ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА

ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

**РІШЕННЯ**

Від 28.04.2021 № 415

Про проект рішення міської

ради «Про затвердження

Програми промоції м. Черкаси

на 2021 – 2025 роки»

 Відповідно до підпункту 1 пункту «а» статті 27 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», пункту 21 частини першої
статті 91 Бюджетного кодексу України, рішення виконавчого комітету Черкаської міської ради від 18.12.2007 № 1722 «Про затвердження Положення про порядок розроблення міських програм, моніторингу та звітності про їх виконання та правила складання паспортів місцевих бюджетних програм», розглянувши пропозиції департаменту освіти та гуманітарної політики Черкаської міської ради, виконавчий комітет Черкаської міської ради

ВИРІШИВ:

1. Погодити і подати на розгляд та затвердження Черкаської міської ради проект рішення «Про затвердження Програми промоції м. Черкаси на 2021 – 2025 роки».

2. Контроль за виконанням рішення покласти на заступника міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради Чубіну А.С.

Міський голова А.В. Бондаренко

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  | **Проєкт рішення** |
|  |  |  |  |  |  |  | **№**  |
|  |  | ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА |  |  |
| < |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Про затвердження Програми** **промоції м. Черкаси на** **2021 – 2025 роки** |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Керуючись пунктом 22 частини першої статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», пунктом 21 частини першої статті 91 Бюджетного кодексу України, рішення виконавчого комітету Черкаської міської ради від 18.12.2007 № 1722 «Про затвердження Положення про порядок розроблення міських програм, моніторингу та звітності про їх виконання та правила складання паспортів місцевих бюджетних програм», розглянувши пропозиції департаменту освіти та гуманітарної політики Черкаської міської ради, Черкаська міська рада**ВИРІШИЛА:**1. Затвердити Програму промоції м. Черкаси на 2021 – 2025 роки згідно з додатком.2. Контроль за виконанням рішення покласти на постійну комісію Черкаської міської ради з питань гуманітарної та соціальної політики (Холупняк К.О.)Міський голова А.В. Бондаренко |

Додаток

до рішення міської ради

від \_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_

**ПРОГРАМА**

**промоції м. Черкаси на 2021-2025 роки**

**ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКОЇ НАПРАВЛЕНА ПРОГРАМА**

В епоху інформаційного суспільства все важче вразити аудиторію або навіть просто звернути увагу потенційного покупця на товар чи послугу. Тому теоретики багато уваги приділяють вивченню старих та створенню нових, незвичайних для тієї чи іншої галузі комунікаційних методів та прийомів. Зараз, це стратегія не тільки приватного бізнесу, а й соціальних інститутів та утворень громадянського суспільства. Нині стає можливим «продавати» навіть міста чи країни, але не як предмет, а як послугу, емоцію, задоволення, арт-об’єкт чи привабливий майданчик для інвестицій. Проте, щоб робити це успішно, слід застосувати низку різногалузевих методів та прийомів: маркетингових, інформаційних, соціологічних та психологічних.

На разі, Черкаси мають низку невирішених проблем, які заважать успішно просувати свій потенціал, як на його теренах, так і в Україні та світі, це:

* недостатня інформованість про місто Черкаси, можливості, які місто дає Україні, світу й самим мешканцям міста;
* недостатній рівень самостійної промоції організаціями, які можуть надати чи запропонувати можливості, послуги, товари, потенціал тощо;
* відсутність конкурентного продукту привабливого студенту, туристу, інвестору, бізнес-партнеру, покупцю тощо;
* відсутність сталого сформованого цілісного і позитивного образу Черкас за межами міста.

**МЕТА ПРОГРАМИ**

Метою Програми є :

1. Інформування про можливості, які надають Черкаси для жителів міста, України та світу з метою збільшення кількості туристів, позитивних згадок у мережі Інтернет та в ЗМІ, надходжень у місцевий бюджет тощо.

2. Створення бренду та айдентики Черкас для підвищення впізнаваності міста та реклами місцевої продукції.

3. Формування позитивного іміджу Черкас на карті України та за її межами, популяризація та просування сприятливого образу міста для різної цільової аудиторії (містяни, нові жителі, туристи, потенційні інвестори тощо).

4. Зміна уявлень про місто, його культурні, історичні, туристичні, економічні надбання, популяризація місцевих переваг і, як результат, – збільшення кількості туристів тощо.

5. Закріплення образу Черкас як спортивної, культурної, туристичної столиці України, міста, для комфортного сімейного відпочинку та розваг.

