

Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014-2018 рр.

Розробники:
Лисенко В.Ю., Пічкур Н.В.,
експерти-консультанти проекту

**Співрозробники: учасники робочих
груп (за окремим списком)**

Запоріжжя
2013 р.

ЗМІСТ

ЗМІСТ.....	2
1. КОНЦЕПЦІЯ стратегічного розвитку туристичної галузі Запоріжжя до 2022 року.....	3
2. ЗАГАЛЬНА АНАЛІТИЧНО-ОПИСОВА ЧАСТИНА	7
3. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ПЕРЕВАГ	28
4. АНАЛІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН.....	40
5. ЦІЛЬОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	61
6. ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ	62
7. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ	77
8. МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА.....	80
9. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.....	90

1. КОНЦЕПЦІЯ стратегічного розвитку туристичної галузі Запоріжжя до 2022 року

1.1. Вступ

Запоріжжя є одним з найбільших адміністративних, індустриальних і культурних центрів півдня України. Місто має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним розташуванням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендovих туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустриалізованих майданчиків із заповідними територіями.

Запропонована громаді міста Концепція стратегічного розвитку туристичної галузі Запоріжжя до 2022 року (далі – Концепція) покликана:

- встановити базові стратегічні підходи до використання і подальшого розвитку туристичного потенціалу міста;
- сформулювати ключові ідеологічні поняття, на яких ґрунтується процес розроблення та практичної реалізації **Стратегії розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014-2018 р.** (далі – Стратегія розвитку туризму, Стратегія) протягом першого етапу стратегічного планування розвитку туристичної галузі;
- визначити проблемні питання, які необхідно вирішити, а також основні принципи розроблення, впровадження, моніторингу й оцінювання Стратегії, програм і проєктів, спрямованих на її реалізацію;
- визначити загальні та специфічні результати, яких має досягти громада міста;
- стати підґрунтям для розробки стратегічних планів та впровадження заходів щодо розвитку туристичної галузі міста на наступний період.

Визначений у цій Концепції період часу та підхід до стратегічного планування розвитку туристичної галузі Запоріжжя враховує ухвалену Урядом України у серпні 2013 р. «Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року».

Стратегія розвитку туризму – спільна ініціатива міського голови Запоріжжя, органів місцевого самоврядування міста, представників науки, культури, зацікавленої громадськості та запорізького бізнесу. Це проєкт, який може об'єднати жителів міста і вивести Запоріжжя до групи лідерів на ринку туристичних послуг серед інших міст та регіонів України. Так, Національний заповідник "Хортиця" вже сьогодні – у списку трьох найбільш відвідуваних туристичних об'єктів України. Щорічно тільки організованих туристів та екскурсантів, які побували на острові Хортиця, налічується більше 250 тисяч.

Ефективна взаємодія влади, бізнесу і громади, активна участь наукової, туристичної, спортивної та екологічної громадськості міста, молоді, представників бізнесу та інших зацікавлених сторін в розробці й реалізації Стратегії допоможе правильно розставити пріоритети, підвищить якість і актуальність управлінських рішень.

1.2. Виклики – проблемні питання та причини їх виникнення

Основними викликами (проблемними питаннями), на вирішення яких спрямована Концепція та розроблена на її основі Стратегія розвитку туризму, є наступні:

- необхідність розвитку нових перспективних галузей економіки міста;
- відсутність у Запоріжжя іміджу цікавого, сучасного, туристично-привабливого міста, наявність «антирейтингу» - як екологічно проблемного та некреативного міста;
- низький рівень використання туристичного потенціалу території у сфері пізнавального туризму на основі культурної багатоманітності та історичної унікальності;
- відсутність у Запоріжжі туристично-привабливих загальновідомих подій і заходів національного та міжнародного рівня, які проводяться на регулярній основі;
- невикористання промислового комплексу та індустріальної спадщини міста для розвитку інноваційних напрямів туризму, зокрема, індустріального та ділового туризму;
- недостатня розвиненість транспортної і туристичної інфраструктури міста та відповідних послуг;
- низька якість комерційних та окремих муніципальних послуг;
- незацікавленість приватних інвесторів у розвитку туристичної галузі міста;
- низький рівень активності та обізнаності місцевої громади щодо культурно-історичної спадщини і туристичного потенціалу Запоріжжя.

Серед причин виникнення визначених вище проблем:

- відсутність ідеології та системного підходу щодо: просторового планування і благоустрою, муніципального маркетингу, управління туристичною галуззю, взаємодії між різними секторами економіки міста;
- слабка інтеграція та кооперація різних галузей бізнесу, які беруть участь у наданні туристичних та інших послуг, відсутність партнерств і кластерної взаємодії;
- низький рівень застосування сучасних управлінських технологій, зокрема, інструментів проектного менеджменту;
- відсутність визнаних стандартів якості муніципальних (комунальних) послуг, які пред'являються для туристично-привабливих міст;
- відсутність конструктивного міжсекторного діалогу, громадського моніторингу та об'єктивної оцінки результатів прийняття і реалізації управлінських рішень у різних сферах життєдіяльності міста;
- недостатня активність та участь громади міста у стимулюванні процесів економічного, культурного розвитку і забезпечення екологічного благополуччя;
- досить низький рівень національного та місцевого патріотизму, недостатній рівень культурно-естетичного виховання у певної частини мешканців міста;
- відсутність традицій змістовного, цікавого, розвиваючого проведення дозвілля у мешканців міста, у т.ч. молоді та підлітків;
- недостатність пропаганди духовних і культурних цінностей, здорового способу життя;
- вкрай слабе використання позабюджетних ресурсних можливостей, у т.ч. фінансових, кадрових та інших, для розвитку туристичної галузі міста;
- невикористання можливостей горизонтальної співпраці з іншими містами і районами Запорізької області, містами і регіонами України та сусідніх країн щодо реалізації спільних проектів і програм у туристичній сфері;
- низький рівень та низька ефективність використання сучасних інформаційних технологій органами місцевого самоврядування, малим і середнім бізнесом, громадськими об'єднаннями.

1.3. Позиціонування міста на туристичному просторі України

Ідеологія позиціонування Запоріжжя на туристичному просторі України та розвитку туристичної галузі міста повинна ґрунтуватись на таких базових поняттях.

Запоріжжя – багатогранне місто, яке готове поділитися своєю особливою історією і культурою, своїми досягненнями і планами на майбутнє. Це наш спільний дім, куди ми запрошуємо своїх гостей і пропонуємо кожному нашу увагу, доброзичливість, розуміння. Запоріжжя – територія, відкрита для туристів.

Славетна Хортиця, героїчне Запорозьке козацтво, сивий Дніпро, унікальна історія усіх народів і всіх поколінь нашого краю – це те, що надихає нас на нові досягнення і здобутки. Ми пам'ятаємо і поважаємо кожну людину, чий внесок до нашої історії створив і звеличив, відновлює і розвиває рідне Запоріжжя.

Громада Запоріжжя – люди різних національностей, віросповідання, професій, культурних і сімейних традицій. Ми маємо спільні цінності і спільну мету – жити у чистому, цікавому, процвітаючому місті, де ростуть і виховуються наші діти, де кожного дня відбуваються яскраві події. Вони забезпечують позитивний настрій і залишають нас співчутливими один до одного. **Ми, кожний мешканець Запоріжжя**, любимо своє місто і дбаємо про нього. Нас об'єднує високий рівень культури, привітність і гостинність, взаємна повага і відкритість у спілкуванні. Ми пам'ятаємо наші традиції, цінуємо досягнення, будуємо якісно новий рівень життя.

Запорізький бізнес є успішним, економічно ефективним, енергійним, соціально відповідальним. Бізнес готовий до надання послуг високої якості, орієнтований на максимальне врахування інтересів клієнтів – мешканців та гостей міста. Ми впевнені у своїх конкурентних перевагах і здатні реалізувати наш підприємницький потенціал.

Влада Запоріжжя сприяє розвитку туризму як однієї з провідних галузей економіки міста. Влада представляє інтереси громади, відкрита до діалогу і конструктивної співпраці з усіма зацікавленими сторонами. Вона створює умови для збалансованого розвитку міста, його економіки, комунальної інфраструктури, культурно-історичних і соціальних об'єктів, сфери послуг.

1.4. Пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі

Пріоритетними напрямами розвитку туристичної галузі Запоріжжя у довгостроковій стратегічній перспективі визначаються:

- пізнавальний туризм, основою якого є історична унікальність розвитку та етнокультурна багатоманітність Запоріжжя;
- подієвий туризм, що передбачає організацію та проведення щорічно кількох заходів національного і міжнародного рівнів розважального та спортивного спрямування;
- промисловий (індустріальний) туризм, орієнтований на ефективне використання специфічної індустріальної спадщини Запоріжжя, а також на галузі промисловості, що історично сформувались як основа сучасної економіки міста;
- діловий туризм, який надає можливість пропонувати комплексні інноваційні туристичні продукти, зокрема, у сфері новітніх технологій, інших передових галузях виробництва товарів і послуг, науково-дослідницькій діяльності.

Потреби мешканців міста у змістовному проведенні дозвілля задовольняються також за рахунок сприяння розвитку екологічного («зеленого») туризму, спортивно-оздоровчого,

пішохідного і велотуризму, якісної організації та проведення на високому рівні міських святкових заходів, підтримки локальних ініціатив щодо розвитку туризму та рекреаційно-оздоровчої сфери міста.

Пріоритетність розвитку туристичної галузі міста вимагає врахування специфічних потреб і вимог в інших програмах і проектах розвитку (так, збереження архітектурної, просторової і природної унікальності Запоріжжя потребує обов'язкового залучення фахівців у галузі туризму, культури, екології до участі у робочих групах з розробки всіх галузевих програм, проектів, заходів тощо).

1.5. Ключові принципи реалізації Стратегії розвитку туризму

Запоріжжя – унікальне у своєму культурно-історичному та соціально-економічному розвитку місто, якому притаманна мовна і міжетнічна толерантність, повага до історичної та культурної спадщини усіх народів, які населяли територію Запоріжжя протягом різних часів. Це передбачає уважне ставлення до мешканців і гостей міста, до всіх людей, які пов'язують з ним своє сьогодення і своє майбутнє.

Стратегія розвитку туризму та всі зацікавлені сторони, які беруть чи прагнуть взяти участь у її впровадженні, у відповідності з цією Концепцією мають враховувати та керуватись наступними принципами.

Ми прагнемо жити у зеленому місті з просторими парками і скверами, з чистими широкими та затишними вулицями, цікавою архітектурою. Запоріжжя – це сучасне місто серед фонтанів і зелені. Наша життєдіяльність орієнтована на гармонію з навколишнім середовищем та екологічну безпеку. Ми любимо і поважаємо природу, захищаємо її від негативного впливу та, ґрунтуючись на цих принципах, розвиваємо наше місто.

Інноваційний підхід допомагає нам розбудовувати сучасне суспільство, економіку, технології і створювати майбутнє. Ми використовуємо нові можливості для розвитку, розробляємо і впроваджуємо нові туристичні продукти, відкриваємо для себе і всіх гостей міста нові можливості і відчуття, пропонуємо справжній відпочинок і гарні враження.

Партнерство громади, влади, бізнесу, усіх небайдужих людей є запорукою дотримання наших цінностей та успішного досягнення спільних цілей. Ми чуємо, розуміємо і підтримуємо один одного. Ми працюємо на результат. Наша співпраця допомагає реалізації кожного та гармонійному розвитку всієї громади.

1.6. Очікувані результати

Нова якість життя, сучасний рівень комфорту і добробуту, кращі стандарти надання послуг, ефективна економіка міста – це ті загальні результати, яких громада міста очікує досягти внаслідок реалізації цієї Концепції та Стратегії розвитку туризму у довгостроковій перспективі.

Специфічними стратегічними результатами безпосередньо у сфері туризму, на досягнення яких у відповідності з цією Концепцією спрямовуються зусилля влади, бізнесу і громади міста при розробленні та реалізації Стратегії розвитку туризму, мають бути:

1. Формування іміджу Запоріжжя як туристично-привабливого міста.
2. Створення і забезпечення подальшого розвитку повноцінної туристичної галузі міста, у т.ч. як однієї з бюджетоутворюючих, економічно та соціально ефективної.

3. Включення Запоріжжя до загальнонаціональних та міжнародних туристичних маршрутів за пріоритетними для міста напрямками розвитку туризму і туристичними продуктами.

4. Закріплення Запоріжжя у п'ятірці найбільш відвідуваних туристами обласних центрів України.

5. За кількісними показниками – формування стабільного в'їзного потоку до міста на рівні не менше 1 млн. туристів на рік.

Чітко визначені пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі, система цілей, поетапний план дій, проектний підхід до впровадження Стратегії, широка співпраця влади, бізнесу і громади міста, постійний моніторинг та оцінювання результатів є запорукою досягнення спільного успіху.

2. ЗАГАЛЬНА АНАЛІТИЧНО-ОПИСОВА ЧАСТИНА

Загальна характеристика території розташування міста

Місто Запоріжжя є одним з найбільших адміністративних, індустріальних і культурних центрів півдня України. Місто розташоване на водотранспортній магістралі – річці Дніпро, у місці її перетинання транспортно-комунікаційними коридорами, що з'єднують південь України з Північно-Східними регіонами України і центром Російської Федерації, Донбас – із Криворіжжям, Центральною і Західною Україною. Через Запоріжжя проходять основні автомобільні та залізничні шляхи прямування туристів на курортний відпочинок до Чорного та Азовського морів.

Відстані до найбільших міст України: Київ – 568 км, Дніпропетровськ – 89 км, Донецьк – 243 км, Кривий Ріг – 210 км, Львів – 1014 км, Миколаїв – 352 км, Одеса – 486 км, Харків – 303 км.

Відстань до курортних територій Азовського узбережжя – близько 200 км, Чорноморського узбережжя – близько 400 км.

У зоні безпосереднього впливу Запоріжжя як обласного центру на території Запорізької області (загальна площа 2690 тис. га) розташовано 14 міст, 23 селища міського типу, значна кількість сіл і проживає близько 1,8 млн. осіб. На відстані до 300 км від Запоріжжя на території сусідніх областей мешкає більше близько 15 млн. осіб.

Очолювана Запоріжжям міжрайонна система розселення (приміська зона), відрізняється високим рівнем виробничо-господарського освоєння території, високою цінністю сільськогосподарських земель і природного середовища. Приміська зона охоплює Запорізький, Вільнянський, Оріхівський, Василівський і Каменсько-Дніпровський адміністративні райони Запорізької області, загальна площа яких складає 760 тис. га. Тут розташовано 5 міст, 6 селищ міського типу і близько 300 сільських населених пунктів. Загальна чисельність населення районів складає приблизно 315 тис. осіб.

Територія Запорізької області є багатонаціональною та багатомовною. За даними статистики, тут проживають представники більше 100 національностей, діє кілька десятків національно-культурних товариств (обласних та місцевих осередків).

Особливістю міста Запоріжжя є те, що в ньому зосереджене понад 65% продуктивних потужностей області і близько 43% населення області.

Просторове планування території і ресурсів громади

Площа міста в адміністративних межах становить 27801,0 га. Понад 4 тис. га території міста зайняті водними просторами (12,8%), близько 8 тис. га займають промислові, комунально-складські об'єкти, спецтериторії, 17,6% міських земель використовується в сільському господарстві. Вільні міські землі, що складають 1,6% від усієї території міста Запоріжжя, роздроблені і дисперсно розташовані в плані міста.

Забудова міста представлена компактною відкритою структурою і розташована на обох берегах р. Дніпро. Лівобережна частина - лінійна і дуже неоднорідна за функціональним зонуванням. Селітебні території, що розчленовуються транспортними і комунікаційними коридорами, витягнуті уздовж берегів і безпосередньо примикають до промислових територій. У результаті значна частина житлової забудови (до 70%) знаходиться в зонах впливу промислових підприємств.

Правобережна частина міста більш компактна й однорідна за функціональним зонуванням. Промислові підприємства Хортицького промрайону як більш екологічно "чисті", не чинять істотного негативного впливу на житлову забудову. Одночасно з цим правобережна частина, відносно сприятлива в екологічному плані, не має достатньо розвинених транспортних зв'язків з основними місцями праці (4 промрайони міста розташовані в лівобережній частині) і центром міста.

Запоріжжя має невеликий резерв вільних територій у межах кордонів міста. Серед територій, можливих до освоєння під селітебну забудову, можна виділити невеликі ділянки в прибережній частині лівого берега (вул. Скельна, Центральний бульвар), районі наміву Миколаївської заплави (житловий масив "Південний"), у правобережній частині (мкр. Бородінський, житлові масиви Хортицького району, Верхня Хортиця). Крім цього існує невеликий резерв територій у районах можливої реконструкції (Старе місто, Павло-Кічкас).

Місто розділене на сім адміністративних районів: Жовтневий, Заводський, Комунарський, Ленінський, Орджонікідзевський, Хортицький, Шевченківський, які є неоднорідними за територією, кількістю населення, економічним і, зокрема, туристичним потенціалом.

Особливістю планування Запоріжжя є поєднання зелених зон із зонами забудови, наявність паркових територій в центральній частині та більшості мікрорайонів, локалізація декількох великих за територією та чисельністю населення «спальних» районів на окраїнах міста.

Загальний благоустрій Запоріжжя є в цілому аналогічним промисловим центрам України, проте для розвитку туризму як однієї з провідних галузей його слід визнати таким, що не відповідає сучасним вимогам, які висуваються до туристичних міст.

Кліматичні та географічні особливості

Клімат території розташування Запоріжжя – помірно-континентальний, з вираженими в літній період посушливими явищами, в окремі роки особливо інтенсивними. Літній період теплий, починається вже в перших числах травня і продовжується, зазвичай, до початку жовтня, охоплюючи період близько п'яти місяців. Зима відносно м'яка, часто спостерігається відсутність стійкого снігового покриву. У середньому висота снігового покриву складає 14 см.

Середня річна температура + 9,0 С, середня температура в липні + 22,8 С, в січні - 4,9 С. За умовами забезпеченості вологою територія міста відноситься до посушливої зони. Середньорічна кількість опадів складає 443 мм. Відносна вологість повітря у зимовий період – 75-80%, у літній – близько 60% (найменша – 40% – спостерігається в липні-серпні). Переважний напрямок вітру в теплий період є північний і північно-східний, у

холодний період - північно-східний і східний. Середня швидкість вітру складає 3,8 м/сек. Максимальна швидкість вітру, до 28 м/сек, спостерігається один раз на 15-20 років. У середньому, місто покривається туманом 45 днів на рік.

Висота міста над рівнем моря – до 50 м; місцевість – рівнинна, ґрунти – чорноземні звичайні. Сейсмічність міста – сприятлива (від 0 до 5 балів).

Історична довідка (до 90-х рр. ХХ ст.)

За свідченням археологів, поселення на території сучасного Запоріжжя відомі з часів Середньостоговської культури (5 — середина 4 тисячоліття до н. е.) — залишки давнього поселення були знайдені на північно-східному куті острова Хортиця. Іншим відомим археологічним пам'ятником є Вознесенський комплекс — кам'яна споруда, яку пов'язують з хозарами, булгарським ханом Аспарухом (VII ст.), Князем Святославом Ігоровичем (X ст.). Переправа через Дніпро в районі м.Запоріжжя – ймовірно місце загибелі князя Святослава, що підтверджується останніми археологічними знахідками.

В часи Київської Русі на території сучасного міста існували переправи через Дніпро — це Крарійський та Кічкаський на півночі, перевіз і поселення Протолча на півдні острова Хортиця. У 1103 році в районі острова Хортиця отримали переломну перемогу над половцями руські князі Святополк Київський і Володимир.

У XV–XVII століттях місцевість міста входила до Запорожжя — краю вольностей запорозьких козаків. Першою і єдиною Січчю, розташованою безпосередньо в межах сучасного міста, була Хортицька. Вона була заснована в 1552 році шляхтичем Дмитром Вишневецьким на острові Мала Хортиця (Байда), однак 1557 зруйнована турецько-татарським військом. У 1734-75 роках територія Запоріжжя входила до Самарської паланки і правобережжя — до Кодацької паланки. 1770 року на місці сучасного Запоріжжя була закладена Олександрівська фортеця Дніпровської захисної лінії, завершення її будівництва у 1775 році співпало зі знищенням останньої Запорозької січі — Підпільнянської.

Формування сучасного міста пов'язане з Олександрівською фортецею, поблизу якої створювався так званий «фурштат», де селилися будівельники-селяни, каторжники, обслуговуючий персонал фортеці, відставні солдати. Після остаточного захоплення Криму росіянами в 1783 році Дніпровська лінія втратила військове значення і була скасована, в результаті у 1800 році й Олександрівська фортеця втратила статус військового об'єкту.

У 1806 році поселення близько 2 тисяч чоловік отримало статус повітового міста з назвою Олександрівськ. На околицях міста існували поселення переселенців з Німеччини, які прибували на запрошення Єкатерини II з 1787 року. Так, на північний захід від міста Олександрівськ раніше існувало село Вознесенка (сучасна територія м. Запоріжжя), а також низка менонітських колоній Хортицької волості (Кічкас (Ейнлаге), колонія Хортиця, Розенталь, Шенвізе тощо).

У 1873 році завдяки проведенню залізниці місто поступово перетворилося на важливий транспортний вузол, де вантажі перевантажувалися із залізниці на річковий транспорт, що слідував на Одесу. Потужний поштовх для подальшого розвитку промисловості дало місту спорудження у 1902 році залізниці, що поєднала місто з Криворізьким та Донецьким басейнами. У 1905 році, Олександрівськ, як і багато інших міст Російської імперії, став центром робітничих страйків.

22 листопада 1917 р. Олександрівська рада прийняла рішення про інтеграцію в Українську Народну Республіку. У січні 1918 місто було взято анархістами за підтримки російських червоногвардійських загонів, на чолі «революційного комітету» в Олександрівську стали Маруся Никифорова і Нестор Махно. Після укладання Берестейського миру 18 квітня 1918 року місто було відвойовано силами Запорізького

корпусу Армії УНР за підтримки німецьких загонів, однак вже в грудні 1918 р. було остаточно втрачене під натиском більшовицьких сил. Протягом наступних двох років місто стало ареною бойових дій між більшовиками, білогвардійцями та махновцями. У жовтні 1920 р. більшовики остаточно встановили в Олександрівську радянську владу.

23 березня 1921 року Олександрівська губернія стала називатися Запорізькою. Згодом перейменували і губернське місто Олександрівськ на Запоріжжя. Протягом довоєнних п'ятирічок місто стало великим індустріальним центром, чому сприяло відкриття у 1932 році Дніпрогесу — найпершої із дніпровських гідроелектростанцій. Разом з тим були збудовані такі підприємства як завод листових сталей («Запоріжсталь»), коксохімічний, алюмінієвий, феросплавів, завод інструментальних сталей (тепер «Дніпроспецсталь»).

В роки другої світової війни місто протягом двох років — з 4 жовтня 1941 по 14 жовтня 1943 знаходилося під владою німецьких окупантів. У боях за визволення Запоріжжя приймали участь війська 12-ї армії генерал-майора О. Данилова, 8-ї гвардійської армії В. Чуйкова (це була колишня 62-а армія, яка захищала Сталінград) і 3-ї гвардійської армії Д. Лелюшенка, 23-й танковий і 1-й гвардійський механізований корпуси, повітряне прикриття штурмуючих військ здійснювала 17-а повітряна армія під командуванням В. Судця.

Перша спроба прорвати німецьку оборону на Запорізькому плацдармі була здійснена 1-2 жовтня 1943 року. Наступ на Запоріжжя відновився 10 жовтня і вже не припинявся до повного визволення лівобережної частини міста. Вирішальний наступ радянських військ на Запоріжжя розгорнувся в ніч з 12 на 13 жовтня 1943 року. У ніч з 13 на 14 жовтня розпочався штурм вже безпосередньо міста. Бої за Запоріжжя стали прикладом першого нічного танкового штурму великого міста силами кількох армій. Лише в ніч з 29 на 30 грудня 1943 року німецькі війська відступили з правобережної частини міста. Запоріжжя було остаточно звільнене, період окупації завершився.

Повоєнні роки відзначені подальшим ростом міста, відновленням ДніпроГЕСу та промислових підприємств міста (проммайданчику). У 1950-ті — 1960-ті роки були закладені житлові масиви Вознесенка, Космічний та Шевченківський, а в 1970-ті — Хортицький, Бородинський, Осипенковський та Південний. Було введено в експлуатацію правобережний проммайданчик — Запорізький трансформаторний завод, заводи високовольтної апаратури, «Запоріжкабель» та «Перетворювач». В кінці 1980-х років населення міста досягло свого максимуму — близько 900 тис. чоловік, після чого почало зменшуватись.

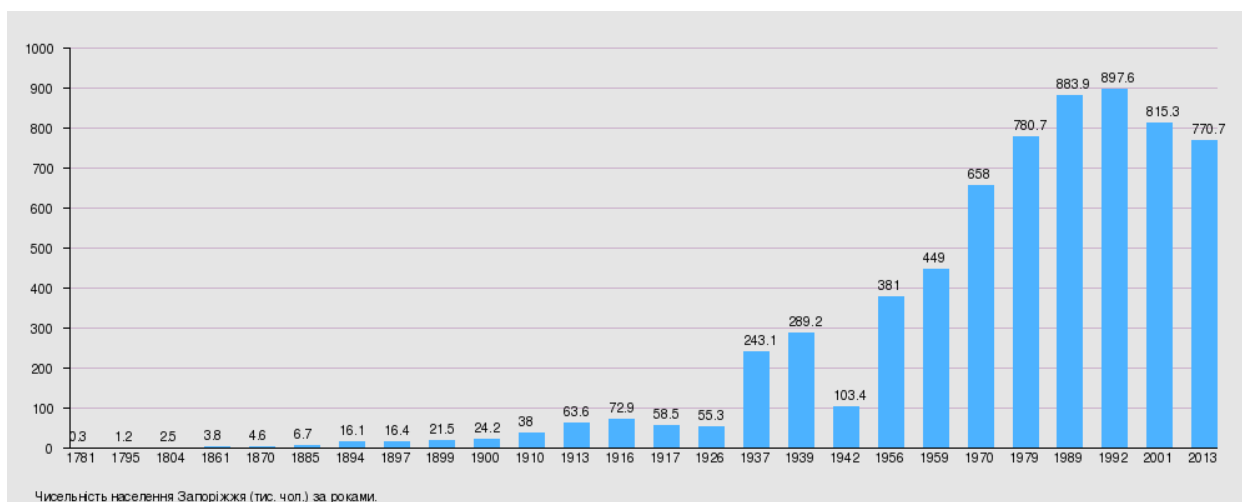
Громада міста, демографічні показники

Місцеве самоврядування в м.Запоріжжі здійснюється територіальними громадами міста як безпосередньо, так і через міську раду (90 депутатів) та виконавчі органи міської ради. Станом на 01.01.2013 чисельність наявного населення в м.Запоріжжі складала 770,7 тис.осіб або 43,2% від загальної чисельності населення Запорізької області (1785,2 тис.осіб).

Упродовж 2012 року чисельність населення міста зменшилася на 1,9 тис.осіб, зменшення становило 2,5 особи в розрахунку на 1000 наявного населення проти 5,0 у 2011 році. Чисельність населення зменшилася за рахунок природного скорочення на 2,9 тис.осіб, водночас зафіксовано міграційний приріст населення (0,95 тис.осіб). У порівнянні з 2011 роком обсяг природного скорочення зменшився на 364 особи або з 4,2 до 3,7 особи в розрахунку на 1000 наявного населення.

За січень-грудень 2012 року в місті народилося 7393 немовляти, що на 244 дитини більше, ніж у січні-грудні 2011 року. Рівень народжуваності в порівнянні з 2011 роком збільшився з 9,2 особи до 9,6 в розрахунку на 1000 наявного населення.

Запоріжжя є 6-м за чисельністю містом України після Києва, Харкова, Одеси, Донецька, Дніпропетровська. Дані про населення Запоріжжя за роками:



Діаграма 2.1.

Житловий фонд комунальної власності м.Запоріжжя станом на 01.01.2013 налічував 3878 житлових будинків, в яких знаходилося 213399 квартир (у т.ч.: 20268 квартир комунальної власності та 193131 приватизованих квартир). Загальна площа житлового фонду складала 11,107 млн.кв.м, в т.ч. 9,972 млн.кв.м (89,8%) – приватизованої.

Транспортна інфраструктура

Транспортна інфраструктура м. Запоріжжя містить у собі систему зовнішнього транспорту (залізницю, автобусний транспорт, мережа автошляхів, авіатransпорт і річковий транспорт), магістральну вулично-дорожню мережу і мережу масового пасажирського транспорту. Місто має 2 пасажирських залізничних вокзали, 3 автостанції, річковий порт та річковий вокзал, аеропорт.

Запорізький залізничний вузол утворюється перетинанням двох магістральних ліній: Москва - Харків - Запоріжжя - Сімферополь і Кривий Ріг - Запоріжжя - Донбас. У м.Запоріжжі проходить 103,2 км головних залізничних колій, розташовано 8 залізничних пасажирських та вантажних станцій, діють 2 пасажирських залізничних вокзали: Запоріжжя-І та Запоріжжя-ІІ.

Мережа зовнішніх автошляхів включає дороги державного значення, що забезпечують зв'язки з Дніпропетровськом, Донецьком, Харковом, Полтавою, Києвом, центральними і південними областями України, з Чорноморським та Азовським узбережжями.

Вантажні і пасажирські перевезення водним транспортом обслуговуються двома річковими портами, що розташовані на лівому березі Дніпра у верхньому і нижньому б'єфі Дніпровської ГЕС. Перевезення пасажирів річковим транспортом у 2012 р. здійснювалося ДП «Адміністрація річкових портів» за двома приміськими напрямками до 6 причалів. За навігаційний період 2012 року перевезено 48012 пасажирів. На Набережній (район примикання бул.Шевченка) розташоване місце зупинки пароплавів типу «річка-море» з екскурсійними маршрутами Київ-Одеса-Стамбул.

Повітряне сполучення забезпечується аеропортом «Запоріжжя», розташованим у північно-східній частині міста. Протягом 2012-2013 рр. здійснено передачу аеропорту до комунальної власності громади Запоріжжя, розпочаті роботи з реконструкції і відновлення потужностей. Протягом 2012 р. через аеропорт надано послуги близько 40 тис. пасажирів.

