

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТА
проекту регіонального розвитку, який може реалізовуватися
за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від
Європейського Союзу

| | | | | |
|---|--|-----------|-------|-------|
| Назва проекту | Проект створення інноваційної платформи для популяризації туристичного потенціалу міста Дніпра | | | |
| Ініціатор проекту | Дніпропетровська обласна державна адміністрація пр. Олександра Поля, 1, м. Дніпро, 49000 код ЄДРПОУ – 00022467 | | | |
| Замовник проекту (у разі наявності) | Державне підприємство «Інвестиційно- інноваційний центр» вул. Святослава Хороброго, 12, м. Дніпро, 49000 код ЄДРПОУ - 30838090 | | | |
| Програма регіонального розвитку | Розвиток туризму | | | |
| Назва завдання Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, якому відповідає проект | Підвищення рівня обізнаності населення щодо цінностей територій та об'єктів природно-заповідного фонду і залучення населення до управління ними. Застосування об'єктів культурної спадщини для провадження туристичної діяльності. | | | |
| Регіон(и), територія(ї) або місто(а), що отримають вигоду від реалізації проекту | Дніпропетровська область | | | |
| Тривалість проекту | 12 місяців | | | |
| Загальний бюджет проекту | 2 089 000 грн. | | | |
| Очікуваний обсяг фінансування проекту: | Разом | 1 рік | 2 рік | 3 рік |
| з державного бюджету | 2 089 000 | 2 089 000 | | |
| з інших джерел | | | | |
| Загальна (загальні) та конкретна (конкретні) цілі проекту | Загальна ціль: Створення іміджу Дніпра як туристичного міста та популяризація його туристичного потенціалу через міста та популяризація його туристичного потенціалу через створення інноваційної туристичної інтернет-платформи та проведення супутніх маркетингових заходів на цільові ринки України та закордон. Конкретна ціль 1. Формування обізнаності щодо туристичного потенціалу Дніпра у основних цільових групах українського та міжнародного ринків Конкретна ціль 2. Збільшення кількості відвідувачів (туристів, екскурсантів) м.Дніпра. | | | |
| Цільові групи проекту та кінцеві бенефіціари проекту | Місцеві підприємства (більше 300 компаній), Дніпровська міська рада, Громада Дніпра. | | | |
| Очівані результати проекту | Результат 1.1: Сформований туристичний імідж та бренд Дніпра Результат 1.2: Створений веб-портал, інноваційна туристична платформа для комунікації, м. Дніпро із | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>локалізованим (багатомовним), оптимізованим (SEO та SMO), доступним (для осіб із потребами доступності) контентом та інтегрованою CRM-системою.</p> <p>Результат 2.1: Ефективний збір статистичних даних про перебування туристів у місті Дніпрі</p> <p>Результат 2.2: Повне представлення туристичного потенціалу м. Дніпра у соціальних мережах та інтернет-ресурсах.</p> <p>Результат 2.3: PR-підтримка та налагодження комунікації з потенціальними туристами та повторними відвідувачами</p> |
| Економічна та/або бюджетна ефективність реалізації проекту (наскільки дотичне) | Максимально дотичне |
| Інші економічні вигоди (наскільки дотичне) | Дотичне |
| Соціальний вплив (наскільки дотичне) | Максимально дотичне |
| Екологічний вплив (наскільки дотичне) | Дотичне |
| Основна діяльність за проектом | <p>Дія 1.1.1. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на розробку туристичного бренду (парасолькового бренду) і бренд бука на основі затвердженого бренду Дніпра.</p> <p>Дія 1.1.2. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на розробку та виготовлення сувенірної продукції в рамках бренду та кожного з обраних концептів розвитку туризму</p> <p>Дія 1.2.1. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на розроблення дизайну та програмного забезпечення платформи, її оптимізації. Розробка та запуск туристичної платформи</p> <p>Дія 1.2.2. Підготувати текстове (3-ма мовами) , фото та відео наповнення платформи</p> <p>Дія 1.2.3. Зібрати інформацію у виробників туристичних послуг і супутніх послуг, що будуть представлені на платформі та укласти з ними договори про співпрацю.</p> <p>Дія 1.2.4. Прийняти платформу на баланс КП «Агентства розвитку Дніпра»</p> <p>Дія 1.2.5. Забезпечити безперебійну роботу платформи та своєчасне наповнення інформацією від КП «Агентства розвитку Дніпра»</p> <p>Дія 1.2.6. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на контекстну</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>рекламу та інтернет-рекламу платформи.</p> <p>Дія 2.1.1. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на збір та аналіз статистики в режимі реального часу за допомогою хмарних технологій, інструментарію IoT, Big Data та Open Data, її виведення на веб-сайті за допомогою API та хмарних технологій.</p> <p>Дія 2.1.2. Організація маркетингових опитувань представників туристичного бізнесу та гостей м. Дніпро.</p> <p>Дія 2.2.1. Розробити єдину концепцію представлення м. Дніпро в соціальних мережах.</p> <p>Дія 2.2.2. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на рекламу та просування відповідної сторінки м. Дніпро в соціальних мережах.</p> <p>Дія 2.2.3. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником на розробку та виготовлення промо-ролику туристичного потенціалу Дніпра</p> <p>Дія 2.2.4. Промоція промо-ролику туристичного потенціалу Дніпра</p> <p>Дія 3.2.1. Підготувати тендерну документацію, провести тендер і укласти договір з підрядником про проведення кампанії PR-підтримки туристичного потенціалу м. Дніпра</p> <p>Дія 3.2.2. Створення системи інтернет-розсилки для туристів та гравців ринку</p> |
| <p>Актуальність проекту: обґрунтування необхідності, соціально-економічної спрямованості та реалістичності виконання проекту</p> | <p>Нині, коли багато регіонів України визначають пріоритетність розвитку туризму, туристична пропозиція міста має бути унікальною та дозволяти потенційному відвідувачу чітко ідентифікувати його серед інших міст. Глобальна мережа Інтернет є інформаційно-комунікаційною платформою для будь-якої сфери діяльності. За даними Internet World Stats станом на 31 березня 2017 року користувачами Інтернету в Україні є понад 43.4 % населення (тобто більше ніж 19 млн осіб. Одним із основних сучасних маркетингових інструментів формування бренду та залучення туристів до будь-якого міста є власний офіційний туристичний веб-сайт (веб-портал).</p> <p>За останні 7 років в Україні почали створюватися офіційні туристичні сайти міст та дестинацій, які визначають туризм пріоритетною складовою своєї економічної діяльності. Сформовані технічні вимоги до порталу створюють сучасну інноваційну інформаційно-комунікаційну платформу з можливістю різноманітних форм інтеграції з зовнішніми ресурсами (у т. ч. з національним туристичним порталом), що в свою чергу створює відповідний синергетичний мультиплікаційний ефект від взаємодії. Запропоновані функціональні та технічні рішення відповідають тенденціям туристичних порталів провідних дестинацій світу та дозволяють сформуванню туристичного порталу, який не матиме аналогів в Україні.</p> |
| <p>Спроможність забезпечити стійкий результат реалізації</p> | <p>а) фінансова та б) інституційна сталість</p> <p>Після завершення проекту, основний продукт проекту – туристична платформа буде передано на баланс Замовника</p> |

