Додаток 2

до рішення Сумської міської ради “Про затвердження програми Сумської міської територіальної громади “Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади” на 2022-2024 роки

від року № \_\_\_\_

**Напрями діяльності, завдання та заходи програми**

**“Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади на 2022-2024 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 1. Розвиток туризму Сумської міської територіальної громади** |
| 1.1. | Покращення інформаційної доступності туристичної інфраструктури | 1.1.1 Встановлення доступних вуличних покажчиків 1.1.2. Встановлення доступних туристичних інформаційнихстел 1.1.3. Підтримка та переклад сайту “Відвідайте Суми” 1.1.4. Виготовлення туристичної карти міста 1.1.5. Виготовлення туристичного путівника міста 1.1.6. Підтримка проекту “Віртуальний гід з технологією доповненої реальності”1.1.7. Виготовлення інформаційно-туристичної продукції про місто Суми | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 291,4;2023 рік - 679,9;2024 рік - 802,4. | Забезпечено інформування туристів та мешканців про туристичні ресурси громади. |
| 1.2.  | Розвиток велоінфраструктури громади | 1.2.1. Встановлення велопарковок біля пам’яток архітектури | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 0,0;2023 рік - 35,2;2024 рік - 43,9. | Забезпечена зручна транспортна доступність . |
| 1.3. | Розширення співпраці з зацікавленими особами та партнерами | 1.3.1. Проведення тематичних заходів (круглих столів, навчання, форумів) для представників закладів сфери гостинності1.3.2. Співпраця із ЗВО за спеціальністю “Туризм”1.3.3. Створення асоціацій готельного та ресторанного бізнесу, туристичних операторів та агентів 1.3.4. Участь у туристичних виставках | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 83,8;2023 рік - 324,5;2024 рік - 373,3. | Розширено спектр туристичних та дотичних до даної галузі послуг. Створено платформу для комунікації між представниками сфери туризму.Підвищено ступінь залученості зацікавлених осіб до співпраці в сфері туризму; налагоджено постійну комунікацію між представниками сфери туризму; підвищено ефективність заходів від спільних дій; підвищено мотивацію серед представників закладів сфери гостинності. |
| 1.4.  | Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності | 1.4.1. Реалізація культурно-промоційних проектів1.4.2. Проведення культурно-промоційних заходів | 2022 – 2024 роки | КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 586,3;2023 рік - 1047,2;2024 рік - 1295,3. | Підвищено культурний рівень жителів міста, збільшено кількість залучених відвідувачів заходів міста. |
| 1.5.  | Впровадження та відстеження рівня обслуговування закладів сфери гостинності за рівнем оцінки лояльності клієнтів (індекс NPS) до рівня 8.0  | 1.5.1.Проведення серії семінарів щодо покращення рівня обслуговування персоналу сфери гостинності1.5.2. Впровадження «Школи амбасадорів» для персоналу сфери гостинності  | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 0,0;2023 рік - 172,0;2024 рік - 197,8. | Підвищено якість та рівень обслуговування з боку персоналу сфери гостинності. Поширено знання про історію міста, цікаві аспекти культурного життя для представників сфери гостинності шляхом навчання в школі амбасадорів, у рамках спеціалізованих тренінгів та семінарів. |
| **Підпрограма 2. Впровадження маркетингової політики Сумської міської територіальної громади** |
| 2.1. | Підвищення рівня впізнаваності бренду міста Суми  | 2.1.1. Створення інформаційної кампанії з метою промоції бренду серед мешканців міста2.2.1. Виготовлення брендованої сувенірної продукції2.2.3. Створення відео контенту про туристичну привабливість міста Суми2.2.4. Створення фото контенту туристично привабливих місць та подій міста Суми2.2.5. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації2.2.6. Співпраця з блогерами (лідерами думок)2.2.7. Розробка та виготовлення брендованої поліграфічної продукції «Стратегії розвитку міста до 2030 року» англійською мовою | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 376,3;2023 рік - 797,6;2024 рік - 954,8. | Популяризовано бренд міста, підвищено його впізнаваність та лояльність до нього серед жителів та гостей міста. |
| 2.2. | Брендування міського простору | 2.2.1. Створення фотозон 2.2.2. Створення забрендованих скульптур для парків міста 2.2.3. Створення муралів 2.2.4. Брендування території міста (схеми транспорту та зупинок, лавочки) | 2022 – 2024 роки | Департамент інфраструктури містаУправління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності, КУ “Агенція промоції “Суми” СМР | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022 рік - 0,0;2023 рік - 906,9;2024 рік - 917,2. | Створено культурно-естетичне середовище міського простору. Підвищено туристичну привабливість міста щляхом створення арт - об'єктів, художнього оформлення міських зон відпочинку.  |
| 2.3. | Розробка методик та регламентів управління міськими заходами у відповідності до міжнародних стандартів ISO  | 2.3.1. Розробка та впровадження регламентів та методик управління міськими заходами | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста | Бюджет Сумської міської територіальної громади | Не потребує коштів | Підвищено якість та рівень обслуговування з боку персоналу сфери гостинності. |
| 2.4. | Проведення досліджень  | 2.4.1. Проведення моніторингу зовнішніх конкурентів міста2.4.2. Моніторинг та аналіз відгуків мешканців та туристів  | 2022 – 2024 роки | Управління стратегічного розвитку міста | Бюджет Сумської міської територіальної громади | 2022рік - 120,0;2023 рік - 160,0;2024 рік - 200,0. | Проаналізовано стан туризму міста та механізми місцевого регулювання туристичної сфери, сформовано пропозиції щодо шляхів подальшого розвитку туризму у громаді. Проведено аналіз пропозицій, попиту та потреб внутрішнього та зовнішнього туриста.  |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

