

ПРОГРАМА
розвитку міжнародного співробітництва і туризму Тернопільської міської
територіальної громади на 2022-2024 роки

1.Паспорт програми

1.	Ініціатор розроблення програми	Управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради
2.	Дата, номер і назва розпорядчого документа органу виконавчої влади про розроблення програми	п.1,2 протокольного доручення наради при міському голові від 08.06.2021 року №22
3.	Розробник програми	Управління стратегічного розвитку міста
4.	Співрозробник програми	Комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя» надалі ТІЦ Фінансове управління
5.	Відповідальний виконавець програми	Управління стратегічного розвитку міста
6.	Учасники програми	Освітні, культурні, спортивні установи та заклади громади, туристичні фірми; екскурсоводи, представники готельного та ресторанного бізнесу; підприємства та установи громади, комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя» (надалі ТІЦ)
7.	Термін реалізації програми	2022-2024 роки
8.	Перелік місцевих бюджетів, які беруть участь у виконанні програми	Місцевий бюджет Тернопільської міської територіальної громади (надалі Бюджет громади)
9.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми, всього, у тому числі:	9 990,0 тис. грн.
9.1	коштів бюджету громади	9 990,0 тис. грн.
9.2	коштів інших джерел	-



2. Визначення проблем, на розв'язання яких спрямована Програма

Програма розвитку міжнародного співробітництва і туризму Тернопільської міської територіальної громади на 2022-2024 роки (далі – Програма) розроблена відповідно до таких документів:

Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», «Про транскордонне співробітництво», «Про ратифікацію Протоколу № 3 до Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями стосовно об'єднань євро регіонального співробітництва (ОЕС)», Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка діє з 01.09.2017 року, Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями (постанова Верховної Ради України від 14.07.1993 № 3384-12 «Про приєднання України до Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями»), постанови Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 року № 695 «Про Державну стратегію регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки», Стратегічного плану розвитку Тернопільської міської територіальної громади до 2029 року.

Нормативно-правову основу розробки Програми в частині туризму складає Закон України «Про туризм». Практичну регуляцію діяльності об'єктів туристичної інфраструктури, основні напрямки діяльності щодо поширення інформації про туристичний потенціал визначає Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року».

На сьогоднішній день успішному розвитку міжнародних відносин та туризму в Тернопільській міській територіальній громаді перешкоджають наступні проблеми:

- низький рівень залучення й використання міжнародної фінансово-технічної допомоги;
- недостатній рівень доступу місцевих товарів і послуг до зовнішніх ринків;
- недостатній рівень фінансування на державному та місцевому рівнях обмежує можливості взаємовідносин з українською діаспорою;
- недосконала нормативно-правова база, яка стримує залучення інвестицій та впровадження сучасних технологій;
- недостатня промоційна кампанія з популяризації міста та громади в цілому, недостатній рівень участі громади у виставкових заходах та презентаціях.
- відсутність регулярних взаємних обмінів між працівниками органів місцевого самоврядування партнерських міст, що унеможлиблює достатнім чином переймати передовий світовий досвід;
- низький рівень маркетингової, інформаційно-довідкової та рекламної діяльності з просування (особливо на зарубіжні ринки) можливостей, об'єктів, послуг громади;
- недостатній рівень поінформованості в громаді про євроінтеграційний курс України, про держави Європейського Союзу, політичні та адміністративні структури ЄС, політику України щодо євроінтеграції;
- висока конкуренція з іншими містами Західної України;
- недостатня кількість якісних фото- та відео продуктів про громаду;



- недостатнє маркетингове просування туристичного продукту на українському та міжнародному туристичних ринках (недосконалість та низька ефективність маркетингової політики у сфері туризму);
- недостатня кількість туристичних операторів, які безпосередньо та цілеспрямовано працюють на внутрішній туризм;
- недосконалість статистики туристичної галузі;
- неналежний рівень туристичної інфраструктури громади, зокрема транспортної (місця для паркування, стоянки, зупинки туристичного транспорту), готельної (недостатня кількість хостелів та місць в закладах розміщення, відсутність готелю класу 4 чи 5 зірок);
- малоефективне методичне, інформаційне та технічне забезпечення екскурсійної діяльності;
- високий рівень плинності кадрів в індустрії туризму: харчування, проживання, сервіс;
- недостатній рівень розвитку спеціалізованих видів туризму;
- низький рівень розвитку сільського зеленого туризму;
- короткий термін перебування туриста та екскурсанта на території громади;
- відсутність музею міста Тернополя;
- недостатня кількість спеціалізованих виставково-презентаційних площ та приміщень у місті та громаді.