Існуюча магістральна вулично-дорожня мережа міста представлена магістралями загальноміського і районного значення. Транспортне сполучення між лівим і правим берегами Дніпра здійснюються через греблю ДніпроГЕСу і мости, що проходять через острів Хортиця. Протягом кількох наступних років поруч з наявними мостами має бути завершено будівництво нових сучасних мостових переходів через р.Дніпро і транспортних розв'язок.

Пасажи́рські перевезення в 2012 році в м.Запоріжжі забезпечували 2 трамвайних депо, 2 тролейбусних парки, 33 автотранспортних підприємства різних форм власності. Міська маршрутна мережа наприкінці 2012 року складалася з 10 трамвайних, 8 тролейбусних маршрутів та 99 автобусних маршрутів. Довжина маршрутів електротранспорту в місті становить: трамвайних – 203,7 км, тролейбусних – 233,5 км. Довжина автобусних маршрутів коливається в середньому від 10,0 до 30,0 км, а декількох - до 55,0 км.

Середня добова кількість техніки на міських транспортних маршрутах складалася з 100 одиниць трамвайних вагонів, 80 одиниць тролейбусів, 1000 автобусів різного класу. Обсяг перевезень пасажирів автотранспортом загального користування за 2012 рік склав 52,76 млн.осіб. Перевезено 1298,4 тис.тонн вантажів.

Існуюча транспортна мережа з'єднує всі соціально важливі райони міста. Основний потік авто- та електротранспорту проходить по пр.Леніна та вул.Перемоги. ЗКПМЕТ «Запоріжелектротранс» за 2012 рік перевезено (з урахуванням статистичного коефіцієнту) 69,97 млн.осіб (що становить 75,0% від 2011 року), з них автобусами – 1,65 млн.осіб (132% від 2011 року), електротранспортом – 68,32 млн.осіб (74,0% від 2011 року).

В середньому в місті працює 1800 легкових таксі. Інформаційно-диспетчерські послуги станом на 2012 р. виконували 29 юридичних та фізичних осіб.

Фінанси і бюджет

За даними Державної податкової служби у Запорізькій області, збір платежів до бюджетів усіх рівнів по м.Запоріжжю у 2012 році становив 6 373,7 млн.грн. Загальний обсяг надходжень до бюджету міста склав 1 862,5 млн.грн. або 99,5% до запланованих показників (1 871,3 млн.грн.). У порівнянні з 2011 роком надходження зросли на 150,9 млн.грн. або на 8,8%. Надходження загального фонду становили 1 634,5 млн.грн., або 96,0% до запланованого. Спеціальний фонд бюджету міста виконано на 134,8% (228,0 млн.грн.). У складі спеціального фонду надходження до бюджету розвитку склали 99,0 млн.грн. або 110,9% до плану.

Крім того, у 2012 році з державного бюджету до бюджету м.Запоріжжя надійшло офіційних трансфертів на загальну суму 812,2 млн.грн., у т.ч.: дотації - 58,0 млн.грн., субвенції – 754,2 млн.грн. Обсяг надходжень дотацій з державного бюджету відповідає запланованим річним показникам, фактичні надходження субвенцій становили 96,7% від запланованого об'єму (25,5 млн.грн.). У порівнянні з 2011 роком загальний обсяг трансфертів з державного бюджету збільшився на 52,3 млн.грн. або на 6,9%.

За 2012 р. з бюджету міста здійснено видатків на загальну суму 2 719,4 млн.грн., в т.ч. по загальному фонду – 2 495,2 млн.грн. або 98,0% планових показників, спеціальному фонду – 224,2 млн.грн. або 70,6% річних кошторисних призначень. До державного бюджету перераховано 123,6 млн.грн. або 98,3%.

Торгівля та послуги

Розрахунковий загальний обсяг роздрібного товарообігу підприємств роздрібною торгівлі та ресторанного господарства міста (без урахування фізичних осіб-підприємців) за 2012 рік склав 10671,8 млн.грн., що на 1803,7 млн.грн. (або на 20,3%) більше, ніж за 2011 рік.

Роздрібний товарообіг на душу населення (у середньому за місяць) склав 1155,0 грн., що на 200,9 грн. (або на 21,1%) більше, ніж за 2011 рік. Обсяг реалізованих нефінансових послуг за звітний період склав 4147,8 млн.грн., що на 361,0 млн. грн. (або на 9,5%) більше, ніж за минулий рік. Обсяг нефінансових послуг, реалізованих населенню, за 2012 рік збільшився у порівнянні з 2011 роком на 48,5 млн. грн. (або на 4,4%) і склав 1155,1 млн. грн.

Станом на 01.01.2013 у м Запоріжжі нараховується 3703 об'єкти торгівлі, 1290 об'єктів сфери послуг, 661 об'єкт ресторанного господарства та 275 літніх майданчиків. Забезпеченість торговельною площею по м.Запоріжжю на 01.01.2013 склала 160%. Заповнюваність торговельних місць на ринках становила 60,8%. Кількість торгових місць на ринках за результатами проведеної інвентаризації в 2012 році склала 27233, що на 113 менше, ніж у 2011 році.

Промисловість і будівництво (загальна характеристика)

Місто Запоріжжя – один з найбільших промислових центрів країни, в якому зосереджені металургійний, машинобудівний та енергетичний комплекси державного значення.

Економічний потенціал обласного центру складається з реалізації понад трьох чвертей промислової продукції та послуг, що виробляє область, 60% основних засобів та зайнятості більше чверті всіх працюючих.

Промисловий потенціал Запоріжжя – це 227 промислових підприємств (великі, середні та вагомні за обсягами малі підприємства), у т.ч.: 69 – підприємств машинобудування, 36 – металургії, 22 – виробництва іншої неметалевої мінеральної продукції, 24 – харчової промисловості, 20 – хімічної та нафтохімічної промисловості, 14 – виробництва та розподілення електроенергії газу та води.

Обсяг реалізованої промислової продукції за 2012 рік по м.Запоріжжю склав 57787,9 млн.грн. (74,2% до обласного показника та на 3,5% менше, ніж у 2011 році), у розрахунку на одного мешканця показник становив 74,6 тис.грн, що в 3 рази більше, ніж в середньому по Україні.

Близько 20 діючих промислових об'єктів міста є пріоритетними для співпраці у сфері розвитку промислового (індустріального) туризму.

За 2012 рік забудовниками всіх форм власності введено в експлуатацію 74,23 тис.кв.м. загальної площі житла, що складає 86,0% від річного плану (86,3 тис.кв.м).

Зовнішньоекономічна діяльність

Промисловість міста має чітко визначену експортну орієнтацію, про що свідчать високі обсяги зовнішньоторговельного товарообороту, 66,3% якого складає експорт. Підприємства та організації міста у січні-грудні 2012 року експортували товарів і послуг на суму 3721,78 млн.дол.США (на 5,1% менше, ніж за відповідний період 2011 року), імпортували – 1891,73 млн.дол.США (на 13,6% менше, ніж у 2012 р.). Позитивне сальдо зовнішньоторговельного балансу міста склало 1830,05 млн.дол.США.

Зовнішньоторговельні взаємовідносини підтримувалися з партнерами більше, ніж із 130 країн світу. Найвагоміша частка запорізької продукції (52,6%) була поставлена до країн СНД. До країн Європи та Азії відправлено відповідно 17,8% та 20,6% від загального експорту товарів. Російська Федерація залишається найбільшим торговельним партнером

(44,8% експортних та 42,6% імпортних поставок товарів). Значні експортні поставки товарів здійснювалися в Туреччину, Казахстан, Польщу, Німеччину, Індію, Болгарію.

Імпорт товарів здійснювався, зокрема, з Російської Федерації (42,6% від загального обсягу імпорту), Китаю (9,4%), Німеччини (6,4%), Республіки Корея (4,8%), США (2,8%). В структурі експорту основну частку склали: чорні метали (49,2%); котли та машини (18,6%); електричні машини (14,2%); засоби наземного транспорту, крім залізничного (4,5%); в структурі імпорту – палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки; реактори ядерні, котли, машини; чорні метали; електричні машини; нікель і вироби з нього.

Залучення інвестицій

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій станом на 31.12.2012 склав 1040,1 млн.дол.США, що на 16,9% більше, ніж на 01.01.2012 (889,7 млн.дол.США). В економіку міста залучено 90,9% від обсягу прямих іноземних інвестицій області. У розрахунку на одного мешканця міста цей показник склав 1349,7 дол.США. За 2012 рік абсолютний приріст прямих іноземних інвестицій склав 150,4 млн.дол.США. Найбільший приріст спостерігався в виробництві та розподіленні електроенергії, газу та води майже в 20 разів; будівництві – на 6,3%; металургії – на 6,2%.

Капітал нерезидентів спрямовано, в основному, в промисловість (76,2% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій), а саме: в виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (22,0%); машинобудування (19,4%); металургійне виробництво (19,1%); виробництво та розподілення електроенергії, газу і води. Прямі іноземні інвестиції в економіку м.Запоріжжя надходили із 49 країн світу. Найбільші інвестори: Кіпр (49,0% від загальної суми прямих іноземних інвестицій), Швеція (18,5%), Республіка Корея (14,4%).

Співпраця з громадами інших міст і регіонів

Запоріжжя має 8 міст-побратимів: Лахті (Фінляндія, з 21.02.1953 р.), Бірмінгем (Великобританія, з 20.06.1973 р.), Лінц (Австрія, з 06.05.1983 р.), Оберхаузен (Німеччина, з 20.05.1986 р.), Бельфор (Франція, з 02.07.1967 р.). Ічан (Китай, з 16.10.1997 р.), Магдебург (Німеччина з 29.05.2008 р.), Новокузнецьк (Росія). Протягом 2011-2013 рр. найактивніша співпраця спостерігалась з містами Оберхаузен і Магдебург. З іншого боку, за останні 5 років не було укладено жодної нової угоди про співпрацю з містами інших країн. Можливості міжнародної співпраці для цілей розвитку в'їзного туризму використовуються не належним чином.

Так само, не зважаючи на членство Запоріжжя в Асоціації міст України та інших муніципальних об'єднаннях, масштаби співпраці з іншими містами й областями України у сфері розвитку туризму та обміну досвідом залучення внутрішніх туристів на цей час є вкрай незначними.

Розвиток підприємництва (малий та середній бізнес)

Згідно з даними Державної податкової служби в Запорізькій області, кількість фізичних осіб-підприємців у м.Запоріжжі в 2012 році зменшилася в порівнянні з 2011 роком на 2662 особи (або на 4,9%) і склала 51878 осіб. Кількість малих підприємств у 2012 році склала 12430 од. Кількість найманих робітників малих підприємств склала 44,0 тис. осіб, що на 1,1 тис. осіб (або на 2,4%) менше, ніж у 2011 році. У порівнянні з 2011 роком середньомісячна заробітна плата найманих робітників малих підприємств збільшилася на 213,34 грн. (або на 14,0%) та склала 1737,17 грн. (дані розрахункові).

Питома вага малого підприємництва в загальному випуску продукції міста склала 23,3%. У 2012 році 736 безробітних працевлаштовано на додаткові робочі місця, створені підприємствами за рахунок дотацій, з них 243 – у сфері малого підприємництва, 168

безробітних отримали одноразову фінансову допомогу для започаткування власного бізнесу.

Соціальна політика

У м.Запоріжжі середньомісячна заробітна плата штатного працівника підприємств з кількістю працюючих 10 осіб та більше, за 2012 рік складала 3096,32 грн., що на 5,8% більше, ніж по області та на 2,4% – ніж по Україні. У порівнянні з 2011 роком середньомісячна заробітна плата збільшилася на 10,6%. Рівень середньомісячної заробітної плати міста в 2,7 рази перевищував встановлений прожитковий мінімум для працездатної особи (1134,0 грн.).

Рівень зареєстрованого безробіття станом на 01.01.2013 складав 1,0% проти 0,93% на 01.01.2012, навантаження на одне вільне робоче місце збільшилося більше, ніж у 3 рази з 10 до 32 осіб. Кількість незайнятих громадян, зареєстрованих у січні-грудні 2012 року в центрах зайнятості міста, складала 20,6 тис.осіб, а з урахуванням осіб, які перебували на обліку на 01.01.2012, їх загальна чисельність становила 25,2 тис.осіб.

Станом на 01.01.2013 на обліку в центрах зайнятості міста перебувало 5024 особи. Середній розмір допомоги по безробіттю за січень-грудень 2012 року становив 1410,41 грн. На виплату допомоги по безробіттю впродовж 2012 року спрямовано 45,58 млн.грн. У 2012 році працевлаштовано більше 13 тис.осіб., що на 7,5% більше, ніж у 2011 році.

Гуманітарна політика

Сьогодні у місті Запоріжжі функціонують такі основні вищі навчальні заклади:

- Запорізький національний університет
- Запорізький національний технічний університет
- Запорізький державний медичний університет
- Запорізька державна інженерна академія
- Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій
- Класичний приватний університет

Дані про загальну чисельність запорізьких студентів у відкритих джерелах відсутні.

Упродовж 2012 року в місті функціонували 124 загальноосвітніх навчальних заклади I-III ступенів, у складі яких 119 шкіл комунальної власності (58,6 тис.учнів) та 5 приватних навчальних закладів (324 учні). Поряд із традиційною середньою загальноосвітньою школою у місті працюють заклади для навчання обдарованих, талановитих та здібних дітей: 9 ліцеїв (5121 учень), 2 колегіуми (1848 учнів) та 17 гімназій (11624 учня).

У м.Запоріжжі функціонує 141 дошкільний навчальний заклад, де 25290 дітей отримували дошкільну освіту, з них: 114 дошкільних закладів (98 комунальних та 16 інших форм власності); 27 дошкільних підрозділів у НВК. Крім того, 119 дітей здобували дошкільну освіту в 6-ти дошкільних групах, що функціонують при загальноосвітніх закладах.

Медичну допомогу мешканцям міста надають 32 комунальних заклади охорони здоров'я, в тому числі: 9 міських лікарень, з яких 7 закладів мають в своїй структурі поліклінічні відділення; 8 самостійних поліклінік (5 дорослих і 3 дитячі), 5 пологових будинків (1 з яких знаходиться в оперативному управлінні міста), 7 стоматологічних поліклінік, лікарня екстреної і швидкої медичної допомоги. Станом на 01.01.2013 в комунальних установах охорони здоров'я міста функціонувало 4180 цілодобових ліжок та 694 ліжка денного перебування.

Екологічна політика і стан довкілля

Наявність значної кількості промислових підприємств впливає на стан навколишнього середовища міста. Викиди промислових підприємств становлять близько 70,0% від загального валового викиду забруднюючих речовин в атмосферне повітря; викиди автотранспорту складають близько 30,0%. На території міста знаходиться 106 підприємств, які здійснюють викиди забруднюючих речовин (без вуглецю діоксиду) в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення. Обсяги викидів стаціонарними джерелами (без урахування вуглецю діоксиду) за 2012 рік склали 92,3 тис.т., або 78,9% до обсягів викидів за 2011 рік.

За даними досліджень якості атмосферного повітря в житловій забудові рівень забрудненості атмосферного повітря за критерієм показника рівня забруднення залишається «неприпустимим», а за ступенем небезпеки – «помірно небезпечним». Забруднення атмосферного повітря порівняно з показниками 2011 року суттєво не змінилося. Дещо зросло забруднення повітря зваженими речовинами. Значно знизився відсоток перевищень максимально-разових концентрацій фтористого водню та сірководню. Проте, зростає забрудненість атмосфери сірководнем, сірчаним ангідридом, фенолом.

У 2012 році найбільше забруднення повітря спостерігалось в Заводському та Орджонікідзевському районах, вище середньоміського рівня атмосферне повітря було забруднене в Ленінському (6-е та 8-е селища, пр.Металургів) та Жовтневому районах. Як і в попередні роки, нижче середньоміського рівня реєструвалася забрудненість атмосфери в Комунарському, Шевченківському та Хортицькому районах.

За даними Головного управління статистики в Запорізькій області, станом на 01.01.2013 в місті накопичено 114143,4 тис.т. відходів I-IV класів небезпеки.

Запоріжжя розташоване на р.Дніпро. Довжина річки в межах міста складає 24,2 км. Відстань від міста до гирла – 331 км, Русло р.Дніпро в районі міста зарегульоване Дніпровським і Каховським водосховищами. Гідрографічна мережа Запоріжжя складається, окрім р.Дніпро, з малих річок: Мокра Московка, Суха Московка, Верхня, Середня та Нижня Хортиця, великої кількості струмків і балок. Довжина малих річок у межах міста складає 26 км, струмків – 11,5 км, балок із водотоками – 22,3 км.

Річка Дніпро є джерелом водопостачання промислових об'єктів міста, джерелом енергії, а також повністю задовольняє господарсько-питні потреби міста, є транспортною артерією та цінним рекреаційним ресурсом. Упродовж останніх років забір води по місту складає 250-260 млн. м³/рік. Загальний поверхневий скид зворотних вод складає близько 155 млн. м³/рік.

Для підвищення екологічної безпеки, захисту життя і здоров'я населення від негативного впливу, зумовленого забрудненням навколишнього природного середовища, досягнення гармонійної взаємодії суспільства і природи розроблено Програму природоохоронних заходів, спрямованих на охорону навколишнього середовища, раціональне використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки м.Запоріжжя.

Заклади культури (об'єкти комунальної власності міста)

У 2012 році мережа закладів культури та мистецтв, що перебувають у комунальній власності, складалася з 59 закладів, у т.ч.: 37 міських бібліотечних закладів, 13 початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів, муніципальний театр-лабораторія «Ві», муніципальний театр танцю, міський центр народної творчості та культурно-освітньої роботи «Народний дім», комунальні заклади «Палац культури «Титан», «Палац культури «Заводський», «Палац культури «Хортицький», «Палац культури «Орбіта»,

«Кіноконцертний зал ім.О.Довженка», а також комунальне підприємство «Зірка» (кінотеатр наразі не функціонує).

Упродовж 2012 року в місті працювало 37 міських бібліотек, у т.ч. 20 бібліотек для дорослого населення, 17 – для дітей. У бібліотеках міста працює 241 осіб. У 2012 році послугами бібліотек скористувалися 112,4 тис. читачів. Також у м.Запоріжжі протягом 2012 р. здійснювали діяльність 13 початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів: 8 музичних шкіл, 4 школи мистецтв, 1 художня школа, де навчалися різним видам мистецтв 5,3 тис.дітей та працювали 683 викладачі.

Туристичний потенціал міста (загальний огляд)

Місто Запоріжжя має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним розташуванням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендovих туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями.

За результатами експертних опитувань (щорічні рейтинги міст від журналу «Фокус» та інші джерела), Запоріжжя отримує вищі оцінки щодо туристичної привабливості, ніж більшість обласних центрів Південно-Східної та Центральної України, серед яких Дніпропетровськ, Донецьк, Полтава, Харків. На сьогодні цей туристичний потенціал використовується не повною мірою.

На Державному обліку в м. Запоріжжя перебувають 206 пам'яток:

- історії — 173;
- монументального мистецтва — 18;
- науки і техніки — 11;
- археології — 9;
- архітектури та містобудування — 13.

У Жовтневому районі налічується близько 120 архітектурних об'єктів, що мають історичну цінність і представляють Старий Олександрівськ. Архітектурні об'єкти занесені до Зведеного переліку раніше затверджених пам'яток містобудування та архітектури і щойно виявлених об'єктів культурної спадщини містобудування та архітектури м. Запоріжжя.

На думку фахівців, головними туристичними об'єктами Запоріжжя є: Національний заповідник «Хортиця» (включно з Музеєм історії Запорозького козацтва та Історико-культурним комплексом «Запорозька Січ», пам'ятками археології давніх часів); 700-річний Запорізький Дуб; 6-те селище («Соцмісто»); Дніпровська гідроелектростанція ім. В. Леніна (ДніпроГЕС); Проспект Леніна; «Старе місто» - Старий Олександрівськ.

Як основні об'єкти показу під час оглядових екскурсій містом Запоріжжям наразі пропонуються також наступні:

- залізничний вокзал Запоріжжя -1;
- майдан Волі – площа Радянська;
- ЦПКіВ «Дубовий гай»;
- дамба, яка поєднує стару і нову частини міста;
- площа Фестивальна;
- площа Маяковського (фонтан, міська архітектура);

- каскад фонтанів «Райдуга»;
- Алея Слави;
- пам'ятник воїнам-інтернаціоналістам;
- бульвар Шевченка (комплекс фонтанів);
- Набережна міста (з видом на будівництво нових мостів, о.Хортиця та ін.);
- площа ім.О.Поляка;
- проспект Металургів;
- площа Леніна (оглядовий майданчик з видом на ДніпроГЕС та о.Хортицю);
- бульвар Вінтера;
- мости Преображенського та арочний міст;
- місце будівництва нових мостових переходів через Дніпро.

Серед туристично-привабливих об'єктів Запоріжжя можна коротко охарактеризувати, зокрема, наступні (використані дані з сайтів Запорізької міської ради, Запорізького обласного туристично-інформаційного центру, Національного заповідника «Хортиця» та інших джерел).

Національний заповідник "Хортиця" – науково-дослідна та рекреаційно-освітня установа, яка здійснює охорону пам'яток історії, культури та природних об'єктів, збирає, вивчає, зберігає та популяризує пам'ятки, пов'язані з історією запорозького козацтва та інших історичних епох. **Острів Хортиця** – найбільший острів на річці Дніпро (довжина 12,5 км, найбільша ширина - до 2,5 км). Це єдина комплексна історико-культурна та природна пам'ятка, що охоплює період від мезоліту до ХХ сторіччя. Заповідник "Хортиця" занесений до державного реєстру нерухомих пам'яток України. На його території нараховується 63 пам'ятки археології та історії, 33 з яких поставлено на державний облік.

З метою збереження в природному стані унікальних пам'яток геології порожистої частині Дніпра, таких як виходи докембрійських кристалічних порід, цінну наскальну рослинність, рідкі та зникаючі види рослин на ділянках цілинних степів, байрачних та плавневих лісів у 1974 році на території історико-культурного заповідника було утворено **Загальногеологічний заказник загальнодержавного значення „Дніпровські пороги”**. У 1993 році державному історико-культурному заповіднику було надано статус національного. До його складу входять острів Хортиця і прилеглі до нього острови та скелі – Байда, Дубовий, Розстебин, Три Стоги, Середня, Близнюки, урочище Вирва на правому березі Дніпра. Зважаючи на свою унікальність заповідник “Хортиця” занесений до Державного реєстру нерухомих пам'яток України, як пам'ятка національного значення. Загальна площа заповідника становить 2359,34 га.

Особливість Хортиці полягає в рідкісному сполученні на одній території різноманітних природних комплексів – плавневих лісів та луків, справжніх та петрофітних степів, скелястих відшарувань гранітів, балок, нагорних дібров, висячих боліт, озерних комплексів. Аналогів подібної за масштабами єдиної екосистеми в Україні немає.

Острів Хортиця має унікальні природні, історико-культурні, естетичні та рекреаційні ресурси, які дозволяють розвивати на ньому близько 10 видів екологічного туризму: екскурсії екологічними стежками, науково-пізнавальний туризм, пішохідний, спортивно-оздоровчий, велосипедний, кінний, водний, підводний, скелелазіння, спортивне орієнтування тощо.

Музей історії Запорозького козацтва розташований на території Національного заповідника «Хортиця». Тут постійно працюють експозиції: "Запорізький край в найдавніше час", "Запоріжжя в період Київської Русі", "Запоріжжя в часи козацтва",

"Заселення Запорізького краю в 18-20 століттях". У музеї експонуються три діорами ("Битва київського князя Святослава", "Військова рада на Січі", "Звільнення Запоріжжя 14 жовтня 1943") і постійно діючі виставки ("Запорізьке козацтво в історичній та художній літературі", "350-річчя Визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького", "Православ'я на запорозьких землях", "Кам'янській Січі 290 років", "Нові археологічні знахідки Національного заповідника "Хортиця" та інші). У музеї розроблена окрема програма екскурсій для дітей старшого дошкільного та шкільного віку.

У лютому 2009 року в Національному заповіднику "Хортиця" відкрили екскурсію, упродовж якої туристичні групи мають можливість побачити відреставровану козацьку чайку 1736-1739 років, підняту з дна Дніпра. Всього фахівці НЗ «Хортиця» пропонують більше 20 тематичних екскурсій для різних категорій туристів.

Кількість організованих туристів та екскурсантів, які відвідали Національний заповідник «Хортиця» (у т.ч. Музей історії Запорозького козацтва та Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ») у 2012 р., за даними оперативного обліку, складає близько 250 тис. осіб. Серед них – іноземні туристи (Російська Федерація, Республіка Білорусь, Німеччина, Польща та ін.). Острів Хортиця (НЗ «Хортиця») є найбільш відвідуваним туристами об'єктом у м.Запоріжжі і вважається третім за відвідуваністю туристичним об'єктом в Україні.

Піклуючись про відтворення історичної пам'яті та повернення до багатовікових традицій запорозького козацтва на території Національного заповідника «Хортиця» було створено **Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ»**. Це узагальнений образ козацької столиці, в якому представлено головні будівлі, притаманні Запорозьким Січам: церква, курені, будинок кошового отамана, канцелярія, військові скарбнички, школа, гарматниця. На передмісті: кузня, гончарня, шинок та «грецька хата» для заїжджих гостей. Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ» на острові Хортиця покликаний дати сучасникам цілісне уявлення про таке унікальне явище, яким було в історії України запорозьке козацтво.

Запорозька Січ – столиця козацьких земель, серце низового лицарства та центр козацької вольності, який існував за порогами Дніпра із середини 16 ст. до 1775. Утворення Запорозької Січі пов'язане з процесом формування українського козацтва і освоєння ним раніше спустошених татарами українських земель між Дніпром і Південним Бугом. Численні козацькі загони, які займалися господарським освоєнням цих земель і вели постійну боротьбу з татарами, змушені були будувати укріплення для власної безпеки. Налічувалось 8 Запорозьких Січей, які по чергово змінювали одна одну. Розташовувались вони на території сучасних Запорізької, Дніпропетровської та Херсонської областях. Поява першої пов'язана з ім'ям Д. Вишневецького. В 1-й пол. 50-х рр. 16 ст. він заснував на о. Мала Хортиця (тепер – острів Байда) замок, який став козацькою твердинею і опорним пунктом для масштабних походів проти татар.

700-літній Запорізький дуб протягом століть був місцем паломництва мільйонів людей. Учені припускають, що справжній його вік перевищує дев'ять століть. Найбільш ранні, найбільш достовірні відомості про культове поклонінні священного дуба містяться в роботі літописця десятого століття нашої ери Костянтина Багрянородного. Сучасні археологічні дослідження підтверджують факти, викладені в стародавньому рукописі. З огляду на велике значення 700-літнього Запорозького дуба як пам'ятки природи в контексті історичного та культурного розвитку України до 10-ї річниці Незалежності України, тут відкрито історико-культурний центр "700-літній Запорозький дуб".

Зараз територія Історико-культурного комплексу знаходиться під опікою Всеукраїнської федерації козацьких бойових мистецтв «Спас». На території центру передбачені майданчики для виступів професійних театралізованих козацьких вистав. Історико-культурний комплекс «700-річний Запорозький Дуб» вже включений до багатьох

туристичних маршрутів та має подальші перспективи розвитку. На території комплексу проходять виступи театру козацького бою «Запорозький Спас».

У складі об'єктів Історико-культурного центру «700-літній Запорозький дуб» функціонують: музеєфікований Запорозький дуб, каплиця на честь Покрови Пресвятої Богородиці, театр козацького бою "Запорозький Спас", ігрові дитячі вистави, кінні прогулянки, та уроки верхової їзди, кафе шинок "Біля Дуба", сувенірна лавка та інші.

«Велике Запоріжжя» – це архітектурний комплекс, що виріс на берегах Дніпра в 30-х рр. ХХ ст. Після того, як у 1920 р. було вирішено будувати в Запоріжжі Дніпрогес з комплексом підприємств чорної та кольорової металургії, місто очікував демографічний бум. У 1929 р. нестача житла стала катастрофічною. За 1930 - 1931 рр. кількість населення з 92 тис. осіб збільшилася до 200 тис.

Тому у 1929 р. розпочали будівництво трьох селищ, два з яких планувалося розмістити на правому березі, а одне – на лівому, перед в'їздом на греблю Дніпрогесу. Лівобережний район отримав назву "шостого селища", або "**Соцмісто**". Його планування передбачало забудову одного кварталу будинками лише з двокімнатними квартирами, іншого – будинками з трьохкімнатними квартирами, третього – тільки будинками-комунами, четвертого – будинками-гуртожитками і т.д. Таке планування мало відповідати новому принципу містобудування – відокремлення житлових територій від громадських. Автором багатьох капітальних будинків став відомий московський архітектор В. Веснін.

У 1932 р. було затверджено проект забудови Великого Запоріжжя. Він передбачав будівництво семи районів на обох берегах Дніпра і був розрахований на 30 років. За ним 50-70 % території передбачалося віддати під зелені насадження, і лише 15-20 % під будинки. Заводи і житлові масиви повинна була розділяти 1-6 кілометрова зелена зона. Проект, відзначений золотими медалями на міжнародних виставках в Парижі і Нью-Йорку у 1938 та 1939 рр., вдалося втілити в життя лише частково через початок війни.

У 1947 р. за проектом групи харківських архітекторів на чолі з Г. Вегманом розпочалося відновлення старих будинків «Соцміста» і будівництво нових. Під час відновлювальних робіт архітектори намагалися надати будинкам той вигляд, який вони мали до війни. В деяких випадках старим будівлям збільшували поверховість, додавали художні елементи в оформленні фасадів. Дахи нових житлових будинків стали прикрашати баштами зі шпильями, а їх фасади пілястрами, арками, ліпниною з орнаментом. На сьогодні відбудоване за частково зміненим планом «Соцмісто» залишається унікальним архітектурним комплексом, який включений до оглядових екскурсійних маршрутів.

