

Затверджено Коропською районною радою  
26 грудня 2008



# СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Коропського району та селища Короп  
до 2018 року

---

Підготовлено  
Комітетом стратегічного планування Коропського району  
та  
Агенцією «ЧернігівІнвест»



у співпраці з

Проектом «Економічний розвиток міст»



**USAID**  
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

**ЕРМ УКРАЇНА**  
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІСТ

За підтримки USAID

Грудень 2008

## **ЗМІСТ**

ВСТУП.....	3
КОМІТЕТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ.....	5
ПРОФІЛЬ ГРОМАДИ (резюме).....	6
ОПИТУВАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ (резюме).....	11
СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ.....	14
КРИТИЧНІ ПИТАННЯ.....	15
SWOT-АНАЛІЗ.....	16
ПЛАНИ ДІЙ.....	17
ПРІОРИТЕТИ.....	20
УПРАВЛІННЯ ВПРОВАДЖЕННЯМ.....	22

Додаток: «Проектні листки»

## ВСТУП

Навесні 2008 року лідери громади селища Короп та Коропського району – представники органів місцевого самоврядування, установ, підприємств та організацій – дійшли згоди щодо необхідності розробки довготривалої стратегії економічного розвитку території. На початку квітня 2008 р. голова Коропської районної ради В. М. Куніцин ініціював створення Комітету стратегічного планування.

Комітет розробляв Стратегію у співпраці з громадською організацією «Агенція «ЧернігівІнвест» за фінансової та методологічної підтримки проекту «Економічний розвиток міст» (ЕРМ) Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Розробка Стратегії здійснювалась відповідно до визнаної на міжнародному рівні методології «Вісім кроків», випробуваної у США, Сербії, Румунії, Чехії та Україні. За цією методологією, розробка стратегії складається з восьми нижченаведених етапів.

1. Організація зусиль.
2. Дослідження (аналіз) середовища та визначення стратегічних напрямів (критичних питань).
3. Розробка стратегічного бачення.
4. Визначення основних проблем та ресурсів (сильних та слабких сторін).
5. Визначення цілей та завдань (розробка планів дій).
6. Затвердження плану.
7. Упровадження плану.
8. Моніторинг, оцінка та коригування.

Відповідно до цього алгоритму робота почалась із базової оцінки середовища та аналізу ситуації у районі. У травні-липні 2008 року співробітники районної ради за підтримки Агенції «ЧернігівІнвест» та консультантів проекту «Економічний розвиток міст» підготували так званий «профіль громади», тобто аналітичну довідку про стан місцевої економіки. Базові дані для здійснення аналізу були надані районною радою та іншими установами і організаціями Коропського району.

Іншою складовою вивчення середовища стало опитування місцевих підприємців. Це дослідження було проведено співробітниками районної ради, які вивчили думку представників бізнесу – великих, середніх та малих підприємств, що працюють у промисловому секторі, сфері торгівлі та послуг (всього 31 фірма). Опитування мало на меті дізнатися про ставлення респондентів до місцевої влади, найбільш серйозні, на їхню думку, проблеми, їхні очікування та плани на майбутнє.

На основі аналізу профілю громади та вивчення думки підприємців членами Комітету було визначено основні напрями роботи на найближчі роки – критичні питання. Ними стали:

**- залучення інвестицій;**

**- розвиток малого і середнього підприємництва.**

Після цього було проаналізовано сильні та слабкі сторони району (внутрішні чинники) і оцінено його позицію серед інших громад України, з якими Коропський район конкурує за нові робочі місця та інвестиції. Комітет також оцінив конкурентоспроможність району у контексті аналізу зовнішніх чинників: сприятливих можливостей і загроз. Далі було сформульовано стратегічне бачення розвитку, яке стало своєрідним вступом до Стратегії.

Комітет обговорив поточний стан справ стосовно кожного з критичних питань і дійшов консенсусу щодо кроків, які мають бути здійснені для забезпечення позитивних зрушень у визначених напрямках. Було підготовлено плани дій, які складаються зі стратегічних та оперативних цілей і завдань, спрямованих на вирішення проблем кожного критичного питання. Саме ці плани дій є стрижнем Стратегії.

Спільна робота в Комітеті довела, що представники влади, бізнесу та громадського сектору відчують свою відповідальність за майбутнє району та готові присвятити свій час досягненню такого майбутнього, яке вони разом визначили й окреслили у цій Стратегії.

## Стратегія економічного розвитку Коропського району та селища Короп до 2018 року

Загальна тривалість роботи над Стратегією склала сім місяців. Відбулося п'ять зустрічей Комітету стратегічного планування. Між зустрічами здійснено великий обсяг аналітичної роботи, яка і лягла в основу остаточної редакції Стратегії.

Успіх упровадження Стратегії залежатиме від тривалої відповідальності за нього кожного учасника Комітету стратегічного планування та кожного представника громади району, який може взяти участь у заходах щодо досягнення сформульованого бачення майбутнього громади. Після затвердження Стратегію буде оприлюднено для широкого загалу мешканців та гостей району.

## КОМІТЕТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

До участі в роботі Комітету було запрошено 15 осіб. Окрім перелічених нижче представників влади, бізнесу та громадськості участь у стратегічному плануванні взяли зацікавлені представники громади Коропського району. Засідання Комітету були відкритими, отже взяти у них участь змогли всі, хто бажав зробити практичний внесок в розробку стратегії розвитку рідної громади.

№ п/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Посада
1.	Куніцин Володимир Миколайович	Голова районної ради
2.	Красносільський Анатолій Григорович	Голова районної державної адміністрації
3.	Белан Микола Васильович	Коропський селищний голова
4.	Демиденко Петро Миколайович	Перший заступник голови районної державної адміністрації
5.	Дудко Володимир Іванович	Заступник голови районної державної адміністрації, голова комітету
6.	Дворецький Віктор Миколайович	Заступник голови районної ради, заступник голови комітету
7.	Дудко Віра Миколаївна	Виконуюча обов'язки. начальника управління економіки та розвитку інфраструктури райдержадміністрації, секретар комітету
8.	Чернявська Ольга Іванівна	Секретар Коропської селищної ради
9.	Свердлова Тетяна Олександрівна	Начальник відділу комунального майна районної ради
10.	Маюра Андрій Миколайович	Завідуючий юридичним сектором районної державної адміністрації
11.	Василець Петро Олександрович	Понорницький селищний голова
12.	Мальцев Віктор Федорович	Директор КП «СЛП «Агролісгосп», депутат районної ради
13.	Нерета Олександр Миколайович	Голова правління ВАТ «Коропське АТП 17441», депутат районної ради
14.	Мисник Микола Ілліч	Директор ТОВ «Газбудсервіс», депутат районної ради
15.	Півень Михайло Олексійович	Президент корпорації «Проун», депутат обласної ради

Загальну координацію процесу здійснювала **проектна група** у наступному складі:

Кокоть Валерій Олексійович – консультант з місцевого економічного розвитку проекту «Економічний розвиток міст»;

Дьомін Денис Євгенійович – консультант громадської організації «Агенція «ЧернігівІнвест».

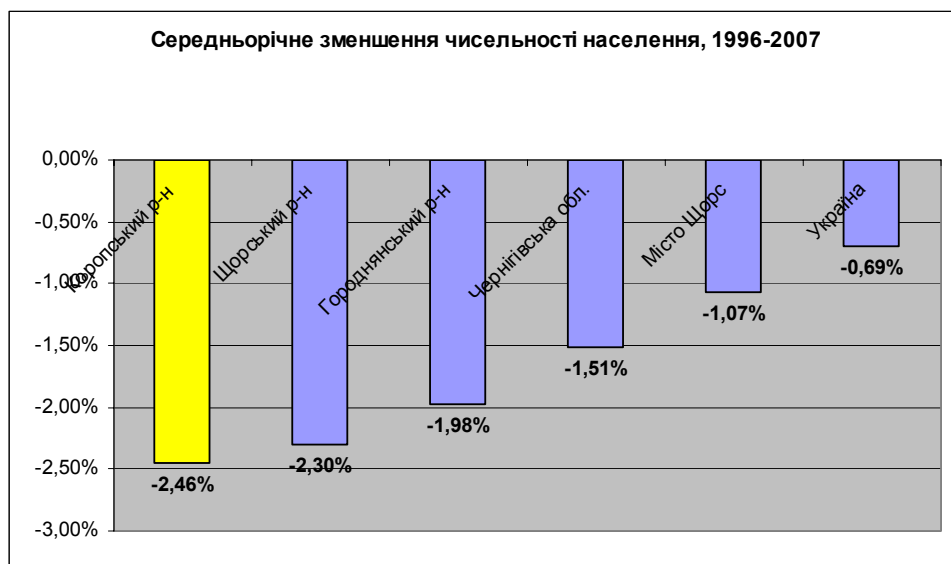
## ПРОФІЛЬ ГРОМАДИ (резюме)

Коропський район з адміністративним центром – селищем міського типу Короп знаходиться на півночі України, у східній частині Чернігівської області (див. Мал. 1, 2).