3. Мета Програми

Метою реалізації цієї Програми є підвищення рівня конкурентоспроможності Тернопільської міської територіальної громади через формування її позитивного іміджу у міжнародному середовищі, збільшення туристичних потоків на основі як вже існуючих, так і потенційних сегментів для сприяння створенню та подальшого розвитку кластеру туризму в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів, а також перетворення галузі туризму у стабільне і вагоме джерело надходжень бюджету громади шляхом збільшення кількості зайнятих у галузі.

4. Обґрунтування шляхів і засобів розв'язання проблеми, обсяги і джерела фінансування Програми

Основними шляхами розв'язання перелічених проблем є наступні:

- зміцнення позитивного міжнародного іміджу територіальної громади;
- забезпечення сталого розвитку міжнародного співробітництва громади;
- реалізація міжнародних проектів у різноманітних галузях життєдіяльності міської громади;
- розширення контактів та здійснення співпраці з органами місцевого самоврядування партнерських міст, дипломатичними представництвами та консульськими установами іноземних держав в Україні та України в іноземних державах, всеукраїнськими, міжнародними та іноземними організаціями;
- сприяння розширенню присутності в міській громаді консульських установ



іноземних держав, представництв міжнародних та іноземних організацій та представництв іноземних суб'єктів господарювання;

- проведення рекламно-інформаційної діяльності, спрямованої на зміцнення позитивного міжнародного іміджу територіальної громади (проведення форумів, конференцій, виставково-ярмаркових заходів у Тернополі та участь громади у аналогічних міжнародних заходах в Україні та за кордоном);
- поліпшення іміджу міської громади як туристичного центру (HUB) та центру для проведення бізнес-подій та зустрічей;
- підвищення фахового рівня працівників сфери гостинності міської громади;
- поширення інформації про туристичний потенціал громади на національному та міжнародному рівнях з метою посилення туристичного бренду міста, збільшення туристичних потоків та часу перебування туристів у міській громаді;
- розвиток подієвого, медичного та «зеленого туризму».

Фінансове забезпечення цієї Програми здійснюється у межах кошторисних призначень, передбачених у бюджеті Тернопільської міської територіальної громади на відповідний рік та з інших джерел, не заборонених законодавством України.

Головним розпорядником коштів цієї Програми є управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради.

Обсяги фінансування програми уточнюються щороку.

Видатки, пов'язані з виконанням заходів програми, здійснюватимуться за рахунок коштів бюджету громади.

Допускається перерозподіл коштів бюджету громади, передбачених на виконання програми, по розділах в межах бюджетного року.

Програму передбачається виконати в один етап, протягом 2022-2024 років.

Ресурсне забезпечення Програми

тис. грн

Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання Програми, всього	Етапи виконання програми			Усього витрат на виконання Програми
	2022 рік	2023 рік	2024 рік	
		3 100,0	3 330,0	3 560,0
у тому числі: бюджет громади	3 100,0	3 330,0	3 560,0	9 990,0

5. Перелік завдань і заходів Програми та результативні показники

Основними завданнями даної Програми є наступні:

1. Маркетинг міської територіальної громади.

1.1. Участь у міжнародних заходах (виставках, конференціях, форумах, семінарах тощо).

1.2. Організація, проведення і координація подій і презентацій громади в Україні і за кордоном, спрямованих на поширення знань про громаду, її історико-культурну спадщину, туристичний та інвестиційний потенціал тощо.



