08/231-4240/ПР
30.11.2018

КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА

VII СЕСІЯ VIII СКЛИКАННЯ

РІШЕННЯ

_____№_____

ПРОЕКТ

Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Відповідно до пункту 22 частини першої статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» Київська міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки, що додається.

2. Визначити Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) відповідальним за реалізацію Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки.

3. Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) забезпечити:

3.1. Виконання Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки в межах обсягу видатків, передбачених у бюджеті міста Києва на відповідні роки по галузі «Засоби масової інформації».

3.2. Щоквартальне надання до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально – економічного розвитку інформацію про хід виконання Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки.

4. Виконавчому органу Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації) щорічно подавати Київській міській раді звіт про виконання міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки.

5. Це рішення офіційно оприлюднити шляхом опублікування у газеті Київської міської ради «Хрещатик».

6. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики, постійну комісію Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку.

Київський міський голова Віталій КЛИЧКО

ПОДАННЯ:

Перший заступник голови Київської міської державної адміністрації — Микола ПОВОРОЗНИК

Директор Департаменту суспільних комунікацій — Марина ХОНДА

Виконувач обов'язків начальника юридичного відділу Департаменту суспільних комунікацій — Алла МЕЛЬНИК

ПОГОДЖЕНО:

Заступник керівника апарату – начальник юридичного управління — Леся ВЕРЕС

Керівник апарату — Дмитро ЗАГУМЕННИЙ

Директор Департаменту фінансів — Володимир РЕПІК

Директор Департаменту економіки та інвестицій — Наталія МЕЛЬНИК

Постійна комісія Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку

голова — Андрій СТРАННІКОВ

секретар — Георгій ЯСИНСЬКИЙ

Постійна комісія Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики

голова — Вікторія МУХА

секретар — Олександр ПОЖИВАНОВ

Начальник управління правового забезпечення діяльності Київської міської ради секретаріату Київської міської ради — Володимир СЛОНЧАК

Довідка
до проекту рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки»

Проект рішення розроблено Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проектом рішення передбачається затвердити Міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки (далі – Програма).

Згідно з паспортом Програми, учасниками (співвиконавцями) Програми визначаються: Керівники КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інститути громадянського суспільства, незалежні громадські організації, установи, організації різних форм власності, інформаційні агенції.

При цьому фінансування Програми здійснюється зокрема за рахунок коштів бюджету міста Києва у сумі 427248,0 тис. грн.

Тобто реалізація Програми її учасниками буде здійснюватися за рахунок місцевих ресурсів (коштів бюджету міста Києва).

Звертаємо увагу, що згідно зі статтею 1 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» підтримка у будь-якій формі суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів, що спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції, створюючи переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності вважається державною допомогою.

Таким чином, заходи підтримки, передбачені у проекті рішення, в розумінні Закону можуть містити ознаки державної допомоги.

Заступник керівника апарату –
начальник юридичного управління Леся ВЕРЕС

«28» листопада 2018 року

Іськов 202 74 37

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до проекту рішення Київської міської ради
«Про затвердження міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки »

1. Обґрунтування необхідності прийняття розпорядження.

Проект цього рішення розроблено Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з метою схвалення проекту міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки (далі – Програма).

2. Мета і завдання прийняття розпорядження.

Метою прийняття рішення є задоволення суспільного запиту на комунікацію, сформованого у столиці України після Революції Гідності, та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, що створює нові можливості для запровадження європейських принципів інформаційно-комунікативної діяльності на підтримку цілей Стратегії розвитку Києва-2025 (далі – Стратегія).

Стрімкий розвиток цифрових технологій, зростання обсягів інформаційних потоків, дезінформації, фейків дають потужний поштовх до пошуку нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот, рухів, лідерів громадської думки, експертів, соціально відповідального бізнесу та громадян. Відсутність інформаційного зв'язку між ними може спричинити непорозуміння, конфліктні ситуації, збільшити недовіру між громадою і органами державної влади та органами місцевого самоврядування. Саме тому, налагодження системного діалогу «влада – громадськість», як умова імплементації Стратегії, потребує спеціальних механізмів, динамічних структур для здійснення інформаційних обмінів та комунікації.

Також, метою Програми є визначення шляхів розвитку інформаційної та комунікативної сфери столиці шляхом комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, громадськістю, засобами масової інформації та комунікації.

Ключовим пріоритетом Програми є дотримання державної політики в інформаційній та комунікативній сферах, розвиток інформаційних та комунікаційних ресурсів столиці, підтримка діяльності муніципальних ЗМІ та інших структурних підрозділів.

Враховуючи, що громадська думка не може висловлюватися з приводу того, про що громадськість не поінформована, Програма створює умови для забезпечення киян об'єктивною, своєчасною, збалансованою інформацією про діяльність міської влади, її плани, заходи, ініціативи, сервіси, а також, – реального включення громадської думки в політику ухвалення рішень. Розвиток цифрових комунікацій, оперативне інформування громадськості під час кризових або надзвичайних ситуацій, запровадження механізму соціологічних зрізів поінформованості населення столиці щодо реалізації цілей

Стратегії сприятимуть формуванню неупередженої громадської думки та суспільної довіри.

3. Загальна характеристика та основні положення проекту.

Проект передбачає затвердження комплексу заходів щодо виконання зазначеної Програми, окреслює пріоритетні напрямки діяльності виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) щодо забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування; розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до органів державної влади та органів місцевого самоврядування, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння; розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади, розвиток телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою; вдосконалення інформаційно-комунікативних технологій, забезпечення виконання угод, укладених з електронними та друкованими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування, поширення суспільно важливої інформації; залучення до процесів суспільної комунікації всіх суб'єктів інформаційного простору міста з метою захисту інформаційної безпеки держави на території міста, просування і розвитку патріотичних, державотворчих цінностей, руйнування зовнішніх антиукраїнських пропагандистських міфів, сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання; підвищення професійної підготовки фахівців інформаційних та комунікаційних підрозділів, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну досвідом.

4. Стан нормативно-правової бази у даній сфері правового регулювання.

Проект рішення розроблено відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (/пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи державного управління у книговидавничій сфері»,

указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 01 травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017- 2020 роки», постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», постанова Кабінету Міністрів України від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховуючи положення Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060.

5. Фінансово-економічне обґрунтування.

Прийняття цього рішення потребує фінансування в межах асигнувань, передбачених кошторисом Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) на відповідні роки, затвердженим на виконання Програми.

В цілому на міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери м. Києва на 2019 – 2021 роки передбачається 473137,6 тис. грн.

6. Прогноз соціально-економічних та інших наслідків прийняття рішення.

