

**Перелік завдань, заходів та показників до обласної (бюджетної) цільової  
Програми розвитку туристичної галузі та курортології  
Трускавецької міської територіальної громади на 2021 рік**  
(назва програми)

| № з/п  | Назва завдання  | Перелік заходів завдання  | Показники виконання заходу, один. виміру   | Виконавець заходу, показника                      | Фінансування   |                  | Очікуваний результат  |
|--|---|---|--|---|--|------------------|---|
|  |   |   |  |   | джерела  | обсяги, тис. грн |   |
| <b>2021 рік</b>  |   |   |  |   |  |                  |   |
| 1.   | <b>Завдання 1.<br/>Формування позитивного іміджу курорту Трускавець</b> | <b>Захід 1.</b><br>Виготовлення інформаційної, презентаційної продукції (буклети, путівники, сувенірна продукція, промовідео тощо), фото та відеопродукції                          | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для забезпечення розробки інформаційної та презентаційної продукції, 100 тис. грн | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>інші джерела | <b>100,0</b>     | Формування комплексного пакету промоційної продукції для популяризації курорту в Україні та за кордоном |
|  |   |   | <b>Продукту</b><br>Розроблена презентаційна друкована продукція, 6 од.   |   |  |                  |   |
| <b>Ефективності</b><br>Середні витрати на розробку інформаційної та презентаційної продукції, 16,66 тис. грн/од. |   |   |  |   |  |                  |   |
| <b>Якості</b><br>Підвищення рівня популяризації Трускавця, 10%   |   |   |  |   |  |                  |   |
|  |   | <b>Захід 2.</b><br>Підвищення рівня інформування потенційних гостей та туристів про курортні та туристичні послуги і заходи Трускавецької МТГ через розміщення інформації у засобах | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для забезпечення цифрового просування, 228 тис.грн.                               | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>інші джерела | <b>228,0</b>     | Забезпечення популяризації курорту Трускавець за допомогою сучасних цифрових технологій                 |
|  |   |   | <b>Продукту</b><br>Кількість промокампаній цифрового просування, 4 од.   |   |  |                  |   |

|  |  |  |  |   |  |                    |   |
|--|--|--|--|---|--|--------------------|---|
|  |  | масової інформації (Інтернет-ресурсах, зокрема Facebook, Instagram YouTube, Telegram тощо).  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на впровадження промокампаній цифрового просування, 57 тис. грн/од.</p> |   |  |                    |   |
|  |  |  | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня популяризації Трускавця, 100%</p>  |   |  |                    |   |
|  |  | <p><b>Захід 3.</b><br/>Організація промоційних турів для представників ЗМІ, блогерів, туристичних операторів</p>                       | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для організації промоційних турів, 80 тис. грн</p>                  | <p>Управління розвитку міста<br/>Виконавчого комітету</p> | <p>Міський бюджет,<br/>грантові кошти,<br/><br/>інші джерела</p>     | <p><b>80,0</b></p> | <p>Забезпечення інформування про туристичні та курортні можливості Трускавця в Україні та за кордоном</p>                                   |
|  |  |  | <p><b>Продукту</b><br/>Кількість організованих промоційних турів, 8 од.</p>  |   |  |                    |   |
|  |  |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на організацію промоційних турів, 10 тис. грн /од.</p>                  |   |  |                    |   |
|  |  |  | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня популяризації Трускавця, 50%</p>   |   |  |                    |   |
|  |  | <p><b>Захід 4.</b><br/>Розвиток сфери ділової гостинності (співпраця з міжнародними асоціаціями, експертами галузі, представниками</p> | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для організації промоційних заходів, 50 тис. грн</p>                | <p>Управління розвитку міста<br/>Виконавчого комітету</p> | <p>Міський бюджет,<br/>грантові кошти,<br/><br/>кошти приватного</p> | <p><b>50,0</b></p> | <p>Трускавець-приваблива територія для проведення різноманітних заходів. Збільшення туристичних потоків на курорт з метою відпочинку та</p> |
|  |  |  | <p><b>Продукту</b><br/>Кількість організованих заходів, 4 од.</p>  |   |  |                    |   |

|  |  |  |  |  |   |              |   |
|--|--|--|--|--|---|--------------|---|
|  |  | індустрії)   | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на організацію заходів, 12,5 тис. грн/од.</p> <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня популяризації Трускавця, 30%</p>  |  | сектору   |              | дозвілля  |
|  |  | <p><b>Захід 5.</b><br/>Участь у туристичних українських та міжнародних заходах (виставках, конференціях, форумах, семінарах тощо) на цільових та перспективних ринках, організація їх проведення у м.Трускавці</p> | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для участі у виставкових та презентаційних заходах, 40 тис. грн</p> <p><b>Продукту</b><br/>Кількість виставкових та презентаційних заходів, у рамках яких презентовано м.Трускавець, 2 од.</p> <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на участь у виставкових та презентаційних заходах, 20 тис. грн/од.</p> <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня популяризації Трускавця, 20%</p> | Управління розвитку міста Виконавчого комітету | Обласний бюджет, грантові кошти, кошти приватного сектору | <b>40,0</b>  | Створення позитивного іміджу курорту Трускавець на міжнародному та вітчизняному туристичному ринках, розширення географії туристичних потоків, стимулювання інвестиційної привабливості курорту |
|  |  | <p><b>Захід 6.</b><br/>Сприяння обміну соціальною рекламою з іншими містами, населеними пунктами, регіонами в Україні та за кордоном</p>   | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для розміщення промоційних матеріалів у ЗМІ, 100 тис. грн.</p> <p><b>Продукту</b><br/>Кількість промокампаній розміщених у ЗМІ, 25 од.</p>  | Управління розвитку міста Виконавчого комітету | Міський бюджет, грантові кошти, кошти приватного          | <b>100,0</b> | Забезпечення візуалізації туристичних і курортних можливостей області за допомогою авторитетних туристичних ЗМІ,  |

