



Хрещатик

Київ міська газета

27 вересня — Всесвітній день туризму

«Київ вийде на допандемійні показники по туризму за півтора-два роки», — Марина ХОНДА

Заступниця голови КМДА проаналізувала теперішній стан туристичної галузі столиці.

Пандемія коронавірусу агресивно вдарила по туристичній галузі, і Київ — не виняток. Якщо у докарантинний період столиця щороку примножувала кількість гостей, то під час поширення COVID-19 здала позиції. Однак зараз Київ вже поступово реабілітується та вже за півтора-два роки зможе вийти на докарантинні показники. Про це зазначила заступниця голови КМДА Марина Хонда у своєму блозі на «Вечірньому Києві».

«Нині експерти прогнозують, що на відновлення сфери туризму у світі потрібно не менше трьох років. Наші ж представники бізнесу впевнені — для того, щоб вийти на „допандемійні“ показники, столиці вистачить 1,5–2 роки. І це базується

на конкретних розрахунках», — зазначила Марина Хонда.

З її слів, з початку року до міста завітало понад 308 тисяч гостей з-за кордону, а до бюджету надійшло понад 20 млн гривень туристичного збору.

«Тобто статистика за I півріччя 2021 року доводить, що ми можемо вже цього року наблизитися до показників, які були до пандемії, і що Київ цікавий для іноземців», — каже вона.

До речі, чи не вперше найбільше туристів приїхало із США. Також майже 15 тис. гостей приїхало із Саудівської Аравії — це новий, але перспективний напрямок.

«Адже Україна цікава для них як культурний центр Європи, а також

приваблює помірними цінами. А найголовніше — наше місто працює над розвитком туристичної привабливості. Лише протягом останнього року ми створили новий гастрономічний символ Києва — *Kyiv Pie*, відкрили Академію гостинності, розробили чудові путівники по чотирьох ключових туристичних напрямках міста», — підкреслила заступниця голови КМДА.

Марина Хонда також згадала про те, що зараз готується нова цільова програма розвитку туризму, яка враховує сучасні тенденції. Зокрема, вона передбачає розвиток інклюзивного туризму для осіб з інвалідністю.

«У наших планах розширення мережі туристично-інформаційних



центрів, створення окремих місць для паркування туристично-екскурсійного транспорту та нового мобільного додатку *Kyiv City Travel*. Також плануємо оновити туристичну навігацію і розвивати офіційний туристичний портал

міста, де будуть зібрані усі визначні культурні об'єкти, екскурсії, заклади розміщення та харчування», — резюмує Марина Хонда.

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»

Марина РАДОВА: «Київ може претендувати на звання однієї із найпопулярніших туристичних столиць»

До професійного свята — Всесвітнього Дня туризму «Вечірній Київ» поспілкувався про розвиток галузі із керівником профільного управління КМДА.

Серед усіх галузей економіки столиці від наслідків пандемії чи не найбільше постраждала туристична, а разом із нею і дотичні сфери — ресторанна, готельна, музейна, торговельна. Якщо офісну роботу теоретично можна перенести додому на диван, кількість пасажирів чи глядачів обмежити на половину чи чверть, то знайти туристів, готових заплатити за віртуальні екскурсії, справа марна. Люди прагнуть «живих» вражень і емоцій — можливості пройтися вулицями міста, скуштувати смачну котлету по-київськи у затишному ресторанчику, зробити селфі на Хрещатику, вибрати сувенір на згадку про Київ чи закупитися на столичних розпродажах.

Про те, як виживала туристична галузь столиці в умовах пандемії, що втратили і що здобули, на які напрями перемістили акценти ми поговорили із начальницею Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації Мариною Радовою.



— Марино Сергіївно, Київ — місто більш ніж із тисячолітньою історією, місто пам'яток, місто з гарною логістикою. Усе вказує на те, що воно може бути потужним туристичним центром України. Але чи є на сьогодні наше місто таким? Наскільки воно використовує свій туристичний потенціал? І що столична влада робить для того, аби дійсно перетворити столицю на туристичний центр України?

— Київ — місто багатогранне і справді є тим туристичним центром, хабом, що знаходиться в центрі Європи й може претендувати на звання однієї з найпопулярніших європейських туристичних столиць. Це ми бачимо і по кількості туристів, що приїждять до столиці щороку. Торік ми зіштовхнулися із пандемією, через яку кількість гостей міста відчутно зменшилася, проте нині фіксуємо приріст туристів, бо навіть у нових реаліях люди намагаються подорожувати. Звичайно, багатогранна історія, культурне надбання, а також поява нових об'єктів — це те, що може привабити туриста з далекого чи близького зарубіжжя. Зі свого боку Управління туризму за підтримки Київського міського голови та керівництва КМДА впроваджує ряд заходів, які, можливо, не є дуже відомими широкому загалу, проте доволі дієві та сприяють збільшенню потоку туристів. А це і є основною метою нашого Управління.

Продовження на с.2 ►

15-51

Контактний центр міста Києва
ефективний інструмент для якісної взаємодії громади з владою
24/7

Канали прийому звернень

- Гаряча лінія**
1551; 205-73-37
- Адреса**
вул. Б. Хмельницького, 6-А, м. Київ, 01044
- Електронна пошта**
info@1551.gov.ua
- Вебсайт**
<https://1551.gov.ua/>
- Мобільний застосунок**
1551
- Урядовий контактний центр**
1545

Марина РАДОВА: «Київ може претендувати на звання однієї із найпопулярніших туристичних столиць»

► *Продовження, початок на с. 1*

— Якщо говорити про кількість туристів у допандемійні роки, скільки у середньому туристів приїздило до столиці та як ця цифра змінилася із впровадженням карантинних обмежень?