- 1.3. Дослідження та аналіз ринків (проведення опитувань туристів та гостей громади, аналіз даних тощо).
 - 1.4. Розробка, виготовлення, придбання туристично-інформаційної, промоційної поліграфічної та сувенірної продукції, відео- та фотоматеріалів.
 - 1.5. Сприяння створенню і популяризації нових конкурентоспроможних туристичних продуктів, туристичних тем.
 - 1.6. Розвиток сфери ділової гостинності (співпраця з міжнародними асоціаціями, експертами галузі, представниками індустрії).
 - 1.7. Сприяння обміну соціальною рекламою з іншими містами, громадами, населеними пунктами, регіонами в Україні та за кордоном.
 2. Туристично-інформаційна інфраструктура.
 - 2.1. Координація діяльності та забезпечення функціонування ТЩ, співпраця з приватними ТЩ та муніципальними ТЩ з України та зарубіжжя.
 - 2.2. Впровадження багатомовної системи ознакування та навігації.
 - 2.3. Поширення інформації про громаду у мережі Інтернет та друкованих виданнях.
 - 2.4. Створення відпочинкових зон ,в тому числі, розвиток локального підприємництва в туристичних зонах сільських населених пунктів;
 3. Сприяння підвищенню якості підготовки фахівців у галузі гостинності.
 - 3.1. Співпраця з закладами освіти, фахівцями галузі в проектах «Практики туристичного бізнесу», «Тернопіль від легенд до історичних фактів», «Рецепти гостинності» тощо.
 - 3.2. Координація і співорганізація тематичних професійних конференцій, форумів, круглих столів, конкурсів.
 4. Співпраця з міжнародними організаціями, реалізація спільних проектів.
 5. Заходи у сфері промоції громади.
 - 5.1. Розробка промоційної кампанії позиціонування громади на ринку туризму.
 - 5.2. Виготовлення промоційної, у тому числі он-лайн, та сувенірної (друкованої, аудіо та відео) продукції.
 - 5.3. Розробка, оновлення та просування он-лайн ресурсів у мережі Інтернет.
 - 5.4. Промоція туристичних можливостей міської громади шляхом розміщення реклами на Інтернет-ресурсах, у друкованих засобах масової інформації, сіті-лайтах, білбордах тощо на місцевому, національному та міжнародному ринках.
 - 5.5. Розвиток родієвого, медичного та зеленого туризму в громаді.
- Проведення заходів цієї Програми є важливим з огляду на підвищення інформаційного та інфраструктурного забезпечення міської громади, опанування прогресивним досвідом вироблення ефективної туристичної політики, пропагування національного і тернопільського туристичного продукту на світовому ринку.
- Виконання заходів реалізації цієї Програми сприятиме:
1. Впливу на туристичні потоки з точки зору їх спрямування на розвиток в'їзного туризму до громади.
 2. Створенню комфортного та безпечного середовища для туристів та мешканців.
 3. Розширенню цільових аудиторій туристів, а саме учасників історичного, спортивного, релігійного, ділового, медичного, зеленого та подієвого сегментів туристичного ринку.



4. Створенню позитивного іміджу громади, поліпшення його інвестиційної привабливості, підвищення різноманітних рейтингів.

5. Створенню нових туристичних продуктів, туристичних тем громади (створення щороку одного бронзового макета історичних будівель, відкриття щороку трьох нових екскурсійних маршрутів).

6. Зростанню обсягу реалізації туристичних і готельних послуг та підвищенню їх якості (збільшення надходжень до бюджету громади від туристичного збору щороку на 5-10%, щорічне збільшення проведених екскурсій на 10%).

7. Збільшенню зайнятості населення у туристичній сфері на 2-3%, детінізація зайнятості, підвищення рівня доходів та заробітної плати у туристичній сфері громади.

8. Підвищенню рівня задоволеності туристичними послугами.

9. Збільшенню кількості туристів до 220 тис. осіб, терміну перебування туриста у громаді (до 3-4 днів), суми його щодобових витрат на 15-20 %.

6. Напрямки діяльності та заходи Програми

№ з/п	Назва напрямку діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. гривень, у тому числі:			Очікувані результати
						2022 рік	2023 рік	2024 рік	
1	Активізація міжнародного співробітництва								
1.1		Забезпечення перебування представників міст-побратимів, партнерських міст та іноземних делегацій в заходах, що проводяться у громаді, в тому числі: - проживання - харчування	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, громадські організації	Бюджет громади	550,0 200,0 350,0	620,0 220,0 400,0	700,0 250,0 450,0	забезпечення перебування в громаді 20 іноземних делегацій щороку, збільшення кількості іноземних гостей на 10% щороку
1.2		Транспортне забезпечення	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, управління транспортних мереж та зв'язку	-/-	100,0	130,0	150,0	Удосконалення організації міжнародних обмінів
1.3		Забезпечення участі делегацій громади (посадових осіб міської ради та представників депутатського корпусу) у міжнародних заходах, форумах, конференціях, виставках, презентаціях, культурно-спортивних заходах за кордоном та в	-/-	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, громадські організації	-/-	30,0	30,0	40,0	Активізація співпраці з партнерськими містами, забезпечення перебування 20 делегацій громади за кордоном, підвищення рівня кваліфікації



