**Отчет о реализации муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления** **в городе Череповце» на 2014-2018 годы**

**(в редакции постановления мэрии города от 09.12.2015 № 6442) за первое полугодие 2016 года**

Ответственный исполнитель:

управление по работе с общественностью мэрии

Соисполнители: мэрия города, департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии,

МКУ ИМА «Череповец»

Дата составления отчета: 18.07.2016

Отчет составил:

главный специалист

управления по работе с общественностью мэрии

Зайцева Ирина Павловна,

 тел. 50 11 82

Начальник управления

по работе с общественностью мэрии С.С. Беляев

Череповец

2016

## Сведения

## о достижении значений целевых показателей (индикаторов)

Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы разработана управлением по работе с общественностью мэрии, утверждена постановлением мэрии города от 09.10.2013 № 4750 (в редакции постановления мэрии от 09.12.2015 № 6442).

Цель программы: Активизация городского сообщества с целью участия в деятельности местного самоуправления, формирование положительного имиджа города и открытого информационного пространства.

Соисполнителями Программы выступают мэрия города, департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии, МКУ ИМА «Череповец».

Реализация программы рассчитана на период: 2014-2018 годы, разделена на 2 этапа.

Задачи Программы:

1. Повысить эффективность взаимодействия администрации города и горожан, вовлечь большее количество жителей города в деятельность местного самоуправления.

2. Создать условия для развития институтов гражданского общества. Расширить диапазон участия институтов гражданского общества в разработке и реализации социально значимых мероприятий, проектов и программ, самореализации социальной активности жителей города (территориальное общественное самоуправление (далее-ТОС), «Чистый город», «Народный бюджет» и т.д.).

3. Разработать и реализовать систему продвижения положительного имиджа города.

4. Формировать общественное мнение по поддержке курса руководства города с учетом обратной связи с населением.

5. Обеспечить информационную открытость и повысить уровень и качество информирования жителей Череповца о деятельности органов местного самоуправления.

Сведения о достижении значений целевых показателей содержатся в таблице 1. За первое полугодие 2016 года проведено мероприятий и поддержано гражданских инициатив социальной направленности 389. В данных мероприятиях приняли участие 66,9 тыс. человек, что составило 20,9% граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города. Показатели «Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив социальной направленности» и «Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности» уже в первом полугодии 2016 года превышают запланированные значения в связи с увеличением количества мероприятий социальной направленности и вовлечением большего количества граждан в данные мероприятия.

Основные причины перевыполнения данных показателей:

- фестиваль «Зимняя энергия молодых» (1500 чел.);

– массовое мероприятие, посвященное церемонии подведения итогов Конкурса ледяных скульптур (3500 чел.), в том числе молодежный флэшмоб (150 чел.);

- День памяти о россиянах, исполняющих служебных долг за пределами Отечества (400 чел.);

- XV городской фестиваль – конкурс «Тебе, Россия, Посвящаем!» (600 чел.);

- дворовые праздники, проводимые по инициативе жителей ТОС (около 2000 чел.)

- отборочный тур городского этапа межрегионального проекта «Танц-плантация-2016» и финал конкурса (3500 чел.);

- флешмоб-вызов, посвященный Дню Космонавтики (800 чел.);

- всемирный день здоровья (4500 чел.);

– митинг, приуроченный к проведению Международной общественно-патриотической акции «ЗВЕЗДА нашей Великой Победы». (600 чел.)

- городское мероприятие «День Весны и Труда» 4000 человек.

- Организация интерактивных площадок военно-патриотической направленности для жителей города (8300 чел.)

- Акция «Память» (5500 чел.)

- Шествие участников «Бессмертного полка» (6000 чел.)

- Военный парад (11000 чел.)

- Торжественная церемония возложения венков и цветов на Воинском мемориале (5000 чел.)

- реализация проекта «Чистый город» (включая общественный проект «Народная роща» - инициативный проект жителей Череповца, на свои средства и по собственному желанию участвующих в озеленении города) - 116 мероприятий в рамках проекта, общее количество участников 7 423 чел. и т.д.

В 1 полугодии 2016 года значительно превышено значение показателя «Доля территорий, охваченных ТОС». Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления составляет 46% от площади жилой застройки города (план на 2016 год 20% (+130%). На данный момент в Череповце зарегистрировано и действует 12 ТОС (4 в Зашекснинском районе, 6 в Заягорбском, 2 в Индустриальном), которые объединяют 95708 жителей старше 16 лет. В настоящее время ведется работа по созданию ещё 9 ТОС (5 в Индустриальном районе, 2 в Заягорбском районе, 1 в Зашекснинском районе и 1 в Северном районе города). Активная пропаганда деятельности территориальных общественных самоуправлений и достигнутых ими результатов повлекла рост интереса у граждан и желание принимать участие в данном процессе.

В целях формирования положительного имиджа Череповца в общественном сознании ведется целенаправленная работа по построению имиджа в Череповце. Маркетинг городской территории ориентирован на улучшение или поддержание имиджа города, его конкурентоспособности, притягательности для жителей, бизнеса, некоммерческих организаций, туристов, повышение престижа на всероссийском и международном уровне. Основными аргументами (или показателями эффективности) являются показатели: «Отношение граждан к городу» (позитивное, негативное, нейтральное), «Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов», а также «Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города». Для оценки эффективности маркетинговой политики силами МКУ «ИМА «Череповец» проводится социологическое исследование общественного мнения. «Отношение граждан к городу» (позитивное, негативное, нейтральное). По данным проведенного социологического исследования наблюдается снижение показателя позитивного отношения и рост нейтрального отношения. Эти показатели колеблются в зависимости от общей непростой экономической ситуацией в стране и мире. Следует подчеркнуть, однако, что показатели негативного отношения к городу увеличились несущественно. В сложившихся обстоятельствах: негативной информационной политики иностранных СМИ, снижающих уровень доверия граждан РФ к власти, а также самооценку жителей, сложную экономическую ситуацию в мире, стране и городе, удержать показатели негативного отношения к городу на прежнем уровне и предупредить их рост – показатель эффективности коммуникационных и маркетинговых усилий. При такой ситуации рост нейтрально относящихся является лучшей возможной альтернативой.

 На эффективное решение этой задачи в рамках реализации коммуникационной стратегии отделом маркетинга территории реализованы мероприятия по следующим направлениям:

1. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения
2. Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы
3. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов

В первом полугодии 2016 года отделом маркетинга территории организовано и проведено 2 крупных публичных мероприятий, в рамках Фестиваля снежных и ледяных скульптур – конкурс ледяных скульптур и мероприятие, посвященное подведению итогов (участники – 26 чел., зрителей 3500 чел.), а также конкурс снежных скульптур на придворовых территориях, а также награждение победителей в рамках празднования Масленицы (участники более 500 человек).

По итогам первого полугодия 2016 года можно отметить рост качества подготовки презентационных пакетов с символикой города, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов. За отчетный период сформировано около 1299 шт. презентационных пакетов с символикой города Череповца разного уровня: VIP, бизнес, промо, а также разработаны разные позиции сувенирной продукции. Презентационный пакет ориентирован, прежде всего, на внешнюю аудиторию (бизнес-партнеров, инвесторов, туристов) в целях создания осведомленности о потенциале города, повышения узнаваемости, активизации имиджа города.

Для оценки эффективности продвижения города посредством формирования презентационных пакетов с символикой города Череповца отделом маркетинга территории был разработан стандарт качества презентационных пакетов: каждый презентационный пакет должен включать в себя изделие народного промысла, продвигающее достопримечательности города и знаменитых личностей города, а также информационное издание о городе, художественно оформленную информацию о теме подарка, промысле, мастере (мини-брошюра, флаер и т.п.), а также подарочную упаковку.

По итогам первого полугодия 2016 года 3,9 % презентационных пакетов соответствует Стандарту качества презентационных пакетов. На всей сувенирной продукции транслируются виды и достопримечательности города Череповца, каждый сувенирный презентационный пакет сопровождается презентационным буклетом, представляющим территорию «Череповец – горячее Сердце Русского Севера», каждый сувенирный презентационный пакет оформлен в упаковку с изображением логотипа «Череповец – горячее Сердце Русского Севера»). Уменьшение финансирования без учета инфляции ведет к удешевлению закупаемой презентационной продукции, в частых случаях методом отказа от соответствующей упаковки и информационного сопровождения пакета.

В целях обеспечения реализации прав граждан и организаций на доступ к информации о деятельности органов местного самоуправления, а также создания условий для обеспечения гласности и открытости принимаемых решений, органам местного самоуправления необходимо проведение целенаправленной информационной политики, направленной на более широкое освещение своей деятельности.

В числе основных задач Программы - это обеспечение своевременного и достоверного информирования населения Череповца о деятельности органов местного самоуправления и обеспечение информационной открытости муниципальной власти.

На решение этих задач направлены два основных мероприятия, которые реализует МКУ «Информационное мониторинговое агентство «Череповец»:

1. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии Череповца и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учётом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе;

2. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ.

Для проведения эффективной информационной политики силами МКУ ИМА «Череповец» проводится ежедневный мониторинг городских, региональных и федеральных СМИ и ежегодные социологические исследования общественного мнения. Полученная аналитическая информация учитывается при подготовке медиаграфиков и медийных планов с имиджевым приращением, формируемых МКУ ИМА «Череповец» на основе полученных информационных поводов от органов местного самоуправления. Так, за 1-е полугодие 2016 г. подготовлено 25 медиапланов с имиджевым приращением, сформировано 9 тематических медиапланов и графиков. В частности, посвященных ЗОЖ, проекту «Электронный гражданин», профилактике правонарушений, услуги МФЦ, скорбной дате 75-летия начала ВОВ, имиджевое продвижение муниципальных предприятий сферы ЖКХ.

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Тематические медиапланы и медиаграфики, подготовленные в первом полугодии 2016 года.** |
| 1. | МУП Водоканал |
| 2. | МУП Теплоэнергия |
| 3. | МУП Электросеть |
| 4. | МУП Электросвет  |
| 5. | МФЦ |
| 6. | Электронный гражданин |
| 7. | Профилактика правонарушений  |
| 8. | 75-летие начала войны  |
| 9.  | Здоровый образ жизни |

За счет роста информационных поводов, генерируемых органами местного самоуправления, и активной работы отдела медиапланирования и информационной службы МКУ ИМА «Череповец» по итогам 2016 г. прогнозируется перевыполнение показателя «Количество позитивных и нейтральных сообщений об ОМСУ в городском медийном пространстве».

Значительно выросло количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет. В 1-ом полугодии 2016 г. вышло (опубликовано) 8977 таких сообщений при годовом плане не менее 6000. Существенное превышение плановой цифры объясняется тем, что в 1-ом полугодии 2016 года в информационном поле активно освещались мероприятия, посвященные акции «Бессмертный полк 9 мая», фестивалю «Голоса Победы», масштабным ремонтам дорог, проекту «Народный бюджет ТОС», 75-летию начала Великой Отечественной войны, присвоению города почётного звания трудовой доблести. Эти события, в том числе, оказали влияние и на рост показателей ИМА «Череповец» по производству высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов.

Превышена и плановая цифра по интернет-проектам (21 за 1-е полугодие 2016 г., при годовом плане в 19), что объясняется необходимостью модернизации страниц официального сайта Череповца, стартом прямых трансляций заседаний Гордумы, созданием новых интерактивных проектов для молодежной аудитории.

