|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

Сумська міська рада

VII СКЛИКАННЯ LIII СЕСІЯ

**РІШЕННЯ**

|  |
| --- |
| від 06 лютого 2019 року № 4612 -МР |
| м. Суми |
|  |
| Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки |

З метою забезпечення розробки маркетингової стратегії міста Суми у рамках підготовки Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року, виконання комунальною установою «Агенція промоції «Суми» завдань у 2019 році, здійснення внеску за технічну підтримку веб-порталу «Громадський проект», видання презентаційного фотоальбому «До Сум на гостину», керуючись статтею 25 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Сумська міська рада

**ВИРІШИЛА:**

1. Унести зміни до міської програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки, затвердженої рішенням Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 – МР, а саме:

1.1. Викласти у новій редакції:

1.1.1. Рядки 9, 9.1 підрозділу 1.1 «Паспорт міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки» розділу 1 «Загальна характеристика Програми»:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| « | 9. Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми, усього, у тому числі: | **26 599,0 тис. грн.,**  у т.ч. по роках:  2019 рік – 8 849,5, тис. грн.  2020 рік – 8 612,6, тис. грн.  2021 рік – 9 136,9 тис. грн. | » |
| 9.1. коштів міського бюджету | 26 599,0 тис. грн.,  у т.ч. по роках:  2019 рік – 8 849,5, тис. грн.  2020 рік – 8 612,6, тис. грн.  2021 рік – 9 136,9 тис. грн. |

1.1.2. Додаток 1 «Ресурсне забезпечення міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми на 2019-2021 роки» до Програми (додаток 1 до цього рішення);

1.1.3. Завдання 1.3.6. «Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект» підпрограми 1 «Інформаційна прозорість» додатків 3,4 до Програми (додатки 3,4 до цього рішення);

1.1.4. Завдання 2.2.1. «Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «Суми: архітектурна спадщина від давнини до сьогодення» підпрограми 2 «Формування позитивного сприйняття міста Суми» додатків 2,3,4 до Програми (додатки 2,3,4 до цього рішення);

1.1.5. Завдання 2.5. «Проведення культурно-промоційних заходів» підпрограми 2 «Формування позитивного сприйняття міста Суми» додатків 3,4 до Програми (додатки 3,4 до цього рішення).

1.2. Доповнити завдання 2.1. «Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми» підпрограми 2 «Формування позитивного сприйняття міста Суми» завданням 2.1.10. «Забезпечення розробки маркетингової стратегії міста Суми» додатків 2,3,4 до Програми (додатки 2,3,4 до цього рішення);

1.3. Внести зміни до стовпчика 7 «Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. грн.» додатку 2 «Напрями діяльності, завдання та заходи міської програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми на 2019-2021 роки»:

- у завданні 1.3. «Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету м. Суми» підпрограми 1 «Інформаційна прозорість» цифри та символи «2019 рік – 153,4» замінити на «2019 рік – 158,4».

2. Організацію виконання даного рішення покласти на першого заступника міського голови Войтенка В.В., контроль - на профільну постійну комісію Сумської міської ради.

Секретар Сумської міської ради А.В. Баранов

Виконавець: Кохан А.І.

#### Додаток 1

до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір

м. Суми» на 2019-2021 роки

від 06 лютого 2019 року № 4612 -МР

Ресурсне забезпечення міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019 - 2021 роки

тис. грн.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання програми | Періоди виконання програми | | | Усього витрат на виконання програми |
| 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
| **Обсяг ресурсів, усього, у тому числі:** | **8 849,5** | **8612,6** | **9136,9** | **26 599,0** |
| державний бюджет | - | - | - | **-** |
| обласний бюджет | - | - | - | **-** |
| міський бюджет | 8 849,5 | 8612,6 | 9136,9 | 26 599,0 |
| кошти небюджетних джерел | - | - | - | - |

Секретар Сумської міської ради А.В. Баранов

Виконавець: Кохан А.І.