Прийняття цього рішення дозволить забезпечити:

ефективну реалізацію права киян на одержання об'єктивної, своєчасної, збалансованої інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування з актуальних питань соціально-економічного та суспільно-політичного життя міста Києва;

послідовний підхід до організації системного діалогу між представниками органів державної влади та органів місцевого самоврядування з громадськістю;

безперебійне функціонування засобів масової інформації, комунального підприємства «Центр публічної комунікації та інформації», що належать до сфери управління державної влади та органів місцевого самоврядування;

проведення інформаційно-комунікативних кампаній відповідно до стратегічних пріоритетів, визначених міською владою та центральними органами влади;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання та підтримка книговидання в рамках інформаційно-комунікаційних кампаній;

оперативне контент-адміністрування офіційного Інтернет - порталу Київської міської державної адміністрації;

зміцнення матеріально-технічного стану місцевих комунальних ЗМІ та «Центру публічної комунікації та інформації», вирішення виробничих, соціальних та матеріальних проблем;

реалізацію заходів щодо соціального захисту журналістів.

Директор Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) **Марина ХОНДА**

Додаток
до рішення Київської міської ради

_____ № _____

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Київ – 2018

Паспорт
Міської цільової програми
розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва
на 2019 – 2021 роки

1.	Ініціатор розроблення програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
2.	Дата, номер і назва розпорядчого документа органу виконавчої влади про розроблення програми	Протокол доручень першого заступника голови Київської міської державної адміністрації № 9 від 17.01.2018			
3.	Розробник програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
4.	Співрозробник програми	Редакційні ради комунальних засобів масової інформації, представники профільних громадських організацій			
5.	Замовник (відповідальний виконавець) програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)			
6.	Учасники (співвиконавці) програми	Керівники КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інститути громадянського суспільства, незалежні громадські організації, установи, організації різних форм власності, інформаційні агенції			
7.	Термін реалізації програми	2019 – 2021 роки			
8.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми	Всього:	у тому числі за роками		
			2019	2020	2021
	всього, у тому числі:	473137,6	149500,0	157872,0	165765,6
8.1.	коштів державного бюджету	-	-	-	-
8.2.	коштів бюджету міста Києва	427248,0	135000,0	142560,0	149688,0
8.3.	коштів інших джерел	45889,6	14500,0	15312,0	16077,6

Вступ

Невід'ємною складовою демократичних перетворень, започаткованих в Україні, є наближення основних принципів діяльності органів місцевої влади у сфері публічних комунікацій до стандартів країн розвиненої демократії. Проведені соціологічні опитування підтвердили, що переважна більшість жителів столиці цікавиться діяльністю міської влади (цікаво/достатньо цікаво відповіли 77,7 % опитаних киян), проте рівень обізнаності щодо ініціатив, планів, сервісів та результатів діяльності міської влади складає всього 50,4%, тоді як 49,9% опитаних респондентів назвали себе не обізнаними щодо цієї діяльності. Респонденти визначили показники відкритості міської влади у спілкуванні з киянами на рівні 4.56 бали, конкретності - 4,59 бали, об'єктивності - 4.36 та оперативності 4,39 (максимальна ступінь відкритості - 10). Разом з тим, 56% опитаних киян вважають, що вони не залучені до процесів вироблення міських політик, рішень міської влади та суспільного діалогу.

Нові можливості для запровадження публічних комунікацій на основі своєчасної, достовірної, об'єктивної та збалансованої інформації, обміну думками, ідеями, залучення громадян до вироблення міських політик відкриває Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року, затверджена рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060 (із змінами і доповненнями, внесеними рішеннями Київської міської ради від 14 травня 2015 року №463/1327 та від 06 липня 2017 року № 724/2886) (далі - Стратегія). Реалізація стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці передбачає: орієнтацію на європейські стандарти та діалог влади з громадою та бізнесом.

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки (далі - Програма) розроблена у зв'язку із закінченням терміну дії міської цільової програми на 2016–2018 роки «Київ інформаційний» (затвердженої рішенням Київської міської ради від 14 квітня 2016 року № 333/333) та відповідно до Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520. Розробниками враховано результати Міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний», забезпечені у межах фінансування, визначеного Київською міською радою.

Програма розроблена відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»,

«Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи державного управління у книговидавничій сфері», указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 01 травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017- 2020 роки», постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховує положення Стратегії.

Терміни, що використовуються в програмі,вживаються у такому значенні:

Аудит комунікації – систематичне та незалежне вивчення комунікативної діяльності державного органу з метою визначення того, чи відповідає така діяльність та пов'язані з нею результати запланованим заходам і чи запроваджені такі заходи результативно та у спосіб, який дозволяє досягти поставленої мети.

Бюджет на комунікаційні кампанії та комунікації – кошти, передбачені у міському бюджеті, для фінансового забезпечення комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень відповідно до визначених пріоритетів, цілей та завдань.

Зворотній зв'язок в комунікації – реакція суб'єкта комунікації – отримувача інформації на зміст отриманого повідомлення, в результаті якої суб'єкт владних повноважень – відправник інформації може здійснювати вивчення громадської думки.

Діалог – двосторонній обмін інформацією між суб'єктами комунікації.

Інструменти комунікації – комплекс заходів та способів обміну інформацією, реалізація яких забезпечує досягненню суб'єктом владних повноважень основної мети публічних комунікацій (зв'язки з громадськістю, висвітлення діяльності в ЗМІ, залучення громадськості до підготовки проектів рішень, їх популяризації, формування позитивного іміджу, тощо).

Інформаційна кампанія – комплекс різноманітних заходів, спрямованих на передачу ключового повідомлення до однієї або кількох цільових аудиторій через найбільшу кількість оптимальних каналів з використанням максимально доступного інструментарію візуалізації суті ключового повідомлення.

Інформаційно-комунікативна діяльність – комплекс заходів, що передбачають широкий діалог влади з громадськістю з метою роз'яснення виробленої позиції та/або політики з певних проблемних питань, залучення зацікавлених сторін до ухвалення та впровадження рішень, забезпечення громадськості вчасною, чіткою, достовірною, релевантною інформацією, роз'яснення суспільної вигоди від конкретних політик, державних програм, адміністративних послуг.

Інформаційно-комунікативна кампанія – затверджений в установленому порядку комплекс дій суб'єкта владних повноважень, спрямований на забезпечення взаємодії із засобами масової інформації, громадськими об'єднаннями, експертами тощо, спрямовані на формування позитивної громадської думки з питань діяльності цього органу.

Інформаційно-комунікаційні ресурси – організована сукупність інформаційних продуктів певного призначення, що необхідні для забезпечення інформаційних потреб громадян, суспільства, держави у певній сфері життя чи діяльності.

Канал комунікації – спосіб, яким передається повідомлення, канал взаємного обміну інформацією в процесі здійснення публічних комунікацій.

Комунікація – в контексті діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування – процес соціальної взаємодії, двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до порозуміння, формування партнерських відносин та довіри до місцевої влади.

