

**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>Динаміка підвищення рівня популяризації Трускавця, 110%   |   |  |                  |   |
|                 |   | <b>Захід 2.</b><br>Підвищення рівня інформування потенційних гостей та туристів про курортні та туристичні послуги і заходи Трускавецької МТГ через        | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для забезпечення цифрового просування, 318 тис.грн.                               | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>інші джерела | <b>318,0</b>     | Забезпечення популяризації курорту Трускавець за допомогою сучасних цифрових технологій                 |
|                 |   |  | <b>Продукту</b><br>Кількість промокампаній цифрового просування, 4 од.   |   |  |                  |   |

|  |   |  |  |   |   |                    |   |
|--|---|--|--|---|---|--------------------|---|
|  |   | розміщення інформації у засобах масової інформації (Інтернет-ресурсах, зокрема Facebook, Instagram YouTube, Telegram тощо).            | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на впровадження промокампаній цифрового просування, 79,5 тис. грн/од.</p> <p><b>Якості</b><br/>Динаміка кількості інформаційного наповнення про курорт у порівнянні з минулим роком, 150%</p> <p>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%</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/><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/>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110 %</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, 0 тис. грн</p>   | <p>Управління розвитку міста<br/>Виконавчого комітету</p> | <p>Міський бюджет,<br/><br/>грантові кошти,<br/><br/>кошти приватного</p> | <p><b>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)   | <b>Ефективності</b><br>Середні витрати на організацію заходів,<br>0 тис. грн/од.                                   |   | сектору  |              | дозвілля  |
|--|--|--|--|---|--|--------------|---|
|  |  |  | <b>Якості</b><br>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%                                |   |  |              |   |
|  |  | <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 | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для участі у виставкових та презентаційних заходах,<br>0 тис. грн       | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>Обласний бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>0</b>     | Створення позитивного іміджу курорту Трускавець на міжнародному та вітчизняному туристичному ринках, розширення географії туристичних потоків, стимулювання інвестиційної привабливості курорту |
|  |  |  | <b>Продукту</b><br>Кількість виставкових та презентаційних заходів, у рамках яких презентовано м.Трускавець, 2 од. |   |  |              |   |
|  |  |  | <b>Ефективності</b><br>Середні витрати на участь у виставкових та презентаційних заходах,<br>0 тис. грн/од.        |   |  |              |   |
|  |  |  | <b>Якості</b><br>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%                                |   |  |              |   |
|  |  | <b>Захід 6.</b><br>Сприяння обміну соціальною рекламою з іншими містами, населеними пунктами, регіонами в Україні та за  | <b>Затрат</b><br>Обсяг фінансового ресурсу для розміщення промоційних матеріалів у ЗМІ, 100 тис. грн.              | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти  | <b>100,0</b> | Забезпечення візуалізації туристичних і курортних можливостей області за допомогою авторитетних   |
|  |  |  | <b>Продукту</b><br>Кількість промокампаній розміщених у ЗМІ, 25 од.  |   |  |              |   |

|  |  |   |  |   |  |              |   |
|--|--|---|--|---|--|--------------|---|
|  |  | кордоном  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на розміщення промокампаній у ЗМІ,<br/>4 тис. грн/од.</p> |   | приватного сектору   |              | туристичних ЗМІ, спеціалізованих виданнях, провідних медіа-каналах. Формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної дестинації, збільшення туристичних потоків в область |
|  |  |   | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%</p>          |   |  |              |   |
|  |  | <b>Захід 7.</b><br>Проведення 9-го Трускавецького міжнародного кінофестивалю "Корона Карпат"    | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для проведення кінофестивалю,<br/>250,0 тис. грн.</p> | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет,<br><br>грантові кошти,<br><br>кошти приватного сектору | <b>250,0</b> | Формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної дестинації, збільшення туристичних потоків в громаду   |
|  |  | <p><b>Продукту</b><br/>Кількість заходів, 1 од.</p>   |  |   |  |              |   |
|  |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати проведення кінофестивалю,<br/>250,0 тис. грн/од.</p> |  |   |  |              |   |
|  |  | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%</p>     |  |   |  |              |   |
|  | <b>Завдання 2.</b><br><b>Підвищення якості регіонального туристичного продукту</b> | <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                    | <b>37,0</b>  | Забезпечення інформацією туристів про можливості активного відпочинку. Підвищення позитивного іміджу Трускавця. Зручний   |
|  |  | <p><b>Продукту</b><br/>Створений мобільний додаток,<br/>1 од.</p>                               |  |   |  |              |   |