Додаток 2 до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки

від 06 лютого 2019 року № 4612 -МР

**Напрями діяльності, завдання та заходи міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **з/п** | **Пріоритетні завдання** | **Заходи** | **Строк вико-нання заходу** | **Виконавці** | **Джерела фінансу-вання** | **Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. грн., у т.ч.** | **Очікуваний результат** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | | | | |
| 2.1. | Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | 2.1.10. Забезпечення розробки маркетингової стратегії розвитку міста Суми» | 2019 – 2021 роки | Департамент фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради, виконавчий комітет Сумської міської ради  (відділ бухгалтерського обліку та звітності, відділ «Проектний офіс»), КУ «Агенція промоції «Суми» | Міський бюджет | 2019 рік – 1160,1;  2020 рік – 293,5;  2021 рік – 309,6 | 1. Розробка Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року.  2 .Підтвердження ступеня інвестиційної привабливості міста Суми  3. Формування іміджу м.Суми, як інвестиційно привабливого міста, шляхом поширення інформації про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал в Україні та за її межами.  4. Розробка та впровадження промоційного логотипу міста Суми та розробка бренд-буку. |
| 2.2. | Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища | 2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «До Сум на гостину» | 2019 – 2021  роки | Виконавчий комітет Сумської міської ради  (департамент комунікацій та інформаційної політики, відділ бухгалтерського обліку та звітності) , КУ «Агенція промоції «Суми» | Міський бюджет | 2019 рік – 181,0;  2020 рік – 153,2;  2021 рік – 161,7 | 1. Формування позитивного сприйняття міста Суми.  2. Формування історичної та патріотичної свідомості містян, активізація розвитку туризму.  3. Залучення містян та гостей міста до подій, заходів, фестивалів в місті Суми. |

Секретар Сумської міської ради А.В. Баранов

Виконавець: Кохан А.І.