| | |
|--|---|
| <p>проекту</p> | <p>та Замовник бере на себе зобов'язання підтримувати життєдіяльність проекту а) за рахунок самоокупності проекту (оптимістичний сценарій), б) частково за рахунок коштів Замовника (не більше 200 тис. грн. на рік) (песимістичний сценарій). в) політична сталість Даний проект, паралельно з прийняттям Програми розвитку туризму в місті Дніпрі, дасть змогу ефективної взаємодії за принципом державно-приватного партнерства, створить майданчик для комунікації між стейкхолдерами та зверне увагу України до міста Дніпра. г) екологічна сталість Приваблення уваги до туристично-рекреаційних об'єктів міста та району, дасть змогу покращити сучасний стан об'єктів та налагодити сталий розвиток на цій території.</p> |
| <p>Очікувані витрати на закупівлю товарів, робіт і послуг національного виробника, які використовуються під час реалізації проекту (тис. гривень, відсотків)</p> | <p>1253400 грн, 60%</p> |
| <p>Очікувані витрати на закупівлю товарів, робіт і послуг іноземного виробника, які використовуються під час реалізації проекту (тис. гривень, відсотків)</p> | <p>8350600 грн, 40%</p> |
| <p>Експертний звіт до проекту будівництва (ким, коли виданий)</p> | <p>–</p> |
| <p>Потреба та наявність необхідної дозвільної документації для реалізації проекту</p> | <p>–</p> |
| <p>Телефон, факс, електронна пошта ініціатора (замовника) проекту</p> | <p>Ініціатор: Дніпропетровська обласна державна адміністрація пр. Олександра Поля, 1, м. Дніпро, 49000 Телефон: (056)742-89-80,742-88-59 факс: (056)742-83-84,770-31-22 e-mail: info@adm.dp.ua веб-сайт: http:// www.adm.dp.gov.ua Замовник: Державне підприємство «Інвестиційно-інноваційний центр» вул. Святослава Хороброго, 12, м. Дніпро, 49000 код</p> |

Телефон: 067-504-05-05
e-mail: dnepr.investinn@gmail.com
веб-сайт: <https://iic.in.ua>

Перший заступник голови
облдержадміністрації



О.М.КУЖМАН