Проспект Леніна — центральна магістраль міста Запоріжжя, що простягається від Привокзальної площі станції Запоріжжя I до однойменної площі поблизу Дніпрогесу. В різні часи окремі частини сучасного проспекту носили імена Поштова, Столбова, Велика, Головна, Верхня, Поліцейська, Соборна, Карла Лібкнехта та інші. З 4 січня 1952 року проспект носить ім'я радянського вождя В. І. Леніна. Проспект, за більшістю даних, має загальну довжину 10,4 км (Google.map - 11,3 км), завдяки чому розглядається як один із найдовших у Європі. Проспект Леніна (в межах від пр.Металургів до ТЦ «Україна») є логічним просторовим та архітектурним продовженням «Соцміста». Проспект має специфічну архітектуру, на ньому або в найближчих кварталах розташовані більшість державних установ, міські заклади соціально-культурної сфери, торговельні центри, розважальні та інші об'єкти.

ДніпроГЕС – найбільша гідроелектростанція Дніпровського каскаду. Проект будівництва розробив професор І.Г.Александров. Архітектурне оформлення гідроелектростанції було здійснене за проектом, розробленим під керівництвом

російського архітектора В.О.Весніна. Через греблю ДніпроГЕС здійснюється транспортне сполучення між лівобережною і правобережною частиною міста.

У 1927 р. відбулася закладка Дніпрогесу. 1 травня 1932 р. дав промисловий струм перший агрегат, а 10 жовтня цього року було урочисто відкрито ГЕС. Поряд із забезпеченням народного господарства дешевою електроенергією Дніпрогес дав можливість створити умови для судноплавства на Дніпрі від його верхів'я до Чорного моря. Під час Великої Вітчизняної війни греблю ГЕС було зруйновано. У березні 1944 р. розпочалися відбудовні роботи. З 1947 р. по 1950 р. об'єкт було повністю відновлено.

22 квітня 1972 р. було розпочато будівництво другої черги Дніпровської ГЕС. В 1974 р. введено в експлуатацію перший гідроагрегат, а в 1981 р. станція вийшла на повну потужність. Загальна довжина напірного фронту гідропоруд Дніпровського гідровузлу — 1,3 км, пропускна здатність — 26900 м³/сек. На Дніпровській ГЕС-1 встановлено 9 вертикальних гідроагрегатів сумарною встановленою потужністю 665 МВт і 1 гідроагрегат встановленою потужністю 2,6 МВт. На Дніпровській ГЕС-2 встановлено 8 гідроагрегатів. Середньорічне виробництво електроенергії Дніпровською ГЕС дорівнює 4008 млн кВт. г. при напорі води 34,3 м.

За радянських часів ДніпроГЕС визнавався одним з найцікавіших об'єктів для туристів не лише у Запоріжжі, але й на території України в цілому. На цей час систематичні екскурсії до технологічної зони та машинного залу електростанції заборонені.

Театральні і концертні заклади міста представлені, зокрема, наступними:

- Академічний музично-драматичний театр ім. Магара
- Муніципальній театр-лабораторія «VIE»
- Театр юного глядача (Театр молоді)
- Ляльковий театр
- Новий театр
- Кінний театр «Запорозькі козаки» (на о.Хортиця)
- Палац культури "Дніпроспецсталь" та інші.

Концертний зал ім.Глінки (обласна філармонія) – місце традиційного проведення концертів класичної музики та інших культурних заходів. Серед колективів обласної філармонії: Запорізький академічний симфонічний оркестр (диригент, художній керівник – народний артист України В'ячеслав Редя), козацький ансамбль "Запорожці", вокальний квінтет "Водограй" та інші.

Найбільші кінотеатри міста, крім вказаних вище муніципальних закладів: Кінотеатр «Байда», Кінотеатр ім.Маяковського (входить до мережі «Кіносистема»). Очікується також відкриття нових кінотеатрів у ТРЦ «Аврора» (має бути введений в експлуатацію до кінця 2013 р.). На рубежі 1980-90-х рр. у Запоріжжі налічувалось більше 10 кінотеатрів, які працювали в усіх районах міста.

Музеї Запоріжжя представлені такими закладами:

Обласний краєзнавчий музей, в якому постійно працюють експозиції: "Природа Запорізького краю", "Археологія", "Козацтво", "Етнографія", "Велика Вітчизняна", "Нестор Махно і його час", "Олександрівськ – Запоріжжя на поштовій листівці" та інші.

Обласний художній музей, колекція якого сьогодні налічує близько 13 тис. експонатів.

Музей історії зброї – єдиний в Україні приватний музей історії зброї такого масштабу. В експозиції виставки представлено понад 2000 одиниць холодної та вогнепальної зброї, які відображають всі етапи становлення людської цивілізації.

Серед приватних музеїв також слід відзначити Музей раритетних автомобілів «Фаетон» та Музей кераміки. Наприкінці 2012 року запрацювала ще одна приватна експозиція – Музей техніки В.Богуслаєва.

Серед **виставкових залів** міста найвідомішими є:

– Виставковий зал Спілки художників України – найбільша за площею художня експозиція міста.

– Виставковий зал Запорізького відділення спілки фотохудожників України.

– «Art L» (художня галерея). Галерея " Art L " відкрилася в березні 2009 року. У планах – регулярне проведення виставок, виконаних на високому художньому рівні. Галерея не обмежує тематику своїх виставок тільки образотворчим мистецтвом. До уваги глядачів буде представлений по можливості широкий спектр жанрів і напрямів творчості різних художників з різних регіонів України, а також ближнього і далекого зарубіжжя.

– Галерея "Ленін", «Artzebs – gallery» (галерея сучасного мистецтва) та інші.

Окремим культурним осередком Запоріжжя є міський Вернісаж, організований найбільшою творчою організацією міста Запорізьким міським об'єднанням митців «Колорит» в центрі міста, на площі Маяковського біля Фонтану Життя. Щоденні виставки «Колориту» є унікальним місцем в Запоріжжі, де можна поспілкуватися з майстрами й художниками, побачити майстер-класи з різьблення, вишивки, бісероплетіння та інших видів творчості, отримати корисні поради від професійних художників, дизайнерів, карикатуристів, членів Союзу художників, національного Союзу майстрів.

Виставковий центр "Козак-Палац" Запорізької торгово-промислової палати (ЗТПП) відкрився 11 березня 2009 року. Загальна площа центру – 8 600 кв.м. Це один з найбільших виставкових павільйонів такого класу в Україні. «Козак-Палац» - місце проведення щорічних інвестиційних форумів, галузевих виставок, конференцій та інших ділових заходів. Виставковий центр є перспективним і базовим об'єктом для розвитку ділового туризму у Запоріжжі.

ЗТПП – найбільший в регіоні організатор галузевих виставок, серед яких: Міжнародна виставка "Машинобудування. Металургія", спеціалізовані виставки: "Домострой", "Ювелірний світ", "Агротехсервіс" та інші. Система управління якістю Запорізької торгово-промислової палати сертифікована на відповідність стандарту ISO 9001:2000 в системах TUV CERT та УкрСЕПРО.

Об'єкти для сімейного та дитячого відпочинку:

Запорізька дитяча залізниця. Довжина Дитячої залізниці близько 9 км. Тут також розміщуються невеличкий зоопарк, акваріум, зимовий сад і тераріум.

Запорізький міський дитячий ботанічний сад був створений в 1958 році. Зараз у Запорізькому дитячому ботанічному саду налічується близько 3 тис. різновидів рослин, сад займає площу в 12 га . Тут працює 18 гуртків, які нараховують 46 груп . У них щорічно безкоштовно навчаються і виховуються більше 600 дітей у віці від 7 до 17 років. Запорізький ботанічний сад веде наукову роботу, співпрацює з міськими навчальними закладами: ЗНУ, ЗДМУ, медичним училищем.

Також у Запоріжжі відкриті центри дитячих розваг: «Шекіленд», «Малята-хата» та інші.

Центральний парк культури та відпочинку "Дубовий гай" - центральний парк відпочинку м. Запоріжжя розміщується у Жовтневому районі, вниз (до Дніпра) від майдана Волі. Від набережної магістралі тягнеться до річкового вокзалу. Назву парк "Дубовий гай" отримав від безлічі дубів, які ще в XVIII столітті займали значні території, що розкинулися до Великого Лугу. Сьогодні загальна площа парку – 57 гектарів. Серед парку – річкова протока, через яку в декількох місцях перекинуті мости. Уздовж доріжок встановлені лавки, дитячі майданчики, парк атракціонів, фонтан, декілька майданчиків для проведення концертів, тенісні корти.

Подієвий туризм у Запоріжжі представлений низкою заходів, деякі з них мають потенціал перетворитись на культурні події національного значення. Так, щорічно відзначаються загальноміські свята: День міста, День металурга, Новорічні (різдвяні) свята, Івана Купала, Великдень на Хортиці, Масляна та інші.

Найбільші фестивалі, організацією яких опікується управління культури і мистецтв Запорізької міської ради:

- Міжнародний фестиваль дитячого та юнацького виконавського мистецтва "Акорди Хортиці";
- Фестиваль вітчизняного кіно "Запорізька синерама";
- Всеукраїнський мистецький пленер "Хортиця крізь віки";
- Всеукраїнський рок-фестиваль "За-поріG";
- Міжнародний джазовий фестиваль "Запорізький джем";
- Відкритий театральний фестиваль "Золота Хортиця";
- Фестиваль вогняних мистецтв "Хортиця — острів вогнів";
- Всеукраїнський фестиваль гончарного мистецтва "Гончари на Хортиці";
- Джаз фестиваль "Запорізький Джем";
- Міжнародний фестиваль козацьких бойових та традиційних мистецтв "Спас" та інші.

Окремо слід виділити **Покровський ярмарок** – комплексний виставково-торговельний і культурно-розважальний захід, який традиційно проводиться на початку жовтня і сьогодні є наймасштабнішим серед заходів подієвого туризму у Запоріжжі.

Запоріжжя має перспективи розвитку **подієвого туризму у спортивній сфері**. Це обумовлюється, зокрема, такими факторами:

1. Наявність кількох команд майстрів у вищих національних лігах (футбол, футзал, гандбол, волейбол, баскетбол), у т.ч. таких, що регулярно посідають чемпіонські та призові місця.
2. Розташування у місті сучасного футбольного стадіону, критого легкоатлетичного манежу, гребного каналу з довжиною води, що відповідає олімпійським стандартам (канал підлягає реконструкції та відновленню), палацу для зимових видів спорту (перебуває на реконструкції) та інших об'єктів спортивної інфраструктури.
3. Річка Дніпро, яка може стати місцем проведення змагань з парусного та інших водних видів спорту.
4. Проспект Леніна, довжина якого дозволяє проводити марафонські змагання, велопробіги та інші масові спортивно-оздоровчі заходи.
5. Наявність на околицях міста територій, придатних до облаштування сучасних трас для проведення авто- і мотокросів та інших змагань з видовищних та екстремальних видів спорту.

6. Острів Хортиця, унікальні природні ландшафти якого пристосовані для проведення заходів зі спортивного туризму, скелелазіння тощо.

Промисловий (індустріальний) туризм – новий і також перспективний для міста напрямок розвитку туристичної галузі. Потенційно цікавими і туристично-привабливими для різних категорій туристів, а також для мешканців міста є підприємства, які мають унікальні технологічні процеси. Таких об'єктів у Запоріжжі налічується більше 100 (у т.ч. металургія – 36, машинобудування – 60, харчова та легка промисловість – 48). Найбільші металургійні та інші підприємства міста мають власні музеї, які можуть бути об'єднані в єдиний музейний та екскурсійний комплекс з виразною назвою («Дніпрокомбінат ХХІ», «Парк індустріального періоду» тощо).

Крім того, заслуговують на увагу колишні промислові території та об'єкти, що виведені з експлуатації. Частина таких об'єктів знаходиться у центральній частині міста та інших доступних для відвідування місцях. Вони можуть бути використані безпосередньо як індустріальна спадщина для проведення екскурсій, організації різних креативних заходів, фестивалів і змагань з екстремальних видів спорту, або ревіталізовані та пристосовані під інші туристичні (рекреаційні) потреби.

Окремим важливим питанням, що має бути вирішене під час реалізації Стратегії, залишається залучення до міста (залишення у місті на декілька днів) туристів, які формують транзитні туристичні потоки на Азовське та Чорноморське узбережжя. За оцінками експертів, кількість туристів, які щорічно проїжджають через Запоріжжя залізничним, автобусним, автомобільним транспортом складає від 2-х до 4-х мільйонів осіб.

Власний ресурсний потенціал міста у сфері розвитку туризму може бути доповнений та розвинений на засадах партнерства туристичним та курортно-рекреаційним потенціалом Запорізької області та сусідніх регіонів країни.

Туристична інфраструктура

За інформацією сектору туризму Запорізької міської ради, станом на 01.07.2013 р., в місті налічується 39 готелів різного рівня комфортності. Номерний фонд готельних підприємств складає 1115 номерів. Ще близько 2000 місць, за оцінками експертів, можуть запропонувати для розміщення туристів власники приватного житла. Винаймання квартир у таких власників відбувається, як правило, без оформлення відповідних документів, без обліку споживачів послуг і без сплати податків (у т.ч. туристичного збору).

Найбільшим за кількістю номерів (230) є готель «Інтурист», розташований на центральній площі міста (пл.Фестивальна). Готель має категорію «4 зірки». Протягом 2011-2012 рр. реконструйовано готель «Театральний» (109 номерів), який відповідає стандарту «3 зірки». Готель діє з 1912 р. (сучасну будівлю відновлено у 1950-х рр.), розташований у старій частині міста (територія «Старого Олександрівська»). Готель «Дніпро» (147 номерів), розташований також на пр.Леніна у центральній частині міста, перебуває на реконструкції. Замовник і новий оператор – національна мережа готелів «7 днів».

Серед відомих міжнародних готельних мереж у Запоріжжі представлені готелі «Reikartz Hotels & Resorts» («Рейкарц»), має 43 номери, а також «Four Points by Sheraton» («Шератон»), має 164 номери. Ці готелі розташовані в районі Набережної магістралі.

У місті нараховується 15 рекреаційних закладів, у т.ч: санаторії – 4, дитячі оздоровчі заклади – 2, профілакторії – 4, бази відпочинку – 3, санаторій-профілакторій – 1.

Туристичні послуги у м. Запоріжжя (за даними звіту за 6 міс. 2013 р.) надають 108 суб'єктів туристичної діяльності, у тому числі: туроператорів – 27, турагентів – 81.

За 6 місяців 2013 року кількість обслугованих туристів, за офіційними статистичними даними, склала 21 тис.756 осіб. З них: туристів, що виїжджали за кордон - 8191 особа; охоплених внутрішнім туризмом - 7524 особи. Кількість екскурсантів склала 3072 особи. Обсяг наданих туристичних послуг за 6 місяців 2013 року склав 24710,9 тисяч грн.

За оцінками експертів, ці дані є неповними. Крім того, звіти враховують лише туристів (здебільшого мешканців Запоріжжя й області), які скористались послугами запорізьких туристичних компаній. Кількість туристів та екскурсантів, які в'їжджають до Запоріжжя, користуючись послугами інших туристичних фірм чи самостійно, наразі не обліковується. Точні статистичні спостереження чи цільові соціологічні дослідження у цьому напрямку не проводяться.

У місті зареєстровано близько 1500 суб'єктів підприємницької діяльності, юридичних та фізичних осіб, які надають послуги громадського харчування (ресторани, кафе, бари та ін.). Діючих об'єктів громадського харчування – близько 650, з них не більше 20% можна віднести до таких, що мають достатньо високий рівень якості послуг і можуть розглядатися як пріоритетні для обслуговування туристів.

На території Запоріжжя розташовані декілька пунктів масової зупинки туристичних екскурсій та оглядових майданчиків, серед них: на о.Хортиця в районі Музею історії Запорозького козацтва, на пл.Леніна з видом на ДніпроГЕС (верхній і нижній б'єф) та о.Хортицю, на пл.Маяковського (для огляду центральної частини міста). Зупинкові пункти та оглядові майданчики не відповідають сучасним вимогам, недостатньо облаштовані і мають низьку пропускну здатність.

При обласному краєзнавчому музеї у 2008 р. було відкрито Запорізький обласний туристично-інформаційний центр (ЗОТІЦ). Тут створено першу в Україні мультимедійну базу даних, яка сьогодні містить інформацію про більш ніж 3 тис. туристичних об'єктів Запорізького краю (міста і області). База даних постійно поповнюється і уточнюється.

Всі бажаючі можуть отримати довідку про основні туристичні об'єкти області, природні, археологічні, історичні, культурні та духовні пам'ятки, культурні та культурно-розважальні заклади, готелі, санаторії, бази відпочинку, головні туристичні маршрути, розклад руху поїздів та автобусів, обласні та районні свята і фестивалі, туристичні компанії і послуги, а також іншу інформацію, що стосується туризму і відпочинку в Запорізькій області.

Пріоритетною метою центру є збір, обробка та поширення інформації стосовно туристичних можливостей області. Приймаючи участь в різноманітних регіональних, всеукраїнських та міжнародних туристичних виставках, форумах, фестивалях, ЗОТІЦ співпрацює з подібними центрами інших областей. Завдяки цьому співробітництву інформація про туристичні об'єкти і організації Запорізького краю поширюється всією Україною. З іншого боку, до центру надходить відповідна інформація з інших регіонів України. Центр має певний потенціал і позитивний досвід роботи, проте популяризація діяльності та інформаційна активність ЗОТІЦ є недостатньою.

Власні інформаційно-туристичні центри мають також Національний заповідник «Хортиця», Музей історії Запорозького козацтва, Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ».

Нормативно-правове регулювання, міські та обласні програми у галузі розвитку туризму і культури

Серед актів законодавства України, які регулюють туристичну діяльність, при реалізації цієї Стратегії необхідно врахувати, насамперед, Закони України:

«Про культуру» від 14.12.2010 № 2778-VI;

«Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР;

«Про курорти» від 05.10.2000 № 2026-III;

«Про музеї та музейну справу» від 29.06.1995 № 249/95-ВР;

«Про охорону культурної спадщини» від 08.06.2000 № 1805-III;

«Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» від 21.09.1999 № 1068-XIV;

«Про охорону археологічної спадщини» від 18.03.2004 № 1626-IV.

Кабінет Міністрів України на своєму засіданні 1 серпня схвалив Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року. Концепцію розроблено Держтуризмкурортом у рамках виконання Національного плану дій, затвердженого Президентом України.

До Програми будуть включені заходи з визначення туристичної спеціалізації регіонів, туристичного районування країни (зокрема, це стосується територій пріоритетного розвитку туризму) та створення умов для залучення інвестицій.

Також Програма буде включати заходи зі створення умов для розвитку пріоритетних видів внутрішнього туризму, забезпечення раціонального використання територій курортів, вдосконалення санаторно-курортного обслуговування. У Державній цільовій програмі буде передбачено створення системи поширення інформації про туристичні можливості України, підвищення безпеки туристів та покращення якості готелів і інших засобів розміщення. За дорученням Кабміну Держтуризмкурорт до кінця 2013 року має розробити Державну цільову програму розвитку туризму та курортів.

Станом на серпень 2013 р. Запорізькою міською радою фінансується кілька програм, успішне виконання яких сприятиме розвитку туристичної галузі міста, сфери послуг та покращенню якості проведення дозвілля мешканцями Запоріжжя, у т.ч.:

Міська програма «Розвиток культури і мистецтв у місті Запоріжжя на 2013-2015 роки»;

Міська програма «Поліпшення кінообслуговування населення міста Запоріжжя на 2013-2015 роки»;

Міська програма «Загальноміські святкові заходи та акції на 2013 рік»;

Міська програма «Оцінка вартості пам'яток історії та монументального мистецтва в місті Запоріжжя на 2013 рік»;

Програма раціонального використання території та комплексного містобудівного розвитку міста на 2012-2014 роки;

Міська цільова програма «Забезпечення належної та безперебійної роботи комунального підприємства «Міжнародний аеропорт Запоріжжя»;

Міська цільова програма «Забезпечення належної та безперебійної роботи Запорізького комунального підприємства міського електротранспорту «Запоріжелектротранс»;

Програма проведення в м.Запоріжжі Покровського ярмарку;

Програма сприяння розвитку малого та середнього підприємництва у місті Запоріжжі на 2013-2015 роки.

Крім того, у галузі розвитку туризму і культури затверджені та реалізуються такі обласні програми:

Програма розвитку культури Запорізької області на 2013-2017 роки;

Програма підтримки розвитку козацтва в Запорізької області на 2011-2014 роки;

Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2011-2015 роки;

Програма підтримки розвитку культур національних меншин у Запорізькій області на 2013-2017 роки.

ВИСНОВКИ

1. Запоріжжя, розташоване у південній частині України, є великим обласним центром з розвиненою економікою, в якій переважає металургія, машинобудування та інші галузі промисловості. Місто має власні індустріальні, енергетичні, будівельні та інші ресурсні потужності, зручне транспортно-логістичне сполучення з іншими регіонами України та сусідніми країнами. Територія має відносно стабільні кліматичні та геологічні умови.

2. Історія Запорізького краю достатньо багата на історичні та культурні події – з стародавніх часів до наших днів, відрізняється багатоманітністю, багатокультурністю (поліетнічністю) та іншими специфічними особливостями, що є сприятливим фактором для розвитку пізнавального туризму.

3. Із Запоріжжям пов'язані унікальні природні та штучні об'єкти й культурно-історичні явища, які є потенційно брендовими у сфері розвитку туризму (о.Хортиця, р.Дніпро зі спорудами ДніпроГЕСу, Запорозьке козацтво, Дніпрокомбінат та інші). З огляду на це міська влада має вжити достатніх заходів для формування цілеспрямованої маркетингової та інформаційної політики, пов'язаної з просуванням міста на туристичному ринку України та сусідніх країн.

4. Місто має невикористані ресурси для інноваційного розвитку у таких галузях туризму як пізнавальний, подієвий (розважальний та спортивний), індустріальний, екологічний, водний, екстремальні та інші види туризму.

5. Сучасний стан благоустрою, транспортної і туристичної інфраструктури міста у контексті пріоритетного розвитку туристичної галузі є незадовільним, потребує вдосконалення, розбудови нових об'єктів, підвищення якості надання муніципальних (комунальних) і комерційних послуг.

6. Місто має потенціал для залучення туристів з України (у першу чергу, Східний та Центральний регіони), Російської Федерації, Республіки Білорусь та інших країн СНД, Східної Європи, а також з країн, з містами яких встановлені побратимські відносини, і країн проживання української діаспори. Крім того, розвиток в'їзного туризму може бути пов'язаний із залученням туристів, що належать до менонітської культурно-релігійної громади та національних меншин, представлених у регіоні.

7. Для розвитку туристичної галузі на першому етапі доцільно обрати ресурсний підхід, який відрізняється підвищеною увагою до ефективності та повноцінності використання наявного туристичного потенціалу. У подальшому запроваджувати маркетинговий підхід для формування стійкого попиту на туристичні продукти та їх брендування.

8. Основою розвитку туристичної сфери міста має стати широке партнерство між владою, бізнесом і громадою, а також активізація горизонтальних зв'язків з іншими містами і регіонами України та інших країн для формування програм обміну досвідом, спрямування взаємних туристичних потоків, спільного просування на ринках туристичних послуг.

9. Необхідною умовою для розвитку туризму є також покращення стану довкілля.

3. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ПЕРЕВАГ

3.1. Результати анкетування мешканців міста

Під час розроблення Стратегії серед мешканців Запоріжжя було проведено опитування у формі анкетування. Анкетування не є статистичним дослідженням і мало на меті виявити основні тенденції та очікування мешканців Запоріжжя щодо розвитку туристичної галузі міста в цілому. Анкетування здійснювалось за випадковою вибіркою. Проведення анкетування було організоване через структурні підрозділи міської ради і районні адміністрації м.Запоріжжя.

В анкетуванні взяли участь 390 осіб, у т.ч. 106 чоловіків (або 27%) та 284 жінки (або 73%), які мешкають у різних районах міста. За віком респонденти розподіляються наступним чином:

	чоловіки	жінки	
РАЗОМ	106	284	100 %
18-30 років	34	58	24 %
31-45 років	38	125	42 %
46-60 років	28	86	29 %
61 і старші	6	15	5 %

В цілому співвідношення вікових груп відповідає середньостатистичній віковій структурі населення міст України аналогічних Запоріжжю, за виключенням найстаршої вікової групи. Жінки середнього віку стали найактивнішими учасниками опитування.

За приналежністю до основних партнерських груп, які беруть участь у розробці та реалізації Стратегії, респонденти розподілились таким чином:

Представники бізнесу	Представники влади	Організована громадськість (у т.ч. ЗМІ, вузи)	Просто мешканець міста
39 осіб	79 осіб	60 осіб	212 осіб
10%	20%	15%	55%

Під час проведення анкетування мешканців Запоріжжя щодо їхнього бачення проблем і пріоритетів розвитку туристичної галузі, а також першочергових завдань різних партнерських груп (влади, бізнесу, громади) у контексті розвитку туризму були отримані наступні результати.

За масштабом (спроможністю до залучення туристів) респонденти вважають, що Запоріжжя протягом наступних 10 років повинне зосередитись на залученні туристів, які мешкають на території України (так вважають 27% респондентів). Близько 20% віддали

перевагу Запорізькій області як пріоритетній території для залучення туристів, 12% вважають, що Запоріжжя може стати туристичним центром південного сходу та центру України. Стільки ж (12%) вказують на спроможність досягнути загальноєвропейський чи навіть світовий масштаб. Ще близько 20% висловили сумнів у тому, що Запоріжжя спроможне стати відомим туристичним центром.

За пріоритетними напрямами розвитку внутрішнього та в'їзного туризму на території Запоріжжя уподобання мешканців міста розподіляється наступним чином (з переліку було запропоновано вибрати 3 пріоритети):

1. Пізнавальний історико-культурний туризм – 66%.
2. «Зелений», екологічний та агротуризм – 64%.
3. Подієвий святково-фестивальний туризм – 44%.
4. Промисловий (індустріальний) туризм – 26%.
5. Організація масових спортивних заходів (спортивних подій) – 23%.
6. Діловий туризм та конференц-сервіс – 20%.

Ці дані свідчать про те, що мешканці Запоріжжя найвище оцінюють потенціал міста у сфері пізнавального та подієвого туризму. Друге місце «зеленого» туризму, за оцінками експертів, говорить скоріше про особисте бажання запоріжан відпочивати в екологічно безпечному середовищі, а також про наявність попиту на тури вихідного дня для відпочинку на природі. Крім того, мешканці Запоріжжя високо оцінюють рекреаційний потенціал острова Хортиці та прилеглих до міста природних територій, спроможних до розвитку цього напряму туризму. Варті уваги, на думку респондентів, ще два напрями розвитку туристичної сфери міста: промисловий (індустріальний) туризм, а також діловий туризм і супутній конференц-сервіс.

Таким чином, представникам туристичного та інших галузей бізнесу додатково слід врахувати досить високий попит мешканців міста на туристичні послуги, пов'язані з відвідуванням природних об'єктів, організацією турів вихідного дня. Задоволення потреб мешканців міста у змістовному дозвіллі, а також покращення стану довкілля в самому Запоріжжі є джерелом додаткового попиту на місцевий та внутрішній туризм.

Серед першочергових завдань міської влади для підвищення туристичної привабливості міста учасниками опитування були визначені:

- покращення транспортної інфраструктури міста і транспортних послуг;
- забезпечення чистоти у місті, покращення загального стану довкілля;
- розвиток державно-приватного (муніципального) партнерства;
- збільшення інвестицій у туристичну галузь та місто в цілому;
- розвиток туристичної та комунальної інфраструктури міста;
- формування нового іміджу міста, розвиток муніципального маркетингу;
- розроблення та реалізація комплексної програми розвитку туристичної галузі.

Головні завдання бізнесу для розвитку туризму, на думку мешканців міста:

- використання нових можливостей для власного розвитку;
- активізація участі бізнесу у розвитку міста в цілому;
- збільшення інвестицій у туристичну та суміжні галузі;
- підвищення якості товарів і послуг;
- ефективне використання рекламних можливостей і PR;
- запровадження кооперації для розвитку туризму.

Серед пріоритетних завдань активної частини громади та пересічних мешканців міста респондентами було названо:

- підвищення особистої культури, самоосвіта, виховання патріотизму;

- збереження чистоти вулиць міста, дворів, місць відпочинку;
- ініціювання та реалізація громадських проектів;
- участь у формуванні позитивного іміджу міста, PR;
- організація творчих спілок та інших громадських об'єднань;
- збереження та охорона культурних цінностей.

Таким чином, спільними завданнями для всіх учасників процесу розвитку туристичної галузі Запоріжжя мешканці міста визначають, перш за все: створення партнерств, покращення стану довкілля, формування нового іміджу міста, покращення ресурсного забезпечення, розбудова інфраструктури на підтримку туризму, комплексний стратегічний підхід до розвитку туристичної галузі.

3.2. SWOT-аналіз

Вибір стратегії розвитку туристичної галузі міста ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі міста і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення міста на міжрегіональному туристичному ринку.

З метою визначення основних чинників впливу та формулювання стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі міста Запоріжжя на період 2014 -2018 роки, було проведено SWOT-аналіз. За участі широкого кола громадськості та експертів – фахівців різних галузей науки та бізнесу, представників влади, громадських організацій, студентської молоді міста Запоріжжя – було виявлено проблеми та потенційні можливості туристичної галузі міста, потреби громади та місцевого бізнесу, найважливіші кроки та заходи щодо розбудови туристичної галузі, проведено ідентифікацію сильних і слабких сторін, потенційних можливостей і зовнішніх загроз, зроблено порівняльний аналіз.

На першому етапі (фокус-групи) учасникам SWOT-аналізу було запропоновано назвати основні, на їхню думку, внутрішні та зовнішні чинники (наявні та прогнозовані у найближчій перспективі фактори впливу), які необхідно врахувати при розробці Стратегії розвитку туризму. На другому етапі (експертне опитування) учасники визначили ступінь прояву та очікуваного впливу кожного з найбільш вірогідних факторів.

Спираючись на аналітичні висновки, за підсумками проведеної роботи були визначені основні чинники впливу на вибір стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі м.Запоріжжя. SWOT-аналіз, проведений методом фокус-груп та методом експертного опитування, вказує на внутрішні сильні і слабкі сторони міста, а також на зовнішні можливості і загрози (ризики), які впливатимуть на розвиток туристичної галузі у Запоріжжі. Узагальнені результати SWOT-аналізу подаються у таблиці.

