Додаток 1

до рішення Бородінської

селищної ради від 18.11.2021 № 204-VIII

**Експертні рекомендації щодо стратегії розвитку туризму в Бородінській селищній ТГ, розроблені в межах проекту «Створення та смарт розбудова еко-культурного маршруту «Тарутинський степ» на засадах сталого розвитку» № 4REG11-29842 від 16.07.2021), який було реалізовано за фінансової підтримки Українського культурного фонду**

**СТРАТЕГІЧНІ ТА ОПЕРАЦІЙНІ ЦІЛІ БОРОДІНСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ ТГ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА 2022 -2027 РР.**

Вступ:

**Вплив ковід пандемії визначив новий зміст сучасного етапу розвитку туризму та основні тренди у туристичному попиті та пропозиції:**

* фокус на рекреанта, локального, національного туриста;
* відповідність туристичної пропозиції сучасним трендам туристичного попиту (пригода; досвід; безпека; цифровізація/діджиталізація послуг та інформації;

фокус на традиційну їжу – валоризація гастрономічної спадщини у якості об’єкту туристичного тяжіння);

* формування бренду дестинації;
* потужна маркетингова стратегія дестинації;
* стратегічне партнерство органів самоврядування територій та ДМО (організацій з менеджменту туристичних дестинацій).

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 1. Визначення спільної візії тематичних напрямків розвитку туризму в Бородінській селищній ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 1.1. Актуалізація туристичного ресурсного потенціалу ТГ

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 1.2 . Сприяння розвитку екологічного, етно-культурного, гастрономічного, сільського, науково-археологічного туризму в ТГ

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 2. Розвиток конкурентоспроможного туристичного продукту ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 2.1. Розвиток еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ» у якості комплексної пропозиції Бородінської селищної ТГ, як туристичної дестинації (включення до маршруту нових локацій та створення пакету туристичних пропозицій маршруту).

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 2.2 . Валоризація етногастрономічного потенціалу ТГ, захист гастрономічної спадщини, як об’єкту туристичного тяжіння.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 2.3. Створення та просування фестивалів, ярмарок та організація інших заходів для підвищення туристичної атрактивності Бородінської ТГ.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 2.4. Інтеграція еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ» у регіональні та міжрегіональні туристичні маршрути.

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 3. Розвиток туристичної інфраструктури території Бородінської селищної ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.1. Розвиток інфраструктурних об’єктів у межах еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ» шляхом створення нових етногастрономічних туристичних локацій на базі виробників традиційної продукції – дегустаційні зали, відкриті підприємства для прийому відвідувачів, контактні ферми, садиби сільського зеленого туризму, туалети, парковки та інше)

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.2. Розвиток інформаційної інфраструктури туристичної:

3.2.1. Знакування маршруту еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ»: встановлення інформаційних дорожніх, туристичних знаків та інформаційних бордів із схемою маршруту.

3.2.2. Підтримка розвитку цифрових карт маршруту методами геоінформаційних технологій (ГІС).

3.2.3. Встановлення системної співпраці з туристично-інформаційними центрами (ТІЦ) Одеси та області.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.3. Благоустрій населених пунктів-учасників маршруту еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ» з метою підвищення атрактивності територій для туристів.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.4. Ремонт доріг місцевого значення для забезпечення трансферу туристів по еко-культурному туристичному маршруту «Тарутинський степ» та іншим туристичним маршрутам Бородінської селищної ТГ.

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 4. Діджиталізація/цифровізація туристичних продутів та процесу управління туризмом в ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 4.1. Підтримка та подальша розбудова ГІС еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ»

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 4.2. Цифровізація елементів нематеріальної культурної спадщини з особливим фокусом на гастрономічну спадщину на основі інноваційних методів (наприклад, доповнена реальність)

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 5. Розвиток людських ресурсів для забезпечення організації туристичної діяльності в межах Бородінської селищної ТГ на засадах сталого розвитку**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 5.1. Навчання та підвищення кваліфікації представників Бородінської ТГ відповідальних за розвиток туризму та культури, з особливим фокусом на новітні інструменти розвитку та промоції туристичних маршрутів та туристичних дестинацій (нетворкінг, цифровізацію, участь у діяльності локальних організацій з управління туристичними дестинаціями).