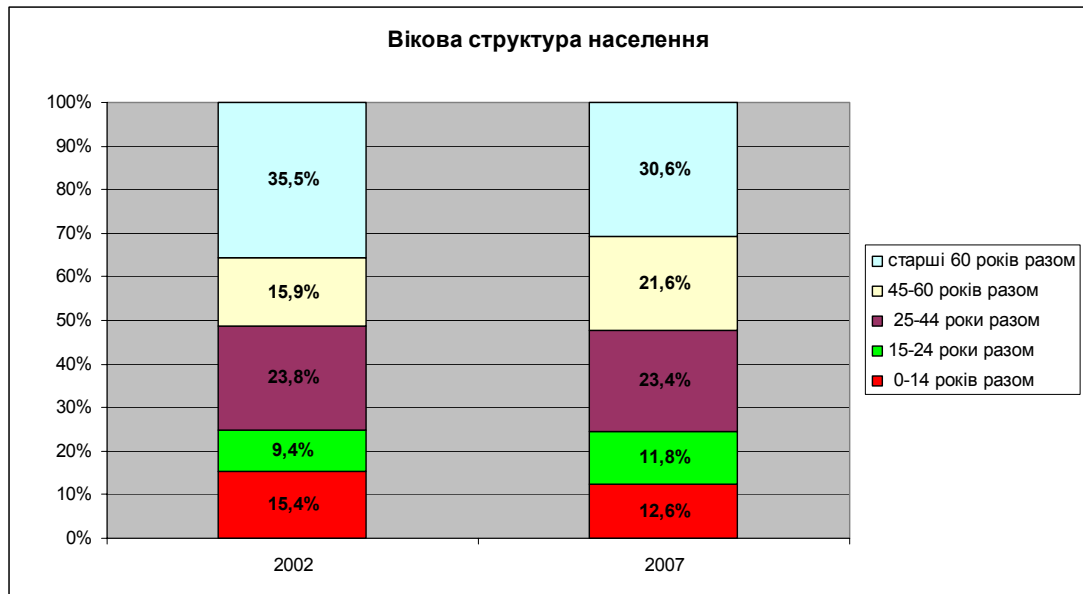
Площа району складає 1312 км<sup>2</sup>, населення – 27 641 особа. Економіка району та селища не має яскраво вираженого промислового характеру, найбільш розвинутими є сільське господарство, харчова промисловість і торгівля. Унікальні природні багатства та історичні пам'ятки зумовлюють серйозні можливості розвитку туристичної галузі, зокрема, зеленого туризму.



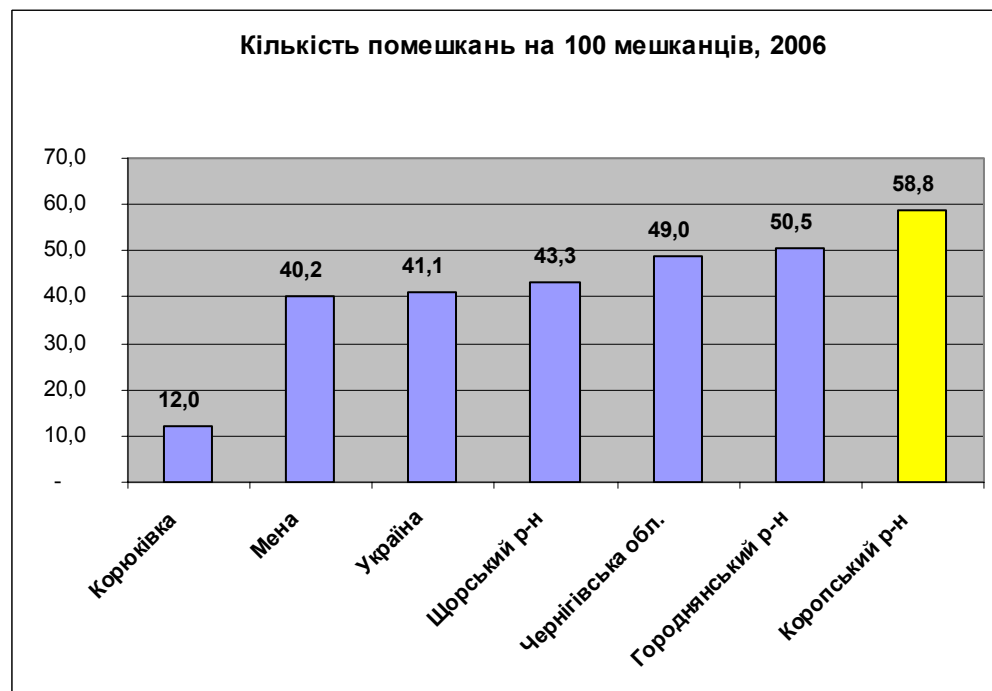
1. **Кількість постійного населення у районі має тенденцію до зменшення.** Протягом одинадцяти років (1996-2007) кількість населення зменшилася на 22,2% з 37,5 до 27,6 тис. жителів.



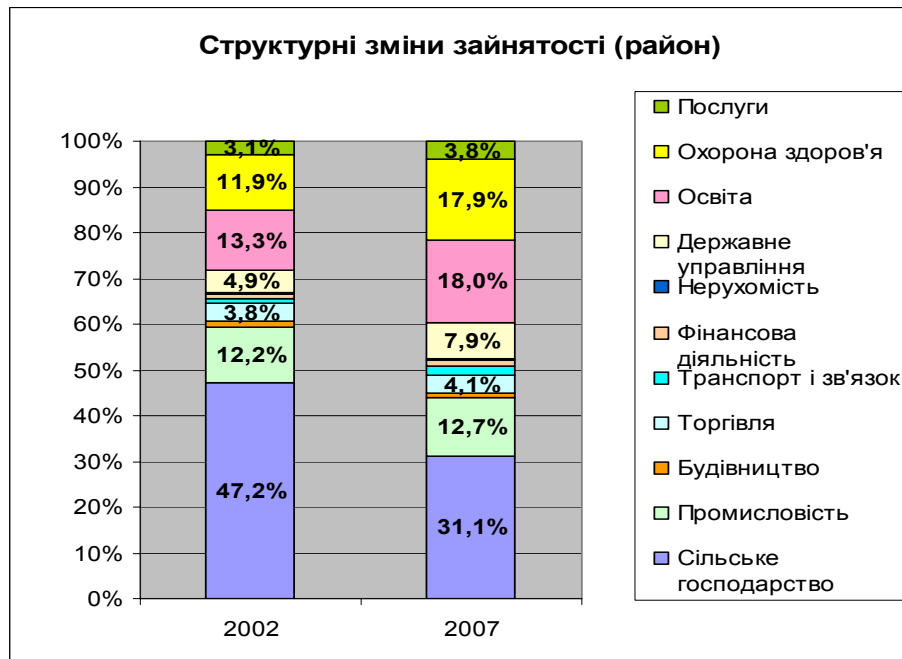
2. **Вікова структура населення викликає занепокоєння.** Смертність стабільно перевищує народжуваність, що відбивається на «віковому індексі». В разі відсутності стимулів (у першу чергу, економічних) до підвищення народжуваності, кількість населення працездатного віку надалі зменшуватиметься швидше, ніж поповнюватиметься, що в довгостроковому періоді становить загрозу для місцевої економіки.



3. **Житлове забезпечення мешканців Коропського району є достатнім з кількісної точки зору.** Кількість помешкань на 100 жителів складає 58,8, що перевищує аналогічний показник по Україні. **Однак наявне житло є морально застарілим,** що зумовлює необхідність оновлення житлового фонду.



4. **Зайнятість населення демонструє тенденцію до зменшення,** при постійному скороченні робочих місць у сільському господарстві та значній частці робочих місць у бюджетних галузях.



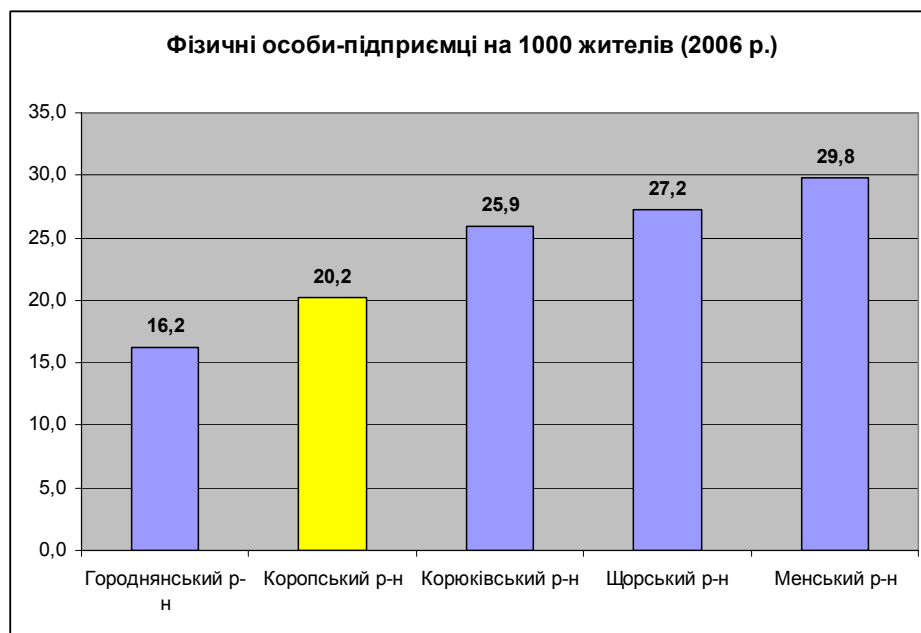
5. **Реальні доходи населення Коропського району та селища Короп зростають повільно**, не перевищуючи загальноукраїнські темпи. Швидке зростання індексу споживчих цін загрожує негативно відбитися на рівні життя населення та купівельній спроможності місцевих споживачів, що є негативним фактором для розвитку бізнесу.