		Україні, стажування спеціалістів виконавчого комітету в муніципалітетах іноземних партнерських міст (у т.ч. організаційні внески, оренда виставкових площ тощо)							працівників міської ради та комунальних установ, промоція громади
1.4		Організація обміну інформацією між меріями міст та муніципалітетами громад про стан справ, досягнення і проблеми в громаді	Щорічно	Управління стратегічного розвитку міста	Не потребує фінансування	-	-	-	Промоція громади, удосконалення системи управління
1.5		Забезпечення письмового перекладу офіційних документів, направлених на розвиток міжнародного співробітництва		Управління стратегічного розвитку міста, КП «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя»	-//-	20,0	20,0	30,0	Якісна підготовка заявок на участь в грантових проєктах
1.6		Поглиблення та налагодження зв'язків з зарубіжними містами та регіонами світу (у т.ч. з закордонними українцями), обміни делегаціями, творчими колективами тощо	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, громадські організації	Не потребує фінансування	-	-	-	Активізація співпраці з зарубіжними містами, промоція громади, активізація туристичних потоків
1.7		Активізація роботи для участі у грантових програмах Євросоюзу, міжнародних фондах та організацій, залучення коштів міжнародної технічної допомоги у рамках програм сусідства Європейського Союзу	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, громадські організації	Не потребує фінансування	-	-	-	Залучення додаткових фінансових ресурсів, збільшення кількості програм міжнародних фондів
1.8		Програма клуб Тернополян (Амбасадори, послы, делегати міст) для залучення діаспори в промоцію громади та налагодження міжнародних зв'язків	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, громадські організації	Не потребує фінансування	-	-	-	Збільшення кількості іноземних туристів на 10%, підписання угод про партнерство нових міст партнерів з України та з-за кордону
2	Промоція громади, розвиток туристичної привабливості громади								
2.1		Розробка стратегії PR кампанії міської громади (проведення спеціалізованих з'їздів, наукових рад, хакатонів, пленерів, конференцій, у т.ч. спільно з університетами та іншими вищими навчальними закладами тощо)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, університети та інші ВНЗ, спеціалізовані туристичні організації, ІТ-кластер, громадські організації, ТІЦ КП «Парк Загребелля»	Бюджет громади	50,0	50,0	50,0	Проведення щорічного 3 пленерів хакатонів та конференцій
2.2		Виготовлення, дизайн та розміщення друкованих, відео, аудіо матеріалів,		Управління стратегічного розвитку міста,	-//-	130,0	130,0	130,0	Випуск 200 фотоальбомів щорічно,



		згідно PR компанії, про туристичний потенціал громади		спеціалізовані туристичні організації, громадські організації, ТЦ					розміщення промоційної зовнішньої реклами на бордах в інших містах
2.3		Створення та придбання промоційної поліграфічної та сувенірної продукції з метою забезпечення нею учасників міжнародних заходів, зустрічей та візитів	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста	-//-	200,0	210,0	220,0	Закупівля сувенірних кружок, тарілок, вишиваної продукції, блокнотів, ручок тощо
2.4		Проведення туристичного форуму, проведення навчань для працівників сфери туризму та гостинності, інформаційно-рекламної кампанії розвитку сільського зеленого туризму	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, туристичні організації, вищі навчальні заклади міста	-//-	40,0	40,0	40,0	Об'єднання зусиль операторів туристичного ринку. Проведення щороку Тернопільського туристичного форуму
2.5		Підтримка туристичного порталу (сайту)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, ТЦ	-//-	30,0	30,0	30,0	Підтримка та наповнення туристичного порталу
2.6		Підтримка подієвого, медичного та зеленого туризму (фестивалі, свята тощо)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста ТЦ	-//-	100,0	100,0	100,0	Підтримка 5 основних фестивалів (зовнішня реклама сувенірна продукція тощо)
2.7		Організація та проведення прес турів, екскурсій, заходів для представників національних та закордонних ЗМІ, блогерів та лідерів думок українською та іноземними мовами)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста ТЦ	-//-	150,0	180,0	200,0	Організація щороку одного великого прес-туру та 2-3 подій для представників ЗМІ та блогерів
2.8		Виготовлення та встановлення сучасних інформаційних площин, креативних туристичних продуктів (фотозони, ознакування місць для селфі, інсталяції, фестивалі, тощо) у місцях найбільшої концентрації туристів та розробка інформаційних матеріалів для них	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТЦ	Бюджет громади	40,0	40,0	50,0	Виготовлення сучасних (мультимедійних) площин, актуалізація інтерактивної карти зовнішньої реклами, актуалізація інтерактивних туристичних ресурсів, створення щороку 3 нових місць для селфі
2.9		Створювання, інтерпретація та показ мистецьких та літературних творів, організація та проведення театралізованих костюмованих заходів у громаді	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТЦ	-//-	50,0	50,0	70,0	Створення та показ 3 мистецьких, літературних та історичних творів
2.10		Розробка, дизайн та друк роздаткових матеріалів у тому числі буклетів, проспектів, календарів	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста	-//-	260,0	260,0	270,0	Виготовлення та друк 50 тис карт та календарів подій щороку. Переклад