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Интернет-проекты 2016 года** |
| 1. | «Онлайн трансляции заседаний городской Думы» - жители города могут в прямом эфире наблюдать за работой депутатов городской Думы во время совместных заседаний постоянных комиссии и заседаний Гордумы: http://duma.cherinfo.ru/1610 |
| 2. | Прямая трансляция публичного доклада мэра Череповца: https://www.youtube.com/watch?v=j22zBlhAJuU |
| 3. | «Городская среда. В одном ритме с городом и на одной волне с жителями», выходящая в прямом эфире радио «Авторадио» и параллельной видеотрансляцией в сети Интернет на официальном сайте Череповца и социальной сети «В Контакте». |
| 4. | «Городской микрофон» - общественно-политическое ток-шоу. Проект для горожан, готовых обсуждать проблемы и предлагать пути их решения реализован совместно с управлением коммуникации компании «Северсталь».  |
| 5. | «ПрофПогружение» - ориентир для старшеклассников среди профессий и специальностей. Школьники под руководством наставников погружаются в выбранную профессию, изнутри знакомятся с ее особенностями. Проект выходит при поддержке управления информационной политики Вологодской области. |
| 6. | «Выход есть!» проект реализован совместно с благотворительным фондом «Дорога к дому. Ведущий программы со специалистами фонда дают конкретные советы, как действовать родителям в сложной ситуации. |
| 7. | «Доступное ЖКХ» - Совместный проект ИМА «Череповец» и Службы жилищного просвещения выходит при поддержке Правительства Вологодской области. Регулярно специалисты Службы жилищного просвещения отвечают на наиболее актуальные вопросы в сфере ЖКХ. |
| 8. | «Госуслуги: проверено череповчанами». Журналисты ИМА «Череповец» на примере конкретных услуг и организаций проверяют, насколько удобно пользоваться порталом госуслуг, сравнивают время получения услуги при личном визите и в электронном виде. |
| 9. | «Госуслуги: Ваша оценка» - оценка качества предоставления муниципальных и государственных услуг жителями Череповца на специальной странице официального сайта мэрии Череповца: http://mayor.cherinfo.ru/gosuslugi |
| 10. | «Онлайн лекции» - вебинары или онлайн-лекции — общение специалистов с аудиторией посредством прямой видеотрансляции. |
| 11. | «СпортИнфо» - мультимейдиный проект о физкультуре и спорте в Череповце. |
| 12. | Прямая трансляция праздника День Победы и акции «Бессмертный полк» 9 мая 2016 г. |
| 13. | «Весь Череповец: Гид по городу» - интерактивный справочник города: <http://gid.cherinfo.ru/> Первоначально база данных включала 1500 адресов. По состоянию на 01.07. 2016 года в безе данных – 2920 адресов, поддерживаемых в актуальном состоянии. Ресурс востребован, о чем говорит положительная динамика посещаемости – до 2-3 тысяч просмотров в день. |
| 14. | «500100. Онлайн спасатель» - интерактивный сервис для череповчан, отправляющихся за город. |
| 15. | Организована электронная рассылка новостей - ежедневный дайджест наиболее важных материалов. |
| 16. | На основании данных ДЖКХ создана интерактивная карта жилой застройки с указанием возраста домов, этажности и материала стен: <http://www.cherinfo.ru/36>  |
| 17. | Создана инфографика для разделов с общей информацией о городе (<http://www.cherinfo.ru/17>):- Население- Символы города- Промышленность- Рынок труда- Образование- Транспорт- Архитектура- Культура- Физкультура и спорт- Медицина и здоровье- Малый и средний бизнес |
| 18. | Размещена инетерактивная карта пунктов сбора и утилизации мусора в городе (<http://www.cherinfo.ru/1617>) |
| 19. | Обновлен раздел "История Череповца", сделан таймлайн с ключевыми датами: <http://www.cherinfo.ru/14> |
| 20. | Созданы интерактивные линейки для следующих страниц: - Главы города- Почетные граждане Череповца- Кавалеры почетного знака «За особые заслуги перед Череповцом». Информация в разделах сверена с ЧерМО. |
| 21. | В разделе "Прием обращений граждан" (<http://mayor.cherinfo.ru/350>) размещена форма обратной связи - возможность обращения в мэрию города. Ранее обращения шли через форум, требовавший предварительной регистрации. |

Публикация постановлений мэрии города Череповца, решений Череповецкой городской Думы, иных муниципальных правовых актов выполняется в полном объеме от потребностей органов местного самоуправления, как того требуют нормы Законодательства (№ 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»), и в соответствии с утвержденными сроками. Объем печатной площади, опубликованных официальных документов с 1 января 2016 г. по 30 июня 2016 г. составляет 327763 кв.см.

Прогнозируется, что показатель «Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года» по итогам 2016 года будет перевыполнен в связи с увеличением объема финансирования.

 Таблица 1

| Nп/п | Наименование целевого показателя (индикатора) муниципальной программы | Ед. измерения | Значение показателя (индикатора) муниципальной программы, подпрограммы, ведомственной целевой программы | Обоснование отклонения значения показателя (индикатора) на конец отчетного года, недостижения или перевыполнения планового значения показателя (индикатора) на конец т.г., других изменений по показателям | Взаимосвязь с городскими стратегическими показателями |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| год, предшествующий отчетному 2014 | отчетный год2015 | текущий год2016 |
| план | факт | план | факт по состоянию на 1 июля | ожидаемое значение на конец года |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы (в редакции постановления мэрии города от 09.12.2015 № 6442) |
| Показатель (индикатор) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив социальной направленности | единиц | 288 | 288 | 344 | 290 | 389 | 445 | На данный момент наблюдается увеличение количества мероприятий, которые проводятся без финансирования.В плановом значении показателя учитываются традиционные мероприятия, которые мы можем спрогнозировать, однако, существует процент мероприятий, который спрогнозировать сложнее, так как мероприятия возникают либо спонтанно, либо в зависимости от приоритетов работы: например: зональные этапы областных проектов и т.д. В соответствие с этим возрастает и количество мероприятий данной направленности.Также важно отметить тот факт, что год от года изменяется нормативно-правовая база, пока в данный показатель возможно учитывать мероприятия клубных формирований, действующих на территории МКУ «ЧМЦ», однако, если данные мероприятия фиксироваться не будут, показатель резко уменьшится. | Ч 4.1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
|  | Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности | тыс. чел. | 23 | 25 | 73,6 | 27 | 66,9 | 75,6 | Растет интерес граждан к проводимым мероприятиям. Учитываются не уникальные посетители, а общее количество людей, посетивших мероприятие. | Ч 4.2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства |
|  | Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города | % | 6 | 7 | 23 | 7 | 23 | 23 | Растет интерес граждан к проводимым мероприятиям. Учитываются не уникальные посетители, а общее количество людей, посетивших мероприятие. | Ч 4.5. Оценка горожанами (в том числе ветеранами, молодежью) условий для самореализации в сфере политики и общественной деятельности |
|  | Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО | единиц | 160 | 170 | 170 | 180 | 170 | 180 | Выполнение показателя рассчитано на год | Ч 4.2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства |
|  | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов | единиц | 97 | 98 | 98 | 102 | 98 | 102 | Выполнение показателя рассчитано на год | Ч 4.5. Оценка горожанами (в том числе ветеранами, молодежью) условий для самореализации в сфере политики и общественной деятельности |
|  | Количество организаций – участников конкурсов на получение финансовой поддержки | единиц | 12 | 15 | 15 | 17 | 14 | 28 | Выполнение показателя рассчитано на год | Ч 4.1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
|  | Количество реализуемых социально ориентированных проектов | единиц | 2 | 2 | 2 | 3 | 0 | 3 | Выполнение показателя рассчитано на год | Ч 4.1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
|  | Доля территорий, охваченных ТОС | % | 13,9 | 15 | 24,3 | 20 | 46 | 51 | Активная пропаганда деятельности территориальных общественных самоуправлений и достигнутых ими результатов повлекла рост интереса у граждан и желание принимать участие в данном процессе | Ч 4.4. Доля территорий, объединенныхв органы территориального общественного самоуправления |
|  | Отношение граждан к городу: | % | н/д |  |  |  |  | По результатам социологического исследования |  | И 2.2 Отношение граждан к городу:-негативное- нейтральное- позитивное |
| - негативное, | 54 | 58,2 | 18 | 20,2 |
| - нейтральное, | 26 | 17,2 | 54 | 56,1 |
| - позитивное | 20 | 18,6 | 28 | 17,0 |
|  | Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | % | 30 | 80 | 52 | 85 | 3,9 | 40 | Уменьшение финансирования без учета инфляции ведет к удешевлению закупаемой презентационной продукции, в частых случаях методом отказа от соответствующей упаковки, а также информации об изделии и о городе, вопреки Стандарту качества презентационных пакетов. | И 2.2 Отношение граждан к городу:-негативное- нейтральное- позитивноеЭ 2.6. Расширение базы деловых контактов |
|  | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города | единиц | 65 | 80 | 69 | 87 | 35 | 76 | Выполнение показателя рассчитано на год | Э 2.6. Расширение базы деловых контактовИ 2.1 Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет |
|  | Количество реализованных медиапланов и графиков/ медиапланов с имиджевым приращением | штук | 19/50 | 25/50 | 25/50 | 25/50 | 9/25 | 25/50 | Реализация конечного медиапродукта находится под особым контролем рабочей группой по формированию информационной политики г. Череповца. | Ч.4.3Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления. |
|  | Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | штук | 12532 | 12200 | 16208 | 12300 | 7200 | 13000 | Превышение планового показателя объясняется ростом информационных поводов, генерируемых органами местного самоуправления Череповца. | И 1.1 Количество позитивных и нейтральных сообщений о МСУ в городском медийном пространстве. |
|  | Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | % | 2,4% | <=2.5% | 2,1% | <= 2.5% | 4,6% | <= 2.5% | Превышение плановой цифры показателя «Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве» объясняется в первую очередь общей внешнеполитической ситуацией в стране и мире. Негативные тенденции в информационном пространстве связаны с экономическими и политическими санкциями, введенными против РФ. Повышение стоимости жизни не может позитивно сказываться на состоянии общества. | Ч.4.3Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления. |
|  | Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | штук | 19404 | >= 5500 | 16782 | >= 6000 | 8977 | >= 13000 | Повлияла на рост показателя активная деятельность МКУ «ИМА «Череповец» по взаимодействию с федеральными СМИ, продвижению позитивных имиджевых информационных материалов о Череповце на страницах российских печатных изданий и в новостном эфире федеральных телеканалов на безвозмездных условиях. | И 2.1 Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет |
|  | Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | % | 33% | <= 45% | 34,8% | <= 45% | 35% | <= 45% | Выполнение показателя рассчитано на год | И 2.2 Отношение граждан к городу:-негативное- нейтральное- позитивное |
|  | Количество произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов о деятельности органов местного самоуправления и социально-экономическом развитии города Череповца на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов: | штук |  |  |  |  |  |  | Превышение плановой цифры по интернет-проектам объясняется необходимостью модернизации страниц официального сайта Череповца, что повлекло за собой создание новых интерактивных проектов. Кроме того, до конца 2016 года на официальном сайте Череповца запланирован редизайн страниц и создание версии сайта для слабовидящих людей. Превышение показателя по радиопроектам объясняется необходимостью подготовки спецпроектов, посвященных Дню Победы и 75-летию со дня начала Великой Отечественной войны | И 1.2. Количество произведенных высокотехнологичных проектов о деятельности ОМС и социально-экономическом развитии города. |
| - Интернет | 15 | 18 | 22 | 19 | 21 | 22 |
| - Телевидение | 5 | 5 | 7 | 6 | 6 | 6 |
| - Радио | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 |
|  - Газеты | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 |
|  | Объем печатной площади, опубликованных официальных документов | Кв.см | 733900 | >= 850000 | 787000 | >= 850000 | 327763 | В соответствии с потребностями ОМСУ. | Выполняется в полном объеме от потребностей органов местного самоуправления. | Ч.4.3Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления. |
|  | Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года | человек | 5791 | 2526 | 4 444 | 2526 | 2094 | ≥4694 | Показатель «Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями» корректируется в зависимости от объема финансирования из городского бюджета на проведение мероприятий, влияющих на изменение данного показателя (индикатора).Прогнозное значение показателя на конец 2016 г. выше в связи увеличением объема финансирования. | В 3.1 Удовлетворенность населения деятельностью ОМС |