6. Створення конкурентного презентаційного та туристичного продукту.

**ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ТА СПОСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ**

 **ПРОБЛЕМИ, СТРОКИ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ**

Для оптимального розв’язання визначених проблем необхідно спроєктувати та втілити в життя низку заходів стратегічного й тактичного характеру. Серед них:

1) формування єдиного іміджу м. Черкаси, уніфікація візуалізованих офіційних і промоційних матеріалів для представлення обласного центру в Україні та закордоном;

2) впровадження чіткої інформаційної політики із використанням сучасного інформаційно-комунікаційного арсеналу для просування можливостей переваг міста та залучення туристів;

3) проведення рекламно-інформаційної діяльності, спрямованої на зміцнення позитивного іміджу міста;

4) сприяння розвитку в м. Черкаси спортивного, подієвого, культурно-пізнавального, ярмаркового та ділового туризму, появі нових туристичних маршрутів;

5) розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, підготовка кваліфікованих екскурсоводів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в’їзного та внутрішнього туризму.

Програма є довгостроковою та реалізовуватиметься впродовж 2021 – 2025 років.

Кожен поетапний період становить 1 рік.

У разі необхідності здійснюватиметься коригування плану заходів Програми та термінів їх виконання у встановленому законодавчими актами порядку.

**ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ ТА ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ**

Програма відображає систему завдань і заходів, спрямованих на створення та впровадження успішного бренду міста, визначення конкурентних переваг м. Черкаси та проведення комунікаційних кампаній задля їхньої популяризації.

Для розв’язання проблем та досягнення мети Програми визначаємо такі шляхи та способи:

1. Промоція міста шляхом створення єдиного міського інформаційного середовища.
2. Промоція переваг міста Черкаси.
3. Промоція туристичних можливостей міста Черкаси (культурно-пізнавальний, спортивний, діловий (бізнес-туризм), освітній, медичний, б’юті, гастрономічний, подієвий, екологічний та інклюзивний види туризму).
4. Розробка та впровадження бренду міста Черкаси.

