння Луцька як місця проведення креативних резиденцій за участю письменників, скульпторів, композиторів, музикантів, художників, архітекторів, науковців, дослідників тощо. Забезпечення перебування учасників резиденцій у місті (проживання, харчування, презентаційні витрати). Підтримка подібних проєктів, що реалізуються іншими організаціями на території громади |  | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Сприяння поширенню позитивної інформації про Луцьку міську територіальну громаду серед цільових аудиторій резидентів. Сприяння поширенню позитивної інформації про місто і громаду, творче переосмислення міських просторів і перетворення їх на популярні туристичні маршрути, об'єкти. Створення нових мистецьких творів (книги, музичні твори, художні полотна, скульптури, виставки тощо) про Луцьк та громаду, а також наукових розвідок і досліджень.Реалізація Луцької літературної резиденції «Місто натхнення» |
| кошти інших джерел | 50,00 |
| 2027 | кошти бюджету громади | 100,00 |
| кошти інших джерел | 70,00 |
| 2028 | кошти бюджету громади | 100,00 |
| кошти інших джерел | 50,00 |
|  |  | 3.11. Проведення заходу «Артпроменад “Так звучить Луцьк”» |  | 2026 | кошти бюджету громади | 150,00 | Популяризація історико-культурної спадщини громади, її мистецького потенціалу, організація дозвілля лучан та туристів, збільшення кількості туристів, поширення позитивної інформації про громаду |
| кошти інших джерел | 150,00 |
| 2027 | кошти бюджету громади | 200,00 |
| кошти інших джерел | 150,00 |
| 2028 | кошти бюджету громади | 200,00 |
| кошти інших джерел | 150,00 |
|  |  | 3.12. Проведення конкурсів проєктів туристичного спрямування, співфінансування конкурсів і громадських ініціатив, що сприятимуть розвитку сфери туризму та популяризації бренду міста |  | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Поява нових туристичних продуктів та ініціатив, спрямованих на розвиток і промоцію Луцької громади; підвищення залученості місцевих мешканців до формування туристичного середовища; активізація громадських ініціатив і креативних підходів до представлення міста; зростання впізнаваності бренду Луцька на локальному та національному рівнях |
| кошти інших джерел | 100,00 |
| 2027 | кошти бюджету громади | 100,00 |
| кошти інших джерел | 100,00 |
| 2028 | кошти бюджету громади | 250,00 |
| кошти інших джерел | 150,00 |
| 4. | Поліпшення якості послуг, кадрового забезпечення та комунікацій в сфері туризму | 4.1. Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації гідів. Забезпечення роботи школи гідів | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму», вищі навчальні заклади міста, Луцький центр зайнятості (за згодою), профільні громадські організації, окремі фахівці | 2026 | кошти бюджету громади | 100,00 | Збільшення кількості кваліфікованих гідів, підвищення якості надання екскурсійних послуг |
| 2027 | 100,00 |
| 2028 | 100,00 |
| 4.2. Проведення зустрічей, семінарів, майстер-класів для представників готельного та ресторанного бізнесу | Управління туризму та промоції міста, КП «Центр розвитку туризму», департа-мент економічної політики | 2026 | кошти бюджету громади | 50,00 | Сприяння підвищенню рівня обслуговування туристів у закладах харчування, проживання тощо; створення нових туристичних продуктів. |
| 2027 | 50,00 |
| 2028 | 50,00 |
| 4.3. Співпраця з Адміністрацією державного історико-культурного заповідника у м. Луцьку, Волинським краєзнавчим музеєм та його відділами, Музеєм сучасного українського мистецтва Корсаків, Центром туристичної інформації та паломництва «Жидичин Центр», навчальними закладами Луцької міської територіальної громади, ГС «Туристичний альянс Луцька» | Управління туризму та промоції міста | 2026 | кошти бюджету громади | 50,00 | Налагодження діалогу з представниками сфери туризму, створення нових туристичних продуктів; залучення науковців та студентів ВНЗ до розвитку туристичної галузі |
| 2027 | 50,00 |
| 2028 | 50,00 |
| 4.4.  Налагодження співпраці з історико-культурними заповідниками, музеями, центрами туристичної інформації та іншими закладами за межами Луцької міської територіальної громади | Управління туризму та промоції міста,КП «Центр розвитку туризму» | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Налагодження діалогу з представниками сфери туризму за межами Луцької міської територіальної громади, створення нових туристичних продуктів формату «Луцьк +» |
| 2027 | 0,00 |
| 2028 | 0,00 |
| 4.5. Розширення співпраці з містами-побратимами і партнерськими регіонами щодо реалізації туристичних проєктів та обмінів | Управління туризму та промоції міста,управління міжнарод-ного співробіт-ництва та проектної діяльності | 2026 | не потребує фінансування | 0,00 | Налагодження комунікації з містами-побратимами та партнерськими регіонами, визначення напрямків співпраці |
| 2027 | 0,00 |
| 2028 | 0,00 |
| 5. | Інші проєкти | 5.1. Проведення інших заходів, що сприятимуть підвищенню туристичної привабливості дестинації; підготовка грантових проєктів пріоритетних для галузі туризму, а також залучення та фінансування фахівців (проєктних менеджерів, аналітиків) для розробки таких проєктів. | Управління туризму та промоції міста,управління міжнародного співробітництва та проектної діяльності, громадські організації, фонди (за згодою) | 2026 | кошти бюджету громади | 150,00 | Залучення додаткових коштів для підвищення туристичної привабливості дестинації, залучення фахівців до написання грантових проєктів |
| кошти інших джерел | 150,00 |
| 2027 | кошти бюджету громади | 200,00 |
| кошти інших джерел | 200,00 |
| 2028 | кошти бюджету громади | 250,00 |
| кошти інших джерел | 250,00 |
| **Всього за роками:** | **Кошти бюджету громади (тис. грн)** | **Кошти інших джерел (тис. грн)** |
|  |  |  |  | 2026 | 2 830,0 | 500,0 |
|  |  |  |  | 2027 | 4 450,0 | 920,0 |
|  |  |  |  | 2028 | 5 310,0 | 2 200,0 |
|  |  |  |  | **РАЗОМ:** | **12 590,0** | **3 620,0** |

Каліш 777 956