ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)
ДЕПАРТАМЕНТ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

вул. Хрещатик, 50Б, м. Київ, 01001, тел.: (044) 235-07-00, КБУ «Контактний центр міста Києва»: (044) 1551
E-mail: dsk@kievcity.gov.ua Код ЄДРПОУ 25695762

30.01.18 № 059-272

Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

Департамент фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

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

Про виконання п. 8.1 Розділу II
Порядку розроблення, затвердження та
виконання міських цільових програм
у місті Києві, затвердженого рішення
Київської міської ради від 13.11.14 № 361/361

Відповідно до п. 8.1 Розділу II Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у мсті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29.10.2009 № 520/2589, Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надає за 2017 року звіт про виконання міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві на 2017 - 2019 рр.» та звіт про виконання міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» згідно із встановленими додатками.

Додатки:

1. Пояснювальна записка до щорічного (проміжного) звіту про хід виконання міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві на 2017 - 2019 рр.» 2017 року на 13 арк. в 1 прим.
2. Інформація про виконання міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві на 2017 - 2019 рр.» за 2017 рік на 3 арк. в 1 прим.

3. Звіт про виконання показників реалізації завдань та заходів міських цільових програм за 2017 рік на 1 арк. в 1 прим.

4. Звіт про виконання результативних показників міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві на 2017 - 2019 рр.» у 2017 році на 4 арк. в 1 прим.

5. Пояснювальна записка до звіту про хід виконання міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» за 2017 рік на 4 арк. в 1 прим.

6. Інформація про виконання міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» за 2017 рік на 2 арк. в 1 прим.

7. Звіт про виконання результативних показників міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» за 2017 рік на 9 арк. в 1 прим.

Директор М. Хонда

Окрушко 235-05-44
Фамуляк-Зелінська 235-04-95
Москаленко 235-08-25

Додаток 5

Пояснювальна записка
до звіту про хід виконання
Міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний»
за 2017 рік

1. **Оцінка ефективності виконання**

Пріоритетними напрямками виконання міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» у 2017 році стали:

- висвітлення оперативної, об'єктивної та достовірної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у комунальних засобах масової інформації, а саме: газетах «Хрещатик» та «Вечірній Київ», в ефірі ТК «Київ» та «Радіостанції «Київ-98 ФМ» за тематичними напрямками МЦП. Забезпечено оприлюднення інформації на офіційному веб-порталі Київської міської державної адміністрації. Також інформація про діяльність Департаменту суспільних комунікацій в рамках реалізації МЦП, оприлюднювалася на веб-сайті Департаменту та у соціальних мережах;

- укладання угоди про інформаційну співпрацю з ІА «Укрінформ»; вперше створено та наповнюється окрема інформаційна рубрика «Київ» на цифровій платформі ІА «Укрінформ»;

- організація прес-конференцій, брифінгів, презентацій, круглих столів, публічних інтерв'ю, тощо на базі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» за темами визначеними МЦП (проведено 23 публічних заходи), а саме: «Презентація дослідження «Комунікації «влада-громадськість»: виклики та нові можливості для столиці», «Запровадження послуги «електронного запису до дитячих садків столиці», «Публічний звіт Видавничої ради Департаменту суспільних комунікацій КМДА за 2016 рік, критерії відбору та використання коштів міського бюджету у 2017 році», «Презентація проектів до Дня Києва – 2017», «Зроблено в Києві. Нові можливості для столичних виробників», «Роль ЗМІ в урядовій інформаційній кампанії з євроінтеграції», «Від Євробачення до Дня Європи: столиця дивує щодня», «Євробачення - 2017. Презентація культурно-мистецьких заходів у столиці», «Коронація слова. Підсумки року та церемонія нагородження переможців 2017 року», медіамайстерня: інформаційна кампанія по безвізу «Відкрий Європу», «Публічна презентація медіапроектів до 26-ї річниці Дня незалежності України», презентація інформаційно-комунікативного проекту «Герої, увічнені у вулицях Києва», «Партнерство влади та громади – запорука розбудови демократичного суспільства», «Коронація слова»: нові формати розвитку книговидання та популяризації читання»; тренінг для журналістів муніципальних ЗМІ з мультимедійних технологій, фотовиставка з нагоди Дня Конституції України, «Комунікаційні можливості сучасного українського кіно для зміни наративу «зрада» на «перемога», «Мовна «р»-еволюція у столиці 2017: спільнодія як ресурс формування національної ідентичності», та ін.;