— Із 2014 року місто почало відновлювати потік туристів. Ні для кого не секрет, що на фоні подій на Сході туристи остерігалися їхати до України. Ми доклали всіх зусиль, аби їх повернути. І протягом 5 років місто нарощувало показники відвідуваності. На кінець 2019 року Київ відвідали 2 мільйони іноземних туристів та вдвічі більше внутрішніх туристів. Тобто загалом 6 мільйонів. Приріст іноземних туристів щороку складав 500 тисяч.

— А чи вдалося вийти на показники до 2014 року?

— Так, і навіть перевершити їх. Динаміка була позитивною. А далі розпочалася пандемія...

— До слова, що отримує місто від перебування туристів?

— Наприкінці 2018 року Верховна Рада прийняла зміни до Бюджетного кодексу та інших нормативних актів, зокрема було встановлено туристичний збір.

Наприклад, за 2020 рік туристичний збір склав майже 35 мільйонів гривень. Аби розуміти, наскільки боляче вдарив по туризму COVID, то ця цифра вдвічі менша, ніж за попередній 2019 рік. Це прямі втрати бюджету. Якщо ми беремо загальну цифру по всіх галузях, що задіяні у сфері гостинності, то йдеться про понад 3 мільярди доларів, які недоотримав Київ та кияни. Щоправда, чимало підприємств та закладів знаходяться в тіні, тому ми не можемо вирахувати точну цифру. Це питання неодноразово підіймалося на рівні центральної влади. Усе, що нам потрібно, аби врегулювати питання «тіньового» сектору», — внести зміни до проекту закону України «Про туризм».

— У Європі є країни, які живуть завдяки туризму. І якщо це не основна бюджетотворювальна галузь, то принаймні доходи становлять щонайменше 10–20% бюджетних надходжень. Чи ставите Ви таке завдання, щоб туризм став прибутковою галуззю для бюджету Києва?

— За останніми підрахунками, туризм складав 4–6% ВВП у нашій країні. Тож на сьогодні ставимо амбітні плани не лише повернутися до показників 2014 року, а й збільшити кількість туристів, які відвідують столицю.

— Ви заговорили про амбітні плани. На чому вони ґрунтуються? Чи є бачення стратегії розвитку туристичної галузі?

— Звичайно. Наприкінці 2019 року ми розробили стратегію розвитку галузі. На сьогодні розуміємо, що вона недосконала, потребує оновлення та осучаснення. Тому в 2020 році разом із туристичним сектором було розроблено антикризові заходи задля навіть не розвитку, а виживання галузі. Пріоритети на сьогодні лишилися ті ж. Ураховуємо «плюси» пандемічних реалій і той факт, що наразі столиця має все необхідне для забезпечення захисту туристів. Є можливість скористатися послугами лабораторій, зробити тести. У нас доволі розвинена медична інфраструктура. Тому місто стає більш доступним для туристів у плані безпеки. Ми проводимо активну промоцію міста Києва. Таким чином підтримуємо внутрішній туризм, виходимо на міжнародний ринок. Плідно співпрацюємо з Міністерством закордонних справ, вийшли на портал міністерства, який вони транслюють у всіх країнах, надіслали свої відеоролики для промоції пріоритетних видів туризму в Києві. Тому така крос-промоція є дієвим механізмом, щоб показати туристам як іноземним, так і українським, що ми — безпечне місто.

— Наскільки комфортно, зручно та привітно до туристів наше місто?

— Київ надзвичайно привітний до туристів уже багато років. Розпочинаючи із фіналу Євро-2012 та Євробачення наші люди адаптовані для зустрічі гостей, а сфера обслуговування пристосована допомагати туристу. Цього року започаткували «Академію гостинності», мета якої навчити волонтерів, як потрібно поводитися із туристами. Для цього ми залучили наших колег із Департаментів охорони здоров'я, надзвичайних ситуацій, суспільних комунікацій, Національної поліції. Таким чином, закінчивши навчання, волонтер зможе допомогти туристу та стати провідником між містом та гостем. Якщо людина тут почуватиметься комфортно та безпечно, то неодмінно приїде до нас ще раз, привезе своїх друзів і родичів.

— У вас багато новацій та цікавих проєктів. Зокрема «Київ гастрономічний», популяризація дитячого та медичного туризму. Розкажіть про це детальніше.

— Ми продовжуємо систематичну роботу, яку розпочали у рік пандемії. Провели моніторинг наших можливостей і зосередилися насамперед на таких видах туризму як-от: подієвий, діловий, медичний, гастрономічний та історичний.

Історико-культурний напрямок — це цікавинки, пам'ятки, сама історія міста, відвідини історичних пам'яток міста, об'єктів культурної спадщини та спадщини ЮНЕСКО.

Працюємо над розвитком медичного туризму. Варто зазначити, що

майже два роки Україна головує у глобальній Асоціації медичного туризму. Фактично вперше за 70 років країні довірили таку поважну місію. Київ зі свого боку підтримує цей напрям, бо перебування в місті туристи поєднують із іншими дотичними галузями. Підтримували медичний туризм конгресами, форумами. Це важливо, оскільки насправді не всі країни Європи мають такий потенціал у царині медицини, як ми. До слова, у доковідний період основними медичними туристами були мешканці країн Перської затоки, Китаю.