Комунікативний план – узгоджений перелік питань щодо порядку та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, встановлення зворотного зв'язку з певними громадськими об'єднаннями, експертами з суспільно значимих питань, а також висвітлення у засобах масової інформації цілей та питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Планування комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень – затвердження в установленому порядку планів заходів щодо питань та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, взаємодії та встановлення зворотного зв'язку з відповідними громадськими об'єднаннями, соціальними групами, фахівцями та експертами з суспільно значимих питань, а також забезпечення висвітлення у засобах масової інформації цілей та основних питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Цільова аудиторія – соціальна група, на яку спрямована інформаційна кампанія.

Програма складається:

1. Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно – комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладених у Додатку №1 до Програми.

2. Динаміка основних показників Міської цільової програми розвитку інформаційно – комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладених у Додатку №2 до Програми.

Оцінка творчого та матеріально-технічного стану комунальних підприємств

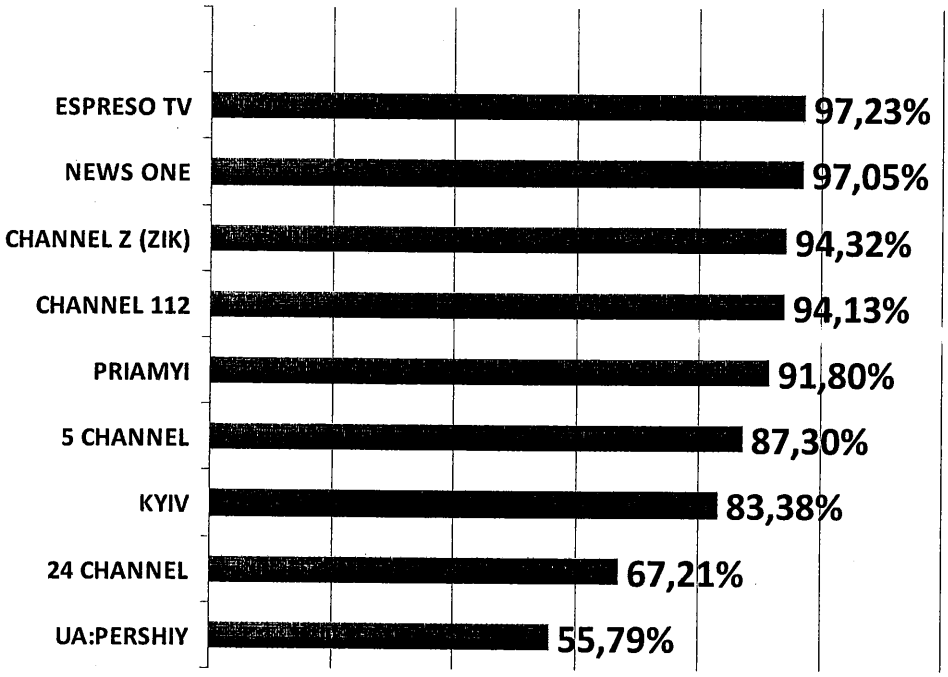
Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ»

Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» розпочало мовлення 21 серпня 1995 року на підставі ліцензій, виданих Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення серія НР № 1603-м від 02 листопада 2011 року (багатоканальне мовлення), серія НР № 1604-м від 11 вересня 2011 року (ефірне мовлення), серія НР № 00124-м від 18 серпня 2014 року (супутникове мовлення).

Аналіз творчого та матеріально-технічного стану за 2016-2018 роки

За даними досліджень Індустріального телевізійного комітету, основним ядром аудиторії підприємства є глядачі віком 45+, які складають більше 83% загальної аудиторії каналу. Таку ж картину демонструють висновки ТОВ «Незалежна рейтингова агенція «БІГДАТА ЮЕЙ», що спеціалізується на вимірюванні поведінки перегляду аудиторією сервісів IPTV (Internet Protocol Television) і OTT (Over the Top, частина технології IPTV). У своєму звіті вони вказують, що «основний профіль аудиторії у травні 2018 року, яка дивилась канал, – це жінки від 50 до 80 років та чоловіки віком 50-80, це вказує на те, що ядром глядацької аудиторії все ж залишається більш зріла аудиторія». Загалом така тенденція розповсюджується на всі телеканали з великою часткою інформаційного контенту, передбаченого ліцензією на мовлення. Нижче наведено відсоток глядачів старших за 45 років у загальному обсязі київської аудиторії кожного окремого телеканалу з великою часткою інформаційного контенту, станом на початок IV кварталу 2018 року:

Телеканали / відсоток глядачів старших за 45 років



Щоденно в ефірі КП КМР «ТК «Київ» в середньому демонструється близько 14 годин контенту власного виробництва, з яких близько 8 годин становить інформаційно-аналітичний і публіцистичний оригінальний продукт. У сітці мовлення телекомпанії є такі проекти: «Служба порятунку», «Якісне життя», програми «Місто Добра», «Життєві історії», «Поради лікаря», «Школа права», «День у мегаполісі», інтерактивна програма «Депутатська приймальня», культурологічні - «Київські історії», «Прогулянки містом», оновлено проект «На часі», запущено новий прямоефірний проект «КиївLive».

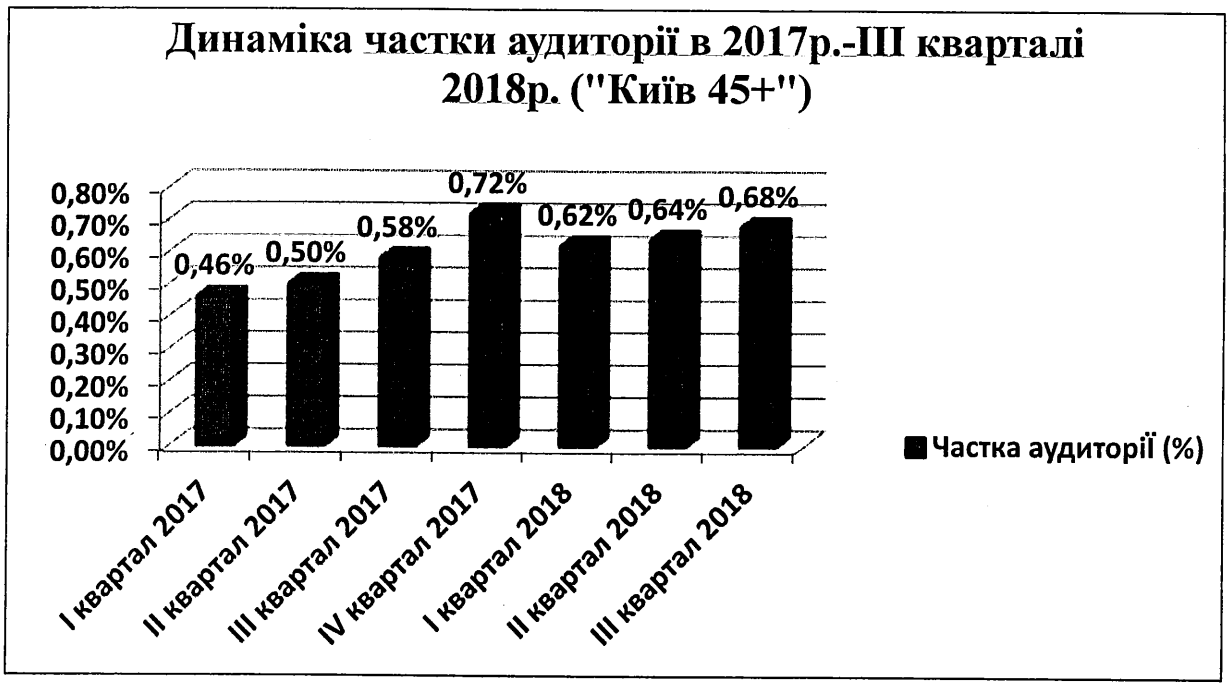
Також, відбулося часткове оновлення матеріально-технічної бази телеканалу: придбано комплекти тележурналістські, комплект передачі телевізійного сигналу за допомогою дротової та/або бездротової мережі LiveView, комп'ютерне обладнання, звуковий мікшерний пульт, ліцензії на використання програмного забезпечення, тощо. Завдяки системі LiveView мовлення каналу супроводжується прямими включеннями, «стрімами» з місць найбільш резонансних подій. Новини стали більш динамічними та актуальними, а творчий колектив напрацював низку сучасних робочих інструментів, навчившись оперативно приймати та опрацьовувати матеріали з місця подій.

