|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Проект  оприлюднено  « \_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2019 р. |

Сумська міська рада

VII СКЛИКАННЯ \_\_\_\_\_\_ СЕСІЯ

**РІШЕННЯ**

|  |
| --- |
| від 2019 року № -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, 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: | **26 554,0 тис. грн.,**  у т.ч. по роках:  2019 рік – 8 804,5, тис. грн.  2020 рік – 8 612,6, тис. грн.  2021 рік – 9 136,9 тис. грн. | » |
| 9.1. коштів міського бюджету | 26 554,0 тис. грн.,  у т.ч. по роках:  2019 рік – 8 804,5, 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);

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

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

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Кохан А.І.

Ініціатор розгляду питання - депутат Сумської міської ради Кубрак О.М.

Проект рішення підготовлений департаментом комунікацій та інформаційної політики

Доповідач – начальник відділу «Проектний офіс» Кубрак О.М.

#### 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 №

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:** | **8 804,5** | **8612,6** | **9136,9** | **26 554,0** |
| державний бюджет | - | - | - | **-** |
| обласний бюджет | - | - | - | **-** |
| міський бюджет | 8 804,5 | 8612,6 | 9136,9 | 26 554,0 |
| кошти небюджетних джерел | - | - | - | - |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

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 №

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

тис. грн.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **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. |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

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 №

**Перелік завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2016-2018 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** | **8 804,5** | **8593,5** | **211,0** | **8612,6** | **8411,5** | **201,1** | **9136,9** | **8924,7** | **212,2** |  | |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання**  **підпрограми 2, тис.грн.** | **Міський бюджет** | **2828,8** | **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 | **Міський бюджет** | **1160,1** | **1134,1** | **26,0** | **293,5** | **293,5** |  | **309,6** | **309,6** |  |  | |
| 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 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | |
| **-** 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 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  | |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

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 №

**Результативні показники виконання завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2016-2018 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.** | **8 804,5** | **8593,5** | **211,0** | **8612,6** | **8411,5** | **201,1** | **9136,9** | **8924,7** | **212,2** |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Всього на виконання підпрограми 2, тис. грн.** | **2828,8** | **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 | - | - | - | - | - | - | - |
| 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 | - | - | - | - | - | - | - |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 136666,66 | 136666,66 | - | - | - | - | - | - | - |
| Середня вартість проведення одного промоційного заходу, грн. | 40000,00 | 40000,00 | - | - | - | - | - | - | - |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

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 ІІ. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | |
| 710,1 | * 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* |