Щодо подієвого туризму, то тут була перерва. Але цього року міська влада підтримувала міські фестивалі, такі як *Moto Open Fest*, *Atlas Weekend*. Вони популярні не лише серед українців, але й у сусідів із ближнього зарубіжжя. Насправді круті фестивалі, які ми підтримуємо інформаційно, рекламою та поширенням промоцій на всіх наших ресурсах.

Діловий туризм займає провідне місце, оскільки місто Київ — це ділова столиця країни. Цього року плануємо провести діловий конгрес, відкрити міський хаб. Адаже діловий туризм — це не лише туроператори та готелі. Це й локації, які надають свої приміщення, організатори івентів. Аналізували, які переваги може

« Якщо людина тут почуватиметься комфортно та безпечно, то неодмінно приїде до нас ще раз, привезе своїх друзів і родичів. »

запропонувати саме Київ, адже є й інші міста, які можуть надавати такі послуги. Ми прагнемо, аби Київ залишався флагманом ділового туризму.

Останнім часом набирає обертів гастрономічний туризм. Торік збиралися із представниками туристичного сектору, котрі потім створили Асоціацію гастрономічного туризму. А ще вирішили запровадити новий продукт — це «*Kyiv Pie*». Представники асоціації кухарів уперше його приготували. Почули багато критики та пропозицій. Із урахуванням усіх побажань і вибудовували стратегію популяризації нового київського пирога.

— Чи буде управління просувати відомі, уже впізнавані бренди міста, такі як котлета по-київськи чи те саме сухе варення?

— Звісно, адже котлета по-київськи, київський торг чи київське сухе варення — усе це родзинки і надбання нашого міста. Ми проводимо системну роботу по кожному з напрямків і плануємо обговорити із шеф-кухарями та представниками ресторанних закладів, як популяризувати знані столичні страви.

— Які головні туристичні магніти Києва Ви могли б назвати? Що може привабити іноземного та внутрішнього туриста?

— На нашому сайті можна знайти перелік топ-10 об'єктів столиці. Проте насправді все залежить від цільової та вікової аудиторії. Є туристи, яким цікаві виключно мурали (а їх у місті понад 150!). Звичайно, головні об'єкти для візитів — Андріївський узвіз, Хрещатик, Майдан Незалежності, велосипедно-пішохідний міст, оновлений парк на Володимирській гірці,

річковий порт, монумент «Батьківщина-мати». Є крутий музей становлення нації — сучасний, охоплює багато напрямів. Є чимало місць, які можна подивитися за день, проте Київ позиціонує себе саме як місто на вікенд, й такі сіті-брейк тури є популярними. Наприклад, для дітей є об'єкти, які відвідують у межах шкільної програми, а ще — оновлений сучасний зоопарк, що не поступається європейським закладам. Маршрути Управління розробляло для дітей у формі квестів, аби їм було цікаво. Діти з інших міст просять проїхатися в київському метро. Трохи старші цікавляться адміністративними державними будівлями — Верховною Радою, Кабміном та Офісом Президента.

— Тобто у Вас є пакети для кожної цільової аудиторії?

— Звісно. Корегуємо замовлення та маршрути, співпрацюємо з різними спілками екскурсоводів. Тому немає проблем із авторськими екскурсіями. Започаткували торік на пандемічний період європейську практику — *free walking tour*. Це безкоштовна піша прогулянка центром міста. Ми не конкуруємо з екскурсоводами, а робимо ознаямчий тур — півтори години прогулянки, двічі на тиждень. Субота — українською, англійською мовою в неділю. Торік дуже багато киян долучалися до таких екскурсій. Це й не дивно, бо за період пандемії люди скучили за мандрами, хоча б навіть рідним містом. Є задум про відкриття екскурсій районами столиці — і сьогодні наші випускники «Академії гостинності» уже провели такі заходи.

Ми маємо не дуже досконале законодавство, а тому є проблеми з екскурсоводами. Йдеться насамперед про любителів, які не входять до складу спілок чи асоціацій екскурсоводів. Проблема в тому, що серед них є ті, хто не дотримуються базових принципів ведення екскурсій. Дуже добре, що є бажання проводити екскурсії, погано — що роблять це, порушуючи правила. Адаже справжня історія Києва зберігається в екскурсовода.

— Наскільки, до речі, затребувана ця професія? Чи достатньо в місті людей, які можуть фахово провести екскурсії?

— Їх достатньо, є декілька спілок та асоціацій. Співпраця з ними доволі плідна. Якщо потрібні фахівці, які проводять екскурсії іноземними мовами, звертаємося охоче до цих організацій. Цього року, ураховуючи потік туристів із Перської затоки, лишилися без достатньої інформації арабською мовою, проблеми були з арабськими перекладачами. Ми власними силами створюємо сайт *kyivcitytravel*. Є потреба, аби базова інформація про місто була доступна різними мовами, зокрема арабською, німецькою, китайською.

— У столиці чимало зроблено, аби туристичне середовище стало доступним для людей із інвалідністю. Зокрема, адаптували й один із туристичних маршрутів містом.