Відновлено роботу сайту каналу та оновлено його дизайн, постійно розвиваються майданчики каналу у Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Telegram. Телеканал розпочав онлайн-трансляції прямоефірних проектів «День у мегаполісі» та «КиївLive» на сторінці у Facebook. Збільшення присутності каналу на сучасних медіа-майданчиках і постійне зростання їх аудиторії підтверджується збільшенням кількості звернень та зворотних контактів. Новини із сайту каналу публікуються на інформаційному ресурсі країни

Ukr.Net, що, з одного боку, підвищує відвідуваність сайту, а з іншого – робить канал «Київ» впізнаваним.

Шляхи розвитку комунальних засобів масової інформації на 2019-2021 роки

Компанія демонструє стабільний приріст глядацької аудиторії з початку 2017року:



У першому півріччі 2018 році дещо знизилися показники частки аудиторії, утім, приріст порівняно з аналогічним періодом минулого року становить до 20%. Саме такий темп нарощування аудиторії наразі виглядає реалістичним.



Для виробництва якісного продукту потрібно оновити технічне обладнання та устаткування каналу, придбати чотири нові системи LiveView, створити нові сучасні студії, придбати сучасне програмне забезпечення для

комп'ютерів, в т.ч. монтажних, оновити дизайн та графічне оформлення ефіру. Уже сьогодні можна спланувати закупівлю обладнання для віртуальних студій, які найближчими роками повністю замінять студії з фізичними декораціями.

Паралельно з матеріально-технічним розвитком, потрібно постійно працювати над змістом і наповненням. Щоб бути цікавими аудиторії, особливу увагу слід приділити створенню власного унікального продукту, який матиме попит у аудиторії (нові формати подачі інформації, розважальні та пізнавальні програми, проекти швидкого зворотного зв'язку і т.д.). Якщо будуть технічні можливості (наявність великого студійного павільйону) – запустити великі ток-шоу суспільно-політичної тематики з глядачами в студії. А також програми про подорожі, про будівництво та ремонти, присадибні ділянки.

Враховуючи те, що обсяг та швидкість обміну інформацією постійно збільшуються, а основним джерелом інформації стають віртуальні мережі, слід приділити увагу розвитку цього сегмента. А саме:

запроваджувати онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних майданчиках (передусім YouTube, Facebook, Twitter);

використовувати YouTube як повноцінний паралельний майданчик;

створювати окремий продукт саме для інтернет-аудиторії (частково канал вже робить);

розвивати сайт каналу як окремий медіа-майданчик, де користувач зможе швидко отримати якісний медіа-продукт.

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» створене за рішенням Київської міської ради від 30 січня 2003 року № 259/419.

Статут КП «Радіостанція «Голос Києва» визначає головну мету діяльності підприємства – насичення ринку України новими високоякісними програмами, інформування киян та громадян України про суспільно-політичне та культурне життя столиці, всебічне та об'єктивне висвітлення діяльності Київської міської ради, Київської міської державної адміністрації та задоволення інформаційних потреб громадян.

Згідно з ліцензією на мовлення Серія НР № 01190-м, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, від 10 листопада 2017 року, обсяг мовлення КП «Радіостанція «Голос Києва» складає 16 годин 30 хвилин виробництва власного продукту на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – 4 години, науково-просвітницьких - 2 години, культурно-мистецьких - 2 години 10 хвилин, дитячих програм – 30 хвилин, розважальних – 4 години, підбірка музичних творів – 3 години 50 хвилин.

Цільова вікова аудиторія Радіо Київ – 35+ дорослі люди, які є соціально активними та переймаються долею міста, цікавляться політичним та соціальним життям столиці, дбають про своє місто та родину. У тижневій програмній сітці радіостанції розміщені тематичні програми, які популяризують українську мову, літературу, українську музику, туризм у

Києві, проекти, які популяризують здоровий спосіб життя, формують бренд «Радіо Київ», тощо.

Основна частка оперативної інформації забезпечується інформаційними випусками новин, які виходять кожні півгодини. За добу – це 27 випусків новин та близько 50 повідомлень, з яких 50% ексклюзивних, створених журналістами КП «Радіостанція «Голос Києва».

Оскільки медійний світ рухається у напрямку електронних ЗМІ на основі КП «Радіостанцією «Голос Києва» створено дві медіа-платформи у мережі facebook: Золота колекція української пісні – 45 тис підписників; Радіо Київ – 6 тис підписників. Та два YouTube - канали: Радіо Київ - 1.5 тис підписників.

Шляхи розвитку КП «Радіостанцією «Голос Києва» на 2019-2021 роки

Впродовж 7 років слоган радіостанції звучить як «У місті як вдома». З метою, популяризації усвідомлення кожного киянина бути частиною свого міста (нести відповідальність та впливати на розвиток європейської столиці), прийнято рішення змінити слоган «Радіо Київ» до варіантів: «Я і моє місто», «Моє місто, моя музика, моє радіо», «Відчуй настрій твого міста».