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 5.2. Розвиток знань і навичок туристичного підприємництва у мешканців ТГ з фокусом на мікро- та МСП, шляхом диверсифікації агровиробництва та традиційного підсобного господарювання у надання туристичних послуг.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.2. Підвищення адаптивності трудових ресурсів громади до потреб туристичного обслуговування, створення нових робочих місць у сфері обслуговування туристів та дотичних сферах (роздрібної торгівлі, харчування, транспорту, дозвілля та ін.)

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3.3. Підвищення обізнаності, соціальної активності та усвідомлення культурної ідентичності мешканців Бородінської ТГ шляхом валоризації таких цінностей громади, як традиційні продукти, напої, виробничі процеси та ритуальні ужиткові, члени громади - як носія даних цінностей.

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 6. Інституалізація управління туризмом в Бородінській ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 6.1. Формування ефективної системи управління туризмом в ТГ на базі комплексного еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ».

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 6.2. Сприяння створенню ЛТО та участь у її діяльності

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 6.3. Розбудова партнерської співпраці за моделлю державно-приватного партнерства з просування еко-культурного маршруту «Тарутинський степ».

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 7. Просування туристичного продукту Бородінської ТГ на внутрішньому туристичному ринку.**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 7.1. Формування та просування бренду Бородінської селищної ТГ, як туристичної дестинації.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 7.2. Формування збутової мережі для туристичних продуктів Бородінської ТГ шляхом введення еко-культурного туристичного маршруту «Тарутинський степ» у портфелі провідних туристичних операторів Одеського регіону та України.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 7.3

**СТРАТИГІЧНА ЦІЛЬ 8. Залучення інвестицій до розбудови сфери туризму Бородінської селищної ТГ**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 8.1. Участь у грантових програмах національних та міжнародних донорів з підтримки розвитку туризму, збереження культурної спадщини, цифровізаціі управління туристичними ресурсами і продуктами, розвитку сільських територій.

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 9. Просування туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 9.1. Формування стратегічного партнерства з ГС «Національна туристична організація України», ГС «Асоціація приймаючих туроператорів України» та іншими професійними об’єднаннями з включення туристичних продуктів Бородінської ТГ до маркетингових кампаній регіонів України.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 9.2. Інтеграція до мережевої співпраці у сфері туризму, охорони нематеріальної культурної спадщини, розвитку сільських територій (Європейські культурні маршрути та інші).

**СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 10**. **Сприяння досягненню цілей сталого розвитку (ЦСР) через туризм.**

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 10.1 Інтеграція інновацій на досягнення ЦСР

**Стратегічні та операційні цілі Бородінської ТГ у контексті розвитку туризму на 2022 -2025 рр. відповідають:**

* [Стратегії розвитку Одеської області на період 2021 – 2027 роки.](https://kharkivoda.gov.ua/content/documents/1026/102538/files/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf)
* Плану заходів із реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки (Програма З «Інфраструктурний розвиток та глобалізація туристичного –культурного середовища»)
* Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.
* Державній стратегії регіонального розвитку на 2021—2027 роки.

**Етапи реалізації Стратегії розвитку туризму в Бородінській ТГ на період 2022 – 2027 рр**.

* І етап (2022-2023 рр.) – створення базових умов для розвитку туризму на засадах сталого розвитку.
* ІІ етап (2024-2025 рр.) – створення конкурентно спроможних туристичних продуктів (смарт, цифрових, інших).
* ІІІ етап (2026-2027 рр.) - маркетингова стратегія з брендингу та просування Бородинської ТГ, як конкурентно спроможної туристичної дестинації та формування стабільного попиту на туристичний продукт Бородінської ТГ на національному ринку з боку різних сегментів споживачів.