- розміщення соціальних роликів у комунальних ЗМІ за темами, визначеними МЦП, а саме: «Правила перетину кордону з країнами ЄС при безвізовому режимі», «Система публічних закупівель «ProZorro»: «Онлайн-система зупиняє хабармена!», «Контрактна армія. Захисти своїх», «Нацгвардія. Будівельник. Вчитель. Друкар. Інструктор», «Крути. Вони боролися», «Крим. 1096», «Енергозбереження. Квартира. Дім. Субсидія», «Про фонд гарантування вкладів», «Верховний суд. Конкурс. Функції. Оновлення», «Пам'ятка позичальника», «Громадський бюджет», тощо;

- проведення 18 мультимедійних інформаційних кампаній за участю інститутів громадянського суспільства, а саме: «Громадський бюджет міста Києва», «Соціальні кампанії, спрямовані на зміцнення національної єдності», «Роз'яснення та інформування щодо реформ в Україні», «Популяризації Збройних Сил України», «Київ - європейська столиця», «Вивчай англійську», «Рік Японії в Україні», «Київ читає, читай разом з нами!», «Київ україномовний», «Популяризація національно-патріотичного виховання молоді», «Відзначення Дня Незалежності - ми різні, але ми єдині», «Відзначення Дня Конституції України», «Відмовляйся від хабарів», «15-51 безкоштовні смс про перекриття руху», та ін.

- створено тематичні веб-сторінки «Головні правила безвізового режиму в країни ЄС», «Україна - НАТО», де регулярно оприлюднюються та оновлюється інформація; крім того, на офіційному сайті Департаменту суспільних комунікацій створено інформаційні банери «500 років Реформації», «Рік Японії в Україні», «2017 – Рік 100-річчя української революції 1917-1921 років», де розміщується інформація відповідного спрямування;

- підтримка проектів ІГС щодо поширення соціальної реклами «Жити в Києві – це..», зокрема, віддруковано наклейку «Жити в Києві – це поступатися місцем у транспорті жінкам з дітьми та літнім людям», яка розміщена у громадському транспорті міста Києва; закладки «Жити в Києві – це читати дітям книжки українською», тощо

- співпраця з інституціями громадянського суспільства (міжвідомчі робочі групи, експертне обговорення, фокус-групи, тощо) для збільшення поінформованості формування громадської думки щодо реалізації завдань МЦП;

- оприлюднення на офіційному веб-порталі Київської міської державної адміністрації всіє інформації, у тому числі розпоряджень КМДА та Київського міського голови, проектів розпоряджень КМДА, проектів регуляторних актів, за винятком інформації у рубриках «Новини», «Анонси», «Фотогалерея». Протягом 2017 року здійснено близько 7250 публікацій, у тому числі у рубриках: «Проекти нормативно-правових та інших актів» (http://kievcity.gov.ua/news/?c=149) – 2750, «Розпорядження» (КМДА та Київського міського голови) (http://kievcity.gov.ua/news/?c=3) – 2750, «Оприлюднення проектів регуляторних актів»(http://kievcity.gov.ua/news/?c=146) – 49, «Оренда» (http://kievcity.gov.ua/news/?c=158) – 120 та ін. Відповідні розпорядження КМДА також оприлюднювались у газеті «Хрещатик»;

- висвітлення офіційних заходів, розміщення інтерв'ю, коментарів керівництва Київської міської ради та виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) у комунальних друкованих ЗМІ, місцевому телеканалі, радіостанції; залучення журналістів комунальних ЗМІ для висвітлення «круглих столів», прес-конференцій та брифінгів, які відбувались за участю органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

