**Розділ II. 1. Механізм реалізації програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **0** | **Перелік заходів програми** | **Виконавці** | **Джерела фінансування** | **Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. гривень, у тому числі:** | | | **Очікувані результати** |
| **2019 рік** | **2020 рік** | **2021 рік** |  |
| **1** |
| 1.1 | Забезпечення перебування представників міст-побратимів, партнерських міст, іноземних делегацій, фото та відео блогерів в заходах, що проводяться в Дрогобичі, в тому числі:   * проживання * харчування * транспортне забезпечення | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 40 | 40 | 40 | Активізація співпраці з партнерськими містами, збільшення кількості туристів та гостей. |
| 1.2 | Забезпечення участі Дрогобича у міжнародних туристичних виставках, заходах, форумах, конференціях, презентаціях, культурних заходах за кордоном та в Україні. | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/бізнес | 50 | 60 | 60 | Активізація співпраці з партнерськими  містами, підвищення кваліфікації  працівників, промоція міста |
| 1.4 | Поглиблення та налагодження зв’язків з зарубіжними містами та регіонами світу (у т. ч. з закордонними українцями), обміни делегаціями, творчими колективами тощо  Співпраця та обмін досвідом по розробці та запровадженню системи заохочувальних заходів для туристичних підприємств інших міст: Трускавець, Східниця, Львів, місто Люблін (Польща) які здійснюють діяльність зі створення та реалізації туристичного продукту. | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 20 | 25 | 15 | Активізація співпраці з зарубіжними  містами, промоція міста, активізація туристичних потоків |
| 1.5 | Проведення інвестиційних форумів, у т. ч. за участю закордонних українців та так званих «вимушених заробітчан», на якому обговорити можливі інвестиційні проекти за їхньої участі та практичні кроки щодо їх реалізації | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/бізнес/грантові кошти | 40 | 40 | 40 | Проведення заходу дозволить краще познайомити потенційних інвесторів з містом; дасть змогу донести успіхи міста в окремих галузах. |
| 1.6 | Спільно з відповідними структурами виконавчого комітету ДМР активізація роботи для участі у грантових програмах Євросоюзу, міжнародних фондах та організацій, залучення коштів міжнародної технічної допомоги у рамках програм сусідства Європейського Союзу | КП «ТІЦ» | Міський бюджет - | 15 | 20 | 15 | Залучення додаткових фінансових ресурсів, збільшення кількості програм міжнародних фондів |
| 1.7 | Розробка стратегії PR кампанії міста Дрогобича Організація та проведення тематичних, фестивалів, відкриття туристичного сезону , проведення святкових ярмарок, міжнародного дня туризму, святкування з нагоди річниці від дня народження Івана Франка, співпраця з творчими колективами та театрами місцевого значення щодо проведення театралізованих історичних екскурсій, фестивалів («Франко та друзі», «Шульц Фест»», «Запроси друзів до Дрогобича», «Компот та м’ясо» та та інших святкових заходів), святкування Дня міста. | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/бізнес/грантові кошти | 20 | 40 | 40 | Дані заходи призведуть до інформаційних приводів, що у свою чергу приверне увагу до міста, як у регіоні так і за її межами |
| 1.8 | Виготовлення та придбання туристичної інформаційної продукції – це роздатковий матеріал (буклети, візитні картки, запрошення, мапи, схеми туристичних маршрутів) для туристів та гостей міста. Планується, на платній основі, реалізація фотоальбомів, довідників, путівників, компакт-дисків, презентаційних пакетів, папок, іншої сувенірної продукції) з туристичним логотипом Дрогобича. Забезпечення нею учасників міжнародних виставок, заходів, зустрічей та візитів а також туристів та гостей міста | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/бізнес | 70 | 80 | 80 | Поширення якісної презентаційної продукції з туристичним логотипом Дрогобича є ефективним засобом просування туристично продукту на світовому та вітчизняному туристичних ринках |