Додаток 3

до рішення Сумської міської ради “Про затвердження програми Сумської міської територіальної громади “Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади” на 2022-2024 роки

від року № \_\_\_\_

**Перелік завдань програми «Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади» на 2022-2024 роки**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мета, завдання** | **Джерела фінансу-вання** | **2022 рік (план)** | **2023 рік (план)** | **2024 рік (план)** | **Відповідальні виконавці** |
| **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** |
| **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** | **Бюджет****СМТГ** | **1457,8** | **1457,8** | **-** | **4123,3** | **4123,3** | **-** | **4784,7** | **4784,7** | **-** |  |
| **Мета програми:** покращення економічних показників Сумської міської територіальної громади за рахунок забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, підвищення її частки в показниках економічного розвитку, збільшення частки в’їзного туризму, покращення іміджу Сумської міської територіальної громади на всеукраїнському і міжнародному ринках. |
| **Підпрограма 1. Розвиток туризму Сумської міської територіальної громади** **Мета:** Забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, підвищення її частки в показниках економічного розвитку, збільшення частки в’їзного туризму, покращення іміджу Сумської міської територіальної громади на всеукраїнському і міжнародному ринках. |
| **Всього на виконання****підпрограми 1, тис.грн.** | **Бюджет СМТГ** | **961,5** | **961,5** | **-** | **2258,8** | **2258,8** | **-** | **2712,7** | **2712,7** | **-** |  |
| **КПКВК 0217622 «Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів»** |
| **Завдання 1.1. Покращення доступності туристичної інфраструктури** | **Бюджет СМТГ** | **291,4** | **291,4** | **-** | **679,9** | **679,9** | **-** | **802,4** | **802,4** | **-** |  |
| 1.1.1 Встановлення доступних вуличних покажчиків  | Бюджет СМТГ  | - | - | - | 140,5 | 140,5 | - | 173,9 | 173,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста), КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.1.2.Встановлення доступних туристичних інформаційнихстел  | Бюджет СМТГ  | - | - | - | 126,5 | 126,5 | - | 153,8 | 153,8 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста), КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.1.3.Підтримка та переклад сайту “Відвідайте Суми”  |  Бюджет СМТГ | 6,0 | 6,0 | - | 41,7 | 41,7 | - | 47,9 | 47,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 1.1.4.Виготовлення туристичної карти міста  | Бюджет СМТГ  | 50,0 | 50,0 | - | 90,0 | 90,0 | - | 103,5 | 103,5 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.1.5.Виготовлення туристичного путівника міста  | Бюджет СМТГ  | 73,3 | 73,3 | - | 84,3 | 84,3 | - | 96,9 | 96,9 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.1.6. Підтримка проекту “Віртуальний гід з технологією доповненої реальності” |  Бюджет СМТГ | 60,0 | 60,0 | - | 79,4 | 79,4 | - | 91,3 | 91,3 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.1.7. Виготовлення інформаційно-туристичної продукції про місто Суми |  Бюджет СМТГ | 102,1 | 102,1 | - | 117,5 | 117,5 | - | 135,1 | 135,1 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| **Завдання 1.2. Розвиток велоінфраструктури громади** |  **Бюджет СМТГ** | **-** | **-** | **-** | **35,2** | **35,2** | **-** | **43,9** | **43,9** | **-** |  |
| 1.2.1. Встановлення велопарковок біля пам’яток архітектури |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 35,2 | 35,2 | - | 43,9 | 43,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста), КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| **Завдання 1.3. Розширення співпраці з зацікавленими особами та партнерами** |  **Бюджет СМТГ** | **83,8** | **83,8** | **-** | **324,5** | **324,5** | **-** | **373,3** | **373,3** | **-** |  |
| 1.3.1.Проведення тематичних заходів (круглих столів, навчання, форумів) для представників закладів сфери гостинності |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 152,1 | 152,1 | - | 174,9 | 174,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 1.3.2.Співпраця з закладами вищої освіти за спеціальністю “Туризм” |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 76,0 | 76,0 | - | 87,5 | 87,5 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 1.3.3. Створення асоціацій готельного та ресторанного бізнесу, туристичних операторів та агентів  |  Бюджет СМТГ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста) |
| 1.3.4. Участь в туристичних виставках |  Бюджет СМТГ | 83,8 | 83,8 | - | 96,4 | 96,4 | - | 110,9 | 110,9 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| **КПКВК 0214081 «Забезпечення діяльності інших закладів культури і мистецтва»** |
| **Завдання 1.4. Забезпечення здійснення культурно-****промоційної діяльності** | **Бюджет СМТГ** | **586,3** | **586,3** | **-** | **1047,2** | **1047,2** | **-** | **1295,3** | **1295,3** | **-** |  |
