



1	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	171363,00	0,00	171363,00	144670,04	0,00	144670,04	-26692,96	0,00	-26692,96
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	73172,00	0,00	73172,00	58968,00	0,00	58968,00	-14204,00	0,00	-14204,00
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	198761,00	0,00	198761,00	168000,00	0,00	168000,00	-30761,00	0,00	-30761,00
6	Забезпечення публічності в діяльності Черкаської міської ради, її виконавчого комітету шляхом замовлення послуги з фоторепортажу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Виготовлення та розповсюдження інформаційної продукції про діяльність міської влади	294174,00	0,00	294174,00	154709,15	0,00	154709,15	-139464,85	0,00	-139464,85
9	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	203702,00	0,00	203702,00	29160,00	0,00	29160,00	-174542,00	0,00	-174542,00
	<b>Усього</b>	<b>941172,00</b>	<b>0,00</b>	<b>941172,00</b>	<b>555507,19</b>	<b>0,00</b>	<b>555507,19</b>	<b>-385664,81</b>	<b>0,00</b>	<b>-385664,81</b>

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	У зв'язку з введенням воєнного стану було відкориговано плани роботи, частину сюжетів в ефір виходила на безоплатній основі
4	У зв'язку з введенням воєнного стану було відкориговано плани роботи, частину продукції публікували на безоплатній основі
5	У зв'язку з введенням воєнного стану було відкориговано плани роботи, частину продукції публікували на безоплатній основі
6	відхилення відсутнє
8	У зв'язку з введенням воєнного стану було відкориговано плани роботи, замовлення продукції здійснювалося відповідно до потреби
9	У зв'язку з введенням воєнного стану було відкориговано плани роботи. До внесення змін у 590 Постанову не уклалися угоди для замовлення соціальної реклами

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 та соціальної реклами на 2020-2024 роки	941172,00	0,00	941172,00	555507,19	0,00	555507,19	-385664,81	0,00	-385664,81

## 9. Результативні показники бюджетної програми та аналіз їх виконання

### 9.1. 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
	<b>Затрат</b>											
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Акт наданих послуг	171363,00	0,00	171363,00	144670,04	0,00	144670,04	-26692,96	0,00	-26692,96
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	Акт наданих послуг	73172,00	0,00	73172,00	58968,00	0,00	58968,00	-14204,00	0,00	-14204,00
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	Акт наданих послуг	198761,00	0,00	198761,00	168000,00	0,00	168000,00	-30761,00	0,00	-30761,00
4	Виготовлення та розповсюдження інформаційної продукції про діяльність міської влади	грн.	Акт наданих послуг	294174,00	0,00	294174,00	154709,15	0,00	154709,15	-139464,85	0,00	-139464,85
5	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	грн.	Акт наданих послуг	203702,00	0,00	203702,00	29160,00	0,00	29160,00	-174542,00	0,00	-174542,00
	<b>Продукту</b>											
6	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Акт наданих послуг	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00
7	К-ість інформаційних сюжетів	од.	Акт наданих послуг	24,00	0,00	24,00	9,00	0,00	9,00	-15,00	0,00	-15,00
8	К-ість прямих ефірів	од.	Акт наданих послуг	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	-1,00	0,00	-1,00
9	К-ість інформаційних програм	од.	Акт наданих послуг	12,00	0,00	12,00	12,00	0,00	12,00	0,00	0,00	0,00
10	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Акт наданих послуг	4,00	0,00	4,00	2,00	0,00	2,00	-2,00	0,00	-2,00
11	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Акт наданих послуг	5420,15	0,00	5420,15	5420,15	0,00	5420,15	0,00	0,00	0,00
12	К-ість випусків газет у місяць	од.	План закупівлі, угоди	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	0,00	0,00	0,00
13	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	План закупівлі, угоди	11587,50	0,00	11587,50	4625,00	0,00	4625,00	-6962,50	0,00	-6962,50
14	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	План закупівлі, договори	7,00	0,00	7,00	6,00	0,00	6,00	-1,00	0,00	-1,00
15	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	План закупівлі, договори	83,00	0,00	83,00	83,00	0,00	83,00	0,00	0,00	0,00
16	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	План закупівлі, договори	24,00	0,00	24,00	24,00	0,00	24,00	0,00	0,00	0,00
17	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	План закупівлі, договори	59,00	0,00	59,00	59,00	0,00	59,00	0,00	0,00	0,00
18	Орієнтовний наклад інформаційної продукції	шт.	План закупівлі, договори	70000,00	0,00	70000,00	72500,00	0,00	72500,00	2500,00	0,00	2500,00
19	Кількість тиражів інформаційної продукції	од.	План закупівлі, договори	4,00	0,00	4,00	2,00	0,00	2,00	-2,00	0,00	-2,00
20	К-ість постерів на білборд	шт.	Акт наданих послуг	180,00	0,00	180,00	28,00	0,00	28,00	-152,00	0,00	-152,00
21	К-ість постерів у сітілайт	шт.	Акт наданих послуг	180,00	0,00	180,00	3,00	0,00	3,00	-177,00	0,00	-177,00
22	К-ість постерів у скроллер	шт.	Акт наданих послуг	60,00	0,00	60,00	0,00	0,00	0,00	-60,00	0,00	-60,00
23	К-ість афіш	шт.	Акт наданих послуг	5000,00	0,00	5000,00	0,00	0,00	0,00	-5000,00	0,00	-5000,00
24	К-ість листівок А4	шт.	Акт наданих послуг	1000,00	0,00	1000,00	0,00	0,00	0,00	-1000,00	0,00	-1000,00