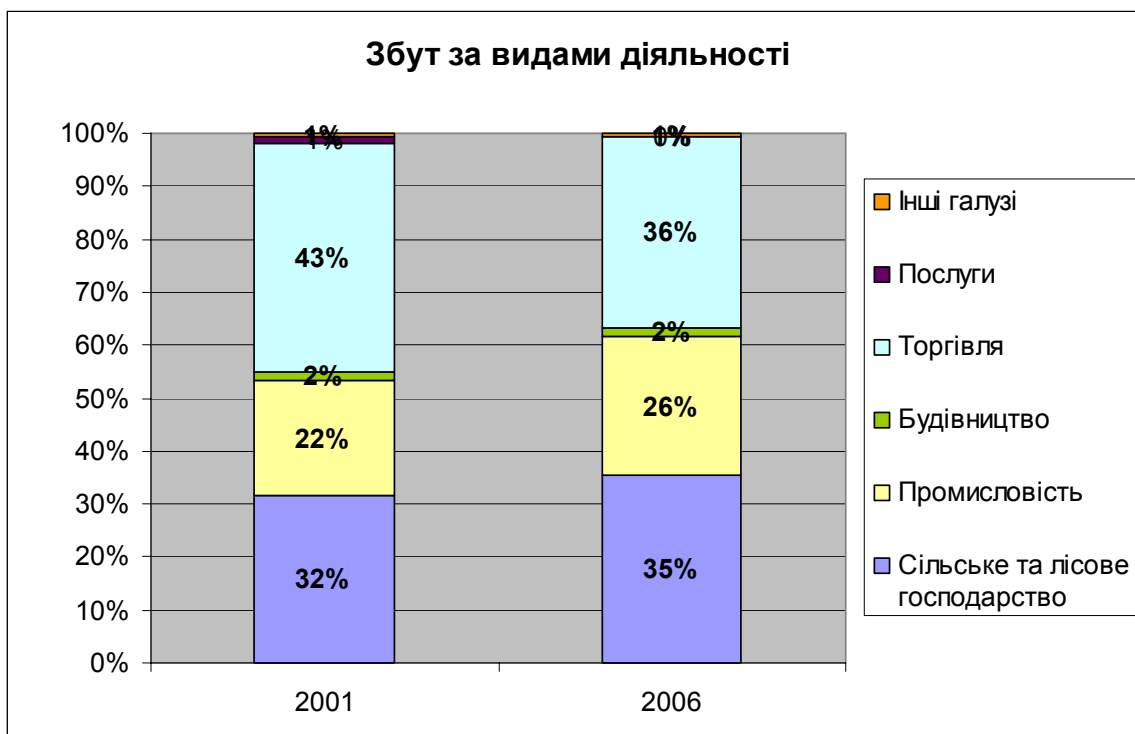
6. **Рівень зареєстрованого безробіття є меншим за обласний та загальноукраїнський показники.** З одного боку, це свідчить про низькі темпи економічного зростання території, з іншого – про загальну низьку пропозицію на ринку праці, зумовлену демографічними чинниками.



7. **Поступово покращуються умови ведення малого бізнесу.** Свідченням цього є значне зростання кількості суб'єктів підприємницької діяльності-фізичних осіб (684, або 64,9% усіх суб'єктів господарської діяльності). Досить ефективною є спрощена система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності.



8. **Сільське господарство та харчова промисловість є основою місцевої економіки.** На сільське господарство припадає 35% реалізованої продукції, на промисловість – 26%. Однак низьким є обсяг реалізованої промислової продукції на душу населення.



9. **Капітал та робоча сила поступово перетікають з сільського господарства до торгівлі і сфери послуг.** Це створює сприятливі можливості для розвитку малого і середнього підприємництва у середньо- та довгостроковому періодах.

10. **Надходження до районного та селищного бюджетів розвитку є незначними.** Головним джерелом надходжень до місцевих бюджетів є податок з доходів фізичних осіб, який не може бути зарахований до бюджету розвитку.

11. **Район та селище мають кілька земельних ділянок, придатних для ведення господарської діяльності.** Вони є важливим ресурсом для залучення інвестицій, поповнення бюджету розвитку та створення нових робочих місць.

12. **Комунальні мережі потребують оновлення.** Як і в інших українських містах, житлово-комунальне господарство та мережі потребують вдосконалення та оновлення, інакше це загрожує перенавантаженням та аваріями в недалекому майбутньому.

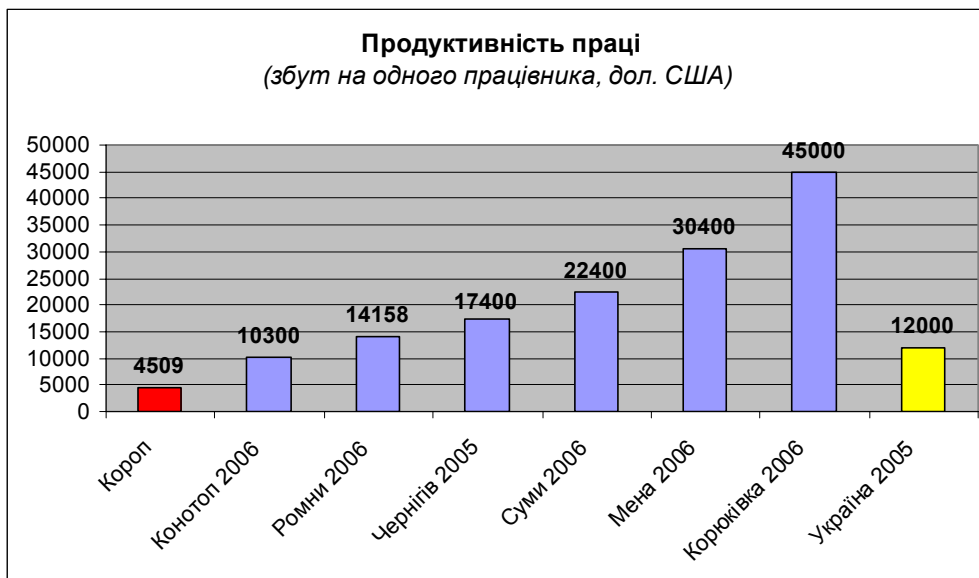
13. **Стан довкілля є в цілому задовільним.** Це зумовлюється відсутністю великих промислових підприємств, які забруднювали б навколишнє середовище.

14. **Район має декілька привабливих туристичних об'єктів.** Серед них: Мезенський національний природний парк, палац Румянцева-Задунайського, Святомиколаївський Рихлівський монастир тощо. Мальовничі краєвиди та низький рівень забруднення довкілля зумовлюють можливості розвитку зеленого туризму.

## ОПИТУВАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ (резюме)

1. **Експортний потенціал місцевої економіки є невисоким.** Абсолютна більшість товарів і послуг підприємств-респондентів (майже 97%) реалізується у межах України, і лише близько 3% експортується.

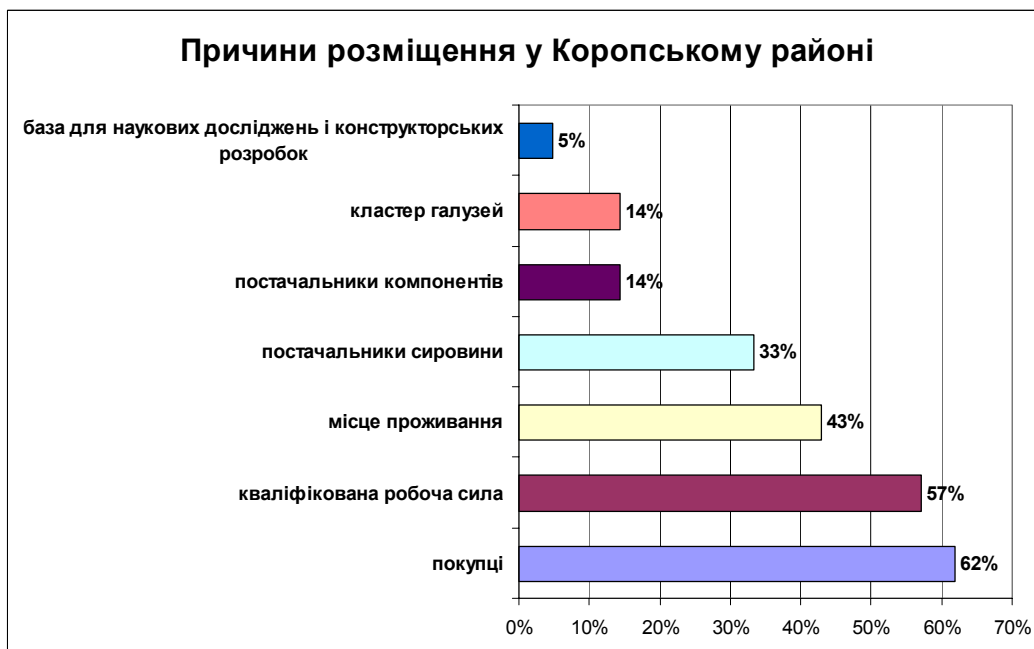
2. **Продуктивність праці підприємців-респондентів є низькою.** Середній збут в перерахунку на одного працівника склав у 2007 році близько 3,9 тис. дол. США (21,6 тис. грн.).



3. **Економіка громади є в достатній мірі диверсифікованою.** На жодну з фірм-респондентів не припадає більше 30% загального обсягу продажів.

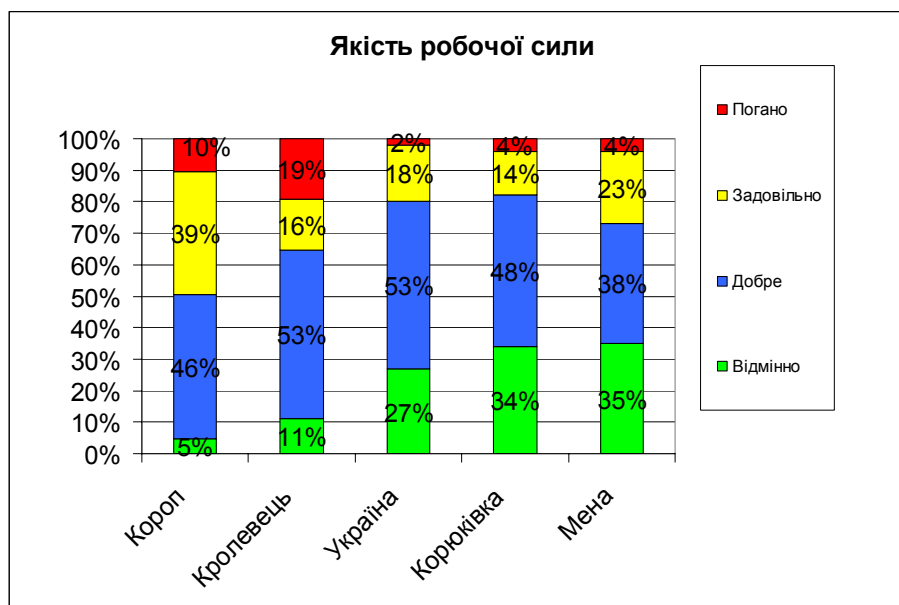
4. **Основу місцевої економіки складають сільське та лісове господарство і торгівля.** Промислове виробництво не відіграє помітної ролі в економічному розвитку селища Короп та Коропського району.