| 1.4.1. Реалізація культурно-промоційних проектів | Бюджет СМТГ | 444,5 | 444,5 | - | 601,4 | 601,4 | - | 782,6 | 782,6 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 1.4.2. Проведення культурно-промоційних заходів | Бюджет СМТГ | 141,8 | 141,8 | - | 445,8 | 445,8 | - | 512,7 | 512,7 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| **КПКВК 0217622 «Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів»** |
| **Завдання 1.5. Впровадження та відстеження рівня обслуговування закладів сфери гостинності за рівнем оцінки лояльності клієнтів (індекс NPS) до рівня 8.0** |  **Бюджет СМТГ** | **-** | **-** | **-** | **172,0** | **172,0** | - | **197,8** | **197,8** | - |  |
| 1.5.1.Проведення серії семінарів щодо покращення рівня обслуговування персоналу сфери гостинності | Бюджет СМТГ | - | - | - | 86,0 | 86,0 | - | 98,9 | 98,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 1.5.2.Впровадження «Школа амбасадорів» для персоналу сфери гостинності  |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 86,0 | 86,0 | - | 98,9 | 98,9 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| **Підпрограма 2. Впровадження маркетингової політики Сумської міської територіальної громади****Мета:** зміцнення позитивного іміджу міста, шляхом просування бренду міста Суми та впровадження методик управління  |
| **Всього на виконання****підпрограми 2, тис.грн.** | **Бюджет СМТГ** | **496,3** | **496,3** | - | **1864,5** | **1864,5** | **-** | **2072,0** | **2072,0** | **-** |  |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов'язані з економічною діяльністю»** |
| **Завдання 2.1. Підвищення впізнаваності бренду міста**  | **Бюджет СМТГ** | **376,3** | **376,3** | **-** | **797,6** | **797,6** | **-** | **954,8** | **954,8** | **-** |  |
| 2.1.1. Створення інформаційної кампанію з метою промоції бренду серед мешканців міста |  Бюджет СМТГ | - | - |  - | 259,2 | 259,2 |  - | 298,1 | 298,1 | -  | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.1.2.Виготовлення брендованої сувенірної продукції  | Бюджет СМТГ | 100,0 | 100,0 | - | 150,0 | 150,0 | - | 170,0 | 170,0 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 2.1.3. Створення відео контенту про туристичну привабливість міста Суми |  Бюджет СМТГ | 50,0 | 50,0 | - | 100,0 | 100,0 | - | 115,0 | 115,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.1.4.Створення фото контенту туристично привабливих місць та подій міста Суми |  Бюджет СМТГ | 28,8 | 28,8 | - | 33,1 | 33,1 | - | 38,0 | 38,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.1.5. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації |  Бюджет СМТГ | 182,5 | 182,5 | - | 200,00 | 200,0 | - | 270,0 | 270,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.1.6. Співпраця з блогерами (лідерами думок) |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 38,0 | 38,0 | - | 43,7 | 43,7 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.1.7.Розробка та виготовлення брендованої поліграфічної продукції «Стратегії розвитку міста до 2030 року» англійською мовою | Бюджет СМТГ | 15,0 | 15,0 | - | 17,3 | 17,3 | - | 20,0 | 20,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| **Завдання 2.2. Брендування міського простору** | **Бюджет СМТГ**  | **-** | **-** | **-** | **906,9** | **906,9** | **-** | **917,2** | **917,2** | **-** |  |
| 2.2.1. Створення фотозон |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 224,4 | 224,4 | - | 264,5 | 264,5 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.2.2. Створення забрендованих скульптур для парків міста  |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 115,0 | 115,0 | - | - | - | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.2.3.Створення муралів  |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 73,0 | 73,0 | - | 84,0 | 84,0 | - | КУ “Агенція промоції міста “Суми” |
| 2.2.4. Брендування території міста (схеми транспорту та зупинок, лавочки) |  Бюджет СМТГ | - | - | - | 494,5 | 494,5 | - | 568,7 | 568,7 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, департамент інфраструктури міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| **Завдання 2.3 Розробка методик та регламентів управління міськими заходами у відповідності до міжнародних стандартів ISO** |  **Бюджет СМТГ** | - | - | - | - | - | - | - | - | - |  |
| 2.3.1. Розробка та впровадження регламентів та методик управління міськими заходами | Бюджет СМТГ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста) |
| **Завдання 2.4. Проведення досліджень**  | **Бюджет СМТГ** | **120,0** | **120,0** | **-** | **160,0** | **160,0** | **-** | **200,0** | **200,0** | **-** |  |
| 2.4.1. Проведення моніторингу зовнішніх конкурентів міста  | Бюджет СМТГ | 80,0 | 80,0 | - | 100,0 | 100,0 | - | 120,0 | 120,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |
| 2.4.2. Моніторинг та аналіз відгуків мешканців туристів  | Бюджет СМТГ  | 40, 0 | 40,0 | - | 60,0 | 60,0 | - | 80,0 | 80,0 | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності) |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

