

ЗВІТ

про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету на 2023 рік

1.	2300000	Управління інформаційної політики Черкаської міської ради	42962830		
	<small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<small>(найменування головного розпорядника коштів місцевого бюджету)</small>	<small>(код за ЄДРПОУ)</small>		
2.	2310000	Управління інформаційної політики Черкаської міської ради	42962830		
	<small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<small>(найменування відповідального виконавця)</small>	<small>(код за ЄДРПОУ)</small>		
3.	2318420	8420	0830	Інші заходи у сфері засобів масової інформації	2357600000
	<small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<small>(код Типової програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<small>(код Функціональної класифікації видатків та кредитування бюджету)</small>	<small>(найменування бюджетної програми згідно з Типовою програмною класифікацією видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<small>(код бюджету)</small>

4. Цілі державної політики, на досягнення яких спрямована реалізація бюджетної програми

№ з/п	Ціль державної політики
1	Створення належних умов для розвитку відчизняних засобів масової інформації, функціонування яких забезпечить задоволення потреб суспільства в інформації, ефективну комунікацію, а також доступ до різноманітних джерел інформації різних верств населення країни.
2	забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень

5. Мета бюджетної програми

Розвиток інформаційної сфери міста, забезпечення публічності діяльності Черкаської міської ради та її виконавчого комітету, висвітлення у засобах масової інформації найактуальніших питань соціально-економічного життя Черкас, оперативне донесення актуальної інформації до територіальної громади

6. Завдання бюджетної програми

№ з/п	Завдання
1	Інформування громади міста щодо діяльності Черкаської міської ради та виконавчого комітету через засоби масової інформації
2	Всебічне висвітлення діяльності Черкаської міської ради, її структурних підрозділів та виконавчого комітету

7. Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою:

7.1. Аналіз розділу «Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою»

гривень

№ з/п	Напрями використання бюджетних коштів*	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3	Підтримка діяльності телебачення та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами телебачення	199904,00	0,00	199904,00	109660,00	0,00	109660,00	-90244,00	0,00	-90244,00
4	Підтримка діяльності періодичних видань та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та депутатів міської ради засобами періодичних друкованих видань	95680,00	0,00	95680,00	94998,00	0,00	94998,00	-682,00	0,00	-682,00
5	Підтримка діяльності електронних ЗМІ та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та депутатів міської ради засобами Інтернет ЗМІ	198900,00	0,00	198900,00	166000,00	0,00	166000,00	-32900,00	0,00	-32900,00
8	Виготовлення та розповсюдження інформаційної продукції про діяльність міської влади	25640,00	0,00	25640,00	0,00	0,00	0,00	-25640,00	0,00	-25640,00
9	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	85560,00	0,00	85560,00	56549,94	0,00	56549,94	-29010,06	0,00	-29010,06
	Усього	605684,00	0,00	605684,00	427207,94	0,00	427207,94	-178476,06	0,00	-178476,06

7.2. Пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми**

№ з/п	Пояснення
1	2
3	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
4	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
5	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
8	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
9	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення

8. Видатки (надані кредити з бюджету) на реалізацію місцевих/регіональних програм, які виконуються в межах бюджетної програми

гривень

№ з/п	Найменування місцевої/ регіональної програми	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	"Програма взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020 – 2024 роки"	605684,00	0,00	605684,00	427207,94	0,00	427207,94	-178476,06	0,00	-178476,06