5. **Головною причиною розміщення у цій місцевості для компаній-респондентів є наявність ринку збуту (62% респондентів).** Фірми також позитивно оцінюють наявність трудових та сировинних ресурсів.



6. **Попит підприємств-респондентів на робочу силу є стабільним.** Загальна кількість робочих місць, вірогідно, залишиться практично незмінною протягом найближчих років. При цьому 57,1% респондентів скаржаться на нестачу кваліфікованої робочої сили, ще 24,8% очікують зіткнутися з нестачею кадрів у найближчому майбутньому. Найбільш відчувається нестача кваліфікованих технічних спеціалістів.

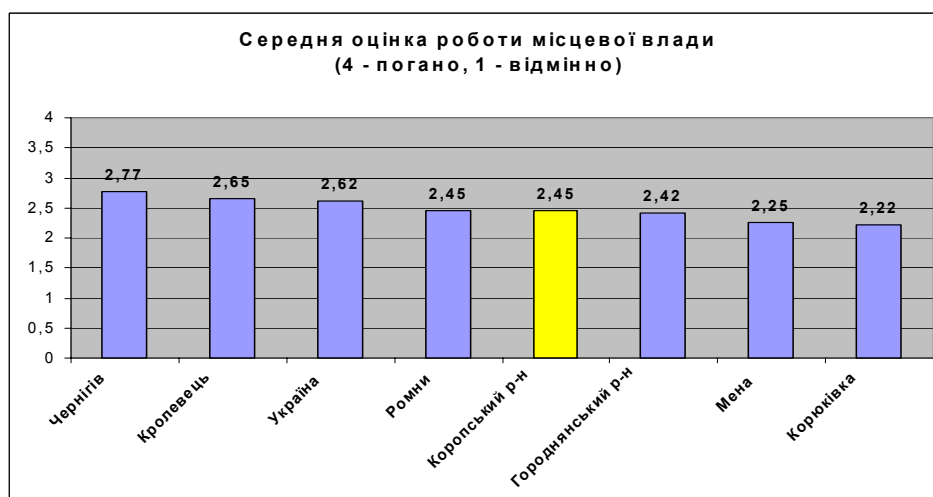
7. **Рівень задоволеності місцевих підприємців найманою робочою силою є посереднім.** Респонденти оцінили 51% своїх найнятих працівників на «відмінно» та «добре», що являє собою досить низький рівень задоволеності. При цьому високою є частка працівників, оцінених як «погані» – 10%. 39%, відповідно, отримали умовну оцінку «задовільно».



8. **Високим є очікуваний у 2008-2010 роках рівень інвестиційної активності.** 58% респондентів планують інвестувати в розширення свого бізнесу, ще 37% розглядають цю можливість. При цьому 6 компанії планують розширення у інших місцевостях або обмірковують це.

9. **Деякі бізнесмени планують перенести діяльність з району.** 2 компанії заявили про готовність до цього, ще 2 знаходяться на стадії прийняття рішення. Серед причин зазначаються відсутність землі для розширення, кращий бізнес-клімат у інших громадах, низька продуктивність праці в Коропському районі тощо.

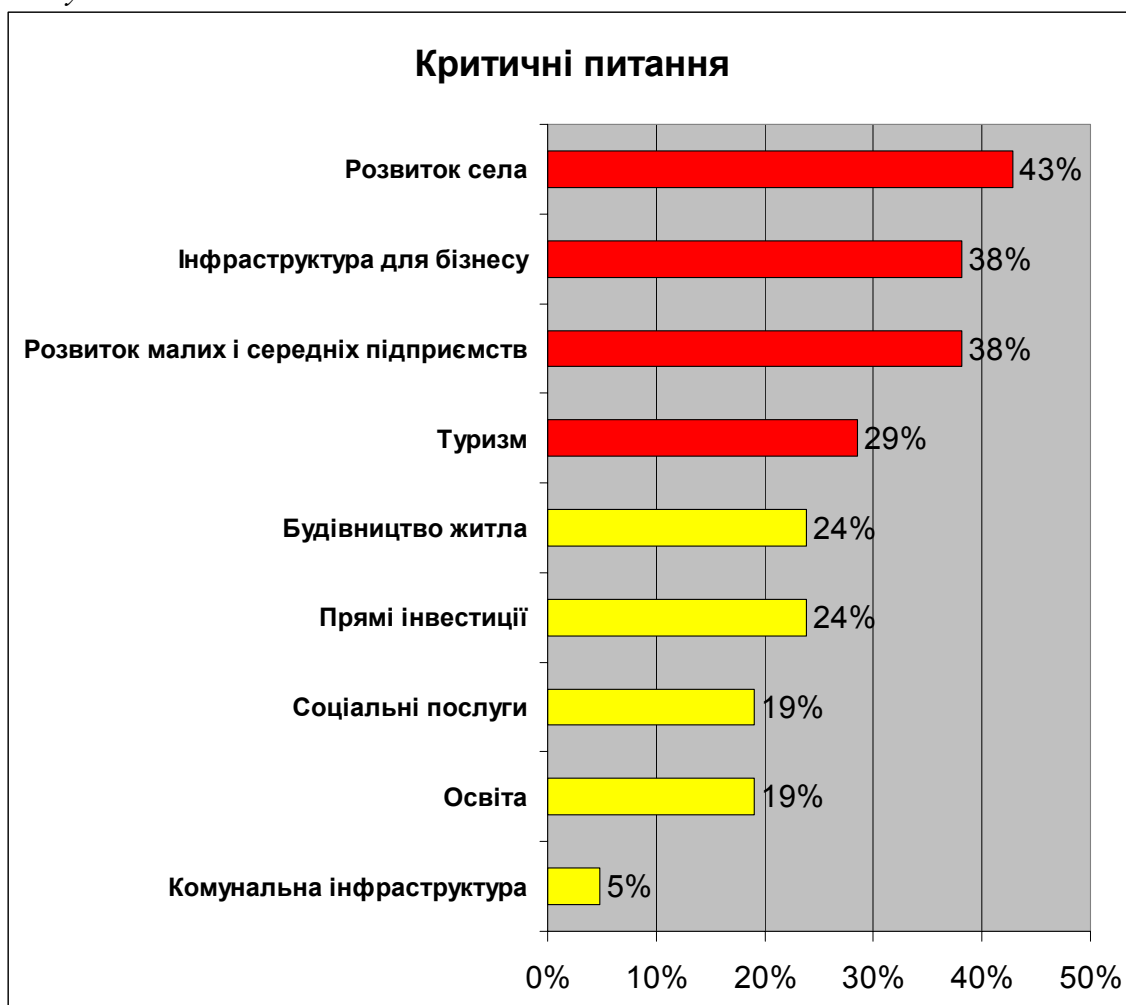
10. **Загальна оцінка роботи органів влади та самоврядування є задовільною.** 9 підприємців з 21 (43%) оцінили роботу районної ради, райдержадміністрації, селищної ради та інших органів влади і самоврядування як «добру» або «відмінну», 11 (52%) – як «задовільну».



11. **Роботодавці в основному задоволені місцевим бізнес-кліматом.** 9 компаній (43%) оцінили район як відмінне або добре місце для ведення бізнесу, 11 (52%) – як задовільне. Лише один бізнесмен назвав місцевий бізнес-клімат поганим.



12. **Місцеві компанії схвалюють реалізацію проектів, запропонованих у процесі стратегічного планування.** Серед бажаних для представників бізнесу пріоритетів – *розвиток села, розвиток бізнес-інфраструктури, підтримка малого та середнього підприємництва, розвиток туристичної галузі.*



## СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ

### Через 10 років Коропський район – це:

- **Інвестиційно-приваблива територія зі сприятливою бізнес-інфраструктурою та високим рівнем благоустрою;**
- **Екологічно чистий район з розвинутою туристичною галуззю та багатими народними традиціями і промислами**

Стратегічне бачення – це спільне, погоджене на основі консенсусу, бачення того, як громада має виглядати в майбутньому. Стратегічне бачення є вступом до Стратегії економічного розвитку. Воно пояснює вихідну позицію, з якої члени Комітету розпочинають створення планів дій.

Стратегічне бачення сформульовано для 2018 року задля того, щоб місцева влада, бізнес та громада мали певний дороговказ, який визначатиме напрями розвитку на найближче десятиріччя. Однак розроблені плани дій розраховані на найближчі п'ять років і є тільки одним з етапів досягнення бачення. Проаналізувавши результати впровадження цих планів, можна буде зрозуміти, наскільки відповідає розвиток громади визначеному баченню та внести відповідні корективи.

## **КРИТИЧНІ ПИТАННЯ**

Критичні питання – це ті галузі або напрями, які, на думку Комітету стратегічного планування, є пріоритетними для розвитку громади та досягнення стратегічного бачення. Критичні питання визначатимуть основні напрями роботи в рамках виконання Стратегічного плану. За кожним критичним питанням розроблено окремий план дій.

### **А. РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Розвиток малого і середнього підприємництва залежить від великої кількості різноманітних факторів. Одними із найважливіших факторів, що впливають на розвиток підприємництва, є, зокрема, місцевий бізнес-клімат та інфраструктура бізнесу. В основі успішної стратегії економічного розвитку лежить такий бізнес-клімат, який не тільки сприяє залученню інвестицій, що створюють нові робочі місця, але й утримує у громаді існуючі підприємства, заохочує появу нових підприємств. Часто бізнес-клімат громади є результатом стосунків між місцевою владою та бізнесовою спільнотою.

Важливою складовою розвитку малого і середнього підприємництва є належна бізнес-інфраструктура. Зокрема, випробуванням механізмом розвитку малого підприємництва є створення бізнес-інкубаторів, де підприємці-початківці, що мають інноваційні ідеї, могли б на пільгових умовах орендувати приміщення та отримувати фахові консультації. Іншим моментом є можливість фінансової підтримки пріоритетних галузей з боку місцевої влади. Крім того, важливою умовою розвитку бізнесу є наявність робочої сили достатньої якості.