— Це так, але вважаємо, що нам ще є над чим працювати. Інклюзивний туризм є дуже популярним у країнах Європи. Торік саме до Дня туризму ми встановили 3D-модель Софії Київської на Софіївській площі. Вона обладнана спеціальними табличками зі шрифтом Брайля, аби люди з порушеннями зору мали змогу ознайомитися з видатними пам'ятками столиці.



Продовжуємо працювати в цьому напрямі. На сьогодні є інклюзивний маршрут, але він базовий, загальний. Ми співпрацюємо з уповноваженою у справах людей із інвалідністю КМДА Лесею Петрівською, підписали меморандум щодо покращення безбар'єрного середовища. Тобто робота копітка. Нами здійснено моніторинг, огляд маршруту разом із представниками організацій, що опікуються правами людей із інвалідністю. Вирішили не виділяти окремі маршрути, а зробити ті, що є наразі, інклюзивними. Сподіваюся, що цього року ми поставимо на маршрутах моделі зі шрифтом Брайля, зокрема в районі Володимирської гірки, велосипедно-пішохідного мосту та будівлі КМДА. Ці моделі допоможуть туристам дізнатися про самі об'єкти та місце, де вони перебувають.

— Зараз Ви налагоджуєте зв'язки із містами-партнерами Києва, із якими теж можете плідно співпрацювати у галузі туризму. Що вдалося вже зробити в цьому напрямку?

— Раніше основними платформами для обміну інформацією, досвідом та проведення перемовин були міжнародні виставкові заходи. Проте через пандемію їх або відмінили, або проводили онлайн. Саме тому вирішили переформатувати ці напрями — туристичний потенціал міста презентуємо разом із проведенням Днів Києва. Уперше запровадили таку платформу для туристичного сектору та надаємо її асоціаціям різної спрямованості — гастрономічного туризму, медичного туризму, туроператорів, асоціації гідів, ділового туризму, готелів. Усім їм надали платформу для промоції свого напрямку на території країни, куди спрямовуємо ресурси. Із початку року активно проводимо промоції в Баку та Стамбулі. Після перемовин із представниками дипломатичних установ нашим містом зацікавилися як новою локацією у країнах Скандинавії. Спрямуємо ресурси і в ті країни, де це дозволять антипандемічні заходи. В інших державах робитимемо онлайн-промоції. Йдеться передусім про країни Перської затоки — ОАЕ, Саудівську Аравію. Нещодавно зробили презентаційний ролик щодо шопінг-туризму, оскільки під час відвідін Києва туристи з цього регіону віддають перевагу саме покупкам. Після презентацій влаштовуємо ділові зустрічі представників туристичної галузі країн, що відвідують, та міста Києва. Уже є дійсно певна низка практичних результатів. Це й відвідини делегацією Баку нашого міста, підписання меморандуму про співпрацю між міськими головами, індивідуальні візити блогерів та представників ЗМІ. Вибудовуємо співпрацю із Туреччиною, адже туристи з цієї країни також цікавляться нашим містом й подорожами до столиці України. Насправді це надважливо, що промоція туристичної галузі відбувається за підтримки міської влади, котра зацікавлена в розвитку туризму.

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»



Партнерство заради розвитку туристичного потенціалу столиці: як галузеві асоціації оцінюють співпрацю із профільним управлінням



Віолетта ЯНИШЕВСЬКА, президентка Української асоціації медичного туризму

«Українська асоціація медичного туризму є багаторічним партнером КМДА у сфері розвитку медичного та оздоровчого туризму. Протягом останніх двох років, незважаючи на надзвичайно важкі для всієї туристичної сфери коронавірусні обмеження, ми разом змогли реалізувати важливі заходи для просування медичного та оздоровчого туризму в Україні, Києві та за кордоном.

Організований КМДА «Жіночий Форум» надав можливості для промоції медично-туристичного потенціалу Києва та викликав значний інтерес аудиторії.

Реалізація концепції туристичного гідів столиці — *Kyiv Guide* — Управлінням промоції та туризму разом із профільними асоціаціями виявилася дуже успішною.

У путівник увійшли «Київ медичний», «Київ історичний», «Київ подієвий», «Київ гастрономічний». УАМТ відповідав за створення «Київ медичний».

Промоція київського путівника відбувалася під час двох найбільших міжнародних конгресів медичного та оздоровчого туризму — Глобального Форуму медичного Туризму та МТЕС-2020, у яких управління виступало партнером.

За сприяння Управління туризму та промоції УАМТ був створений англомовний відеоролик для промоції медичного туризму Києва за кордоном, який ми використовуємо під час міжнародних зустрічей та конгресів для активної промоції з метою розвитку в'їзного медично-оздоровчого туризму. У межах цих надзвичайно ефективних подій у галузі медичного та оздоровчого туризму, а також під час міжнародних B2B зустрічей брали участь представники більше 30 країн світу: найбільші профільні асоціації різних країн; керівники провідних лікарень, *SPA & Wellness*, реабілітаційних центрів; провайдери медичного туризму; страхові компанії; туристичний бізнес, що дозволило надпотужно промотувати можливості оздоровчого та медичного потенціалу України та Києва зокрема.

Дуже ефективною виявилася промоція за кордоном Днів

Києва (презентації туристичного потенціалу та *B2B* зустрічі з потенціальними партнерами в Баку та Стамбулі, організовані Управлінням). Були підписані меморандуми про співпрацю та обговорені шляхи розвитку міжнародної співпраці та обміну досвідом у сфері медичного та оздоровчого туризму.