Додаток 4

до рішення Сумської міської ради “Про затвердження програми Сумської міської територіальної громади “Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади” на 2022-2024 роки

від року № \_\_\_\_

**Результативні показники виконання завдань міської**

 **Програми «Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади» на 2022-2024 роки**

тис. грн.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Відповідальні виконавці, КПКВК, завдання програми, результативні показники** | **2022 рік (план)** | **2023 рік (план)** | **2024 рік (план)** |
| **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти бюджету СМТГ** |
|  | **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** | **1457,8** | **1457,8** | **-** | **4123,3** | **4123,3** | **-** | **4784,7** | **4784,7** | **-** |
| **Мета програми:** покращення економічних показників Сумської міської територіальної громади за рахунок забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, підвищення її частки в показниках економічного розвитку, збільшення частки в’їзного туризму, покращення іміджу Сумської міської територіальної громади на всеукраїнському і міжнародному ринках. |
| **Підпрограма 1 (напрям діяльності). Розвиток туризму Сумської міської територіальної громади****Мета:** Забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, підвищення її частки в показниках економічного розвитку, збільшення частки в’їзного туризму, покращення іміджу Сумської міської територіальної громади на всеукраїнському і міжнародному ринках. |
| **Всього на виконання****підпрограми 1, тис.грн.** | **961,5** | **961,5** | **-** | **2258,8** | **2258,8** | **-** | **2712,7** | **2712,7** | **-** |
| **Відповідальний виконавець: виконавчий комітет та структурні підрозділи Сумської міської ради, КУ “Агенція промоції “Суми”** |
| **КПКВК 0217622 «Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів»** |
| **Завдання 1.1. Покращення інформаційної доступності туристичної інфраструктури, тис. грн** | **291,4** | **291,4** | **-** | **679,9** | **679,9** | **-** | **802,4** | **802,4** | **-** |
| **1.1.1.Встановлення доступних вуличних покажчиків, тис. грн**  | **-** | **-** | **-** | **140,5** | **140,5** | **-** | **173,9** | **173,9** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на закупівлю доступних вуличних покажчиків, тис. грн | - | - | - | 140,5 | 140,5 | - | 173,9 | 173,9 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість закуплених доступних вуличних покажчиків, од. | - | - | - | 5 | 5 | - | 5 | 5 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на закупівлю одного доступного вуличного покажчика, грн | - | - | - | 28 100 | 28 100 | - | 34 780 | 34 780 | - |
| **1.1.2. Встановлення доступних туристичних інформаційних****стел, тис. грн**  | **-** | **-** | **-** | **126,5** | **126,5** | **-** | **153,8** | **153,8** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на встановлення доступних туристичних інформаційнихстел, тис. грн | - | - | - | 126,5 | 126,5 | - | 153,8 | 153,8 | - |
| **Показник продукту**: |
| Кількість встановлених доступних туристичних інформаційнихстел, од. | - | - | - | 3 | 3 | - | 3 | 3 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на встановлення доступних туристичних інформаційнихстел, грн | - | - | - | 42 167 | 42 167 | - | 51 267 | 51 266 | - |
| **1.1.3. Підтримка та переклад сайту “Відвідайте Суми”, тис. грн** | **6,0** | **6,0** | **-** | **41,7** | **41,7** | **-** | **47,9** | **47,9** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на забезпечення підтримки роботи сайту “Відвідайте Суми”, тис. грн | 6,0 | 6,0 | - | 7,3 | 7,3 | - | 8,4 | 8,4 | - |
| Обсяг витрат переклад сайту “Відвідайте Суми” (іспанською та китайською мовою), тис. грн | - | - | - | 34,4 | 34,4 | - | 39,5 | 39,5 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість сайтів, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Кількість мов перекладу, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на забезпечення підтримки роботи сайту, грн. | 6000 | 6000 | - | 7 300 | 7 300 | - | 8 400 | 8 400 | - |
| Середні витрати на оплату послуги перекладу на одну мову, грн. | - | - | - | 34 400 | 34 400 | - | 39 500 | 39 500 | - |
| **Показник якості:**  |
| Відсоток збільшення популярності порталу відносно попереднього року, % | 20 | 20 | - | 25 | 25 | - | 30 | 30 | - |
| **1.1.4. Виготовлення туристичної карти міста, тис. грн**  | **50,0** | **50,0** | **-** | **90,0** | **90,0** | **-** | **103,5** | **103,5** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат друк туристичної карти міста (українська та англійська мови), тис. грн | 50,0 | 50,0 | - | 90,0 | 90,0 | - | 103,5 | 103,5 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість примірників туристичної карти міста, од. | 13000 | 13000 | - | 13000 | 13000 | - | 13000 | 13000 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на виготовлення одного примірника, грн. | 4 | 4 | - | 7 | 7 | - | 8 | 8 | - |
| **1.1.5. Виготовлення туристичного путівника міста** | 73,3 | 73,3 | - | 84,3 | 84,3 | - | 96,9 | 96,9 | - |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат виготовлення туристичного путівника міста (українська та англійська мови), тис. грн | 73,3 | 73,3 | - | 84,3 | 84,3 | - | 96,9 | 96,9 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість примірників туристичного путівника міста, од,  | 2000 | 2000 | - | 2200 | 2200 | - | 2500 | 2500 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на виготовлення одного примірника, грн. | 37 | 37 | - | 38 | 38 | - | 39 | 39 | - |