З урахуванням перспективи зміни позиціонування КП «Радіостанції «Голос Києва», часткової зміни музичного формату та якісної частки аудиторії існує невідкладна потреба до розширення слухацької аудиторії шляхом:

проведення промо-кампанії радіостанції на можливих рекламних носіях;

проведення промо-кампанії на базі соціально-важливих соціальних проектів у синергії із підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);

залучення до ведення передач відомих та зіркових особистостей;

просування у соціальних мережах та підняття індексу цитування сайту;

налагодження ефективних комунікацій в медійному просторі з підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);

проведення професійного тестування музичної бази КП «Радіостанції «Голос Києва» для подальшого вивчення музичних вподобань аудиторії (за умови додаткового фінансування);

проведення професійного тестування інформаційної складової КП «Радіостанції «Голос Києва» з метою вивчення інформаційних потреб киян (за умови додаткового фінансування);

проведення масштабної промо - кампанії КП «Радіостанції «Голос Києва» з метою її популяризації на базі соціально важливих проектів: «У місті як вдома», «Київський фестиваль»;

оновлення застарілого обладнання КП «Радіостанції «Голос Києва»;

ліцензування програмного та офісного забезпечення.

З метою утримання існуючої аудиторії, трансляції матеріалів «Радіо Киї» в Інтернет просторі (YouTube та соціальні мережі) необхідно залучити додаткові кошти для зміцнення матеріально-технічної бази та створення аудіо-візуальної продукції. Окрім того, забезпечити можливість систематичного навчання персоналу новітнім технологіям у сфері ІТ.

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»

Запровадженню європейських стандартів побудови діалогу «влада-громадськість», як ключових пріоритетів розвитку столиці, сприятиме поєднання інформаційних та комунікативних функцій міської влади шляхом створення КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», що складається з двох окремих підрозділів – веб-сайту «Вечірній Київ», як джерела достовірної інформації про діяльність міської влади (у перспективі – інформаційного агентства) та відділу громадських консультацій та комунікацій.

Програма враховує, що з 01 січня 2019 року відповідно до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» Київська міська рада припиняє фінансування офіційного вісника «Хрещатик» та тижневика «Вечірній Київ» (засновані нею ЗМІ втрачають свідоцтва про державну реєстрацію відповідно до вимог Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» трудовий колектив газети «Вечірній Київ» відповідно до протоколу зборів трудового колективу від 15 травня 2018 року, не буде створювати новий суб'єкт господарювання).

Оскільки законодавець не визначився щодо цифрових комунальних видань, міська влада, відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», має право інформувати киян шляхом підтримки власного Інтернет - видання/інформаційного агентства, на договірних засадах з комерційними друкованими ЗМІ або передати право на друк комунальному підприємству.

Відповідно до завдань програми, КП «Центр публічних комунікацій та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної, об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади шляхом розвитку публічних комунікацій: цифрової версії тижневика з багатолітньою історією - «Вечірній Київ» та відділу публічних консультацій та комунікацій.

Наразі web-портал vechirniykiev.com.ua виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно-важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності киян про діяльність міської влади. Мультимедійні технології дають можливість проводити опитування громадської думки, підтримувати міські та національні інформаційні кампанії, протидіяти дезінформації та використанню ЗМІ як засобу конфліктної комунікації між різними групами, партіями, громадськими осередками. Як достовірну та об'єктивну інформацію новини web-порталу vechirniykiev.com.ua щодня підхоплюють та поширюють інші Інтернет-ЗМІ.

Web-портал газети «Вечірній Київ»

Назва	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Кількість читачів сайту (середньомісячна)	102513	115936	129993
Підписники Facebook	4187	14600	23300
Підписники Instagram	-	-	2419
Підписники Telegram	-	-	1242
Підписники YouTube	-	-	1466

Програма передбачає модернізацію web-порталу, що дозволить стати впливовою частиною системного інформування, більш активно включитися в політику «єдиного голосу». Поширення мультимедійного контенту (відео, інфографіка, соціальна реклама), підвищення трафіку, збільшення географії читачів/глядачів у тому числі, із комерційною метою, створює можливості розширення середньомісячної аудиторії vechirniykiev.com.ua до 300 000 тис.

Основні функції відділу публічних консультацій та комунікацій Центру – міжвідомча координація, організація навчання та публічних консультацій в районах, проведення інформаційних кампаній, залучення неурядових організацій, співпраця із засобами масової інформації в сфері проведення заходів і реалізації проектів Бюджету участі у Києві. У столиці Польщі – місті Варшава – ці завдання виконує Центр соціальних комунікацій, що допомагає мешканцям витрачати частку міського бюджету на проекти, які сама громада вважає найважливішими. З огляду на зростаючу популярність Бюджету участі серед киян (у 2018 році подано проектів на 2 млдр. грн), столиця України також потребує створення окремого структурного підрозділу виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з правами юридичної особи. Центр забезпечує підготовку та проведення соціологічних, маркетингових досліджень, в тому числі проведення досліджень спільно з іншими структурними підрозділами, відомствами, замовлення соціальних і маркетингових досліджень на підтримку стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці.

ІІ. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКИХ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА

Суспільний запит на комунікацію, сформований у столиці України після Революції Гідності та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка набрала чинності 1 вересня 2017 року, відкривають нові можливості для запровадження європейських принципів організації інформаційно-комунікативної діяльності на підтримку цілей Стратегії.

Необхідність прийняття цієї Програми обумовлюють:

- пошук нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот, рухів, лідерів громадської думки, фахових експертів, соціально

відповідального бізнесу, активних громадян, у зв'язку із розвитком цифрових технологій, зростанням обсягів інформаційних потоків, фейків, дезінформації;

- недостатній рівень системного діалогу «влада – громадськість», який потребує спеціальних механізмів та структур для здійснення комунікації, інформаційних обмінів, встановлення і підтримки постійного інформаційного зв'язку між ними;
- недостатній рівень обміну інформацією між органами міської влади та громадськістю, що може спричинити непорозуміння, суспільно-політичні конфлікти, збільшити недовіру між громадою і владою столиці;
- неналежний стан матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ;
- недостатній розвиток інформаційно-комунікаційної сфери, комунікаційного менеджменту, орієнтованого на цілі Стратегії, відсутність чітких стандартів забезпечення зворотного зв'язку.

ІІІ. ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПРОГРАМИ

Мета Програми – визначення шляхів розвитку інформаційної та комунікативної сфери столиці шляхом комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової комунікації й засобами масової інформації. Враховуючи, що громадська думка не може висловлюватися з приводу того, про що громадськість не поінформована, пріоритетом є реалізація зрозумілої суспільству політики, забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією та роз'яснення суті міських політик та налагодження ефективних каналів зворотного зв'язку.

Основні завдання Програми:

дотримання державної політики в інформаційній та комунікативній сферах;

розвиток інформаційних та комунікаційних ресурсів столиці для налагодження комунікації «влада-громадськість»;

сприяння діяльності муніципальних ЗМІ та інших структурних підрозділів, що надають громадськості своєчасну, достовірну, об'єктивну, збалансовану інформацію про роботу міської влади, її політики, сервіси, ініціативи та очікувані результати діяльності;

підвищення рівня обізнаності киян щодо планів, заходів, ініціатив, сервісів міської влади з метою формування неупередженої громадської думки та суспільної довіри;

розвиток цифрових комунікацій;

оперативне інформування громадськості під час кризових або надзвичайних ситуацій;

запровадження механізму соціологічних зрізів поінформованості населення столиці про діяльність щодо реалізації цілей Стратегії;

сприяння формуванню неупередженої громадської думки та суспільної довіри.