Сподіваємося, що і в подальшому ми разом будемо розвивати великий туристичний потенціал нашої столиці, зокрема оздоровчо-медичний».



Президент Business Travel Association of Ukraine Вадим ГРАБАРЧУК:

«На сьогодні ми маємо проміжні результати співпраці з Управлінням туризму та промоції КМДА. Збільшили кількість партнерів, зокрема завдяки презентаціям в Баку та Стамбулі. Основні результати ми

побачимо в перспективі наступного року».



Президент Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму Олексій ВОЛКОВ:

«У 2021 році Всеукраїнська асоціація гастрономічного туризму і Управління туризму та промоції КМДА реалізували декілька спільних проєктів, зокрема *Kyiv Food Travel Awards-2021*, Дні Києва за кордоном, участь у „Академії гостинності“, розробка концепції *Kyiv Pie*. Вдається багато що реалізувати завдяки тому, що ми, використовуючи кожен свої ресурси та сильні сторони, разом здатні досягнути більш значних результатів».



Президентка Асоціації в'їзних туроператорів України Марія ЮХОВЕЦЬ:

«Ми пишаємося тим, як змогли побудувати комунікацію з Управлінням туризму та промоції КМДА. Після підписання меморандуму про співпрацю розпочалася досить ефективна діяльність. Нас як представників бізнесу завжди запрошують на збори, де вирішуються питання щодо пріоритетних завдань

і видів туризму, промоції столиці як туристичної дестинації тощо. Ми дуже вдячні Марині Радовій за те, що вона дійсно прислуховується до експертної оцінки, коментарів щодо певних цільових програм і т.д.

Цьогоріч вдалося затвердити такий формат, де у промоційних заходах в інших державах, зокрема проведенні Днів Києва в містах-побратимах Стамбулі та Баку, змогли взяти участь представники або ж керівники профільних асоціацій, що мають безпосереднє відношення до формування та реалізації туристичного потоку в місті Києві. У нас була дуже цінна можливість презентувати себе як асоціацію та наших членів-туроператорів, які дуже потребують такої підтримки саме зараз, у час пандемії. Ми брали участь у дуже гарно організованому *B2B* та отримали найважливіше — контакти зацікавлених туристичних операторів, що займаються відправкою туристів до Києва.

Ми сподіваємося, що велика кількість міст в Україні зверне увагу саме на цей механізм. Тому що просування міста неможливе без бізнесу. Кожен потенційний слухач, хто слухає про Київ як туристичну дестинацію, повинен знати про компанії, які можуть це організувати.

Дуже вдячні Управлінню за формування різних пріоритетних видів туризму. Так, медичний та *MICE*-туризм є надзвичайно перспективними для Києва як туристичного хабу».



Яніна ГАВРИЛОВА, голова ГС «Всеукраїнська асоціація гідів»:

«ВАГ вважає співпрацю з Управлінням дуже важливою та продуктивною. У 2021 р. ми зробили багато спільних проєктів та рухаємося до нашої спільної мети — підвищення компетенції фахівців сфери гостинності».

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»



Заява про екологічні наслідки планованої діяльності
СП «Київські теплові мережі»
КП «Київтеплоенерго»
Об'єктом проєктування є реконструкція водогрійного котла типу ПТВМ-50 №3 РК «Відрадний». Місцезнаходження об'єкту проєктування: м.Київ, просп.Комарова, 7.
Згідно з технічним завданням на реконструкцію водогрійного котла типу ПТВМ-50 №3 РК «Відрадний» проєктом передбачена заміна існуючих пальників на сучасні малотоксичні пальники.
Результатом діяльності є економія природного газу, скорочення шкідливих викидів, забезпечення пожежної, екологічної та промислової безпеки.
1.Вплив на повітряне середовище.
Котельня працює на природному газі. Під час експлуатації котла ПТВМ-50 №3 РК «Відрадний» в атмосферу викидаються окисли азоту, оксид вуглецю, парникові гази. Після заміни існуючих пальників на сучасні малотоксичні пальники відбудеться скорочення викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря.
2.Відходи будівництва: будуть утворюватися відходи від демонтажу. Передбачено вивіз відходів з відповідним спеціалізованим підприємством.
3.Шумовий вплив: джерелами шуму є працююча будівельна техніка. Характер впливу – тимчасовий, тільки в період будівельно-монтажних робіт.
4.Вплив на клімат і мікроклімат: змін не очікується, тому що в результаті роботи відсутні значні виділення теплоти, інертних газів, вологи.
5.Вплив на ґрунтово – рослинний покрив: у районі підприємства залишаться без змін.
6.Вплив на соціальне середовище: не прогнозується.
7. Висновки
Дотримання всіх чинних норм і правил техніки безпеки, природоохоронних заходів та санітарних норм забезпечить відсутність екологічних ризиків життєдіяльності населення від планованої проєктованої діяльності, а також відсутність негативного впливу на повітряне, водне середовище, клімат, соціальне середовище.
У разі виникнення запитань стосовно планованої діяльності звертатися:
СП «Київські теплові мережі»
КП «Київтеплоенерго»
Місцезнаходження:
03035 м.Київ, вул.Кудряшова,15
Тел.(044)520-17-67

Втрачене посвідчення дружини опікуна дітей померлого громадянина із числа ліквідаторів категорії 1А, смерть якого пов'язана з Чорнобильською катастрофою № 517799 від 19.04.2010 р. на ім'я Журавель Валентина Семенівна, вважати недійсним.