**Сведения о расчете целевых показателей (индикаторов) муниципальной программы (подпрограммы)**

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование целевого показателя (индикатора) | Единица измерения | Плановое значение на отчетный финансовый год | Фактическое значение за отчетный год (первое полугодие текущего года) | Алгоритм формирования (формула) и методологические пояснения к целевому показателю (индикатору)  | Временные характеристики целевого показателя (индикатора)  | Метод сбора информации, индекс формы отчетности | Источник получения данных для расчета показателя (индикатора) | Ответственный за сбор данных и расчет целевого показателя (индикатора) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|  | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив социальной направленности | единиц | 290 | 389 | Количественный учет проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив (предложений, обращений, акций), обеспечивающих согласование и защиту интересов различных социальных групп и общественных объединений | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности | тысяча человек. | 27 | 66,9 | количественный учет принявших участие в мероприятиях и инициативах, обеспечивающих согласование и защиту интересов различных социальных групп и общественных объединений. | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города | процент | 8 | 23 | До=Ко/Кж\*100%До – доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города, %;Ко –количество граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, ед.;Кж – общее количество жителей города, ед. | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО | единица | 180 | 170 | Количественный учет | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов | единица | 102 | 98 | Количественный учет | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Количество организаций – участников конкурсов на получение финансовой поддержки | единица | 17 | 14 | Количественный учет | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Количество реализуемых социально ориентированных проектов | единица | 3 | 0 | Количественный учет | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Доля территорий, охваченных ТОС | процент | 20 | 46 | Дт=Пт/Пг\*100%Дт – доля территорий, охваченных ТОС, %;Пг – площадь территории города;Пт - площадь территории ТОС. | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Статистические данные УРсО и МБУ «ЦМИРиТ» | Отдел по работе с общественными организациями |
|  | Отношение граждан к городу: | процент |  |  | Результаты социологического опроса населения и фокус-групп: % горожан, негативно оценивающих город, % горожан, нейтрально оценивающих город, % горожан, позитивно оценивающих город, по отношению к общему количеству жителей города.Фактические значения показателя сформирует МКУ ИМА «Череповец» на основе данных социологических исследований, проводимых в рамках ежегодного мониторинга системы сбалансированных целевых показателей города, критериев их оценки населением по утвержденному перечню. | 1 раз в год | Прочее (социологический опрос) | Социологический опрос МКУ ИМА «Череповец» | МКУ ИМА «Череповец» |
| негативное | 18 | 20,2 |
| нейтральное | 54 | 56,1 |
| позитивное | 28 | 17,0 |
|  | Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | процент | 85 | 3,9 | Дст=Пст/П\*100%Дст – доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов, %;П – общее количество сформированных презентационных пакетов, ед.;Пст – количество презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов, ед. | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Данные ОМТ в зависимости от заявок органов местного самоуправления. | Отдел маркетинга территории |
|  | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города | единица | 87 | 35 | Количественный учет | 1 раз в год | Ведомственная отчетность | Постановления, распоряжения мэрии города о проведении мероприятий, данные УРсО | Отдел маркетинга территории |
|  | Количество реализованных медиапланов и графиков/ медиапланов с имиджевым приращением | штук | 25/50 | 9/25 | Суммирование общего количества медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением, произведенных в зависимости от поступивших от органов местного самоуправления информационных поводов | еженедельно | Ведомственная отчетность | Данные отдела медиапланирования МКУ ИМА «Череповец», подготовленные в зависимости от информационных поводов органов местного самоуправления | Отдел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | штуки | 12300 | 7200 | Суммарное количество информационных сообщений о деятельности органов местного самоуправления | Ежедневно | Ведомственная отчетность | Значение показателя формируется на основе данных отдела социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» по результатам мониторинга информационного пространства: материалы городских СМИ | Отдел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | % | <= 2.5% | 4,6% | ДНС = КНС / ОКС ОМСУ x 100ДНС - доля негативных сообщений;КНС - количество негативных сообщений об органах местного самоуправления;ОКС ОМСУ - общее количество сообщений об органах местного самоуправления.350/7550\*100%=4,6%, где 7550 - ОКС, 350 – КНС. | Еженедельно | Статистическая информация, 4 | Данные отдела социального мониторинга МКУ ИМА "Череповец" по результатам мониторинга информационного пространства: материалы городских СМИ | Отдел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | штук | >=6000 | 8977 | 8977 - суммарное количество информационных сообщений о Череповце | Ежедневно | Статистическая информация, 4 | Значение показателя формируется на основе данных отдела социального мониторинга МКУ ИМА "Череповец" по результатам мониторинга информационного пространства: материалы региональных, федеральных, зарубежных СМИ и сети Интернет | Отдел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | % | <= 45% | 35% | ДНС = КНС / ОКСГ x 100ДНС - доля негативных сообщений;КНС - количество негативных сообщений о городе;ОКСГ - общее количество сообщений о городе.4835/13812\*100%= 35%, где 4835 - КНС, 13812 - ОКСГ. | Еженедельно | Статистическая информация, 4 | Данные отдела социального мониторинга МКУ ИМА "Череповец" по результатам мониторинга информационного пространства: материалы региональных, федеральных, зарубежных СМИ и сети Интернет | Отдел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Количество произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов о деятельности органов местного самоуправления и социально-экономическом развитии города Череповца на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов: | штук |  |  | Суммарное количество материалов на основе данных официального сайта Череповца: cherinfo.ru, "Радио Череповца" и других СМИ в рамках муниципальных контрактов | Ежегодно | Статистическая информация, 4 | Мониторинговая информация МКУ ИМА "Череповец" (суммарное количество материалов) на основе данных официального сайта Череповца: cherinfo.ru, "Радио Череповца" и других СМИ в рамках муниципальных контрактов | Редакционный отдел периодического издания «Официальный сайт Череповца» МКУ ИМА «Череповец»Общий отдел МКУ ИМА «Череповец»Редакционный отдел подготовки радиопередач МКУ ИМА «Череповец»Общий отдел МКУ ИМА «Череповец» |
| - Интернет | 19 | 21 |
| - Телевидение | 6 | 6 |
| - Радио | 3 | 5 |
| - Газеты | 2 | 2 |
|  | Объем печатной площади, опубликованных официальных документов | Кв.см | >= 850000 | 327 763 | 327763-суммарное количество объема печатной площади опубликованных официальных документов по заявке органов местного самоуправления | По мере поступления актов сверки от печатного СМИ | Статистическая информация, 4 | Данные редакционного отдела МКУ ИМА "Череповец", сверенные с печатным СМИ | Редакционный отдел периодического издания «Официальный сайт Череповца»МКУ ИМА «Череповец» |
|  | Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года | человек | 2526 | 2094 | 2094- суммарное количество жителей города, в течение года принявших участие в социологических исследованиях, реализуемых МКУ ИМА "Череповец" по инициативе ОМСУ на средства городского бюджета | Периодичность социологических исследований и подсчет на их основе количества жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года, определяются потребностью ОМСУ в получении результатов социологических исследований в течение года и зависят от объема и наличия финансового обеспечения, необходимого МКУ ИМА "Череповец" для проведения запрашиваемых ОМСУ социологических исследований. | Статистическая информация, 4 | Данные о количестве жителей города, принявших участие в социологических исследованиях, предоставляются по итогам проведенных МКУ ИМА "Череповец" опросов, реализованных в течение года по инициативе ОМСУ и профинансированных из средств городского бюджета | Отел социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» |

### Сведения о степени выполнения основных мероприятий муниципальной программы, подпрограмм и ведомственных целевых программ

Мероприятия муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы в 2015 году и первом полугодии 2016 выполнялись в соответствии с Программой.

Мэрия города тесно сотрудничает с общественными объединениями граждан и поддерживает инициативы общественности, связанные с решением социальных и экономических проблем, проблем благоустройства города. Социальная значимость общественных организаций для нашего города безусловна. Особенно среди них можно выделить организации, защищающие права наиболее уязвимых социальных групп: людей с ограниченными возможностями, пенсионеров, ветеранов войны и труда, участников боевых действий в республике Афганистан и урегулирования межнациональных конфликтов, инвалидов и участников ликвидации последствий на Чернобыльской АЭС.

Управление по работе с общественностью постоянно работает над повышением количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений, проводит профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов. В целях гармонизации межнациональных отношений, предотвращения проявлений экстремизма, проведения различных акций националистической и экстремистской направленности, мэрией города проводится соответствующая работа, осуществляется взаимодействие с национальными диаспорами, выявляются, обсуждаются и решаются актуальные проблемы их жизни. Сотрудники отдела ежедневно осуществляют мониторинг социальных сетей.

Информация о проведении мероприятий с участием национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций по мере проведения мероприятий направляется для публикации в СМИ.

С целью формирования интереса у жителей города к изучению традиций, национальных праздников, патриотического воспитания, толерантности к другим народным культурам, повышения информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, направленную на гармонизацию межэтнических отношений в первой половине 2016 года организована работа с представителями национальных диаспор путем проведения совместных культурно-массовых мероприятий, круглых столов по наиболее актуальным проблемам в жизни народов, проживающих на территории г. Череповца.

В мэрии города на постоянной основе организована работа с лидерами национальных сообществ, землячеств, религиозных организаций, реально влияющих на ситуацию в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений. С этой целью организованы беседы с лидерами иностранных и национальных групп, проживающих на территории города.

Темы межнациональной солидарности включаются в мероприятия, посвященные государственным праздникам Российской Федерации (День России, День молодежи, День Российского флага, День народного единства). В рамках взаимодействия с национальными объединениями с целью формирования толерантных межнациональных отношений, а также адаптации и интеграции мигрантов проводятся мероприятия, направленные на гармонизацию межнационального согласия.

В январе 2016 года на базе Центральной городской библиотеки им. В.В. Верещагина организована книжная выставка «Крепить многонациональное единство» («Многонациональная художественная литература») Представлено: 34 книги /выдано 22

20 января в историко-краеведческом музее МБУК «Череповецкое музейное объединение», при поддержке управления по работе с общественностью мэрии прошло открытие выставки «Шаг навстречу», посвященной дружбе народов, проживающих на территории города Череповца. На открытие выставки приглашены представители всех национально-культурных объединений города Череповца. Приняли участие представители Грузии, Таджикистана, Узбекистана, Армении. Всего на открытии присутствовало 50 человек. За 3 месяца выставку посетили 106 человек. 13.02.2016 проведена экскурсия, в которой приняли участие 20 человек.

Организовано проведение на постоянной основе совместных с представителями национально-культурных объединений круглых столов.

04.02.2016 проведен круглый стол на котором обсуждались вопросы: проведение многонационального концерта на базе одного из учреждений культуры, проведения общегородского турнира по футболу, организация посещения членами национально-культурных объединений- выставки национальных культур «Шаг навстречу» совмещенного с проведением мастер-классов представителями различных национальностей и культур, а также вопросы профилактики конфликтов и проявлений экстремизма на межнациональной и этноконфессиональной почве.

24.03.2016 в Центральной библиотеке им. В.В. Верещагина прошел семинар на тему: «Толерантность и патриотизм: взаимодействие библиотеки и семьи», на котором рассмотрены вопросы:

- «Работа по гармонизации межнациональных отношений в городе Череповце» - С.С. Беляев, начальник управления по работе с общественностью;

- «Толерантность и патриотизм – основа духовного единства нашего государства»- Асланлы С. А., директор АНО «Центр интеллектуального и творческого донорства «Мост поколений», г. Череповец;

-«Воспитание семейных ценностей на занятиях библиотечного лектория «Азы православия»- Бурнякова Галина Александровна, библиотекарь филиала № 1 МБУК «Объединение библиотек, города Череповца»;

-«Опыт проведения дней национальных культур в центральной городской библиотеке им. В.В. Верещагина»- Курбанова Айгуль Илгаровна, специалист по связям с общественностью МБУК «Объединение библиотек г. Череповца».

12 марта в концертном зале МБУ ДО «ДШМ №1» прошёл городской фестиваль исполнителей на народных инструментах «ЛАД».

18 марта в концертном зале МБУ ДО «ДШМ №1» прошёл городской конкурс юных пианистов (участие представителей диаспор).

27 марта в концертном зале и фойе МБУК «Дом музыки и кино», совместно с КПЦ армянской диаспоры РОО «САВО» проведена информационно-познавательная программа «Местроп Маштоц – основатель армянского алфавита»

6 и 20 марта в концертном зале и фойе МБУК «Дом музыки и кино» организована работа клуба «Путешествие в Мультландию» совместно с Благотворительным фондом «Дорога к дому» в рамках проекта «Служба поддержки ребенка в семье» для семей разных диаспор, проживающих в городе Череповце:

Тема: «Мамочка любимая моя»;

Тема: Каникулы- веселая пора в Мультландии»..

24.04.2016 совместно с армянской диаспорой г. Череповца в МБУК «Дом музыки и кино» организован «День памяти жертв геноцида армянского народа в 1915году».

В апреле в Центральной городской библиотеке им. В.В. Верещагина организована книжная выставка «У нас одна планета – у нас одна семья». Представлено 51 книга / выдано 16.

06.05.2016 представители национально-культурных объединений приняли участие в мероприятии приуроченному к Дню Победы «Сирень Победы».