| 1.10 | Підтримка туристичного порталу міста. | КП«ТІЦ»» | Міський бюджет | 15 | 20 | 15 | Промоція міста, поінформованість  потенційних туристів та операторів туристичного ринку |
| 1.11 | Співпраця з суб’єктами надання туристичних послуг. Створення та щорічне поповнення єдиної бази даних туристичних операторів та агенцій міста Дрогобича, а також єдиного реєстру готелів, закладів громадського харчування, відпочинково-розважальних закладів з подальшою їх класифікацією. | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 5 | 5 | 5 | Координація зусиль з операторами туристичного ринку, збільшення кількості туристичного потоку |
| 1.12 | Створення туристичного ознакування міста | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/грантові кошти | 100 | 100 | 100 | Для кращого орієнтування туристів потрібно туристична навігація, яка полегшить перебування та допоможе віднайти необхідні міські об’єкти |
| 1.13 | Брендинг міста.  Розробка єдиного підходу до брендингу комунікаційних матеріалів, відео, інфраструктури | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/бізнес/ | 40 | 40 | 40 | Популяризація слогану та логотипу міста на друкованій, фото та відео продукції, відтворення логотипу на вулицях міста (лого лавки) та закріплення за містом туристичного слогану |
| 1.14 | Забезпечення проведення екскурсійних програм, презентації відомих українських письменників та поетів; Театральні постановки, театралізовані дійства пов’яні з історією Дрогобича, створення мультемидійного сценічного проекту з елементами документального театру «Дрогобич» (придбання, пошиття) костюмів для проведення тематичних екскурсій, організація музичного супроводу на вежі дрогобицької ратуші у вихідні та святкові дні | КП «ТІЦ» | Міський бюджет/грантові кошти | 30 | 30 | 30 | Ці заходи дадуть змогу залучити широке коло людей, що у свою чергу дасть змогу створити, якісний продукт, який буде використовуватися для промоції міста. |
| 1.15 | Розробка туристичних маршрутів по м. Дрогобичу та впровадження шляхів активного туризму | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 10 | 15 | 15 | З метою висвітлення та популяризація історико-культурного надбання міста, розробити маршрути, які включатимуть усі цікаві туристу об’єкти |
| 1.16 | Реклама міста на телебаченні та радіо, зйомка презентаційних відеороликів, встановлення білбордів, реклама в громадському транспорті, журналах, інформаційних порталах. публікації у виданнях, створення мультимедійних презентаційних дисків, (в т.ч. англійською та польською мовами) |  | Міський бюджет | 65 | 65 | 65 | Промоція туристично продукту на телебаченні та радіо, що привиде до зацікавленням нашим регіон та подорожі ним |
| 1.17 | Сприяння запровадженню громадських ініціатив щодо поширення в Інтернеті та соціальних мережах інформації про Дрогобич та його туристичні об’єкти. Підтримка програм молодіжних громадських організацій, спрямованих на поширення серед дітей та молоді знань про історію Дрогобича утвердження поваги до національних традицій і культурної спадщини. | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 25 | 35 | 35 | У мережі Інтернет повинні з’являтися тільки якісний фото та відео матеріал, що у свою чергу формувати позитивний імідж про Дрогобич, в тому числі серед молоді. |
| 1.18 | Вуличний музей | КП «ТІЦ» | Міський бюджет | 10 | 10 | 10 | Створення «Вуличного музею» міста, в якому усі експонати знаходитимуться під відкритим небом, відповідно стати першим містом в Україні де буде реалізований такий проект, який зацікавить туристів. |
| **2** |
| 2.1 | Організаційно-господарські витрати для реалізації заходів Програми . | КП «ТІЦ» |  | 860 | 860 | 860 | Зарплата п’яти штатних одиниць працівників КП «ТІЦ», нарахування на зарплату. прийняття дизайнера, який буде відповідати за брендування міста, створення та реалізації стратегії розвитку Дрогобицького солеварного заводу, реалізацію проекту "Вуличний музей"  придбання та обслуговування оргтехніки, відрядження, послуги банку, канцтовари тощо.. Ведуться роботи з пошуку шляхів оптимізації витрат на утримання КП «ТІЦ» за рахунок збільшення спектру послуг |

**Директор КП ТІЦ м Дрогобича І.С. Чава**