		подій тощо, на укр. та іноземних мовах							інформації для друку та електронних ресурсів
2.11		Співпраця з суб'єктами надання туристичних послуг. Актуалізація та щорічне поповнення єдиної бази даних туристичних операторів та агенцій, а також єдиного реєстру готелів, закладів громадського харчування, відпочинково-розважальних закладів з подальшою їх класифікацією.	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТПЦ	Не потребує фінансування	-	-	-	Координація зусиль з операторами туристичного ринку, збільшення кількості туристичного потоку на 20% щороку
3	Розвиток туристичної інфраструктури та рекламно-промоційної діяльності								
3.1		Створення, розміщення та оновлення туристичного ознакування міської громади (таблиць, покажчиків тощо з використанням QR-кодів)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТПЦ	Бюджет громади	10,0	10,0	10,0	Виготовлення щороку 10 туристичних ознакувальних таблиць.
3.2		Розробка туристичних маршрутів, створення нових туристичних продуктів	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТПЦ	Не потребує фінансування	-	-	-	Створення музею міста, відкриття щороку трьох нових екскурсійних маршрутів та продуктів
3.3		Створення промоційних відеороликів та презентацій про громаду та їх поширення в ЗМІ та на рекламно-інформаційних площинах			Бюджет громади	80,0	80,0	80,0	Створення 5 відеороликів та 3 презентацій щороку.
3.4		Забезпечення участі громади у туристичних ярмарках, виставках, науково-практичних конференціях, круглих столах, культурно-спортивних заходах тощо, в тому числі у співпраці з вищими навчальними закладами (організаційні внески, оренда виставкових площ тощо)	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста, ТПЦ, вищі навчальні заклади.	-/-	150,0	150,0	150,0	Організація та участь мінімум у 10 заходах національного та міжнародного рівнів
3.5		Маркетингові дослідження проблематики з питань стратегічного планування, міжнародного співробітництва та туризму, у т.ч. у співпраці з ВНЗ		Управління стратегічного розвитку міста, структурні підрозділи міської ради, ТПЦ вищі навчальні заклади	-/-	60,0	70,0	80,0	Дослідження кількості туристів у громаді спільно з операторами мобільного зв'язку дослідження та розв'язання як мінімум однієї теми стратегічного розвитку громади



3.6	Купівля виставкового обладнання		Управління стратегічного розвитку міста	Бюджет громади	-	-	-	Закупівля мультимедійного комплексу, виставкових стелажів, стендів, палаток тощо (всього 11 одиниць)
3.7	Надання фінансової підтримки.	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста	-/-	600,0	630,0	660,0	Підвищення ефективності діяльності ТЩ
3.8	Розміщення соціальної реклами на місцевому рівні	Протягом дії програми	Управління стратегічного розвитку міста. Структурні підрозділи міської ради, громадські організації громади, ТЩ, КП «Парк Загребелля»	-/-	450,0	500,0	500,0	Промоція громади, збільшення поінформованості потенційних туристів про події в громаді, розміщення інформації про 80-90 соціальних заходів у громаді
ВСЬОГО, тис. грн.					3 100,0	3 330,0	3 560,0	9 990,0

7. Координація та контроль за ходом виконання Програми

Управління стратегічного розвитку міста є відповідальним виконавцем заходів програми

Основними функціями Управління стратегічного розвитку міста в частині виконання заходів Програми та контролю є:

- координація виконання заходів Програми;
- організація моніторингу реалізації заходів Програми;
- аналіз виконання заходів Програми;
- у разі необхідності, підготовка пропозицій та їх обґрунтування стосовно внесення змін і доповнень до Програми.

За результатами аналізу виконання програмних заходів з урахуванням загальної соціально-економічної ситуації громади та змін зовнішніх умов, що можуть мати місце в ході реалізації Програми та допускається коригування заходів.

Впродовж терміну виконання Програми можуть вноситися зміни і доповнення з метою дотримання диференційованого підходу до виконання основних заходів.

Виконання програми припиняється після закінчення встановленого строку, після чого відповідальний виконавець програми складає заключний звіт про результати її виконання та подає на розгляд міській раді разом з пояснюючою запискою про кінцеві результати виконання програми не пізніше ніж у двомісячний строк після закінчення встановленого строку її виконання.

Міський голова

Сергій НАДАЛ

