#### Додаток 4

#### до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 – МР «Про програму «Відкритий інформаційний простір Сумської міської об’єднаної територіальної громади » на 2019-2021 роки (зі змінами)

від 22 липня 2020 року № 7119 - МР

**Результативні показники виконання завдань програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської об’єднаної територіальної громади» на 2019-2021 роки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Відповідальні виконавці, КПКВК, завдання програми, результативні показники** | **2019 рік** | | | **2020 рік** | | | **2021 рік** | | | |
| **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.** | **8 635,0** | **8 450,0** | **185,0** | **11 893,2** | **11 681,6** | **211,6** | **9 943,8** | | **9 731,6** | **212,2** |
| **Підпрограма 1. Інформаційна прозорість**  Мета: Забезпечення інформування різних верств населення щодо діяльності місцевої влади та актуальних питань життєдіяльності міста | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 1, тис. грн.** | **4 662,2** | **4 477,2** | **185,0** | **4 995,7** | **4 794,6** | **201,1** | **5 373,1** | | **5 160,9** | **212,2** |
| **Відповідальний виконавець:** виконавчий комітет та структурні підрозділи Сумської міської ради | | | | | | | | | | |
| **КТПКВК 0210160 «Керівництво і управління у відповідній сфері у містах (місті Києві), селищах, селах, об’єднаних територіальних громадах»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 1.1. Інформування територіальної громади з актуальних питань життєдіяльності міста, тис. грн.*** | **4 480,1** | **4 295,1** | **185,0** | **4 842,3** | **4 641,2** | **201,1** | **5 108,7** | | **4 896,5** | **212,2** |
| ***1.1.1.* *Забезпечення висвітлення діяльності Сумської міської ради на телебаченні та радіо, тис. грн.*** | 2 095,0 | 1 910,0 | 185,0 | 2 277,0 | 2 075,9 | 201,1 | 2 402,5 | | 2190,3 | 212,2 |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на висвітлення діяльності Сумської міської ради на телебаченні, тис. грн., у т.ч.: | 1 990,0 | 1 805,0 | 185,0 | 2 162,9 | 1 961,8 | 201,1 | 2 282,1 | | 2 069,9 | 212,2 |
| - діяльності Сумської міської ради та її виконавчого комітету, тис. грн. | 420,0 | 420,0 | **-** | 750,0 | 750,0 | **-** | 481,6 | | 481,6 | **-** |
| - питань бюджету та соціально-економічного розвитку міста, тис.грн. | 150,0 | 150,0 | **-** | 49,5 | 49,5 | **-** | 172,0 | | 172,0 | **-** |
| - досягнень та проблем освітянської галузі, тис. грн. | 185,0 | 185,0 | **-** | 201,0 | 201,0 | **-** | 212,2 | | 212,2 | **-** |
| - розвитку сфери охорони здоров’я населення, тис. грн. | 90,0 | 90,0 | **-** | 97,8 | 97,8 | **-** | 103,2 | | 103,2 | **-** |
| - питань реалізації державної соціальної політики, тис. грн. | 190,0 | 190,0 | **-** | 206,5 | 206,5 | **-** | 217,9 | | 217,9 | **-** |
| - актуальних проблем житлово-комунального господарства, тис. грн. | 185,0 | 185,0 | **-** | 201,1 | 201,1 | **-** | 212,2 | | 212,2 | **-** |
| - питань комунального майна та земельних відносин, тис.грн. | 180,0 | 180,0 | **-** | 96,7 | 96,7 | **-** | 206,4 | | 206,4 | **-** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| - питань культурного життя міста, тис. грн. | 165,0 | 165,0 | **-** | 179,3 | 179,3 | **-** | 189,2 | | 189,2 | **-** |
| - пріоритетних напрямків містобудування, тис. грн. | 120,0 | 120,0 | **-** | 130,4 | 130,4 | **-** | 137,6 | | 137,6 | **-** |
| - питань будівництва об’єктів та доріг, тис. грн. | 185,0 | - | 185,0 | 201,1 | **-** | 201,1 | 212,2 | | **-** | 212,2 |
| - питань благоустрою міста, тис.грн. | 120,0 | 120,0 | **-** | 49,5 | 49,5 | **-** | 137,6 | | 137,6 | **-** |
| Обсяг витрат на висвітлення діяльності Сумської міської ради на радіо, у т.ч.: | 105,0 | 105,0 | **-** | 114,1 | 114,4 | **-** | 120,4 | | 120,4 | **-** |
| - діяльності Сумської міської ради та її виконавчого комітету, тис. грн.; | 55,0 | 55,0 | **-** | 59,8 | 59,8 | **-** | 63,1 | | 63,1 | **-** |
| - питань культурного життя міста, тис. грн. | 50,0 | 50,0 | **-** | 54,3 | 54,3 | **-** | 57,3 | | 57,3 | **-** |
| Кількість ЗМІ, у яких планується розміщувати інформаційні матеріали, з них: | 10 | 10 | **-** | 10 | 10 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| - телебачення, од. | 3 | 3 | **-** | 3 | 3 | **-** | 3 | | 3 | **-** |
| - радіо, од. | 7 | 7 | - | 7 | 7 | - | 7 | | 7 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг телепродукту, хв., з нього на висвітлення: | 2 211,10 | 2 005,55 | 205,55 | 2 403,21 | 2 179,77 | 223,44 | 2 535,66 | | 2 299,89 | 235,77 |
| - діяльності Сумської міської ради та її виконавчого комітету, хв. | 466,67 | 466,67 | **-** | 833,33 | 833,33 | **-** | 535,11 | | 535,11 | **-** |
| - питань бюджету та соціально-економічного розвитку міста, хв.. | 166,67 | 166,67 | **-** | 55 | 55 | **-** | 191,11 | | 191,11 | **-** |
| - досягнень та проблем освітянської галузі, хв. | 205,55 | 205,55 | **-** | 223,33 | 223,33 | **-** | 235,77 | | 235,77 | **-** |
| - розвитку сфери охорони здоров’я населення, хв. | 100,00 | 100,00 | **-** | 108,66 | 108,66 | **-** | 114,67 | | 114,67 | **-** |
| - питань реалізації державної соціальної політики, хв. | 211,11 | 211,11 | **-** | 229,44 | 229,44 | **-** | 242,11 | | 242,11 | **-** |
| - актуальних проблем житлово-комунального господарства, хв. | 205,55 | 205,55 | **-** | 223,44 | 223,44 | **-** | 235,77 | | 235,77 | **-** |
| - питань комунального майна та земельних відносин,хв. | 200,00 | 200,00 | **-** | 107,44 | 107,44 | **-** | 229,33 | | 229,33 | **-** |
| - питань культурного життя міста, хв. | 183,33 | 183,33 | **-** | 199,22 | 199,22 | **-** | 210,22 | | 210,22 | **-** |
| - пріоритетних напрямків містобудування, хв. | 133,33 | 133,33 | **-** | 144,89 | 144,89 | **-** | 152,89 | | 152,89 | **-** |
| - питань будівництва об’єктів та доріг, хв. | 205,55 | - | 205,55 | 223,44 | **-** | 223,44 | 235,77 | | **-** | 235,77 |
| - питань благоустрою міста,хв. | 133,33 | 133,33 | **-** | 55 | 55 | **-** | 152,89 | | 152,89 | **-** |
| Обсяг радіопродукту, хв., з них: | 525,00 | 525,00 | **-** | 570,50 | 570,50 | **-** | 602,00 | | 602,00 | **-** |
| - діяльності Сумської міської ради та її виконавчого комітету, хв | 275,00 | 275,00 | **-** | 299,00 | 299,00 | **-** | 315,50 | | 315,50 | **-** |
| - питань культурного життя міста, хв. | 250,00 | 250,00 | **-** | 271,50 | 271,50 | **-** | 286,50 | | 286,50 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на підготовку та випуск матеріалів на телебаченні, грн./хв. | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | | 900 | 900 |
| Середні видатки на підготовку та випуск матеріалів на радіо, грн./хв. | 200 | 200 | **-** | 200 | 200 | **-** | 200 | | 200 | **-** |
| ***1.1.2.* *Забезпечення висвітлення діяльності Сумської міської ради в друкованих ЗМІ, тис. грн.*** | ***125,6*** | ***125,6*** | **-** | ***136,5*** | ***136,5*** | **-** | ***144,0*** | | ***144,0*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на висвітлення діяльності Сумської міської ради в друкованих ЗМІ, тис. грн. | 125,6 | 125,6 | **-** | 136,5 | 136,5 | **-** | 144,0 | | 144,0 | **-** |