- замовлення через систему публічних закупівель «ProZorro» послуг з проведення моніторингу ЗМІ та Інтернет-ресурсів, соціальних мереж; виготовлення циклу тематичних інформаційно-пізнавальних програм тривалістю по 2 хвилини кожна про героїв та видатних киян, чиї імена увічнено в назвах столичних вулиць у 2014-2016 роках на виконання Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки; видання поліграфічної продукції; виготовлення соціального відеоролику «Київ читає», організація фотовиставки на 6 станціях

«Київського метрополітену» «Закохані в життя» в рамках інформаційної кампанії «Київ європейський», в рамках інформаційної кампанії «Київ україномовний» виготовлення двох соціальних анімаційних роликів з назвою «Спілкуйся українською!» і «Дружи з мовою!», промо-кампанії в мережі Інтернет щодо популяризації серед мешканців столиці спілкування українською мовою в усіх сферах суспільного життя, послуги по виготовленню та розміщенню інформаційних сюжетів роз'яснювального характеру про пріоритети Стратегії розвитку Києва до 2025, зокрема, розвитку туристичної інфраструктури столиці в ефірі ФМ – радіостанції, тощо;

- для визначення рекомендаційних вимог відбору творів, які видаватимуться за рахунок міського бюджету у 2017 році Департамент залучив представників громадськості, творчих спілок, фахових експертів, які увійшли до Видавничої ради; через систему публічних закупівель «ProZorro» надруковано 13 рукописів загальним тиражем 4500 примірників, усі видані книги передані для поповнення фондів 139 міських бібліотек.

- забезпечено моніторинг електронних, друкованих ЗМІ та Інтернет-видань (у середньому 120 посилань у день);

- забезпечено модернізацію web-порталу друкованої версії тижневика «Вечірній Київ», що дало можливість збільшити цифрову аудиторію ресурсу. Сайт vechirniykiev.com.ua має оновлену систему адміністрування з мультимедійними технологіями та он-лайн сервісами: фото- та відеогалерея, зворотний зв'язок, можливість опитування громадської дуки. Створено нову блог-платформу, додано платформу в Телеграм, запущено формат для споживання новин зі смартфонів. Аудиторія сторінки «ВК» у Фейсбук за півроку виросла до 15 органічних фоловерів. До прикладу, іфографіку про щепленння переглянули 332 тис. користувачів.

- разом з експертами розроблено проект «Комунікативної стратегії популяризації української мови»;

- забезпечено обґрунтування необхідності розроблення Комунікативної стратегії Києва як однієї з умов успішної реалізації Стратегії розвитку Києва – 2025; підготовлено презентацію проекту «Комунікативна стратегія Києва – 2025» (англійська та українська версії);

- забезпечено медіа підтримку реалізації проектів Громадського бюджету та участь у роботі Міжвідомчої робочої групи; в рамках інформаційної кампанії «Громадський бюджет – 2» спільно з ТК «Київ» виготовлено соціальний промо-ролик «Проголосуй за Громадський проект»; надруковано поліграфічну продукцію, яка поширена через міські та районні Центри (відділи) надання адміністративних послуг, заклади освіти, охорони здоров'я, фінансові установи-партнери, під час публічних заходів, тощо.

- підготовка щотижневого дайджесту для інформування киян про виконання завдань соціально-економічного розвитку столиці та соціально-важливих подій.

2. Пропозиції щодо подальшого виконання програми.

Оскільки завдання міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» мають довгостроковий характер, є потреба у подальшій їх реалізації. Виконання вищезазначеної програми дасть можливість:

- забезпечити проведення інформаційно-комунікативних кампаній відповідно до визначених пріоритетів;

- внести зміни до міської цільової програми у зв'язку із новими завданнями з організації інформаційних кампаній, а саме: популяризація громадського бюджету міста Києва, виконання Указу Президента України від 21.02.2017 № 43 «Про концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції на 2017-2020 роки», тощо

- забезпечити виконання угод щодо подання інформації про діяльність місцевих органів влади на телебаченні, радіо та у періодичних друкованих виданнях;

- забезпечити фінансову підтримку діяльності телебачення, радіомовлення та друкованих періодичних видань;