### **В. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ**

Туризм є важливою складовою економічного розвитку сучасних громад. Особливо актуальним ця галузь є з огляду на необхідність відродження села і зайнятості населення сільських місцевостей. Індустрія в'їзного туризму в Україні не розвинута належним чином, відповідно, існуючий потенціал для забезпечення нових робочих місць та наповнення бюджету не реалізується.

Для розвитку туризму необхідні декілька умов. По-перше, для перетворення не дуже відомої поза межами регіону громади на привабливий для туристів пункт необхідна наявність внутрішніх передумов - певних привабливих об'єктів, які можуть привернути увагу людей і зацікавити їх. Це можуть бути історичні пам'ятки, унікальні природні явища або об'єкти, асоціації місцевості з видатними особистостями та багато іншого. У випадку, коли громада не має жодних вихідних історичних або природних передумов для розвитку туризму, забезпечити успішне функціонування цієї галузі дуже важко. Але самих передумов недостатньо – необхідно перетворити їх на туристичний продукт, який користуватиметься попитом. Місцевим туристичним продуктом також можуть бути певні заходи – унікальні екскурсійні маршрути, фестивалі, ярмарки, або навіть нематеріальні речі, на зразок легенд та переказів, широко розрекламованих та цікавих для широкого загалу.

По-друге, для розвитку туризму необхідна відповідна інфраструктура, не лише транспортна, але й сервісна – заклади харчування, розміщення, пункти інформаційного обслуговування (туристично-інформаційні центри), яка дозволить гостям місцевості комфортно себе почуватися. Інфраструктурне питання є достатньо складним, і найкращим способом для його вирішення є стимулювання залучення приватних інвестицій в туристичну галузь та загальна підтримка розвитку малого підприємництва (саме воно зазвичай є основною рушійною силою в'їзного туризму). Роль влади в цьому аспекті полягає у визначенні загальної стратегії розвитку і стимулювання ділової ініціативи відповідно до такої стратегії.

По-третє, необхідно, щоб про існування привабливих ресурсів громади та її туристичного продукту дізналися представники цільових аудиторій – потенційні інвестори у туристичну галузь, туристичні фірми, що працюють на ринку внутрішнього туризму та екскурсій, і власне туристи. Для цього потрібна систематична реклама привабливості громади за допомогою різних засобів (Інтернет, друковані ЗМІ, участь у виставках, зовнішня реклама на автотрасах тощо).

## SWOT-АНАЛІЗ

За своїм призначенням SWOT-аналіз є інструментом для підготовки реалістичних планів дій, у яких поруч із середньостроковими стратегічними цілями будуть визначені короткострокові оперативні цілі. Досягнення цих цілей повинно, з одного боку, усунути слабкі сторони громади з одночасним посиленням її сильних сторін, а з іншого – сприяти використанню сприятливих можливостей, які можуть виникнути завдяки дії зовнішніх сил.

Основна увага Комітету приділялась слабким сторонам, оскільки саме визначення проблем, їхніх причин та шляхів їхнього вирішення стала основою планів дій, розроблених на наступному засіданні Комітету.

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- вдале розташування;</li> <li>- добре транспортне сполучення;</li> <li>- наявність незадіяних виробничих площ та ділянок;</li> <li>- наявність унікальних історичних пам'яток (Мезінська стоянка, Рихлівський монастир, палац Румянцева-Задунайського тощо);</li> <li>- добрий стан довкілля;</li> <li>- достатньо висока оцінка роботи місцевої влади з боку підприємців.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- брак кваліфікованої робочої сили (відтік кадрів);</li> <li>- складна демографічна ситуація;</li> <li>- недостатній рівень розвитку;</li> <li>- інфраструктури (утримання доріг, комунальні мережі);</li> <li>- недостатній рівень розвитку підприємництва (виробництво, надання послуг);</li> <li>- брак доступних внутрішніх фінансових ресурсів.</li> </ul>
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- вдосконалення законодавчої бази, яка стосується діяльності органів місцевого самоврядування (земельного і бюджетного законодавства та ін.);</li> <li>- вдосконалення виборчої системи;</li> <li>- стабілізація політичної ситуації;</li> <li>- інтерес міжнародних компаній до Східної Європи (зокрема, України);</li> <li>- зменшення ставок кредитування;</li> <li>- вдосконалення податкової системи;</li> <li>- зростання попиту на с/г продукцію та водні ресурси.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- погіршення існуючої законодавчої бази;</li> <li>- дестабілізація політичної ситуації;</li> <li>- погіршення умов кредитування;</li> <li>- ускладнення податкової системи;</li> <li>- прискорення темпів інфляції;</li> <li>- погіршення інвестиційного та загального іміджу України.</li> </ul>

## ПЛАНИ ДІЙ

### **КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

#### **СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ А.1: РОЗВИТОК БІЗНЕС-ІНФРАСТРУКТУРИ**

##### **Оперативні цілі:**

##### **А.1.1. Відкриття районного бізнес-інкубатору**

Створюється районний бізнес-інкубатор, де малі підприємці-початківці, що працюють у визначених пріоритетних галузях на пільгових умовах можуть отримати в оренду офісну площу та техніку на початковий період своєї роботи.

**Термін виконання: I квартал 2010 року**

**Відповідальна особа: голова районної ради**

##### **А.1.2. Створення інформаційно-ресурсного центру для підприємців**

Районні органи влади ініціюють створення інформаційно-ресурсного центру у формі громадської організації, яка надаватиме підприємцям консультаційні та інформаційні послуги і сприятиме залученню додаткових коштів в розвиток підприємництва за рахунок грантових програм.

**Термін виконання: II квартал 2009 року**

**Відповідальна особа: голова районної ради**

#### **СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ А.2: ПІДТРИМКА ПРІОРИТЕТНИХ ГАЛУЗЕЙ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

##### **Оперативні цілі:**

##### **А.2.1. Підтримка в'їзного туризму**

Надання фінансової та організаційної підтримки з боку влади. Створення щонайменше \_\_\_ нових діючих підприємств галузі.

**Термін виконання: II квартал 2010 року**

**Відповідальна особа: заступник голови районної ради**

##### **А.2.2. Підтримка народних промислів**

Надання фінансової та організаційної підтримки з боку влади. Створення щонайменше \_\_\_ нових діючих підприємств галузі.

**Термін виконання: II квартал 2010 року**

**Відповідальна особа: заступник голови районної ради**

##### **А.2.3. Підтримка малих підприємств переробної галузі**

Надання фінансової та організаційної підтримки з боку влади. Створення щонайменше 2 нових діючих підприємств галузі.

**Термін виконання: I квартал 2009 року**

**Відповідальна особа: заступник голови районної ради**

## **КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ**

### **СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ В.1: РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

#### **В.1.1. Підготовка земельних ділянок під будівництво готелів**

Районними та селищним органами влади визначено перелік земельних ділянок, придатних для створення закладів розміщення та підготовлено попередню документацію на зазначені ділянки. Створено каталог зі щонайменше 5 доступних для інвестора ділянок.

**Термін виконання: II квартал 2009 року**

**Відповідальна особа: сільські, селищні голови**

#### **В.1.2. Пошук та залучення зовнішнього інвестора у туристичну галузь**

Районні та селищні органи влади активно пропонують наявні інвестиційні ресурси зовнішнім інвесторам для будівництва готельних комплексів. Створено щонайменше 2 нових заклади розміщення належної якості.

**Термін виконання: до 2012 року**

**Відповідальна особа: голова районної ради**

#### **В.1.3. Створення районного туристичного інформаційного центру**

Створюється організація (бажано госпрозрахункова, у формі комунального підприємства або іншої), що координуватиме розвиток в'їзного туризму на території району та співфінансуватиметься з місцевих бюджетів. Напрями діяльності: екскурсійна діяльність, сприяння залученню інвесторів, надання консультацій туристам, всебічна реклама району, розробка та реалізація туристичних маршрутів, оригінальної сувенірної продукції тощо.

**Термін виконання: до 2010 року**

**Відповідальна особа: голова районної ради**

### **СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ В.2: РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

#### **В.2.1. Удосконалення концепції Святомиколаївського ярмарку**

Розроблюється та втілюється оновлена концепція проведення Святомиколаївського ярмарку в с. Короп (основні напрями: осучаснення; масова участь громадян у театралізованих дійствах; професійна реклама заходу). Збільшено частку зовнішніх відвідувачів та закладено основи для збільшення економічного ефекту.

**Термін виконання: з 2009 і постійно**

**Відповідальна особа: селищний голова**

#### **В.2.2. Розробка серії туристичних маршрутів**

Розроблюється серія туристичних маршрутів відповідно до наявних можливостей району (народні промисли, зелений туризм, історичні пам'ятки тощо). Розроблено щонайменше 5 маршрутів, готових до реалізації та цікавих для сучасних туристів.

**Термін виконання: I – II квартали 2010 року**

**Відповідальна особа: керівник районного туристичного інформаційного центру**

## **СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ В.3: ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

### **В.3.1. Розробка багатомовних презентаційних матеріалів**

Розроблюється пакет багатомовних (українська, російська, англійська) презентаційних матеріалів та місцевих оригінальних сувенірів. Пакет включає: буклети, ручки, чашки та продукцію місцевих народних майстрів, а також туристичні мапи району і власне пакет-пакунок. Всі матеріали виконано у єдиному, фірмовому стилі який не підлягає зміні (єдина кольорова гама, шрифт, гасло-слоган тощо). Розробляється окремий веб-сайт туристичного потенціалу району та здійснюється його реклама.