Участвовали представители Грузии, Азербайджана, Дагестана, Таджикистана и Узбекистана.

14.05.2016 в центральной городской библиотеке проведена семейная игра «СемьЯ» с участием национальных диаспор, проживающих в Череповце, и семей - переселенцев из восточных областей Украины.

24.05.2016 в АНО «Агентство городского развития» проведен круглый стол по вопросам взаимодействия администрации города с национально-культурными объединениями. В мероприятии приняли участие представители Таджикистана, Дагестана и Грузии. До руководителей национально-культурных объединений доведена информация о культурных и спортивных мероприятиях реализуемых на территории города, контакты руководителей учреждений культуры.

 25.05.2016 в МБУК «Дом музыки и кино» проведен «День национальных культур народов средней Азии». В мероприятии приняло участие 290 горожан, в том числе инвалиды и дети из детских домов

По инициативе Грузинской диаспоры, совместно с комитетом по физической культуре и спорту принято решение об организации турнира по футболу между командами, сформированными по национальному признаку на базе учреждений комитета по физической культуре и спорту. В ходе встречи 09.06.2016 Председатель региональной общественной организации Вологодское Грузинское землячество «Тбилиси» Заза Смоленович Хокерашвили высказал пожелания в оказании помощи по проведению турнира, взял на себя обязательства провести переговоры с представителями национально-культурных объединений выражавших желание участвовать в турнире, проведение турнира запланировано на июль-август 2016.

Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов, не позволило допустить проведения массовых конфликтов и протестных акций на межнациональной почве.

Совершенствование работы общественных объединений достигается путем:

1. Расширения форм участия общественности в решении социально-экономических задач города через коллегиальные общественные структуры, органы территориально-общественного самоуправления (организация деятельности Городского общественного совета, Городского координационного совета по делам детей и молодежи, активизация работы органов мэрии по созданию и организация деятельности профильных общественных советов, коллегиальных структур, организация работы советников мэра города на общественных началах).

2.Стимулирования участия общественных объединений в конкурсах на получение грантов на областном и федеральном уровнях.

На сегодняшний день существуют следующие формы участия общественности в решении социально-экономических задач города:

Городской общественный совет является ключевым звеном взаимодействия общественности г. Череповца с органами городского самоуправления и работает в тесном взаимодействии с управлением по работе с общественностью.

В первом полугодии 2016 года ГОС продолжил работу по разработке НПА по общественному контролю, активно работал по включению членов ГОС в состав кроссфункциональных групп по достижению городских стратегических целей. Организован сбор сведений об общественных формированиях, действующих при сферах (органах) городского самоуправления, продолжилась работа по созданию общественных советов при отраслевых органах мэрии города.

В феврале 2016 г. члены ГОС встретились с заместителем мэра города Сергушевым А.С. и руководителями курируемых им сфер (УАиГ, КУИ, УАО).

На заседаниях ГОС рассмотрены вопросы:

1. Основные текущие проблемы и перспективы развития ЖКХ города в 2015 – 2016 гг. Реализация региональной Программы капитального ремонта МКД в г. Череповце в 2015 – 2016 гг;
2. Информация о результатах и перспективах развития деятельности Службы жилищного просвещения в сфере жилищно-коммунального хозяйства г. Череповца;
3. Информация о проблемах и перспективах организации работы общественного транспорта в г. Череповце;
4. Вопросы организации здравоохранения в городе;
5. Деятельность и проблемы творческих союзов и объединений города;
6. Деятельность ЧГОО «Батюшковское общество»;
7. Противодействие коррупции в мэрии города Череповца;
8. Проведение общественной экспертизы проектов актов, регламентирующих требования к отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе предельные цены товаров, работ, услуг), закупаемых муниципальными органами мэрии и подведомственными им казенными учреждениями и бюджетными учреждениями, разработанными муниципальными органами города Череповца.

В январе 2016 года председатель ГОС Шаркунова В.В. приняла участие в пленарном заседании Общественной палаты Вологодской области на тему: «Итоги работы Комиссий и Рабочих групп Общественной палаты Вологодской области за 2015 год».

В марте 2016 г. председатель ГОС Шаркунова В.В. приняла участие в первом региональном форуме «Деревня – душа России».

В мае 2016 г. члены ГОС приняли участие в первом областном форуме «Женщины Вологодчины за стабильность, гармонию и социальное благополучие».

В апреле- мае 2016 г. ГОС провел выездные заседания:

1. БУЗ ВО «Специализированный дом ребенка № 2» (по реализации проекта «Дорога к дому»);
2. Кафедральный собор прпп Афанасия и Феодосия Череповецких, где прошел круглый стол на тему «Проблемы возрождения православных традиций в обществе».

Главным результатом проделанной работы городского общественного совета является тесное взаимодействие городской общественности с органами местного самоуправления, реальное включение общественных лидеров в общественно-политический процесс в городе.

Совет активно участвует в реализации профильных положений Устава города, в различных городских программах («Здоровый город», «Чистый город», «Открытый муниципалитет», молодежной политики, развития городской культуры, реформы ЖКХ, по борьбе с коррупцией, развитию малого и среднего предпринимательства, социально-ориентированных НКО, в проектах «Ордена и медали Победы», «Календарь Победы» и др.), публичных слушаниях, собраниях городского общественного актива, в реализации Стратегии развития города - 2022.

Высказанные и внесенные в протоколы заседаний городского общественного совета замечания и предложения членов совета учитываются при разработке муниципальных нормативных правовых актов и в работе органов местного самоуправления города.

Члены совета участвуют в мероприятиях, заседаниях Череповецкой городской Думы, мэрии города и её органов (подразделений), активно взаимодействуют и участвуют в работе профильных общественных организаций, объединений регионального (областного) уровня.

Активная работа ГОС способствует конструктивному диалогу с органами местного самоуправления и принятию взвешенных управленческих решений администрацией города. Развитие актуальной и действенной системы взаимодействия органов городской власти и городского сообщества является основой практики гражданского участия в развитии города.

*В ближайших планах совета* - разработка и принятие плана работы на 2 полугодие 2016 года, продолжение работы над принятием местных НПА в целях реализации Федерального закона по общественному контролю, в том числе: создание актуальной системы общественных формирований (советов) при органах (подразделениях) мэрии города, освоение, реализация актуальных для местного самоуправления направлений и форм общественного контроля, обмен передовым опытом профильной общественной работы на региональном и федеральном уровнях.

2. Органы территориального общественного самоуправления (ТОС). Встречи председателей ТОС и руководителей сфер мэрии организованы не реже 1 раза в 2 недели.

3. Городской координационный совет по делам детей и молодежи. За истекший период проведено:

- оперативных совещаний с членами совета – 8;

- мероприятий для членов детских и молодежных общественных организаций города – 15.

В целом, за период 1 полугодия 2016 года необходимо отметить следующие тенденции в развитии молодежного общественного движения:

•         Рост популярности молодежных проектов, направленных на приобщение к ценностям здорового образа жизни и добровольчества;

•         Объектом внимания молодежи становятся «новые» территории – дворовые площадки, клубные площадки и парки города («Праздники во все дворы», «Яркий двор», «FireFest-2015», ЭлектоЛайтФест-2015», «Энергия молодых – 2015», «PARTYLIFE – 2015», «Культурный Череповец»);

•         Расширение категорий молодежной аудитории, участвующей в волонтерской деятельности;

•         Сотрудничество - объединение усилий детских и молодежных общественных организаций в реализации социальных проектов;

•         Ориентация молодежи на самостоятельное привлечение средств грантовой поддержки для реализации своих социальных проектов;

•         Развитие конструктивного взаимодействия со структурами мэрии при подготовке и организации городских мероприятий.

4. Рабочая группа по системе обучения граждан РФ начальным знаниям в области обороны и их подготовке по основам военной службы в городе Череповце.

За истекший период проведено:

оперативных совещаний с членами Рабочей группы – 5.

1. Советники мэра города на общественных началах. Проведено 4 заседания.

С целью реализации взаимодействия администрации города и горожан, вовлечения большего количества жителей города в деятельность местного самоуправления управлением по работе с общественностью оказывается содействие развитию системы территориального общественного самоуправления (далее - ТОС)- коллективной самодеятельности граждан, в рамках которой они собственными силами и за свой счет в соответствии с нормами действующего законодательства ведут работу по улучшению условий проживания на определенной территории.

Мэрия города оказывает органам ТОС помощь в ведении работы по устранению проблем, существующих на данной территории, и в реализации различных инициатив, улучшающих условия проживания. Управление по работе с общественностью активно взаимодействует с представителями инициативных групп, регулярно в мэрии проводятся встречи с представителями ТОС и руководителями органов власти, на которых обсуждаются ключевые проблемы, возникающие в процессе работы и создания ТОС, изыскиваются пути их решения. По результатам встреч многие вопросы принимаются к решению мэрий города.

Создание системы ТОС позволяет: сформировать каналы коммуникации с населением конкретных районов, сформировать механизм разрешения вопросов местного значения с учетом мнения населения данного района, стимулировать население к самостоятельному разрешению вопросов территории проживания.

Совместно с представителями инициативных групп обсуждаются возможные, взаимовыгодные варианты решения проблем с привлечением минимального количества ресурсов.

Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий. Решение проблем конкретной территории происходит при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории.

Активизация городского сообщества влияет на внутренние показатели: позволяет уменьшить количество акций протеста, повысить возможность для самореализации, обобщать инициативы, поступающие от горожан через представителей инициативных групп.

За 1 полугодие 2016 года создано 5 территориальных общественных самоуправления: ТОС «Архангельский», ТОС «Электрон», ТОС «Центральный», «Яркий мир» и «Гритинский», которые охватили 21,7% территории города.

В настоящее время в городе создано и действует 12 ТОС, которые объединили 95 708 жителей (ТОС «Октябрьский», «Черемушки», «25 микрорайон», «Индустриальный», «105 микрорайон», «Солнечный», «Весенний», «Яркий мир», «Архангельский» «Электрон», «Центральный», «Гритинский»). Доля территорий, охваченных ТОС 46%. В настоящее время идет работа над созданием еще 5 ТОС.

С марта 2014 года в рамках проекта «Народный бюджет» реализуется второе направление – «Народный бюджет ТОС», который осуществляется с участием созданных ТОС города. Данный проект – это возможность для ТОС принять участие в распределении средств городского бюджета. Цель проекта: создание дополнительной мотивации для жителей города к созданию территориальных общественных самоуправлений, самоорганизации на основе коллективных и личных интересов, взаимной помощи и поддержки для развития инфраструктуры территории и улучшения условий проживания, совершенствование механизмов распределения средств городского бюджета, развитие эффективной системы взаимодействия власти и общества в бюджетной сфере, содействие развитию институтов гражданского общества.

В проекте имеют право принимать участие зарегистрированные в установленном порядке территориальные общественные самоуправления, имеющие Устав ТОС. Распределение средств городского бюджета осуществляется через выдвижение инициативной группой ТОС предложений по благоустройству города, их обсуждение на заседаниях рабочей группы проекта (с участием представителей мэрии города и Череповецкой городской Думы), рассмотрение на экспертном совете во главе с мэром города и последующую реализацию утвержденных проектов.

В 1 полугодии 2016 года на участие в проекте заявились 16 ТОС города Череповца. Планируется на реализацию инициатив выделить 20,5 тыс. рублей

1. ТОС «Октябрьский» - благоустройство территории, прилегающей к МБДОУ «Детский сад № 98» (ул. Годовикова, 34), в Зашекснинском микрорайоне (2 млн. руб.);
2. ТОС «Солнечный» - благоустройство территории МБОУ "СОШ № 30" (ул. К. Белова, д. 51, 2 млн. руб.);
3. ТОС «25 микрорайон» - благоустройство территории у МБОУ «СОШ №2» (ул. Олимпийская, 59) (2 млн. руб.);
4. ТОС «Индустриальный» - создание комплексной площадки на территории за МБОУ «СОШ № 18» (ул. Чкалова, 20А) с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города и благоустройство территории в районе МБОУ «СОШ № 3» (пр. Строителей д. 11А), (2 млн. руб.);
5. ТОС «Черемушки» - разбивка сквера на территории 112 микрорайона  (1,5 млн. руб.);
6. ТОС «105 микрорайон» - создание комплексной площадки на территории 105 микрорайона по Шекснинскому проспекту  с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города (1,5 млн.руб.);
7. ТОС «Яркий мир»- создание детской игровой и волейбольной площадок (ул. Гоголя, 1,5 млн. руб.);
8. ТОС «Архангельский»- создание двух детских игровых площадок (2 млн. руб.);
9. ТОС «Электрон»- создание футбольного поля в районе МБОУ «СОШ № 17 (ул. Беляева д. 48, 1,5 млн. руб.);
10. ТОС «Центральный»- разбивка сквера в районе СК «Юбилейный» (1,5 млн. руб.);
11. ТОС «Гритинский»-разбивка сквера на ул. Монт Клер (1,5 млн. руб.).

