

КОНКУРСНА ПРОПОЗИЦІЯ

до участі у конкурсі на заміщення вакантної посади
директора комунального підприємства
виконавчого органу Київської міської ради
(Київської міської державної адміністрації)

«КИЇВСЬКИЙ МІСЬКИЙ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР»

*Підготовлено кандидатом:
МАЗУР Н.П.*

Київ 2017

ЗМІСТ

1	ВСТУП	2
2	ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	3
3	ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ КП «КМ ТІЦ»	4
4	SWOT – АНАЛІЗ	5
5	ПРОЕКТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ розвитку суб'єкта господарювання на середньострокову перспективу	6
5.1.	<i>Tourist information 'HUB'</i>	7
5.2.	<i>Tourism Cluster</i>	8
5.3.	<i>Офіційна лінія</i>	9
6	РЕАЛІЗАЦІЯ	10
6.1.	<i>Першочерговий план реформування суб'єкта господарювання протягом одного року</i>	10
6.2.	<i>Заходи з виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання, пропозиції з поліпшення техніко-економічних та фінансових показників підприємства, підвищення його конкурентоспроможності на ринку</i>	11
7	НАДХОДЖЕННЯ	13
7.1.	<i>Від підприємницької діяльності</i>	13
7.2.	<i>Бюджетне фінансування</i>	13
7.3.	<i>Пропозиції щодо залучення інвестицій для розвитку суб'єкта господарювання</i>	13
7.4.	<i>Пропозиції щодо очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства</i>	14

1. ВСТУП

Підготовку конкурсної пропозиції до участі у конкурсі на заміщення вакантної посади директора комунального підприємства виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «КИЇВСЬКИЙ МІСЬКИЙ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР» (далі — КП «КМ ТІЦ») виконано кандидатом на посаду директора Мазур Наталією Петрівною. При створенні конкурсної пропозиції була врахована надана інформація щодо фінансово-економічного стану КП «КМ ТІЦ». Конкурсна пропозиція містить проект стратегічного плану розвитку підприємства на короткострокову та середньострокову перспективи.

В умовах швидких змін конкурентного середовища, стрімкої активізації міжнародної мобільності населення, містам доводиться конкурувати між собою за основні джерела формування доходів місцевих бюджетів: населення і туристів, інвестиції і бізнес, таланти і шанувальників. Київ - одне з найстаріших міст Європи та світу, стикається із проблемою нечіткого позиціонування на туристичному ринку. Бренд міста - сутність, що лежить між враженням місцевих мешканців та поглядом гостей. Як правило, бренд має візуальне вираження - девіз, логотип, фірмовий стиль - і має сенс тільки тоді, коли пов'язаний зі стратегією розвитку міста. Фактично просування бренду - це створення бажаної репутації міста, що призводить до зростання прямих і непрямих інвестицій. У Законі України "Про інноваційну діяльність" зазначено, що інноваційна інфраструктура – це сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо). За цим Законом вважаються, що одним з видів інноваційних послуг є інформаційно-комунікативні. Саме для надання таких послуг у туристичній галузі створюють туристично-інформаційні центри.

Туристично-інформаційний центр – це ключовий елемент туристичної інфраструктури міста, який працює на ринку туристичних послуг і саме за допомогою якого гості міста отримують інформацію та консультації про туристичні можливості і ресурси місцевості, яку вони відвідують або тільки планують відвідати. Туризм, це галузь економіки, яка не лише прямо чи опосередковано охоплює багато супутніх галузей (житлово-комунальне господарство, транспорт, торгівлю, громадське харчування, медицину, зв'язок, фінанси, дозвілля, культуру, мистецтво, спорт, тощо), але й стимулює їхній активний розвиток.

2. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Основне завдання КП «КМ ТІЦ» - це розробка та реалізація іміджевої політики м. Києва, організація заходів з просування туристичного потенціалу м. Києва в Україні та за кордоном.