- забезпечити промоцію веб-порталу газети «Вечірній Київ», опрацювати створення інформаційного агентства та розвитку он-лайн версії газети у складі КП «Вечірній Київ»;

- ураховуючи те, що відповідно до ЗУ «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» для завершення процесу реформування міська влада Києва має вийти із засновників комунальної газети «Вечірній Київ» в кінці 2018 року, вивчити можливість підтримки друкованого формату видання шляхом замовлення контенту для окремої ЦА (пенсіонери, соціально незахищені верстви населення) у МЦП «Турбота. Назустріч киянам»;

- забезпечити ефективну діяльність офіційного веб-порталу Київської міської державної адміністрації, реалізацію заходів та моніторинг в галузі «Засоби масової інформації», співпрацю з інформаційними агенціями;

- зміцнити матеріально-технічний стан місцевих комунальних ЗМІ та послідовне вирішення виробничих, соціальних та матеріальних проблем;

- забезпечити підтримку місцевого книговидання та організувати заходи з популяризації читання;

- забезпечити проведення інформаційно-комунікаційного аудиту ресурсів міської влади, як першого кроку розроблення Комунікативної стратегії Києва;

- забезпечити експертне обговорення концепції Комунікативної стратегії міста Києва до 2025 року (місто Київ – пілотний проект в Україні).

Додаток 6

Інформація про виконання програми у 2017 році

1. Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
найменування головного розпорядника коштів програми

2. Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
найменування відповідального виконавця програми

3. Міська цільова програма на 2016-2018 роки «Київ інформаційний» від 14.04.2016 р. №333/333
найменування програми, дата і номер рішення Київської міської ради про її затвердження

4. **Напрями діяльності та заходи міської цільової програми:**

N з/п	Захід	Відповідальний виконавець	Термін виконання	Планові обсяги фінансування на 2017 р., тис. грн.				Фактичні обсяги фінансування за 2017 р., тис. грн.				Стан виконання заходів (результативні показники виконання програми)
				Усього	у тому числі: державний бюджет	бюджет м. Києва	кошти не бюджетних джерел	Усього	у тому числі: державний бюджет	бюджет м. Києва	кошти не бюджетних джерел	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2017 рік												
Розділ I. Електронні ЗМІ (телебачення та радіомовлення)												
1	Підтримка електронних комунальних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада	Департамент суспільних комунікацій	2016-2018	60242.9		50070.6	10172.3	61320.0		50041.0	11279.0	102
Розділ II. Друковані ЗМІ (періодичні видання – газети та журнали)												
1	Підтримка друкованих комунальних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада	Департамент суспільних комунікацій	2016-2018	13476.5		9450.5	4026.0	12997.82		9329.1	3668.7	102
Розділ III. Видавнича справа та популяризація читання												
1	Підготовка до друку, друк та допоміжні послуги, пов'язані з друкуванням книжкової продукції вітчизняних авторів, поліграфічної та іншої продукції, зокрема просвітницького компоненту на замовлення Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), його структурних підрозділів	Департамент суспільних комунікацій	2016-2018	800.0		800.0		745.7		745.7		93

Розділ IV. Реалізація заходів та моніторингу в галузі ЗМІ, розвиток цифрових комунікацій, співпраця з інформаційними агенціями та інститутами громадянського суспільства												
1	Забезпечення проведення та замовлення моніторингу ЗМІ, інтернет-ресурсів та соціальних мереж											
2	Проведення брифінгів, прес-конференцій, прес-турів, круглих столів, навчальних семінарів з обміну досвідом для працівників ЗМІ, в тому числі і міжнародних, тренінгів, для інформаційних підрозділів, журналістів комунальних ЗМІ, участь у виставкових заходах	Департамент суспільних комунікацій	2016-2018	430.0		430.0		430.0		430.0		100
				74949.4	0.0	60751.1	14198.3	75493.5	0.0	60545.8	14947.7	101

Аналіз виконання за видатками в цілому за програмою:

тис. грн.