| Кількість друкованих періодичних видань, од. | 3 | 3 | **-** | 3 | 3 | **-** | 3 | | 3 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість друкованих матеріалів, од. | 27 | 27 | **-** | 27 | 27 | **-** | 27 | | 27 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на випуск 1 матеріалу, грн. | 1 550 | 1 550 | - | 1 685 | 1 685 | - | 1 778 | | 1 778 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| ***1.1.3*** ***Оприлюднення регуляторних актів та інших офіційних документів Сумської міської ради в друкованих засобах масової інформації, тис. грн.*** | ***375,0*** | ***375,0*** | ***-*** | ***407,6*** | ***407,6*** | ***-*** | ***430,0*** | | ***430,0*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на випуск бюлетеню «Офіційний вісник Сумської міської ради»,  тис. грн. | 195,0 | 195,0 | - | 212,0 | 212,0 | - | 224,0 | | 224,0 | - |
| Обсяг витрат на розміщення регуляторних актів та інших офіційних документів Сумської міської ради в друкованих засобах масової інформації, тис. грн. | 180,0 | 180,0 | - | 195,6 | 195,6 | - | 206,0 | | 206,0 | - |
| **Показник продукту**: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість випусків бюлетеня всього, од. | 24 | 24 | - | 24 | 24 | - | 24 | | 24 | **-** |
| Кількість друкованих ЗМІ, у яких розміщено офіційні документи, од. | 5 | 5 | - | 5 | 5 | - | 5 | | 5 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на один випуск бюлетеня, грн. | 8 125 | 8 125 | **-** | 8 833 | 8 833 | **-** | 9 333 | | 9 333 | **-** |
| Середні видатки на розміщення офіційних документів в одному друкованому ЗМІ, грн. | 36 000 | 36 000 | **-** | 39 120 | 39 120 | **-** | 41 200 | | 41 200 | **-** |
| ***1.1.4. Висвітлення в мережі Інтернет діяльності Сумської міської ради, її виконавчих органів з актуальних питань територіальної громади міста, тис. грн.*** | ***1 834,5*** | ***1 834,5*** | **-** | ***1 966,9*** | ***1 966,9*** | *-* | ***2 074,9*** | | ***2 074,9*** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на висвітлення в мережі Інтернет, тис. грн. | 1 623,7 | 1 623,7 | - | 1 737,8 | 1 737,8 | - | 1 833,2 | | 1 833,2 | - |
| Обсяг витрат на інші послуги, тис. грн. | 210,8 | 210,8 | - | 229,1 | 229,1 | - | 241,7 | | 241,7 | - |
| Он-лайн трансляції апаратних нарад при міському голові, од. | 48 | 48 | **-** | 48 | 48 | **-** | 48 | | 48 | - |
| Он-лайн трансляції засідань виконавчого комітету СМР, од. | 12 | 12 | **-** | 12 | 12 | **-** | 12 | | 12 | - |
| Он-лайн трансляції сесій СМР, од. | 18 | 18 | **-** | 18 | 18 | **-** | 18 | | 18 | - |
| Он-лайн трансляції постійних комісій СМР, од. | 144 | 144 | **-** | 144 | 144 | **-** | 144 | | 144 | - |
| Загальний хронометраж відеоновин, розміщених в мережі Інтернет, хв. | 2 800 | 2 800 | **-** | 2 800 | 2 800 | **-** | 2 800 | | 2 800 | - |
| Кількість новин, розміщених в мережі Інтернет, од. | 160 | 160 | **-** | 120 | 120 | **-** | 120 | | 120 |  |
| **Показник продукту**: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість переглядів новин, од. | 440 000 | 440 000 | **-** | 442 000 | 442 000 | **-** | 445 000 | | 445 000 | - |
| Звукове супроводження офіційних заходів, год. | 20 | 20 | **-** | 20 | 20 | **-** | 20 | | 20 | - |
| Кількість створених відеороликів, од. | 20 | 20 | **-** | 20 | 20 | **-** | 20 | | 20 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на один перегляд новини, розміщеної на сайті Сумської міської ради, грн. | 4 | 4 | **-** | 4 | 4 | **-** | 4 | | 4 | - |
| Видатки на звукове супроводження офіційних заходів, грн./год. | 540 | 540 | **-** | 570 | 570 | **-** | 600 | | 600 | - |
| Середні видатки на створення 1 відеоролика, грн. | 10 000 | 10 000 | **-** | 10 870 | 10 870 | **-** | 11 467 | | 11 467 | - |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Відсоток збільшення популярності офіційного сайту Сумської міської ради відносно попереднього року, % | 5,2 | 5,2 | **-** | 0,5 | 0,5 | **-** | 0,7 | | 0,7 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| ***1.1.7. Виготовлення друкованої продукції роз’яснювального, інформаційного характеру з актуальних питань життєдіяльності міста, тис. грн.*** | ***50,0*** | ***50,0*** | ***-*** | ***54,3*** | ***54,3*** | *-* | ***57,3*** | | ***57,3*** | *-* |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на виготовлення друкованої продукції роз’яснювального, інформаційного характеру з актуальних питань життєдіяльності міста, тис. грн. | 50,0 | 50,0 | **-** | 54,3 | 54,3 | **-** | 57,3 | | 57,3 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - Кількість друкованої продукції, од. | 5 000 | 5 000 | **-** | 5 000 | 5 000 | **-** | 5 000 | | 5 000 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - середні видатки на одиницю друкованої продукції, грн. | 10 | 10 | **-** | 10 | 10 | **-** | 11 | | 11 | **-** |
| **КПКВК 0214080 «Інші заклади та заходи в галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 1.2. Відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста, тис. грн.*** | **23,7** | **23,7** | *-* | **44,8** | **44,8** | *-* | **47,3** | | **47,3** | *-* |
| ***1.2.1 Проведення заходів з нагоди відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста, тис. грн.*** | ***23,7*** | ***23,7*** | *-* | ***25,8*** | ***25,8*** | *-* | ***27,2*** | | ***27,2*** | *-* |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста, тис. грн. | 23,7 | 23,7 | **-** | 25,8 | 25,8 | **-** | 27,2 | | 27,2 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість колективів ЗМІ, що відзначені до Дня журналіста, од. | 18 | 18 | **-** | 18 | 18 | **-** | 18 | | 18 | **-** |
| Кількість заходів для відзначення ЗМІ до Дня журналіста, од | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | **-** | 1 | | 1 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на проведення заходу до Дня журналіста, грн. | 23 700 | 23 700 | **-** | 25 800 | 25 800 | **-** | 27 200 | | 27 200 | **-** |
| ***1.2.2. Проведення конкурсу серед журналістів на краще висвітлення проблематики громадянського суспільства (у номінаціях «Друковані ЗМІ», «Інтернет-видання»,«Телебачення та радіомовлення»), тис. грн.*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***19,0*** | ***19,0*** | ***-*** | ***20,1*** | | ***20,1*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на проведення конкурсу серед журналістів на краще висвітлення проблематики громадянського суспільства (у номінаціях «Друковані ЗМІ», «Інтернет-видання», «Телебачення та радіомовлення»), тис. грн. | - | - | **-** | 19,0 | 19,0 | - | 20,1 | | 20,1 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| **-** кількість номінацій, од | - | - | **-** | 3 | 3 | - | 3 | | 3 | - |
| **-** кількість переможців, осіб | - | - | **-** | 6 | 6 | - | 6 | | 6 |  |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - середні видатки на придбання 1 цінного подарунку для переможців, грн. | - | - | **-** | 3 167 | 3 167 | - | 3 350 | | 3 350 | - |
| **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*** | *-* | ***74,3*** | ***74,3*** | *-* | ***182,1*** | | ***182,1*** | *-* |
| ***1.3.1. Забезпечення створення та виготовлення поліграфічних матеріалів (листівок, бланків для голосування, оголошень тощо), тис. грн.*** | ***23,6*** | ***23,6*** | *-* | ***3,6*** | ***3,6*** | *-* | ***27,0*** | | ***27,0*** | *-* |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат, тис. грн. | 23,6 | 23,6 | - | 3,6 | 3,6 | - | 27,0 | | 27,0 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| Кількість флаєрів, шт. | - | - | **-** | 1 000 | 1 000 |  | - | | - | **-** |
| Кількість плакатів, шт. | - | -- | **-** | 30 | 30 | - | - | | - |  |
| Кількість листівок, шт. | 10 000 | 10 000 | - | - | - | - | 10 000 | | 10 000 | - |
| Кількість бланків для голосування, шт. | 10 000 | 10 000 | - | - | - | - | 10 000 | | 10 000 | - |