ПРОФІЛЬ ПІДПРИЄМСТВА

Код ЄДРПОУ: 03358417

Повна назва: Комунальне підприємство виконавчого органу київської міської ради (київської міської державної адміністрації) Київський міський туристично-інформаційний центр

Скорочена назва: КП «КМ ТІЦ»

Вид діяльності: N 79 Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність

Метод господарювання: Госпрозрахункова установа

Орган управління: Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

Адреса: буд. 21 вул. Кіквідзе, м. Київ, 01103 Україна

Website: <http://visitkyiv.com.ua>

3. ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ «КМ ТІЦ»

На поточний момент діяльність КП «КМ ТІЦ» характеризується наступними факторами:

- Звітний 2016 рік був завершений зі збитковим фінансовим результатом.
- Підприємство має заборгованість з виплати заробітної плати.
- Підприємство має дебіторську та кредиторську заборгованість.
- Витрати на виробничу діяльність та утримання підприємства здійснювалось тільки за рахунок бюджетних коштів.
- Підприємство не ініціювало комерційну діяльність.
- Непрозора система закупок.

4. SWOT – АНАЛІЗ

Сильні сторони

1. КП «КМ ТІЦ» - суб'єкт господарювання комунального сектора.
 2. Підтримка та впровадження реформ у КП «КМ ТІЦ».
 3. Залучення КП «КМ ТІЦ» у міські програми розвитку.
 4. Відсутність конкурентів.
- Унікальність послуг, що надаються.



Можливості

1. Власними силами виконувати роботи відповідно до мети та завдань, визначених Статутом.
2. Розвиток міжнародної співпраці.
3. Реалізація інвестиційних проектів на умовах спів-фінансування із бюджетом міста.
4. Розвиток партнерських відносин з містами-побратимами, іншими містами та регіонами.
5. Розвиток державно-приватного партнерства.
6. Залучення альтернативних джерела фінансування проектів.
7. Можливість розширення обсягів та асортименту послуг.

Слабкі сторони

1. Боргові зобов'язання.
2. Недооцінка потенціалу КП «КМ ТІЦ».
3. Відсутність єдиної концепції розвитку КП «КМ ТІЦ».
4. Відсутність фахівців відповідного рівня.
5. Залучення сторонніх установ для виконання завдань.
6. Нераціональне використання коштів.
7. Відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення КП «КМ ТІЦ».
8. Невикористання можливостей альтернативного фінансування.

Загрози

1. Політична та соціально-економічна нестабільність.
2. Коливання валютного курсу.
3. Скорочення бюджетного фінансування КП «КМ ТІЦ».

5. ПРОЕКТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ розвитку суб'єкта господарювання на середньострокову перспективу

РЕЗУЛЬТАТ ПОСЛІДОВНОГО ПРОЦЕСУ



Привабливість туристично-інформаційного центру можна визначити як його здатність привертати до себе увагу, робити кроки, які викликають інтерес громадськості.

5.1. TOURIST INFORMATION 'HUB'

Exploring Kyiv in comfort!

Важливим мірилом задоволення туриста від візиту місцевості є його бажання затриматися на довше, повернутися ще раз. А для місцевого бюджету – це збільшення надходження. Турист – це дитина, яка сприймає та вивчає оточуючий його світ. Важливо якомога швидше у нього сформувати відчуття комфорту, впевненості, безпеки. І при цьому зробити це із ненав'язливою турботою й увагою, щирої зацікавленістю у вигляді вирішення бажань та питань, які з'явилися у нього.

Саме туристично-інформаційний ХАБ повинен стати **першим пунктом для звернень туристів**.

ЗОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ХАБУ:

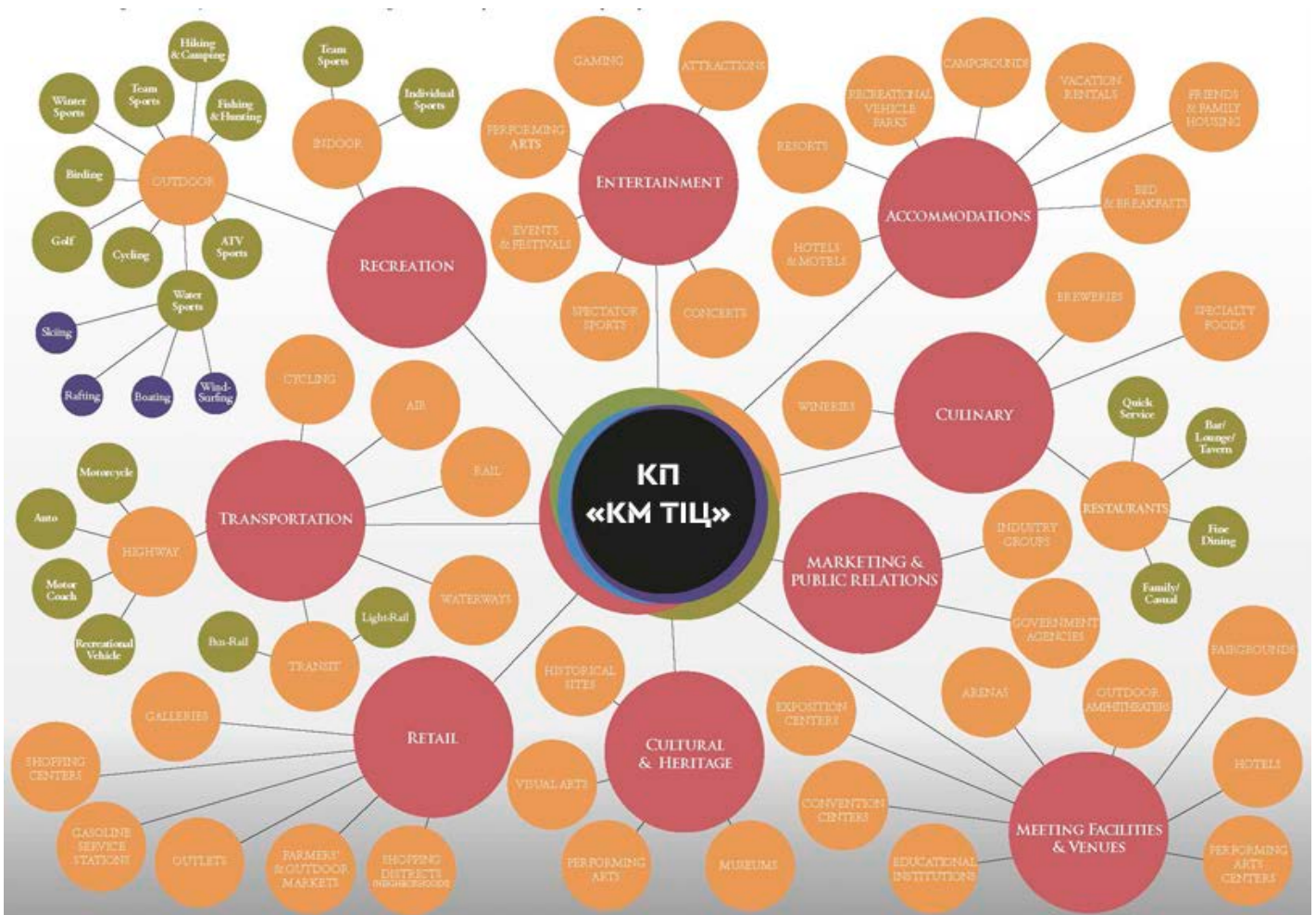
- *Секція 1:* Експозиційна зона зі стендами з промо матеріалами про місто, картами, довідниками та каталогами (екскурсії, маршрути, готелі, заклади харчування, дозволя, тощо). Місце для відпочинку та ознайомлення.
- *Секція 2:* Виставковий зал культурно-мистецької продукції та традиційних українських сувенірів.
- *Секція 3:* TRAVEL CONCIERGE – місця роботи консультантів з туристичних фірм, які допоможуть придбати авіа або залізничні квитки, а також забронювати номер в готелі чи місце в хостелі. Продаж SIM-карт, Wi-Fi, підзарядка.
- *Секція 4:* ВІРТУАЛЬНИЙ ТУР – панорамні знімки та відео головних визначних пам'яток Києва, або музею, готелю, ресторану, тощо.
- *Секція 5:* ВІРТУАЛЬНА ФОТОЗОНА – стенди із українськими зірками, зображенням найпривабливіших визначних місць міста. Примірка і оренда національного костюма.
- *Секція 6:* ДОВІДКОВИЙ ЦЕНТР: діловий туризм, медичний туризм, освітній туризм, гастрономічний туризм, промисловий туризм, тощо.
- *Секція 7:* TRAVEL GUIDE – місце проведення презентацій підприємств галузі, круглих столів, нарад, тощо.