Бюджетні асигнування з урахуванням змін (на 31.12.2017 рік)			Проведені видатки (2017 рік)			Відхилення		
усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд
1	2	3	4	5	6	7	8	9
60751.1	57544.7	3206.4	60545.8	57340.8	3205.0	-205.3	-203.9	-1.4

Додаток 7

Звіт
про виконання результативних показників за 2017 рік
міської цільової програми «Київ інформаційний» на 2016-2018 роки

№ з/п	Результативні показники	Значення показника		Відхилення (зі знаком «+» або «-»	Фактичне значення показника до планового (%)	Причини невиконання показників
		планове	фактичне			
1. Електронні ЗМІ (телебачення та радіомовлення)						
1.1. Телебачення						
Показники затрат						
1	Кількість телекомпаній (од.)	1	1	-	-	
2	Кількість ставок, всього (од.)	215	209	-6	97	Вакантні посади у зв'язку з плинністю кадрів. Загалом , за 2017 рік було звільнено 58 працівників, прийнято 64 працівника
3	Кількість ставок, керівників (од.)	20	20	-	-	
4	Кількість ставок, журналістів (од.)	65	63	-2	97	
5	Кількість ставок, інших (од.)	130	126	-4	97	
6	Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	2	3	+1	150	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro», збільшилась кількість угод
Показники продукту						
7	Обсяг валового доходу телекомпаній (тис. грн)	52 358,2	53 323,8	+965,6	102	
8	Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	43 385,9	43 387,8	+1,9	100	Додатково виділялися кошти (29 тис. грн.) на виплату заробітної плати, частина коштів не замовлялася (невикористані кошти за договором на постачання теплової енергії)
9	Обсяг доходів телекомпаній (тис. грн)	8 972,3	9 936,0	+963,7	111	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності.
10	Обсяг телепродукту (год)	8 682	8 682	-	-	
11	Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (тис. грн)	600,0	395,8	-204,2	66	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro»

Показники ефективності						
12	Середні видатки на одиницю телепродукту (грн/год)	6 030,66	6 141,88	+111,22	102	Збільшенням видатків проводилося за рахунок збільшення доходів телекомпанії.
13	Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300 000,00	131 933,33	168 066,67	44	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro», збільшилась кількість угод
14	Частка аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія) на кінець року, shr %	0,7	0,72	+0,02	103	У зв'язку з підвищенням зацікавленості глядацької аудиторії контентом телеканалу.
Показники якості						
15	Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	-	-	
16	Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	108	111	+3	103	Збільшення абсолютних величин обумовлює збільшення динаміки цих величин.
17	Динаміка частки аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія), %	140	136	-4	97	Оскільки фактичні показники за попередній рік більше планових (план 0,5, факт 0,53), відбулося уповільнення динаміки частки аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва.
18	Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	150	+50	150	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro», збільшилась кількість угод
1.2. Радіомовлення						
Показники затрат						
19	Кількість радіостанцій (од.)	1	1	-	-	
20	Кількість ставок, всього (од.)	54	46	-8	85	Незайняті посади розподілені між працюючими робітниками та заключні трудові договори. Доплати за суміщення професій не проводяться.
21	Кількість ставок, керівників (од.)	10	6	-4	60	
22	Кількість ставок, журналістів (од.)	27	27	-	-	
23	Кількість ставок, інших (од.)	17	13	-4	76	
24	Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	1	-	-	

Показники продукту						
25	Обсяг валового доходу радіостанцій (тис. грн)	5 927,6	7 401,9	+ 1 474,3	125	
26	Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	4 954,7	6 058,9	+1 104,2	122	Збільшення за рахунок виділення додаткового фінансування на сплату ліцензійного збору та витрат на оплату праці журналістів (підвищення окладів відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 24 травня 2017р. №353 «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 9 березня 2006 р. № 268)
27	Обсяг доходів радіостанцій (тис. грн)	972,9	1 343,0	+370,1	138	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності.
28	Обсяг радіомовлення (год)	8760	8760	-	-	
29	Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	200,0	198,8	-1,2	99	Економією коштів в зв’язку з закупівлями через «ProZorro»
Показники ефективності						
30	Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	676,67	844,97	+168,3	125	Збільшенням видатків проводилося за рахунок збільшення доходів та виділення додаткових коштів на заробітну плату та ліцензійний збір радіостанції.
31	Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн.)	200 000,00	198 800,00	-1 200,00	99	Економією коштів в зв’язку з закупівлями через «ProZorro»
32	Частка аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія) на кінець року, shr %	3,2	4,7	+1,5	147	Зросла за рахунок проведення досліджень вподобань аудиторії.
Показники якості						
33	Динаміка обсягу радіомовлення в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	-	-	
34	Динаміка обсягу доходів радіостанцій в порівнянні з попереднім періодом, %	108	126	+18	117	Збільшення за рахунок зростання кількості рекламодавців
35	Динаміка частки аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія), %	108	147	+39	136	Зросла за рахунок проведення досліджень вподобань аудиторії