Додаток 3 до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний

простір м. Суми» на 2019-2021 роки

від 06 лютого 2019 року № 4612 –МР

**Перелік завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**

тис. грн.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мета, завдання** | **Джерела фінансу-вання** | **2019 рік (проект)** | | | **2020 рік (прогноз)** | | | **2021 рік (прогноз)** | | | | **Відповідальні виконавці** |
| **Обсяг витрат** | **у тому числі**  **кошти міського бюджету** | | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти міського бюджету** | | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти міського бюджету** | |  | |
| **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** | **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** |  | **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** |  | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | |
| **Всього на виконання Програми** | **Міський бюджет** | **8 849,5** | **8638,5** | **211,0** | **8612,6** | **8411,5** | **201,1** | **9136,9** | **8924,7** | **212,2** |  | |
| **Підпрограма 1. Інформаційна прозорість** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання**  **підпрограми 1, тис.грн.** | **Міський бюджет** | **4637,2** | **4452,2** | **185,0** | **5034,8** | **4833,7** | **201,1** | **5311,7** | **5099,5** | **212,2** |  | |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** | | | | | | | | | | | | |
| **Завдання 1.3**. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету м. Суми | **Міський бюджет** | **158,4** | **158,4** | **-** | **166,7** | **166,7** |  | **175,8** | **175,8** | **-** |  | |
| 1.3.6 Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект» | Міський бюджет | 30,0 | 30,0 |  | 27,2 | 27,2 |  | 28,7 | 28,7 |  | Виконавчий комітет Сумської міської ради (департамент комунікацій та інформаційної політики Сумської міської ради) | |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання**  **підпрограми 2, тис.грн.** | **Міський бюджет** | **2868,8** | **2 842,8** | **26,0** | **2 119,8** | **2 119,8** |  | **2 286,8** | **2 286,8** |  |  | |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** | | | | | | | | | | | | |
| **Завдання 2.1.** Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | **Міський бюджет** | **1160,1** | **1134,1** | **26,0** | **293,5** | **293,5** |  | **309,6** | **309,6** |  |  | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | |
| 2.1.10. Забезпечення розробки маркетингової стратегії міста Суми» | Міський бюджет | 450,0 | 450,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради( відділ бухгалтерського обліку та звітності, відділ «Проектний офіс») | |
| - розробка програми маркетингового позиціонування міста; | Міський бюджет | 150,0 | 150,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |
| - розробка концепції бренду та дизайну бренду міста; | Міський бюджет | 120,0 | 120,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |
| **-** формування продуктів маркетингової комунікації для маркетингової стратегії міста; | Міський бюджет | 140,0 | 140,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |
| **-** проведення творчих дискусій для забезпечення сприйняття заданого іміджу міста цільовими групами та узагальнення результатів роботи над концепцією бренду міста | Міський бюджет | 40,0 | 40,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |
| **КПКВК 0214080 «Інші заклади та заходи в галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | | | |
| **Завдання 2.2.** Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища | **Міський бюджет** | **181,0** | **181,0** |  | **153,2** | **153,2** |  | **161,7** | **161,7** | **-** |  | |
| 2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «До Сум на гостину» | Міський бюджет | 140,0 | 140,0 |  | 108,7 | 108,7 |  | 114,7 | 114,7 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (департамент комунікацій та інформаційної політики, відділ бухгалтерського обліку та звітності),  КУ «Агенція промоції «Суми» | |
| **Завдання 2.5.** Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності | Міський бюджет | **935,0** | **935,0** |  | **1029,0** | **1029,0** |  | **1136,0** | **1136,0** |  |  | |
| 2.5.1. Реалізація культурно-промоційних проектів | Міський бюджет | 665,0 | 665,0 |  | 820,0 | 820,0 |  | 905,0 | 905,0 |  | Виконавчий комітет Сумської міської ради (відділ бухгалтерського обліку та звітності), КУ «Агенція промоції «Суми» СМР | |
| 2.5.2. Проведення культурно-промоційних заходів | Міський бюджет | 200,0 | 200,0 |  | 132,0 | 132,0 |  | 146,0 | 146,0 |  | Виконавчий комітет Сумської міської ради (відділ бухгалтерського обліку та звітності), КУ «Агенція промоції «Суми» СМР | |
| 2.5.3. Придбання та виготовлення сувенірної і подарункової промоційної продукції | Міський бюджет | 70,0 | 70,0 |  | 77,0 | 77,0 |  | 85,0 | 85,0 |  | Виконавчий комітет Сумської міської ради (відділ бухгалтерського обліку та звітності), КУ «Агенція промоції «Суми» СМР | |

Секретар Сумської міської ради А.В. Баранов

Виконавець: Кохан А.І.