Результативні показники бюджетної програми та аналіз їх виконання



1. Аналіз показників бюджетної програми

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Джерело інформації	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Фактичні результативні показники, досягнуті за рахунок касових видатків (наданих кредитів з бюджету)			Відхилення		
				загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	Затрат											
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Розрахунок	199904,00	0,00	199904,00	109660,00	0,00	109660,00	-90244,00	0,00	-90244,00
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	Розрахунок	95680,00	0,00	95680,00	94998,00	0,00	94998,00	-682,00	0,00	-682,00
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	Розрахунок	198900,00	0,00	198900,00	166000,00	0,00	166000,00	-32900,00	0,00	-32900,00
4	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	грн.	Розрахунок	85560,00	0,00	85560,00	56549,94	0,00	56549,94	-29010,06	0,00	-29010,06
	Продукту											
5	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Розрахунок	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00
6	К-ість інформаційних програм	од.	Розрахунок	26,00	0,00	26,00	24,00	0,00	24,00	-2,00	0,00	-2,00
7	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Розрахунок	3,00	0,00	3,00	2,00	0,00	2,00	-1,00	0,00	-1,00
8	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Розрахунок	5520,00	0,00	5520,00	9166,50	0,00	9166,50	3646,50	0,00	3646,50
9	К-ість випусків газет у місяць	од.	Розрахунок	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	0,00	0,00	0,00
10	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	Розрахунок	11587,50	0,00	11587,50	4583,25	0,00	4583,25	-7004,25	0,00	-7004,25
11	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	Розрахунок	5,00	0,00	5,00	7,00	0,00	7,00	2,00	0,00	2,00
12	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	Розрахунок	55,00	0,00	55,00	63,00	0,00	63,00	8,00	0,00	8,00
13	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	Розрахунок	25,00	0,00	25,00	13,00	0,00	13,00	-12,00	0,00	-12,00
14	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	Розрахунок	30,00	0,00	30,00	50,00	0,00	50,00	20,00	0,00	20,00
15	К-ість постерів на білборд	шт.	Розрахунок	80,00	0,00	80,00	40,00	0,00	40,00	-40,00	0,00	-40,00
16	К-ість постерів у сітілайт	шт.	Розрахунок	100,00	0,00	100,00	31,00	0,00	31,00	-69,00	0,00	-69,00
17	К-ість афіш	шт.	Розрахунок	1000,00	0,00	1000,00	0,00	0,00	0,00	-1000,00	0,00	-1000,00
18	К-ість флаєрів	шт.	Розрахунок	5000,00	0,00	5000,00	0,00	0,00	0,00	-5000,00	0,00	-5000,00
	Ефективності											
19	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Розрахунок	1397,93	0,00	1397,93	473,00	0,00	473,00	-924,93	0,00	-924,93
20	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Розрахунок	17,33	0,00	17,33	10,36	0,00	10,36	-6,97	0,00	-6,97
21	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Розрахунок	4680,00	0,00	4680,00	3272,70	0,00	3272,70	-1407,30	0,00	-1407,30
22	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Розрахунок	2730,00	0,00	2730,00	2291,70	0,00	2291,70	-438,30	0,00	-438,30
23	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	Розрахунок	520,00	0,00	520,00	572,00	0,00	572,00	52,00	0,00	52,00
24	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	Розрахунок	195,00	0,00	195,00	195,00	0,00	195,00	0,00	0,00	0,00

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
25	Видатки на виготовлення 1 афіші	грн.	Розрахунок	3,90	0,00	3,90	0,00	0,00	0,00	-3,90	0,00	-3,90
26	Видатки на виготовлення 1 флаєру	грн.	Розрахунок	0,47	0,00	0,47	0,00	0,00	0,00	-0,47	0,00	-0,47
27	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	Розрахунок	520,00	0,00	520,00	520,00	0,00	520,00	0,00	0,00	0,00
	Якості											
28	Темп зростання к-ості інформаційні програм	відс.	Розрахунок	216,66	0,00	216,66	200,00	0,00	200,00	-16,66	0,00	-16,66
29	Темп зростання к-ості друкованої площі	відс.	Розрахунок	101,84	0,00	101,84	169,10	0,00	169,10	67,26	0,00	67,26
30	Темп зростання к-ості новин у Інтернет ЗМІ	відс.	Розрахунок	66,27	0,00	66,27	75,90	0,00	75,90	9,63	0,00	9,63

9.2. Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками***

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками
1	2	3	4
	Затрат		
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
4	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	грн.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
	Продукту		
5	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Відхилення відсутні
6	К-ість інформаційних програм	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи.
7	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи.
8	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи.
9	К-ість випусків газет у місяць	од.	Відхилення відсутні
10	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	Показник зменшився відповідно до тиражу видань, із якими були укладені угоди.
11	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	У зв'язку із воєнним станом та з метою оперативного інформування якомога більшої кількості жителів міста та ВПО про діяльність ЧМР та її виконавчого комітету укладено угоди із більшою кількістю електронних ЗМІ.
12	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	У зв'язку з воєнним станом виникла необхідність у більшій кількості публікацій в Інтернет ЗМІ
13	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
14	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
15	К-ість постерів на білборд	шт.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
16	К-ість постерів у сітлайт	шт.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
17	К-ість афіш	шт.	Замовлення такого виду продукції не здійснювалося за відсутності нагальної потреби та в зв'язку із воєнним станом у країні
18	К-ість флаєрів	шт.	Замовлення такого виду продукції не здійснювалося за відсутності нагальної потреби та в зв'язку із воєнним станом у країні
	Ефективності		
19	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Під час здійснення розрахунків до кошторису враховувалися ціни за прайсом телекомпаній на січень з прогнозом зростання цін на рік, фактична середня ціна за виготовлення та трансляцію у 2023 році виявилася нижча за прогнозовану