| Кількість інших інформаційних матеріалів, шт. | 1000 | 1000 | - | - | - | - | 1000 | | 1000 | - |
| Кількість оголошень, шт. | 160 | 160 | - | - | - | - | 160 | | 160 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість 1 флаєру, грн. | - | - | **-** | 1,5 | 1,5 | - | - | | - | **-** |
| Середня вартість 1 плакату, грн. | - | - | **-** | 70 | 70 | - | - | | - | **-** |
| Середня вартість 1 листівки, грн. |  | 1 | - | - | - | - | 1 | | 1 | - |
| Середня вартість 1 бланку для голосування, грн. | 1 | 1 | - | - | - | - | 1 | | 1 | - |
| Середня вартість одиниці іншого інформаційного матеріалу, грн. | 2 | 2 | - | - | - | - | 2 | | 2 | - |
| Середня вартість 1 оголошення, грн. | 10 | 10 | - | - | - | - | 14 | | 14 | - |
| ***1.3.2. Забезпечення створення промоційних аудіо та відеоматеріалів*** ***та їх трансляція, тис. грн.*** | ***56,1*** | ***56,1*** | - | ***15,0*** | ***15,0*** | - | ***64,3*** | | ***64,3*** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат, тис. грн. | 56,1 | 56,1 | - | 15,0 | 15,0 | - | 64,3 | | 64,3 | - |
| Кількість ЗМІ, у яких планується розміщувати інформаційні матеріали, з них: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - телебачення, од. | 3 | 3 | - | 2 | 2 | - | 3 | | 3 | - |
| - радіо, од. | 5 | 5 | - | 5 | 5 | - | 5 | | 5 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість відеоматеріалів, од. | 2 | 2 | - | 1 | 1 | - | 2 | | 2 | - |
| Обсяг 1 відеоматеріалу, хв. | 2 | 2 | - | 1 | 1 | - | 2 | | 2 | - |
| Кількість трансляцій на телебаченні, хв. | 84 | 84 | - | 20 | 20 | - | 84 | | 84 | - |
| Кількість аудіоматеріалів, од. | 2 | 2 | - | 1 | 1 | - | 2 | | 2 | - |
| Кількість виходів на радіо, од. | 200 | 200 | - | 30 | 30 | - | 200 | | 200 | - |
| Обсяг 1 аудіоматеріалу, хв. | 2 | 2 | - | 1 | 1 | - | 2 | | 2 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на створення 1 матеріалу на телебаченні, грн./хв. | 500 | 500 | - | 3 000 | 3 000 | - | 580 | | 580 | - |
| Середні видатки на 1 трансляцію на телебаченні, грн./хв. | 350 | 350 | - | 400 | 400 | - | 400 | | 400 | - |
| Середні видатки на створення 1 матеріалу на радіо, грн./хв. | 350 | 350 | - | 350 | 350 | - | 390 | | 390 | - |
| Середні видатки на 1 трансляцію на радіо, грн./хв. | 120 | 120 | - | 120 | 120 | - | 144 | | 144 | - |
| ***1.3.3. Забезпечення розміщення промоційних матеріалів у друкованих ЗМІ,***  ***тис. грн.*** | ***24,0*** | ***24,0*** | - | ***16,8*** | ***16,8*** | - | ***27,5*** | | ***27,5*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат, тис. грн. | 24,0 | 24,0 | - | 16,8 | 16,8 | - | 27,5 | | 27,5 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість ЗМІ, од. | 3 | 3 | - | 2 | 2 | - | 3 | | 3 | **-** |
| Кількість матеріалів для розміщення у друкованих ЗМІ, од. | 8 | 8 | - | 3 | 3 | - | 8 | | 8 | **-** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середній розмір вартості розміщення одиниці матеріалу (2 ст. формату А3), грн. | 1 000 | 1 000 | - | 2 800 | 2 800 | - | 1 145 | | 1 145 | **-** |
| ***1.3.4. Забезпечення розробки, виготовлення та розміщення візуальних матеріалів на зовнішніх рекламних носіях, тис. грн.*** | ***6,0*** | ***6,0*** | - | ***-*** | ***-*** | - | ***6,9*** | | ***6,9*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат, тис. грн. | 6,0 | 6,0 | **-** | - | - | **-** | 6,9 | | 6,9 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість постерів для білбордів, од. | 10 | 10 | **-** | - | - | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість виготовлення 1 постеру для білборду, грн. | 600 | 600 | **-** | - | - | **-** | 690 | | 690 | **-** |
| ***1.3.6 Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект», тис. грн.*** | ***30,0*** | ***30,0*** | **-** | ***33,5*** | ***33,5*** | **-** | ***35,0*** | | ***35,0*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| **Обсяг витрат, тис. грн.** | 30,0 | 30,0 | - | 33,5 | 33,5 | - | 35,0 | | 35,0 | **-** |
| **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. | 30 000 | 30 000 | - | 33 500 | 33 500 | - | 35 000 | | 35 000 | **-** |
| **Показник якості** (в цілому по завданню 1.3): |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| ***1.3.7 Забезпечення виготовлення та придбання промопродукції, тис. грн.*** | **18,7** | **18,7** | **-** | **5,4** | **5,4** | **-** | **21,4** | | **21,4** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| **Обсяг витрат, тис. грн.** | 18,7 | 18,7 | - | 5,4 | 5,4 | - | 21,4 | | 21,4 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість промоційної продукції, од. | 350 | 350 | - | 80 | 80 | - | 350 | | 350 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середній розмір вартості 1 промоційної продукції, грн. | 53 | 53 | - | 67,5 | 67,5 | - | 61 | | 61 | - |
| Частка жителів м. Суми, залучених до участі у процесі громадського (партиципаторного) бюджету, у загальній кількості жителів міста, % | 3,5 | 3,5 | - | 5,0 | 5,0 | - | 6,5 | | 6,5 | - |
| Кількість поданих проектів, од. | 85 | 85 | - | 100 | 100 | - | 110 | | 110 | - |
| Динаміка кількості поданих проектів у порівнянні з попереднім роком, % | - | - | - | 17,6 | 17,6 | - | 10,0 | | 10,0 | - |
| Кількість жителів міста, що взяли участь у голосуванні за проекти, осіб | 11 000 | 11 000 | - | 15 000 | 15 000 | - | 16 000 | | 16 000 | - |
| Динаміка кількості жителів міста, що взяли участь у голосуванні за проекти у порівнянні з попереднім роком, % | - | - | - | 36,0 | 36,0 | - | 6,6 | | 6,6 | - |
| ***Завдання 1.4. Проведення інформаційної кампанії з питань відкритості та доступності Сумської міської ради, тис. грн.*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***34,3*** | ***34,3*** | ***-*** | ***35,0*** | | ***35,0*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на проведення інформаційної кампанії з питань відкритості та доступності Сумської міської ради, тис.грн. | - | - | - | 34,3 | 34,3 | - | 35,0 | | 35,0 | - |
| **Показник продукту:** | - | - | - |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість інформаційних флаєрів, од. | - | - | - | 1 000 | 1 000 | - | 1 000 | | 1 000 | - |
| Кількість білбордів,од | - | - | - | 10 | 10 | - | 10 | | 10 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| Кількість сіті-лайтів, од. | - | - | - | 10 | 10 | - | 10 | | 10 | - |
| Кількість інформаційних буклетів, од. | - | - | - | 4 000 | 4 000 | - | 4 000 | | 4 000 | - |
| Кількість промоційних відеороликів, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість слайдів для презентацій, од. | - | - | - | 22 | 22 | - | 22 | | 22 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на виготовлення одного інформаційного флаєру, грн. | - | - | - | 2 | 2 | - | 2 | | 2 | - |
| Середні витрати на виготовлення одного білборду, грн. | - | - | - | 600 | 600 | - | 600 | | 600 | - |
| Середні витрати на виготовлення одного сіті-лайту, грн. | - | - | - | 400 | 400 | - | 400 | | 400 | - |
| Середні витрати на виготовлення одного інформаційного буклету, грн. | - | - | - | 30 | 30 | - | 30 | | 30 | - |
| Середні витрати на виготовлення одного промоційного відеоролику, грн. | - | - | - | 7 000 | 7 000 | - | 7 700 | | 7 700 |  |
| Середні витрати на виготовлення одного слайду для презентацій, грн. | - | - | - | 150 | 150 | - | 150 | | 150 | - |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми**  Мета: зміцнення позитивного іміджу міста, підвищення якості та змістовності поінформованості спільноти про місто Суми, його економічний, інвестиційний потенціал, в тому числі шляхом створення та просування бренду міста Суми, серед сумчан, жителів Сумської області, в Україні, в світі | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 2, тис.грн.** | **2 963,6** | **2 963,6** | **-** | **5 081,9** | **5 081,9** | - | **2 692,9** | | **2 692,9** | - |