36	Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	200	-	-	
2. Друковані ЗМІ (періодичні видання – газети та журнали)						
Показники затрат						
37	Кількість періодичних друкованих видань, всього (од.)	3	3	-	-	
38	Кількість періодичних друкованих видань, газет (од.)	2	2	-	-	
39	Кількість періодичних друкованих видань, журналів (од.)	1	1	-	-	
40	Кількість ставок, всього (од.)	95	64	-31	67	
41	Кількість ставок, редакційний персонал (од.)	62	53	-9	85	Відбулось скорочення чисельності
42	Кількість ставок, інші (од.)	33	11	-22	33	Відбулось скорочення чисельності
43	Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади друкованими ЗМІ (од.)	1	1	-	-	
Показники продукту						
44	Обсяг валового доходу, всього (тис. грн)	11 934,6	14 597,1	+2662,5	122	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності
45	Обсяг валового доходу, газет (тис. грн)	11 442,1	14 089,1	+2647,0	123	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності
46	Обсяг валового доходу, журналів (тис. грн)	492,5	508,0	+15,5	103	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності
47	Обсяг фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів, всього (тис. грн)	9 250,5	9 264,3	+13,8	100	Збільшення за рахунок виділення додаткового фінансування.
48	Обсяг фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів, газет (тис. грн)	8 855,3	8 869,1	+13,8	100	Збільшення за рахунок виділення додаткового фінансування.
49	Обсяг фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів, журналів (тис. грн)	395,2	395,2	-	-	
50	Обсяг доходів, всього (тис. грн)	2 684,1	5 332,8	+2648,7	199	
51	Обсяг доходів, газет (тис. грн)	2 586,8	5 220,0	+2633,2	202	За рахунок збільшення доходів від

						госпрозрахункової діяльності.
52	Обсяг доходів, журналів (тис. грн)	97,3	112,8	+15,5	116	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності.
53	Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади друкованими ЗМІ (тис. грн)	200,0	80,0	-120,0	40	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro»
54	Кількість номерів, всього (од.)	217	205	-12	94	
55	Кількість номерів, газет (од.)	207	199	-8	96	Зменшено в зв'язку тим, що газета «Вечірній Київ» не виходила – 1 раз в рік (через перенесення святкових днів), газета «Хрещатик» - 7 раз в рік (через перенесення святкових днів та через те, що не було наповнення в газеті рішень та розпоряджень Київради (КМДА), які обов'язкові до друку). Це серпень-вересень 2017 року
56	Кількість номерів, журналів (од.)	10	6	-4	60	Зменшено в зв'язку з збільшенням видатків на поліграфічні послуги
57	Тираж річний, всього (од.)	672 400	640 437	-31 963	95	
58	Тираж річний, газет (од.)	666 400	636 837	-29 563	96	Зменшено в зв'язку із зменшенням виходів газет «Хрещатик» та «Вечірній Київ»
59	Тираж річний, журналів (од.)	6 000	3 600	-2 400	60	Зменшено в зв'язку з збільшенням видатків на поліграфічні послуги
60	Тираж разовий, всього (од.)	11 600	10 400	-1 200	90	
61	Тираж разовий, газет (од.)	11 000	9 800	-1 200	89	Попит на друковані видання зменшується відповідно разовий тираж зменшився
62	Тираж разовий, журналів (од.)	600	600	-	-	
Показники ефективності						
63	Середні видатки на одиницю тиражу, всього (грн)	17,75	22,79	+5,04	128	
64	Середні видатки на одиницю тиражу, газет (грн)	17,17	22,12	+4,95	129	Збільшенням видатків проводилося за рахунок збільшення доходів підприємства та подорожчання поліграфічних послуг
65	Середні видатки на одиницю тиражу, журналів (грн)	82,08	141,11	+59,03	172	Збільшенням видатків проводилося за рахунок збільшення доходів підприємства та подорожчання поліграфічних послуг
66	Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади друкованими ЗМІ (грн)	200 000,00	80 000,00	120 000,00	40	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro»