Додаток 4 до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки

від 06 лютого 2019 року № 4612 –МР

**Результативні показники виконання завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Відповідальні виконавці, КТКВК/КПКВК, завдання програми, результативні показники** | **2019 рік (проект)** | | | | | | **2020 рік (прогноз)** | | | **2021 рік (прогноз)** | | | | | |
| **Разом** | **в тому числі** | | | | | **Разом** | **в тому числі** | | **Разом** | | | **в тому числі** | | |
| **Загальний**  **фонд** | | **Спеціальний**  **фонд** | | | **Загальний**  **фонд** | **Спеціальний**  **фонд** | **Загальний**  **фонд** | | **Спеціальний**  **фонд** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** | | | **5** | **6** | **7** | **8** | | | **9** | | **10** |
| **Всього на виконання Програми, тис. грн.** | **8 849,5** | **8638,5** | | **211,0** | | | **8612,6** | **8411,5** | **201,1** | **9136,9** | | | **8924,7** | | **212,2** |
| **Підпрограма 1. Інформаційна прозорість** | | | | | | | | | | | | | | |  |
| **Всього на виконання підпрограми 1, тис.грн.** | **4637,2** | **4452,2** | | **185,0** | | | **5034,8** | **4833,7** | **201,1** | **5311,7** | | | **5099,5** | | **212,2** |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| ***Завдання 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету м. Суми, тис. грн.*** | **158,4** | **158,4** | | ***-*** | | | ***166,7*** | ***166,7*** | ***-*** | ***175,8*** | | | ***175,8*** | | **-** |
| ***1.3.6 Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект», тис. грн.*** | ***30,0*** | ***30,0*** | | **-** | | | ***27,2*** | ***27,2*** | **-** | ***28,7*** | | | ***28,7*** | | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Обсяг витрат, тис. грн. | 30,0 | 30,0 | | - | | | 27,2 | 27,2 | - | 28,7 | | | 28,7 | | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Кількість внесків за технічну підтримку веб-порталу «Громадський проект», од. | 1 | 1 | | - | | | 1 | 1 | - | 1 | | | 1 | | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Середній розмір вартості 1 внеску, грн. | 30000,00 | 30000,00 | | - | | | 27200,00 | 27200,00 | - | 28700,00 | | | 28700,00 | | **-** |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 2, тис. грн.** | **2868,8** | **2 802,8** | | **26,0** | | | **2 119,8** | **2 119,8** | **-** | **2 286,8** | | | **2 286,8** | | **-** |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** | | | | | | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми*** | ***1160,1*** | | ***1134,1*** | | ***26,0*** | ***293,5*** | | ***293,5*** | ***-*** | | ***309,6*** | ***309,6*** | | ***-*** | |
| ***2.1.10. Розробка маркетингової стратегії міста Суми*** | ***450,0*** | | ***450,0*** | | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** | | **-** | |
| **Показник затрат:** |  | |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  | |
| Обсяг видатків на розробку програми маркетингового позиціонування міста; | 150,0 | | 150,0 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| Обсяг видатків на розробку концепції бренду та дизайну бренду міста; | 120,0 | | 120,0 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| Обсяг видатків на формування продуктів маркетингової комунікації для маркетингової стратегії міста; | 140,0 | | 140,0 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| **1** | **2** | | **3** | | **4** | **5** | | **6** | **7** | | **8** | **9** | | **10** | |
| Обсяг видатків на проведення творчих дискусій для забезпечення сприйняття заданого іміджу міста цільовими групами та узагальнення результатів роботи над концепцією бренду міста | 40,0 | | 40,0 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| Кількість розроблених документів, од. | 3 | | 3 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| Кількість промоційних заходів, од. | 1 | | 1 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| **Показник ефективності:** |  | |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  | |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 136666,66 | | 136666,66 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| Середня вартість проведення одного промоційного заходу, грн. | 40000,00 | | 40000,00 | | - | - | | - | - | | - | - | | - | |
| **КПКВК 0214080 «Інші заклади та заходи в галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.2. Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного***  ***середовища*** | ***181,0*** | ***181,0*** | | ***-*** | | | ***153,2*** | ***153,2*** |  | ***161,7*** | | | ***161,7*** | | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Обсяг витрат на реалізацію проектів, спрямованих на промоцію міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища, тис. грн. | 20,0 | 20,0 | | - | | | 21,7 | 21,7 |  | 22,9 | | | 22,9 | | - |
| Обсяг витрат на виготовлення презентаційного фотоальбому «До Сум на гостину» | 140,0 | 140,0 | |  | | | 108,7 | 108,7 |  | 114,7 | | | 114,7 | |  |
| Обсяг витрат на оплату послуг з розробки та розміщення інформації про події, заходи, фестивалі в місті Суми, тис. грн. | 21,0 | 21,0 | | - | | | 22,8 | 22,8 |  | 24,1 | | | 24,1 | |  |
| **Показник продукту:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Кількість розроблених проектів, од. | 1 | 1 | | - | | | 1 | 1 |  | 1 | | | 1 | | - |