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
25	К-ість флаєрів	шт.	Акт наданих послуг	6000,00	0,00	6000,00	0,00	0,00	0,00	-6000,00	0,00	-6000,00
	<b>Ефективності</b>											
26	Видатки на трансляцію 1 хв прямого ефіру	грн.	Акт наданих послуг	1177,70	0,00	1177,70	0,00	0,00	0,00	-1177,70	0,00	-1177,70
27	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Акт наданих послуг	1067,33	0,00	1067,33	1067,33	0,00	1067,33	0,00	0,00	0,00
28	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. сюжету	грн.	Акт наданих послуг	1600,00	0,00	1600,00	1600,00	0,00	1600,00	0,00	0,00	0,00
29	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Акт наданих послуг	13,50	0,00	13,50	9,30	0,00	9,30	-4,20	0,00	-4,20
30	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Акт наданих послуг	3428,57	0,00	3428,57	3000,00	0,00	3000,00	-428,57	0,00	-428,57
31	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Акт наданих послуг	1974,16	0,00	1974,16	1464,41	0,00	1464,41	-509,75	0,00	-509,75
32	Видатки на виготовлення 1 од. інф-ої продукції	грн.	Акт наданих послуг	0,42	0,00	0,42	0,65	0,00	0,65	0,23	0,00	0,23
33	Видатки на розповсюдження 1 од. інф-ої продукції	грн.	Акт наданих послуг	0,62	0,00	0,62	0,47	0,00	0,47	-0,15	0,00	-0,15
34	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	Акт наданих послуг	380,00	0,00	380,00	500,00	0,00	500,00	120,00	0,00	120,00
35	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	Акт наданих послуг	126,00	0,00	126,00	200,00	0,00	200,00	74,00	0,00	74,00
36	Видатки на виготовлення 1 постеру в скроллер	грн.	Акт наданих послуг	300,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	-300,00	0,00	-300,00
37	Видатки на виготовлення 1 афіші	грн.	Акт наданих послуг	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00	-3,00	0,00	-3,00
38	Видатки на виготовлення 1 листівки А4	грн.	Акт наданих послуг	0,40	0,00	0,40	0,00	0,00	0,00	-0,40	0,00	-0,40
39	Видатки на виготовлення 1 флаєру	грн.	Акт наданих послуг	0,36	0,00	0,36	0,00	0,00	0,00	-0,36	0,00	-0,36
40	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	Акт наданих послуг	428,02	0,00	428,02	520,00	0,00	520,00	91,98	0,00	91,98
	<b>Якості</b>											
41	Темп зростання к-ості інформаційні програм	віде.	Розрахунки	133,33	0,00	133,33	60,00	0,00	60,00	-73,33	0,00	-73,33
42	Темп зростання к-ості інформаційних сюжетів	віде.	Розрахунки	160,00	0,00	160,00	133,33	0,00	133,33	-26,67	0,00	-26,67
43	Щомісячний % населення, яке отримує інформацію про діяльність влади з друк. ЗМІ (з розрахунку на 200 тис. жителів)	віде.	Акт наданих послуг	38,95	0,00	38,95	38,95	0,00	38,95	0,00	0,00	0,00

## 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
	<b>Заграт</b>		
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Замовлення телевізійної продукції впродовж року здійснювалося відповідно до потреби, яка була відкоригована через введення воєнного стану
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	У зв'язку із запровадженням воєнного стану були відкориговані плани роботи Черкаської міської ради, відповідно це вплинуло на замовлення друкованих публікацій
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	У зв'язку із запровадженням воєнного стану відкориговано плани роботи стосовно публікацій про роботу міської влади, частина з них – оприлюднювалася безкоштовно
4	Виготовлення та розповсюдження інформаційної продукції про діяльність міської влади	грн.	Замовленнявісників здійснювалося відповідно до доручень та планів роботи
5	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги)	грн.	До внесення змін у 590 Постанову КМУ не здійснювали замовлення продукції соціальної реклами