IV. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ

На ефективність суспільного діалогу суттєво впливає рівень поінформованості населення щодо діяльності міської влади. Ключові пріоритети розвитку столиці, орієнтовані на європейські стандарти, передбачають проведення інформаційно-комунікативних кампаній, системного інформування населення про цілі та очікувані результати міських політик шляхом затвердження окремих статей видатків, створення динамічних структур, що значно підвищує можливості роз'яснювальної й комунікаційної роботи, партнерської взаємодії між органами місцевого самоврядування, територіальною громадою, громадськістю, ЗМІ і владою.

Шляхи розв'язання проблем:

розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння;

забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади;

забезпечення виконання угод, укладених з електронними, друкованими та цифровими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність місцевих органів влади, поширення суспільно важливої інформації;

моніторинг ЗМІ, соціальних мереж, соціальних медіа, акаунтів лідерів громадської думки (масштаб та фокус висвітлення подій);

забезпечення фінансової підтримки діяльності телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

зміцнення матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ та інших інформаційно-комунікативних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання;

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій, інших інформаційних та комунікаційних підрозділів, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну досвідом.

На виконання передбачених Програмою заходів залучаються кошти бюджету міста Києва, інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Прогнозні обсяги і джерела фінансування Програми:

Обсяги фінансування Програми уточнюються щороку під час складання проекту бюджету міста Києва на відповідний рік у межах видатків, передбачених головному розпоряднику бюджетних коштів.

Виконання Програми у повній мірі можливе за умови її фінансового забезпечення у визначених обсягах.

Джерела фінансування	Обсяг фінансування, тис. гривень	У тому числі за роками		
		2019	2020	2021
Державний бюджет	-	-	-	-
Бюджет міста Києва	**427248,0**	135000,0	142560,0	149688,0
Власні надходження	**45889,6**	14500,0	15312,0	16077,6
Усього:	**473137,6**	**149500,0**	**157872,0**	**165765,6**

V. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ, ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ

Системний підхід до реалізації цілей Стратегії потребує виконання міською владою ключових умов її імплементації (розділ 4, п. 3,4,6), зокрема:

- залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики;
- підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб;
- взаємодію з іншими органами влади для просування міських ініціатив.

Для успішної імплементації Стратегії Київська міська рада визначила ряд Умов та Завдань, в тому числі – «налагодження комунікації «влада-громадськість», що потребує виконання Заходів:

- створення Центру публічної комунікації та інформації з метою координації та контролю за проведенням громадських консультацій, розширення співпраці місцевих органів влади з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проектів;
- розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва;
- налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, зокрема, Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та іншими органами державної влади для просування міських ініціатив та задоволення потреб киян;
- реалізація проекту «Бюджет участі» з метою залучення жителів до прийняття рішень.

Напрями діяльності Програми викладені у додатку 1 до Програми.

Очікувані результати та ефективність Програми:

Реалізація Програми забезпечить наближення до загальновизнаних демократичних європейських стандартів розвитку інформаційної та комунікаційної сфери, задоволення суспільного запиту киян щодо розвитку системного діалогу «влада –громадськість»:

забезпечення інформаційної підтримки стратегічних цілей розвитку Києва - 2025, ключових пріоритетів розвитку та завдань Стратегії;

впровадження комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової інформації й засобами масової комунікації;

зміцнення демократії, прозорості та відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації;

реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом;

затвердження та реалізації Комунікативної стратегії Києва на підтримку цілей Стратегії.

Динаміка основних показників для м. Києва у сфері запровадження європейських стандартів комунікації «влада-громада» викладені у додатку 2 до Програми.

VI. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію виконання Програми здійснює заступник голови Київської міської державної адміністрації згідно з розподілом обов'язків, який координує дії виконавців Програми та контролює її виконання.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми та за цільовим і ефективним використанням коштів здійснює відповідальний виконавець – Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який є головним розпорядником коштів.

Департамент суспільних комунікацій забезпечує моніторинг виконання Програми, підготовку звітної та аналітичної інформації.

Відповідальний виконавець Програми щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, подає Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку та постійній комісії Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики узагальнену інформацію про стан виконання Програми.

Відповідальний виконавець Програми у разі потреби обґрунтовує необхідність запровадження додаткових заходів, їх продовження, забезпечує уточнення показників, обсягів і джерел фінансування, строків виконання заходів.

Після закінчення терміну реалізації Програми відповідальний виконавець складає заключний звіт про результати її виконання та подає його на розгляд сесії Київської міської ради разом із пояснювальною запискою про кінцеві результати виконання Програми.

Київський міський голова Віталій КЛИЧКО

Додаток № 1
до Програми

Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

№	Назва напряму діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів Програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Очікувані обсяги фінансування, тис. грн				Очікувані результати
						всього	у тому числі			
							2019	2020	2021	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
І. Налагодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації										
1	Комунікативна діяльність органів державної влади, місцевого самоврядування, інститутів громадського суспільства, громадських організацій, громадян, засобів масової інформації та комунікації, налагодження системного діалогу «влада - громадськість», каналів зворотного зв'язку; формування суспільної	1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки 1.1.1. Проведення інформаційно-комунікаційних кампаній, реалізації	2019 –2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, структурні	Бюджет міста Києва інші джерела Разом	**86242,0** **6329,6** **92571,6**	27250,4 2000,0 29250,4	28776,4 2112,0 30888,4	30215,2 2217,6 32432,8	Реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом, забезпечення відкритості і прозорості шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації у процесах формування і реалізації державної політики у