67	Кількість реалізованих примірників, всього (од.)	672 400	640 437	-31 963	95	
68	Кількість реалізованих примірників, газет (од.)	666 400	636 837	-29 563	96	Зменшено в зв'язку із зменшенням виходів газет «Хрещатик» та «Вечірній Київ»
69	Кількість реалізованих примірників, журналів (од.)	6 000	3 600	-2 400	60	Зменшено в зв'язку з збільшенням видатків на поліграфічні послуги
70	Кількість передплатників газети «Вечірній Київ» (од.)	6 000	4 983	-1 017	83	Проведено заходи по популяризації газети по ЦНАПах та інших закладах
71	Рейтинг газети «Вечірній Київ» серед населення м. Києва (аудиторія одного номеру), %	4,5	4,5	-	-	
Показники якості						
72	Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім роком - всього, %	100	100	-	-	
73	Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім роком – газет, %	100	103	+3	3	
74	Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім роком - журналів, %	100	100	-	-	
75	Динаміка кількості реалізованих примірників в порівнянні з попереднім роком - всього, %	100	100	-	-	
76	Динаміка кількості реалізованих примірників в порівнянні з попереднім роком – газет, %	100	103	+3	3	
77	Динаміка кількості реалізованих примірників в порівнянні з попереднім роком - журналів, %	100	100	-	-	
78	Динаміка обсягу доходів КП КМР «Вечірній Київ» в порівнянні з попереднім періодом, %	108	156	+56	144	За рахунок збільшення доходів від госпрозрахункової діяльності.
79	Динаміка кількості передплатників газети «Вечірній Київ», %	200	260	+6	130	Проведено заходи по популяризації газети по ЦНАПах та інших закладах

80	Динаміка рейтингу газети «Вечірній Київ» серед населення м. Києва (аудиторія одного номеру), %	100	100	-	-	
81	Динаміка кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади друкованими ЗМІ, %	100	200	-	-	
3. Видавнича справа						
Показники затрат						
82	Кількість угод з видавництвами (од.)	3	2	-1	67	
83	Обсяг видатків на книговидання (тис. грн)	600,0	549,0	-51,0	92	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro»
84	Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	200,0	196,7	-3,3	98	Економією коштів в зв'язку з закупівлями через «ProZorro»
Показники продукту						
85	Кількість книговидань, всього (од.)	30	13	-17	43	Зменшення кількості видань обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
86	Кількість книговидань, поліграфічної продукції (од.)	2	23	21	11500	Збільшення видань поліграфічної продукції обумовлено збільшенням кількості завдань по інформуванню громадськості
87	Тираж книговидань, всього (од.)	15 000	4 500	10 500	30	Зменшення кількості тиражу обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
88	Тираж книговидань, поліграфічної продукції (од.)	200 000	60 000	-140000	30	Зменшення кількості тиражу обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги та зменшенням тиражу одного видання
Показники ефективності						
89	Середні видатки на одне видання, всього (грн)	20 000,00	42 230,77	+22 230,77	211	Збільшення обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
90	Середні видатки на одне видання, поліграфічної продукції (грн)	100 000,00	8 552,17	-91 447,83	9	Зменшення видатків на видання обумовлене збільшенням кількості завдань по інформуванню громадськості
91	Середні видатки на одиницю тиражу, всього (грн)	40,00	122,00	+82,00	305	Збільшення вартості обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
92	Середні видатки на одиницю тиражу, поліграфічної продукції (грн)	1,00	3,28	+2,28	328	Збільшення вартості обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
Показники якості						