В настоящее время предложения, направленные представителями ТОС, готовятся на рассмотрение экспертного совета с участием мэра города.

В 2015 году на участие в проекте заявились 6 ТОС города Череповца. В 2016 году идет реализация проектов.

1. ТОС «Октябрьский» - произведено благоустройство территории, прилегающей к МБДОУ «Детский сад № 98» (ул. Годовикова, 34), в Зашекснинском микрорайоне (1 млн. руб.);
2. ТОС «Солнечный» - произведено благоустройство территории между МБОУ "СОШ № 30" (ул. К. Белова, д. 51) и домами по ул. Олимпийская, 13, 13А и 11 (1 млн. руб.);
3. ТОС «25 микрорайон» - до конца года будет произведено благоустройство территории у МБОУ «СОШ №2» (ул. Олимпийская, 59) (1 млн. руб.);
4. ТОС «Индустриальный» - ведется создание комплексной площадки на территории за МБОУ «СОШ № 18» (ул. Чкалова, 20А) с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города (1 млн. руб.);
5. ТОС «Черемушки» - планируется приобретение и установка уличных тренажеров в 112 микрорайоне в целях развития двигательной активности жителей  (700 тыс.руб);
6. ТОС «105 микрорайон» - планируется создание комплексной площадки на территории 105 микрорайона между домами № 25, 29, 31 по Шекснинскому проспекту  с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города (700 тыс.руб.).

*Цель проекта:* создание дополнительной мотивации для жителей города к созданию территориальных общественных самоуправлений (далее – ТОС), самоорганизации на основе коллективных и личных интересов, взаимной помощи и поддержки для развития инфраструктуры территории и улучшения условий проживания. В проекте имеют право принимать участие зарегистрированные в установленном порядке территориальные общественные самоуправления, имеющие Устав ТОС.

Распределение средств городского бюджета осуществляется через выдвижение инициативной группой ТОС предложений по благоустройству города, их обсуждение на заседаниях рабочей группы проекта (с участием представителей мэрии города и Череповецкой городской Думы), окончательное решение по проектам для реализации принимается мэром города.

На данный момент в Череповце зарегистрировано и действует 12 ТОС (4 в Зашекснинском районе, 6 в Заягорбском, 2 в Индустриальном), которые объединяют 95708 жителей старше 16 лет. В настоящее время ведется работа по созданию ещё 9 ТОС (5 в Индустриальном районе, 2 в Заягорбском районе, 1 в Зашекснинском районе и 1 в Северном районе города).

 Реализация проектов 2015 года в первом полугодии 2016 года (в проекте участвовали 6 ТОС):

*- Приобретение и установка уличных тренажеров в 112 микрорайоне;*

*- Создание комплексной площадки на территории 105 мкр. между домами № 25, 29, 31 по Шекснинскому проспекту с*

 *благоустройством данной территории;*

*- Благоустройство территории у МБОУ «СОШ №2» (ул. Олимпийская,59);*

*- Создание комплексной площадки на территории за МБОУ «СОШ № 18» (ул. Чкалова, 20а) с благоустройством данной*

 *территории;*

*- Благоустройство территории, прилегающей к МБДОУ «Детский сад № 98» (ул. Годовикова, 34),в Зашекснинском мкр.;*

*- Благоустройство территории м/у МБОУ "СОШ № 30" (ул. К. Белова, 51) и домами по ул. Олимпийская, 13, 13а и 11.*

С начала 2016 года изменены условия проекта «Народный бюджет-ТОС». В частности:

- ограничен срок приема заявок (май 2016 года);

- увеличен в 2 раза объем средств, выделяемых для распределения ТОС, – от 1 млн. 500 тыс. руб. до 2 млн. руб. в зависимости от численности жителей города в возрасте от 16 лет, объединенных в ТОС. До 2016 года распределялись суммы от 700 тыс. руб. до 1 млн. руб.;

- введена процедура народного голосования.

Проекты, предложенные ТОС для реализации в рамках городского бюджета в 2017 году:

*- ТОС «Октябрьский» - продолжение благоустройства сквера им. Героя Советского союза А.Н. Годовикова. Развитие спортивной инфраструктуры. Установка за ТЦ «Невский» объектов спорта;*

*- ТОС «Черемушки» - благоустройство спортивных и детских игровых площадок с нанесением травмобезопасного покрытия в хоккейной коробке между домами 18Б и 32 по Шекснинскому пр. Установка баскетбольных колец, дооснащение детских игровых площадок новыми элементами;*

 *- ТОС «25 микрорайон» - благоустройство территории МБОУ «СОШ» №2. Продолжение строительства тротуара от ул. Беляева до ул. Краснодонцев, установка лавок, урн и клумб;*

*- ТОС «Индустриальный» - Строительство стадиона вблизи школы № 18 (ул. Чкалова, 20А). благоустройство территории у школы №3 (пр. Строителей, 11Б), создание зоны отдыха совместно с детьми;*

*- ТОС «105 микрорайон» - установка игрового комплекса на площадке за МКД Шекснинский пр., 41, 43, 25;*

*- ТОС «Солнечный» - благоустройство территории у МБОУ «СОШ №30»: вход на стадион, главный вход, дорога и тротуар вдоль школьного стадиона;*

*- ТОС «Центральный» - устройство детских площадок на территории между домами ул. Ленина, 98Б, 98В, 100Б и 96А; между домами 1, 3, 5 по ул. Вологодская (за детской школой искусств);*

*- ТОС «Весенний» - установка в парке 200-летия г. Череповца интегрированного детского комплекса;*

*- ТОС «Архангельский» - обустройство детских игровых городков на территории Макаринской рощи (ул. Суворова) и на дворовой территории дома 32/1 по ул. Красная;*

 *- ТОС «Яркий Мир» - создание детской игровой и спортивной площадки, зоны отдыха на территории ТОС (предполагаемые места: между домами 13, 15, 15А, 15Б, 17 по ул. Гоголя и детским садом №121 (ул. Химиков, 14А); между домами по ул. Химиков 24, 24А, 24Б, 22А; между домами 94 по пр. Победы, 33А по ул. Гоголя, 32 по ул. Химиков; у домов 16 и 24 по ул. Химиков; между домами 28 и 30 по ул. Химиков; у д. 14 по ул. Химиков);*

*- ТОС «Гритинский» - создание сквера (зоны отдыха) на территории между МБОУ СОШ № 43 (Октябрьский пр., 67) и хоккейной площадкой у д. 24 по ул. Монтклер;*

*- ТОС «Электрон» - строительство современного футбольного поля на стадионе МБОУ «СОШ №17».*

В 1-ом полугодии 2016 года были проведены рабочие совещания по реализации данных проектов, согласована смета расходов, проведены аукционы по выбору поставщиков услуг. Срок реализации проектов – 3 квартал 2016 года.

Реализация проекта «Чистый город» (включая общественный проект «Народная роща» - инициативный проект жителей Череповца, на свои средства и по собственному желанию участвующих в озеленении города). В первом полугодии 2016 в рамках проекта проведены следующие акции:

1.1. 6 мая 2016 года в 11.00 часов в сквере по ул. Парковой состоялась посадка 75 саженцев сирени (мероприятие приурочено к 71-ой годовщине со дня Победы в Великой Отечественной Войне 1941-1945). Уже в четвертом по счету мероприятии приняли участие ветераны Великой Отечественной Войны 1941-1945, администрация и представители национально-культурных объединений, представители общественной организации «Союз-Чернобыль», представители проекта «Народная роща», коллектив ООО «Череповец – Восток – Сервис», жители города.

1.2. Продолжением первой акции «Сирень Победы» стала вторая высадка 75 саженцев кустов сирени 13 мая 2016 у ворот историко-этнографического музея «Усадьба Гальских» (акция прошла при участии представителей череповецкого отделения банка ВТБ24, учащихся череповецкого лесомеханического техникума, волонтёров проекта "Народная роща" и администрации музея).

1.3. Весной 2016 года МУП «Аквапарк Радужный» совместно с ДЖКХ мэрии и руководителями проекта «Народная роща» произвел посадку 9 саженцев лип, предварительно согласовав с общественной организацией «Народная роща» список людей, чьи деревья не прижились, для привлечения их к дополнительному озеленению территории Аквапарка (на бесплатной для них основе). Помимо этой акции на тех же условиях в мае 2016 года произведена посадка саженцев деревьев взамен не прижившихся в парке культуры и спорта «Серпантин» (рядом с ТЦ «Лента», Зашекснинский мкр.).

 1.4. 22 мая 2016 года состоялась церемония закладки аллеи из 62 саженцев деревьев в честь 30-летия ветеранской организации компании «Северсталь» на Шекснинском проспекте вдоль разделительной полосы у ТЦ «Лента» (время проведения: 10.00 – 11.00 час.). Общее количество участников – порядка 150-200 человек. Почетные гости: Ю.А. Кузин, А.В. Канаев, ветераны ПАО «Северсталь», Совет молодежи (волонтеры).

1.5. Проведен общегородской субботник в весенний период времени с 11 апреля по 6 мая 2016 года. Общее количество проведенных субботников – 93 (кол-во задействованных учреждений города – 350), с общим количеством участников 6843 чел. Состоялось 12 субботников с участием общественных организаций города (общее количество участников – 882 чел).

1.6. Традиционный субботник инициативной группы проекта «Народная роща» состоялся 22 апреля 2016 года в 15.00. Территория уборки: от памятника Афанасию и Феодосию Череповецким до ул. М.Горького. В субботнике приняли участие 80 человек. Собрано 210 мешков мусора.

1.7. В рамках реализации проекта «Чистый город» 13.07.2016 состоялся старт конкурса «Цветущий город» (совместно с Череповецкой городской Думой). Прием заявок на участие осуществляется до 20.08.2016. Оценки будут выставляться исходя из трех критериев: художественное исполнение, идея, оригинальность жанра. Подведение итогов конкурса состоится традиционно в осенний период.

В рамках городского экологического движения «Чистый город» реализуется проект «Народная роща» - инициативный проект жителей Череповца, на свои средства и по собственному желанию участвующих в озеленении города. Проект реализуется при поддержке Правительства Вологодской области и мэрии города Череповца.

В 1 полугодии 2016 года в рамках проекта реализованы следующие направления:

За отчетный период в рамках общественного движения «Народная роща» скорректирован план посадок на весенний и осенний периоды 2016 года.

6 мая 2016 в рамках акции «Сирень победы» на территории сквера по ул. Парковая (рядом с памятником участникам ликвидации последствий катастрофы на ЧАЭС), прилегающей к Храму Рождества Христова, совместно с проектом «Народная роща» состоялась высадка кустов сирени. В мероприятии приняли участие ветераны города, представители общественной организации «Союз-Чернобыль», школьники, жители города.

22 мая на участке по Шекснинскому пр. от кольца до ул. Годовикова совместно с управлением по работе с общественностью состоялась посадка аллеи ветеранов ПАО «Северсталь». В ходе акции был высажен 51 саженец ясеня. В мероприятии приняли участие ветераны компании, жители города.

Решается вопрос относительно установки детской площадки на территории парка на ул. Парковая при участии представителей проекта. МКУ «УКСиР» (В.П. Антонов) на безвозмездной основе предоставили представителю ЧГОО «Союз-Чернобыль» проект детской площадки, предполагаемой к установке на территории сквера по ул. Парковая. ДЖКХ мэрии (Д.А. Буслаев) совместно с проектом «Народная роща» проводят инвентаризацию всех территорий, на которых состоялись высадки в рамках проекта. В мае 2016 года состоится подсадка неприжившихся саженцев (первая территория - у аквапарка «Радужный»).

 Готовятся предложения по территориям для высадки аллеи ЗАО «Русский Бисквит», ПАО «Северсталь», АО ФосАгро».