Сильні сторони (внутрішні)	Слабкі сторони (внутрішні)
Унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення Наявність потенційно брендированих об'єктів і продуктів (о.Хортиця, Запорозьке козацтво, індустріальна спадщина та ін.) Економічно розвинене місто і регіон Вигідне транспортно-логістичне розташування	Низька якість комерційних та окремих муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць) Проблеми з благоустроєм міста, висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій Значне техногенне навантаження на довкілля

<p>(автошляхи та залізничні шляхи міжнародного значення)</p> <p>Наявність об'єктів і територій заповідного фонду в межах міста</p> <p>Специфічне просторове планування міста, поєднання урбанізованої забудови з рекреаційними зонами</p> <p>Річка Дніпро як водна артерія, зона відпочинку і місце проведення різних заходів, пункт зупинки круїзних пароплавів</p> <p>Власні енергетичні, промислові, будівельні потужності</p> <p>Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів та студентської молоді</p>	<p>Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг</p> <p>Низька активність громади міста в цілому, у т.ч. у сфері туризму, послуг, розвитку клієнто-орієнтованого малого та середнього бізнесу</p> <p>Низький рівень кооперації, партнерських відносин, кластеризації сфери послуг</p> <p>Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку міста, проектного менеджменту</p> <p>Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак професійних кадрів у системі муніципального управління</p> <p>Неефективний муніципальний маркетинг</p> <p>Імідж Запоріжжя як промислового центру з великим рівнем забруднення та "периферії"</p>
<p>Можливості (зовнішні)</p>	<p>Загрози (зовнішні)</p>
<p>Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток</p> <p>Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку (організований та неорганізований туризм)</p> <p>Близькість обласних центрів та інших населених пунктів із загальною чисельністю понад 10 млн. осіб (як ринки збуту)</p> <p>Наявність транзитного туристичного потоку через Запоріжжя (до чорноморського та азовського узбережжя)</p> <p>Подальший розвиток партнерських відносин з містами-побратимами</p> <p>Розвиток державно-приватного партнерства</p> <p>Зацікавленість проектами розвитку туризму з боку молодіжних громадських організацій, студентів</p> <p>Зацікавленість історико-культурною спадщиною з боку української діаспори, та зарубіжних представників інших національних меншин, що мешкають у Запоріжжі</p> <p>Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки місцевого самоврядування, проекти міжнародної технічної допомоги)</p> <p>Горизонтальна співпраця з іншими містами та регіонами (безпосередньо, через асоціації міст та інші об'єднання)</p> <p>Наявність попиту з боку мешканців Запоріжжя у сфері пізнавального, подієвого, промислового,</p>	<p>Незадовільний стан транспортної інфраструктури країни, низька якість послуг з перевезення</p> <p>Дефіцит бюджету, неможливість фінансування проектів через несправедливий розподіл бюджету "центр-регіони"</p> <p>Конкуренція з боку інших міст і регіонів України</p> <p>Погіршення екологічної ситуації у місті (регіоні)</p> <p>Неефективне державне управління туристичною галуззю в цілому</p> <p>Поглиблення макроекономічних кризових явищ на національному та світовому ринках</p> <p>Відсутність підтримки ініціатив влади у сфері розвитку туризму з боку бізнесу та громадськості, центральних органів влади</p> <p>Інформаційна закритість влади і суспільства</p> <p>Зниження купівельної спроможності споживачів та попиту на туристичні послуги</p> <p>Адміністративно-територіальна реформа, втрата Запоріжжям статусу обласного центру</p>

Отже, якісні та кількісні (за отриманими балами) результати SWOT-аналізу свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

Проведений комплексний аналіз наявної ситуації у туристичній галузі міста дозволяє визначити **ключові проблеми і фактори, які стримують розвиток туризму.**

Імідж та позиціонування Запоріжжя:

1. Відсутність чіткої та сприйнятої громадою ідеології і стратегії розвитку міста.
2. Невиразний образ Запоріжжя на туристичному ринку.
3. Імідж Запоріжжя як промислового центру з великим рівнем забруднення довкілля та міста-"периферії".
4. Неефективний муніципальний маркетинг, відсутність системності та цілеспрямованості у формуванні нового іміджу Запоріжжя – як туристично-привабливої території.
5. Низька представленість Запоріжжя у зовнішньому медійному просторі.

Розвиток громади:

1. Високий рівень недовіри з боку запорізької громади і бізнесу до ініціатив влади.
2. Низький рівень місцевого та загальнонаціонального патріотизму.
3. Низький рівень культурно-естетичного виховання мешканців Запоріжжя.
4. Низький рівень обізнаності місцевої громади щодо історії, історичних, культурних подій та пам'яток міста, видатних запоріжців.
5. Брак культури гостинності, створення атмосфери просторового та емоційного комфорту.

Туристично-привабливі об'єкти та події у м. Запоріжжі:

1. Незадовільний стан пам'яток архітектури, знакових об'єктів.
2. Незадовільний стан пам'яток історико-культурної спадщини (занедбаність пам'яток історії і культури, відсутність дієвих важелів впливу на власників об'єктів).
3. Недостатність сучасних культурних, виставкових, розважальних, спортивних та інших закладів для дозвілля.
4. Стан парків та скверів, площ міста не відповідають сучасним вимогам надання послуг відпочинку в місті.
5. Відсутність подій національного та міжнародного масштабу для залучення туристів.
6. Невиразність місцевого колориту в місцях обслуговування туристів, у т.ч. відсутність традицій широкого використання місцевої та національної кухні.

Туристична інфраструктура міста, туристичні продукти і послуги:

1. Загальний низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.
2. Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.
3. Відсутність дорожніх вказівників і туристично-інформаційних знаків.
4. Недостатність сучасних місць розміщення (готелів) для різних категорій споживачів, в т.ч. двох-зіркових готелів, орієнтованих на середнього туриста, а також костелів.
5. Невідповідність засобів розміщення світовим стандартам.
6. Неналежний стан туристичних маршрутів, у т.ч. брак обладнаних місць короткочасного відпочинку, відсутність єдиної системи знакування шляхів активного туризму (пішохідних, велосипедних, водних тощо).

7. Відсутність достатньої кількості стоянок та інших об'єктів туристичної інфраструктури (туалети та ін.).

8. Низька якість та недостатній асортимент туристичних та супутніх послуг: проживання, транспорт, харчування, інформаційні послуги, зони відпочинку вздовж Дніпра, санітарні зони тощо.

Загальний благоустрій, транспортна та комунальна інфраструктура:

1. Проблеми з благоустроєм міста: висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій, у т.ч. таких, що мають високий туристичний потенціал.

2. Незадовільний стан доріг – магістральних, загальноміських та внутрішньо-квартальних.

3. Невідповідність якості транспортних, інших комерційних та муніципальних послуг сучасним вимогам.

Інформаційна підтримка:

1. Відсутність якісної, комплексно оформленої пропозиції щодо подієвого туризму, у т.ч. «календаря туриста».

2. Недостатність туристичної інформації як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (туристичних карт і схем, путівників, рекламної продукції, актуалізованої пізнавальної інформації про місто та область тощо).

3. Відсутність систематизованої доступної інформації щодо наявної ресурсної бази (об'єктів та їх стану), що можуть бути використані для розвитку туризму.

4. Відсутність облаштування «воріт міста» з урахуванням потреб туристів, зокрема, в частині залучення до міста транзитних туристичних потоків.

5. Нерозвиненість інформаційної інфраструктури, у т.ч. інформаційних центрів.

Управлінське, фінансове, кадрове та інше ресурсне забезпечення галузі:

1. Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку міста і застосування інструментів проектного менеджменту в цілому.

2. Відсутність цілеспрямованого управлінського процесу у сфері розвитку туризму.

3. Незабезпечення професійними кадрами в галузі туризму і рекреації.

4. Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак кадрів у системі муніципального управління.

5. Прояви корумпованості окремих дозвільних, контролюючих та правоохоронних органів, що перешкоджає розвитку бізнесу.

Партнерство:

1. Низька активність громади міста і готовність до широкої співпраці в цілому, у т.ч. у сфері туризму, послуг, розвитку малого та середнього бізнесу, орієнтованого на залучення та обслуговування туристів.

2. Відсутність дієвого механізму взаємодії влади, бізнесу, громади щодо спільного втілення програм розвитку міста, у т.ч. туристичної галузі.

3. Відсутність досвіду й активної зацікавленості у формуванні міжсекторних партнерств (туристичних бізнес-асоціацій, кластерів тощо).

4. Відсутність системної підтримки виробників сувенірної продукції, народних майстрів.

5. Низька зацікавленість промислових підприємств у розвитку промислового (індустріального) туризму.

Стан довкілля:

1. Значне техногенне навантаження на довкілля.

2. Неефективна система поводження з твердими побутовими та промисловими відходами.

3. Недостатня робота відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки території, діяльності промислових підприємств та інших суб'єктів господарювання.

Таким чином, за технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, таке співвідношення факторів є підставою для обрання стратегії розвитку туризму, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін.

Результати оцінки слабких сторін і зовнішніх загроз вказують на доцільність реалізації проектів диверсифікації діяльності виробництва і соціальної сфери, спираючись на сильні сторони з урахуванням екологічних обмежень і проблем, що стримують розвиток туристичної галузі міста.

Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

3.3. Конкурентоспроможність Запоріжжя

Проведений аналіз дає підстави визначити міста і регіони, які можна вважати конкурентами Запоріжжя на ринку туристичних послуг з урахуванням територіального розташування, базових ресурсних можливостей, пріоритетних та перспективних напрямів розвитку туристичної сфери, цільових сегментів споживачів, а також інших факторів конкурентоспроможності.

Насамперед, це (в алфавітному порядку): Вінниця, Дніпропетровськ, Донецьк, Полтава і Полтавська область, Харків.

Вінниця – обласний центр, який знаходиться трохи більш ніж за 200 кілометрів на північний захід від Києва. Місто розташоване на берегах Південного Бугу. Перші документальні згадки як про міське поселення відносяться до середини XIV століття. Чисельність населення міста становить близько 370 тисяч осіб. Народжуваність перевищує смертність, що дає відчутний приріст населення. При цьому до Вінниці приїжджає на постійне місце проживання більше людей, ніж виїжджає (позитивне сальдо міграції).

Останні кілька років характеризуються значними успіхами в муніципальному управлінні Вінниці: відремонтовані основні дороги, сформована система громадського контролю якості житлово-комунальних послуг, ефективно працюють центри надання адміністративних послуг, впроваджується електронна система міського врядування, покращуються умови для залучення туристів.

Цей обласний центр очолив у 2013 році рейтинг кращих для життя українських міст, що публікується журналом "Фокус". У Вінниці – високий рівень ділової активності і, як наслідок, низький рівень безробіття. Для економіки міста характерна відсутність великих промислових підприємств. Найбільше за чисельністю працівників – кондитерська фабрика «Roshen». Місто має досить розгалужену і комфортну транспортну інфраструктуру, в т.ч. цілодобові автобусні маршрути.

Вінниця віднесена до категорії туристично-привабливих міст, не дивлячись на те, що місто має всього декілька відомих пам'яток (об'єктів). Шедеври архітектури та

містобудування у Вінниці практично відсутні, але кожний великий житловий масив міста має свою незвичайну назву на честь якогось міста або країни.

Головна сучасна діюча туристична пам'ятка міста – світломузичний фонтан «Roshen», заради якого сюди з травня по вересень з'їжджаються туристи (за день відвідують до 10 тис. осіб – жителів та гостей міста з усієї України).

Серед туристично-привабливих об'єктів Вінниці: Військово-історичний музей ВПС України, Музей-садиба М.І.Пирогова, Будинок А.А.Брусилова, Будинок-музей М.М.Коцюбинського та інші. У місті функціонує декілька туристично-інформаційних центрів та муніципальний сайт для туристів.

За окремими ознаками Вінниця у контексті туристичної привабливості дещо схожа на Запоріжжя: подібна архітектура, але менша за масштабами, певною мірою схоже просторове планування, поєднання міської забудови і паркових зон, наявність річки, яка може бути використана для розвитку водної туристичної інфраструктури, потенціал для розвитку подієвого (видовищні заходи) туризму тощо. Конкурентними перевагами Запоріжжя може бути більший масштаб міста, висока економічна розвиненість, наявність потенційно брендovих об'єктів, невикористаний потенціал транзитного туристичного потоку, краща транспортна доступність, інструменти міжміської, міжрегіональної та міжнародної співпраці.

Дніпропетровськ – обласний центр, центр Дніпропетровської агломерації. Четверте місто за чисельністю населення в Україні (близько 1 млн. мешканців) після Києва, Харкова та Одеси. Дніпропетровськ – один з найбільших промислових, фінансових, економічних і транспортних центрів країни, центр металургії, «космічна столиця» України.

Місто розташовується в центральній частині України на обох берегах середнього Дніпра в степовій зоні. Найближчий до Запоріжжя обласний центр (89 км). Дніпропетровськ має міжнародний аеропорт, 2 залізничних вокзали, кілька автовокзалів і розгалужене автобусне сполучення з усіма регіонами України, а також досить розвинену внутрішньоміську транспортну інфраструктуру (в межах міста – 7 мостових переходів через Дніпро та його притоки).

Сучасне місто було закладене у другій половині XVIII століття і назване Катеринославом (рос. – Екатеринослав) на честь російської імператриці, яка бажала зробити його «третьою столицею» імперії. З 1926 р. – Дніпропетровськ.

Не зважаючи на високий рівень економічного розвитку, для Дніпропетровська характерні часті збої в роботі комунальної інфраструктури. Крім того, Дніпропетровськ входить до числа міст з небезпечним станом навколишнього природного середовища (насамперед, через забруднення атмосферного повітря). Місто має високі темпи зменшення чисельності населення.

Туристична привабливість Дніпропетровська на сьогоднішній день пов'язана з наявністю великої кількості торгово-розважальних центрів, спортивних арен та кількох цікавих упорядкованих рекреаційно-паркових зон (зручно для організації турів вихідного дня, шопінгу), проведенням спортивних заходів. Активно розвивається індустріальний туризм. Туристична інфраструктура міста досить розвинена. Дніпропетровськ – цікавий для пішохідних екскурсій (облаштована найдовша в Європі річкова набережна, парки, архітектурні та інші об'єкти, в т.ч. культові споруди).

У Дніпропетровську та околицях міста протягом року проводиться кілька масових святково-фестивальних і концертних заходів. У залученні туристів місто активно використовує історико-культурну спадщину, природні території та інші об'єкти Дніпропетровського регіону. Дніпропетровськ подав заявку на проведення чемпіонату

Євробаскет-2015, що також є додатковим стимулом для розвитку туристичної сфери міста найближчим часом.

З точки зору конкуренції на ринку туристичних послуг Дніпропетровськ можна розглядати і як місто-конкурент і як місто-партнер Запоріжжя у зв'язку з географічною близькістю, певною історичною, культурною і соціальною спільністю міст, можливостями синергетичної співпраці у сфері розвитку туризму.

Донецьк — обласний центр на сході України, на річці Кальміус, у степовій зоні. П'яте місто України за чисельністю населення (станом на 1 січня 2012 р. – близько 955 тис. осіб). Загальна площа міста — 385 км². Разом з найближчими містами Донецьк входить до складу Донецької агломерації — найбільшого індустріального вузла країни з населенням понад 1,7 млн. мешканців (з містами Макіївка та ін.). На відстані 95 км на південь від Донецька розташоване Азовське море.

Донецьк сьогодні — великий промисловий та фінансовий осередок Східної України, «шахтарська столиця» України, центр найбільш економічно розвинутого регіону, де сконцентровані високий промисловий і науковий потенціал, розвинена інфраструктура й виробнича база. Тут діє сучасний Міжнародний аеропорт «Донецьк» імені Сергія Прокоф'єва із пасажиропотоком більше 800 тис. осіб – третій за пасажиропотоком аеропорт України (після «Борисполя» та «Сімферополя»).

Донецьк – великий спортивний центр, має розвинену спортивну інфраструктуру. Представники міста є лідерами у таких видах спорту як футбол, хокей, бокс, баскетбол, легка атлетика, теніс. В Донецьку проводяться великі міжнародні змагання, у т.ч. матчеві зустрічі Кубка Девіса з тенісу, Ліги Чемпіонів УЄФА. Донецьк став одним з чотирьох міст України, які приймали Чемпіонат Європи з футболу 2012. У Донецьку розташований перший у Східній Європі стадіон «Донбас Арена», спроектований і побудований відповідно до 5-зіркової акредитації УЄФА.

У Донецьку також розташовується велика кількість бізнес-центрів «А» і «В» класу. Разом зі споруджуваними, їх кількість наближається до тридцяти. У 2012 році діловий журнал Forbes визнав Донецьк кращим містом України для ведення бізнесу по п'яти категоріях: людському капіталу, купівельній спроможності, інвестиційному клімату, економічній стійкості, а також інфраструктурі і комфорту.

На сьогодні в Донецьку нараховується 254 пам'ятки культурної спадщини. В місті працює 11 кінотеатрів, 53 Палади культури та клубів. У Донецьку відбуваються відомі заходи – фестивалі та міжнародні конкурси, працюють виставкові центри, цифровий планетарій, один з найбільших критих аквапарків у світі (з розсувним куполом), а також Музей історії ФК «Шахтар», номінований на престижному міжнародному конкурсі музеїв. Для інформаційної та іншої ресурсної підтримки розвитку туристичної галузі створене КП "Туристичний інформаційний центр міста Донецька".

Туристична інфраструктура міста отримала нові можливості для розвитку у зв'язку з проведенням Євро-2012. Наразі в місті діють більше 40 готелів, серед них 5 п'ятизіркових. Зокрема, кілька великих сучасних готелів було побудовано в ході підготовки до проведення «Євро-2012». Місто йде шляхом активного позиціонування своїх рекреаційних можливостей, формуючи інтерес до туристичного потенціалу з боку зарубіжних туроператорів. У 2013 рр. Донецьк представляв свій потенціал на Міжнародній туристичній виставці ITB Berlin на стенді України в концепції Magic Ukraine.

Крім того, у місті створюється культурна інфраструктура для промислового туризму. За ініціативи Німецької організації Міжнародної співпраці другий рік поспіль у м.Донецьку, одночасно з промисловими містами України (Луганськ), Польщі і Німеччини, проводиться міжнародне свято для туристів "Ніч індустріальної культури".

Для Запоріжжя розвиток туристичної галузі Донецька може стати прикладом інноваційного підходу, активного використання різних маркетингових технологій, сприяння формуванню належного бізнес-клімату для розвитку туризму, створення нових знакових об'єктів. Конкурентоспроможність Запоріжжя у цьому випадку може бути підтримана за рахунок більш вигідного географічного розташування, наявності багатоманітної історико-культурної спадщини та унікальних природних об'єктів, пошуку специфічної ніші у розвитку ділового, індустріального і подієвого туризму.

Полтава — центр однойменної області, площа міста 103,5 кв. км, населення — близько 300 тисяч осіб. Близько 87% населення міста — українці. 44,0% працездатного населення зайнято у промисловості, понад 16,0% — у сфері обслуговування, 6,0% — в науці, культурі, освіті.

Місто розташоване у східній частині Полтавщини на обох берегах річки Ворскли та є одним з промислових і культурних центрів Лівобережного Придніпров'я. Природно-ресурсний потенціал, зручне економіко-географічне положення Полтави визначили спеціалізацію її підприємств на паливній, харчовій, легкій, деревообробній промисловості. Розташування недалеко від великих металургійних, машинобудівних, наукових центрів таких як Київ, Харків, Дніпропетровськ зумовило розвиток машинобудування, хімічної промисловості.

Місто має транспортне сполучення як з ближніми, так і з віддаленими регіонами України, завдяки основним авто- та залізничним магістралям України та Європи, що проходять через місто. Пропускна здатність та злітна смуга аеропорту «Полтава» дозволяє приймати міжнародні літаки середнього класу, що виконують чартерні рейси.

Подієвий туризм м. Полтави представлений, зокрема, такими заходами: Свято сала (січень), Свято полтавської галушки (червень), Річниця Полтавської битви (червень) – є привабливим, зокрема, для туристів з Російської Федерації, а також з інших країн Європи. Серед заходів подієвого туризму, які відбуваються на території Полтавської області, найвизначнішим є Сорочинський ярмарок. Заходи, пов'язані з розвитком ділового туризму та конференц-сервісу, організуються здебільшого у м.Кремечук, який є провідним промисловим центром регіону.

Територія Полтавської області відома своїми об'єктами курортно-оздоровчого туризму (бальнеологічні та інші ресурси, зокрема, пов'язані з використанням мінеральних вод Миргородського родовища), гастрономічного і пізнавального туризму. Полтавщина – батьківщина багатьох відомих в історії особистостей, історичних, культурних, мистецьких здобутків і подій. Дуже активно й успішно розвивається «зелений», сільський, екологічний туризм, у т.ч. на узбережжі річок та озер.

Серед об'єктів пізнавального туризму м.Полтави: Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви». З вересня 2011 року тут працює Центр туристичної інформації. Відвідувачам центру надається консультативна допомога, Інтернет, послуги зв'язку, інформація про туристичну інфраструктуру міста. Одним з найпривабливіших туристсько-екскурсійних об'єктів міста є архітектурний ансамбль полтавської Круглої площі. Проекти «зразкових» будівель губернських міст, зібрані воедино тільки в Полтаві, репрезентують унікальний – єдиний в країнах СНД, композиційно завершений архітектурний ансамбль доби «губернського класицизму».

У місті створений спеціалізований муніципальний сайт «Полтава туристична».

За географічним розташуванням і транспортним сполученням, просторовим плануванням та архітектурою міста, рівнем розвитку туристичної інфраструктури, а також за об'єктами пізнавального (історико-культурного) і святково-фестивального туризму Полтавщина є дещо подібною до Запоріжжя, у зв'язку з чим її варто розцінювати як потенційно конкурентний регіон на туристичному просторі України.

Харків – перша столиця Української РСР (з 1919 по 1934 рр.), друге за чисельністю місто країни (1,4 млн. мешканців), провідний культурний і науковий центр Лівобережної України. Місто має позитивний міграційний рух населення. Харківська область межує з Російською Федерацією.

Місто має значну кількість науково-дослідницьких і навчальних закладів, високий інтелектуальний потенціал. Промисловість Харкова представлена авіабудуванням, енергетичним машинобудуванням, підприємствами військово-промислового комплексу та іншими галузями, що, як правило, не чинять критичного впливу на стан довкілля. Місто має міжнародний аеропорт, розташоване посередині залізничної і автотранспортної магістралі Москва-Сімферополь, вважається великим транспортним вузлом країни і Східноєвропейського регіону.

З Харковом пов'язане життя і діяльність багатьох видатних діячів культури і мистецтв. Туристичний потенціал міста обумовлений цікавою фундаментальною архітектурою, у т.ч. релігійно-культовими спорудами, парковими зонами, відомими музеями, театрами та іншими закладами культури, розважальними і спортивними подіями. У центрі розташована найбільша у Європі міська площа, яка є зручним місцем проведення концертних, святково-фестивальних та інших масових заходів.

Муніципальна і туристична інфраструктура розвинені, зокрема, завдяки участі міста у проведенні футбольного чемпіонату Євро-2012, а також заявці на Євробаскет-2015. Стратегія залучення туристів у місто орієнтована на загальний пізнавальний туризм (у першу чергу, екскурсії вихідного дня), подієвий туризм (розважальні і спортивні заходи), діловий туризм.

З іншого боку, Харків, у порівнянні із Запоріжжям чи іншими туристичними містами країни, практично не має загальновідомої та унікальної історичної спадщини, специфічних природно-ландшафтних пам'яток. Харків так само не має сформованого іміджу туристично-привабливого міста, розвиненого екскурсійного обслуговування туристів, комплексних туристичних продуктів. За експертною оцінкою 2013 року, наданою у щорічному рейтингу міст України від журналу «Фокус», сучасний туристичний потенціал Харкова визначається приблизно на рівні м.Запоріжжя.

Такі міста як Київ, Кам'янець-Подільський, Луцьк, Львів, Одеса, Севастополь, Умань, Ужгород, Херсон, Чернівці, Чернігів, Ялта і деякі інші на даному етапі стратегічного планування не слід вважати містами-конкурентами Запоріжжя через різний базовий рівень розвитку туристичної галузі (як правило, в цих містах він значно вищий), ресурсного забезпечення туристичною інфраструктурою, а також через специфіку туристичної пропозиції і місцевих пріоритетів розвитку туризму.

ВИСНОВКИ

Таким чином, конкурентоспроможність Запоріжжя на туристичному ринку України у порівнянні з іншими містами обумовлюється, зокрема, наступними чинниками.

Конкурентні переваги Запоріжжя:

1. Наявність унікальної культурно-історичної спадщини, пов'язаної із Запоріжжям, у першу чергу – історія, культура, традиції Запорозького козацтва, історія індустріальних, архітектурних та інших здобутків соціалістичного періоду та інші.

2. Наявність загальновідомих, у т.ч. в межах країни та за кордоном, потенційно брендових об'єктів та культурно-історичних явищ (о.Хортиця, р.Дніпро, ДніпроГЕС, Запорозьке козацтво та ін.).

3. Вигідне транспортно-логістичне розташування міста, транспортна доступність міста за всіма видами транспорту.

4. Значний транзитний туристичний потік, потенціал якого сьогодні практично не використовується, у т.ч. з сусідніх країн (Російська Федерація, Білорусь та ін.).

5. Наявність супутніх історико-культурних та туристично-рекреаційних ресурсів на території області, зокрема, узбережжя Азовського моря.

6. Наявний потенціал для розвитку декількох напрямів і форм туризму за різнобічною тематикою і для різних категорій споживачів (у т.ч. подієвий, індустріальний, спортивно-оздоровчий, діловий).

7. Історично сформована багатокультурність (поліетнічність) регіону, мовна і культурна толерантність, наявність культурних і ділових зв'язків з багатьма регіонами і країнами світу.

8. Значний внутрішній попит мешканців на послуги місцевого туризму та екскурсійної діяльності (часто відкладений або прихований).

9. Високий рівень розвитку економіки міста в цілому, обсяг і структура міського бюджету, а також людський, фінансовий та інший ресурсний потенціал.

Слабкі сторони Запоріжжя з огляду на туристичну конкурентоспроможність у порівнянні з іншими дослідженими містами і регіонами країни:

1. Відсутність сформованого іміджу міста – як відкритого та привабливого для туристів.

2. Відсутність ефективно діючої системи управління розвитком туристичної галузі, муніципального маркетингу, спрямованого на залучення туристів.

3. Недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, недостатність місць розміщення середньої та нижньої цінової категорії (готелів 2-3 «зірки», хостелів), низький рівень транспортних послуг (у т.ч. у міжміському сполученні).

4. Слабка інформаційна підтримка туристичної галузі, у т.ч. недостатня представленість міста у відкритому інформаційному просторі (Інтернет, загальноукраїнські ЗМІ, зовнішня реклама тощо).

5. Низька увага місцевих інвесторів до туристичної та суміжних галузей економіки.

6. Невикористання туристичного потенціалу регіону, внутрішньорегіональної та міжрегіональної співпраці для розвитку туристичної галузі міста і пропозиції комплексних туристичних продуктів.

7. Відсутність партнерств, кластерних утворень, активно діючих бізнес-асоціацій та інших форм кооперації у сфері залучення та обслуговування туристів.

8. Відсутність на сьогодні загальновідомих туристично-привабливих подій загальноукраїнського та міжнародного значення із сформованим попитом, маркетинговою та іншою ресурсною підтримкою.

9. Несформованість та інфраструктурна незабезпеченість пріоритетних територій розвитку туризму і туристичних коридорів в межах міста.

10. Недостатня кількість сучасних новозбудованих туристично-привабливих об'єктів у сфері розваг, рекреації та сімейного відпочинку, проведення спортивних та інших масових видовищних заходів.

11. Обмежена ресурсна підтримка наявних закладів культури і мистецтв, музейної, виставкової, творчої діяльності.

12. Невикористання можливостей альтернативного фінансування проектів у сфері розвитку туризму та суміжних галузях (проекти міжнародної технічної допомоги, спонсорство, гранти).

13. Значне техногенне навантаження на довкілля.

4. АНАЛІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Важливим компонентом розробки Стратегії розвитку туристичної галузі міста є виявлення осіб, організацій, груп осіб чи організацій, які мають інтерес до процесу створення, втілення та результатів Стратегії розвитку туризму в Запоріжжі (незалежно від того, позитивні чи негативні для них ці результати), а також тих, хто здатний впливати на Стратегію та її реалізацію як позитивно так і негативно, у т.ч. потенційних споживачів туристичних послуг. З метою визначення їх інтересів та можливостей впливу, з'ясування напрямків взаємодії у сфері розвитку туристичної галузі міста, включення відповідних цілей і заходів в стратегічний план був проведений аналіз трьох основних груп зацікавлених сторін:

- осіб, які приймають рішення;
- осіб, які підпадають під вплив Стратегії, або мають вплив на розвиток туризму в Запоріжжі;
- осіб, які споживатимуть туристичні продукти.

Аналіз зацікавлених сторін здійснено методом проведення фокус-груп та індивідуальних опитувань за участі близько 500 осіб – представників громадськості, влади, бізнесу міста, науковців, студентської молоді, представників місцевих ЗМІ. Аналітичне опрацювання інформаційного матеріалу з цього приводу надало можливість розглянути наступні питання:

- визначення зацікавлених сторін у розвитку туристичної галузі Запоріжжя;
- визначення важливості кожної із зацікавлених сторін для розробки та реалізації Стратегії розвитку;
- визначення зацікавленості кожної із сторін та ступеню впливу на процес;
- визначення емоційної прихильності зацікавлених сторін;
- визначення стратегії та тактики взаємодії з кожною із зацікавлених сторін;
- включення заходів щодо взаємодії із зацікавленими сторонами до стратегічного плану.

У процесі аналізу зацікавлених сторін вивчалися:

- інтереси всіх зацікавлених сторін, в тому числі їхні потреби, вимоги до рівня туристичних послуг та інформації;
- потенційні конфлікти інтересів та ризики, які можуть ставити під сумнів успіх Стратегії чи окремих її частин;
- можливості зацікавлених сторін (зокрема й ресурси), на які можна потенційно розраховувати при реалізації Стратегії;

- окремі особи чи категорії осіб, які залучатимуться до участі в робочих групах та інших колегіальних утвореннях на різних етапах розробки й реалізації Стратегії;
- шляхи вдосконалення процесу розроблення і власне реалізації Стратегії, зменшення чи, бажано, ліквідації впливу можливих негативних наслідків як на Стратегію, так і на вразливі групи місцевої громади.
- засоби взаємодії, які допоможуть заручитися підтримкою тих, хто позитивно оцінює можливі наслідки стратегії, з одного боку, та управляти ризиком, який спричиняють незацікавлені в стратегії сторони.