| Кількість презентаційних фотоальбомів, од. | 140 | 140 | |  | | | 100 | 100 |  | 100 | | | 100 | |  |
| Кількість створених та розміщених рекламних носіїв, у т.ч.: |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - рекламні білборди, од. | 15 | 15 | | - | | | 15 | 15 |  | 15 | | | 15 | | - |
| - рекламні афіші формату А3, од. | 200 | 200 | | - | | | 200 | 200 |  | 200 | | | 200 | | - |
| - рекламні афіші для сіті-лайтів, од. | 50 | 50 | | - | | | 50 | 50 |  | 50 | | | 50 | | - |
| **Показник ефективності:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| Середня вартість розробки 1 проекту, грн. | 20000,00 | 20000,00 | | - | | | 221100,00 | 21100,00 |  | 22200,00 | | | 22200,00 | | - |
| Середній розмір витрат на виготовлення рекламних білбордів, грн. | 600,00 | 600,00 | | - | | | 630,00 | 630,00 |  | 660,00 | | | 660,00 | |  |
| Середній розмір витрат на виготовлення та друк рекламних афіш формату А3, грн. | 10,00 | 10,00 | | \_ | | | 11,00 | 11,00 |  | 12,00 | | | 12,00 | |  |
| Середній розмір витрат на виготовлення та друк рекламних афіш для сіті-лайтів, грн. | 200,00 | 200,00 | | - | | | 210,00 | 210,00 |  | 220,00 | | | 220,00 | | - |
| Середній розмір витрат на виготовлення презентаційного фотоальбому, грн. | 1000,00 | 1000,00 | |  | | | 1056,00 | 1056,00 |  | 1109,00 | | | 1109,00 | |  |
| ***Завдання 2.5. Проведення культурно-промоційних заходів, тис. грн.*** | ***935,0*** | ***935,0*** | | ***-*** | | | ***1029,0*** | ***1029,0*** | ***-*** | ***1 136,0*** | | | ***1 136,0*** | | - |
| ***2.5.1. Реалізація культурно-промоційних проектів, тис. грн.*** | ***665,0*** | ***665,0*** | | **-** | | | ***820,0*** | ***820,0*** | **-** | ***905,0*** | | | ***905,0*** | | - |
| **Показник затрат:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - кількість установ, од. | 1 | 1 | | - | | | 1 | 1 | - | 1 | | | 1 | | - |
| **Показник продукту:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| **1** | **2** | **3** | | **4** | | | **5** | **6** | **7** | **8** | | | **9** | | **10** |
| - кількість культурно-промоційних проектів, од. | 13 | 13 | | - | | | 13 | 13 | - | 13 | | | 13 | | - |
| - обсяг видатків на реалізацію культурно-промоційних проектів, тис. грн. | 665,0 | 665,0 | | - | | | 820,0 | 820,0 | - | 905,0 | | | 905,0 | | - |
| **Показник ефективності:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного проекту, грн. | 51154,00 | 51154,00 | | *-* | | | 63 077,00 | 63 077,00 |  | 69 615,00 | | | 69615,00 | |  |
| **Показник якості:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - динаміка збільшення кількості культурно-промоційних проектів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %. | 100 | 100 | | *--* | | | 100 | 100 |  | 100 | | | 100 | |  |
| - динаміка збільшення кількості учасників культурно-промоційних проектів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %. | 125 | 125 | |  | | | 100 | 100 |  | 100 | | | 100 | |  |
| ***Завдання 2.5.2. Проведення культурно-промоційних заходів, тис. грн.*** | ***200,0*** | ***200,0*** | | ***--*** | | | ***132,0*** | ***132,0*** |  | ***146,0*** | | | ***146,0*** | | - |
| **Показник затрат:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - кількість установ, од. | 1 | 1 | | - | | | 1 | 1 |  | 1 | | | 1 | |  |
| **Показник продукту:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - кількість інших культурно-промоційних заходів, од. | 40 | 40 | | - | | | 42 | 42 |  | 44 | | | 44 | |  |
| - обсяг видатків на реалізацію інших культурно-промоційних заходів, тис. грн. | 120,0 | 120,0 | | - | | | 132,0 | 132,0 |  | 146,0 | | | 146,0 | | - |
| **Показник ефективності:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного заходу, грн. | 5000,00 | 5000,00 | | - | | | 3143,00 | 3143,00 |  | 3318,00 | | | 3318,00 | |  |
| **Показник якості:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - динаміка збільшення кількості інших культурно-промоційних заходів у | 100 | 100 | | *-* | | | 102 | 102 |  | 105 | | | 105 | |  |
| плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %. |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - динаміка збільшення кількості учасників інших культурно-промоційних заходів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, % | 100 | 100 | | *-* | | | 105 | 105 |  | 104 | | | 104 | |  |
| ***2.5.3. Придбання та виготовлення сувенірної і подарункової промоційної продукції, тис. грн.*** | ***70,0*** | ***70,0*** | | ***-*** | | | ***77,0*** | ***77,0*** |  | ***85,0*** | | | ***85,0*** | |  |
| **Показник затрат:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - витрати на придбання та виготовлення сувенірної і подарункової промоційної  продукції, тис. грн. | 70,0 | 70,0 | | - | | | 77,0 | 77,0 |  | 85,0 | | | 85,0 | |  |
| **Показник продукту:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - кількість сувенірної і подарункової промоційної продукції, од. | 400 | 400 | | -- | | | 400 | 400 |  | 400 | | | 400 | |  |
| **Показник ефективності:** |  |  | |  | | |  |  |  |  | | |  | |  |
| - середні витрати на один комплект сувенірної і подарункової промоційної продукції, грн. | 175,00 | 175,00 | | *-* | | | 193,00 | 193,00 |  | 213,00 | | | 213,00 | |  |