В 2016 году в рамках проекта «Народный бюджет-ТОС» реализуются следующие направления:

1. Приобретение и установка уличных тренажеров в 112 микрорайоне в целях развития двигательной активности жителей;

2. Создание комплексной площадки на территории 105 микрорайона между домами № 25, 29, 31 по Шекснинскому проспекту с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города;

3. Благоустройство территории у МБОУ «СОШ №2» (ул. Олимпийская, 59);

4. Благоустройство территории между МБОУ "СОШ № 30" (ул. К. Белова, д. 51) и домами по ул. Олимпийская, 13, 13А и 11;

5. Создание комплексной площадки на территории за МБОУ «СОШ № 18» (ул. Чкалова, 20А) с благоустройством данной территории для развития двигательной активности жителей города;

6. Благоустройство территории, прилегающей к МБДОУ «Детский сад № 98» (ул. Годовикова, 34), в Зашекснинском микрорайоне.

Ожидаемый результат и эффект: развиваются и укрепляются важнейшие элементы гражданского общества, повышается активность населения, выявляются и используются внутренние резервы территории, для решения местных проблем мобилизуются собственные ресурсы территории и привлекаются дополнительные, происходит объективный учет общественного мнения по различным вопросам, местные проблемы решаются самими жителями, эффективно используются бюджетные средства, решаются проблемы каждого конкретного жителя, улучшаются условия жизни на территории.

За отчетный период проведен контроль за ходом реализации проектов. В данный момент в стадии разработки находится ПСД на установку комплексных площадок.

В направлении формирования положительного имиджа города в 2015 году основное внимание уделялось проведению имиджевых мероприятий, также работа была проведена в проработке стандарта качества и подготовке подарков, комплексно продвигающих наш город. Имидж становится всё более значимой категорией для современного города, в связи с тем, что позитивный имидж способствует дифференциации города от ряда схожих других, что очень важно в условиях рыночной экономики и высокой конкуренции городов и регионов за ресурсы. Создание, поддержка или изменение имиджа города порождают своего рода цепную реакцию общественности: за ними следует доверие, высокие оценки, уверенный выбор места вложения инвестиций, места работы, времяпровождения и даже места проживания. Таким образом, позитивный имидж способствует привлечению необходимых для развития территории ресурсов, развитию делового и культурного потенциала, созданию благоприятной среды для жизнедеятельности горожан.

Для достижения главной цели – формирования позитивного имиджа города был запланирован спектр разнообразных маркетинговых инструментов: проведение имиджевых мероприятий, размещение имиджевой и социальной рекламы, разработка эффективной системы визуальных коммуникаций. Инструменты маркетинга – это конкретные способы достижения цели. В Программе они представлены соответствующими мероприятиями.

Основное мероприятие 1:

Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы.

Социальная реклама — вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям, направленный на актуализацию проблем общества. В 2016 году не было запланировано средств на изготовление и размещение на территории города Череповца эффективной и качественной социальной рекламы, в связи с этим мероприятие не было выполнено.

Основное мероприятие 2:

Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения.

В 2016 году отделом маркетинга территории организовано 2 крупных массовых мероприятий, которые в рамках Фестиваля снежных и ледяных скульптур. Конкурс снежных скульптур отделен территориально и по времени проведения от конкурса ледяных скульптур и проводился на дворовых территориях домов, школ и детских садов.

В июне 2016 года был дан старт конкурсу социальной рекламы «Твое дело» (совместно с благотворительным фондом «Дорога к дому» и гуманитарным институтом Череповецкого государственного университета). По 15 октября 2016 года продлится прием заявок и работ, 4 ноября в День города будут подведены итоги конкурса.

Продолжается реализация проекта «Граффити – раскрасим город». В его рамках создано граффити ко Дню Победы в ВОВ (пр. Победы, 61).

На изготовление имиджевой рекламы, направленной на формирование положительного образа города денежных средств в 2015 год выделено не было, что является причиной неисполнения мероприятия.

Основное мероприятие 3:

Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов.

Сувенирная продукция с символикой города – это эффективный маркетинговый инструмент, доставляющий рекламное сообщение непосредственно до адресата, при этом сообщение носит индивидуальный, личностно-ориентированный характер. Основная цель коммуникации с целевой аудиторией посредством сувенирной продукции: формирование лояльности у целевых аудиторий, а именно, повышение известности города, стремление к продвижению города, формирование положительного имиджа руководства. Первый сегмент сувенирной продукции – Промо-сувениры необходимы для увеличения узнаваемости бренда города, формирования положительного отношения общественности. Второй сегмент сувенирной продукции – Бизнес-сувениры. Необходимы для поддержания взаимовыгодных отношений и развития отношений с потенциальной целевой аудиторией. Третий сегмент сувенирной продукции - VIP-сувениры. Необходимы для поддержания сложившихся взаимовыгодных отношений со стейкхолдерами, формирования положительного отношения у потенциальной целевой аудиторией. Как правило, это эксклюзивные, авторские сувениры, которые изготовляются под заказ ограниченной партией. За первое полугодие 2016 года отделом маркетинга территории сформировано 1200 презентационных пакетов разных уровней (VIP, бизнес, промо) с учетом фирменного стиля.

Информирование о деятельности органов местного самоуправления, исполнительной и законодательной власти Череповца носит системный и плановый характер: еженедельно МКУ ИМА «Череповец» готовит и реализует медиапланы с имиджевым приращением, в рамках муниципальных информационных контрактов в городской газете «Речь» выходит специальное приложение с официальными документами, в других печатных и электронных СМИ размещаются информационные, аналитические, разъяснительные материалы о деятельности органов местного самоуправления. Для эффективной обратной связи с населением, для прогнозирования общественных настроений и принятия своевременных эффективных имиджевых управленческих решений по вопросам жизни город МКУ ИМА «Череповец» проводит мониторинг печатных и электронных СМИ, общественно-политической ситуации в городе и регионе, организует социологические исследования мнений жителей о развития местного самоуправления.

МКУ ИМА «Череповец», как главный проводник информации о деятельности органов местного самоуправления Череповца, активно сотрудничает с различными региональными и федеральными СМИ. В 2016 году это газеты «Красный Север», «Российская газета», экономический дайджест «Навигатор», телекомпания ГТРК «Вологда», телекомпания «МИР», «Общественное телевидение России».

|  |
| --- |
| **Видеосюжеты о Череповце, инициированные МКУ «ИМА «Череповец» для федеральных телеканалов в 2016 г.** |
| **Дата производства** | **Телеканал** | **Тема материала** |
| **2016 год** |
| 8 января | ОТР | Военно-патриотический фестиваль «Стать Севера»  |
| 20 января | ОТР  | Эксперимент ГИБДД с манекенами на пешеходных переходах |
| 21 января  | НТВ | Эксперимент ГИБДД с манекенами на пешеходных переходах |
| 19 февраля | ОТР | Череповецкие водолазы на Всероссийской арктической конференции в Вытегре  |
| 23 марта | ОТР | Народный путеводитель Как и почему возник глобус Череповца?  |
| 6 апреля  | ОТР | Череповецкий ледокол вскрывает реки ото льда |
| 11 апреля  | ТК 360 градусов | История череповецкого барда, фото которого незаконно использовали в сериале |
| 30 июня | ОТР | Предстартовые мероприятия крупнейшего веломарафона «Вологда-Онего-Ладога» |

 Как показала практика реализации муниципальной программы новаторский подход МКУ ИМА «Череповец» к информационной политике городской администрации приносит позитивные плоды. Так, по данным социологического экспресс-исследования «Медиаизмерение СМИ Череповца», проведенного МКУ ИМА «Череповец» в июне 2016 года, увеличился процент горожан, заинтересованных в получении информации о жизни города и городских событиях — на 3,3% по сравнению с 2015 годом. Использование современных средств массовой коммуникации, интерактивные проекты, новые формы подачи информации, такие как онлайн-трансляции, позволили привлечь в информационное поле молодежь в возрасте от 18 до 29 лет.

***Периодичность обращения череповчан к информации, новостям о жизни города, городских событиях***

Порядка 72,6% горожан регулярно либо время от времени, но не менее 2-3 раз в неделю обращаются к СМИ, чтобы узнать городские новости.

**Распределение ответов на вопрос: «Отметьте, пожалуйста, насколько регулярно Вы интересуетесь информацией, новостями о жизни города, городских событиях?» (в % от общего числа опрошенных)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отметьте, пожалуйста, насколько регулярно Вы интересуетесь информацией, новостями о жизни города, городских событиях?** | **Череповец 2014** | **Череповец 2015** | **Череповец 2016** |
| Регулярно, практически каждый день | 31,6 | 33,9 | 35,7 |
| Время от времени, 2-3 раза в неделю | 30,8 | 35,4 | 36,9 |
| Не так часто, раз в неделю или реже | 23,9 | 18,8 | 20,0 |
| Практически не интересуюсь | 8,6 | 7,3 | 4,8 |
| Свой вариант | 0,4 | 1,2 | 0,5 |
| Затрудняюсь ответить | 4,8 | 3,4 | 2,2 |
| **ИТОГО** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |

Достижения МКУ ИМА «Череповец» за 1-е полугодие 2016 г.

1. По итогам 1 квартала 2016 года официальный сайт Череповца cherinfo.ru признан самым цитируемым СМИ Вологодской области.



1. Информационный проект «Городской микрофон» МКУ ИМА «Череповец» занял 2-ое место во Всероссийском конкурсе СМИ «Патриот России 2016» в номинации «Россия: проблемы и решения». Конкурс «Патриот России» проводится Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям при участии Минобороны и Российского государственного военного историко-культурного центра при правительстве РФ. В этом году в конкурсе участвовали 1808 журналистских работ от 402 телеканалов, газет, журналов, радиостанций и интернет-порталов из 72 субъектов России.
2. Публикации журналиста МКУ ИМА «Череповец» С. Мануйлова о деятельности Законодательного Собрания Вологодской области признаны лучшими среди Интернет СМИ Вологодской области.

Более детальная информация о реализации мероприятий управлением по работе с общественностью и МКУ ИМА «Череповец» представлена в таблице 3.