5.2. TOURISM CLUSTER

Join hands!

Туристичний кластер - добровільне об'єднання туристичних і споріднених підприємств, які з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг на зовнішніх ринках взаємодіють із науковими і освітніми установами та органами місцевої влади.

Виступити ініціатором створення туристичного кластера в Києві та **об'єднати** підприємства туристичної та інших суміжних галузей у єдину систему.



Кластерний підхід в першу чергу **активізує** підприємництво через концентрацію ділової активності.

ДІЯЛЬНІСТЬ:

- *Співробітництво*: організація регулярних нарад із регіональними та національними зацікавленими сторонами галузі.
- *Тематичні робочі групи*: розробка нових туристичних продуктів і послуг, управління якістю, просування туризму.
- *Навчання*: підвищення кваліфікації та перепідготовки фахівців для галузі, сертифікація.
- *Участь та організація* власних заходів: виставки, конференції, презентації, промо-акції, прес-тури, обмін досвідом, дегустації)
- *Міжнародне співробітництво*: міжнародна промоція регіону, членство у світових асоціаціях, залучення іноземних інвестицій, співпраці з дипломатичними установами в Україні та закордоном, робота із рейтинговими агентствами.
- *Консалтинг*: консультативна функція органів державної влади.
- *Комунікація*: Підготовка та видання друкованих (в т. ч. періодичного видання), відео-, аудіо-, мультимедійних матеріалів для дипломатичних представництв, української діаспори за кордоном, громадських організацій, владних структур, бізнес середовища) та рекламно-іміджевої продукції; сторінки у соціальних мережах; ЗМІ.

5.3. ОФІЦІЙНА ЛІНІЯ

Комунальне підприємство

Виконання відповідних програм регіонального розвитку (іміджевих проєктів, програм, стратегій) проведення рекламно-інформаційної діяльності, направленої на зміцнення позитивного міжнародного іміджу міста Київ, сприяння розвитку в Києві сучасної туристської інфраструктури.

6. РЕАЛІЗАЦІЯ

6.1. Першочерговий план реформування суб'єкта господарювання протягом одного року

- 1) **Аудит** результатів фінансової діяльності підприємства; інвентаризація; аналіз договірної бази підприємства; перегляд штатного розкладу; аналіз затвердженого плану та бюджету на рік.
- 2) **Реінжиніринг** бізнес-процесів:
 - критична оцінка загального стану КП «КМ ТІЦ»;
 - аналіз виявлених відхилень по окремим секторам діяльності;
 - оцінка можливих заходів усунення;
 - об'єктивна оцінка переваг існуючого стилю управління та основних його недоліків;
 - формування моделі діяльності КП «КМ ТІЦ» по завершенню реінжинірингу бізнес-процесів.
 - перегляд підходів до виконання бізнес-операцій з урахуванням доступних технологій;
 - орієнтація не на функціональну структуру підприємства, а на ділові процеси, в яких воно бере участь під час виробництва необхідного продукту;
- 3) **Start with a Clean Slate:** відмова від застарілих діючих систем, структур і процедур підприємства та радикальна зміна способів господарської діяльності.
- 4) Внесення змін до організаційної структури **управління** КП «КМ ТІЦ» у відповідності до встановлених пріоритетів розвитку. Визначення нових професійно-кваліфікаційних характеристик категорії посад.
- 5) **Фінансова реструктуризація:** підвищення прозорості та керованості; впровадження сучасної інформаційної системи обліку; впровадження принципів Міжнародних стандартів фінансової звітності у бухгалтерському обліку підприємства.
- 6) Зміна системи **закупівлі**.
- 7) **Підвищення прибутковості:** покращення фінансово-операційних показників КП «КМ ТІЦ»; використання показників провідних ТІЦ для побудови власної моделі розвитку.
- 8) **Інтеграція** КП «КМ ТІЦ» у світовий ринок туристичних послуг.
- 9) Створення ефективного **інформаційного** середовища.
- 10) Підтримка дій у запобіганні та протидії корупції.