	2	3	4
20	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Під час складання розрахунків до кошторису враховано 3 періодичних видання, відповідно до потреби угоди про співпрацю укладені з 2 періодичними виданнями
21	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Під час здійснення розрахунків до кошторису враховувалися ціни за прайсом Інтернет-ЗМІ на січень з прогнозом зростання цін на рік, фактична середня ціна за виготовлення та трансляцію у 2023 році виявилася нижча за прогнозовану
22	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Під час здійснення розрахунків до кошторису враховувалися ціни за прайсом Інтернет-ЗМІ на січень з прогнозом зростання цін на рік, фактична середня ціна за виготовлення та трансляцію у 2023 році виявилася нижча за прогнозовану
23	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	У зв'язку з інфляцією відбувся ріст цін на момент укладання договору про виготовлення
24	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	Відхилення відсутні
25	Видатки на виготовлення 1 афіші	грн.	Замовлення такого виду продукції не здійснювалося за відсутності нагальної потреби та в зв'язку із воєнним станом у країні
26	Видатки на виготовлення 1 флаєру	грн.	Замовлення такого виду продукції не здійснювалося за відсутності нагальної потреби та в зв'язку із воєнним станом у країні
27	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	Відхилення відсутні
	Якості		
28	Темп зростання к-ості інформаційні програм	відс.	Замовлення телевізійної продукції впродовж року здійснювалося відповідно до потреби
29	Темп зростання к-ості друкованої площі	відс.	Замовлення друкованої продукції впродовж року здійснювалося відповідно до потреби
30	Темп зростання к-ості новин у Інтернет ЗМІ	відс.	В зв'язку із воєнним станом відкориговано плани роботи стосовно публікації про роботу місцевої влади в електронних ЗМІ.

9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

Упродовж 2023 року управління інформаційної політики в межах Програми взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020-2024 роки співпрацювало із:

-Трьома телекомпаніями (ТРК «ВІККА», ТРК «Ільдана» та ТРК «Антенa»), в ефірі яких Черкаська міська рада інформувала населення про ухвалені рішення;

-Двома друкованими виданнями (газети «Нова Молодь Черкащини» та «Черкаський край»);

-Сімома електронними виданнями (сайти «zmi.c.k.ua», «Dzvin.media», «Прочерк», «Вичерпно», vikka.ua, antenna.com.ua та «Нова Доба»).

Замовлення продукції в електронних та друкованих медіа, продукції соціальної реклами здійснювалося із урахуванням запитів суспільства та планів роботи, які коригувалися впродовж року.

10. Узагальнений висновок про виконання бюджетної програми.

Заплановані заходи Програми взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020-2024 роки впродовж 2023 року профінансовані на 59,2%, зокрема:

-За напрямком «підтримка діяльності телебачення та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами телебачення - 54,8 %;

-За напрямком «підтримка діяльності періодичних видань та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами періодичних друкованих видань» - 99,2%;

-За напрямком «підтримка діяльності електронних ЗМІ та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами Інтернет ЗМІ» – 83,7%;

-За напрямком «виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)» - 66%.

Відхилення між виконаними та затвердженими показниками пов'язані з тим, що контрагенти, з якими співпрацює управління інформаційної політики, надають знижки на послуги.

Водночас, впродовж року переглядалися угоди та плани роботи управління, відповідно до викликів воєнного стану.

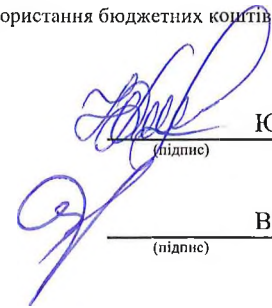
* Зазначаються всі напрями використання бюджетних коштів, затверджені у паспорті бюджетної програми.

** Зазначаються пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми.

*** Зазначаються пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками.

Начальник управління

Головний бухгалтер



Юлія КРАПИВА

(підпис)

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Вікторія СІРАЧЕНКО

(підпис)

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Лук'яненко С.В. Служ