|    |   |  |  |   |   |                 |  |
|----|---|--|--|---|---|-----------------|--|
|    |   |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на створення мобільного додатка, 37 тис. грн/од.</p>  |   | приватного сектору  |                 | цифровий формат інформації про можливості активного відпочинку та рекреації  |
|    |   |  | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка кількості відвідуваності сайту, 150 %</p>  |   |   |                 |  |
|    |   | <p><b>Захід 2.</b><br/>Розробка туристичних маршрутів територією МТГ</p>   | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для розробки туристичних маршрутів, 0 тис. грн</p>  | <p>Управління розвитку міста<br/>Виконавчого комітету</p> | <p>Міський бюджет,<br/><br/>грантові кошти,<br/><br/>кошти приватного сектору</p> | <p><b>0</b></p> | <p>Створення інноваційних туристичних продуктів. Популяризація туристичних, курортних і рекреаційних можливостей курорту</p>   |
|    |   |  | <p><b>Продукту</b><br/>Розроблені туристичні квести, 1 од</p>  |   |   |                 |  |
|    |   |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на створення й розробку туристичних квестів, 0 тис. грн/од.</p>   |   |   |                 |  |
|    |   |  | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка щодо рівня інформованості про можливості активного туризму, 150%</p>   |   |   |                 |  |
| 4. | <p><b>Завдання 3.</b><br/>Підвищення якості послуг сфери обслуговування</p> | <p><b>Захід 1.</b><br/>Організація початкових тренінгів для представників туристично-рекреаційного комплексу, екскурсуючих, гідів-перекладачів</p> | <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, 0 тис. грн</p> | <p>Управління розвитку міста<br/>Виконавчого комітету</p> | <p>Міський бюджет,<br/><br/>грантові кошти,<br/><br/>кошти приватного сектору</p> | <p><b>0</b></p> | <p>Забезпечення галузі кваліфікованими кадрами з використанням ефективної міжнародної практики обміну досвідом з фахівцями відповідних галузей. Підвищення підприємницької свідомості громадян щодо перспективи роботи в туристично-</p> |
|    |   |  |  |   |   |                 |  |

|    |  |   |   |   |   |             |  |
|----|--|---|---|---|---|-------------|--|
|    |  |   | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на проведення заходу з підвищення кваліфікації,<br/>0 тис. грн/од.</p>   |   |   |             | рекреаційній галузі  |
|    |  |   | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка підвищення професійного рівня представників туристично-рекреаційного комплексу, гідів-перекладачів, гірських провідників, інших, 120%</p> |   |   |             |  |
| 5. | <b>Завдання 4.<br/>Національна та міжнародна співпраця</b> | <b>Захід 1.</b><br>Організація національних та міжнародних зустрічей, прийом офіційних делегацій  | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для організації міжнародних зустрічей, 50 тис. грн</p>   | 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 |
|    |  | <p><b>Продукту</b><br/>Кількість організованих міжнародних зустрічей, 8 од.</p>   |   |   |   |             |  |
|    |  | <p><b>Ефективності</b><br/>Середні витрати на організацію міжнародних зустрічей,<br/>6,25 тис. грн/од.</p>  |   |   |   |             |  |
|    |  | <p><b>Якості</b><br/>Динаміка кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 110%<br/>Питома вага іноземних громадян у загальній кількості гостей міста у порівнянні з минулим роком, 20%</p> |   |   |   |             |  |
|    |  | <b>Захід 2.</b><br>Усний та письмовий переклад  | <p><b>Затрат</b><br/>Обсяг фінансового ресурсу для усного та письмового перекладу,<br/>15 тис. грн.</p>   | Управління розвитку міста<br>Виконавчого комітету | Міський бюджет<br><br>грантові кошти,                                 | <b>15,0</b> | Організація зустрічей з іноземними делегаціями, партнерами, журналістами із  |

|  |  |  |  |  |                                |              |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------|--------------|--|
|  |  |  | <b>Продукту</b><br>Кількість перекладів,<br>3 од.  |  | кошти<br>приватного<br>сектору |              | залученням<br>професійних<br>перекладачів та<br>переклад офіційних<br>документів на<br>іноземні мови |
|  |  |  | <b>Ефективності</b><br>Середні витрати один<br>переклад 5 тис. грн/од.                         |  |                                |              |  |
|  |  |  | <b>Якості</b><br>Динаміка рівня туристичної та<br>інвестиційної привабливості<br>курорту, 120% |  |                                |              |  |
| <b>Усього на етап або на програму:</b> |  |  |  |  |                                | <b>950,0</b> |  |

**Начальник управління розвитку міста  
Виконавчого комітету**

**Наталя Скибак**

**Секретар міської ради**

**Н.Пономаренко**