**За зміст рекламних оголошень відповідає рекламодавець.
Реклама друкується мовою оригіналу.**

У відповідності до п. 2, п.3, п. 5 «Порядку інформування споживачів про намір зміни ціни/тарифів на комунальні послуги з обґрунтуванням такої необхідності», затвердженого наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 05.06.2018 №130, ТОВ «ЄВРО-РЕКОНСТРУКЦІЯ» інформує споживачів, що 24.09.2021 року до Виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надано для розгляду та встановлення пакет документів з розрахунками нових тарифів на теплову енергію (постачання теплової енергії) для всіх категорій споживачів; тарифів на комунальні послуги з постачання теплової енергії для розрахунків з населенням, бюджетними установами та іншими споживачами та на послуги з постачання гарячої води для розрахунків з населенням, а саме:					
Розрахункові тарифи на теплову енергію (постачання теплової енергії) ТОВ «ЄВРО-РЕКОНСТРУКЦІЯ» на плановий період (без ПДВ)					
Категорія споживачів	Показники	Тарифи на теплову енергію її виробництво, транспортування та постачання			
		Діючі тарифи, грн/Гкал	Розрахункові тарифи, грн/Гкал	підвищення, грн/Гкал	
1	2	3	4	5	6
Населення	Тариф на теплову енергію всього, в т.ч.	1173,56	1393,94	+220,38	+18,8%
	Тариф на виробництво теплової енергії	791,40	794,43	+3,03	+0,4%
	Тариф на транспортування теплової енергії (встановленому для КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО»)	378,32	418,49	+40,17	+10,6%
	Тариф на постачання теплової енергії	3,84	181,02	+177,18	з врахуванням інвестиційної програми
Бюджетні споживачі	Тариф на теплову енергію всього, в т.ч.	1173,51	1422,15	+248,64	+21,2%
	Тариф на виробництво теплової енергії	791,35	998,85	+207,5	+26,2%
	Тариф на транспортування теплової енергії (встановленому для КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО»)	378,32	418,49	+40,17	+10,6%
	Тариф на постачання теплової енергії	3,84	4,81	+0,97	+25,3%
Інші споживачі	Тариф на теплову енергію всього, в т.ч.	1166,49	1412,40	+245,91	+21,1%
	Тариф на виробництво теплової енергії	784,33	989,10	+204,77	+26,1%
	Тариф на транспортування теплової енергії (встановленому для КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО»)	378,32	418,49	+40,17	+10,6%
	Тариф на постачання теплової енергії	3,84	4,81	+0,97	+25,3%
Релігійні організації	Тариф на теплову енергію всього, в т.ч.	1163,48	1406,69	+243,21	+20,9%
	Тариф на виробництво теплової енергії	781,32	983,39	+202,07	+25,9%
	Тариф на транспортування теплової енергії (встановленому для КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО»)	378,32	418,49	+40,17	+10,6%
	Тариф на постачання теплової енергії	3,84	4,81	+0,97	+25,3%

Рівні розрахованих (планових) тарифів на послуги з постачання теплової енергії ТОВ «ЄВРО-РЕКОНСТРУКЦІЯ» для здійснення розрахунків з населенням, бюджетними установами, іншими споживачами, релігійними організаціями без урахування витрат на утримання та ремонт центральних теплових пунктів та без урахування витрат на утримання та ремонт індивідуальних теплових пунктів			
Найменування	Діючі тарифи, встановлені Постановою НКРЕКП від 13.01.2021 року №40, (діють з 15.01.2021 року), грн/Гкал з ПДВ	Розрахункові тарифи, грн/Гкал з ПДВ	% підвищення
для потреб населення	1408,27	1672,73	18,8%
для потреб бюджетних установ	1408,21	1706,58	21,2%
для потреб інших споживачів	1399,79	1694,88	21,1%
для потреб релігійних організацій	1396,18	1688,03	20,9%

Рівні розрахованих (планових) тарифів на послуги з постачання гарячої води ТОВ «ЄВРО-РЕКОНСТРУКЦІЯ» для здійснення розрахунків з населенням, (без автономних систем опалення та індивідуальних теплових пунктів)			
Найменування	Діючі тарифи, встановлені Постановою НКРЕКП від 13.01.2021 року №40, (діють з 15.01.2021 року), грн/Гкал з ПДВ	Розрахункові тарифи, грн/Гкал з ПДВ	% підвищення
Для потреб населення	75,96	86,94	14,5%

Встановлення (шляхом повного перегляду) тарифів обумовлено наступними факторами:

- законодавчими змінами щодо передавання функцій регулювання у сфері теплопостачання від НКРЕКП до місцевих органів влади;
- підвищенням ціни природного газу, які визначені згідно постанови КМУ від 16.06.2021 р. № 613 в довгостроковому контракті з постачальником природного газу (без урахування тарифів на послуги з транспортування та розподілу природного газу);
- для категорії споживачів «населення»; для категорій «бюджетні установи»; «релігійні організації» та «інші споживачі», що обумовлено припиненням дії постанови КМУ про покладання спеціальних обов'язків (ПСО);
- актуалізацією тарифів на постачання теплової енергії ТОВ «ЄВРО-РЕКОНСТРУКЦІЯ»;
- набранням чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо врегулювання окремих питань у сфері надання житлово-комунальних послуг» від 03.12.2020 № 1060-IX, в тому числі в частині вимог щодо включення до тарифів на постачання теплової енергії витрат на оснащення вузлами комерційного обліку;
- актуалізацією тарифів на транспортування теплової енергії, встановленому для КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО»;
- актуалізацією тарифів на водопостачання встановлених ПраЕ-ак «КИЇВВОДОКАНАЛ» для створення послуги з постачання гарячої води.