| **1.1.6. Підтримка проекту “Віртуальний гід з технологією доповненої реальності”** | **60,0** | **60,0** | **-** | **79,4** | **79,4** | **-** | **91,3** | **91,3** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на обслуговування та підтримку локацій проекту “Віртуальний гід з технологією доповненої реальності” тис. грн | 60,0 | 60,0 | - | 79,4 | 79,4 | - | 91,3 | 91,3 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість локацій з встановленими табличками, од. | 47 | 47 | - | 47 | 47 | - | 47 | 47 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на підтримку однієї локації, грн. | 1276 | 1276 | - | 1689 | 1689 | - | 1943 | 1943 | - |
| **Показник якості:**  |
| Кількість скачувань застосунку, разів  | 2000 | 2000 | - | 2300 | 2300 | - | 2500 | 2500 | - |
| **1.1.7. Виготовлення інформаційно-туристичної продукція про місто Суми** | 102,1 | 102,1 | - | 117,5 | 117,5 | - | 135,1 | 135,1 | - |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат, тис. грн | 102,1 | 102,1 | - | 117,5 | 117,5 | - | 135,1 | 135,1 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість інформаційно-туристичної продукції, од. | 2 100 | 2 100 | - | 2 200 | 2 200 | - | 2 400 | 2 400 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на виготовлення інформаційно-туристичної продукції, грн | 49 | 49 | - | 53 | 53 | - | 56 | 56 | - |
| **Завдання 1.2. Розвиток велоінфраструктури громади** | **-** | **-** | **-** | **35,2** | **35,2** | **-** | **43,9** | **43,9** | **-** |
| **1.2.1. Встановлення велопарковок пам’яток архітектури, тис. грн** | **-** | **-** | **-** | **35,2** | **35,2** | **-** | **43,9** | **43,9** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат для встановлення велопарковок біля пам’яток архітектури, тис. грн | - | - | - | 23,8 | 23,8 | - | 27,4 | 27,4 | - |
| Обсяг витрат для обслуговування та підтримку велопарковок біля пам’яток архітектури, тис. грн | - | - | - | 11,4 | 11,4 | - | 16,5 | 16,5 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість встановлених велопарковок біля пам’яток архітектури, од. | - | - | - | 6 | 6 | - | 6 | 6 | - |
| Кількість велопарковок біля пам’яток архітектури, які обслуговуються та підтримуються од. | - | - | - | 18 | 18 | - | 24 | 24 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на встановлення велопарковок біля пам’яток архітектури, грн | - | - | - | 3 967 | 3 967 | - | 4 567 | 4 567 | - |
| Середні втрати на обслуговування та підтримку велопарковок біля пам’яток архітектури, грн | - |  - | - | 633 | 633 | - | 688 | 688 | - |
| **Завдання 1.3. Розширення співпраці з зацікавленими особами та партнерами**  | **83,8** | **83,8** | **-** | **324,5** | **324,5** | **-** | **373,3** | **373,3** | **-** |
| **1.3.1. Проведення тематичних заходів (круглих столів, навчання, форумів) для представників закладів сфери гостинності** | **-** | **-** | **-** | **152,1** | **152,1** | **-** | **174,9** | **174,9** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на проведення заходів, тис. грн | - | - | - | 152,1 | 152,1 | - | 174,9 | 174,9 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість заходів, од. | - | - | - | 4 | 4 | - | 4 | 4 | - |
| Кількість учасників, ос. | - | - | - | 50 | 50 | - | 50 | 50 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на один захід, грн | - | - | - | 38025 | 38025 | - | 43725 | 43725 | - |
| Середні витрати на учасника, грн | - | - | - | 3042 | 3042 | - | 3498 | 3498 | - |
| **Показник якості:**  |
| Кількість спільних проєктів, одиниць  | - | - | - | 4 | 4 | - | 5 | 5 | - |
| **1.3.2. Співпраця з закладами вищої освіти за спеціальністю “Туризм”** | **-** | **-** | **-** | **76,0** | **76,0** | **-** | **87,5** | **87,5** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на проведення заходів, тис. грн | - | - | - | 76,0 | 76,0 | - | 87,5 | 87,5 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість заходів, од. | - | - | - | 4 | 4 | - | 4 | 4 | - |
| Кількість учасників, ос. | - | - | - | 50 | 50 | - | 50 | 50 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на один захід, грн | - | - | - | 19000 | 19000 | - | 21875 | 21875 | - |
| Середні витрати на учасника, грн | - | - | - | 1520 | 1520 | - | 1750 | 1750 | - |
| **Показник якості:**  |
| Кількість спільних проєктів, одиниць  | - | - | - | 4 | 4 | - | 5 | 5 | - |
| **Завдання 1.3.4. Участь в туристичних виставках** | **83,8** | **83,8** | **-** | **96,4** | **96,4** | **-** | **110,9** | **110,9** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на організаційно-технічну підготовку, тис. грн | 83,8 | 83,8 | - | 96,4 | 96,4 | - | 110,9 | 110,9 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість виставок, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на одну виставку, грн | 83 800 | 83 800 | - | 96 400 | 96 400 | - | 110 900 | 110 900 | - |
| **Показник якості:**  |
| Кількість партнерів для реалізації спільних проєктів, одиниць | 5 | 5 | - | 7 | 7 | - | 9 | 9 | - |
| **КПКВК 0214081 «Забезпечення діяльності інших закладів культури і мистецтва»** |
| **Завдання 1.4. Забезпечення здійснення культурно-****промоційної діяльності** | **586,3** | **586,3** | **-** | **1047,2** | **1047,2** | **-** | **1295,3** | **1295,3** | **-** |