93	Динаміка кількості видань у порівнянні з попереднім періодом - всього, %	100	43	-57	43	Зменшення кількості видань обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
94	Динаміка кількості видань у порівнянні з попереднім періодом - поліграфічної продукції, %	100	11500	+11400	11500	Збільшення видань поліграфічної продукції обумовлено збільшенням кількості завдань по інформуванню громадськості
95	Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім періодом - всього, %	100	30	-70	70	Зменшення кількості тиражу обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги
96	Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім періодом - поліграфічної продукції, %	100	30	-70	70	Зменшення кількості тиражу обумовлене значним зростанням цін на поліграфічні послуги та збільшенням кількості виданнь
4. Реалізація заходів та моніторингу в галузі ЗМІ, розвиток цифрових комунікацій, співпраця з інформаційними агенціями та інститутами громадянського суспільства						
Показники затрат						
97	Обсяги видатків на проведення заходів (тис. грн)	1 130,0	170,8	-959,2	15	В бюджеті міста Києва на 2017 рік фактично було передбачено 170,8 тис. грн
98	Обсяги видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	59,7	-141,3	30	В бюджеті міста Києва на 2017 рік фактично було передбачено 59,7 тис. грн
99	Обсяги видатків на співпрацю з інформаційними агентствами (тис. грн)	100,0	199,5	+99,5	200	В бюджеті міста Києва на 2017 рік фактично було передбачено 199,5 тис. грн
Показники продукту						
100	Кількість заходів (од.)	6	2	-4	33	Менша кількість заходів обумовлення виділенням меншої суми в бюджеті міста Києва
101	Кількість ЗМІ, що підлягають моніторингу (од.)	125	125	-	-	
102	Кількість прес-конференцій, брифінгів, круглих столів (од.)	25	50	+25	200	Кількість прес-конференцій збільшена в зв’язку з необхідність інформування громадськості
Показники ефективності						
103	Середні видатки на проведення одного заходу (грн)	188 333,33	85 400,00	-102 933,33	45	Зменшення обумовлене виділенням меншої суми в бюджеті міста Києва
104	Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	833,33	229,62	-603,71	28	Економією коштів в зв’язку з закупівлями через «ProZorro»
105	Середні видатки на проведення однієї	4000,00	4000,00	-	-	

	прес-конференції, брифінгу, круглого столу (грн)					
Показники якості						
106	Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	120	200	+80	167	Зменшення обумовлене виділенням меншої суми в бюджеті міста Києва
107	Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	-	-	
108	Динаміка кількості прес-конференцій, брифінгів, круглих столів у порівнянні з попереднім періодом, %	100	200	+100	200	Кількість прес-конференцій збільшена в зв’язку з необхідність інформування громадськості

Додаток 3
Форма № 01-МЦП

Інформація
про виконання показників реалізації завдань та заходів міських цільових програм
за 2017 рік.
(період)
Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

№ з/п	Назва МЦП	Заплановано до фінансування на 2017 рік, тис. грн..				Фактично профінансовано за звітний період, тис. грн..				Рівень виконання результативних показників, %	Обґрунтування причин невиконання
		всього	в т.ч. за джерелами			всього	в т.ч. за джерелами				
			державний бюджет	бюджет м. Києва	інші		державний бюджет	бюджет м. Києва	інші		
1	Міська цільова програма "Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві на 2017-2019 рр."	26002,50	-	26002,50	-	20744,18	-	20744,18	-	79,78	Недовиконання складає 20,02%. Склалося за рахунок економії коштів, а також спричинене тим, що Положення про міський конкурс проектів «Громадська перспектива: прозора влада та активна громада» було затверджено у вересні (Рішення КМР від 21.09.2017 №048/3055). Розпочато роботу конкурсної комісії, а безпосередньо конкурс буде проведено у 2018 році
2	Міська цільова програма на 2016-2018 роки «Київ інформаційний»	74949,4		60751,1	14198,3	75493,45		60545,75	14947,7	100,7	

Окрушко Т. О. (ПІБ виконавця) _____(підпис) 29.01.2018 (Дата)
235-05-44 (телефон виконавця)