**План заходів та етапи реалізації програми**

**на 2021-2025 роки**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Зміст заходів | Виконавці | Термінвиконання |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Промоція міста шляхом створення єдиного міського інформаційного середовища:* розробка, просування та підтримка промоційного сайту міста Черкаси
 | Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради, інші суб’єкти | 2021-2025 роки |
| 2 | Промоція переваг міста Черкаси:* просування (SMM) промоційних матеріалів та їх реклама на сторінках у соціальних мережах, ЗМІ;
* розроблення дизайну (макетування) промоційної продукції;
* замовлення послуг фотографування та відеозапису для створення промоційних матеріалів;
* верстка, переклад, друк, видання та розповсюдження промоційної літератури (книги, журнали, каталоги, брошури, буклети, афіші, плакати, календарі, листівки, фірмові конверти, карти, ігри тощо); виготовлення сувенірної продукції (брендований одяг, чашки, керамічні вироби, шкатулки, браслети, брелки, ручки, годинники, пакети, екосумки, магніти, флешки, щоденники й планінги, гаджети тощо), спрямованих на поширення позитивних знань про місто, його переваги та підвищення впізнаваності міста;
* замовлення промоційних відео-, аудіо роликів та іншої медійної продукціїї про культурний, туристичний тощо потенціал Черкас, їх розповсюдження;
* організація промоційних круглих столів, семінарів, воркшопів, форумів, конференцій, виставок, дискусій тощо;
* участь у міжнародних та всеукраїнських промоційних заходах (конференції, форуми, виставки тощо);
* проведення рекламно-інформаційних турів, презентацій для туристичних операторів, блогерів, представників ЗМІ з інших міст, з метою висвітлення переваг міста;
* виготовлення та розміщення зовнішньої іміджевої реклами для просування переваг міста за його межами;
* проведення щорічного заходу – інформаційної кампанії #купуйЧеркаське (зовнішня реклама, відео-, аудіореклама тощо).
 | Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради, інші суб’єкти | 2021-2025 роки |
| 3 | Промоція туристичних можливостей міста Черкаси:* розробка, впровадження та обслуговування офіційного мобільного додатку-гіда містом Черкаси для платформ Android та iOS;
* створення школи гідів;
* створення нових туристичних маршрутів різної тематики (літературної, історичної, архітектурної, культурної, мистецької, гастрономічної, екологічної, комерційної тощо);
* створення та видання туристичних путівників містом Черкаси;
* розробка та виготовлення туристичної карти Черкас;
* проект «Амбасадор Черкас» (надання статусу й премії «Амбасадор Черкас» відомим жителям Черкас для популяризації міста серед їх цільової аудиторії; підписання договору і створення контент-плану з просування Черкас на публічних сторінках «Амбасадора» в соціальних мережах).
 | Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради, інші суб’єкти | 2021-2025 роки |
| 4 | Розробка та впровадження бренду міста Черкаси:* розробка, затвердження та просування бренду м. Черкаси та візуального стилю міста, їх популяризація;
* розробка брендбуку і маркетингової стратегії.
 | Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради, інші суб’єкти | 2021-2025 роки |
| **ОБСЯГИ І ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПРОГРАМИ**Фінансування Програми здійснюється відповідно до діючого законодавства за рахунок коштів міського бюджету та в межах фінансових можливостей міського бюджету за кодами тимчасової класифікації видатків та кредитування місцевих бюджетів:- 0133 «Інші видатки»;- інші коди бюджетної класифікації відповідно до діючого законодавства та рішень про міський бюджет на відповідний період.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Напрями використання коштів | Загальний фонд, тис.грн.(прогнозні обсяги) |
| 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2024 р. | 2025 р. |
| 1. | Cтворення, підтримка та модернізація промоційного сайту міста Черкаси | 270,00 | 21,24 | 21,06 | 21,06 | 21,06 |
| 2. | Cтворення, підтримка та модернізація мобільного додатку міста Черкаси | - | - | 358,02 | 21,06 | 21,06 |
| 3. | Розробка дизайну (макетування) промоційної продукції (в т.ч. для поширення в мережі Інтернет) про місто Черкаси  | 10,00 | 15,93 | 15,79 | 15,79 | 15,79 |
| 4. | Верстка, переклад, друк, видання та розповсюдження промоційної літератури (книги, журнали, каталоги, брошури, буклети, афіші, плакати, календарі, листівки, фірмові конверти, карти, ігри тощо); виготовлення сувенірної продукції (брендований одяг, чашки, керамічні вироби, шкатулки, браслети, брелки, ручки, годинники, пакети, екосумки, магніти, флешки, щоденники й планінги, гаджети тощо). | 62,00 | 150,80 | 149,52 | 149,52 | 149,52 |
| 5. | Замовлення послуг фотографування, відеозапису та створення промоційних аудіо-, відеороликів та інших мультимедійних матеріалів про місто Черкаси | 37,50 | 185,85 | 78,97 | 78,97 | 78,97 |
| 6. | Розміщення зовнішньої реклами з метою промоції міста Черкаси | 50,00 | 132,75 | 131,62 | 131,62 | 131,62 |
| 7. | Замовлення послуг просування в соціальних мережах (таргетована реклама в мережі Інтернет, SMM тощо) | 40,00 | 158,23 | 94,77 | 94,77 | 94,77 |
| 8. | Організація заходів спрямованих на промоцію міста Черкаси | 15,00 | 201,78 | 305,37 | 273,78 | 273,78 |
| 9. | Розробка та впровадження бренду міста Черкаси, його просування | 350,00 | - | - | - | - |
| 10. | Участь у міжнародних та всеукраїнських промоційних заходах (конференції, форуми, виставки тощо). | 15,00 | 15,93 | 15,79 | 15,79 | 15,79 |
| 11. | Проведення конкурсів на створення оригінального туристичного продукту | 15,00 | 31,86 | 31,59 | 31,59 | 31,59 |
|  |  **Разом** | 864,5 | 914,37 | 1 202,50 | 833,95 | 833,95 |
| **Всього** | **4 649,27** |