| **Відповідальний виконавець:** виконавчий комітет та структурні підрозділи Сумської міської ради | | | | | | | | | | |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний , інвестиційний потенціал міста Суми, тис. грн.*** | **1 139,9** | **1 139,9** | **-** | **416,3** | **416,3** | **-** | **365,7** | | **365,7** | - |
| ***Завдання 2.1.1. Оновлення кредитного рейтингу та рейтингу інвестиційної привабливості, тис. грн.*** | ***40,0*** | ***40,0*** | **-** | ***43,5*** | ***43,5*** | ***-*** | ***45,9*** | | ***45,9*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на оновлення кредитного рейтингу, тис. грн. | 40,0 | 40,0 | **-** | 43,5 | 43,5 | **-** | 45,9 | | 45,9 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Підтвердження ступеня надійності та інвестиційної привабливості міста | uaA–  стабіль-ний | uaA–  стабіль-ний | **-** | uaA–  стабіль-ний | uaA–  стабіль-ний | - | uaA–  стабіль- ний | | uaA–  стабіль-ний | - |
| ***2.1.2 Оновлення іміджевого інформаційного комплекту «Інвестиційний паспорт міста Суми»( англійською та українською мовами) , тис. грн.*** | ***60,0*** | ***60,0*** | ***-*** | ***65,2*** | ***65,2*** | ***-*** | ***68,8*** | | ***68,8*** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на виготовлення іміджевого інформаційного комплекту «Інвестиційний паспорт міста Суми» (англійською та українською мовами),  тис. грн. | 60,0 | 60,0 | **-** | 65,2 | 65,2 | **-** | 68,8 | | 68,8 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість виготовлених комплектів інвестиційного паспорту, од. | 100 | 100 | * - | 100 | 100 | **-** | 100 | | 100 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  | - |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість одного комплекту «Інвестиційний паспорт міста Суми», грн. | 600 | 600 |  | 652 | 652 | **-** | 688 | | 688 | - |
| ***2.1.3 Виготовлення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми, тис. грн.*** | ***20,0*** | ***20,0*** | *-* | ***21,7*** | ***21,7*** | *-* | ***22,9*** | | ***22,9*** | *-* |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на виготовлення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста, тис. грн. | 20,0 | 20,0 | **-** | 21,7 | 21,7 | **-** | 22,9 | | 22,9 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість виготовлених інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста, од. | 4 400 | 4 400 | **-** | 4 400 | 4 400 | **-** | 4 400 | | 4 400 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість одиниці виготовлених інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста, грн. | 4 | 4 | **-** | 5 | 5 | **-** | 5 | | 5 | **-** |
| ***2.1.4 Створення (виготовлення) відеопрезентації про місто Суми (відеоролик про науковий, економічний , інвестиційний потенціал міста Суми), тис. грн.*** | 120,0 | 120,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на створення (виготовлення) відеопрезентації (відеоролику) про місто Суми, тис. грн | 120,0 | 120,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість виготовлених відеопрезентацій (відеороликів) про місто Суми, од. | 1 | 1 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість одиниці виготовленої відеопрезентації, грн. | 120 000 | 120 000 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| ***2.1.5 Поширення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми (трансляція відео, публікації в ЗМІ, розміщення інформації на веб-ресурсах, розповсюдження інформації під час ярмарок, виставок та інших представницьких заходів)* *тис. грн.*** | ***10,0*** | ***10,0*** | ***-*** | ***54,4*** | ***54,4*** | ***-*** | ***57,3*** | | ***57,3*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на поширення інформаційних матеріалів, тис. грн. | 10,0 | 10,0 | **-** | 54,4 | 54,4 | **-** | 57,3 | | 57,3 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість заходів з поширення інформаційних матеріалів, од. | 2 | 2 | **-** | 10 | 10 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на 1 захід з поширення інформаційного матеріалу, грн. | 5 000 | 5 000 | **-** | 5 440 | 5 440 | **-** | 5 730 | | 5 730 | **-** |
| ***2.1.6 Забезпечення участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах (придбання та/або оренда засобів матеріально-технічного забезпечення),***  ***тис. грн.*** | ***4,1*** | ***4,1*** | ***-*** | ***20,0*** | ***20,0*** |  | ***21,1*** | | ***21,1*** |  |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на придбання та/або оренду засобів матеріально-технічного забезпечення для участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах тощо,  тис. грн. | 4,1 | 4,1 | - | **20,0** | ***20,0*** | **-** | ***21,1*** | | **21,1** | ***-*** |
| **Показник продукту**: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість придбаних та/або орендованих засобів матеріально-технічного забезпечення , од. | 2 | 2 | - | 8 | *8* | - | *8* | | 8 | *-* |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість придбання та/або оренди засобів матеріально-технічного забезпечення для участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах, грн. | 2 050 | 2 050 | - | 2 500 | 2 500 | - | 2 638 | | 2 638 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| ***2.1.7*** . ***Забезпечення проведення стратегічних сесій., тис. грн.*** | 100,00 | 100,00 | - | 96,8 | 96,8 | - | 114,7 | | 114,7 | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на проведення стратегічних сесій, тис.грн. | 100,00 | 100,00 | - | 96,8 | 96,8 | - | 114,7 | | 114,7 | - |
| **Показник продукту**: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість стратегічних сесій , од. | 10 | 10 | **-** | 10 | 10 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня проведення однієї стратегічної сесії, грн. | 10 000 | 10 000 | **-** | 96 800 | 96 800 | **-** | 11 470 | | 11 470 | **-** |
| ***2.1.8. Розробка Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року. Практична частина, тис.грн.*** | ***185,0*** | ***185,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на розробку Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року. Практична частина, тис.грн. | 185,0 | 185,0 | - | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених документів, од. | 1 | 1 | - | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 185 000 | 185 000 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| ***2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган), тис. грн.*** | ***160,0*** | ***160,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| Обсяг видатків на розробку комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган), тис. грн. | 160,0 | 160,0 | - | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених документів, од. | 1 | 1 | - | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 160 000 | 160 000 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | | **-** | **-** |