**Термін виконання: I – II квартали 2010 року**

**Відповідальна особа: керівник районного туристичного інформаційного центру**

### **В.3.2. Систематична реклама туристичних можливостей району**

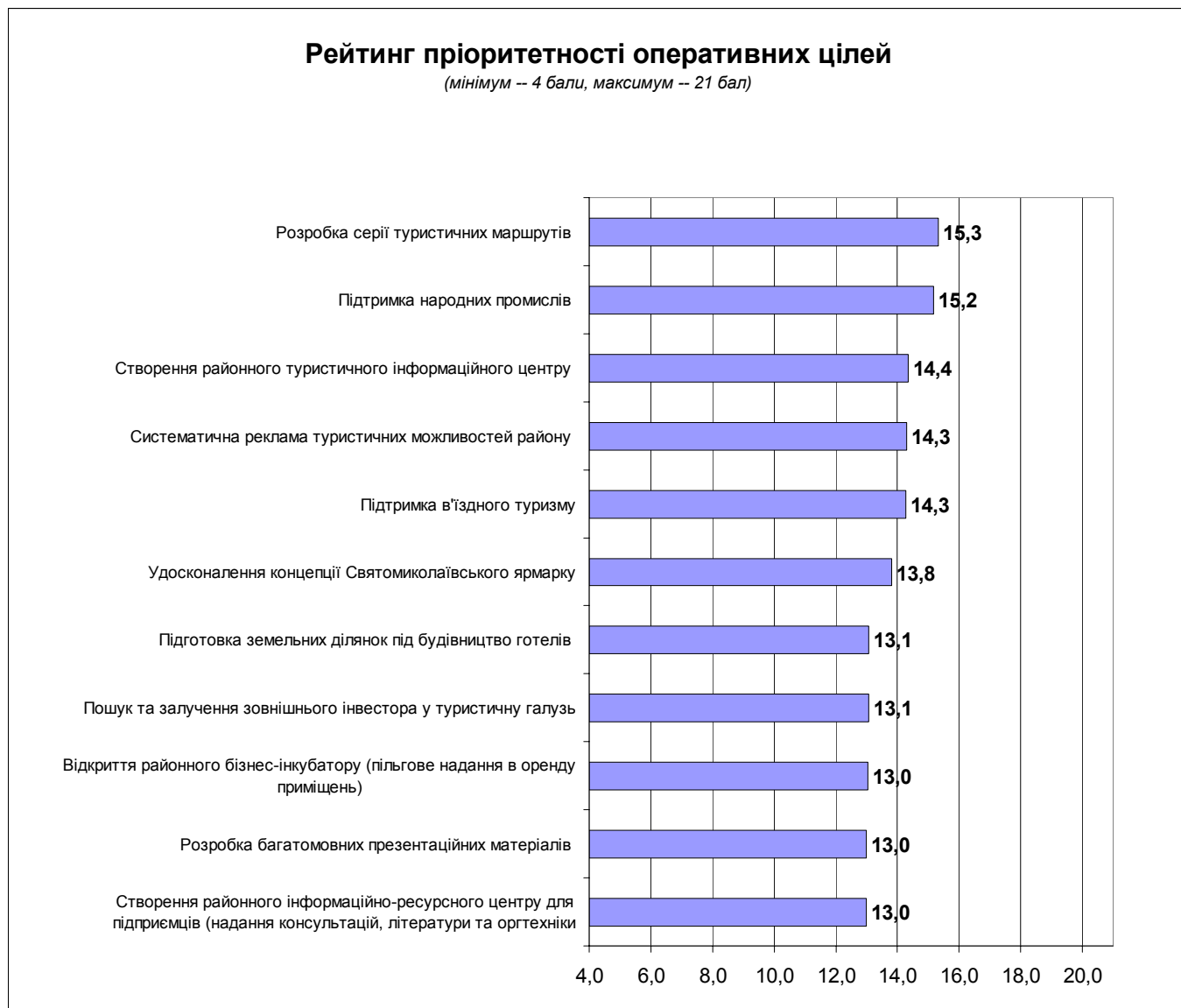
Здійснюється систематичне інформаційне просування туристичних принад Коропського району з метою залучення туристів. Місцева влада вкладає кошти в рекламу району, працюючи на перспективу.

**Термін виконання: постійно з дня створення туристичного інформаційного центру**

**Відповідальна особа: керівник туристичного інформаційного центру**

## ПРІОРИТЕТИ

На передостанньому засіданні Комітету його учасники визначили пріоритетність оперативних, розроблених на час проведення засідання. Мета визначення пріоритетів – створити довідковий документ, який допоможе оптимально розподілити обмежені людські та фінансові ресурси, які виділятимуться на реалізацію Стратегії. Комітет дійшов висновку, що всі наведені оперативні цілі є важливими для майбутнього Коропського району (хоча їхня відносна пріоритетність різна). Найбільш пріоритетними були визнані розробка туристичних маршрутів, підтримка народних промислів та створення туристичного інформаційного центру.



**Форма визначення пріоритетів (середні оцінки учасниками Комітету)**

Номер за рейтингом	Індекс	Оперативна ціль	Вплив на стратегічну ціль (1 - 3)	Здійсненість (0 - 6)	Строки (1 - 3)	Вплив на інвестиції та роботи місяця (1 - 3)	Участь приватного сектора (1 - 3)	Сумісність з іншими оперативними цілями (0 - 3)	РАЗОМ (4 - 21)
1.	В.2.2	Розробка серії туристичних маршрутів	2,50	3,83	2,25	2,33	1,92	2,50	15,33
2.	А.2.2.	Підтримка народних промислів	2,17	3,92	2,00	2,42	2,42	2,25	15,17
3.	А.2.3.	Створення районного туристичного інформаційного центру	2,57	3,79	1,86	2,21	1,57	2,36	14,36
4.	В.3.2	Систематична реклама туристичних можливостей району	2,62	3,69	2,15	1,85	1,85	2,15	14,31
5.	А.2.1.	Підтримка в'їздного туризму	2,43	3,07	1,93	2,15	2,38	2,31	14,27
6.	В.1.1.	Удосконалення концепції Святомиколаївського ярмарку	2,07	4,00	2,00	1,42	2,14	2,17	13,80
7.	В.1.2.	Підготовка земельних ділянок під будівництво готелів	2,21	2,93	1,86	2,21	1,71	2,14	13,07
8.	А.1.1.	Пошук та залучення зовнішнього інвестора у туристичну галузь	2,50	2,57	1,79	2,21	1,71	2,29	13,07
9.	В.3.1	Відкриття районного бізнес-інкубатору (пільгове надання в оренду приміщень)	2,00	3,00	1,86	1,93	1,71	2,54	13,04
10.	А.1.2.	Розробка багатомовних презентаційних матеріалів	2,31	3,31	1,69	1,85	1,62	2,23	13,00
11.	В.1.3	Створення районного інформаційно-ресурсного центру для підприємців (надання консультацій, літератури та оргтехніки)	2,50	3,14	2,07	1,71	1,57	2,00	13,00
12.	А.2.3	Підтримка малих підприємств переробної галузі <sup>1</sup>	-	-	-	-	-	-	-

<sup>1</sup> Ціль була запропонована в процесі визначення пріоритетів, тому її відносна пріоритетність не визначалась.

## **УПРАВЛІННЯ ВПРОВАДЖЕННЯМ**

З самого початку стратегічного планування підкреслювалась важливість етапу реалізації Стратегії та організації моніторингу її впровадження. Успіх цієї роботи буде вимірюватись позитивними економічними та іншими змінами, що стануть наслідком виконання передбачених планом оперативних цілей і досягнення його стратегічних цілей.

Першим кроком на шляху реалізації Стратегії є її затвердження районною радою. Вкрай важливо забезпечити політичну волю до впровадження змін, а також організаційні, людські та фінансові ресурси, необхідні для виконання всіх проектів, передбачених оперативними цілями плану.

Щоб гарантувати реалістичність і здійсненність Стратегії, відповідальність за моніторинг її виконання буде покладена на Комітет управління впровадженням, який складатиметься з найбільш активних учасників процесу стратегічного планування. Таким чином, Комітет управління впровадженням за своїм складом стане продовженням співпраці між владою, бізнесом і громадськістю, яка зробило можливим сам процес стратегічного планування і зміцнилось упродовж останніх місяців спільної роботи.

Комітет управління впровадженням здійснюватиме моніторинг якості виконання завдань та дотримання визначеного графіку, щоквартально оцінюючи виконання завдань кожної з оперативних цілей, передбачених Стратегічним планом. Координацію діяльності Комітету здійснюватиме районна рада, яка узагальнюватиме інформацію щодо виконання Плану та здійснюватиме оперативне управління його впровадженням.

Стратегічний план є динамічним документом, який може коригуватися у міру зміни обставин. Тому члени Комітету, а також всі мешканці району, причетні до згаданої роботи, повинні стежити за тим, щоб стратегічні й оперативні цілі та завдання плану залишалися доречними та актуальними і вчасно реалізовувалися. Щороку Комітет управління впровадженням збиратиметься для оцінки стану виконання Стратегії та, в разі потреби, коригування її положень відповідно до обставин, що змінилися. За результатами виконання Стратегії голова районної ради щороку звітуватиме перед районною радою та громадою району.