| **1.4.1. Реалізація культурно-промоційних проектів** | **444,5** | **444,5** | **-** | **601,4** | **601,4** | **-** | **782,6** | **782,6** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг видатків на реалізацію культурно-промоційних проектів, тис. грн. | 444,5 | 444,5 | - | 601,4 | 601,4 | - | 782,6 | 782,6 | - |
| Кількість установ, од. | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | **-** | 1 | 1 | **-** |
| **Показник продукту:** |
| Кількість культурно-промоційних проектів, од. | 5 | 5 | **-** | 6 | 6 | **-** | 7 | 7 | **-** |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного проекту, грн | 88 900 | 88 900 | **-** | 100 233 | 100 233 | **-** | 111 800 | 111 800 | **-** |
| **Показник якості:**  |
| Динаміка збільшення кількості учасників культурно-промоційних проектів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, % | 125 | 125 | **-** | 100 | 100 | **-** | 100 | 100 | **-** |
| **1.4.2. Проведення культурно-промоційних заходів** | **141,8** | **141,8** | **-** | **445,8** | **445,8** | **-** | **512,7** | **512,7** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на реалізацію культурно-промоційних заходів, тис. грн | **141,8** | **141,8** | **-** | **445,8** | **445,8** | **-** | **512,7** | **512,7** | **-** |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість культурно-промоційних заходів, од. | 44 | 44 | - | 44 | 44 | - | 44 | 44 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на реалізацію одного культурно-промоційного заходу, грн | 3223 | 3223 | - | 10 132  | 10 132 | - | 11 652 | 11 652 | - |
| **Показник якості:**  |
| Динаміка збільшення кількості учасників інших культурно-промоційних заходів у плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, % | 100 | 100 | - | 105 | 105 | - | 104 | 104 | - |
| **КПКВК 0217622 «Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів»** |
| **Завдання 1.5. Впровадження та відстеження рівня обслуговування закладів сфери гостинності за рівнем оцінки лояльності клієнтів (індекс NPS) до рівня 8.0** | **-** | **-** | **-** | **172,0** | **172,0** | - | **197,8** | **197,8** | - |
| **1.5.1. Проведення серії семінарів щодо покращення рівня обслуговування персоналу сфери гостинності** | **-** | **-** | **-** | **86,0** | **86,0** | **-** | **98,9** | **98,9** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на проведення серії семінарів щодо покращення рівня обслуговування персоналу сфери гостинності, тис. грн | **-** | **-** | - | 86,0 | 86,0 | - | 98,9 | 98,9 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість заходів, од.  | - | - | **-** | **4** | **4** | **-** | **4** | **4** | **-** |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на проведення заходу, грн | - | - | **-** | 21 500 | 21 500 | - | 24 725 | 24 725 | - |
| **1.5.2. Впровадження «Школи амбасадорів» для персоналу сфери гостинності**  | **-** | **-** | **-** | **86,0** | **86,0** | **-** | **98,9** | **98,9** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат, тис. грн | - | - | - | 86,0 | 86,0 | - | 98,9 | 98,9 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість заходів, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Кількість учасників, од. | - | - | - | 150 | 150 | - | 150 | 150 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на проведення заходу, грн | - | - | - | 86 000 | 86 000 | - | 98 900 | 98 900 | - |
| Середні витрати на учасника, грн | - | - | - | 573 | 573 | - | 659 | 659 | - |
| **Підпрограма 2 (напрям діяльності). Розвиток маркетингової політики Сумської міської територіальної громади.** **Мета:** зміцнення позитивного іміджу міста, шляхом просування бренду міста Суми та впровадження методик управління  |
| **Всього на виконання****підпрограми 2, тис.грн.** | **496,3** | **496,3** | - | **1864,5** | **1864,5** | **-** | **2072,0** | **2072,0** | **-** |
| **Відповідальний виконавець: виконавчий комітет та структурні підрозділи Сумської міської ради, КУ “Агенція промоції “Суми”** |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** |
| **Завдання 2.1. Підвищення рівня впізнаваності бренду міста**  | **376,3** | **376,3** | **-** | **797,6** | **797,6** | **-** | **954,8** | **954,8** | **-** |
| **2.1.1. Створити інформаційну кампанію з метою промоції бренду серед мешканців міста** | **-** | **-** |  **-** | **259,2** | **259,2** |  **-** | **298,1** | **298,1** | **-**  |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на розробку медіа контенту, тис. грн | - | - | - | 127,0 | 127,0 | - | 146,0 | 146,0 | - |
| Обсяг витрат на розробку інформаційної кампанії, тис. грн | - | - | - | 132,2 | 132,2 | - | 152,1 | 152,1 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість медіа планів, од | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| Кількість інформаційних кампаній, од | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на розробку медіа плану, грн | - | - | - | 127 000 | 127 000 | - | 146 000 | 146 000 | - |
| Середні витрати на розробку інформаційної кампанії, грн | - | - | - | 132 300 | 132 300 | - | 152 100 | 152 100 | - |
| **Показник якості:**  |
| Збільшення рівня впізнаваності бренду, % | - | - | - | 20 | 20 | - | 25 | 25 | - |