1	2	3	4
	товарів та посібники)		
	<b>Продукту</b>		
6	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Відхилення відсутні
7	К-ість інформаційних сюжетів	од.	Замовлення сюжетів здійснювалося відповідно до потреби. Водночас, телекомпанії ставили в ефір безкоштовно
8	К-ість прямих ефірів	од.	Не проводилися прямі ефіри
9	К-ість інформаційних програм	од.	Відхилення відсутні
10	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Під час планування видатків бралися до уваги всі друковані видання, натомість угоди про співпрацю укладені з 3 періодичними виданнями
11	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Відхилення відсутні
12	К-ість випусків газет у місяць	од.	Відхилення відсутні
13	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	Під час планування видатків бралися до уваги всі друковані видання, натомість угоди про співпрацю укладені з 3 періодичними виданнями
14	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	У паспорті враховували максимальну кількість електронних ЗМІ, натомість угоди про співпрацю заключені із 6 виданнями
15	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	Відхилення відсутні
16	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	Відхилення відсутні
17	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	Відхилення відсутні
18	Орієнтовний наклад інформаційної продукції	шт.	Було замовлено два тиражі, один в кількості 85 тис од та 60 тис. од.
19	Кількість тиражів інформаційної продукції	од.	Друк та розповсюдження вісників здійснювалося відповідно до доручень та планів роботи
20	К-ість постерів на білборд	шт.	До внесення змін у 590 Постанову КМУ не здійснювали замовлення продукції соціальної реклами
21	К-ість постерів у сітілайт	шт.	До внесення змін у 590 Постанову КМУ не здійснювали замовлення продукції соціальної реклами
22	К-ість постерів у скроллер	шт.	До внесення змін у 590 Постанову КМУ не здійснювали замовлення продукції соціальної реклами
23	К-ість афіш	шт.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
24	К-ість листівок А4	шт.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
25	К-ість флаєрів	шт.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
	<b>Ефективності</b>		
26	Видатки на трансляцію 1 хв прямого ефіру	грн.	Відхилення спричинені тим, що ефіри не проводилися
27	Видатки на виготовлення 1 трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Відхилення відсутні
28	Видатки на виготовлення 1 трансляцію 1 хв інформ. сюжету	грн.	Відхилення відсутні
29	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Під час планування видатків бралися до уваги всі друковані видання, натомість угоди про співпрацю укладені з 3 періодичними виданнями
30	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Під час проведення розрахунків враховувалися ціни за прайсом, натомість пізніше під час укладання угод ціни були відкориговані, у зв'язку з системною співпрацею - надані знижки
31	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Під час проведення розрахунків враховувалися ціни за прайсом, натомість пізніше під час укладання угод ціни були відкориговані, у зв'язку з системною співпрацею - надані знижки
32	Видатки на виготовлення 1 од. інф-ої продукції	грн.	У зв'язку з інфляцією виросли ціни на послугу
33	Видатки на розповсюдження 1 од. інф-ої продукції	грн.	Відхилення пов'язано з тим, що під час планування роботи береться до уваги ціна в прайсі, під час укладання угоди з контрагентом виставлена інша ціна
34	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	У зв'язку з інфляцією виросли ціни
35	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	У зв'язку з інфляцією відбувся ріст цін
36	Видатки на виготовлення 1 постеру в скроллер	грн.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції

1	2	3	4
37	Видатки на виготовлення 1 афіші	грн.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
38	Видатки на виготовлення 1 листівки А4	грн.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
39	Видатки на виготовлення 1 флаєру	грн.	Відповідно до планів роботи, не здійснювали замовлення такого виду продукції
40	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	У зв'язку з інфляцією відбувся ріст цін
	<b>Якості</b>		
41	Темп зростання к-ості інформаційні програм	відс.	Замовлення телевізійної продукції впродовж року здійснювалося відповідно до потреби, яка була відкоригована через введення воєнного стану
42	Темп зростання к-ості інформаційних сюжетів	відс.	Замовлення телевізійної продукції впродовж року здійснювалося відповідно до потреби, яка була відкоригована через введення воєнного стану
43	Щомісячний % населення, яке отримує інформацію про діяльність влади з друк. ЗМІ (з розрахунку на 200 тис. жителів)	відс.	Відхилення відсутні

### 9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

Упродовж 2022 року управління інформаційної політики в межах Програми взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020 – 2024 роки співпрацювала 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"),
- п'ятьма електронними виданнями (сайти "Центр Черкаських Медіа", "Дзвін.media", "Прочерк", "Вичерпно" та vikka.ua).

У звітному періоді на замовлення управління інформаційної політики було випущено два інформаційні вісники тиражем 85 000 та 60 000 од. Частина з них розповсюджувалася власними силами управління.

Замовлення продукції в електронних та друкованих засобах масової інформації, 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 59,02%, 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" – 84,42%,
- 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" – 80,59%,
- 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" – 84,52%,
- за напрямком "виготовлення та розповсюдження інформаційної продукції про діяльність міської влади" – 50,86%,
- за напрямком "виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)" – 15,05.

Кошти за напрямком "забезпечення публічності в діяльності Черкаської міської ради, її виконавчого комітету шляхом замовлення послуги з фоторепортажу" – перерозподілені на інші програми.

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)