6.2. Заходи з виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання, пропозиції з поліпшення техніко-економічних та фінансових показників підприємства, підвищення його конкурентоспроможності на ринку

Короткостроковий план (2017р.)

1) Модернізація web сайту КП «КМ ТІЦ»:

- заміна на сучасну версію: відповідність сучасним технічним стандартам; адаптивність сайту для всіх мобільних пристроїв; можливість інтеграції системи з соціальними мережами та іншими інформаційними ресурсами;
- комплексне просування сайту: налаштування контекстної реклами Google Adwords; написання унікального контенту – seo-текстів для наповнення сайту; налаштування аналітики сайту;
- створення та розміщення на порталі рекламних каталогів: «Готелі», «Туристичні агенції», «Ресторани», тощо.

2) Випуск презентаційних друкованих видань КП «КМ ТІЦ»:

- промо матеріалів - екскурсії, маршрути;
- довідкових туристичних карт.

3) Випуск презентаційного відеоролику КП «КМ ТІЦ».

4) Створення віртуального туру «Київ 360°»: панорамні знімки та відео головних визначних пам'яток Києва для розміщення на сайті.

5) Проведення 2 прес-конференцій щодо оновлених планів роботи ТІЦ.

6) Членство КП «КМ ТІЦ» в міжнародних організаціях: аналіз можливості вступу та підготовка відповідних документів для вступу до мережеских об'єднань світу з питань туризму (*World Tourism Organization, World Association of Travel Agencies, World Federation of Tourist Guide Associations, World Travel & Tourism Council, Pacific Asia Travel Association, European Travel Commission, European Hospitality Foundation, World Youth Student and Educational Travel Confederation, International Coach Tourism Federation, Africa Travel Association, United Federation of Travel Agents' Associations*).

7) Діяльність кластеру: формування ініціативної групи, формулювання цілей і напрямів діяльності, заснування координаційного центру, встановлення потреб та обов'язків учасників кластеру.

8) Участь КП «КМ ТІЦ» в 2 міжнародних виставкових заходах.

9) Виконання поточних завдань КМДА відповідно до прийнятих програм розвитку міста.

Середньостроковий план (2018 – 2019 р.р.)

- 1) Офіційне відкриття та презентація **Кластеру**.
- 2) Офіційне відкриття та презентація **Хабу**. Виконання робіт щодо проведення перепланування та переобладнання приміщення КП «КМ ТІЦ» для розміщення та роботи секцій Хабу. Забезпечення наповнення секцій.
- 3) **Випуск презентаційних друкованих видань КП «КМ ТІЦ»:** промо матеріали про місто, довідники та каталоги (готелі, заклади харчування, дозвілля, тощо).
- 4) **Запуск мобільного додатку «Kyiv Mobile Guide»** – інформація про об'єкти, які є на офіційному туристичному сайті міста.
- 5) **Travel Smart with KyivSmart:** розробка та впровадження міської туристичної ID-картки гостя м. Києва для відвідування об'єктів туристичного показу, оплати транспортних послуг, тощо.
- 6) Розробка механізмів дотримання **якості** послуг, які надають фахівці туристичного супроводу.
- 7) **Організація курсів** підвищення кваліфікації і атестація екскурсоводів та гідів-перекладачів.
- 8) Організація **рекламно-інформаційних турів** для представників туристичної галузі та ЗМІ до міста Києва;
- 9) Організація та проведення:
 - семінарів, нарад, конференцій з питань розвитку туризму в м. Києві із залученням вітчизняних та іноземних доповідачів.
 - презентацій підприємств галузі.
- 10) **Членство** КП «КМ ТІЦ» в міжнародних організаціях: вступ.
- 11) Участь у міжнародних **рейтингах**.
- 12) Участь у міжнародних **event-заходах**.
- 13) Ініціація проекту на умовах державно-приватного партнерства.
- 14) **Виконання поточних завдань КМДА** відповідно до прийнятих програм розвитку міста.