| ***2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація, тис. грн.*** | ***120,0*** | ***120,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| Обсяг видатків на розробку візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація, тис. грн. | 120,0 | 120,0 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених документів, од. | 1 | 1 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 120 000 | 120 000 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| ***2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання, тис. грн.*** | ***68,0*** | ***68,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| Обсяг видатків на розробку логотипу міста та правил його використання, тис. грн. | 68,0 | 68,0 |  |  |  |  |  | |  |  |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених документів, од. | 1 | 1 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 68 000 | 68 000 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| ***2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю),***  ***тис. грн.*** | ***192,0*** | ***192,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на розробку бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю), тис. грн. | 192,0 | 192,0 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| Кількість розроблених документів, од. | 1 | 1 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 192 000 | 192 000 | - | - | - | - | - | | - | - |
| ***2.1.13. Переклад на англійську мову Плану місцевого економічного розвитку міста Суми, тис. грн.*** | ***10,0*** | ***10,0*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на переклад Плану місцевого економічного розвитку міста Суми, тис. грн. | 10,0 | 10,0 | *-* | *-* | *-* | *-* | *-* | | *-* | - |
| Кількість документів, що підлягають перекладу, од. | 1 | 1 | *-* | *-* | *-* | *-* | *-* | | *-* | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість перекладу одного документу, грн. | 10 000 | 10 000 | *-* | *-* | *-* | *-* | *-* | | *-* | - |
| ***2.1.14. Забезпечення проведення громадських слухань, тис. грн.*** | ***50,8*** | ***50,8*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на проведення громадських слухань, тис. грн. | 50,8 | 50,8 | ***-*** | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість проведених заходів, од. | 1 | 1 | ***-*** | - | - | - | - | | - | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на проведення 1 заходу, грн. | 50 800 | 50 800 | ***-*** | - | - | - | - | | - | - |
| ***2.1.15. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову,***  ***тис. грн.*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***15,5*** | ***15,5*** | ***-*** | ***-*** | | ***-*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на переклад Стратегії розвитку міста на іноземну мову, тис. грн. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 15,5 | 15,5 | *-* | *-* | | *-* | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість документів, од. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 1 | 1 | *-* | *-* | | *-* | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість перекладу одного документу, грн. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 15 500 | 15 500 | *-* | *-* | | *-* | - |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість документів, готових до використання, од. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| ***2.1.16.*** Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо «Стратегії розвитку міста до 2030 року», ***тис. грн.*** | - | - | **-** | 99,2 | 99,2 | - | - | | - | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на *розробку макету дизайну «Стратегія розвитку міста до 2030 року»,* тис. грн. | - | - | **-** | 23,0 | 23,0 | - | - | | - | - |
| Обсяг видатків на виготовлення брошури «Стратегія розвитку міста до 2030 року», тис. грн. | - | - | **-** | 76,2 | 76,2 | - | 35,0 | | 35,0 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість макетів, од. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 1 | 1 | - | - | | - | - |
| Кількість брошур, од. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 1000 | 1000 | - | 200 | | 200 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість 1 макету, грн. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 23000 | 23000 | - | - | | - | - |
| Середня вартість 1 брошури, грн. | ***-*** | ***-*** | ***-*** | 76 | 76 | - | 175,0 | | 175,0 | - |
| **КПКВК 0214080 «Інші заклади та заходи в галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | |
| **КПКВК 0214082 «Інші заходи в галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.2. Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного***  ***середовища, тис. грн.*** | ***181,0*** | ***181,0*** | ***-*** | ***279,1*** | ***279,1*** | ***-*** | ***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», тис. грн. | 140,0 | 140,0 | - | 195,0 | 195,0 | - | 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 | - |
| Обсяг витрат на забезпечення трансляцій святкових богослужінь за допомогою Інтернет-ресурсів або телебачення, тис.грн. | - | - | - | 39,6 | 39,6 | - | - | | - | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених проектів, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість презентаційних фотоальбомів, од. | 140 | 140 | **-** | 300 | 300 | **-** | 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 | - |
| Кількість хв.трансляції святкових богослужінь, хв. | - | - | - | 528 | 528 | - | - | | - |  |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість розробки 1 проекту, грн. | 20 000 | 20 000 | - | 22 110 | 22 110 | - | 22 200 | | 22 200 | - |
| Середній розмір витрат на виготовлення рекламних білбордів, грн. | 600 | 600 | - | 630 | 630 | - | 660 | | 660 | - |
| Середній розмір витрат на виготовлення та друк рекламних афіш формату А3, грн. | 10 | 10 | **-** | 11 | 11 | **-** | 12 | | 12 | **-** |
| Середній розмір витрат на виготовлення та друк рекламних афіш для сіті-лайтів,  грн. | 200 | 200 | - | 210 | 210 | - | 220 | | 220 | - |
| Середній розмір витрат на виготовлення презентаційного фотоальбому, грн. | 1 000 | 1 000 | **-** | 650 | 650 | **-** | 1 109 | | 1 109 | **-** |
| Середній розмір витрат на трансляцію 1 хв., грн. | - | - |  | 75 | 75 | **-** | - | | - |  |
| ***Завдання 2.3. Промоція міста Суми як відкритого інформаційного простору,***  ***тис . грн.*** | ***325,4*** | ***325,4*** | - | ***353,6*** | ***353,6*** | - | ***373,0*** | | ***373,0*** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на створення:  - промоційних аудіо-, відео-, фото- та поліграфічних матеріалів, тис. грн. | 65,6 | 65,6 | - | 71,3 | 71,3 | - | 75,2 | | 75,2 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| - виготовлення та придбання упаковки для промопродукції , тис. грн.. | 55,5 | 55,5 | - | 60,3 | 60,3 | - | 63,6 | | 63,6 | - |
| - виготовлення та придбання промопродукції, тис. грн. | 174,0 | 174,0 |  | 189,1 | 189,1 |  | 199,5 | | 199,5 | - |
| - виготовлення промоційних поліграфічних матеріалів (буклети, проспекти, флаєри, карти міста тощо, тис. грн. | 30,3 | 30,3 | - | 32,9 | 32,9 | - | 34,7 | | 34,7 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Створення промоційних матеріалів, у т.ч.: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - аудіоматеріали, од. | 4 | 4 | - | 4 | 4 | - | 4 | | 4 | - |
| - відеоролики, од. | 3 | 3 | - | 3 | 3 | - | 3 | | 3 | - |
| - промоційні поліграфічні матеріали, од. | 12 300 | 12 300 | - | 12 300 | 12 300 | - | 12 300 | | 12 300 | - |
| Виготовлення та придбання упаковки для промопродукції, од. | 600 | 600 | - | 600 | 600 | - | 600 | | 600 | - |
| Кількість сувенірної продукції з символікою та пам’ятками міста Суми, од. | 1 000 | 1 000 | - | 1 000 | 1 000 | - | 1 000 | | 1 000 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середній розмір витрат на створення 1 промоційного аудіоматеріалу, грн. | 600 | 600 | - | 620 | 620 | - | 650 | | 650 | - |