Секретар Сумської міської ради А.В. Баранов

Виконавець: Кохан А.І.

**Порівняльна таблиця**

**до проекту рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м.Суми**» **на 2019-2021 роки»**

тис. грн.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Чинна редакція** | | **Запропоновані зміни** | | **Додатковий обсяг коштів на 2019 рік** |
| **Обсяг коштів на 2019 рік** | **Найменування завдань Підпрограми** | **Обсяг коштів на 2019 рік** | **Найменування завдань Підпрограми** |
| Підпрограма І. Інформаційна прозорість | | | | |
| 153,4 | 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету м. Суми | 158,4 | 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету м. Суми | +5,0 |
| *25,0* | *1.3.6 Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект»* | *30,0* | *1.3.6 Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект»* | *+5,0* |
| Підпрограма ІІ. Формування позитивного сприйняття міста Суми | | | | |
| 710,1 | 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | 1160,1 | 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | +450,0 |
| - | - | *450,0* | *2.1.10. Розробка маркетингової стратегії міста Суми* | *+450,0* |
| - | - | *150,0* | *- розробка програми маркетингового позиціонування міста;* | *+150,0* |
| - | - | *120,0* | *- розробка концепції бренду та дизайну бренду міста;* | *+120,0* |
| - | - | *140,0* | ***-*** *формування продуктів маркетингової комунікації для маркетингової стратегії міста;* | *+140,0* |
| - | - | *40,0* | ***-*** *проведення творчих дискусій для забезпечення сприйняття заданого іміджу міста цільовими групами та узагальнення результатів роботи над концепцією бренду міста* | *+40,0* |
| 141,0 | 2.2. Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища | *181,0* | 2.2. Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища | *+40,0* |
| *100,0* | *2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «Суми: архітектурна спадщина від давнини до сьогодення»* | *140,0* | *2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «Суми: архітектурна спадщина від давнини до сьогодення»* | *+40,0* |
| 935,0 | 2.5. Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності | 935,0 | 2.5. Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності | 0 |
| *745,0* | *2.5.1. Реалізація культурно-промоційних проектів* | *665,0* | *2.5.1. Реалізація культурно-промоційних проектів* | *-80,0* |
| *120,0* | *2.5.2. Проведення культурно-промоційних заходів* | *200,0* | *2.5.2. Проведення культурно-промоційних заходів* | *+80,0* |