Конкретні кроки з досягнення намічених у Стратегії цілей із зазначенням термінів виконання, відповідальних виконавців та джерел фінансування наведено у так званих «проектних листках» (див. додаток). Проектні листки підлягають перегляду і коригуванню щонайменше раз на рік, задля того, щоб при реалізації Стратегії можна було врахувати зміни в економічній і політичній ситуації. **Однак коригуванню не підлягають стратегічне бачення та стратегічні цілі, які служитимуть дороговказом для громади Коропського району до 2018 року.**

Додаток: «Проектні листки»

<b>КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>			
<b>Стратегічна ціль</b>	<b>А.1. Розвиток бізнес-інфраструктури</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>А.1.1. Відкриття районного бізнес-інкубатору</b>		
<b>Опис</b>	Створюється районний бізнес-інкубатор, де малі підприємці-початківці, що працюють у визначених пріоритетних галузях на пільгових умовах можуть отримати в оренду офісну площу та техніку на початковий період своєї роботи.		
<b>Результати</b>	Створено бізнес-інкубатор.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Голова</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	Районна державна адміністрація	Голова	
	Селищна рада	Голова	
	Районна рада підприємців	Керівник	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього – 120 тис. грн.. райбюджет – 100 тис. грн. селищний бюджет – 20 тис. грн..</b>		
	Зарплата виконавцям, витрати на облаштування приміщення; в межах оперативних видатків районного та селищного бюджетів		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Вивчення досвіду інших громад	Заступник голови райради	1 кв. 2009
2.	Виділення та облаштування приміщення	Селищний голова	2-3 кв. 2009
3.	Вирішення організаційних та кадрових питань (організаційно-правова форма, адміністратор)	Заступник голови РДА	3-4 кв. 2009
4.	Визначення та нормативне оформлення умов співпраці з підприємцями	Юрист райради (РДА)	4 кв. 2009
5.	Відкриття бізнес-інкубатору	Голова райради	1 кв. 2010

### Штати бізнес-інкубатора

1. Керівник бізнес-інкубатора - 1 з/п 1500 грн.
2. Консультанти - 1-2 чол. з/п 1000 грн.
3. Технічний персонал - 1 чол.  
Приблизно 60 тис. грн..

### Матеріальне забезпечення

1. Комп'ютерна техніка - 5-7 од. 20 – 30 тис. грн..
2. Телефони - 2 шт 100 грн.
3. Факс - 1 50 грн.
4. Копіювальна техніка - 2 комп. 6 тис. грн..
5. Меблі - 5 – 6 комп. 20 тис. грн..  
Приблизно 60 тис. грн..

<b>КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>			
<i>Стратегічна ціль</i>	<b>А.1. Розвиток інфраструктури для бізнесу</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>А.1.2. Створення інформаційно-ресурсного центру для підприємців</b>		
<b>Опис</b>	Районні органи влади ініціюють створення інформаційно-ресурсного центру у формі громадської організації, яка надаватиме підприємцям консультаційні та інформаційні послуги і сприятиме залученню додаткових коштів в розвиток підприємництва за рахунок грантових програм.		
<b>Результати</b>	Створено інформаційно-ресурсний центр.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Голова</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	РДА	Заступник голови	
	Селищна рада	Голова	
	Громадська організація	Керівник	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього - 80 тис. грн.</b> <b>рай бюджет - 40 тис. грн.</b> <b>селищний бюджет - 20 тис. грн.</b> <b>грантові кошти - 20 тис. грн</b>		
	Зарплата виконавцям в межах оперативних видатків районного та селищного бюджетів; Видатки на облаштування та утримання приміщення, придбання та розповсюдження інформаційно-навчальних матеріалів, надання консультацій - за рахунок грантових програм.		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Визначення керівника громадської організації	Голова райради спільно із іншими відповідальними особами	1-2 кв. 2009
2.	Визначення приміщення та вирішення організаційних питань	Заступник голови райради	2 кв. 2009
3.	Реєстрація громадської організації	Юрист райради (РДА)	2 кв. 2009
4.	Розробка проектів для подання на участь в грантових конкурсах стосовно розвитку підприємництва	Керівник громадської організації	Постійно
5.	Реалізація грантових проектів (навчання підприємців, надання консультаційної допомоги, доступу до офісної техніки, розробка бізнес-планів тощо)	Керівник громадської організації	Після перемоги в конкурсі грантових програм

1. Керівник центру - 1 з/п 1500 грн
2. Консультанти - 2 з/п 1000 грн

Матеріальне забезпечення

1. Комп'ютери - 2 10 тис.грн
  2. Телефон, факс 2 600 грн.
  3. Копіювальна техніка - 1 3 тис. грн.
  4. Меблі 5 тис. грн..
- Приблизно 20 тис. грн..

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА			
<i>Стратегічна ціль</i>	<b>А.2. Підтримка пріоритетних галузей підприємництва</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>А.2.1 Підтримка в'їзного туризму</b>		
<b>Опис</b>	Надання фінансової та організаційної підтримки з боку влади.		
<b>Результати</b>	Створено щонайменше __ нових діючих підприємств галузі.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Заступник голови районної ради</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	Районна державна адміністрація	Заступник голови районної державної адміністрації	
	Селищна рада	Заступник селищного голови	
	Районний бізнес-інкубатор	Керівник	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього - 2 тис. грн..</b>		
	За рахунок грантових програм		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Розробка положення про конкурс для малих підприємств туристичної галузі (грошова премія)	Юристи районної ради та районної державної адміністрації	I квартал 2009 року
2.	Надання підприємствам приміщень у бізнес-інкубаторі	Керівник бізнес-інкубатору	I квартал 2010 року
3.	Встановлення пільгового єдиного податку	Місцеві ради	В ході роботи
4.			
5.			

1. Витрати на проведення конкурсу (оголошення, прийом) - 2 тис. грн..

<b>КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>			
<i>Стратегічна ціль</i>	<b>А.2. Підтримка пріоритетних галузей підприємництва</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>А.2.1 Підтримка народних промислів</b>		
<b>Опис</b>	Надання фінансової та організаційної підтримки з боку влади.		
<b>Результати</b>	Створено щонайменше 7 нових діючих підприємств галузі.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Заступник голови</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	РДА	Заступник голови	
	Сільські, селищні ради	Голови громад	
	Районний бізнес-інкубатору	Керівник	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього - 2 тис. грн. За рахунок грантових програм</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Розробка положення про конкурс для малих підприємств туристичної галузі (грошова премія)	Юристи районної ради та районної державної адміністрації	I квартал 2009 року
2.	Надання підприємствам приміщень у бізнес-інкубаторі	Керівник бізнес-інкубатору	I квартал 2010 року
3.	Встановлення пільгового єдиного податку	Місцеві ради	В ході роботи
4.			
5.			

1. Витрати на проведення конкурсу - 2 тис. грн..

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ А: РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА			
<i>Стратегічна ціль</i>	<b>А.2. Підтримка пріоритетних галузей підприємництва</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>А.2.3. Подальше удосконалення реєстраційних процедур</b>		
<b>Опис</b>	У відповідності до вимог чинного законодавства здійснюється подальше спрощення процедур реєстрації суб'єктів господарської діяльності, зокрема, для тих, які працюватимуть у пріоритетних для району галузях		
<b>Результати</b>	Здійснено подальше спрощення реєстраційних процедур для підприємців-початківців		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Упровадження</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Заступник голови</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	РДА	<b>Заступник голови</b>	
	Місцеві ради	<b>Сільські, селищні голови</b>	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього - 0,5 тис. грн. – рай бюджет</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<i>Відповідальні</i>	<b>Термін виконання</b>
1.	Моніторинг змін у чинному законодавстві	Юристи районної ради та районної державної адміністрації	Постійно
2.	Вивчення досвіду інших громад	Заступник голови районної ради	I квартал 2009
3.	Опитування підприємців на предмет необхідності внесення вдосконалень у існуючі процедури	Керівники громад	I квартал 2009
4	Впровадження вдосконалень у роботу реєстраційних органів	Заступник голови РДА	I квартал 2009
5	Опитування підприємців щодо ефективності вдосконалень	Керівники громад	Постійно

1. Організаційні витрати 0,5 тис. грн.

<b>КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: ТУРИЗМУ</b>			
<b>Стратегічна ціль</b>	<b>В.1. Розвиток туристичної інфраструктури</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>В.1.1. Підготовка земельних ділянок під будівництво готелів</b>		
<b>Опис</b>	Районними та селищним органами влади визначено перелік земельних ділянок, придатних для створення закладів розміщення та підготовлено попередню документацію на зазначені ділянки.		
<b>Результати</b>	Створено каталог зі щонайменше 5 доступних для інвестора ділянок.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Заступник голови</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	РДА	Заступник голови РДА	
	Районний відділ земельних ресурсів	Керівник	
	Сільські, селищні ради	Керівники громад	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього - 25 тис. грн. сільські, селищні бюджети</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<b>№</b>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Визначення ділянок	Сільські, селищні голови	I квартал 2009
2.	Попереднє оформлення документації щодо права власності	Сільські, селищні голови	I квартал 2009
3.	Закріплення призначення земельних ділянок відповідним рішенням районної (селищної) ради	Сільські, селищні голови	I квартал 2009
4.	Формування каталогу ділянок	Районний відділ земельних ресурсів	II квартал 2009
5.			

1. Виготовлення свідоцтв 15 тис. грн.
  2. Технічна робота 5 тис. грн.
  3. Виготовлення каталогу 3 тис. грн.
- Приблизно 25 тис. грн.

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ			
Стратегічна ціль	<b>В.1. Розвиток туристичної інфраструктури</b>		
Оперативна ціль	<b>В.1.2. Пошук та залучення зовнішнього інвестора у туристичну галузь</b>		
Опис	Районні та селищні органи влади активно пропонують наявні інвестиційні ресурси зовнішнім інвесторам для будівництва готельних комплексів.		
Результати	Створено щонайменше 2 нових заклади розміщення належної якості.		
Упровадження	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
Відповідальні	<i>Районна рада</i>	<b>Голова районної ради</b>	
Співпраця з організаціями	РДА	Голова РДА	
	Сільські, селищні ради	Сільські, селищні голови	
Фінансування	<b>Всього 25 тис. грн. за рахунок грантових коштів</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
№	Опис	Відповідальні	Термін виконання
1.	Визначення і нормативне закріплення пільгових умов виділення земельної ділянки під будівництво готелю та відповідних зобов'язань інвестора	Сільські, селищні ради	Сільські, селищні голови
2.	Розміщення каталогу наявних ділянок у мережі Інтернет	Заступник голови районної ради	II квартал 2009
3.	Розсилка інвестиційних пропозицій провідним операторам готельних мереж (українським та закордонним)	Заступник голови районної ради	II квартал 2009
4.	Переговори з інвестором	Голова районної ради, голова РДА	Постійно
5.	Реалізація проектів	Голова районної ради, голова РДА	2009- 2011 р.
6.	Відкриття готелю (ів)	Голова районної ради, голова РДА	до 2012

1. Технічні витрати - 5 тис. грн.
2. Представницькі витрати 20 тис. грн.