| Середній розмір витрат на створення та трансляцію 1 промоційного відеоролика, грн. | 21 500 | 21 500 | - | 22 940 | 22 940 | - | 24 200 | | 24 200 | - |
| Середній розмір витрат на створення 1 промоційного поліграфічного матеріалу, грн. | 2,46 | 2,46 | - | 2,67 | 2,67 | - | 2,82 | | 2,82 | - |
| Середня вартість 1 комплекту упаковки для промопродукції, грн. | 92 | 92 | - | 100 | 100 | - | 106 | | 106 | - |
| Середня вартість одиниці сувенірної продукції, грн. | 174 | 174 | - | 189 | 189 | - | 199 | | 199 | - |
| ***Завдання 2.4.******Забезпечити проведення виїзних днів міста Суми в інших містах України, тис. грн.*** | ***117,3*** | ***117,3*** | ***-*** | ***87,9*** | ***87,9*** | ***-*** | ***134,5*** | | ***134,5*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на відрядження делегацій міста Суми до інших міст України,  тис. грн. | 117,3 | 117,3 | - | 87,9 | 87,9 | - | 134,5 | | 134,5 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість делегацій міста до міст України, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на відрядження однієї делегації, грн. | 117 300 | 117 300 | - | 127 500 | 127 500 | - | 134 500 | | 134 500 | - |
| **КПКВК 0214081 «Забезпечення діяльності інших закладів у галузі культури і мистецтва»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.5. Проведення культурно-промоційних заходів, тис. грн.*** | ***1 002,0*** | ***1 002,0*** | *-* | ***3 327,3*** | ***3 327,3*** | *-* | ***1 136,0*** | | ***1 136,0*** | *-* |
| ***2.5.1. Реалізація культурно-промоційних проектів, тис. грн.*** | ***732,0*** | ***732,0*** | ***-*** | ***2 950,8*** | ***2 950,8*** | ***-*** | ***905,0*** | | ***905,0*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - кількість установ, од. | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | **-** | 1 | | 1 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - кількість культурно-промоційних проектів, од. | 15 | 15 | **-** | 18 | 18 | **-** | 13 | | 13 | **-** |
| - обсяг видатків на реалізацію культурно-промоційних проектів, тис. грн. | 732,0 | 732,0 | **-** | 2 535,9 | 2535,9 | **-** | 905,0 | | 905,0 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного проекту, грн. | 48 800 | 48 800 | **-** | 163933 | 163933 | **-** | 69 615 | | 69 615 | **-** |
| **Показник якості:** | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - динаміка збільшення кількості культурно-промоційних проектів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %. | 100 | 100 | **-** | 85 | 85 | **-** | 100 | | 100 | **-** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| - 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*** | ***-*** | ***238,5*** | ***238,5*** | ***-*** | ***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 | **-** | 45 | 45 | **-** | 44 | | 44 | **-** |
| - обсяг видатків на реалізацію інших культурно-промоційних заходів, тис. грн. | 120,0 | 120,0 | **-** | 238,5 | 238,5 | **-** | 146,0 | | 146,0 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного заходу, грн. | 5 000 | 5 000 | **-** | 5 300 | 5 300 | **-** | 3 318 | | 3 318 | **-** |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - динаміка збільшення кількості інших культурно-промоційних заходів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %. | 100 | 100 | **-** | 102 | 102 | **-** | 105 | | 105 | **-** |
| - 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*** | ***-*** | ***138,0*** | ***138,0*** | ***-*** | ***85,0*** | | ***85,0*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - витрати на придбання та виготовлення сувенірної і подарункової промоційної  продукції, тис. грн. | 70,0 | 70,0 | **-** | 138,0 | 138,0 | **-** | 85,0 | | 85,0 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - кількість сувенірної і подарункової промоційної продукції, од. | 400 | 400 | **-** | 2 300 | 2 300 | **-** | 400 | | 400 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| - середні витрати на один комплект сувенірної і подарункової промоційної продукції, грн. | 175 | 175 | ***-*** | 60 | 60 | ***-*** | 213 | | 213 | ***-*** |
| **КПКВК 0218420 «Інші заходи у сфері засобів масової інформації»** | | | | | | | | | | |
| ***Завдання 2.6. Підтримка місцевого книговидання, тиc. грн.*** | ***198,0*** | ***198,0*** | ***-*** | ***135,0*** | ***135,0*** | ***-*** | ***172,0*** | | ***172,0*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на видання книг місцевих письменників та авторів про місто Суми та видатних мешканців міста, тис. грн. | 198,0 | 198,0 | **-** | 135,0 | 135,0 | **-** | 172,0 | | 172,0 | **-** |
| Кількість угод з видавництвами | 5 | 5 | *-* | 4 | 4 | *-* | 10 | | 10 | *-* |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість книговидань всього, од. | 5 | 5 | *-* | 4 | 4 | *-* | 10 | | 10 | *-* |
| Тираж книговидань всього, од. | 1100 | 1100 | *-* | 750 | 750 | *-* | 2 000 | | 2 000 | *-* |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Видатки на одне видання, грн. | 39 600 | 39 600 | *-* | 33 750 | 33 750 | *-* | 17 200 | | 17 200 | *-* |
| Видатки на одиницю тиражу, грн. | 180 | 180 | **-** | 180 | 180 | **-** | 86 | | 86 | **-** |
| ***Завдання 2.7.******Формування механізмів підтримки і просування бренду міста Суми, тис. грн.*** | - | - | **-** | ***482,7*** | ***482,7*** | ***-*** | ***350,0*** | | ***350,0*** | **-** |
| ***2.7.1.Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста, тис.грн.*** | - | - | **-** | ***150,0*** | ***150,0*** | ***-*** | - | | - | **-** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на розробку плану просування бренду міста, тис.грн. | - | - | **-** | 150,0 | 150,0 | **-** | - | | - | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість розроблених документів, од. | - | - | **-** | 1 | 1 | **-** | - | | - | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  | 150 000 | 150 000 | **-** | - | | - | **-** |
| Середні витрати на розробку одного документу, грн. | - | - | **-** |  |  |  |  | |  |  |
| ***2.7.2.Створення фото- та відео- контентів про місто Суми для підвищення впізнаваності бренду в різних каналах комунікації, тис. грн.*** | - | - | **-** | ***200,0*** | ***200,0*** | ***-*** | ***200,0*** | | ***200,0*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг витрат на послуги фотографу, тис. грн. | - | - | **-** | 40,0 | 40,0 | **-** | 40,0 | | 40,0 | **-** |
| Обсяг витрат на послуги відеографа, тис. грн. | - | - | **-** | 160,0 | 160,0 | **-** | 160,0 | | 160,0 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість виготовленого фотоконтенту, од. | - | - | **-** | 2 000 | 2 000 | **-** | 2 000 | | 2 000 | **-** |
| Кількість виготовленого відеоконтенту, од. | - | - | **-** | 4 | 4 | **-** | 4 | | 4 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на створення одиниці фотоконтенту, грн. | - | - | **-** | 20 | 20 | **-** | 20 | | 20 | **-** |
| Середні витрати на створення одиниці відеоконтенту, грн. | - | - | **-** | 40 000 | 40 000 | **-** | 40 000 | | 40 000 | **-** |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Динаміка збільшення показника лояльності до міста серед жителів, % | - | - | **-** | 7 | 7 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| Динаміка кількості охоплення ЦА в каналах комунікацій, осіб | - | - | **-** | 4 500 | 4 500 | **-** | 6 000 | | 6 000 | **-** |