Головним розпорядником коштів міського бюджету по видаткам на реалізацію Програми є департамент освіти та гуманітарної політики Черкаської міської ради. До фінансування заходів програми також можуть бути залучені і інші джерела, відповідно до чинного законодавства.**ПАСПОРТ ПРОГРАМИ**Паспорт програми визначає суму коштів, необхідних для виконання програми, законодавчі підстави її реалізації, мету, завдання, напрямки діяльності, а також результативні показники, на підставі яких здійснюється контроль за цільовим та ефективним використанням бюджетних коштів і аналіз бюджетної програми.Паспорт програми затверджується у термін 45 днів після затвердження бюджету міста на відповідний період. **КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ**Відповідальним виконавцем Програми є Департамент освіти та гуманітарної політики Черкаської міської ради, що забезпечує контроль за виконанням Програми та складання щорічного звіту про виконання її заходів.Відповідальний виконавець у процесі виконання програми забезпечує цільове та ефективне використання бюджетних коштів протягом усього строку реалізації відповідної програми у межах визначених бюджетних призначень. Оцінка ефективності програми здійснюється на підставі аналізу результативних показників, а також іншої інформації, що міститься у бюджетних запитах, кошторисах, паспортах бюджетних програм, звітах про виконання кошторисів та звітах про виконання паспортів бюджетних програм. **ОЧІКУВАНИЙ КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ВИКОНАННЯ****ПРОГРАМИ**Основними результатами, яких планується досягти, є:1. Підвищення рівня інформованості про особливості та переваги міста Черкаси для жителів міста, України та світу з метою збільшення кількості туристів, надходжень у місцевий бюджет.
2. Формування та поширення позитивного іміджу Черкас в Україні та за її межами, популяризація та просування сприятливого образу міста для різної цільової аудиторії (містяни, нові жителі, туристи, потенційні інвестори тощо).
3. Створення конкурентного презентаційного та туристичного продукту про місто Черкаси в єдиному стилі.
4. Створення інформаційного простору (сайт, додаток, сторінки в соціальних мережах тощо) із повноцінним, якісним, інформативно повним переліком можливостей доступних у місті, відвідування та комфортного перебування туристів у Черкасах.