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	довіри	комунікативних, проектів, заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації		підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						всіх сферах суспільного життя столиці.
		1.1.2. Проведення інформаційно-комунікаційної кампанії щодо реалізації планів та заходів Стратегії комунікації у сфері		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		європейської інтеграції		інформації»						
		1.1.3. Проведення інформаційно-комунікаційної кампанії щодо реалізації Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції та Концепції вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.1.4. Організація публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, прес-конференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		міжнародних конференцій, форумів, майстер - класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом								
		1.1.5. Організація загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проектів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно-важливих інформаційних проектів на території міста Києва		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2. Запровадження європейських практик партиципації, шляхом підтримки Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації),						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.1. Організація та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.2. Проведення консультацій щодо вироблення та роз'яснення міських політик		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
				(Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.3. Створення та розповсюдження методик та практик підвищення спроможності представників громадськості у сфері публічних комунікацій		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.4. Підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайті «Вечірній Київ»		публічної комунікації та інформації»						
		1.2.5. Забезпечення підтримки, хостінгу (розміщення та техобслуговування), модернізації, розробка додаткових розділів (сторінок), проведення опитувань,створення нових мобільних додатків веб-сайту комунального підприємства, де користувач зможе швидко отримати якісний інформаційний продукт		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.6. Організація тематичних семінарів, тренінгів для відповідальних за роз'яснення міських політик, інститутів громадського суспільства, профільних громадських		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		об'єднань, засобів масової інформації		міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.2.7. Зміцнення матеріально-технічної бази		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.3. Проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		1.4. Розвиток комунікаційного потенціалу структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		(Київської міської державної адміністрації) шляхом організації та проведення серії тренінгів з комунікацій, формування дієвої команди фахівців з комунікацій та створення карти відповідальності для залучених профільних фахівців підрозділу, експертів		інформації»						
		1.5.Розроблення проекту Комунікаційної стратегії міста Києва		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
2	Забезпечення участі інститутів громадянського суспільства у процесах формування, реалізації і контролю державної та	2.1. Адміністрування контенту Єдиного веб-порталу територіальної громади міста Києва		Департамент суспільних комунікацій						Створення нових можливостей для розширення взаємодії з громадськість ю та інформування
		2.2. Забезпечення співпраці з засобами масової інформації,		Департамент суспільних комунікацій,						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		до Києва журналістів українських та міжнародних засобів масової інформації		комунікацій						
		2.6. Моніторинг засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.7. Виготовлення та розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції на підтримку завдань та заходів визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації планах та програмах, затверджених Київським міським головою, загальнонаціональних проектів, завдань державної		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		інформаційної політики, тощо 2.8. Роз'яснення міських політик шляхом замовлення розробки та виготовлення інформаційних, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких друкованих матеріалів, посібників, книжкової продукції в рамках інформаційно-комунікаційних кампаній 2.9. Виготовлення та розповсюдження книжкової, поліграфічної продукції просвітницького характеру на підтримку тематичних заходів 2.10. Організація та проведення Конкурсу з відбору видавничих проектів з метою		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	регіональної політики та налагодження ефективної взаємодії з органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, просування іміджу столиці	Інтернет – ресурсами, організація та проведення тематичних комунікаційних кампаній в соціальних медіа та соціальних мережах шляхом залучення нових інструментів для більш таргетованої взаємодії з аудиторією		КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						киян про політики, сервіси, ініціативи влади, а також про проведені або заплановані реформи на зручних для них майданчиках. Підтримка міських та загальнонаціональних проектів шляхом виготовлення поліграфічної, книжкової продукції
		2.3. Забезпечення співпраці з інформаційними агенціями		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.4. Створення мобільних додатків та розвиток веб – сайтів соціальних мереж, месенджерів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.5. Організація інформаційних турів		Департамент суспільних						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		популяризації м. Києва, його історії, української мови, художнього слова, читання, просування загальноєвропейських цінностей 2.11. Безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних друкованих матеріалів, посібників під час заходів організованих міською владою		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
II. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)										
1	Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України	1.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик: 1.1.1. Висвітлення оперативної інформації про діяльність органів	2019 –2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК	Бюджет міста Києва інші джерела Разом	**341006,0** **39560,0** **380566,0**	107749,6 12500,0 120249,6	113783,6 13200,0 126983,6	119472,8 13860,0 133332,8	Забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності Київської міської влади, належного рівня фінансування діяльності та матеріально-технічного

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	«Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»	виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві		«Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						стану місцевого комунального телебачення та радіомовлення
		1.1.2. Інформування про заходи, відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.1.3. Оприлюднення (анонсування) розпоряджень Київського міського голови, розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), рішень Київської міської ради		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		1.1.4. Створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, «стрімів» з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проектів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм, тощо		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.2. Підтримка електронних комунальних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.2.1 Оновлення технічного обладнання та устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		ліцензування 1.2.2. Створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру 1.2.3. Підготовка студійного павільйону для запуску суспільно-політичного ток-шоу 1.3. Розвиток цифрових платформ, мобільних додатків комунальних електронних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада: 1.3.1. Запровадження онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних веб – сайтах, соціальних мереж, месенджерів 1.3.2. Створення		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		окремого інформаційного продукту для Інтернет аудиторії		суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.3. Використання YouTobe як повноцінного паралельного майданчика комунікації		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.3.4. Створення мобільних додатків та розвиток веб – сайтів, соціальних мереж, месенджерів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.4. Закупівля кінопродукції		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»						
Усього						**473137,6**	**149500,0**	**157872,0**	**165765,6**	

Київський міський голова Віталій КЛИЧКО

Додаток № 2
до Програми

Динаміка основних показників Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Показники	2019	2020	2021
1. Налагодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації			
Показники затрат			
Кількість Центрів (од.)	1	1	1
Обсяг валових витрат Центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних компаній центрів (тис. грн)	23850,4	25186,0	26445,3
Обсяг видатків для проведення інформаційно - комунікативних компаній (тис. грн) (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг видатків на книговидання (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяги видатків на проведення досліджень, сесій та заходів (тис. грн)	500,0	528,0	554,4
Обсяги видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	211,2	221,8
Обсяги видатків на прес-конференції, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Показники продукту			
Обсяг валового доходу центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг доходів центрів (тис. грн)	2000,0	2112,0	2217,6
Кількість інформаційно - комунікативних компаній центрів (од.)	20	21	22
Кількість інформаційно - комунікативних компаній (од.)	3	4	5
Кількість угод з видавництвами (друкарнями) (од.)	2	2	2
Кількість книговидань (од.)	2	2	2
Кількість поліграфічної продукції (од.)	30	30	30
Тираж книговидань (од.)	2000	2000	2000
Тираж поліграфічної продукції (од.)	100000	100000	100000
Кількість досліджень, сесій та заходів (од.)	4	4	4

Кількість ЗМІ, що підлягають моніторингу (од.)	150	150	150
Кількість прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо (од.)	51	51	51
Показники ефективності			
Середні видатки на проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної компанії (грн)	1292520	1299904	1302854
Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної компанії (грн)	500000	396000	415800
Середні видатки на одне книговидання (грн)	200000	211200	221750
Середні видатки на одне видання поліграфічної продукції (грн)	13333	14079	14784
Середні видатки на одиницю тиражу книговидання (грн)	200	211	222
Середні видатки на одиницю тиражу поліграфічної продукції (грн)	4,00	4,22	4,43
Середні видатки на проведення одного дослідження, сесії та заходів (грн)	125000	132000	138600
Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	653,59	690,19	724,70
Середні видатки на проведення однієї прес-конференції, брифінгу, круглого столу, семінару тощо (грн)	7843	8282	8696
Показники якості			
Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних компаній в порівнянні з попереднім періодом, %	-	105	105
Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних компаній в порівнянні з попереднім періодом, %	300	133	125
Динаміка кількості книговидань у порівнянні з попереднім періодом, %	12	100	100
Динаміка кількості видань поліграфічної продукції у порівнянні з попереднім періодом, %	115	100	100
Динаміка кількості тиражу книговидань в порівнянні з попереднім періодом, %	39	100	100
Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в порівнянні з попереднім періодом, %	138	100	100
Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом,	100	100	100