|  |   |   |  |   |  |             |  |
|--|---|---|--|---|--|-------------|--|
|  |   |   | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на розміщення промокампаній у ЗМІ,<br/>4 тис. грн/од.</p> |   | сектору  |             | спеціалізованих виданнях, провідних медіа-каналах.<br>Формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної дестинації, збільшення туристичних потоків в область                                      |
|  |   |   | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня популяризації Трускавця,<br/>30%</p>                           |   |  |             |  |
|  | <b>Завдання 2.</b><br>Підвищення якості регіонального туристичного продукту | <b>Захід 1.</b><br>Ведення та наповнення контентом туристичного порталу Трускавця truskavets.ua | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для створення мобільного додатка,<br/>37 тис. грн</p> | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>37,0</b> | Забезпечення інформацією туристів про можливості активного відпочинку.<br>Підвищення позитивного іміджу Трускавця. Зручний цифровий формат інформації про можливості активного відпочинку та рекреації |
|  |   |   | <p><b>Продукту</b><br/>Створений мобільний додаток, 1 од.</p>  |   |  |             |  |
|  |   |   | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на створення мобільного додатка,<br/>37 тис. грн/од.</p>  |   |  |             |  |
|  |   |   | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня інформованості про можливості активного відпочинку, 50%</p>    |   |  |             |  |
|  |   | <b>Захід 2.</b><br>Розробка туристичних маршрутів територією МТГ                                | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для розробки туристичних маршрутів, 0 тис. грн</p>    | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти                    | <b>0</b>    | Створення інноваційних туристичних продуктів.<br>Популяризація туристичних, курортних і  |
|  |   |   | <p><b>Продукту</b><br/>Розроблені туристичні квести, 1 од</p>  |   |  |             |  |

|    |  |  |  |  |  |          |   |
|----|--|--|--|--|--|----------|---|
|    |  |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на створення й розробку туристичних квестів,<br/>0 тис. грн/од.</p>   |  | приватного сектору   |          | рекреаційних можливостей курорту  |
|    |  |  | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення рівня інформованості про туристичні, курортні та рекреаційні можливості області, 50%</p>   |  |  |          |   |
| 4. | <b>Завдання 3. Підвищення якості послуг сфери обслуговування</b> | <b>Захід 1.</b><br>Організація начальних тренінгів для представників туристично-рекреаційного комплексу, екскурсодів, гідів-перекладачів | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу, необхідного для організації заходів, спрямованих на вдосконалення кваліфікації представників туристично-рекреаційного комплексу, гідів-перекладачів, гірських провідників, інших,<br/>0 тис. грн</p> | Управління розвитку міста Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>0</b> | Забезпечення галузі кваліфікованими кадрами з використанням ефективної міжнародної практики обміну досвідом з фахівцями відповідних галузей.<br>Підвищення підприємницької свідомості громадян щодо перспективи роботи в туристично-рекреаційній галузі |
|    |  |  | <p><b>Продукту</b><br/>Кількість проведених заходів з підвищення кваліфікації,<br/>2 од.</p>   |  |  |          |   |
|    |  |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на проведення заходу з підвищення кваліфікації,<br/>0 тис. грн/од.</p>  |  |  |          |   |
|    |  |  | <p><b>Якості</b><br/>Підвищення професійного рівня представників туристично-рекреаційного комплексу, гідів-перекладачів, гірських провідників, інших, 70%</p>  |  |  |          |   |

|  |  |  |  |   |   |              |  |
|--|--|--|--|---|---|--------------|--|
| 5.                                     | <b>Завдання 4.<br/>Національна та міжнародна співпраця</b> | <b>Захід 1.</b><br>Організація національних та міжнародних зустрічей, прийом офіційних делегацій | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для організації міжнародних зустрічей, 50 тис. грн  | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>50,0</b>  | Створення надійного міжнародного партнерства, налагодження двосторонніх контактів для співпраці у сфері туризму, курортів і рекреації, а також створення сприятливого середовища для збільшення інвестицій в сферу туризму, курортів і рекреації |
|  |  |  | <b>Продукту</b><br>Кількість організованих міжнародних зустрічей, 8 од.                        |   |   |              |  |
|  |  |  | <b>Ефективності</b><br>Середні витрати на організацію міжнародних зустрічей, 6,25 тис. грн/од. |   |   |              |  |
|  |  |  | <b>Якості</b><br>Підвищення рівня туристичної та інвестиційної привабливості курорту, 50%      |   |   |              |  |
|  |  | <b>Захід 2.</b><br>Усний та письмовий переклад   | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для усного та письмового перекладу, 15 тис. грн.    | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>15,0</b>  | Організація зустрічей з іноземними делегаціями, партнерами, журналістами із залученням професійних перекладачів та переклад офіційних документів на іноземні мови  |
|  |  |  | <b>Продукту</b><br>Кількість перекладів, 1 од.   |   |   |              |  |
|  |  |  | <b>Ефективності</b><br>Середні витрати один переклад 15 тис. грн/од.                           |   |   |              |  |
|  |  |  | <b>Якості</b><br>Підвищення рівня туристичної та інвестиційної привабливості курорту, 30%      |   |   |              |  |
| <b>Усього на етап або на програму:</b> |  |  |  |   |   | <b>700,0</b> |  |

**Начальник управління розвитку міста  
Виконавчого комітету**

**Наталя Скибак**