Детальна інформація щодо обґрунтування необхідності встановлення тарифу, структури тарифу та інша додаткова інформація розміщена на офіційному сайті підприємства за посиланням: <https://tec4.kiev.ua/>

Зауваження та пропозиції приймаються протягом 7 календарних днів з дня виходу оголошення, у письмовому вигляді за адресою: 02094, м. Київ, у електронному вигляді за адресою електронної пошти: darntec4@gmail.com, тел./факс: (044) 277-68-03.



У столиці привітали перших випускників «Академії гостинності»

До Всесвітнього дня туризму у Колонній залі КМДА вручили сертифікати випускникам першої «Академії гостинності» — першого проєкту в Україні, який готує добровільних помічників сфери туризму. Навчання успішно закінчили 34 волонтери.

В урочистостях із нагоди закриття «Академії гостинності» взяла участь та виступила з вітальним словом заступниця голови КМДА з питань здійснення самоврядних повноважень Марина Хонда.

«Місто проводить масштабну роботу з промоції Києва як унікального та цікавого туристичного центру. Але фестивалі, архітектурні пам'ятки, гастрономія — не єдине, за чим до нас їдуть туристи. На мою думку, головні враження туристи отримують від людей: наскільки ми привітні, наскільки можемо щось порекомендувати чи пояснити, як дістатися того чи іншого місця. Саме тому і було задумано „Академію гостинності“, — зазначила Марина Хонда. — Я впевнена, що проєкт буде розвиватися надалі, і ми разом створимо дійсно гостинний туристичний центр, у який туристи



повертатимуться знову і знову. У нас цікава країна, цікаве місто, і наші найбільші туристичні досягнення ще попереду. І я вдячна всім учасникам Академії за інтерес та бажання розвивати наш потенціал».

Також Марина Хонда вручила почесну грамоту від Київського міського голови «ТОВ Чорнобиль-тур». «Ми співпрацюємо, зокрема до річниці Чорнобильської аварії зробили соціальний проєкт по організації поїздки ліквідаторів в зону відчуження», — зазначила заступниця голови КМДА.

В подальшому випускники Академії будуть залучатися не тільки

до участі у великих фестивалях, а й в інших міських заходах, які стосуватимуться туристичної сфери.

Усього сертифікати отримали 34 випускники Академії. Основними критеріями відбору учасників навчання були: активний спосіб життя, доброзичливість, комунікабельність; висока мотивація діяльності задля промоції Києва як міста європейського туризму та у сфері гостинності; володіння іноземними мовами, зокрема англійською.

«Упродовж 3-х місяців у межах проєкту „Академія гостинності“ наші учасники прослухали 111 годин лекцій і практичних занять, відвідали

київські музеї, опанували специфіку різних видів туризму — від культурно-пізнавального до спортивного, отримали знання та навички, як надати допомогу туристам в екстремальних ситуаціях, узяли участь як волонтери у великих туристичних подіях, а також провели безкоштовні прогулянки для киян і гостей міста із нагоди Дня туризму», — підвела підсумки проєкту очільниця Управління туризму та промоцій КМДА Марина Радова.

Серед випускників — найбільше молоді, в основному дівчата.

«Я навчаюся на 6-му курсі в НУХТі на спеціальності „Туризмознавство“, було цікаво себе спробувати ролі волонтерки, — поділилася Тетяна Григор'єва. — І, власне, фактично одразу мені запропонували поволонтерити на фестивалі „Мандруй Україною“ в Пирогові. Сподіваюся, в майбутньому теж зможу виділяти час на таку діяльність. У нас були цікаві лектори, зокрема, одна з організаторок фестивалю „Атлас вікенд“. Був майстер-клас діалогу від представників поліції: як налагоджувати контакти з людьми та уникати конфліктів, це дуже важливо. На навчанні відвідали чимало екскурсій. Я мешкаю у Києві шість років, але в деяких місцях не була, сподобалися „Київська фортеця“, „Золоті ворота“, Музей історії Києва. Отриманий досвід, навички та знання зможу використати

і в майбутній професії, зокрема, розглядаю роботу туристичного гіда».

Олександр Боскін працює у туристичній сфері з 2004 року. За фахом юрист, займався рутинною частиною туризму, консультаціями з організації діяльності. Під час навчання в Академії гостинності мав змогу спробувати себе у іншій іпостасі.

«Отримав цікаві навички та вміння, нам читали лекції люди, які професійно навчають гідів, — розповів він. — Водночас це не просто навчання гідів, а волонтерська програма, поклик душі. І мені було приємно зустрічатися з людьми, в яких теж такий світогляд. Поки що для мене це хобі, але є задуми професійно навчатися на гіда».

Академія гостинності створена за ініціативи Управління туризму та промоцій КМДА. Партнерами проєкту виступили Інститут розвитку громадянського суспільства ім. Голди Меїр, ГС «Всеукраїнська Асоціація гідів», Громадська рада при виконавчому органі Київської міської ради, географічний факультет КНУ імені Тараса Шевченка, ГО «Київський прес-клуб».