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ			
<i>Стратегічна ціль</i>	<b>В.1. Розвиток туристичної інфраструктури</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>В.1.3. Створення районного туристичного інформаційного центру</b>		
<b>Опис</b>	Створюється організація (бажано госпрозрахункова, у формі комунального підприємства або іншої), що координуватиме розвиток в'їзного туризму на території району та співфінансуватиметься з місцевих бюджетів. Напрями діяльності: екскурсійна діяльність, сприяння залученню інвесторів, надання консультацій туристам, всебічна реклама району, розробка та реалізація туристичних маршрутів, оригінальної сувенірної продукції тощо.		
<b>Результати</b>	Створено районний туристичний інформаційний центр.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	Голова районної ради	
<b>Співпраця з організаціями</b>	РДА	Голова РДА	
	Селищна рада	Селищний голова	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього 80 тис. грн. рай бюджет - 20 тис. грн. Селищний бюджет - 10 тис. грн. За рахунок грантів - 50 тис. грн.</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<b>№</b>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Визначення організаційно-правової форми у відповідності до чинного законодавства	Заступник голови районної ради	I квартал 2009
2.	Вирішення кадрових питань (визначення керівника та штатного розкладу)	Голова районної ради, голова РДА	II квартал 2009
3.	Реєстрація Центру	Керівник Центру	IV квартал 2009
4.	Затвердження Програми роботи Центру на найближчі 2 роки	Голова районної ради, голова РДА, керівник Центру	I квартал 2009

1. Керівник Центру 1500 грн
2. Спеціалісти ( 2 чол.) 1000 грн.
3. Меблі, оргтехніка 15 тис. грн.
4. Рекламна робота 5 тис. грн..  
Приблизно 60 тис. грн.

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ			
<b>Стратегічна ціль</b>	<b>В.2. Розробка туристичного продукту</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>В.2.1. Удосконалення концепції Святомиколаївського ярмарку</b>		
<b>Опис</b>	Розроблюється та втілюється оновлена концепція проведення Святомиколаївського ярмарку в смт. Короп (основні напрями: осучаснення; масова участь громадян у театралізованих дійствах; професійна реклама заходу).		
<b>Результати</b>	Збільшено частку зовнішніх відвідувачів та закладено основи для збільшення економічного ефекту.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	<i>Районна рада</i>	<b>Заступник голови</b>	
<b>Співпраця з організаціями</b>	Туристичний інформаційний центр РДА	Керівник Заступник голови	
	Селищна, сільські ради	Сільські, селищні голови	
<b>Фінансування</b>	<b>100 тис. грн.. - сільські, селищні, районний бюджети, кошти підприємців</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<i>№</i>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Вивчення досвіду інших міст (зокрема, Західної України та Східної Європи)	Селищні голови	I квартал 2009
2.	Консультації із фаховими організаціями, що займаються організацією фестивалів та масових заходів	Селищні голови	I квартал 2009
3.	Передбачення у місцевих бюджетах коштів, достатніх для самостійної організації ярмарку	Сільські, селищні ради	I квартал 2009
4.	Здійснення професійної реклами ярмарку	Туристичний інформцентр	Постійно
5.	Розробка механізму оцінки кількості зовнішніх учасників та їхньої структури (наприклад, опитування відвідувачів, що прибули або попередня реєстрація відвідувачів через Інтернет або по телефону)	Туристичний інформцентр	Постійно
6.	Проведення ярмарку за оновленою концепцією, аналіз та оцінка ефективності	Сільські, селищні голови	Постійно

1. Витрати на ярмарок 100 тис. грн.  
 Сільські, селищні ради 26x2=52 тис. грн.  
 Короп селищна рада 10 тис. грн.  
 Підприємці 38 тис. грн.

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ			
Стратегічна ціль	В.2. Розробка туристичного продукту		
Оперативна ціль	В.2.2. Розробка серії туристичних маршрутів		
Опис	Розроблюється серія туристичних маршрутів відповідно до наявних можливостей району (народні промисли, зелений туризм, історичні пам'ятки тощо).		
Результати	Розроблено щонайменше 5 маршрутів, готових до реалізації та цікавих для сучасних туристів.		
Упровадження	Організація	Особа	
Відповідальні	Туристичний інформаційний центр	Керівник	
Співпраця з організаціями	Районна рада, РДА, сільські, селищні ради	Керівники	
Фінансування	Всього – 50 тис. грн. кошти грантових програм		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
№	Опис	Відповідальні	Термін виконання
1.	Аналіз наявних туристичних принад району	керівник	I квартал 2009
2.	Аналіз попиту на ринку внутрішнього туризму (консультації з туристичними фірмами, аналіз опублікованих статистичних даних та профільних публікацій), визначення пріоритетних напрямів	Туристичний інформцентр	I квартал 2009
3.	Об'єднання зусиль із приватними підприємцями (формування баз даних по зеленому туризму та народним промислам, перевізникам тощо)	Туристичний інформцентр	I квартал 2009
4.	Відпрацювання маршрутів, здійснення пілотних (пробних) заїздів	Туристичний інформцентр	II квартал 2009
5.	Опитування пробних груп туристів на предмет зауважень та пропозицій	Туристичний інформцентр	II квартал 2009
6.	Вирішення питання транспортної доступності (пряма доставка туристів з, наприклад, обласного центру)	Туристичний інформцентр	II квартал 2009
6.	Офіційне відкриття маршрутів	Туристичний інформцентр	II квартал 2009

1. Технічні витрати - 20 тис. грн.
2. Транспортні витрати - 30 тис. грн.

<b>КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ</b>			
<b>Стратегічна ціль</b>	<b>В.3. Інформаційне просування туристичного продукту</b>		
<b>Оперативна ціль</b>	<b>В.3.1. Розробка багатомовних презентаційних матеріалів</b>		
<b>Опис</b>	Розроблюється пакет багатомовних (українська, російська, англійська) презентаційних матеріалів та місцевих оригінальних сувенірів. Пакет включає: буклети, ручки, чашки та продукцію місцевих народних майстрів, а також туристичні мапи району і власне пакет-пакунок. Всі матеріали виконано у єдиному, фірмовому стилі який не підлягає зміні (єдина кольорова гама, шрифт, гасло-слоган тощо). Розробляється окремий веб-сайт туристичного потенціалу району та здійснюється його реклама.		
<b>Результати</b>	Підготовлено сучасні презентаційні матеріали для гідного представлення району.		
<b>Упровадження</b>	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
<b>Відповідальні</b>	Туристичний інформаційний центр	Керівник	
<b>Співпраця з організаціями</b>	Районна рада РДА Сільські, селищні ради	Керівники	
<b>Фінансування</b>	<b>Всього 10 тис. грн. грантові кошти</b>		
	Видатки на виготовлення рекламних матеріалів, розробку та просування окремого веб-сайту		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
<b>№</b>	<b>Опис</b>	<b>Відповідальні</b>	<b>Термін виконання</b>
1.	Визначення переліку рекламних матеріалів	Керівник туристичного інформцентру	I квартал 2009
2.	Проведення конкурсу (бажано серед молоді) на кращий туристичний логотип і слоган для району, на кращу сукупність кольорів та на розробку оригінальних місцевих сувенірів	Керівник туристичного інформцентру	I квартал 2009
3.	Проведення конкурсу на кращі пропозиції до дизайну веб-сайту району серед користувачів мережі Інтернет	Керівник туристичного інформцентру	I квартал 2009
4.	Аналіз конкурсних пропозицій, визначення на їх основі єдиного стилю для району	Керівник туристичного інформцентру	I квартал 2009
5.	Замовлення та виготовлення рекламних матеріалів (бажано у єдиного підрядника)	Керівник туристичного інформцентру	I квартал 2009
6.	Розробка туристичного веб-сайту	Керівник туристичного інформцентру	II квартал 2009

Стратегія економічного розвитку Коропського району та селища Короп до 2018 року

1. Проведення конкурсу - 2 тис. грн.
2. Рекламні затрати - 6 тис. грн.
3. Розробка веб-сайту - 2 тис. грн.

КРИТИЧНЕ ПИТАННЯ В: РОЗВИТОК ТУРИЗМУ			
Стратегічна ціль	<b>В.3. Інформаційне просування туристичного продукту</b>		
Оперативна ціль	<b>В.3.2. Систематична реклама туристичних можливостей району</b>		
Опис	Здійснюється систематичне інформаційне просування туристичних принад Коропського району з метою залучення туристів. Місцева влада вкладає кошти в рекламу району, працюючи на перспективу.		
Результати	Потенційні туристи ознайомлені з туристичною привабливістю району.		
Упровадження	<b>Організація</b>	<b>Особа</b>	
Відповідальні	Туристичний інформаційний центр	Керівник	
Співпраця з організаціями	Районна рада РДА Сільські, селищні ради	Керівники	
Фінансування	<b>Всього 20 тис. грн.. рай бюджет - 10 тис. грн. Грантові кошти - 10 тис. грн.</b>		
<b>ПЛАН ЗАХОДІВ – ЗАВДАННЯ</b>			
№	Опис	Відповідальні	Термін виконання
1.	Розсилка інформаційних пакетів туристичним операторам, що працюють на ринку в'їзного туризму	Керівник туристичного інформцентру	3 моменту створення
2.	Проведення прес-конференції в Чернігові із запрошенням регіональних ЗМІ (офіційна презентація туристичного інформаційного центру)	Керівник туристичного інформцентру	3 моменту створення
3.	Організація рекламних турів та прес-турів до Коропського району	Керівник туристичного інформцентру	3 моменту створення
4.	Участь представників району у туристичних ярмарках, форумах тощо, розповсюдження рекламних матеріалів	Керівник туристичного інформцентру	3 моменту створення
5.	Активне просування (реклама) сайту туристичних можливостей району у мережі Інтернет	Керівник туристичного інформцентру	3 моменту створення

Реклама, поштові витрати - 20 тис. грн.