%			
Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка кількості прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
2. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)			
2.І. Телебачення			
Показники затрат			
Кількість телекомпаній (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	215	215	215
Кількість ставок, керівників (од.)	22	22	22
Кількість ставок, журналістів (од.)	65	65	65
Кількість ставок, інших (од.)	128	128	128
Обсяг валових витрат телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	67420,4	71196,0	74755,9
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	24700,0	26083,2	27387,4
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органсчів влади телекомпаніями (тис. грн)	300,0	316,8	332,6
Показники продукту			
Обсяг валових доходів телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг доходів телекомпаній (тис. грн)	11000,0	11616,0	12196,8
Обсяг телепродукту (год)	8760	8784	8760
Кількість одиниць придбаного обладнання, (од.)	52	55	57
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	1	1	1
Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю телепродукту (грн/год)	8952	9428	9926
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	475000	474240	480481
Частка аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія) на кінець року, shr %	0,85	0,95	1,05

Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			
Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	86	86	86
Динаміка частки аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія), %	5,9	10,5	9,5
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	4	4	4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	100	100
2.2. Радіомовлення			
Показники затрат			
Кількість радіостанцій (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	57	57	57
Кількість ставок, керівників (од.)	10	10	10
Кількість ставок, журналістів (од.)	28	28	28
Кількість ставок, інших (од.)	19	19	19
Обсяг валових витрат радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	17994,9
Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	13250,5	15554,0	16331,7
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	1778,7	316,8	332,6
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	300,0	316,8	332,6

Показники продукту			
Обсяг валового доходу радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	17994,9
Обсяг доходів радіостанцій (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг радіомовлення (год)	8760	8784	8760
Кількість одиниць придбаного обладнання, (од.)	20	20	20
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	1	1
Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	1684	1951	2054
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	88935	15850	16650
Частка аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія) на кінець року, shr %	3,9	4,5	5
Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			
Динаміка обсягу радіомовлення в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів радіостанцій в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	91	91	91
Динаміка частки аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія), %	105	115	111
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	3,4	3,4	3,4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	100	100

Київський міський голова Віталій КЛИЧКО

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІКИ ТА ІНВЕСТИЦІЙ

вул.Хрещатик, 36, м. Київ, 01044, тел. (044) 202-72-78, Call-центр (044) 15-51
E-mail: org@guekmda.gov.ua Код ЄДРПОУ 04633423

[illegible] № [illegible]

на № _____ від _____

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

У Департаменті економіки та інвестицій проведено експертизу проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки, наданого листом від 17.10.2018 № 059-2989, та повідомляємо, що проект зазначеної програми відповідає всім формальним вимогам Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженому рішенням Київської міської ради від 29.10.2009 № 520/2589.

Директор Наталія МЕЛЬНИК

059-4773

Оксана Шлапацька
Ірина Титаренко 202 76 74

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ФІНАНСІВ

вул. Хрещатик, 36, Київ, 01044 тел. (044) 202-79-29, 202-73-27, 202-73-45 факс. 202-73-82
КБУ "Контактний центр міста Києва" 15-51 E-mail: info@kmfd.gov.ua Код ЄДРПОУ 02317474

26.10.18 № 054-4-2-07/3402

на №_____ від_____

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

На виконання п.3.1 Розділу II Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29.10.2009 №520/2589, та з урахуванням листа Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 17.10.2018 №059-2989 у Департаменті фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) проведено експертизу проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки в частині визначення результативних показників, реальності завдань та доцільності реалізації заходів, відповідно до якої надається позитивний висновок та погоджено проект розпорядження Київської міської державної адміністрації «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» (№1813-пр).

Перший заступник директора Олександр КОРЕНЬ

Кучер 202 77 41

Довідка

до проекту розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Про схвалення проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» (№ 1813-пр)

Проект розпорядження розроблено Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проектом розпорядження передбачається схвалити проект Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки (далі – Програма).

Згідно з паспортом Програми, учасниками (співвиконавцями) Програми визначаються: Керівники КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інститути громадянського суспільства, незалежні громадські організації, установи, організації різних форм власності, інформаційні агенції.

При цьому фінансування Програми здійснюється за рахунок коштів бюджету міста Києва та становить 427248,0 тис. грн.

Тобто здійснення виконавцями Програми її заходів буде здійснюватися за рахунок місцевих ресурсів (коштів бюджету міста Києва).

Звертаємо увагу, що згідно зі статтею 1 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» підтримка у будь-якій формі суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів, що спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції, створюючи переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності вважається державною допомогою.

Тобто заходи підтримки, передбачені у проекті розпорядження, в розумінні Закону можуть містити ознаки державної допомоги.

Виконувач обов'язків начальника
юридичного управління апарату Ольга ЯКОВЛЄВА

«04» листопада 2018 року

Іськов 202 74 37

Заступник міського голови –
секретар Київської міської ради

Мусі В.В.
Страннікову А.М.
Слончаку В.В.

Прошу розглянути проект рішення від 29.11.2018 №08/231- 4240/ПР в установленому порядку.

Пихтіній О.М.

Для контролю за проходженням та тиражування.

Юнаковій С.М.

В.ПРОКОПІВ

"29" листопада 2018 року
№ 08/231 – 4240/ПР

08/231-4240/ПР
30.11.2018

АПАРАТ

ВИКОНАВЧОГО ОРГАНУ КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ (КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ)

вул. Хрещатик,36, м. Київ, 01044; приймальня (044) 202 77 76; 202 75 06; факс 202 76 41
E-mail:kmda@kma.gov.ua Код ЄДРПОУ 37853361
E-mail для електронних звернень громадян: zvernen@kma.gov.ua

28.11.2018 № 009-253р

на №_____ від _____

Київська міська рада

Про подання проекту рішення

Відповідно до статей 26, 29 Регламенту Київської міської ради, затвердженого рішення Київської міської ради від 07 липня 2016 року №579/579, глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року №1810 за поданням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) направляю проект рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки».

У відповідності до пункту 3.4 глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року №1810 інформую, що відповідальними за представлення та супроводження проекту рішення на всіх стадіях розгляду є директор Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Хонда Марина Петрівна (тел. 235-07-00).

Додатки:
- проект рішення Київської міської ради на 2 арк. в 1 прим.;
- пояснювальна записка на 4 арк. в 1 прим;
- додатки до проекту рішення Київської міської ради на 39 арк. в 1 прим.;
- електронна версія зазначеного.

011186

Керівник апарату Дмитро ЗАГУМЕННИЙ

Марина Хонда
Тетяна Гузенко
Анатолій Данильчук 235-05-15