7. НАДХОДЖЕННЯ

Фінансування КП "КМ ТІЦ" здійснюватиметься за рахунок коштів, що передбачаються у бюджеті м. Києва на відповідний рік для виконання завдань Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016 - 2018 роки, коштів підприємства від ведення підприємницької діяльності, коштів інвесторів, а також інших джерел, не заборонених законодавством.

7.1. Від підприємницької діяльності

- **п.п. 6.1.1, 6.1.2, 6.1.4, 6.1.8, 6.2.3, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.8, 6.2.12** – кошти, які надійшли від розміщення рекламних матеріалів.
- **п.п. 6.2.7, 6.2.9** – кошти, які надійшли від слухачів та учасників заходів.
- **п.п. 6.2.2, 6.2.9** – кошти, які надійшли за оренду місць у хабі або лекційного приміщення.

7.2. Бюджетне фінансування

Відповідно до Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016 - 2018 роки, КП «КМ ТІЦ» виступає як **учасник (співвиконавець)** Програми. Тому основний *massage* бюджету підприємства коротко- та середньострокового плану є відмова від посередництва та **самостійне** виконання максимально можливої кількості робіт та послуг Програми, а ти самим п.п. 6.1.9, 6.2.14 Конкурсною пропозиції.

Це, безперечно, призведе до **економії** державних коштів які виділено або заплановано виділити підприємству та гарантії виконання завдань Програми кваліфікованими працівниками підприємстві.

7.3. Пропозиції щодо залучення інвестицій для розвитку суб'єкта господарювання

Реалізація грантових проектів у галузі. Підготовка програм для участі у міжнародних грантових програмах та конкурсах на отримання фінансової та технічної допомоги: Грантові програми ЄС - EU funding programmes managed by the European Commission and the EU; Міжнародний Вишеградський фонд; Проекти розвитку співпраці і сприяння демократії

Посольства Литви в Україні; Програма малих грантів Посольства Польщі в Україні; Програма „Зміни в регіоні” – RITA; Словацький фонд з підтримки місцевих заходів; Фінський Фонд Місцевого Співробітництва; Програма міні грантів ПРООН, тощо.

Ініціація бізнес-плану для залучення інвестицій можливе після всебічного аналізу всіх вихідних даних підприємства, реалізації першочергових антикризових заходів та виходу на точку беззбитковості.

7.4. Пропозиції щодо очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства

Стратегічний план КП «КМ ТІЦ» орієнтований на розвиток та вдосконалення діяльності, а тим самим очікується позитивна динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності.

Комплексна реалізація проектів реінжинірингу на підприємстві та пошуку внутрішніх резервів, активізацію інноваційної діяльності маркетингових зусиль підприємств надасть можливість:

- збільшити чистий дохід КП «КМ ТІЦ» мінімум вдвічі проти результатів 2016 року у середньостроковій перспективі за рахунок комерційної діяльності підприємства, а тим самим збільшити податкові надходження до бюджетів всіх рівнів;
- суттєво знизити витрати;
- поступово збільшити кількість ТІЦ мережі КП «КМ ТІЦ» в столиці та за її межами, в т.ч. за кордоном;
- відновити довіру туристів до муніципальної установи;
- створити позитивний імідж КП «КМ ТІЦ» за кордоном та в очах інвесторів;
- ефективно використовувати отримані кошти;
- впроваджувати інноваційні технології в роботі підприємства;
- створювати нові робочі місця;
- розширити спектр робіт та послуг, що надаються підприємством;
- *стати ЦЕНТРОМ туристичного життя міста.*