



894

проект
оприлюднено:
29.05.19

СУМСЬКА МІСЬКА РАДА
VII СКЛИКАННЯ __ СЕСІЯ
РІШЕННЯ

від 29 травня 2019 року № 145 - МР
м. Суми

Лорівн. табл. - 900 стор.

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» (зі змінами)

З метою розроблення та створення унікального бренду міста Суми, що сприятиме формуванню іміджу міста, як території, привабливої для туристів, інвесторів та жителів, керуючись статті 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 (зі змінами), а саме: викласти окремі завдання додатків 2, 3, 4 у новій редакції згідно з додатками 1, 2, 3 до цього рішення.

2. Організацію виконання даного рішення покласти на заступників міського голови згідно з розподілом обов'язків, контроль - на профільну постійну комісію Сумської міської ради.

Сумський міський голова

О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

Ініціатор розгляду питання - Сумський міський голова
Проект рішення підготовлено управлінням стратегічного розвитку міста
Доповідач: управління стратегічного розвитку міста

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 (зі змінами)»

від 29 травня 2019 року № ____-МР

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

№ з/п	Пріоритетні завдання	Заходи	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	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	2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган) 2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація 2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання 2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)	2019 – 2021 роки	Департамент фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради, виконавчий комітет Сумської міської ради (відділ бухгалтерського обліку та звітності, управління стратегічного розвитку міста), 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. 5. Розробка бренду міста

Сумський міський голова

Виконавець: Кубрак О.М.

О.М. Лисенко

895

Виконавець: Кубрак О.М.

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 (зі змінами)»

від 29 травня 2019 року № ____-МР

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

1	2	2019 рік (проект)		2020 рік (прогноз)		2021 рік (прогноз)		Відповідальні виконавці				
		Джерела фінансування	Обсяг витрат	Загальний фонд	Обсяг витрат	Загальний фонд	Обсяг витрат		Загальний фонд			
										у тому числі кошти міського бюджету	у тому числі кошти міського бюджету	у тому числі кошти міського бюджету
			3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Мета, завдання	Міський бюджет	9 057,1	8 846,1	211,0	8 775,0	8 573,9	201,1	9 306,8	9 094,6	212,2		
Всього на виконання Програми	Міський бюджет	9 057,1	8 846,1	211,0	8 775,0	8 573,9	201,1	9 306,8	9 094,6	212,2		
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	2 119,8	2 286,8	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	309,6	
2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган)	Міський бюджет	160,0	160,0	-	-	-	-	-	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради (відділ бухгалтерського обліку та звітності, управління стратегічного розвитку міста)
2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація	Міський бюджет	120,0	120,0	-	-	-	-	-	-	
2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання	Міський бюджет	68,0	68,0	-	-	-	-	-	-	
2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)	Міський бюджет	192,0	192,0	-	-	-	-	-	-	

Сумський міський голова
Лисенко

О.М.

Виконавець: Кубрак О.М.

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 (зі змінами)»

від 29 травня 2019 року № ____-МР

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

	2019 рік (проект)			2020 рік (прогноз)			2021 рік (прогноз)		
	Разом	в тому числі		Разом	в тому числі		Разом	в тому числі	
		Затягальний фонд	Спеціальний фонд		Затягальний фонд	Спеціальний фонд		Затягальний фонд	Спеціальний фонд
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Відповідальні виконавці, КТКВК/КПКВК, завдання програми, результативні показники	8 849,5	8638,5	211,0	8612,6	8411,5	201,1	9136,9	8924,7	212,2
Всього на виконання Програми, 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									
2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган)	160,0	160,0	-	-	-	-	-	-	-
2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація	120,0	120,0							
2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання	68,0	68,0							
2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фирмового стилю)	192,0	192,0							
Показник затрат:									
Обсяг видатків на розробку комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган);	160,0	160,0	-	-	-	-	-	-	-
Обсяг видатків на розробку візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація;	120,0	120,0	-	-	-	-	-	-	-
Обсяг видатків на розробку логотипу міста та правил його використання;	68,0	68,0	-	-	-	-	-	-	-

Обсяг видатків на розробку бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)	192,0	192,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Кількість розроблених документів, од.	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-
Кількість промоційних заходів, од.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Показник ефективності:										
Середня вартість розробки одного документу, грн.	136666,66	136666,66	-	-	-	-	-	-	-	-

Сумський міський голова

О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

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.

Обсяг коштів на 2019 рік	Чинна редакція		Обсяг коштів на 2019 рік	Запропоновані зміни		Додатковий обсяг коштів на 2019 рік
	Найменування завдань Підпрограми	Найменування завдань Підпрограми		Найменування завдань Підпрограми	Найменування завдань Підпрограми	
Підпрограма II. Формування позитивного сприйняття міста Суми						
	2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми					0
90,0	2.1.9. Забезпечення визначення промовистого логотипу міста та розробка брендбуку		160,0	2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренду міста (позиціонування, легенда, слоган)		+70,0
450,0	2.1.10. Розробка маркетингової стратегії міста Суми		120,0	2.1.10. Розробка візуальної концепції бренду міста – основна ідея бренду та її візуалізація		-330,0
150,0	- розробка програми маркетингового позиціонування міста;		0,0			-150,0
120,0	- розробка концепції бренду та дизайну бренду міста;		0,0			-120,0
140,0	- формування продуктів маркетингової комунікації для маркетингової стратегії міста;		0,0			-140,0
40,0	- проведення творчих дискусій для забезпечення сприйняття заданого іміджу міста цільовими групами та узагальнення результатів роботи над концепцією бренду міста		0,0			-40,0
			68,00	2.1.11. Розробка логотипу міста та правих його використання		+68,0
			192,0	2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)		+192,0