Показники результативності, які передбачається досягти в результаті реалізації завдань та заходів Програми, наведені нижче.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Очікувані показники | Одиниця виміру | Прогнозний обсяг коштів, тис.грн. |
| 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2024 р. | 2025 р. |
| **1** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 | Оплата послуг з розробки, створення та підтримки промоційного сайту міста Черкаси | тис.грн. | 270,00 | 21,24 | 21,06 | 21,06 | 21,06 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 1.2 | Кількість створених сайтів | одиниць | 1 | - | - | - | - |
|  | Кількість наданих послуг з підтримки та модернізації сайту | одиниць | - | 1 | 1 | 1 | 1 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 1.3 | Середні витрати на одиницю продукту | тис. грн. | 270,00 | 21,24 | 21,06 | 21,06 | 21,06 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 1.4 | Кількість охоплених сайтом користувачів мережі Інтернет | тис. одиниць | 15,00 | 15,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| **2** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 | Оплата послуг зі створення, підтримки та модернізації мобільного додатку міста Черкаси | тис. грн. | - | - | 358,02 | 21,06 | 21,06 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 2.2 | Кількість створених додатків | одиниць | - | - | 1 | - | - |
|  | Кількість наданих послуг із підтримки та модернізації додатку | одиниць | - | - | - | 1 | 1 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 2.3 | Середні витрати на одиницю продукту | тис.грн | - | - | 358,02 | 21,06 | 21,06 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 2.4 | Кількість скачувань додатку користувачами мережі Інтернет | одиниць | - | - | 1000 | 1000 | 1000 |
| **3** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 | Оплата послуг дизайну (макетування) промоційної продукції | тис. грн. | 10,00 | 15,93 | 15,79 | 15,79 | 15,79 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 3.2 | Кількість макетів | одиниць | 5 | 8 | 8 | 8 | 8 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 3.3 | Середні витрати на одиницю продукту | грн. | 2000 | 1991,25 | 1973,75 | 1973,75 | 1973,75 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 3.4 | Кількість користувачів, охоплених візуальною продукцією, створеною дизайнером | тис. одиниць | 20,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| **4** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 4.1 | Верстка, переклад, друк, видання та розповсюдження промоційної літератури (книги, журнали, каталоги, брошури, буклети, афіші, плакати, календарі, листівки, фірмові конверти, карти, ігри тощо); виготовлення сувенірної продукції (брендований одяг, чашки, керамічні вироби, шкатулки, браслети, брелки, ручки, годинники, пакети, екосумки, магніти, флешки, щоденники й планінги, гаджети тощо). | тис.грн. | 62,00 | 150,80 | 149,52 | 149,52 | 149,52 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 4.2 | Кількість друкованих матеріалів та сувенірів (книги, журнали, каталоги, брошури, буклети, афіші, плакати, календарі, листівки, фірмові конверти, карти, ігри тощо; брендований одяг, чашки, керамічні вироби, шкатулки, браслети, брелки, ручки, годинники, пакети, екосумки, магніти, флешки, щоденники й планінги, гаджети тощо | Оди-ниць | 3500 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |
|  | **Показник ефективність**  |  |  |  |  |  |  |
| 4.3 | Середні витрати на одиницю продукту | грн. | 17,71 | 30,16 | 29,90 | 29,90 | 29,90 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 4.4 | Кількість відвідувачів міста, які отримали друкований матеріал чи сувенір | Оди-ниць | 3500 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |
| **5** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 5.1 | Оплата послуг фотографа, відеооператора, монтувальника для створення промоційних мультимедійних матеріалів про місто Черкаси | тис. грн | 37,50 | 185,85 | 78,97 | 78,97 | 78,97 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 5.2 | Кількість створених мультимедійних матеріалів | Оди-ниць | 3 | 12 | 5 | 5 | 5 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 5.3 | Середні витрати на одиницю продукту | тис. грн. | 12,50 | 15,49 | 15,78 | 15,78 | 15,78 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 5.4. | Кількість користувачів, охоплених мультимедійною продукцією після її публікації | тис. оди-ниць  | 20,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| **6** | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 6.1 | Оплата оренди площин для розміщення зовнішньої реклами | тис. грн | 50,00 | 132,75 | 131,62 | 131,62 | 131,62 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 6.2 | Кількість розміщених рекламних матеріалів  | Оди-ниць | 10 | 25 | 25 | 25 | 25 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 6.3 | Середні витрати на одиницю продукту | грн. | 5000 | 5310 | 5265 | 5265 | 5265 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 6.4. | Кількість міст, у яких поширено рекламу про місто Черкаси | Оди-ниць | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 7. | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 7.1 | Оплата послуг просування в соціальних мережах (таргетована реклама в мережі Інтернет, SMM) | тис. грн. | 40,00 | 158,23 | 94,77 | 94,77 | 94,77 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 7.2 | Кількість промо-кампаній з просування | Оди-ниць | 5 | 21 | 13 | 13 | 13 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 7.3 | Середні витрати на одну послугу з просування | грн. | 7000 | 7535 | 7290 | 7290 | 7290 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 7.4 | Кількість користувачів, охоплених рекламною кампанією | тис. оди-ниць | 50,00 | 70,00 | 70,00 | 70,00 | 70,00 |
| 8. | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 8.1 | Організація заходів спрямованих на промоцію міста | тис. грн. | 15,00 | 201,78 | 305,37 | 273,78 | 273,78 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 8.2 | Кількість заходів | Оди-ниць | 1 | 5 | 6 | 5 | 5 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 8.3 | Середні витрати на один захід | тис. грн | 15,00 | 40,36 | 50,90 | 54,60 | 54,60 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 8.4 | Кількість залучених учасників заходів | тис. оди-ниць | 3,00 | 10,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| 9. | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 9.1 | Участь у міжнародних та всеукраїнських промоційних заходах (конференції, форуми, виставки тощо). | тис. грн. | 15,00 | 15,93 | 15,79 | 15,79 | 15,79 |
| 9.2 | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість заходів | Оди-ниць | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9.3 | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
|  | Середні витрати на один захід | тис. грн. | 15,00 | 15,93 | 15,79 | 15,79 | 15,79 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 9.4 | Кількість отриманих контактів, проведених зустрічей та переговорів у результаті участі в заході | Оди-ниць | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 10. | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 10.1 | Оплата послуг розробки та впровадження бренду міста Черкаси | тис. грн. | 350,00 | - | - | - | - |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 10.2 | Кількість послуг | Оди-ниць | 1 | - | - | - | - |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 10.3 | Середні витрати на замовлення послуги розробки бренду та бренд-буку | тис. грн. | 350,00 | - | - | - | - |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 10.4 | Кількість створених продуктів | Оди-ниць | 1 | - | - | - | - |
| 11. | **Показник затрат** |  |  |  |  |  |  |
| 11.1 | Проведення конкурсів на створення оригінального туристичного продукту | тис. грн. | 15,00 | 31,86 | 31,59 | 31,59 | 31,59 |
|  | **Показник продукту** |  |  |  |  |  |  |
| 11.2 | Кількість конкурсів | Оди-ниць | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
|  | **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| 11.3 | Середні витрати на організацію та проведення конкурсу  | тис. грн. | 15,00 | 15,93 | 15,795 | 15,795 | 15,795 |
|  | **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| 11.4 | Кількість створених під час конкурсу продуктів | Оди-ниць | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |

 |