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»



Медичний туризм: чому Київ має велику перспективу

У інформаційному просторі ми все частіше чуємо про таке явище, як медичний туризм, і про те, що в нашому місті активно розвивають цей напрямок. Утім, чи усвідомлюємо ми до кінця, що означає це поняття, і які перспективи він має для Києва?

Насправді, це вкрай перспективний напрямок, який має практично необмежений потенціал. Якщо пояснювати кількома словами, що таке медичний туризм — це коли іноземці приїждять до нашого міста на лікування та оздо-

ровлення. Адже в Києві досить велика кількість сучасних клінік, які надають медичні послуги на рівні з європейськими закладами. Але найголовніша перевага для іноземців — у нас ці сервіси вартують дешевше. Тому до Києва нині їде велика кількість іноземців саме з метою лікування. Найбільшою популярністю у закордонних пацієнтів користуються офтальмологія, пластикна хірургія, естетична медицина, репродуктивна медицина, стоматологія, клітинна терапія, кардіохірургія. Крім того, наше

законодавство дозволяє проводити клітинну терапію чи надавати послуги репродукції та пластикної хірургії, а в ряді арабських чи азійських країн на ці послуги існує заборона. Це ще один плюс, завдяки якому ми можемо розвивати даний напрямок. Крім того, Україна вже другий рік поспіль головує у *Global Healthcare Travel Council*, а Київ вже вдруге приймав *Global Healthcare Travel Forum*. Це глобальний майданчик, на якому збираються представники медичних асоціацій, клінік, оздоровчих закладів, що дає можливість налагодити тісні ділові зв'язки. Власне, завдяки цьому форуму представники київських закладів реабілітації цього року відвідали Чорногорію для обміну досвідом у реабілітації дітей та осіб з інвалідністю. Найближчим часом в місті з'явиться низка нових центрів реабілітації, а тому такий досвід для їх працівників є дуже цінним.

Ну, і для розуміння перспективи достатньо буде сказати, що у 2019 році в середньому один медичний турист залишав у Києві близько 3 тисяч доларів. За орієнтовними підрахунками, внесок 70 тисяч медичних туристів в економіку країни склав близько 200 мільйонів доларів.

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»



«Київський каштан» — неповторний аромат столиці

Управління туризму та промоцій у 2020 році розробило аромат «Київський каштан», який був презентований 3 вересня 2020 року на форумі «Women Tourism Forum»!

Тож Київ тепер має свій аромат, і це аромат квітуchoго каштана! Свіжий і солодкий запах, що заповнює весняні вулиці міста, тепер можна відчутти завдяки унікальним саше, якими можна ароматизувати свою кімнату, офіс, чи машину.

Відчуйте аромат свого міста, аромат Києва!

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»

У центрі Києва продають гастрономічну новинку Kyiv Pie

В оновленому туристично-інформаційному центрі біля Європейської площі можна придбати та скуштувати новий гастрономічний символ Києва — *Kyiv Pie*. Пирогів доступні з 6 варіантами начинок та коштують 33 гривні.

Пиріг *Kyiv Pie*, зроблений у формі сонця, презентували ще у березні. Це спільний проєкт Управління туризму та промоцій КМДА, Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму та Асоціації шеф-кухарів України, створений для популяризації гастрономічного туризму у столиці України. Сьогодні скуштувати його можуть всі охочі, гуляючи центром міста.

«Це перша точка для широкого продажу. Хочемо протестувати, чи сподобається наш київський пиріг киянам та гостям столиці, — поділилася авторка ідеї, начальниця Управління туризму та промоцій КМДА Марина Радова. — Вважаємо, що ця локація буде цікавою та зручною для туристів. Головна ідея — популяризація київської продукції. В оновленому центрі, окрім нового гастрономічного символу, можна придбати і сувенірну продукцію Києва».

На першій презентації пиріг мав три види начинки — осетер, яловичий лівер та корнеплоди (петрушка, пастернак, селера). За цей час начинки змінилися, хоча принцип — вегетаріанські, м'ясні та рибні — залишився. Вони стали навіть зрозумілішими споживачам. На сьогодні це ті ж корнеплоди, гриби, скумбрія (мореель), філе курки та томлена яловичина. Додалися десерти — київський пиріг з яблуками



та профітролі з заварним кремом з білого шоколаду та ганашем з чорного бельгійського шоколаду.

«Від початку було завдання створити гастрономічний символ Києва — смачний, корисний, локальний. Начинки для пирогів виготовлені з місцевих продуктів, — розповів віце-президент Асоціації шеф-кухарів України Олексій Повторейко, автор рецептури *Kyiv Pie*. — Гриби — це шампіньони з Київської області, там же купляємо і курку, яблука „Голден“, а яловичина з Барішівського м'ясокомбінату. З огляду на продажі в наших ресторанах, фаворитом є яловичина. В несолодкі пирогі додаємо вершкове масло, часник, цибулю, а в солодкі — цукор та корицю».

Продегустувати *Kyiv Pie* раніше була змога лише в ресторанах мережі «Наживо» на Осокорках та Подолі. Сьогодні вони доступні всім охочим, хто буває у центрі міста. Продаються в оновленому туристично-інформаційному центрі на розі Європейської площі, біля готелю «Дніпро». Готують пирогів в ресторанах «Наживо» як полуфабрикат, заморожують, а печуть вже на місці.

За матеріалами сайту «Вечірній Київ»