За результатами аналізу виявлені наступні групи основних зацікавлених сторін:

- мешканці Запоріжжя різних вікових та гендерних груп - діти та підлітки, молодь (у т.ч. студенти, працюючі, безробітні), люди середнього віку (у т.ч. працюючі, безробітні, зацікавлені у відкритті власного бізнесу), люди похилого віку (у т.ч. працюючі та пенсіонери);
- органи місцевого самоврядування Запоріжжя. Це, насамперед, міська рада та районні адміністрації міста, органи самоорганізації населення. На стратегічному рівні зацікавленою стороною може виступати також обласна державна адміністрація та, в окремих випадках, центральні органи виконавчої влади;
 - комунальні підприємства та установи (заклади) міста;
 - великі промислові підприємства і будівельні компанії;
 - туристичні компанії;
 - малий і середній бізнес виробничої сфери, послуг для туристів та сфери послуг в цілому (різні галузі економіки);
 - надавачі транспортних послуг;
 - організації-партнери місцевого бізнесу, інші (партнерські) міста і регіони країни, міста-побратими за кордоном;
 - власники перспективних для розвитку туристичних об'єктів (промислового та ділового туризму, спортивних закладів, надання супроводжуючих послуг та ін.) і торговельно-розважальних центрів;
 - засоби масової інформації та Інтернет-портали;
 - наукові установи і навчальні заклади;
 - громадські об'єднання.

Докладніше перелік основних зацікавлених сторін із зазначенням актуальних потреб, ризиків та форми залучення їх до процесу реалізації Стратегії **наведений у Таблиці 4.1.**

Спираючись на данні про наявні та перспективні туристичні ресурси, проведена робота з визначення можливих заходів стимулювання в'їзного туризму. Проведений аналіз зацікавлених сторін дозволяє зробити певні висновки щодо основних категорій потенційних споживачів туристичних і супутніх послуг, їх потреб. За віковим критерієм та рівнем доходів (чутливістю до цін) у контексті розвитку туристичної галузі Запоріжжя можна виділити такі загальні сегменти споживачів туристичних послуг:

- молоді, активні туристи, чутливі до цін (головним чином студентська та учнівська молодь з України, а також з інших країн колишнього СРСР);
- іноземні дорослі та літні туристи (як чутливі до цін, так і з порівняно високим рівнем доходів);
 - дорослі туристи з України, чутливі до цін (у т.ч. сім'ї з дітьми);
 - дорослі туристи з вищим рівнем доходів (у т.ч. сім'ї з дітьми);
 - досвідчені туристи різного віку та рівня доходів зі специфічними потребами і вимогами щодо туристичних послуг та супутнього сервісу.

Ці категорії туристів можуть мати різні потреби, мотиви і цілі відвідування Запоріжжя, регіону чи країни в цілому.

Аналіз основних категорій споживачів туристичних і супутніх послуг **наведений у Таблиці 4.2.**

У процесі розбудови туристичної галузі міста першочергово пропонується приділити увагу залученню та обслуговуванню таких специфічних для Запоріжжя категорій туристів:

- родичі, друзі та інші близькі мешканців міста, які відвідують Запоріжжя з гостьовою метою;

- мешканці Запорізької області і населених пунктів прилеглих районів сусідніх областей (Нікополь, Марганець, Новомосковськ та ін.);

- «транзитні туристи», які так чи інакше перетинають Запоріжжя і Запорізьку область під час приватних і групових подорожей (головним чином, до Чорного та Азовського морів та на зворотному шляху, а також з будь-якою іншою метою);

- туристи з інших регіонів України та будь-яких країн, які відпочивають на узбережжі Азовського моря та в інших місцях на території області, не залежно від шляхів прямування, місця постійного проживання і рівня доходів (організовані екскурсії, комплексні та спеціальні пропозиції для індивідуального туризму на 1-2 дні);

- туристи, що подорожують водним транспортом (круїзні пароплави «ріка-море» з місцем зупинки у Запоріжжі);

- відвідувачі концертів та інших культурно-масових святкових і розважальних заходів (першочергово – мешканці Запорізької області та близько розташованих міст сусідніх областей; у подальшому – мешканці будь-яких регіонів України);

- студентська та інша молодь (міжвузівський обмін, візити в рамках співпраці громадських об'єднань, відпочинок, у т.ч. на зимових та літніх канікулах, краєзнавство, тури вихідного дня тощо);

- учасники ділових зустрічей, міжнародних або міжрегіональних виставок, форумів, науково-практичних конференцій та інших заходів, офіційних делегацій різного рівня;

- мешканці України та інших країн колишнього СРСР, які цікавляться історією та культурою козацтва, історією та культурою різних народів, етнічних чи релігійних груп, які населяють сьогодні або населяли наш край у минулому;

- мешканці України та інших країн колишнього СРСР (перш за все, середнього та похилого віку), а також деякі категорії іноземних туристів, які цікавляться історією соціалістичного періоду;

- учасники шкільних краєзнавчих екскурсій, студентська молодь (долучити батьків та інших членів сімей, використати можливість привернути увагу до туристичних пропозицій Запоріжжя мешканців міста та Запорізької області, міст і сіл прилеглих територій);

- іноземні туристи, які відвідують Україну з пізнавальною чи іншою метою, у першу чергу, представники української діаспори, а також вихідці з країн, культура народів яких представлена у Запоріжжі та області (росіяни, білоруси, євреї, болгары, вірмени, чехи, албанці, греки, татари та інші);

- інші категорії (сегменти) туристів.

Аналіз пріоритетних категорій (сегментів) споживачів туристичних послуг **подається у Таблиці 4.3.**

Аналіз зацікавлених сторін, туристичного потенціалу Запоріжжя доводить необхідність застосування Стратегії сталого розвитку туристичної галузі міста Запоріжжя,

заснованої на ефективній системі управління туристичною галуззю та муніципального маркетингу у партнерстві влади, бізнесу і громади. Залученню туристів сприятиме низка заходів, які полягають у відтворенні та розвитку історико-культурних і природних туристичних ресурсів, розбудові потенціалу подієвого, промислового та ділового туризму, формування широкого міжсекторного партнерства та міжрегіональної співпраці на засадах збалансованого поєднання економічної, соціальної та екологічної сфер.

Таблиця 4.1. АНАЛІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
<p>Мешканці Запоріжжя різних вікових та гендерних груп</p> <p>- діти та підлітки</p> <p>- молодь (у т.ч. студенти, працюючі, безробітні)</p> <p>- люди середнього віку (у т.ч. працюючі, безробітні, зацікавлені у відкритті власного бізнесу)</p> <p>- люди похилого віку (у т.ч. працюючі та пенсіонери)</p> <hr/> <p>Аналіз різних категорій споживачів (сегментація туристів) подається в окремих таблицях.</p>	<p>Створення нових робочих місць, зростання рівня доходів</p> <p>Кращий благоустрій, поліпшення послуг (комунальних, транспортних та інших)</p> <p>Підвищення якості обслуговування у закладах харчування, торгівлі, сфери послуг в цілому</p> <p>Змістовне дозвілля, цікавий сімейний відпочинок для всіх вікових та гендерних груп</p> <p>Створення умов для активно-оздоровчого туризму, перебування в екологічно безпечному середовищі</p> <p>Користування новими послугами сучасних закладів культури і сфери розваг</p> <p>Безпосередня участь в інтерактивних видовищних заходах</p> <p>Нові умови для проведення дозвілля із запрошеними гостями, родичами</p> <p>Нові можливості для реалізації власних творчих здібностей, креативних ідей, інтелектуального розвитку</p> <p>Кращі умови для започаткування власного бізнесу (зокрема, для молоді)</p> <p>Нові можливості для продовження повноцінного життя у похилому віці</p> <p>Можливість пишатися своїм цікавим і гостинним містом, задоволення духовних</p>	<p>Дефіцит місць у розважальних закладах, закладах харчування тощо (у разі недостатньої розвиненості відповідної інфраструктури)</p> <p>Збільшення кількості пасажирів міського транспорту (у разі неефективного управління та недостатності рухомого складу)</p> <p>Дефіцит квитків на міжміські рейси (у разі невжиття заходів до покращення зовнішнього транспортного сполучення міста)</p> <p>Збільшення навантаження на об'єкти благоустрою (у разі недостатньої забезпеченості та неорганізованості роботи комунальних служб)</p> <p>Можливі ускладнення у сфері забезпечення громадського порядку при збільшенні кількості туристів (у разі невжиття попереджувальних заходів)</p> <p>Специфічні ризики і незручності</p>	<p>Проведення заходів щодо підвищення обізнаності про історико-культурні цінності, туристичні об'єкти Запоріжжя, розвитку патріотизму, традицій гостинності, підвищення соціальної активності</p> <p>Заохочення громадян до участі у муніципальних та інших конкурсах</p> <p>Підтримка ініціатив громади з боку місцевої влади, залучення до локальних проектів мешканців різних вікових та гендерних груп</p> <p>Врахування специфічних вимог та особливостей різних соціальних груп, у т.ч. людей з особливими потребами</p> <p>Створення системи зворотного зв'язку з актуальних питань розвитку міста, у т.ч. у сфері туризму</p> <p>Регулярне звітування перед мешканцями міста про процес та результати реалізації Стратегії</p> <p>Залучення до громадського моніторингу й оцінювання</p> <p>Заохочення до гостьових візитів, обміну інформацією, враженнями, досвідом гостинності тощо</p>

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	та естетичних потреб		
<p>Органи місцевого самоврядування Запоріжжя</p> <ul style="list-style-type: none"> - міська рада - районні адміністрації міста - органи самоорганізації населення <p>Обласна державна адміністрація</p> <p>Центральні органи виконавчої влади</p>	<p>Формування нових джерел надходжень до бюджету міста, збільшення дохідної частини бюджету</p> <p>Альтернативні джерела різних ресурсів</p> <p>Покращення можливостей для організації дозвілля мешканців міста (у т.ч. соціально вразливих та маргінально налаштованих категорій)</p> <p>Відтворення та розбудова інфраструктури, історико-культурних та інших туристичних об'єктів</p> <p>Додаткові можливості для залучення волонтерських ресурсів у разі проведення різних заходів</p> <p>Підвищення соціальної відповідальності місцевого бізнесу</p> <p>Розвиток співпраці влади, бізнесу громади, міжрегіонального партнерства</p> <p>Додаткові економічні, екологічні, соціальні вигоди для регіону та країни в цілому</p> <p>Підвищення ефективності виконання програм зі сталого регіонального розвитку</p> <p>Додаткові можливості для планування розвитку та змістовного звітування про результати роботи органів виконавчої влади і місцевого самоврядування</p> <p>Формування та поширення позитивного досвіду для інших міст і регіонів країни</p> <p>Покращення іміджу міста, регіону, країни для інвесторів, розвитку бізнесу,</p>	<p>Необхідність оволодіння новими методами управління (проектний менеджмент тощо)</p> <p>Збільшення витрат на розвиток інфраструктури, системи управління, утримання бюджетних закладів тощо</p> <p>Збільшення витрат на навчання та підвищення кваліфікації персоналу</p> <p>Збільшення витрат на відрядження та різних представницьких витрат</p> <p>Необхідність залучення додаткових ресурсів для організації і проведення різних заходів</p> <p>Підвищення відповідальності за очікувані (задекларовані) результати діяльності, виконання програм, проектів, планів заходів</p> <p>Привернення уваги ЗМІ, інститутів громадянського суспільства до якості прийняття і реалізації управлінських рішень</p> <p>Необхідність підвищення прозорості, економічної, екологічної та соціальної ефективності використання бюджетних ресурсів</p>	<p>Залучення структурних підрозділів до участі у спільних робочих нарадах, роботи у колегіальних органах – для пошуку і реалізації ефективних управлінських рішень</p> <p>Залучення службовців до заходів з підвищення кваліфікації та обміну досвідом</p> <p>Організація візитів посадових осіб</p> <p>Проведення у Запоріжжі загальноукраїнських та регіональних форумів, нарад, інших «офіційних» заходів</p> <p>Організація заходів з поширення передового досвіду (семінари, конференції, інформаційні огляди, звіти тощо)</p> <p>Активізація залучення депутатського корпусу (на всіх рівнях) для організаційної, мотиваційної, адміністративної та іншої підтримки проектів та локальних ініціатив</p> <p>Проведення спеціальних заходів для розширення міжсекторного партнерства (з бізнесом та громадськістю)</p> <p>Нові форми співпраці з інформаційними Інтернет-порталами, ЗМІ, офіційними веб-сайтами органів влади і місцевого самоврядування</p>

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	міжрегіональної та міжнародної співпраці		Регулярні змістовні звіти по результати діяльності, розвиток міста
Комунальні підприємства та установи (заклади) міста	<p>Отримання додаткового фінансування для покращення матеріально-технічного забезпечення</p> <p>Підвищення рівня оплати праці при збільшенні обсягів та якості виконання робіт (за наявності відповідних управлінських рішень)</p> <p>Отримання додаткових джерел фінансування за рахунок введення нових послуг для туристів, збільшення попиту на послуги</p> <p>Можливість залучення волонтерських ресурсів</p> <p>Можливість залучення додаткового фінансування за грантовими програмами, проектами міжнародної технічної допомоги</p> <p>Приділення більшої уваги потребам і проблемам комунальних підприємств, установ і закладів з боку керівництва міста</p>	<p>Збільшення обсягу роботи та витрат на забезпечення стабільної роботи комунальної інфраструктури, збору і вивезення сміття тощо.</p> <p>Необхідність постійного підвищення ефективності роботи, навчання персоналу, освоєння нових форм і методів роботи</p> <p>Недостатність коштів для виконання поточної діяльності, придбання основних засобів, покращення інфраструктури та ін. (у разі невжиття заходів щодо своєчасного фінансування)</p> <p>Конкуренція з боку надавачів послуг не комунальної форми власності</p>	<p>Залучення до участі у робочих нарадах, колегіальних органах – для спільного пошуку і реалізації ефективних управлінських рішень</p> <p>Організація програм підвищення кваліфікації та перепрофілювання</p> <p>Підтримка ініціатив щодо отримання фінансування з альтернативних джерел (кредитні і грантові програми, конкурси тощо)</p> <p>Залучення до співпраці з громадськістю, у т.ч. на засадах волонтерства</p> <p>Запровадження ефективної системи мотивації, у т.ч. нематеріальної</p> <p>Надання допомоги в організації ефективної системи моніторингу й оцінювання, системи упередження проблемних та аварійних ситуацій</p> <p>Підвищення авторитетності, економічної та соціальної значущості посад і професій у комунальній сфері, закладах культури, установах і закладах соціальної сфери тощо</p>
Великі промислові підприємства і будівельні компанії	<p>Розширення можливостей для отримання доходів (нові виробничі та будівельні контракти)</p> <p>Нові можливості для власної рекламно-промоційної діяльності, маркетингу</p>	<p>Підвищення вимог щодо зменшення техногенного впливу на довкілля, охорони і відтворення природних ресурсів</p> <p>Залучення до участі у виконанні екологічних, економічних,</p>	<p>Залучення до участі у робочих нарадах, колегіальних органах – для спільного пошуку і реалізації ефективних рішень інтеграції підприємств до розвитку туристичної галузі міста.</p>

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	<p>Розбудова державно-приватного партнерства – нові можливості розвитку</p> <p>Реалізація нових програм у сфері соціально-економічного партнерства і соціальної відповідальності бізнесу</p> <p>Безпосередня участь (об'єкти, ресурсна база, фахові консультації тощо) у заходах з розвитку індустріального, ділового та інших видів туризму</p> <p>Розширення співпраці з МСБ (субконтрактинг та аутсорсинг) та інші вигоди від галузевої і міжгалузевої кооперації</p> <p>Задоволення особистих потреб та амбіцій власників підприємств (імідж, громадсько-політичне лідерство, соціальне спрямування діяльності тощо)</p>	<p>соціальних та інших цільових програм міста</p> <p>Вжиття додаткових заходів щодо інформаційного та іншого ділового обміну (можливе збільшення витрат)</p> <p>Підвищення відповідальності за спричинення шкоди довкіллю, невиконання соціальних програм</p>	<p>Надання юридичної, організаційної, інформаційної підтримки розвитку ділового, промислового та інших напрямків туризму за участі підприємств, розбудови партнерств, підвищення кваліфікації та перепрофілювання професіональних кадрів.</p> <p>Активізація залучення до міжнародної співпраці.</p> <p>Мотиваційні та інші заходи, спрямовані на відзначення та визнання результатів успішної співпраці, престижності професій.</p> <p>Відзначення професійних свят на загальноміському рівні та ін.</p>
Туристичні компанії	<p>Отримання прибутку від професійної діяльності на туристичному ринку</p> <p>Отримання нових туристичних продуктів і розширення ринків збуту послуг</p> <p>Посилення спроможності до надання конкурентних якісних туристичних послуг</p> <p>Інформаційне забезпечення та PR, ефективна маркетингова політика</p> <p>Нові можливості для просування і присутності в інших регіонах країни та за кордоном</p> <p>Можливості для інформаційної та іншої підтримки з боку влади, громади міста</p> <p>Можливості кооперації і більш активної</p>	<p>Необхідність вжиття заходів щодо підвищення якості послуг</p> <p>Сертифікація і стандартизація послуг у відповідності з міжнародними вимогами</p> <p>Підвищення вимогливості споживачів щодо надання послуг, форм і методів роботи</p> <p>Додаткові витрати на маркетинг</p> <p>Можливе підвищення вимог щодо ліцензування туристичної діяльності</p> <p>Посилення конкуренції всередині галузі, у т.ч. з боку не місцевих учасників ринку</p>	<p>Сприяння створенню спеціалізованих та міжгалузевих кластерів, формуванню інших партнерств</p> <p>Забезпечення інформаційної бази щодо туристичних пропозицій</p> <p>Надання юридичної, організаційної, інформаційної підтримки.</p> <p>Створення умов для обміну досвідом та підвищення кваліфікації кадрів.</p> <p>Проведення регулярних виставкових, інших промоційних і ділових зустрічей</p> <p>Широке інформування про міські програми і проекти у сфері розвитку</p>

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	співпраці з різними галузями бізнесу (досягнення синергетичного ефекту)		туризму і залучення до виконання
Малий і середній бізнес виробничої сфери, послуг для туристів та сфери послуг в цілому (різні галузі економіки)	<p>Створення нових можливостей для розвитку і розширення ефективного бізнесу</p> <p>Нові ринки збуту товарів і послуг, підвищення попиту, нові категорії споживачів товарів і послуг</p> <p>Збільшення можливостей для спільного рекламування та інших форм просування власної продукції (товарів і послуг)</p> <p>Нові можливості і джерела для отримання прибутків (залучення до проведення міських заходів, закупівля товарів і послуг для муніципальних потреб тощо)</p> <p>Збільшення можливостей для міжрегіональної та міжнародної співпраці</p> <p>Організаційно-правова та ресурсна підтримка з боку місцевої влади, створення сприятливого бізнес-середовища</p> <p>Розбудова ефективних партнерств, розширення можливостей для субконтрактингу та аутсорсингу</p> <p>Розвиток міжгалузевих зв'язків МСБ, спільне просування товарів і послуг, економічна ефективність співпраці (синергетичний ефект)</p>	<p>Посилення конкуренції, додаткові витрати на маркетингові заходи</p> <p>Підвищення вимог до якості товарів і послуг з боку споживачів</p> <p>Можливе встановлення формальних і неформальних місцевих стандартів у сфері надання послуг для туристів та інших споживачів, якості продукції тощо</p> <p>Необхідність освоєння нових методів управління, постійного підвищення кваліфікації персоналу (можливі додаткові витрати)</p> <p>Підтримання в належному стані об'єктів інфраструктури, носіїв зовнішньої реклами, прилеглої території та ін. (можливі додаткові витрати)</p> <p>Приділення більшої уваги розвитку і використанню можливостей сучасних інформаційних технологій (витрати на впровадження, навчання)</p> <p>Підвищення юридичної та соціальної відповідальності бізнесу</p>	<p>Аналогічно заходам щодо залучення комунальних підприємств, великого бізнесу, туристичних компаній</p> <p>Можливі специфічні форми співпраці та цільові замовлення залежно від галузевих особливостей (поліграфія і дизайн, рекламні компанії, ремонтно-будівельні роботи, виробництво і постачання товарів для розвитку туристичної галузі, сувенірів тощо)</p> <p>Врахування пріоритетів розвитку туристичної галузі у міській програмі підтримки малого і середнього бізнесу</p> <p>Широке залучення представників МСБ до практичного виконання Стратегії</p> <p>Створення організаційних, інформаційних та інших умов для розбудови системи субконтрактингу та аутсорсингу</p> <p>Відзначення активних учасників заходів під час проведення міських свят тощо</p>
Надавачі транспортних послуг	Збільшення попиту на пасажирські та вантажні перевезення, нові ринки збуту та форми надання послуг	<p>Посилення конкуренції</p> <p>Необхідність забезпечення високої якості послуг, виконання ліцензійних</p>	<p>Основні заходи – аналогічно іншим галузям бізнесу.</p> <p>Розширення співпраці з автобусними</p>

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	Замовлення на групові перевезення Участь у конкурсах, програмах і проектах з отримання додаткового фінансування	і дозвільних вимог Збільшення витрат на підтримання рухомого складу у належному стані	та авіаперевізниками, службами таксі, Укрзалізницею, суб'єктами господарювання водного транспорту (міжміські, міжнародні перевезення)
Партнери місцевого бізнесу, партнерські громадські об'єднання, міста і регіони країни, міста-побратими	Розширення співпраці, нові ринки збуту товарів і послуг, підвищення ефективності ділової співпраці Розроблення та реалізація програм міжрегіонального, міжнародного культурного обміну та економічної співпраці Збільшення можливостей для взаємного інвестування та інших форм співробітництва Організація взаємних (зустрічних) туристичних потоків Пошук нових форм здійснення статутної діяльності громадськими об'єднаннями Використання нових можливостей для власного соціально-економічного і культурного розвитку за рахунок різних форм горизонтальної співпраці з іншими містами, регіонами, країнами Задоволення потреб місцевих громад, етнічних груп, інших колективних утворень (ностальгія, родинні та інші зв'язки з історичною батьківщиною тощо)	Збільшення витрат на організацію ділових візитів, інших спільних заходів Збільшення витрат на інформаційні кампанії, впровадження сучасних інформаційних технологій та ін. Політичні протиріччя лідерів громад чи проблеми у сфері міждержавних відносин Необхідність дотримання умов міждержавних угод, урахування ризиків, пов'язаних з участю (не участю) у міжнародних організаціях Різне уявлення про роль, методи і форми участі в роботі інституцій громадянського суспільства Тимчасові перепони і ризику, пов'язані з виборчими та іншими політичними (політизованими) процесами Мовні, етнічні, культурні відмінності (як перепони у встановленні зв'язків)	Формування нового іміджу міста Запровадження цілеспрямованої системи муніципального маркетингу Проведення «Днів Запоріжжя» у містах і регіонах країни та за кордоном Використання особистих відносин, дружніх стосунків між власниками бізнесу, лідерами громад для розширення колективної співпраці Встановлення нових партнерських і побратимських зв'язків (угоди про співпрацю, меморандуми тощо) Відкриття представництв, почесних консульств, інших організацій Створення нових організацій для міжрегіонального та міжнародного партнерства, розширення членства в існуючих об'єднаннях
Підприємства-власники перспективних для розвитку туристичних об'єктів (промислового та ділового туризму,	Додаткові джерела отримання доходів Використання сфери туризму для загальних маркетингових цілей (реклами) Підвищення соціальної ефективності	Аналогічні вже розглянутим кадровим, маркетинговим, фінансовим та іншим ризикам, пов'язаним з господарською діяльністю суб'єктів.	Аналогічно іншим заходам для бізнесу, а також: організаційна, експертно-консультаційна, маркетингова, інформаційна, технічна та інша фахова допомога в

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
проведення спортивних заходів, надання супутніх послуг та ін.)	діяльності Іміджеві та інші особисті потреби власників Інші бізнес-інтереси (згадувані вище)	Нерозуміння (неприйняття) ініціатив влади та інших сторін із залучення до розвитку туристичної сфери	інноваційному розвитку об'єктів, розширенні можливостей для їх економічно вигідного використання у туристичній сфері
Засоби масової інформації та Інтернет-портали	Регулярні інформаційні приводи Доступність яскравого і цікавого матеріалу Підвищення зацікавленості медіа-продукцією та Інтернет-контентом з боку споживачів і рекламодавців Розширення можливостей для запровадження інноваційної медіа-продукції і сучасних технологій Додаткові можливості для поширення інформації через соціальні мережі (репости з посиланням на джерело інформації тощо) Додаткові джерела доходів та можливості для надання платних рекламних, інформаційних та інших послуг Отримання нових ринків збуту, у т.ч. поширення діяльності за кордоном	Додаткові витрати на створення і забезпечення просування якісного медіа- та Інтернет-контенту, запровадження сучасних комунікаційних та інших технологій Необхідність постійного підвищення кваліфікації персоналу з метою врахування специфічних потреб в інформаційному супроводі туристичної галузі Посилення конкуренції у галузі Віддання переваги більш масовим, електронним ЗМІ Недостатність фінансування ЗМІ комунальної форми власності Політичні ризику	Організація промо-турів, брифінгів, прес-конференцій та інших заходів для покращення інформованості щодо подій у сфері розвитку туризму Розширення інформаційної співпраці між комунальними, приватними і громадськими ЗМІ та Інтернет-ресурсами Створення муніципальних сторінок (загальних і тематичних) у соціальних мережах Допомога у залученні ресурсів з альтернативних джерел (грантових коштів, волонтерської участі тощо) Проведення робочих заходів з керівниками ЗМІ, власниками сайтів
Наукові установи і навчальні заклади	Відновлення, охорона і підтримка археологічних та історичних пам'яток культурної спадщини Запоріжжя, розвиток культурних об'єктів Нові форми роботи та інструменти для начального процесу (наочний матеріал, екскурсії, практика студентів тощо) Нові замовлення для проведення наукових, соціологічних, маркетингових досліджень та іншої оплачуваної діяльності, розширення тематики досліджень	Необхідність врахування зміни кон'юнктури ринку у довгостроковій перспективі (спеціальності, обсяги набору абітурієнтів, програми підготовки фахівців, напрямки і тематика наукових досліджень тощо) Додаткові витрати на проведення заходів, відрядження, ресурсну підтримку навчально-виховного процесу та наукової роботи Можливе підвищення конкуренції за	Замовлення соціологічних, маркетингових, археологічних та інших прикладних і теоретичних наукових досліджень Обов'язкове залучення до участі в експертних радах, інших дорадчо-консультативних органах, оперативних нарадах Створення умов для співпраці з комунальними закладами культури і мистецтв, відвідування туристично-

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	<p>Працевлаштування випускників, у т.ч. забезпечення першим місцем роботи</p> <p>Додаткові можливості отримання доходів для викладачів (консультації, тренінгова робота, екскурсійне обслуговування тощо)</p> <p>Додаткові можливості для розширення міжвузівської та міжгалузевої співпраці, проведення науково-практичних конференцій на інших заходів</p> <p>Активізація міжнародної наукової та іншої співпраці, доступ до інформаційних, експертних, фінансових та інших ресурсів (грантові програми, проекти міжнародної технічної допомоги тощо)</p> <p>Розширення можливостей, цікавості і практичного спрямування навчальних програм, виховної та іншої діяльності</p> <p>Підвищення якості організації і проведення дозвілля учнями і студентами, розвиток позакласної роботи</p> <p>Особистісний розвиток молоді</p>	<p>використання бюджетних та інших ресурсів, прихильність абітурієнтів, у сфері співпраці з іншими зацікавленими сторонами</p> <p>Нерозуміння власної ролі, власних організаційних та інших можливостей участі у впровадженні стратегії розвитку туризму, реалізації конкретних проектів і заходів</p> <p>Інші ризики, притаманні некомерційним суб'єктам</p>	<p>привабливих об'єктів з науковою та іншою професійною метою</p> <p>Сприяння проведенню науково-практичних конференцій та інших заходів (у т.ч. надання різнобічної ресурсної підтримки)</p> <p>Залучення учнів і студентів до волонтерської та іншої діяльності під час проведення міських свят, інших заходів</p> <p>Розширення співпраці з іншими містами і регіонами, іншими країнами для сприяння проведенню змістовного дозвілля, обміну студентами, спільної реалізації наукових програм тощо</p> <p>Відзначення, матеріальне і моральне заохочення науковців, кращих студентів, лідерів студентського самоврядування та інших осіб</p>
Громадські об'єднання	<p>Розширення міжсекторної співпраці, громадського впливу на прийняття управлінських рішень.</p> <p>Організаційна, інформаційна, фінансова та інша ресурсна підтримка ініціатив, у т.ч. доступу до грантового фінансування</p> <p>Нові можливості для задоволення інтересів членів організації у відповідних сферах життєдіяльності</p>	<p>Суспільно-політичні ризики</p> <p>Збільшення конкуренції за доступ до різних муніципальних, бюджетних та грантових ресурсів</p> <p>Використання особистих інтересів громадських лідерів на шкоду колективним інтересам громади</p> <p>Брак ресурсної підтримки та/або досвіду в одержанні такої підтримки</p>	<p>Аналогічно залученню мешканців міста та інших сторін, а також:</p> <ul style="list-style-type: none"> - регулярні зустрічі з лідерами активних громадських об'єднань для вироблення та координації спільних дій, участь у громадських радах; - залучення до розроблення і виконання програм і проектів з розвитку туризму, участі у громадському моніторингу та

Основні категорії зацікавлених сторін	Потреби (інтереси), які можуть бути задоволені у процесі та в результаті реалізації Стратегії	Можливі незручності, проблеми та ризику	Комунікаційна стратегія, форми і методи залучення зацікавлених сторін
	Реалізація особистих лідерських та інших амбіцій керівників і членів організацій Загальний розвиток громадянського суспільства та інші	з альтернативних джерел Невміння застосовувати проектний менеджмент та інші технології	оцінюванні результатів. Специфічні форми і методи роботи залежно від сфери діяльності

Таблиця 4.2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ КАТЕГОРІЙ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ І СУПУТНІХ ПОСЛУГ

Мотиви (інтереси) потенційних туристів	Країна прибуття	Вікова категорія, рівень доходів	Потреби потенційних споживачів туристичних і супутніх послуг	Заходи щодо стимулювання в'їзного туризму
Зацікавленість історико-культурними пам'ятками, дослідженнями, інтерес до отримання нових знань, інформації та пов'язаних з ними емоцій, відвідування нових територій	Туристи з Росії, Білорусі, Казахстану, та інших країн колишнього СРСР Східної та Західної Європи	Іноземні дорослі туристи, чутливі до цін	Нові місця з активним оглядом пам'яток та культурними розвагами, готелі та місця харчування з низькими цінами	Широка представленість міста в інформаційному просторі, змістовна та доступна інформація щодо туристичних послуг. Пропонувати декілька туристичних пакетів якісного туристичного продукту з урахуванням спроможності потенційних туристів, часу перебування, вибору місця проживання та харчування, транспортних та інших послуг, а також їх менталітету, звичаїв країни прибуття. Створення умов для організованого приватного (індивідуального, сімейного) та групового туризму. Диверсифікація різних форм та видів туризму. Проведення заходів щодо підвищення обізнаності про історико-культурні цінності, туристичні об'єкти Запоріжжя, розвитку патріотизму та
	Канади, США та інших країн світу	Дорослі туристи з вищим рівнем доходів	Нові місця з оглядом пам'яток історії та культури, розвагами (обід, культурно-масові заходи, сувеніри)	
	Мешканці міста Запоріжжя та Запорізької області міст та сіл прилеглих районів сусідніх областей інших регіонів України	Дорослі туристи з України, чутливі до цін Молоді, активні туристи, чутливі до цін (студентська, учнівська молодь) Дорослі туристи з вищим рівнем доходів	Відпочинок, що включає декілька місць, активний огляд пам'яток історії та культури, відвідування музеїв, кафе, придбання сувенірів	
Зацікавленість у яскравих змістових подіях, таких як фестивалі, свята, ярмарки, концерти, вистави, спортивні заходи тощо.	Мешканці міста Запоріжжя та Запорізької області міст та сіл прилеглих районів сусідніх областей інших регіонів України	Молоді, активні туристи, чутливі до цін Дорослі туристи, чутливі до цін Дорослі туристи з вищим рівнем доходів	Комплексна туристична пропозиція з альтернативними заходами, яскравим, змістовим дозвіллям, супроводжуваними послугами (готелі, кафе, ресторани, транспорт, сувеніри). Можливість індивідуального (неорганізованого) туризму. Специфіка спортивних подій.	