| Динаміка росту рейтингу впізнаваності бренду, % | - | - | **-** | 7 | 7 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| Середнє значення співвідношення лайків, репостів, коментарів до охоплення, % | - | - | **-** | 7 | 7 | **-** | 10 | | 10 | **-** |
| ***2.7.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації, тис. грн.*** | - | - | **-** | 132,7 | 132,7 | - | 150,0 | | 150,0 | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на розміщення контектсної реклами, тис. грн. | - | - | **-** | 40,4 | 40,4 | **-** | 49,9 | | 49,9 | **-** |
| Обсяг видатків на висвітлення інформації в соціальних мережах, тис. грн. | - | - | **-** | 40,2 | 40,2 | **-** | 48,8 | | 48,8 | **-** |
| Обсяг видатків на висвітлення інформації на телебаченні (трансляція на телеканалі), тис. грн. | - | - | **-** | 37,2 | 37,2 | **-** | 37,2 | | 37,2 | **-** |
| Обсяг видатків на висвітлення інформації на білбордах, тис. грн. | - | - | **-** | 8,7 | 8,7 | **-** | 8,7 | | 8,7 | **-** |
| Обсяг видатків на висвітлення інформації на сітілайтах, тис. грн. | - | - | **-** | 5,4 | 5,4 | **-** | 5,4 | | 5,4 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість днів висвітлення інформації в пошукових системах, днів | - | - | **-** | 168 | 168 | **-** | 208 | | 208 | **-** |
| Кількість днів висвітлення інформації в соціальних мережах, днів | - | - | **-** | 168 | 168 | **-** | 203 | | 203 | **-** |
| Кількість висвітлення інформації на телебаченні, хв. | - | - | **-** | 41 | 41 | **-** | 41 | | 41 | **-** |
| Кількість інформації на білбордах, од. | - | - | **-** | 15 | 15 | **-** | 15 | | 15 | **-** |
| Кількість інформації на сітілайтах, од. | - | - | **-** | 20 | 20 | **-** | 20 | | 20 | **-** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість висвітлення інформації в пошукових системах за 1 день, грн. | - | - | **-** | 240 | 240 | **-** | 240 | | 240 | **-** |
| Середня вартість висвітлення інформації в соціальних мережах за 1 день, грн. | - | - | **-** | 239 | 239 | **-** | 239 | | 239 | **-** |
| Середня вартість висвітлення інформації на телебаченні (трансляція на телеканалі) за 1 хв, грн. | - | - | **-** | 907,3 | 907,3 | **-** | 907,3 | | 907,3 | **-** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| Середня вартість висвітлення інформації на білборді за 1 од, грн. | - | - | **-** | 580 | 580 | **-** | 580 | | 580 | **-** |
| Середня вартість висвітлення інформації на сітілайті за 1 од., грн. | - | - | **-** | 268 | 268 | **-** | 268 | | 268 | **-** |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Динаміка збільшення показника лояльності до міста серед жителів, % | - | - | **-** | 9,5 | 9,5 | **-** | 12 | | 12 | **-** |
| Динаміка кількості охоплення ЦА в каналах комунікацій, осіб | - | - | **-** | 130 000 | 130 000 | **-** | 130 000 | | 130 000 | **-** |
| Динаміка росту рейтингу впізнаваності бренду, % | - | - | **-** | 7,5 | 7,5 | **-** | 10,5 | | 10,5 | **-** |
| Середнє значення співвідношення лайків, репостів, коментарів до охоплення, % | - | - | **-** | 7 | 7 | **-** | 7 | | 7 | **-** |
| **Підпрограма 3. Зовнішні відносини Сумської міської ради та її виконавчого комітету**  Мета: розвиток міжнародного співробітництва, партнерських зв’язків та зовнішніх відносин Сумської міської ради та її виконавчого комітетуз органами місцевого самоврядування іноземних міст-побратимів та українських міст-партнерів | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 3, тис. грн.** | **1 009,2** | **1 009,2** | **-** | **1 815,6** | **1 805,1** | **10,5** | **1 877,8** | | **1 877,8** | **-** |
| **Відповідальний виконавець:** виконавчий комітет та структурні підрозділи Сумської міської ради | | | | | | | | | | |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** | | | | | | | | | | |
| **Завдання 3.1. *Участь у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, ярмарках, виставках тощо, тис. грн.*** | ***226,5*** | ***226,5*** | ***-*** | ***187,1*** | ***187,1*** | ***-*** | ***198,3*** | | ***198,3*** |  |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків для сплати організаційних внесків для участі у конференціях, семінарах, проектах, тис. грн. | 10,0 | 10,0 | **-** | 30,0 | 30,0 | - | 31,7 | | 31,7 | - |
| Обсяг видатків на забезпечення участі офіційних делегацій міста Суми у міжнародних конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, форумах, ярмарках, виставках тощо, тис. грн. | 216,5 | 216,5 | **-** | 157,1 | 157,1 | - | 166,6 | | 166,6 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість організаційних внесків для участі у конференціях, семінарах, проектах, од. | 2 | 2 | **-** | 6 | 6 | - | 6 | | 6 | - |
| Кількість форумів, ярмарок та виставок, в яких братимуть участь делегації міста Суми, од. | 6 | 6 | **-** | 5 | 5 | - | 5 | | 5 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середня вартість одного організаційного внеску, грн. | 5 000 | 5 000 | **-** | 5 000 | 5 000 | - | 5 285 | | 5 285 | - |
| Середні витрати на участь у міжнародних форумах, ярмарках та виставках однієї делегації, грн. | 36 083 | 36 083 | **-** | 31 420 | 31 420 | - | 33 320 | | 33 320 | - |
| **Завдання 3.2. *Залучення іноземних експертів для обміну досвідом, тис. грн.*** | ***62,1*** | ***62,1*** | ***-*** | ***311,9*** | ***311,9*** | ***-*** | ***329,5*** | | ***329,5*** |  |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на залучення іноземних експертів за програмами SES, SKEW-CIM, тис. грн. | 29,6 | 29,6 | **-** | 263,7 | 263,7 | - | 278,6 | | 278,6 | - |
| Обсяг видатків на проведення робочих зустрічей по обміну досвідом, тис. грн. | 32,5 | 32,5 |  | 32,4 | 32,4 | - | 34,2 | | 34,2 | - |
| Обсяг видатків на забезпечення навчальних візитів з обміну досвідом (депутати Сумської міської ради та члени виконавчого комітету Сумської міської ради, що не є посадовими особами виконавчих органів Сумської міської ради), тис. грн. | - | - | **-** | 15,8 | 15,8 | - | 16,7 | | 16,7 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість залучених іноземних експертів за програмами SES, SKEW-CIM, осіб | 2 | 2 | - | 3 | 3 | - | 3 | | 3 | - |
| Кількість проведених робочих зустрічей, од. | 3 | 3 | **-** | 2 | 2 | - | 2 | | 2 | - |
| Кількість здійснених навчальних візитів з обміну досвідом, од. | **-** | **-** | **-** | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на залучення одного іноземного експерта за програмами SES, SKEW-CIM, грн. | 14 800 | 14 800 | - | 87 900 | 87 900 | - | 92 900 | | 92 900 | - |
| Середні видатки на проведення однієї робочої зустрічі, грн. | 10 830 | 10 830 | **-** | 16 200 | 16 200 | - | 17 100 | | 17 100 | - |
| Середні видатки на забезпечення навчального візиту з обміну досвідом, грн. | - | - | **-** | 15 800 | 15 800 | - | 16 700 | | 16 700 | - |
| **Завдання 3.3*. Придбання іміджевої продукції з символікою міста Суми***,  ***тис . грн.*** | ***173,0*** | ***173,0*** | ***-*** | ***188,0*** | ***188,0*** | ***-*** | ***198,4*** | | ***198,4*** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на придбання іміджевої продукції з символікою міста Суми,тис. грн. | 173,0 | 173,0 | - | 188,0 | 188,0 | - | 198,4 | | 198,4 | ***-*** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість іміджевої продукції з символікою м. Суми, яку планується придбати, од. | 2 000 | 2 000 | **-** | 2 000 | 2 000 | - | 2 000 | | 2 000 | - |
| **Показник ефективності**: |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на придбання одиниці іміджевої продукції з символікою міста Суми, яку планується придбати, грн. | 86 | 86 | **-** | 94 | 94 | - | 99 | | 99 | - |