Таблица 3

| Nп/п | Наименование подпрограммы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия муниципальной программы (подпрограммы), мероприятия | Ответственный исполнитель, соисполнитель, участник | Результат от реализации мероприятия за отчетный год[\*](#sub_6666660) | Причины невыполнения, частичного выполнения мероприятия, проблемы, возникшие в ходе реализации мероприятия | Результат от реализации мероприятия за текущий год по состоянию на 1 июля[\*](#sub_6666660) | Причины невыполнения, частичного выполнения мероприятия, проблемы, возникшие в ходе реализации мероприятия | Связь с показателями муниципальной программы (подпрограммы), ведомственной целевой программы |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| запланированный | достигнутый | запланированный | достигнутый |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|  | Основное мероприятие 1:Формирование положительного имиджа Череповца, как социально ориентированного города, посредством изготовления и размещения социальной рекламы. | Управление по работе с общественностью мэрии | Комплексное воздействие на аудиторию города с целью изменения сознания горожан по определенным социальным вопросам | Мероприятие не выполнено.  | Мероприятие не выполнено в связи с тем, что запланированные финансовые средства в 1 000 000,00 рублей были разблокированы согласно уведомлению финансового управления от 28.10.2015. Для оплаты услуг по изготовлению и размещению баннеров с социальной рекламой после проведения конкурсных мероприятий необходимо выполнение полного перечня обозначенных услуг в 2015 году, что было невозможным в связи с поздними сроками разблокировки денежных средств. | Комплексное воздействие на аудиторию города с целью изменения сознания горожан по определенным социальным вопросам | Мероприятие не выполнено.  | Отсутствие финансирования | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.Отношение граждан к городу:- негативное- нейтральное- позитивное |
| 1.1. Изготовление и размещение социальной рекламы на щитах | Управление по работе с обществен-ностью мэрии | Социальная реклама позволяет осуществлять коммуникации между горожанами и администрацией города, решать застарелые общественные проблемы, изменять мнение людей в лучшую сторону |
| 1.2. Изготовление и размещение социальной рекламы на остановочных павильонах | Управление по работе с обществен-ностью мэрии | Реклама на остановочных павильонах воздействует на аудиторию пассажиров общественного транспорта |
| 1.3. Изготовление и размещение социальной рекламы на пилларсах | Управление по работе с обществен-ностью мэрии | Реклама на пилларсах воздействует на аудиторию пешеходов |
|  | Основное мероприятие 2Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | Управление по работе с общественностью мэрии,ДЖКХ мэрии | Обеспечение комплексного воздействия на целевые аудитории.Целенаправленное создание узнаваемого положительного имиджа города на местном, региональноми федеральном уровнях | Обеспечено комплексное воздействия на целевые аудитории для создания узнаваемого положительного имиджа города на местном, региональном, федеральном уровнях |  |  |  |   | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.Отношение граждан к городу:- негативное- нейтральное- позитивное |
| 2.1. Фестиваль снежных и ледяных скульптур | Управление по работе с общественностью мэрии,ДЖКХмэрии | Интерактивное мероприятие, позволяющее раскрыть инициативы граждан, творчество, фантазию, выдумку. Чувство сопричастности к городскому обществу, чувство гордости за себя и свою семью | Интерактивное мероприятие, позволяющее раскрыть инициативы граждан, творчество, фантазию, выдумку, проявить чувства сопричастности к городскому обществу и гордости за себя и свою семью.Количество привлеченных участников в общегородском флэшмобе – более 300 человек: творческие коллективы города, студенты, учащиеся общеобразовательных учреждений. Количество привлеченных волонтеров к организации мероприятия – 50 человек. Количество привлеченных к участию и организации концертной программы творческих молодежных объединений, творческих личностей и творческих коллективов – 23 участника. Количество участников конкурса снежных скульптур – свыше 100 человек. Количество участников конкурса ледяных скульптур – 18 человек. Количество зрителей за 3 дня проведения мероприятия – свыше 4 000 человек. За три года проведения мероприятия количество зрителей увеличилось в пять раз |  | Интерактивное мероприятие, позволяющее раскрыть инициативы граждан, творчество, фантазию, выдумку. Чувство сопричастности к городскому обществу, чувство гордости за себя и свою семью | Интерактивное мероприятие, позволяющее раскрыть инициативы граждан, творчество, фантазию, выдумку, проявить чувства сопричастности к городскому обществу и гордости за себя и свою семью.Количество привлеченных участников в общегородском флэшмобе – более 150 человек. Количество участников конкурса снежных скульптур – свыше 500 человек (учащиеся школ, воспитанники д/с, воспитатели и родители). Количество участников конкурса ледяных скульптур – 18 человек. Количество зрителей за 3 дня проведения конкурса ледяных скульптур – свыше 3 000 человек.  |  |
| 2.2. Конкурс социальной рекламы с последующим художественным оформлением городского пространства | Управление по работе с общественностью мэрии | Создание уникального, единственного в России фестиваля социальной рекламы, где лауреаты и дипломанты имеют реальную возможность воплотить свою работу в жизнь и продемонстрировать свое творение широкой публике | Создание уникального, единственного в России фестиваля социальной рекламы, где лауреаты и дипломанты имеют реальную возможность воплотить свою работу в жизнь и продемонстрировать свое творение широкой публике.Мероприятие стартовало с 7 июня 2015 года, подведение итогов конкурса состоялось 4 ноября 2015 года. В конкурсе поучаствовало 162 человека, присланы работы из 23 городов и 3 государств: Череповец, Казань, Владимир, Таганрог (Ростовская область), Екатеринбург,Киров, Евпатория (Крым), Москва, Санкт-Петербург, Благовещенск, Тверь, Кемерово, Абакан, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Омск, Курган, Барнаул, Тула, а также: г. Алматы (Казахстан) и г. Харьков (Украина). На конкурс представлено более 200 авторских работ: 150 плакатов, более 50 видеороликов,11 аудиороликов. Круг освещенных участниками тем самый широкий: патриотизм, безопасность на дороге, волонтерство, коррупция, экология, насилие в семье, наркотики, алкоголь. Основной темой, которая объединила все конкурсные работы, стала тема социальной ответственности и личного выбора человека: оставаться в стороне или своим собственным примером доказать, что у социальных проблем есть и будет решение, если усилия объединены. Конкурс социальной рекламы с последующим оформлением городского пространства изменил свой статус и географию: из городского традиционного конкурса он приобрел всероссийский статус, что говорит о развитии и интересе к мероприятию не только внутренней, но и внешней аудитории |  | Создание уникального, единственного в России фестиваля социальной рекламы, где лауреаты и дипломанты имеют реальную возможность воплотить свою работу в жизнь и продемонстрировать свое творение широкой публике | Старт конкурс дан 12 июня. Итоги будут подведены 4 ноября 2016 года.  |  |
|  |
| 2.3. Изготовление имиджевой рекламы, направленной на формирование положительного образа города | Управление по работе с общественностью мэрии |  |  | Мероприятие не выполнено по причине отсутствия денежных средств на реализацию |  |  | Мероприятие не выполнено по причине отсутствия денежных средств на реализацию | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города |
|  | Основное мероприятие 3. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | Управление по работе с общественностью мэрии | Создание благоприятного образа города и улучшение отношения к территории на основе выстраивания индивидуальных долгосрочных отношений с целевыми аудиториями на взаимной основе.Исполнение постановления мэрии города от 20.02.2009 № 560 «Об обеспечении протокольных мероприятий» | В полном объеме мероприятие не выполнено. В первом полугодии сформировано 886 презентационных пакетов разных уровней (VIP, бизнес, промо) с учетом фирменного стиля.Создание благоприятного образа города и улучшение отношения к территории на основе выстраивания индивидуальных долгосрочных отношений с целевыми аудиториями на взаимной основе.Исполнение постановления мэрии города от 20.02.2009 № 560 «Об обеспечении протокольных мероприятий».Разработан стандарт качества презентационных пакетов города разных уровней (VIP, бизнес, промо) с учетом фирменного стиля. Презентационный набор ориентирован, прежде всего, на внешнюю аудиторию (бизнес-партнеров, инвесторов, туристов) в целях повышения узнаваемости Череповца, осведомленности о потенциале города | Уменьшение финансирования без учета инфляции ведет к удешевлению закупаемой презентационной продукции, в частых случаях методом отказа от соответствующей упаковки | Создание благоприятного образа города и улучшение отношения к территории на основе выстраивания индивидуальных долгосрочных отношений с целевыми аудиториями на взаимной основе.Исполнение постановления мэрии города от 20.02.2009 № 560 «Об обеспечении протокольных мероприятий» | объеме мероприятие не выполнено. В первом полугодии сформировано 1200 презентационных пакетов разных уровней (VIP, бизнес, промо) с учетом фирменного стиля.Создание благоприятного образа города и улучшение отношения к территории на основе выстраивания индивидуальных долгосрочных отношений с целевыми аудиториями на взаимной основе.Исполнение постановления мэрии города от 20.02.2009 № 560 «Об обеспечении протокольных мероприятий».Разработан стандарт качества презентационных пакетов города разных уровней (VIP, бизнес, промо) с учетом фирменного стиля. Презентационный набор ориентирован, прежде всего, на внешнюю аудиторию (бизнес-партнеров, инвесторов, туристов) в целях повышения узнаваемости Череповца, осведомленности о потенциале города | Уменьшение финансирования без учета инфляции ведет к удешевлению закупаемой презентационной продукции, в частых случаях методом отказа от соответствующей упаковки | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов |
|  | Основное мероприятие 4. Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | управление по работе с общественностью мэрии | Город Череповец позиционирует себя во внешней среде (среди городов-членов союзов и ассоциаций) как город с прогрессивным и проактивным стилем руководства, внедривший ряд передовых инноваций в сфере управления на муниципальном уровне | Город Череповец позиционирует себя во внешней среде (среди городов-членов союзов и ассоциаций) как город с прогрессивным и проактивным стилем руководства, внедривший ряд передовых инноваций в сфере управления на муниципальном уровне |  | Город Череповец позиционирует себя во внешней среде (среди городов-членов союзов и ассоциаций) как город с прогрессивным и проактивным стилем руководства, внедривший ряд передовых инноваций в сфере управления на муниципальном уровне | Город Череповец позиционирует себя во внешней среде (среди городов-членов союзов и ассоциаций) как город с прогрессивным и проактивным стилем руководства, внедривший ряд передовых инноваций в сфере управления на муниципальном уровне |  | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет |
| 4.1.Участие города в деятельности Союза городов Центра и Северо-Запада России |
| 4.2.Участие города в деятельности Союза российских городов |
| 4.3. Участие города в деятельности Ассоциации «Совет муниципальных образований Вологодской области» |
|  | Основное мероприятие 5:Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии Череповца и актуальных вопросах городской жизнедеятель-ности с учётом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе | МКУ ИМА «Череповец» | Реализация постановле-ния мэрии города от 12.11.2009 № 4018 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности мэрии Череповца» Обеспечение права граждан на получение объективной информации о деятельности органов местного самоуправления Череповца, касающейся культурного, экономического и социального развития Череповца, в соответствии с основными направлениями стратегии развития Череповца до 2022 года. Повышение уровня доступности для населения информации о деятельности ОМСУ, взаимодействия органов власти и СМИ | - Количество сообщений об ОМСУ на муниципальных информационных ресурсах (официальный сайт cherinfo.ru / «Радио Череповца»): 1651 / 2343; - Количество сообщений, внесенных в базу ОСМ (отдел соц. мониторинга): 63 389 сообщений.- Количество отслеживаемых источников СМИ:Городских - 19Региональных: 33Федеральных: 15 + поисковые ленты.- Подготовлено 49 медиапланов с имиджевым приращением, сформировано 25 тематических медиапланов и графиков.Модернизация сайта:- Обновлена страница «Череповец» с размещением ключевой информации о городе, фотогалереи с панорамными снимками объектов культуры и административного здания мэрии, интеграция официальной страницы «Череповец. В Контакте» на сайт.- Обновлена страница «Вологодская область» с размещением ключевой информации о регионе, интеграция карты «Вологодская область» с наиболее интересными туристическими объектами муниципальных районов. - Создана мобильная версия официального сайта Череповца.- Созданы разделы «Розничный рынок», «Исполнение Указов Президента», «Реформа налогов на имущество», «Лучшие курсы валют в Череповце»;- Редизайн ресурса «Книга памяти».Организованы прямые видеотрансляции массовых мероприятий 1 шт. (День Победы);Интерактивные медиапроекты в Интернет – 22, ТВ – 7, радио – 5, газеты -1.Количество пресс-релизов о деятельности ОМСУ, направленных в городские СМИ – 74 шт.Количество позитивно-нейтральных видеосюжетов о Череповце, размещенных в эфире федеральных телеканалов с подачи ИМА «Череповец» и без оплаты за размещение - 24 шт.Количество позитивных информационных материалов о Череповце в «Российской газете» без оплаты за размещение – 10 шт.Проведено 9 социологических исследований. Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями – 4444 чел.Стартовал проект по подготовке видеоконтента для размещения на плазменных экранах общеобразовательных школ и МФЦ | - | Реализация постановления мэрии города от 12.11.2009 № 4018 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности мэрии Череповца» Обеспечение права граждан на получение объективной информации о деятельности органов местного самоуправления Череповца, касающейся культурного, экономического и социального развития Череповца, в соответствии с основными направлениями стратегии развития Череповца до 2022 года. Повышение уровня доступности для населения информации о деятельности ОМСУ, взаимодействия органов власти и СМИ | - Количество сообщений об ОМСУ на муниципальных информационных ресурсах (официальный сайт cherinfo.ru / сайт мэра/ «Радио Череповца»): 687 /116/953; - Количество сообщений, внесенных в базу ОСМ (отдел соц. мониторинга): 32197 сообщений.- Количество отслеживаемых источников СМИ:Городских – 20, Региональных: 37, Федеральных: 14 + поисковые ленты.- Подготовлено 25 медиапланов с имиджевым приращением, сформировано 9 тематических медиапланов и графиков.Организованы прямые видеотрансляции Гордумы, публичный доклад мэра, День Победы - 10 шт.Интерактивные медиапроекты в Интернет – 20, ТВ – 6, радио – 5, газеты -1.Количество пресс-релизов о деятельности ОМСУ, направленных в городские СМИ – 25 шт.Количество позитивно-нейтральных видеосюжетов о Череповце, размещенных в эфире федеральных телеканалов с подачи ИМА «Череповец» и без оплаты за размещение - 8 шт. Публикации в «Российской газете» без оплаты за размещение – 2 шт.Проведено 3 соц.исследований. Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями – 2094 чел.Подготовлен видеоконтент для размещения на экранах школ и МФЦ, 19 шт.Подготовлен в/ролики по заявкам ОМСУ 6 шт. (Фестиваль снежных скульптур, чествование педагогов, день предпринимателей, поддержка особенных детей, военные памятники Череповца, «ТОС – не просто соседи»). | - | Количество реализованных медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением. Количество позитивных и нейтральных сообщений об ОМСУ в городском медийном пространстве.Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве. Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет. Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет. Количество произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов о деятельности органов местного самоуправления исоциально-экономическом развитии города Череповца на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов: Интернет, Телевидение, Радио, Газеты.Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года |