Мотиви (інтереси) потенційних туристів	Країна прибуття	Вікова категорія, рівень доходів	Потреби потенційних споживачів туристичних і супутніх послуг	Заходи щодо стимулювання в'їзного туризму
Діловий туризм (налагодження партнерських стосунків, обмін досвідом, участь виставках, форумах, науково-практичних конференціях, круглих столах, культурних подіях тощо, а також офіційні візити)	Мешканці інших регіонів України Туристи з Росії, Білорусі, Казахстану, та інших країн колишнього СРСР Східної та Західної Європи Канади, США та інших країн світу	Дорослі туристи з вищим рівнем доходів Дорослі туристи, чутливі до цін Молоді, активні туристи, чутливі до цін (студентська молодь)	Змістовне дозвілля, комплексні туристичні послуги з урахуванням обмеженості часу перебування у місті. Високий рівень сервісу, особливо для осіб з вищим рівнем доходів	традицій гостинності, підвищення соціальної активності. Розвиток міжкультурних комунікацій між туристами та місцевими мешканцями.
Промисловий, індустріальний туризм	Мешканці міста та Запорізької області Мешканці інших регіонів України Туристи з Росії та інших країн колишнього СРСР Туристи зі Східної та Західної Європи	Дорослі туристи з вищим рівнем доходів Дорослі туристи, чутливі до цін Молоді, активні туристи, чутливі до цін (студентська молодь) Літні туристи, чутливі до цін Досвідчені туристи	Комплексна пропозиція організованого туристичного маршруту, з урахуванням вимог безпеки. Забезпечення якісними супроводжуваними туристичними послугами, сувеніри. Високий рівень сервісу, особливо для осіб з вищим рівнем доходів.	
Відвідування родичів, друзів Відвідування місць поховання або витоків своїх предків	Мешканці Запорізької області, інших регіонів України Туристи з Росії, Білорусі, Казахстану, та інших країн колишнього СРСР Східної та Західної Європи Канади, США, Австралії	Дорослі туристи з вищим рівнем доходів Дорослі туристи, чутливі до цін Молоді, активні туристи, чутливі до цін, у тому числі студентська молодь Літні туристи, чутливі	Отримання душевного та культурного задоволення відвідування родичів, друзів, перебування на землі предків (першої Батьківщини), огляд пам'яток, змістовне дозвілля, кафе, готелі.	

Мотиви (інтереси) потенційних туристів	Країна прибуття	Вікова категорія, рівень доходів	Потреби потенційних споживачів туристичних і супутніх послуг	Заходи щодо стимулювання в'їзного туризму
	та інших країн світу (зокрема представники української діаспори та інших національних меншин чи релігійних громад, представлених у регіоні).	до цін Досвідчені літні туристи		

Таблиця 4.3. АНАЛІЗ ПРІОРИТЕТНИХ СЕГМЕНТІВ ТУРИСТІВ ТА МЕХАНІЗМІВ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ.

Цільові категорії (пріоритетні сегменти) туристів	Заходи із залучення та обслуговування туристів
Всі категорії (сегменти) туристів	<p>Формування нового іміджу Запоріжжя.</p> <p>Інформаційні покажчики на кордонах і на території області, на під'їздах і в'їздах до міста, у Запоріжжі – покажчики, стенди, пункти надання інформаційних та супроводжуючих послуг.</p> <p>Активна присутність у ЗМІ та Інтернет.</p> <p>«Календар туриста» - як база даних і як джерело інформації про поточні та перспективні події у місті різного спрямування, для різних категорій споживачів.</p> <p>Розробка програмного забезпечення для смартфонів та інші ІТ-продукти для туристів.</p> <p>Створення нових туристичних пакетів подієвого, пізнавального, промислового (індустріального) та інших напрямів туризму</p> <p>Створення умов для розміщення та харчування у різних цінових категоріях: розбудова мережі 2-3-х зіркових готелів, хостелів, кемпінгів, паркінгів, доступних кафе якісного харчування, у т.ч. з національною та регіональною кухнею.</p> <p>Комплексні пропозиції з відвідування туристичних брендированих об'єктів Запоріжжя або видатних подієвих заходів (о.Хортиця, місця козацької слави та пов'язані з ними заходи, історико-культурні об'єкти, культурні, розважальні та спортивні заходи тощо).</p>
Специфічні туристичні пропозиції	
Мешканці Запоріжжя – як споживачі частини туристичних, екскурсійних та інших супутніх послуг	<p>Широке інформування про поточні події у місті для різних категорій споживачів.</p> <p>Задоволення потреб змістового відпочинку протягом тижня, просвітницько-виховні, розважальні, активно-оздоровчі заходи, екскурсії вихідного дня, у т.ч. організація дозвілля літніх людей, молоді, сімей з дітьми, людей з особливими потребами.</p>
Родичі, друзі та інші близькі мешканців міста, які відвідують Запоріжжя з гостьовою метою	<p>Інформування про визначні місця і події, які покращуватимуть змістовність і якість відпочинку під час перебування у місті.</p> <p>Створення нових можливостей для проведення дозвілля у вихідні дні, під час</p>

Цільові категорії (пріоритетні сегменти) туристів	Заходи із залучення та обслуговування туристів
	<p>святкового відпочинку (особливо кількадечного).</p> <p>Організація локальних цікавих заходів (у районах та мікрорайонах міста).</p> <p>Активна інформаційна присутність у містах і районах області, у прилеглих районах сусідніх областей.</p> <p>Інформаційні стенди на вокзалах міста.</p>
<p>«Транзитні туристи», які так чи інакше перетинають Запоріжжя і Запорізьку область під час приватних і групових подорожей (головним чином, до Чорного та Азовського морів та на зворотному шляху, а також з будь-якою іншою метою)</p>	<p>Активна присутність у мережі Інтернет.</p> <p>Інформаційні покажчики і додаткова зовнішня реклама визначних місць і подій, особливо протягом курортного періоду.</p> <p>Яскраве оформлення в'їздів до міста.</p> <p>Облаштування інформаційних пунктів та пунктів обслуговування транзитних туристів на перехрестях и транспортних розв'язках, які ведуть до Запоріжжя.</p> <p>Безкоштовна промоційна поліграфічна та інша продукція (туристичні карти міста, календарі подій, значки, вимпели тощо).</p> <p>Вжиття заходів для повторного відвідування міста (розіграші квитків на заходи, «креативні» запрошення, «спеціальні пропозиції» та ін.).</p> <p>Проведення бліц-опитувань (міні-анкетування) щодо місця проживання, місця відпочинку, перших вражень і пріоритетних потреб туристів.</p> <p>Презентація, продаж, подарунки сувенірної продукції.</p>
<p>Мешканці Запорізької області і населених пунктів прилеглих районів сусідніх областей (Нікополь, Марганець, Новомосковськ та ін.)</p>	<p>Аналогічно заходам для мешканців Запоріжжя, гостьових візитів і транзитного туризму.</p> <p>Додатково: цілеспрямована співпраця з органами місцевого самоврядування і райдержадміністраціями, місцевими туристичними компаніями, проведення презентацій, зовнішня реклама та ін.</p>
<p>Туристи з інших регіонів України та будь-яких країн, які відпочивають на узбережжі Азовського моря та в інших місцях на території області, прилеглих районах інших областей, не залежно від шляхів прямування, місця постійного проживання і рівня доходів</p>	<p>Організовані екскурсії, комплексні та спеціальні пропозиції для індивідуального і групового туризму (виїзні тури на 1-2 дні)</p>
<p>Туристи, що подорожують водним транспортом (круїзні пароплави «річка - море» з місцем зупинки у Запоріжжі)</p>	<p>Облаштування міських річкових портів та причалів відповідно до потреб туристів.</p> <p>Облаштування оглядових майданчиків і туристичних коридорів.</p>

Цільові категорії (пріоритетні сегменти) туристів	Заходи із залучення та обслуговування туристів
	Комплексне екскурсійне обслуговування протягом 1-4 годин, харчування, сувеніри, вироби майстрів, локальні вуличні заходи. Забезпечення інформацією різними мовами.
Відвідувачі концертів та інших культурно- масових святкових, розважальних і спортивних заходів (першочергово – мешканці Запорізької області та близько розташованих міст сусідніх областей; у подальшому – мешканці будь-яких регіонів України)	Спеціальні промоційні кампанії для запрошення туристів з інших міст та регіонів (окрема увага – заходи козацької тематики, Покровський ярмарок та ін.) Організація дозвілля до та після основного заходу (залежно від формату) для різних категорій споживачів. Організація дозвілля для членів сімей основних споживачів (наприклад, при відвідуванні спортивних подій). Програми співпраці щодо туристичного обміну та ін. заходів з органами місцевого самоврядування, райдержадміністраціями. «Дні Запоріжжя» в обласних центрах та інших великих містах України. Співпраця з туристичними і транспортними компаніями для організованого прибуття та комплексного обслуговування туристів.
Студентська та інша молодь (міжвузівський обмін, візити в рамках співпраці громадських об'єднань, відпочинку, у т.ч. на зимових та літніх канікулах, краєзнавство, тури вихідного дня тощо)	Сприяння міжвузівській, міжшкільній співпраці та міжсекторному партнерству. Взаємодія із земляцтвами, молодіжними організаціями та іншими об'єднаннями громадян. Проведення конкурсів, розіграшів, вікторин та інших заохочувальних заходів.
Учасники ділових зустрічей, міжнародних або міжрегіональних виставок, форумів, науково-практичних конференцій та інших заходів, офіційних делегацій різного рівня	Забезпечення інформування про супутні заходи та визначні місця Запоріжжя. Рекомендування та/або встановлення стандартів обслуговування. Спеціальні промоційні заходи та інформування у місцях проживання, харчування, проведення основного заходу. Організація змістовного дозвілля у вільний час для різних категорій споживачів. Анімаційні, презентаційні, просвітницькі та інші міні-заходи упродовж дня (на кава-брейках, перед початком та після закінчення конференц-дня). Промоційна поліграфічна і сувенірна продукція – як стандарт під час проведення ділових заходів. Широке використання муніципальної і туристичної символіки тощо.
Мешканці України та інших країн колишнього СРСР, які цікавляться історією та культурою козацтва, історією і культурою	Організація цілеспрямованих маркетингових, промоційних кампаній. Розвиток музейної справи та подієвого туризму.

Цільові категорії (пріоритетні сегменти) туристів	Заходи із залучення та обслуговування туристів
різних народів, етнічних чи релігійних груп, які населяють сьогодні або населяли наш край у минулому	<p>Проведення «Днів Запоріжжя», розширення горизонтальної співпраці.</p> <p>Постійна активна присутність у мережі Інтернет, у т.ч. ефективне використання можливостей офіційного сайту міської ради.</p> <p>Активна співпраця з національно-культурними товариствами, спілками майстрів та іншими громадськими об'єднаннями.</p> <p>Спеціальні програми співпраці з козацькими організаціями РФ та ін.країн, з менонітськими громадам (Канада, США, Німеччина, Нідерланди, Польща та ін.).</p> <p>Популяризація національної кухні тощо.</p>
Мешканці України та інших країн колишнього СРСР (перш за все, середнього та похилого віку), а також деякі категорії іноземних туристів, які цікавляться історією соціалістичного періоду	<p>Розвиток музейної справи, збереження архітектурної спадщини, вшанування пам'яті громадських і культурних діячів.</p> <p>Сувенірна продукція, у т.ч. раритетна.</p> <p>Врахування специфічних потреб туристів.</p>
Учасники шкільних краєзнавчих екскурсій, студентська молодь	<p>Екскурсії для дітей та молоді в рамках шкільної краєзнавчої освіти.</p> <p>Міні-вистави та інші локальні заходи виховного, пізнавального, патріотичного характеру.</p> <p>Майстер-класи та інші форми роботи майстрів народних промислів і творчих працівників.</p> <p>Міні-конкурси, вікторини та інші змагання з відзначенням переможців.</p> <p>Долучення батьків та інших членів сімей, використати можливість привернути увагу до туристичних пропозицій Запоріжжя мешканців міста та Запорізької області, міст і сіл прилеглих територій.</p>
Іноземні туристи, які відвідують Україну з пізнавальною чи іншою метою, у першу чергу, представники української діаспори, а також вихідці з країн, культура народів яких представлена у Запоріжжі та області (росіяни, білоруси, євреї, болгары, вірмени, чехи, албанці, греки, татари та інші)	<p>Спеціальні вимоги:</p> <p>використання «офіційних» можливостей ділового, культурного та іншого обміну; забезпечення інформацією на інших мовах (у т.ч. технічний переклад, гіді із знанням іноземних мов, промоційна література, покажчики, іншомовні версії сайтів тощо);</p> <p>адаптація сервісного обслуговування під потреби і звичаї туристів;</p> <p>сертифікація і стандартизація закладів розміщення і харчування за міжнародними вимогами;</p> <p>врахування вимог та можливостей міжнародних угод України;</p>

Цільові категорії (пріоритетні сегменти) туристів	Заходи із залучення та обслуговування туристів
	спеціальні тематичні програми міжнародного співробітництва; залучення ресурсів національно-культурних товариств та ін.
Інші категорії (сегменти) туристів	Запровадження маркетингових і соціологічних досліджень для виявлення та аналізу (формування) цільових груп туристів. Виявлення та врахування специфічних потреб для створення відповідних туристичних продуктів й організації обслуговування.

5. ЦІЛЬОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Розвиток туристичної сфери на основі Концепції стратегічного розвитку туристичної галузі Запоріжжя до 2022 року в рамках реалізації цієї Стратегії відбуватиметься у відповідності з наступними ідеологічним та цільовими засадами.

5.1. Стратегічне Бачення майбутнього Запоріжжя як туристично-привабливого міста:

Запоріжжя – чисте зелене місто на берегах Дніпра, місто козацької слави, в якому поєднується історія і сучасність, багаті культурні традиції та інновації. Наше місто розвивається, створює нове гармонійне життя, зацікавлює своєю контрастністю і природним колоритом, комфортне для мешканців та гостей. Легендарна Хортиця – духовний та історичний центр України, символ соборності і відновлення, добробуту і процвітання рідної землі.

5.2. Стратегічна Місія громади міста, усіх зацікавлених сторін, спрямована на досягнення Бачення майбутнього, визначається таким чином:

Своєю активною, енергійною співпрацею, використовуючи унікальну історичну, культурну та індустріальну спадщину, інноваційні туристичні продукти і якісний сервіс, комплекс цікавих видовищних подій національного масштабу, ми перетворюємо Запоріжжя на один з провідних туристичних і ділових центрів України.

5.3. Загальна стратегічна мета, на досягнення якої спрямована реалізація Стратегії:

Досягнення нового рівня якості життя мешканців Запоріжжя та соціально-економічного розвитку міста завдяки перетворенню туристичної галузі на один з пріоритетних секторів економіки.

Збільшення обсягів внутрішнього та в'їзного туризму забезпечується шляхом:

- підвищення ефективності використання туристичного та рекреаційного потенціалу;
- благоустрою території міста з урахуванням пріоритетів розвитку туризму;
- створення сучасної туристичної інфраструктури;
- пропозиції комплексних туристичних продуктів;
- підвищення якості муніципальних і комерційних послуг;
- формування у городян нової системи культурних цінностей;
- покращення системи управління та муніципального маркетингу;
- врахування у міських програмах стратегічних цілей розвитку туристичної галузі.

5.4. Туристичний слоган (девіз) Запоріжжя використовується у процесі реалізації Стратегії як один з атрибутів маркетингової політики міста і має такий зміст:

«ЗАПОРІЖЖЯ – Енергія поколінь» (українською мовою);

«ЗАПОРОЖЬЕ – Энергия поколений» (російською мовою);

«ZAPORIZHIA – Energy of Generations» (англійською мовою).

Туристичний логотип міста визначається шляхом проведення відкритого конкурсу – як одного з першочергових заходів, пов'язаних з реалізацією Стратегії

6. ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

6.1. Етапи реалізації Стратегії

Поточний стан туристичної галузі Запоріжжя, ключові проблеми і конкурентні переваги, аналіз зацікавлених сторін, потенціалу розвитку, перспективні напрями та пріоритетні завдання обумовлюють необхідність визначити наступні етапи впровадження Стратегії розвитку туризму.

I етап (2014 – друге півріччя 2015 рр.) – створення базових умов для розвитку туристичної галузі.

Цей етап передбачає вирішення таких загальних завдань:

- створення організаційної структури з управління розвитком туристичної галузі Запоріжжя;
- формування міжсекторних і міжгалузевих партнерств, створення кластерів, розширення горизонтальної співпраці;
- покращення загального благоустрою міста, розвиток муніципальної інфраструктури;
- фіксація у Генеральному плані Запоріжжя рекреаційних та інших територій, які будуть задіяні для розвитку туристичної галузі міста;
- започаткування системної роботи у сфері охорони, відновлення та збереження архітектурної та іншої історичної спадщини («Старий Олександрівськ», «Соцмісто», о.Хортиця козацької і до козацької доби, менонітська культура, інші пам'ятні місця);
- навчання (підвищення кваліфікації) кадрів, вивчення та поширення кращих практик управління туристичною галуззю, міжсекторної співпраці, надання послуг та ін.;
- підвищення якості муніципальних і комерційних послуг, у т.ч. транспортних;
- активізація залучення мешканців міста, громадських об'єднань, органів самоорганізації та інших зацікавлених сторін до процесу розбудови туристичної галузі;
- формування атмосфери гостинності, просторового та емоційного комфорту;
- покращення умов для проведення змістовного та корисного дозвілля мешканцями міста (у т.ч. нові можливості для запрошення й організації відпочинку друзів і родичів);
- створення базових умов для залучення та обслуговування транзитних туристів, у першу чергу туристів, які відпочивають на узбережжі Азовського моря;
- запровадження першочергових туристичних продуктів у сфері індустріального та ділового туризму;
- забезпечення ефективної інформаційної підтримки галузі, у т.ч. широкої інформаційної присутності міста у мережі Інтернет та покращення інформаційного обслуговування мешканців і гостей на території міста;
- проведення й оприлюднення результатів системних наукових досліджень у сфері ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу міста і регіону;
- покращення кадрової, матеріально-технічної та іншої ресурсної підтримки туристичної сфери міста, адаптація діючих комунальних закладів до потреб туристичної галузі;
- започаткування муніципальної системи обліку туристів, збирання й аналізу статистичної інформації, створення системи моніторингу й оцінювання, зворотного зв'язку;

- створення сприятливих умов для започаткування і розвитку бізнесу у галузях, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів;
- створення системи муніципальної підтримки приватних і громадських ініціатив, бізнес-проектів на конкурсній основі.

II етап (друге півріччя 2015 – 2016 рр.) – збільшення присутності Запоріжжя на ринку туристичних послуг України:

- формування іміджу Запоріжжя як міста, відкритого для туристів;
- впровадження цілеспрямованої муніципальної маркетингової політики для залучення туристів;
- комплексне облаштування територій пріоритетного розвитку туризму і туристичних коридорів;
- розробка і запровадження муніципальних стандартів надання послуг;
- істотне покращення інфраструктурної та іншої ресурсної спроможності о.Хортиця у залученні та обслуговуванні туристів;
- забезпечення подальшого впровадження громадських проектів та ініціатив
- забезпечення комплексних археологічних та інших досліджень на території міста для підвищення конкурентоспроможності у сфері пізнавального туризму;
- розвиток музейної справи, музеєфікація основних культурно-історичних та інших об'єктів;
- активізація залучення фінансових ресурсів з альтернативних джерел для розвитку туристичної галузі;
- залучення стратегічних інвесторів для подальшого розвитку туристичної галузі;
- створення нових туристично-привабливих пізнавальних, розважальних, спортивних та інших об'єктів;
- розбудова туристичної інфраструктури міста (готелів і закладів харчування, транспортної мережі, сервісних об'єктів та ін.) з урахуванням динаміки збільшення туристичної популярності міста;
- організація заходів подієвого туризму загальноукраїнського рівня за визначеними пріоритетами (зокрема, комплекс подій «Хортицькі свята», міжнародний козацький фестиваль, фестиваль «Спас», Покровський ярмарок, змагання з водних видів спорту та інші);
- підвищення ефективності використання можливостей, пов'язаних з участю Запоріжжя в асоціаціях міст та інших партнерствах;
- покращення транспортної доступності Запоріжжя для гостей міста з різних регіонів України за основними видами транспорту.

III етап (2017 – 2018 рр.) – формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів:

- вирішення ключових екологічних проблем, які стримують розвиток туризму;
- подальше розширення співпраці з містами і регіонами України, закордонними містами-партнерами, міжнародними туристичними організаціями;
- збільшення попиту за рахунок виведення на ринок інноваційних продуктів у сфері пізнавального, подієвого (розважального і спортивного спрямування), індустріального, ділового та інших видів туризму;

- створення повноцінної водної туристичної інфраструктури з комплексним використанням ресурсних можливостей річки Дніпро;
- формування та просування запорізьких туристичних брендів на ринку України і за кордоном з метою підвищення загальної конкурентоспроможності Запоріжжя як туристично-привабливого міста;
- створення інституційних, інфраструктурних, маркетингових та інших ресурсних умов для реалізації наступного етапу стратегічного планування інноваційного розвитку туристичної галузі.

Визначені етапи і пріоритетні завдання обумовлюють формування наступної системи пріоритетних стратегічних цілей та операційних завдань, спрямованих на практичне впровадження Стратегії розвитку туризму, а також щорічних планів дій (програм і проектів) з реалізації Стратегії.

6.2. Пріоритетні стратегічні цілі та операційні завдання

Стратегічна ціль 1:

Розбудова системи управління туристичною галуззю і партнерських відносин.

ОПЕРАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ, ЗАХОДИ ТА ПРОЕКТИ:

1.1. Створити організаційну структуру з управління розвитком туристичної галузі Запоріжжя та організувати її діяльність:

- реорганізувати сектор туризму у відділ розвитку туризму (5 осіб) з підпорядкуванням міському голові чи заступнику міського голови;
- забезпечити ефективну роботу координаційної ради з питань розвитку туризму та рекреації;
- забезпечити розробку і впровадження щорічного плану дій (цільової програми) з виконання Стратегії розвитку туризму на 2014-2018 рр. і відбір проектів за конкурсом;
- створити належні інституційні, інфраструктурні, маркетингові, кадрові, фінансові та інші ресурсні умови для реалізації наступного етапу стратегічного планування інноваційного розвитку туристичної галузі (розробка Стратегії на наступний період).

1.2. Сприяти створенню кластерів та розвитку міжгалузевих партнерств:

- створити й організувати роботу кластеру розвитку туризму;
- сприяти створенню кластеру ділового туризму;
- створити агентство муніципального розвитку (або покласти виконання функцій такого агентства на одне з комунальних підприємств);
- ініціювати створення координаційного органу (на рівні не нижче заступників міських голів і голів райдержадміністрацій) для взаємодії з містами і районами Запорізької області у сфері розвитку місцевого і внутрішнього туризму;
- активізувати діяльність громадських об'єднань і бізнес-асоціацій у сфері сприяння розвитку туризму;

- залучити представників відповідних громадських об'єднань до складу громадської ради та інших консультативно-дорадчих органів.

1.3. Покращити організаційну, кадрову, правову, матеріально-технічну та іншу ресурсну підтримку туристичної сфери міста:

- вжити заходи щодо адаптації діючих комунальних закладів до потреб туристичної галузі (культурно-просвітницьких, розважальних та інших, підпорядкованих міській раді);

- укласти угоди про співпрацю з відповідними закладами не комунальної форми власності та підпорядкованими іншими органам влади (місцевого самоврядування);

- запровадити постійно діючу систему навчання, підвищення кваліфікації кадрів органів місцевого самоврядування, комунальних підприємств та установ, інших суб'єктів (вивчення та поширення кращих практик управління туристичною галуззю, міжсекторної співпраці, проектний менеджмент, якість послуг та ін.);

- створити сприятливі умови для започаткування і розвитку бізнесу у галузях, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів (першочергово – дозвільні та інші адміністративні послуги, оренда комунального майна, юридично та адміністративно прозорі відносини з бізнесом).

1.4. Створити систему фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі:

- підвищити ефективність використання бюджетних коштів на засадах міжсекторного партнерства, у т.ч. державно-приватного (розробити окрему міську програму щодо ДПП);

- створити систему муніципальної підтримки приватних і громадських ініціатив, бізнес-проектів на конкурсній основі (муніципальні міні-гранти, організаційне та інше ресурсне сприяння розробникам проектів для участі у грантових конкурсах тощо);

- збільшити обсяги залучення грантових (донорських), спонсорських і волонтерських ресурсів для реалізації громадських ініціатив у сфері розвитку туризму;

- розробити кілька муніципальних проектів для участі Запоріжжя у конкурсах проектів на отримання міжнародної технічної допомоги у сфері туризму та суміжних сферах діяльності, які сприятимуть розвитку туризму;

- сформулювати та оприлюднити інвестиційні пропозиції для залучення стратегічних інвесторів з метою подальшого розвитку туристичної галузі.

1.5. Активізувати співпрацю з іншими містами, регіонами, країнами у сфері розвитку туризму, розширити міжнародні та міжкультурні зв'язки:

- підвищити ефективність використання можливостей, пов'язаних з участю Запоріжжя в асоціаціях міст та інших муніципальних партнерствах (розробити комплекс заходів, ініціювати і забезпечити виконання проектів у цій сфері);

- розширити партнерство з містами і регіонами України, закордонними містами-партнерами (містами-побратимами), українською діаспорою за кордоном;

- активізувати міжнародну наукову, творчу та іншу громадську співпрацю, у т.ч. доступ до інформаційних, експертних, фінансових та інших ресурсів (гранти, проекти міжнародної технічної допомоги тощо);

- залучити ресурси, міжрегіональні, міжнаціональні, міжнародні зв'язки національно-культурних товариств, земляцтв й інших подібних об'єднань;

- розширити співпрацю з козацькими організаціями України, Російської Федерації та інших країни;

- встановити зв'язки з провідними міжнародними туристичними організаціями і забезпечити протягом 5 років прийняття Запоріжжя (представників міста) до їх складу.

Стратегічна ціль 2:

Розвиток міської інфраструктури, орієнтованої на потреби туристів.

ОПЕРАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ, ЗАХОДИ ТА ПРОЕКТИ:

2.1. Покращити загальний благоустрій, дотримання санітарних і будівельних норм на території міста:

- розробити та впровадити програму забезпечення санітарних норм та території міста, в першу чергу, безпосередньо у місцях масового відпочинку та знаходження туристичних об'єктів;
- посилити контроль і відповідальність за порушення будівельних норм і стандартів (у першу чергу, громадська забудова), правил благоустрою, вимог до поводження з побутовими та промисловими відходами;
- забезпечити наявність у Генеральному плані забудови міста рекреаційних та інших територій, які будуть задіяні для розвитку туристичної інфраструктури;
- розпочати системний благоустрій територій пріоритетного розвитку туризму (далі – пріоритетні туристичні території, ПТТ).

2.2. Підвищити туристичну привабливість та ефективність використання наявних туристично-привабливих об'єктів і територій:

- провести діагностику стану архітектурної та іншої історичної спадщини міста, розробити і забезпечити впровадження комплексу заходів з її охорони, відновлення та збереження (згідно з окремою програмою);
- забезпечити збереження та підвищення туристичної привабливості архітектурної спадщини «Старого Олександрівська»;
- привести у відповідність до сучасних вимог існуючі інфраструктурні об'єкти на території архітектурного комплексу «Соцмісто»;
- забезпечити сталий розвиток інфраструктурних об'єктів на території о.Хортиця для підвищення спроможності до прийняття та обслуговування туристів з урахуванням заповідного статусу;
- створити інфраструктуру для обслуговування туристів на інших ПТТ, зокрема, пов'язаних із збереженням історії, культури і традицій Запорозького козацтва, а також етнічних, релігійних та інших громад;
- покращити стан і ресурсне забезпечення діючих інфраструктурних об'єктів (культурно-просвітницьких, розважальних, спортивних та інших закладів і майданчиків), у першу чергу, за рахунок реалізації проектів державно-приватного партнерства і проектів міжнародної технічної допомоги.