| **Завдання 3.4*. Заходи, пов’язані з підтримкою зв’язків з містами-партнерами та встановлення нових партнерських/дружніх відносин з містами зарубіжних країн, тис. грн.*** | ***130,0*** | ***130,0*** | ***-*** | ***404,8*** | ***404,8*** | ***-*** | ***427,8*** | | ***427,8*** | **-** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на відрядження офіційних делегацій від міста Суми до зарубіжних країн з метою встановлення нових партнерських/дружніх відносин, тис. грн. | - | - | - | 54,8 | 54,8 | - | 57,8 | | 57,8 | - |
| Обсяг видатків на організацію офіційного прийому іноземних делегацій із зарубіжних країн, що прибувають до міста Суми з метою встановлення та підтримки партнерських/дружніх відносин, тис. грн. | 10.0 | 10,0 | - | 100,0 | 100,0 | - | 105,7 | | 105,7 | **-** |
| Обсяг видатків на відрядження делегацій від міста Суми до міст-партнерів, тис.грн. | 120,0 | 120,0 | - | 250,0 | 250,0 | - | 264,3 | | 264,3 | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість відряджених делегацій від міста Суми до зарубіжних країн з метою встановлення нових партнерських/дружніх відносин, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість іноземних делегацій і з зарубіжних країн, що прибувають до міста Суми з метою встановлення та підтримки партнерських/дружніх відносин, од. | 1 | 1 | - | 2 | 2 | - | 2 | | 2 | - |
| Кількість делегацій від міста Суми, відряджених до міст-партнерів, од. | 4 | 4 | - | 6 | 6 | - | 6 | | 6 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на відрядження офіційної делегації від міста Суми до зарубіжних країн з метою встановлення нових партнерських/дружніх відносин, грн. | - | - | - | 54 800 | 54 800 | - | 57 800 | | 57 800 | - |
| Середні витрати на прийом однієї іноземної делегації, грн. | 10 000 | 10 000 | - | 50 000 | 50 000 | - | 52 850 | | 52 850 | - |
| Середні витрати на відрядження однієї делегації до міст-партнерів, грн. | 30 000 | 30 000 | - | 41 670 | 41 670 | - | 44 050 | | 44 050 | - |
| **Завдання 3.5*. Забезпечення проведення урочистих заходів в місті Суми,***  ***тис. грн.*** | **295,5** | **295,5** | **-** | **572,7** | **562,2** | **10,5** | **583,7** | | **583,7** | ***-*** |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на організацію прийому та перебування офіційних делегацій з нагоди проведення урочистих заходів в місті Суми, тис. грн. | 79,4 | 79,4 | - | 250,0 | 250,0 | - | 264,3 | | 264,3 | -- |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| Витрати на організацію проведення урочистих заходів з нагоди Дня Європи в місті Суми, тис. грн. | 33,7 | 33,7 | - | 36,6 | 36,6 | - | 38,6 | | 38,6 | - |
| Витрати на проведення урочистих заходів з нагоди Дня міста Суми, тис. грн. | 153,2 | 153,2 | - | 175,9 | 175,9 | - | 175,6 | | 175,6 | *-* |
| Витрати на проведення прес-турів для журналістів на період проведення міських святкувань, тис. грн. | 29,2 | 29,2 | - | 31,7 | 31,7 | - | 33,5 | | 33,5 | *-* |
| Витрати на організацію проведення форуму видавців, тис. грн. | - | - | - | 78,5 | 68,0 | 10,5 | 71,7 | | 71,7 | *-* |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість заходів з нагоди святкування Дня Європи в місті Суми, од. | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість заходів з нагоди Дня міста Суми, од. | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість форумів видавців, од. | - | - | **-** | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість делегацій з інших міст, що відвідають місто Суми, од. | 8 | 8 | **-** | 10 | 10 | - | 10 | | 10 |  |
| Кількість учасниківфоруму видавців, од. | 100 | 100 | **-** | 100 | 100 |  | 100 | | 100 | - |
| Кількість журналістів, що відвідають місто Суми, осіб | 10 | 10 | **-** | 10 | 10 | - | 10 | | 10 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на святкування Дня Європи в місті Суми, грн. | 33 700 | 33 700 | **-** | 36 600 | 36 600 | - | 38 600 | | 38 600 | - |
| Середні витрати на забезпечення організації 1 заходу з нагоди Дня міста Суми, грн. | 121 845 | 121 845 | **-** | 87 950 | 87 950 | - | 139 743 | | 139 743 | - |
| Середні витрати на прийом однієї іноземної делегації, що братиме участь в урочистих заходах з нагоди святкування Дня міста Суми, грн. | 9 925 | 9 925 | **-** | 25 000 | 25 000 | - | 26 430 | | 26 430 | - |
| Середні витрати на 1 учасника форуму, грн. | 314 | 314 | **-** | 785 | 680 | 105 | 717 | | 717 | - |
| Середні витрати на одного журналіста, що перебуватимуть в місті Суми, грн. | 2 920 | 2 920 | **-** | 3 170 | 3 170 | - | 3 350 | | 3 350 | **-** |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Відсоток збільшення кількості делегацій з інших міст, що відвідають місто Суми в порівнянні з попереднім роком, % | 2 | 2 | **-** | 2 | 2 | - | 3 | | 3 | - |
| **Завдання 3.6. *Організація доставки гуманітарної допомоги зі Швейцарії***  ***«Конвой», тис. грн.*** | **77,1** | **77,1** | **-** | **93,2** | **93,2** | **-** | **88,4** | | **88,4** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Витрати на організацію прийому гуманітарних місій, тис. грн. | 77,1 | 77,1 | - | 93,2 | 93,2 | - | 88,4 | | 88,4 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг гуманітарної допомоги, тис. грн. | 400,0 | 400,0 | - | 400,0 | 400,0 | - | 400,0 | | 400,0 | - |
| Кількість отриманих спеціалізованих транспортних засобів, од. |  |  |  |  |  |  |  | |  | ***-*** |
| Кількість членів делегації зі Швейцарії, що відвідають місто Суми, осіб | 26 | 26 | - | 36 | 36 | - | 26 | | 26 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні витрати на перебування 1 представника гуманітарної місії «Конвой» в місті Суми, грн. | 2 965 | 2 965 | - | 2 589 | 2 589 | - | 3 400 | | 3 400 | - |
| **Завдання 3.7*. Розширення співробітництва з містами України та зарубіжжя в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України», тис. грн.*** | ***45,0*** | ***45,0*** | ***-*** | ***57,9*** | ***57,9*** | ***-*** | ***51,7*** | | ***51,7*** | - |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Обсяг видатків на перебування експертів у м. Суми, тис. грн. | 28,5 | 28,5 | - | 37,7 | 37,7 | - | 33,0 | | 33,0 | - |
| Обсяг видатків на виготовлення презентаційного Х-банеру, тис. грн. | 1,5 | 1,5 | - | 1,5 | 1,5 | - | 1,5 | | 1,5 | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | | **9** | **10** |
| Обсяг видатків на відрядженняпредставників Виконавчого комітету Сумської міської ради , тис. грн. | 15,0 | 15,0 | - | 18,7 | 18,7 | - | 17,2 | | 17,2 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Кількість робочих зустрічей планується, од. | 3 | 3 | - | 1 | 1 | - | 3 | | 3 | - |
| Кількість іноземних експертів, які приймуть участь у робочій зустрічі, осіб | 6 | 6 |  | 6 | 6 | - | 6 | | 6 | - |
| Кількість презентаційних Х-банерів, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | | 1 | - |
| Кількість представників Виконавчого комітету Сумської міської ради, осіб | 2 | 2 | - | 2 | 2 | - | 2 | | 2 | - |
| Кількість відряджень, од. | 2 | 2 | - | 2 | 2 | - | 2 | | 2 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |
| Середні видатки на перебування 1 іноземного експерта, грн. | 1 583 | 1 583 | - | 6 284 | 6 284 | - | 1 833 | | 1 833 | - |
| Середня вартість виготовлення 1 банера, грн. | 1 500 | 1 500 | - | 1 500 | 1 500 | - | 1 500 | | 1 500 | - |
| Середні видатки на відрядження 1 особи, грн. | 3 750 | 3 750 | - | 4 675 | 4 675 | - | 4 221 | | 4 221 | - |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Никоненко В.В.