| **2.1.2. Виготовлення брендованої сувенірної продукції** | 100,0 | 100,0 | - | 150,0 | 150,0 | - | 170,0 | 170,0 | - |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на виготовлення брендованої сувенірної продукції, тис. грн | 100,0 | 100,0 | - | 150,0 | 150,0 | - | 170,0 | 170,0 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість брендованої сувенірної продукції, од. | 1 860 | 1 860 | - | 2 600 | 2 600 | - | 2 800 | 2 800 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на виготовлення брендованої сувенірної продукції, грн | 54 | 54 | - | 58 | 58 | - | 61 | 61 | - |
| **Показник якості:**  |
| Збільшення рівня впізнаваності бренду, % | 15 | 15 | - | 20 | 20 | - | 25 | 25 | - |
| **2.1.3. Створення відео контенту про туристичну привабливість міста Суми** | **50,0** | **50,0** | **-** | **100,0** | **100,0** | **-** | **115,0** | **115,0** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на створення відео контенту про туристичну привабливість міста Суми,тис. грн | 50,0 | 50,0 | - | 100,0 | 100,0 | - | 115,0 | 115,0 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість відеороликів, од. | 1 | 1 | - | 2 | 2 | - | 2 | 2 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на виготовлення одного відеоролика (1,5 хв.), грн. | 50 000 | 50 000 | - | 50 000 | 50 000 | - | 57 500 | 57 500 | - |
| **Показник якості:**  |
| Підвищення лояльності до міста, % | 70 | 70 | - | 80 | 80 | - | 90 | 90 | - |
| **2.1.4. Створення фото контенту туристично привабливих місць та подій міста Суми, тис. грн** | **28,8** | **28,8** | **-** | **33,1** | **33,1** | **-** | **38,0** | **38,0** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на фото для наповнення фотобанку, тис. грн | 28, 8 | 28, 8 | - | 33,1 | 33,1 | - | 38,0 | 38,0 | - |
| **Показник продукту:**  |  |  |  |
| Кількість фото для наповнення фотобанку, од. | 1000 | 1000 | - | 1000 | 1000 | - | 1000 | 1000 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на створення фото, грн | 29 | 29 | - | 33 | 33 | - | 38 | 38 | - |
| **Показник якості:**  |
| Підвищення лояльності до міста, % | 70 | 70 | - | 80 | 80 | - | 90 | 90 | - |
| **2.1.5. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації** | 182,5 | 182,5 | - | 200,00 | 200,0 | - | 270,0 | 270,0 | - |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на розміщення реклами в соціальних мережах, тис. грн  | 91,2 | 91,2 | - | 100,0  | 100,0 | - | 135,0 | 135,0 | - |
| Обсяг витрат на розміщення реклами в пошукових системах, тис. грн | 91,3 | 91,3 | - | 100,0  | 100,0 | - | 135,0 | 135,0 | - |
| **Показник продукту:**  |
| Кількість днів розміщення реклами в соціальних мережах, од. | 365 | 365 | - | 365 | 365 | - | 365 | 365 | - |
| Кількість днів розміщення реклами в пошукових системах, од. | 365 | 365 | - | 365 | 365 | - | 365 | 365 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на розміщення реклами в соціальних мережах, грн  | 250 | 250 | - | 274 | 274 | - | 370 | 370 | - |
| Середні витрати на розміщення реклами в пошукових системах, тис. грн | 250 | 250 | - | 274 | 274 | - | 370 | 370 | - |
| **Показник якості:**  |
| Підвищення лояльності до міста, % | 70 | 70 | - | 80 | 80 | - | 90 | 90 | - |
| **2.1.6. Співпраця з блогерами (лідерами думок)** | **-** | **-** | **-** | **38,0** | **38,0** | **-** | **43,7** | **43,7** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на співпрацю з блогерами, тис. грн | - | - | - | 38,0 | 38,0 | - | 43,7 | 43,7 | - |
| **Показник якості:** |
| Кількість блогерів, од. | - | - | - | 15 | 15 | - | 15 | 15 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на співпрацю з одним блогером, грн | - | - | - | 2 533 | 2 533 | - | 2 913 | 2 913 | - |
| **Показник якості:**  |
| Підвищення лояльності до міста, % | - | - | - | 80 | 80 | - | 90 | 90 | - |
| **2.1.7.Розробка та виготовлення брендованої поліграфічної продукції «Стратегії розвитку міста до 2030 року» англійською мовою, тис. грн.** | **15,0** | **15,0** | **-** | **17,3** | **17,3** | **-** | **20,0** | **20,0** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг видатків на виготовлення брендованої поліграфічної продукції «Стратегії розвитку міста до 2030 року» англійською мовою, тис. грн. | 15,0 | 15,0 | - | 17,3 | 17,3 | - | 20,0 | 20,0 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість брошур, од. | 100 | 100 | - | 100 | 100 | - | 100 | 100 | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |
| Середня вартість 1 брошури, грн. | 150 | 150 | - | 173  | 173 | - | 200 | 200 | - |
| **Завдання 2.2. Брендування міського простору** | **-** | **-** | **-** | **906,9** | **906,9** | **-** | **917,2** | **917,2** | **-** |
| **2.2.1. Створення фотозон** | **-** | **-** | **-** | **224,4** | **224,4** | **-** | **264,5** | **264,5** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на виготовлення фотозони, тис. грн | **-** | **-** | **-** | 224,4 | 224,4 | - | 264,5 | 264,5 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість фотозон, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на встановлення фотозони, грн  | **-** | **-** | **-** | **224 400** | **224 400** | **-** | 264 500 | 264 500 | **-** |
| **2.2.2. Створення забрендованих скульптур для парків міста** | **-** | **-** | **-** | **115,0** | **115,0** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на виготовлення скульптур, тис. грн  | - | - | - | 115,0 | 115,0 | - | - | - | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість скульптур, од.  | - | - | - | 10 | 10 | - | - | - | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на встановлення скульптури, грн | - | - | - | 11 500 | 11 500 | - | - | - | - |