2.3. Створити умови і забезпечити розвиток багатофункціональної туристичної інфраструктури:

- облаштувати «в'їзні ворота» міста на ключових шляхах і пунктах прибуття туристів відповідно до затверджених стандартів;

- провести комплексну діагностику наявних об'єктів туристичної інфраструктури (заклади розміщення, харчування, сфера розваг, туристичні сервіси та ін.), визначити потреби міста у створенні нових об'єктів з урахуванням динаміки розвитку туристичної галузі і збільшення попиту з боку мешканців міста;
- діагностувати ресурсну базу міста, скласти реєстр інфраструктурних об'єктів комунальної і не комунальної форми власності, які можуть бути використані для створення нових туристичних пропозицій (стадіони, майданчики, туристичні бази, інші невикористані приміщення, спортивні, рекреаційно-оздоровчі, культурно-масові об'єкти, непрацюючі промислові підприємства тощо);
- затвердити і забезпечити виконання проектів розвитку пріоритетних туристичних територій (5-7 територій і «туристичні коридори»), створити умови для просторового та емоційного комфорту;
- створити та облаштувати оглядові майданчики для масового відвідування туристами, облаштувати відповідну сервісну, інформаційну, санітарну інфраструктуру;
- сформувати мережу закладів розміщення (готелів, хостелів, кемпінгів) та закладів харчування, диференційовану за рівнем послуг і цінової політики (спроможних до надання якісних послуг для різних категорій туристів);
- імплементувати кращий світовий досвід створення туристично-привабливих територій та об'єктів (планування, дизайн, благоустрій, функціональні можливості, інформаційне та інше ресурсне забезпечення, організація роботи тощо);
- організувати розробку і реалізацію проектів зі створення нових об'єктів для обслуговування туристів (кінотеатри, концертні зали і майданчики, виставкові центри, музейні об'єкти, спортивні споруди, торговельно-розважальні центри, заклади для сімейного і дитячого відпочинку та інші) – згідно з пріоритетами розвитку туристичної галузі і потребами споживачів.

2.4. Розбудувати транспортну інфраструктуру міста:

- створити сучасну міську транспортну інфраструктуру та систему надання транспортних послуг (оптимізація маршрутів і графіків руху, оновлення рухомого складу, облаштування зупинок, інформаційне забезпечення, комфорт і безпека перевезень та ін.);
- інтегрувати до мережі пасажирського транспорту спеціалізовані маршрути, орієнтовані на потреби туристів, забезпечити інформаційний супровід, екскурсійне та інше обслуговування;
- забезпечити під'їзди до всіх туристичних об'єктів, облаштувати автостоянки, зупинкові комплекси, супутній сервіс для автотуристів та організованих туристичних груп;
- створити велосипедну інфраструктуру міста (велодоріжки, майданчики, стоянки, знакування, заходи безпеки);
- розбудувати річкову транспортно-туристичну інфраструктуру з урахуванням розміщення територій пріоритетного розвитку туризму і потреб мешканців міста;
- покращити транспортну доступність Запоріжжя для гостей міста з різних регіонів України за основними видами транспорту (укласти угоди про співпрацю з адміністрацією «Укрзалізниця» та залізничних вокзалів, автовокзалів, розробити окрему програму розвитку Аеропорту «Запоріжжя» та ін.).

2.5. Створити сучасні території відпочину і рекреації на базі природно-ландшафтного потенціалу міста:

- провести комплексні наукові дослідження щодо ресурсної спроможності і туристичної привабливості об'єктів природно-заповідного фонду, рекреаційного потенціалу міста;
- реалізувати програму благоустрою і розвитку міських парків та скверів у кожному районі міста;
- відновити туристичну привабливість баз відпочинку, санаторіїв та інших об'єктів рекреації (узбережжя Дніпра, о.Хортиця);
- організувати розроблення і розпочати впровадження проектів з відновлення існуючих і створення нових туристично-привабливих об'єктів і територій на о.Хортиця (дендропарк, ландшафтно-зоологічний парк, парк «Україна» та інші ініціативи).

Стратегічна ціль 3:

Створення атмосфери гостинності, підвищення якості муніципальних та комерційних послуг.

ОПЕРАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ, ЗАХОДИ ТА ПРОЕКТИ:

3.1 Підвищити рівень місцевого патріотизму, культурно-естетичного виховання і просвіти городян, сприяти розвитку творчого потенціалу мешканців Запоріжжя.

- Сприяти підвищенню місцевого патріотизму, відновленню та формуванню традицій гостинності серед жителів міста (просвітницькі заходи та проекти, соціальна реклама, організація локальних цікавих заходів у районах та мікрорайонах міста, статті, телепередачі, інше залучення ЗМІ, вуличні університети та ін.).
- Залучити місцевих мешканців різних вікових та гендерних груп - дітей та підлітків, молодь, людей середнього та похилого віку до проведення культурно-просвітницьких міських заходів (проекти з організації постійних екскурсій вихідного дня, залучення учнівської молоді та їх батьків до участі у екскурсіях в рамках шкільної краєзнавчої освіти, ін.).
- Сформувати й оприлюднити для широкого загалу календар загальноміських та районних (локальних) заходів, забезпечити підтримання його в актуальному стані – для підвищення зацікавленості мешканців у міських подіях, формування культури дозвілля, мотивації участі у громадському житті міста (у т.ч. осіб з особливим потребами).
- Заохочувати городян до участі у муніципальних та інших конкурсах (покращення санітарного стану та естетичного вигляду вулиць, прибудинкових територій і внутрішніх дворів, підвищення обізнаності щодо історико-культурних цінностей та туристичних об'єктів Запоріжжя і популяризації їх серед різних верств населення, проекти по створенню нових туристично-привабливих об'єктів та територій, ін.).
- Організувати діяльність осередків підвищення соціальної активності та реалізації ініціатив городян на базі бібліотек, будинків культури та інших громадських закладів (мережа Центрів суспільної активності у районах та мікрорайонах міста тощо).

3.2 Забезпечити досягнення якості муніципальних та комерційних послуг європейського рівня.

– Запровадити систему заходів щодо вивчення, обміну та втілення найкращого національного та міжнародного досвіду обслуговування туристично-привабливих територій, місць масового відпочинку, покращення загального благоустрою території міста, дотримання санітарних і будівельних норм.

– Розробити стандарти якості туристичних та інших послуг та провести заходи щодо забезпечення їх дотримання муніципальними та комерційними підприємствами (підприємства з обслуговування загальної території міста, надання послуг розміщення, харчування, транспортних послуг, медичної допомоги, інформаційних, торгівельних послуг, служби безпеки та інші).

– Організувати постійно діюче навчання, підвищення кваліфікації, перепрофілювання кадрів у сфері надання якісних муніципальних (комунальних) та комерційних послуг (проведення семінарів, тренінгів, навчальних курсів, практичних занять і стажування та ін.).

– Створити в місцях масового відпочинку зручні умови своєчасного отримання інформації та туристичних і супутніх послуг відповідно до потреб туристів різних вікових і гендерних груп та категорій (телефони швидкого реагування, забезпечення постійної діяльності інформаційних центрів, пунктів туристичного обслуговування, отримання путівників, буклетів та ін., у т.ч. безкоштовно).

– Впровадити систему вивчення думки споживачів туристичних послуг, збирання інформації "перші враження" та інші форми отримання зворотного зв'язку для покращення якості послуг (у т.ч. мешканців і гостей міста).

– Забезпечити врахування результатів зворотного зв'язку в рамках реалізації конкретних заходів та проектів з розвитку туризму (проведення анкетування, опитування, записів книг відгуків, дослідження оцінок та відгуків на відкритих форумах, у соціальних мережах тощо).

– Залучити мешканців міста до громадського моніторингу й оцінювання стану туристичної галузі та участі у її розбудові.

– Організувати систему конкурсів на кращий готель, кращий ресторан, кращий мікрорайон, краще громадське об'єднання, кращий муніципальний заклад тощо (оцінюється рівень гостинності, просторового та емоційного комфорту та інші критерії), забезпечити відкритість і прозорість конкурсів, широке висвітлення у ЗМІ, почесне нагородження переможців, різні форми заохочення.

3.3 Організувати науковий супровід розвитку туристичної галузі міста:

– Провести комплексні наукові дослідження щодо сприяння розбудові туристичного простору Запоріжжя, створення ідеології позиціонування міста на національному та міжнародному рівнях, забезпечити імплементацію напрацювань у систему розвитку туристичної галузі міста на засадах інтеграції історико-культурної спадщини, минулих досягнень та інноваційних сучасних рішень.

– Створити додаткові можливості для розширення міжвузівської та міжгалузевої співпраці, проведення науково-практичних конференцій на інших заходів: науково-практична конференція (круглий стіл) "Розвиток туризму в індустріальних центрах як засіб диверсифікації економіки міста" тощо.

– Залучити учнівську та студентську молодь до популяризації знань про минуле і сучасність Запоріжжя: використання програм краєзнавства, заохочення до обміну

студентами, студентських творчих та інших гуртків, проведення конкурсів студентських робіт («Запоріжжя – край легенд», «Яким я бачу сучасне обличчя міста», «Запоріжжя – гостинне місто» тощо).

3.4. Покращити стан довкілля та підвищити безпеку життєдіяльності:

- Організувати систему заходів, спрямованих на формування екологічної культури, активізувати таку діяльність в рамках програм екологічної освіти і просвіти населення.
- Вжити заходи щодо підвищення екологічної і просторової ефективності діяльності комунальних установ і підприємств, надавачів комерційних туристичних послуг для врахування потреб туристичної галузі міста.
- Забезпечити дотримання екологічних норм, зменшення техногенного навантаження на навколишнє середовище та покращення екологічного стану довкілля.
- Підвищити якість і результативність співпраці з органами внутрішніх справ та іншими підрозділами з охорони громадського порядку.
- Розглянути можливість створення ефективної муніципальної міліції та постійно діючих громадських формувань (залучення до денного патрулювання вулиць, охорони громадського порядку, надання інформаційної допомоги, першої медичної допомоги при проведенні масових заходів, у місцях масового відпочинку, прибуття туристичних груп тощо).
- Відкрити тематичні курси та інші форми просвітництва для громадян з питань безпеки життєдіяльності при проведенні масових заходів, виникнення аварійних та інших форс-мажорних ситуацій.

Стратегічна ціль 4:

Формування конкурентоздатних туристичних продуктів і забезпечення маркетингової підтримки.

ОПЕРАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ, ЗАХОДИ ТА ПРОЕКТИ:

4.1. Запровадити цілеспрямовану політику муніципального маркетингу і формування іміджу Запоріжжя – як міста, відкритого для туристів:

- Провести конкурс на створення туристичного логотипу міста та іншої маркетингової (промоційної) атрибутики, формування єдиного стилю міста (бренд-бук).
- Розробити і впровадити комплекс муніципальних маркетингово-промоційних заходів для залучення туристів до Запоріжжя (за різними напрямками туризму та категоріями споживачів), а також зацікавлених сторін – для розбудови туристичної галузі.
- Забезпечити ефективний маркетинг наявних та новостворених туристично-привабливих об'єктів і туристичних продуктів з використанням сучасних засобів, а також з урахуванням досвіду провідних туристичних міст України, Європи, світу.
- Започаткувати муніципальну систему обліку туристів, збирання й аналізу статистичної інформації у туристичній галузі, у т.ч. через туристичні інформаційні центри, суб'єктів надання послуг, з використанням сучасних ІТ-засобів.
- Визначити пріоритети і запровадити окрему муніципальну програму для формування та просування запорізьких туристичних брендів на ринку України і за

кордоном, культурно-ділового обміну з метою підвищення загальної конкурентоспроможності Запоріжжя і формування іміджу туристично-привабливого міста. Для провадження програми залучити кошти проектів міжнародної технічної допомоги.

- Запровадити регулярні соціологічні, маркетингові, експертні дослідження для виявлення пріоритетних потреб та специфічних інтересів різних соціально-демографічних груп (цільових сегментів споживачів туристичних продуктів), бізнесу, потенційних інвесторів, інших зацікавлених сторін.

- Сприяти створенню та позиціонуванню запорізьких туристичних брендів національного та міжнародного рівнів.

4.2. Активізувати інформаційну підтримку розвитку туристичної галузі:

- Забезпечити широку позитивну інформаційну присутність міста у мережі Інтернет за рахунок активізації цілеспрямованої співпраці з наявними запорізькими, регіональними, загальноукраїнськими та закордонними (світовими) Інтернет-ресурсами.

- Забезпечити просування та промоційну підтримку туристичних продуктів з використанням сучасних інформаційних технологій.

- Запровадити мінімальні стандарти інформаційного супроводу туристично-привабливих об'єктів і подій.

- Забезпечити багатомовність інформації про Запоріжжя, яка поширюється у мережі Інтернет, у вигляді поліграфічної продукції та в інший спосіб.

- Розробити на конкурсній основі комплект путівників, карт, схем, іншої довідкової поліграфічної продукції для туристів і мешканців міста; забезпечити її поширення й активне використання на всіх об'єктах, закладах, заходах, відвідуваних туристами (у т.ч. безкоштовно).

- Покращити інформаційне обслуговування мешканців і гостей (туристів) на території міста (таблички, покажчики, стенди, карти і схеми, путівники, спеціальне знакування тощо).

- Розробити і впровадити план заходів з покращення доступності до інформації про автобусні рейси та роботу інших видів транспорту (графіки руху, наявність, бронювання та придбання квитків тощо).

- Провести редизайн, структурну реконструкцію та функціонально удосконалити офіційний сайт Запорізької міської ради; забезпечити його ефективну роботу, у т.ч. для потреб туристичної галузі.

- Провести конкурс на створення та забезпечення роботи міського туристичного порталу, забезпечити його інтеграцію до системи муніципальних веб-ресурсів, підтримання в актуальному стані.

- Розширити співпрацю з громадськими порталами та бізнесовими веб-сайтами (у першу чергу – сайти туристичних компаній) щодо розміщення цікавої інформації про Запоріжжя, туристично-привабливі об'єкти і події, перспективні проекти, підвищення історичної та культурної достовірності інформації, дотримання високого рівня етики і культури розміщення інформації та ін.

- Підвищити ефективність використання можливостей мережі Інтернет для бронювання та придбання квитків на різні видовищні заходи, бронювання місць у запорізьких готелях, закладах харчування тощо.

- Розширити співпрацю власників туристично-привабливих об'єктів з готелями, закладами харчування, торговельними, розважальними та іншими закладами щодо взаємної інформаційної підтримки.

- Збільшити інформаційну присутність запорізького бізнесу, пов'язаного з обслуговуванням туристів, на сайтах та різних промоційних майданчиках в інших регіонах України.

- Створити мережу туристичних інформаційних центрів, інформаційних терміналів (інфокіосків), у т.ч. розглянути можливість співпраці з власниками терміналів для оплати послуг та роботи з готівкою (банкомати і банківські термінали, мережі I-box, Easy Pay тощо).

- Запровадити регулярні промо-тури, семінари, круглі столи, брифінги, прес-конференції та інші форми цілеспрямованої роботи із засобами масової інформації для залучення їх до загального процесу маркетингової підтримки туристичної галузі і формування туристично-привабливого іміджу міста.

- Залучити готелі, бази відпочинку та інші місця розміщення туристів, заклади харчування, різні зацікавлені сторони до інформування транзитних туристів і туристів, які відпочивають на узбережжі Азовського моря, про туристичні об'єкти і події Запоріжжя; забезпечити організацію відвідування міста, повторні візити.

- Забезпечити місця проведення масових заходів, туристичні об'єкти міста і області необхідною інформацією щодо туристичного потенціалу Запоріжжя.

4.3. Підвищити ефективність використання туристичного потенціалу о.Хортиця – як історико-культурної і природної пам'ятки міжнародного значення:

- Сформувати туристичні продукти з історії Хортиці докозацького та післякозацького періоду.

- Розробити науково-обґрунтовану концепцію використання об'єктів і територій заповідного фонду для цілей розвитку туризму.

- Підвищити якість та розширити масштаб заходів у сфері подієвого туризму, пов'язаного з о.Хортиця (комплекс заходів «Хортицькі свята» та інші).

- Привести туристичні (екскурсійні) маршрути у відповідність до актуальних потреб споживачів, у т.ч. з урахуванням перспектив розвитку галузі і збільшення попиту.

- Забезпечити ефективний маркетинг наявних та новостворених туристично-привабливих об'єктів і туристичних продуктів, пов'язаних з о.Хортиця.

- Сприяти розробці і запровадженню інноваційних креативних туристичних продуктів, реалізації проектів і громадських ініціатив (святкування 2 млн-річчя з часів утворення о.Хортиця, святкування 2,5 млрд.-річчя з часів утворення хортицьких гранітів тощо).

- Організувати розробку, затвердження і виконання окремої муніципальної програми підвищення туристичної привабливості о.Хортиця, Національного заповідника «Хортиця» (у т.ч. філіали), співпраці з різними зацікавленими сторонами.

- Забезпечити виконання загальноукраїнських програм розвитку НЗ «Хортиця».

4.4. Забезпечити відродження та розвиток культури і традицій Запорозького козацтва як унікального явища в історії України та світової цивілізації

- Забезпечити виконання заходів «Програми підтримки розвитку козацтва в Запорізькій області на 2011-2014 роки» та взяти участь у розробленні відповідної програми на наступний період.

- Підвищити спроможність туристично-привабливих об'єктів, пов'язаних з історією і традиціями Запорозького козацтва, до надання послуг міжнародного рівня (Музей історії Запорозького козацтва, Історико-культурний комплекс "Запорозька Січ", Кінний театр, експозиція козацької чайки, видатні місця Хортиці, пов'язані з історією Запорозького козацтва, та ін.).

- Запровадити щорічний міжнародний козацький фестиваль із забезпеченням світового рівня якості заходу, для чого провести наступну підготовчу роботу:

1. Створити постійно діючий оргкомітет з проведення фестивалю.
2. Вивчити досвід проведення масових козацьких заходів в Україні і за кордоном.
3. Провести аналіз зацікавлених сторін, попиту з боку потенційних учасників заходу, визначити пріоритетні завдання, тематику та формат заходу.
4. Укласти партнерські угоди, меморандуми, протоколи про наміри тощо.
5. Розробити загальний проект (концепцію) і детальний план підготовки та проведення заходу "Козацький фестиваль на Запоріжжі" (робоча назва).
6. Визначити механізм спільного (проектного) фінансування заходів, використання бюджетних та позабюджетних коштів.
7. Розробити програму маркетингової підтримки і розширення фестивалю.

- Надати ресурсну та організаційну підтримку громадським та приватним ініціативам у сфері відродження і розвитку історичних, патріотичних, духовних та культурних традицій Запорозького козацтва, сприяти активізації діяльності громадських об'єднань у цій сфері (у т.ч. проект «Козацька чайка» (діюче судно), загальноукраїнський туристичний маршрут "Часи козацькі - Січі Запорозькі", «Козацький хутір», «Козацький зимівник», «Чумацька вечеря», заходи та ініціативи федерації «Спас» та ін.).

- Активізувати діяльність козацьких та інших громадських об'єднань у сфері сприяння розвитку культури і традицій Запорозького козацтва (у т.ч. Всеукраїнська федерація «Спас») – у відповідності з їх пріоритетами і статутними завданнями.

- Розширити співпрацю з іншими козацькими організаціями в Україні і за кордоном.

- Сформувати імідж Запоріжжя як світової столиці козацтва, для чого розробити окремий комплекс заходів (маркетинговий проект).

- Сформувати бренд «Запорозьке Козацтво» («Запоріжжя – світова столиця козацтва») як один з провідних запорізьких туристичних брендів національного та міжнародного рівня (згідно з окремим проектом).

4.5. Активізувати діяльність у сфері пізнавального туризму на основі культурно-історичної багатоманітності Запоріжжя:

- Підвищити загальну зацікавленість та попит на туристичні продукти у сфері пізнавального туризму за рахунок покращення взаємодії, кооперації, обміну інформацією між різними зацікавленими сторонами.

- Розробити та реалізувати науково-дослідницький і просвітницький проект "Запоріжжя - край легенд", спрямований на збирання і створення легенд Запоріжжя, формування ідеології цього туристичного напрямку, систематизацію, поширення, візуалізацію, використання інформації, проведення конкурсів "Легенди Запорізького краю" та ін.

- Видати і забезпечити поширення серії буклетів-візитівок «100 чудес Запоріжжя», «Видатні люди Запоріжжя», "Запоріжжя: історія тисячоліть" та інших поліграфічних продуктів.

- Запровадити серію медіа-продуктів про минуле і сучасність Запоріжжя (телевізійні та FM-радіо програми, відео-канали у мережі Інтернет тощо).
- Організувати щорічний промоційний фестиваль "Цікавинки Запоріжжя", присвячений відкриттю туристичного сезону (друга половина квітня).
- Привести туристичні (екскурсійні) маршрути у відповідність до вимог споживачів з урахуванням сучасних стандартів обслуговування.
- Організувати роботу зі створення та популяризації нових туристичних маршрутів.
- Розробити туристичні пропозиції, які охоплюють усі етапи історії краю – давні часи, докозацький період, Запорозьке козацтво, Олександрівськ, індустріалізація, Друга світова війна, Відродження, радянський період, пострадянський період.
- Забезпечити розвиток музейної справи, музеєфікацію основних культурно-історичних та інших об'єктів.
- Підвищити змістовність, цікавість та ефективність впровадження програм з краєзнавства для різних категорій споживачів (починаючи з дошкільного віку).
- Залучити учнівську та студентську молодь до популяризації знань про минуле і сучасність Запоріжжя (у т.ч. включити практично-орієнтовані компоненти до програм з краєзнавства та інших навчальних програм; підготувати презентації кращих студентських дипломів за тематикою розвитку туризму в Запоріжжі: створення брендів Запоріжжя, портфолію легенд Запоріжжя, реєстр інфраструктурних об'єктів, моделювання нових архітектурних об'єктів і територій та ін.).
- Забезпечити розробку і впровадження окремої муніципальної програми для відновлення, збереження та популяризації архітектурної та іншої культурно-історичної спадщини Старого Олександрівська.
- Інтегрувати існуючі культурно-просвітницькі заклади до системи обслуговування туристів, підвищити спроможність до надання якісних послуг (за окремим проектом чи програмою), у т.ч.:
 1. Провести діагностику спроможності закладів щодо надання послуг, орієнтованих на різні категорії туристів та мешканців міста.
 2. Визначити пріоритетні цілі і завдання кожного закладу, розробити середньо- та короткострокові плани розвитку і забезпечити їх виконання.
 3. Організувати підготовку та підвищення кваліфікації кадрів для системи культурно-просвітницьких закладів (керівники, фахівці).
 4. Забезпечити організаційну, фінансову, матеріально-технічну підтримку діяльності культурно-просвітницьких закладів міста.
 5. Активізувати діяльність щодо залучення позабюджетного фінансування для утримання і розвитку мережі культурно-просвітницьких закладів.
 6. Запровадити системи моніторингу й оцінювання результатів діяльності та публічну звітність ефективності використання коштів.
- Підвищити ефективність використання туристичного потенціалу української діаспори, розширити міжнаціональні та міжкультурні зв'язки.
- Активізувати просвітницьку та промоційну діяльність національно-культурних товариств та інших громадських об'єднань Запоріжжя.
- Залучити національно-культурні товариства до розробки та впровадження програм і проектів, які пропагуватимуть мультинаціональність (поліетнічність) Запорізького краю.

– Розробити та реалізувати муніципальний проект "Запоріжжя - місто національної та культурної толерантності".

4.6. Створити комплексні туристичні продукти у сфері подієвого туризму для різних категорій споживачів, у т.ч. події національного та міжнародного рівня:

- Підвищити якість організації та проведення міських свят та інших заходів, першочергово – тих, що можуть бути потенційно привабливими для розвитку подієвого туризму (з використанням проектного підходу).

- Сформувати і поширити «календар подій» («календар туриста») як вичерпне джерело інформації про найцікавіші заходи подієвого туризму у Запоріжжі, забезпечити підтримання його в актуальному стані й активне просування у мережі Інтернет.

- Визначити 3-4 пріоритетні заходи подієвого туризму, розвиток яких здійснюватиметься на загальноукраїнському (міжнародному) рівні; створити постійно діючі організаційні комітети з проведення цих заходів, забезпечити їх ресурсну підтримку.

- Розробити ідеологію, маркетингову концепцію, проект з ресурсної підтримки та інші заходи для проведення комплексу подій «Хортицькі свята».

- Організувати і забезпечити комплексну підтримку проведення міжнародного козацького фестивалю і супутніх заходів (згідно з окремим планом дій – операційне завдання 4.4.).

- Підвищити інституційну, організаційну, маркетингову, фінансову та іншу ресурсну спроможність фестивалю «Спас» - як заходу подієвого туризму національного рівня.

- Забезпечити щорічне проведення комплексу заходів Покровського ярмарку, запровадити проектний підхід до організації і проведення заходу. Розробити окрему програму (план дій) розвитку Покровського ярмарку як головної туристичної події Запоріжжя, конкурентоспроможної на національному та світовому рівнях.

- Інтегрувати існуючі культурно-просвітницькі, розважальні, спортивні та інші заклади і майданчики до системи обслуговування туристів.

- Активізувати залучення національно-культурних товариств та інших об'єднань громадян до проведення тематичних загальноміських і районних (локальних) заходів, заснованих на культурній багатоманітності Запоріжжя. Сприяти встановленню міжкультурних і міжнародних зв'язків для збільшення туристичної привабливості Запоріжжя.

- Визначити перелік святкових і пам'ятних заходів, пов'язаних з життєдіяльністю відомих мешканців Запоріжжя та інших осіб, пов'язаних з різними періодами розвитку міста і Запорізького краю в цілому, та забезпечити їх проведення.

- Визначити 3-4 пріоритетних спортивних заходи, перспективних з огляду на розвиток подієвого туризму (змагання з водних видів спорту, боксу, легкої атлетики, авто-чи мотокросу, командних видів спорту – гандбол, баскетбол та інші), організувати їх проведення, маркетингову, фінансову та іншу ресурсну підтримку (застосувати проектний підхід). Залучити відомих спортсменів та інших зацікавлених осіб до підтримки цих заходів.

4.7. Сформувати нові напрями розвитку туристичної галузі міста, у першу чергу – промисловий (індустріальний) та діловий туризм.

- Розробити комплексні інноваційних продукти у сфері промислового (індустріального) туризму на базі діючих промислових об'єктів та індустріальної спадщини Запоріжжя.

- Забезпечити збереження, відновлення та використання для туристичних потреб унікальних пам'яток індустріальної спадщини міста.

- Розробити науково-технічне обґрунтування розвитку нової для міста індустрії соціокультурних послуг (освіта, дозвілля, рекреація, туризм) на базі та на місці промислових територій і об'єктів шляхом їх ревіталізації.

- Залучити провідні промислові підприємств міста до розвитку індустріального туризму.

- Організувати відвідування ДП "ЗМКБ "Прогрес" ім. ак. О.Г.Івченка" та АТ "Мотор Січ", інших видатних промислових підприємств міста під час "Дня відкритих дверей".

- Створити спільний музей і парк (під відкритим небом) індустріальної спадщини Запоріжжя: «Дніпрокомбінат ХХІ», «Парк індустріального періоду».

- Організувати туристичні об'єкти на базі техногенних ландшафтів (рекультивованих територій) і забезпечити їх популяризацію. Використати можливості державно-приватного партнерства та міжнародної співпраці.

- Створити умови для проведення заходів національного та міжнародного рівня у сфері ділового туризму (конференц-сервісу) – згідно з окремим проектом чи програмою, запропонованою кластером ділового туризму.

4.8. Організувати змістовне дозвілля, активно-оздоровчий відпочинок мешканців і гостей міста на основі інноваційного підходу з використанням туристичного потенціалу.

- Збільшити попит з боку мешканців і гостей міста за рахунок виведення на ринок інноваційних продуктів у сфері пізнавального, подієвого (розважального і спортивного спрямування), індустріального та інших видів туризму, як можуть бути використані для задоволення потреб мешканців Запоріжжя.

- Активізувати популяризацію та покращити умови для рекреаційно-оздоровчого, спортивного, екстремального туризму з використанням природно-ландшафтних та інших ресурсних можливостей міста.

- Запровадити систему відзнак і заохочень для ініціаторів (організаторів) цікавих масових заходів для мешканців Запоріжжя і гостей міста (не залежно від їх комерціалізації, масштабності і привабливості для зовнішніх споживачів туристичних продуктів).

- Надати підтримку у створенні та популяризації об'єктів «зеленого туризму» на території о.Хортиця, Великого Лугу та ін.

- Створити систему турів вихідного дня (у межах Запоріжжя та околиць міста) і комплексного туристичного обслуговування.

- Розробити та популяризувати мережу пішохідних, велосипедних, автомобільних екскурсій у межах міста для різних категорій споживачів (у т.ч. з урахуванням специфіки та можливостей людей з особливими потребами).

- Забезпечити можливість використання рекреаційно-оздоровчих та інших ресурсів річки Дніпро та інших водойм у межах Запоріжжя і на околицях міста.

- Організувати систему муніципальної підтримки проектів і локальних ініціатив, спрямованих на покращення дозвілля мешканців, використання різних форм роботи та інформаційних каналів для поширення анонсів, релізів загальноміських, районних і локальних заходів.

Щорічно виконання операційних завдань для досягнення визначених стратегічних цілей забезпечується шляхом розробки і реалізації Плану дій з виконання Стратегії (цільової програми розвитку туризму) на відповідний рік, в якому зазначається перелік пріоритетних проектів і заходів, строки їх виконання, відповідальні особи, бюджет і джерела залучення коштів, очікувані результати та ефективність з огляду на сталий розвиток економічної, соціальної (у т.ч. культурної) та екологічної сфери.

План дій з виконання Стратегії розвитку туризму на кожний наступний рік затверджується рішенням міської ради не пізніше листопада попереднього року і має статус міської цільової (галузевої) програми.

7. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

Реалізація Стратегії передбачає, у першу чергу, створення дієвого механізму, який повинен забезпечувати своєчасне прийняття ефективних рішень на всіх етапах управлінського циклу: планування, постановка завдань, організація виконання, забезпечення ресурсами, управління ризиками, контроль виконання, моніторинг та оцінювання результатів впровадження Стратегії, а також подальше регулювання процесу й актуалізацію цілей.

7.1. Управління впровадженням Стратегії, зокрема, здійснюватиметься шляхом:

- реорганізації сектору туризму і створення окремого структурного підрозділу (відділу розвитку туризму) з підпорядкуванням його безпосередньо міському голові або профільному заступнику міського голови;

- створення та організації діяльності міжвідомчої координаційної ради з питань розвитку туризму;

- залучення представників громадських об'єднань, бізнесу, ЗМІ, науковців та інших зацікавлених осіб до складу координаційної ради з питань розвитку туризму, дорадчо-консультаційних органів, робочих груп;

- проведення не рідше 1 разу на місяць оперативних робочих нарад, на яких розглядатиметься поточний стан виконання Стратегії, конкретних стратегічних цілей, операційних завдань, окремих проектів чи заходів;

- навчання фахівців органів місцевого самоврядування (міської ради, районних адміністрацій міста) та комунальних підприємств з питань залучення фінансування з альтернативних джерел, проектного менеджменту, міжсекторного партнерства тощо;

- утворення (у разі необхідності) спеціальних дорадчо-консультаційних чи інших робочих органів для виконання окремих завдань, пов'язаних з реалізацією Стратегії;

- фіксація у Генеральному плані міста рекреаційних територій, використання потенціалу яких забезпечуватиме реальний розвиток туристичної сфери та підвищення туристичної привабливості Запоріжжя;

- застосування проектного підходу до реалізації Стратегії, який передбачає надання фінансової та іншої ресурсної підтримки першочергово тим ініціативам, які розроблені та впроваджуватимуться у формі інвестиційних та інших проектів з використанням сучасних інструментів проектного менеджменту;

- розроблення і затвердження відповідно до владних повноважень щорічного плану дій з реалізації Стратегії та переліку першочергових проектів і заходів, організація його виконання;

- створення системи моніторингу й оцінювання результатів реалізації Стратегії з наданням вільного доступу до звітних даних через мережу Інтернет;

- надання організаційної, навчально-методичної та іншої ресурсної підтримки локальним проектам та громадським ініціативам у сфері розвитку туризму;

- виконання інших заходів у відповідності з пріоритетами розвитку туризму, стратегічними цілями та операційними завданнями, визначеними Стратегією.

7.2. Позиціонування та просування продуктів на цільових туристичних ринках здійснюватиметься шляхом:

- створення постійно діючого організаційного комітету з проведення виставково-промоційної діяльності, який забезпечуватиме моніторинг виставкових заходів, участь офіційних делегацій Запоріжжя та окремих представників міста у туристичних виставках, галузевих конференціях, тематичних форумах та інших промоційних заходах, які проводяться в Україні і за кордоном;

- створення міського туристичного сайту та інших інформаційних майданчиків у мережі Інтернет;

- створення офіційного портфоліо Запоріжжя і використання його для цілей загального муніципального маркетингу;

- видання і розповсюдження муніципальної промоційної поліграфічної продукції та сприяння неприбутковим організаціям у виданні і розповсюдженні поліграфічної продукції, спрямованої на популяризацію туристичних об'єктів Запоріжжя, просування туристичних продуктів, привернення уваги до заходів подієвого туризму, формування внутрішніх туристичних потоків до Запоріжжя, активізацію в'їзного туризму та ін.;

- укладення угод з іншими містами та регіонами України, містами та регіонами інших країн щодо спільного просування туристичних продуктів, обміну досвідом, взаємного спрямування туристичних потоків, проведення інших заходів для розвитку ринку туристичних послуг Запоріжжя та активізації комерційної і громадської діяльності у цій сфері;

- проведення «Днів Запоріжжя» та інших рекламно-інформаційних і ділових заходів у містах-побратимах, в обласних центрах та інших містах-партнерах в Україні і за кордоном;

- створення запорізьких туристичних брендів національного та міжнародного рівнів;

- проведення різних промоційних кампаній з широким залученням мешканців міста, громадських об'єднань, суб'єктів підприємницької діяльності та інших зацікавлених осіб;

- проведення соціологічних опитувань та інших заходів з вивчення громадської думки, динаміки попиту на туристичні продукти, ефективність заходів з муніципального маркетингу тощо.

7.3. Формування партнерств як один з інструментів реалізації Стратегії передбачає:

- створення кластерів розвитку туризму і, зокрема, кластеру ділового туризму;

- сприяння створенню бізнес-асоціацій та інших форм спільної діяльності у сфері розвитку туризму;

- підтримка громадських об'єднань, суб'єктів господарської діяльності, інших зацікавлених осіб у їх прагненні до участі у партнерських туристичних організаціях – національних та міжнародних;

- активну участь Запоріжжя у діяльності асоціацій туристичних міст, міст-побратимів, інших об'єднань органів місцевого самоврядування на рівні регіону, країни та міжнародному рівні;

- розширення партнерських зв'язків з містами-побратимами, укладення нових угод про співпрацю;

- встановлення контактів з видатними особами, які пов'язують свою особисту, професійну чи громадську діяльність із Запоріжжям (Запорізьким краєм) та залучення їх до різних заходів;

- стимулювання процесів надання грантової, спонсорської, інших форм благодійної підтримки громадських ініціатив у сфері розвитку туризму;

- укладання дво- та багатосторонніх угод, меморандумів про співпрацю з різними зацікавленими сторонами;

- вжиття інших заходів, спрямованих на розширення горизонтальної та між секторної співпраці у сфері формування ефективної туристичної галузі Запоріжжя.

7.4. Участь громади міста Запоріжжя у реалізації Стратегії, крім вказаних вище заходів, забезпечуватиметься також шляхом:

- створення на базі бібліотек та інших комунальних установ Центрів суспільної активності для виявлення і забезпечення підтримки локальних громадських ініціатив;

- проведення муніципальних та інших конкурсів для виявлення і заохочення громадських та бізнес-ініціатив у сфері розвитку туристичної галузі міста, забезпечення їм ресурсної підтримки як безпосередньо за результатами конкурсу, так і шляхом надання експертно-консультаційної та організаційної допомоги під час участі у регіональних, загальноукраїнських та міжнародних конкурсах, оголошених організаціями-грантодавцями;

- проведення оглядів-конкурсів різнобічної тематики і спрямування;

- залучення представників громади до участі у дорадчо-консультаційних та інших колегіальних органів;

- проведення громадських слухань та інших передбачених законодавством організаційних форм і заходів виявлення суспільної думки з актуальних питань життєдіяльності міста, пов'язаних з розвитком туристичної галузі;

- підтримки діяльності та ініціатив громадської ради, інших громадських об'єднань, творчих колективів, об'єднань майстрів та окремих громадян, які спрямовані на розвиток туристичної галузі Запоріжжя.

7.5. Для фінансування проектів і заходів, спрямованих на реалізацію Стратегії, буде задіяний принцип залучення ресурсів з альтернативних джерел на основі проектного підходу. Для виконання цього завдання у процесі впровадження Стратегії повинні бути здійснені, зокрема, наступні заходи:

- у бюджеті міста передбачено окремі статті доходів і витрат, пов'язаних з розвитком і функціонування туристичної галузі;

- створено Агенцію муніципального розвитку в організаційно-правовій формі, яка дозволить залучати і використовувати фінансові кошти та інші ресурси з альтернативних джерел;

- запроваджено механізм отримання додаткового позабюджетного фінансування для компенсації витрат комунальних підприємств, пов'язаних із забезпеченням життєдіяльності міста, благоустрою, наданням транспортних послуг з урахуванням

підвищення навантаження на комунально-побутову сферу міста при збільшенні туристичних потоків;

- активізовано участь Запорізької міської ради, комунальних підприємств і установ, громадських неприбуткових організацій у загальноукраїнських та міжнародних конкурсах проектів, які претендують на отримання грантової підтримки, у т.ч. проектах міжнародної технічної допомоги, зареєстрованих у Міністерстві економічного розвитку і торгівлі;

- у відповідності з чинним законодавством створено сприятливі умови для залучення приватних інвестицій до туристичної галузі міста шляхом спрощення дозвільних процедур, підвищення прозорості та відкритості тендерів та інших заходів, пов'язаних із закупівлею товарів і послуг, створення місцевого ринку (біржі) субконтрактів тощо.

7.6. Періодичний перегляд та актуалізація стратегічних цілей, операційних завдань, проектів і заходів, які спрямовані на їх виконання, є необхідною умовою ефективного впровадження Стратегії. Це дозволяє своєчасно корегувати Стратегію та механізм її реалізації (плани дій) з урахуванням одержаних результатів, нових факторів впливу і виявлених ризиків, удосконалення законодавства, динаміки макроекономічних, соціально-політичних, екологічних та інших змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Для забезпечення підтримання Стратегії в актуальному стані буде запроваджено:

- систему моніторингу й оцінювання результатів реалізації Стратегії за відповідними індикаторами (показниками) та критеріями оцінювання;

- розгляд поточних та проміжних результатів реалізації Стратегії на засіданнях координаційної ради з розвитку туризму, оперативних нарадах міського голови та ін.;

- формування аналітичних звітів за підсумками моніторингу й оцінювання з відповідними рекомендаціями щодо корегування Стратегії (у разі необхідності);

- оприлюднення результатів моніторингу та оцінювання з подальшим вивченням експертної та громадської думки щодо доцільності продовження, зміни чи припинення виконання окремих операційних завдань, впровадження проектів чи заходів;

Не рідше одного разу на 2 роки, а також у разі істотної зміни внутрішніх чи зовнішніх факторів (умов реалізації Стратегії) у встановленому порядку здійснюється перегляд стратегічних цілей, операційних завдань, проектів і заходів з метою їх оптимізації та удосконалення механізму практичної реалізації Стратегії.

Механізм здійснення моніторингу й оцінювання результатів впровадження Стратегії визначений в окремому розділі.

8. МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА

8.1. Загальні положення

Моніторинг та оцінка реалізації Стратегії є окремими етапами процесу стратегічного планування розвитку туристичної сфери, які передбачають збір та аналіз інформації, необхідної для забезпечення досягнення очікуваних результатів і вдосконалення процесу реалізації Стратегії.

Моніторинг та оцінка реалізації Стратегії здійснюються за пріоритетними стратегічними цілями і напрямками, з урахуванням операційних завдань та відповідних індикаторів моніторингу й оцінки, які визначені Стратегією, а також ухваленими на її виконання рішеннями.

Процес та результати моніторингу й оцінки мають враховувати основні вимоги щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків (політики гендерної рівності). Звітна інформація щодо моніторингу й оцінки повинна містити у відповідних випадках гендерно розподілені статистичні та інші дані.

8.2. Моніторинг реалізації Стратегії

Моніторинг реалізації Стратегії (далі – моніторинг) – управлінський процес, який спрямований на постійне отримання, фіксацію, обробку й аналіз інформації про поточний стан реалізації Стратегії і досягнуті показники, забезпечення цією інформацією відповідальних виконавців, інших зацікавлених сторін та широкої громадськості.

Мета моніторингу – своєчасне отримання інформації про досягнуті поточні показники реалізації Стратегії, необхідної для прийняття управлінських рішень щодо продовження виконання Стратегії, окремих операційних завдань, програм, проектів чи заходів, їх корегування, залучення та перерозподіл ресурсів або припинення виконання.

Основними завданнями моніторингу є:

отримання з різних джерел достовірної інформації про перебіг та поточний стан справ щодо реалізації Стратегії, досягнення визначених цілей, а також виконання завдань, програм, проектів і заходів, що їм відповідають;

надання інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень щодо подальшого виконання Стратегії чи окремих її компонентів;

своєчасне виявлення проблемних питань у реалізації Стратегії, які потребують додаткової уваги з боку осіб, відповідальних за впровадження Стратегії;

підвищення рівня довіри і залучення громадськості до процесів стратегічного планування за рахунок забезпечення прозорості процесу моніторингу, відкритості і доступності результатів моніторингу для широкого кола зацікавлених осіб.

Загальну координацію, методичне та інформаційне забезпечення процесу моніторингу, а також підготовку щорічного звіту про результати моніторингу Стратегії здійснює відділ розвитку туризму.

Розпорядженням міського голови визначаються структурні підрозділи та конкретні посадові особи, які є відповідальними за збір, обробку, надання, узагальнення, внесення до баз даних, підготовку звітів та подальше оприлюднення інформації про результати моніторингу. Відповідні повноваження та функції закріплюються у положеннях про структурні підрозділи, посадових інструкціях, інших внутрішніх документах (робочих регламентах). Для забезпечення виконання завдань моніторингу і координації процесу моніторингу може бути створена міжвідомча робоча група з моніторингу Стратегії.

Періодичність моніторингу встановлюється з урахуванням специфіки індикаторів та поточних завдань щодо реалізації Стратегії.

Для участі у проведенні моніторингу або окремих його етапів (планування, організація, збір, обробка чи аналіз даних, оприлюднення результатів тощо) у встановленому порядку можуть бути залучені зовнішні експерти, громадські організації, наукові установи та інші суб'єкти. Для забезпечення об'єктивності даних моніторингу і підвищення зацікавленості громадськості у процесі та результатах реалізації Стратегії може проводитись громадський моніторинг.

8.3. Індикатори моніторингу Стратегії

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
1. Розбудова системи	Кількість СГД у сфері	Статистичні та	1 раз на рік і після

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
управління туристичною галуззю і партнерських відносин.	надання туристичних послуг, шт. Кількість працівників, у т.ч. чоловіків та жінок, осіб	адміністративні звіти	закінчення реалізації Стратегії
	Кількість діючих кластерів та інших партнерств у туристичній галузі, кількість їх учасників, шт.	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Економічна ефективність інвестицій у туристичну галузь (IRR - %, NPV – грн., BCR – коеф.)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів	1 раз на рік по закінченні фінансового року і після закінчення реалізації Стратегії
	Частка ресурсів, залучених з альтернативних джерел, у загальному обсязі фінансування туристичної галузі міста (загальна та по видах джерел), грн., %	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів	1 раз на рік по закінченні фінансового року і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість успішно реалізованих заходів і проектів за участю бізнесу та громадськості, у т.ч. в рамках міжрегіонального та міжнародного партнерства, шт. Кількість осіб, які взяли участь у заходах	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість учасників заходів з навчання та підвищення кваліфікації, перепрофілювання у сфері надання туристичних послуг, у т.ч. за галузями діяльності, осіб.	Статистичні та адміністративні звіти	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
2. Розвиток міської інфраструктури, орієнтованої на потреби туристів.	Рівень ефективності заходів щодо покращення загального благоустрою міста та дотримання санітарних норм (якісний показник, за 5-бальною шкалою)	Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	1 раз на півроку і після закінчення реалізації Стратегії
	Частка модернізованих	Статистичні та	1 раз на рік по

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
	туристичних об'єктів (за видами об'єктів) - %, Обсяг капіталовкладень, грн.	адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів	закінчені фінансового року і після закінчення реалізації Стратегії
	Економічна ефективність витрат на утримання, ремонт та розбудову існуючих та створення нових інфраструктурних туристичних об'єктів (IRR - %, NPV – грн., BCR – коеф.)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів	1 раз на рік по закінченні фінансового року і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість закладів розміщення та харчування для різних категорій туристів, шт. Кількість наявних місць, шт. Динаміка зростання, % до попереднього періоду	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість модернізованих та створених об'єктів рекреації, міських парків та скверів, шт. Площа територій, га Обсяг капіталовкладень, грн.	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість користувачів послуг (відвідувачів) у розрізі об'єктів і територій (місяць, квартал, рік), осіб Рівень задоволеності послугами, (якісний показник, за 5-бальною шкалою)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на квартал і після закінчення реалізації Стратегії
	Рівень розбудови транспортної інфраструктури, в т.ч. велосипедної та річкової: вартість - тис. грн., розмір - кв.км., км, кількість користувачів – осіб,	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних	1 раз на рік по закінченні фінансового року і після закінчення реалізації Стратегії

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
	якість інфраструктури (оцінки користувачів)	досліджень	
3. Створення атмосфери гостинності, підвищення якості муніципальних та комерційних послуг.	Кількість успішно реалізованих заходів і проектів щодо підвищення якості туристичних послуг, шт., %, тис. грн. З урахуванням оцінок споживачів (якісний показник, за 5-бальною шкалою)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість учасників заходів і проектів, спрямованих на створення атмосфери гостинності, підвищення якості муніципальних (у т.ч. комунальних) та комерційних послуг, осіб та закладів	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість споживачів, задоволених якістю туристичних та інших послуг, осіб (загальна кількість, у т.ч. рівень задоволеності послугами, %)	Адміністративна звітність, звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Якісна оцінка загального комфорту, благоустрою, безпеки, стану довкілля у місті (туристами та мешканцями міста), за 5-бальною шкалою, %%	Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість туристів та екскурсантів задоволених якістю загального транспортного обслуговування, у т.ч. щодо туристичних маршрутів, осіб, %%	Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість учасників	Звіти про виконання	

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
	конкурсів та інших заходів із залучення мешканців міста, осіб	програм, проектів та заходів	
	Рівень інформованості місцевих мешканців про туристичні заходи, об'єкти та пропозиції (осіб, %, шкала оцінок – якість інформування)	Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
4. Формування конкурентоздатних туристичних продуктів і забезпечення маркетингової підтримки.	Кількість туристів, які відвідали місто: - за напрямками туризму, - за об'єктами і заходами, - за цільовими сегментами, - за містом (країною) прибуття, - за іншими ознаками (осіб)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість екскурсантів, які відвідали місто (у межах 1-го дня) протягом року, за відповідними ознаками (осіб)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Рівень відвідування місцевими жителями заходів подієвого туризму, туристичних об'єктів, закладів культури міста та ін. (осіб, %) Рівень задоволеності (шкала оцінки)	Адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Якість туристичних продуктів і послуг, частка позитивних відгуків туристів та екскурсантів (осіб, %, за шкалою оцінки)	Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість відвідувачів	Статистичні та	1 раз місяць і після

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
	туристичних та інформаційних сайтів, Кількість користувачів он-лайн сервісів для туристів (осіб)	адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	закінчення реалізації Стратегії
	Кількість публікацій (посилань) на туристичні пропозиції Запоріжжя в ЗМІ, мережі Інтернет, шт. Динаміка зростання (якісна оцінка)	Адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень Публікації у ЗМІ	1 раз квартал і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість створених туристичних продуктів, у т.ч. інноваційних, шт. Динаміка зростання (якісна оцінка)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість створених інформаційних центрів, інформаційних терміналів (інфокіосків, інфопунктів), шт Кількість відвідувачів та користувачів, осіб Рівень задоволеності послугами (оцінки, %%)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз півріччя і після закінчення реалізації Стратегії
	Кількість закладів (готелів, ресторанів, кафе, культурно-масових установ автозаправних комплексів та інших закладів відвідування туристами) в Запорізькій області та інших регіонах, у яких розміщена інформація про туристичні	Адміністративні звіти Звіти про виконання програм, проектів та заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на півроку і після закінчення реалізації Стратегії

Стратегічна ціль	Індикатори (одиниці вимірювання)	Джерела інформації	Періодичність вимірювання
	пропозиції міста, шт.		
	Рівень рейтингових оцінок Запоріжжя за даними національних рейтингів та за міжнародними експертними оцінками	Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень Публікації у ЗМІ	1 раз на рік і після закінчення реалізації Стратегії

8.4. Оцінка реалізації Стратегії

Оцінка реалізації Стратегії (далі – оцінка) – управлінський процес, який спрямований на періодичну системну, незалежну й об’єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження Стратегії у відповідності з визначеними критеріями.

Загальна мета оцінки – на основі системного аналізу визначити, наскільки процес реалізації Стратегії в цілому та/або впровадження її окремого етапу чи напряму є результативним, ефективним, економічним та соціально-орієнтованим.

Основними завданнями оцінки є:

визначення, наскільки виконання Стратегії відповідає пріоритетам розвитку туристичної галузі та міста в цілому;

формування першочергових завдань щодо подальшого розвитку туристичної галузі;

обмеження непродуктивних витрат та оптимізація використання фінансових, кадрових, матеріально-технічних та інших ресурсів, задіяних у процесі реалізації Стратегії;

підвищення якості управлінських рішень у сфері стратегічного планування розвитком туристичної галузі;

визначення відповідності очікуванням громади міста фактичних результатів реалізації Стратегії, а також подальших наслідків і впливів від впровадження Стратегії.

Оцінка Стратегії проводиться за рішенням міської ради або згідно з окремим розпорядженням міського голови. Загальну координацію, методичне та інформаційне забезпечення процесу оцінки, а також організацію роботи з підготовки підсумкового звіту за результатами оцінки Стратегії здійснює відділ розвитку туризму.

Для забезпечення прозорості процесу й отримання більш об’єктивних результатів оцінки, а також з метою підвищення зацікавленості громади міста у результатах і наслідках реалізації Стратегії для проведення оцінки створюється експертна (робоча) група, до участі у якій на паритетних засадах залучаються експерти, представники наукових кіл, громадських об’єднань, ЗМІ, суб’єктів туристичного бізнесу та інших зацікавлених сторін.

Основними джерелами інформації для здійснення оцінки є

статистичні звіти, адміністративні звіти структурних підрозділів міської ради, аналітичні записки, експертні висновки (у т.ч. звіти про результати моніторингу Стратегії та звіти за підсумками попередньо проведених оцінок);

соціологічні, маркетингові, експертні дослідження (у т.ч. опитування, анкетування, фокус-групи тощо) та інші документальні джерела.

8.5. Критерії оцінки реалізації Стратегії

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
Коротко- та середньострокова результативність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про виконання програм, проектів і заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень.	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії
Довгострокова результативність (вплив)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії
Бюджетна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення фінансових видатків і надходжень до відповідного бюджету, пов'язаних з впровадженням програм і проектів та стратегії в цілому.	1 раз на рік – після підведення підсумків виконання місцевого бюджету
Економічна ефективність	Звіти про виконання проектів і програм	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення сукупних витрат та економічних вигод від впровадження проектів і	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії – окремо за кожним

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
		програм, спрямованих на реалізацію стратегії (BCR, NPV, IRR) – дисконтованих та недисконтованих	проектом
Соціальна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні соціальні вигоди, отримані від впровадження стратегії (створені робочі місця, покращення соціального комфорту тощо).	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії
Екологічна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні екологічні впливи (зменшення негативного впливу та збільшення позитивного впливу на довкілля), які є наслідком впровадженням стратегії.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії
Стійкість (сталість)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання	Якісний показник, який вказує на подальшу спроможність влади, бізнесу, громади міста до	Протягом 3-5-ти років після впровадження Стратегії

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
	стратегії Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	ефективного використання нових здобутків та потенціалу, сформованого упродовж реалізації стратегії (кадрового, фінансового, ринкового та іншого)	

8.6. Використання результатів моніторингу й оцінки

Результати моніторингу й оцінки реалізації Стратегії розглядаються на засіданнях міської ради, оперативних (робочих) нарадах, засіданнях дорадчих, консультаційних та інших колегіальних органів і враховуються при прийнятті управлінських рішень.

Результати моніторингу й оцінки реалізації Стратегії є відкритими та оприлюднюються шляхом розміщення відповідної інформації у мережі Інтернет, а також шляхом публікацій у засобах масової інформації, видання окремих брошур, буклетів тощо.

Оприлюднення результатів моніторингу й оцінки реалізації Стратегії здійснюється в обсязі та у формі, які є доступними для сприйняття різними категоріями споживачів цієї інформації. Звітна інформація має бути наочною, подаватися з використанням пояснювальних висновків і коментарів, порівняльних таблиць, діаграм, карт, ілюстрацій та інших графічних зображень.

Дані звітів про результати моніторингу й оцінки є обов'язковими для використання при розробці і корегуванні програм, проектів, заходів Стратегії, формуванні і корегуванні стратегічних цілей та операційних завдань Стратегії, а також при розробці стратегії розвитку туризму на наступний період, інших програмних і розпорядчих документів.

Результати моніторингу й оцінки є підставою для прийняття рішень щодо виділення чи перерозподілу фінансових та інших ресурсів, формування бюджетних запитів і впровадження інших заходів щодо ресурсного забезпечення туристичної галузі та розвитку міста в цілому.

9. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

Очікувані результати реалізації Стратегії розвитку туризму у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються на кількісні і якісні:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації Стратегії на відповідних етапах (протягом 2014-2018 рр.);
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації Стратегії (2018-2019 рр.);
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі міста.

9.1. Короткострокові результати:

1. Створено інформаційний центр та не менше 7-ми пунктів обслуговування туристів, розміщено не менше ___ інформаційних терміналів (інфокіосків).
2. Створено не менше 2-х кластерів у сфері надання туристичних послуг.
3. Впроваджено не менше ___ заходів та проектів щодо підвищення якості муніципальних та комерційних туристичних послуг.
4. Реалізовано не менше 5-ти масових загальноміських заходів та проектів на рік щодо забезпечення змістового дозвілля мешканців міста.
5. Збільшено інвестиції у туристичну галузь міста на _____ грн. (___%), у т.ч. з бюджетних джерел – на _____ грн. (___%), позабюджетних джерел – на _____ грн. (___%).
6. Створено не менше 3-х туристичних продуктів міжрегіонального та міжнародного рівня та не менше 8-ми інноваційних туристичних продуктів.
7. Створено мережу з 2-3-х зіркових готелів, хостелів, кемпінгів, паркінгів та надання послуг доступного якісного харчування не менше ніж на ___ місць (за різними об'єктами відповідно).
8. Залучено не менше 8-ми місцевих (регіональних) ЗМІ, розміщено не менше 3-х публікацій у загальноукраїнських газетах з масовим тиражем, створено не менше 3-х програм чи сюжетів на загальноукраїнських телеканалах (на місяць).
9. Кількість відвідувачів туристичних інформаційних ресурсів у мережі Інтернет складає не менше _____ осіб на місяць (в середньому).
10. Підвищено рівень комунальних та комерційних послуг, у т.ч. транспортних та інформаційних. Забезпечено виконання муніципальних стандартів якості туристичних та інших послуг (за оцінками більшості споживачів).
11. Облаштовано не менше ___ зупинкових комплексів, у т.ч. не менше _____ місць – для туристичного транспорту, _____ місць – для користувачів велосипедів, _____ місць паркування приватних транспортних засобів.
12. Частка приведених до належного стану парків і скверів складає ___ га (___%).
13. Частка позитивних відгуків щодо якості транспортної інфраструктури складає до 80% респондентів, за даними соціологічного (маркетингового) опитування.
14. Збільшено кількість споживачів туристичних послуг на ___ % на рік, кількість туристів та екскурсантів, які приїхали повторно, - на _____ % на рік.
15. Створено не менше _____ нових робочих місць у галузях економіки, пов'язаних з обслуговуванням туристів.
16. Збільшено доходів міського бюджету від туристичного сектору економіки на _____ грн. (___%) за рік.
17. Створена ефективна система маркетингу та інформаційної підтримки туристичних продуктів, дослідження та управління туристичними потоками (підтверджується оцінками експертів і споживачів послуг).
18. Покращений екологічний стан навколишнього середовища (за даними спостережень, експертними оцінками, соціологічними дослідженнями).

9.2. Середньострокові результати:

1. Сформована маркетингова, інфраструктурна та інша ресурсна спроможність міста щодо розвитку пріоритетних напрямків туристичної галузі, в т.ч. проведення заходів подієвого туризму (святково-фестивальних та спортивних подій) загальноукраїнського та міжнародного масштабу, надання якісного туристичного продукту пізнавального історико-культурного, промислового (індустріального), ділового туризму та конференц-сервісу.

2. Модернізовано не менше _____ (%) об'єктів туристичної інфраструктури, створено не менше _____(шт.) нових туристичних об'єктів та пріоритетних туристичних територій.

3. Розбудована туристична інфраструктура міста, створені нові туристично-привабливі території та об'єкти національного і міжнародного рівня.

4. Створені сприятливі організаційно-правові та економічні умови для розвитку пріоритетних напрямків туризму.

5. Створені конкурентні туристичні продукти з урахуванням потреб туристів різних категорій, а також пропозиції міжнародного рівня з відвідування туристичних брендових об'єктів та подій Запоріжжя (насамперед о.Хортиця, місця козацької слави та пов'язані з ними заходи, історико-культурні об'єкти, культурні, розважальні і спортивні заходи та інші).

6. Задоволені потреби місцевих мешканців у змістовому дозвіллі, активно-оздоровчому відпочинку, перебуванні в екологічно безпечному середовищі, а також створенні умови для реалізації власних творчих здібностей, креативних ідей, інтелектуального розвитку для всіх вікових та гендерних груп городян.

7. Створенні нові можливості для розвитку ефективного туристичного та суміжного бізнесу, розбудови внутрішнього та міжрегіонального партнерства, підвищення добробуту жителів Запоріжжя.

8. Забезпечено диверсифікацію економіки міста через розвиток сфери гостинності.

9. Екологічне становище в місті сприяє розвитку туристичної галузі.

9.3. Довгострокові результати:

1. Сформований сталий імідж Запоріжжя як туристично-привабливого міста.

2. Створена повноцінна туристична галузь міста як одна з бюджетоутворюючих, економічно та соціально ефективна; забезпечений потенціал для її подальшого розвитку.

3. Запоріжжя включене не менш як до 20 популярних загальнонаціональних та міжнародних туристичних маршрутів за пріоритетними для міста напрямками розвитку туризму і туристичними продуктами.

4. Запоріжжя перебуває у п'ятірці найбільш туристично-привабливих і відвідуваних туристами обласних центрів України (за даними національних рейтингів та міжнародними експертними оцінками).

5. Досягнуто нового рівня якості життя мешканців Запоріжжя та соціально-економічного розвитку міста.

6. Сформований стабільний в'їзний потік до міста на рівні не менше 1 млн. туристів на рік.

7. Створені комфортні умови для проведення дозвілля мешканців та перебування гостей міста.

8. Підвищений рівень якості життя мешканців Запоріжжя та соціально-економічного розвитку міста завдяки перетворенню туристичної галузі на один з пріоритетних секторів економіки.