| **2.2.3. Створення муралів** | **-** | **-** | **-** | **73,00** | **73,00** | **-** | **84,0** | **84,0** | **-** |
| **Показник затрат:** |
| Обсяг витрат на виготовлення муралу, тис. грн  | - | - | - | 73,00 | 73,00 | - | 84,0 | 84,0 | - |
| **Показник продукту:** |
| Кількість муралів, од.  | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на виготовлення муралу, грн | - | - | - | 73 000 | 73 000 | - | 84 000 | 84 000 | - |
| **2.2.4. Брендування території міста (схеми транспорту та зупинок, лавочки)** | **-** | **-** | **-** | **494,5** | **494,5** | **-** | **568,7** | **568,7** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на брендування комунального транспорту, тис. грн | - | - | - | 34,5 | 34,5 | - | 39,7 | 39,7 | - |
| Обсяг витрат на брендування вуличної меблі, тис. грн  | - | - | - | 115,0 | 115,0 | - | 132,3 | 132,3 | - |
| Обсяг витрат на брендування вуличної ілюмінації, тис. грн | - | - | - | 230,0 | 230,0 | - | 264,5 | 264,5 | - |
| Обсяг витрат на брендування дитячих та спортивних майданчиків, тис. грн  | - | - | - | 57,5 | 57,5 | - | 66,1 | 66,1 | - |
| Обсяг витрат на брендування установ Сумської міської ради, тис. грн  | - | - | - | 57,5 | 57,5 | - | 66,1 | 66,1 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість брендованого комунального транспорту, од. | - | - | - | 30 | 30 | - | 30 | 30 | - |
| Кількість брендованої вуличної меблі, од. | - | - | - | 10 | 10 | - | 10 | 10 | - |
| Кількість брендованої вуличної ілюмінації, од. | - | - | - | 5 | 5 | - | 5 | 5 | - |
| Кількість брендованих дитячих та спортивних майданчиків, од. | - | - | - | 10 | 10 | - | 10 | 10 | - |
| Кількість брендованих установ Сумської міської ради, од. | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:** |
| Середні витрати на брендування комунального транспорту, грн | - | - | - | 1150 | 1150 | - | 1323 | 1323 | - |
| Середні витрати на брендування вуличної меблі, грн  | - | - | - | 11 500 | 11 500 | - | 13230 | 13230 | - |
| Середні витрати на брендування вуличної ілюмінації, грн | - | - | - | 46000 | 46000 | - | 52900 | 52900 | - |
| Середні витрати на брендування дитячих та спортивних майданчиків, грн  | - | - | - | 5750 | 5750 | - | 6610 | 6610 | - |
| Середні витрати на брендування установ Сумської міської ради, грн  | - | - | - | 57500 | 57500 | - | 66100 | 66100 | - |
| **Показник якості:**  |
| Підвищення лояльності до міста, % | 70 | 70 | - | 80 | 80 | - | 90 | 90 | - |
| **Завдання 2.4. Проведення досліджень**  | **120,0** | **120,0** | **-** | **160,0** | **160,0** | **-** | **200,0** | **200,0** | **-** |
| **2.4.1. Проведення моніторингу зовнішніх конкурентів міста** | **80,0** | **80,0** | **-** | **100,0** | **100,0** | **-** | **120,0** | **120,0** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на проведення дослідження, тис. грн | 80,0 | 80,0 | - | 100,0 | 100,0 | - | 120,0 | 120,0 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість проведених компаній моніторингу та звітів, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на одне дослідження, грн  | 80 000 | 80 000 | - | 100 000 | 100 000 | - | 120 000 | 120 000 | - |
| **2.4.2. Моніторинг та аналіз відгуків мешканців туристів** | **40, 0** | **40,0** | **-** | **60,0** | **60,0** | **-** | **80,0** | **80,0** | **-** |
| **Показник затрат:**  |
| Обсяг витрат на проведення моніторингу, тис. грн | 40, 0 | 40,0 | - | 60,0 | 60,0 | - | 80,0 | 80,0 | - |
| **Показник продукту:** |  |  |  |
| Кількість проведених компаній моніторингу та звітів, од. | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | - |
| **Показник ефективності:**  |
| Середні витрати на один моніторинг, грн  | 40 000 | 40 000 | - | 60 000 | 60 000 | - | 80 000 | 80 000 | - |
| **Показник якості:**  |
| Покращено сприйняття міста порівняно з попереднім роком, % | 10 | 10 | - | 20 | 20 | - | 30 | 30 | - |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

Додаток 5

до рішення Сумської міської ради “Про затвердження програми Сумської міської територіальної громади “Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади” на 2022-2024 роки

від року № \_\_\_\_

**Очікувані результати програми**

 **«Маркетинг, промоція та туризм Сумської міської територіальної громади на 2022-2024 роки»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Найменування завдань** | **Найменування показників** | **Одиниці виміру** | **2022 р.** **(план)** | **2023 р.** **(план)** | **2024 р.** **(план)** |
| економічні | **Динаміка збільшення надходження до бюджету ТГ від туристичного збору** | **%** | **5** | **7** | **8** |
| **Динаміка збільшення надходження до бюджету ТГ від діяльності туристичної індустрії та індустрії гостинності** | **%** | **5** | **7** | **8** |
| **Кількість внутрішніх туристів** | **осіб** | **20 000** | **30 000** | **50 000** |
| **Кількість іноземних туристів** | **осіб** | **5 000** | **7 000** | **10 000** |
| **Кількість суб’єктів туристичної діяльності**  | **од** | **300**  | **320**  | **350**  |
| соціальні | **Індекс задоволення туристичними послугами** | **бал** | **6,5** | **7,2** | **7,6** |

Сумський міський голова О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.