|  | Основное мероприятие 6:Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ | МКУ ИМА «Череповец» | Публикация постановлений мэрии города, решений Череповецкой городской Думы, иных муниципальных правовых актов в соответствии с постановлением мэрии города от 12.11.2009 № 4018 «Организация общественного обсуждения размещения заказов на поставки товаров согласно постановле-нию мэрии города от 01.07.2013 № 2968. Закупка услуг СМИ для реализации планов информационных компаний для нужд ОМСУ | Действовали договорные отношения (муниципальные контракты) по производству и размещению информации с компаниями и предприятиями медиасферы региона: ГТРК «Вологда» («Вести Вологодской области»), «Вологодский областной информационный центр» (газета «Красный Север»), холдинг «Медиа Центр», ТС «Канал 12», ТК «Провинция», ООО «Единая рекламная служба», ООО «Русское радио Вологда» (радио «Авторадио»), ООО «Реклама сервис» («ГородЧЕ», «Аргументы и факты Вологда», «Телесемь»), «Матрица» («Дорожное радио»), «Регион медиа» (радиостанции «Европа +» и «Ретро ФМ»). Произведено 12 телепрограмм «Серьезный разговор», 7 телепрограмм «От первого лица», 1 телепрограмма «Перекресток», 19 телепередач «5 минут о важном», 12 телепередач «3 вопроса власти», 12 радиопрограмм «Радиоприемная мэра на Ретро ФМ» | - | Публикация постановлений мэрии города, решений Череповецкой городской Думы, иных муниципальных правовых актов в соответствии с постановлением мэрии города от 12.11.2009 № 4018 «Организация общественного обсуждения размещения заказов на поставки товаров согласно постановле-нию мэрии города от 01.07.2013 № 2968. Закупка услуг СМИ для реализации планов информационных компаний для нужд ОМСУ | Действовали договорные отношения (муниципальные контракты) по производству и размещению информации с компаниями и предприятиями медиасферы региона: ГТРК «Вологда» («Вести Вологодской области»), «Вологодский областной информационный центр» (газета «Красный Север»), холдинг «Медиа Центр», ТС «Канал 12», ТК «Провинция», ООО «Единая рекламная служба», ООО «Русское радио Вологда» (радио «Авторадио»), ООО «Новый мир» («ГородЧЕ», «Вологда КП», «Телесемь»), «Матрица» («Дорожное радио»), «Регион медиа» (радиостанции «Европа +» и «Ретро ФМ»), экономический дайджест «Навигатор» (ИП «Матвеев»), кинотеатры «Победа», «Рояль Вио», «Шторм», «Мори Синема». Произведено 3 телепрограммы «Серьезный разговор», 3 телепрограммы «От первого лица», 1 телепрограмма «Перекресток», 10 телепередач «5 минут о важном», 5 телепередач «3 вопроса власти», 2 радиопрограммы «Городская среда» | - | Количество реализованных медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением. Количество позитивных и нейтральных сообщений об ОМСУ в городском медийном пространстве.Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве. Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет. Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет. Количество произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов о деятельности органов местного самоуправления исоциально-экономическом развитии города Череповца на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов: Интернет, Телевидение, Радио, Газеты.Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года |
|  | Основное мероприятие 7:Совершенствование организации работы с социально ориентирован-ными общественными организациями | Управление по работе с общественностью мэрии |  |  | Мероприятие по созданию ресурсного центра для общественных организаций запланировано на 2018 год |  |  | Мероприятие по созданию ресурсного центра для общественных организаций запланировано на 2018 год | Объем печатной площади, опубликованных официальных документов.Количество позитивных и нейтральных сообщений об ОМСУ в городском медийном пространстве |
| 7.1. Содействие в проведении общественными организациями приемов граждан, семинаров, круглых столов |
| 7.2. Реализация проектов социальной направленности, инициируемых общественными организациями |
|  | Основное мероприятие 8:Совершенствование деятельности социально ориентированных НКО | Управление по работе с общественностью мэрии | Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города».Подготовка к реализации проектов и мероприятий: - «Социально значимая акция»;- «Мир вокруг нас»;-«Помоги ближнему своему»;-«Здоровый образ жизни»;-«Видим проблему – можем решить». | Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города».Подготовка к реализации проектов и мероприятий: - «Социально значимая акция»;- «Мир вокруг нас»;-«Помоги ближнему своему»;-«Здоровый образ жизни»;-«Видим проблему – можем решить». | - | Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города».Подготовка к реализации проектов и мероприятий: - «Социально значимая акция»;- «Мир вокруг нас»;-«Помоги ближнему своему»;-«Здоровый образ жизни»;-«Видим проблему – можем решить». | Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города».Подготовка к реализации проектов и мероприятий- «Социально значимая акция»;-«Мир вокруг нас»;-«Помоги ближнему своему»;-«Здоровый образ жизни»;-«Видим проблему – можем решить» | - | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив социальной направленности.Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности.Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений от общего количества жителей города.* Количество реализуемых социально ориентированных проектов
 |
| 8.1. Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города»  |
| 8.2. Подготовка к реализации проектов и мероприятий: - «Социально значимая акция»;- «Мир вокруг нас»;-«Помоги ближнему своему»;-«Здоровый образ жизни»;-«Видим проблему – можем решить» |
|  | Основное мероприятие 9:Информационная поддержка общественных организаций | Управление по работе с общественностью мэрии | Более широкое распространение информации о деятельности общественных организаций формирует их положительный имидж, способствует притоку добровольцев и ресурсов. Позитивный отклик общественного мнения стимулирует организации к более активной работе | Широкое распространение информации о деятельности общественных организаций формирует их положительный имидж, способствует притоку добровольцев и ресурсовПозитивный отклик общественного мнения стимулирует организации к более активной работе.В 2015 году в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на официальных сайтах размещен материал о деятельности 37 обществен ных организаций | - | Более широкое распространение информации о деятельности общественных организаций формирует их положительный имидж, способствует притоку добровольцев и ресурсов. Позитивный отклик общественного мнения стимулирует организации к более активной работе | Широкое распространение информации о деятельности общественных организаций формирует их положительный имидж, способствует притоку добровольцев и ресурсовПозитивный отклик общественного мнения стимулирует организации к более активной работе.В 2015 году в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на официальных сайтах размещен материал о деятельности 37 обществен ных организаций | - | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив социальной направленнос-ти.Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности.Количество социально ориентированных общественных организаций.Количество организаций – участников конкурсов на получение финансовой поддержки.Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
|  | Основное мероприятие 10:Реализация плана мероприятий по гармонизации межнациональных и этноконфессиональных отношений | Управление по работе с обществен-ностью мэрии | Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов.Повышение информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, направленную на гармонизацию межэтнических отношений.Выявление, обсуждение и решение актуальных проблем жизни народов | Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов, не позволило допустить проведения массовых конфликтов и протестных акций на межнациональной почве. Повышение информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, способствует гармонизации межэтнических отношений.Проведение круглых столов позволяет выявить, обсудить и решить актуальные проблемы жизни народов | - | Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов.Повышение информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, направленную на гармонизацию межэтнических отношений.Выявление, обсуждение и решение актуальных проблем жизни народов | Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов, не позволило допустить проведения массовых конфликтов и протестных акций на межнациональной почве. Повышение информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, способствует гармонизации межэтнических отношений.Проведение круглых столов позволяет выявить, обсудить и решить актуальные проблемы жизни народов | - | Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах социальной направленности.Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений от общего количества жителей города |
| 10.1. Организация дней национальной культуры на базе образовательных и культурных учреждений |
| 10.2. Содействие в информационном освещении мероприятий, организуемых национально-культурными некоммерческими организациями |
|  | 10.3. Проведение круглого стола с участием представителей национально-культурных общественных объединений и религиозных организаций |  |  |
|  | Основное мероприятие 11:Организация деятельности Городского общественного совета и поддержка коллегиальных общественных структур | Управление по работе с общественностью мэрии | Деятельность системы общественных советов обеспечивает непосредственный живой диалог органов местного самоуправле-ния с представителями наиболее активных объединений граждан, позволяет донести до них информацию о наиболее значимых вопросах жизни города, обеспечивает учет мнения представителей общественности, обладающих экспертным потенциалом, при принятии наиболее важных управленческих решений, позволяет совместно вырабатывать решения по важным вопросам местного значения | Активная работа с Городским общественным советом способствует конструктивному диалогу с органами местного самоуправления и принятию взвешенных управленческих решений администрацией города. Деятельность системы общественных советов обеспечивает непосредственный живой диалог органов местного самоуправления с представителями наиболее активных объединений граждан, позволяет донести до них информацию о наиболее значимых вопросах жизни города, обеспечивает учет мнения представителей общественности, обладающих экспертным потенциалом, при принятии наиболее важных управленческих решений, позволяет совместно вырабатывать решения по важным вопросам местного значения.Взаимодействие осуществляется с советами, рабочими группами, в состав которых входят представители общественности. В состав советов, а также в профильные общественные советы входят 98 общественных объединений | - | Деятельность системы общественных советов обеспечивает непосредственный живой диалог органов местного самоуправле-ния с представителями наиболее активных объединений граждан, позволяет донести до них информацию о наиболее значимых вопросах жизни города, обеспечивает учет мнения представителей общественности, обладающих экспертным потенциалом, при принятии наиболее важных управленческих решений, позволяет совместно вырабатывать решения по важным вопросам местного значения | Активная работа с Городским общественным советом способствует конструктивному диалогу с органами местного самоуправления и принятию взвешенных управленческих решений администрацией города. Деятельность системы общественных советов обеспечивает непосредственный живой диалог органов местного самоуправления с представителями наиболее активных объединений граждан, позволяет донести до них информацию о наиболее значимых вопросах жизни города, обеспечивает учет мнения представителей общественности, обладающих экспертным потенциалом, при принятии наиболее важных управленческих решений, позволяет совместно вырабатывать решения по важным вопросам местного значения.Взаимодействие осуществляется с советами, рабочими группами, в состав которых входят представители общественности. В состав советов, а также в профильные общественные советы входят 98 общественных объединений | - | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов |
|  | Основное мероприятие 12:Совершенствование работы общественных объединений | Управление по работе с обществен-ностью мэрии | Обучение представите-лей общественных организаций новым формам и методам деятельности повышает их управленческую, правовую и финансовую грамотность, что способствует более эффективному поиску средств на осуществление уставной деятельности, позволяет улучшить качество и повысить количество проводимых ими мероприятий | Обучение представителей общественных организаций новым формам и методам деятельности позволило повысить их управленческую, правовую и финансовую грамотность, что поспособствовало более эффективному поиску средств на осуществление уставной деятельности, позволило улучшить качество и повысить количество проводимых мероприятий | - | Обучение представите-лей общественных организаций новым формам и методам деятельности повышает их управленческую, правовую и финансовую грамотность, что способствует более эффективному поиску средств на осуществление уставной деятельности, позволяет улучшить качество и повысить количество проводимых ими мероприятий | Обучение представителей общественных организаций новым формам и методам деятельности позволило повысить их управленческую, правовую и финансовую грамотность, что поспособствовало более эффективному поиску средств на осуществление уставной деятельности, позволило улучшить качество и повысить количество проводимых мероприятий | - | Количество организаций – участников конкурсов на получение финансовой поддержки.Количество реализуемых социально ориентированных проектов. |
|  | Основное мероприятие 13:Создание системы территориального общественного самоуправления | Управление по работе с общественностью мэрии | Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, что позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий.Решение проблем конкретной территории при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории.Активизация городского сообщества.Может повлиять на внутренние показатели: уменьшение количества акций протеста, повышение оценки экспертами и горожанами возможности для самореализации в городе | Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий.Решение проблем конкретной территории происходит при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории. Активизация городского сообщества влияет на внутренние показатели: позволяет уменьшить количество акций протеста, повысить возможность для самореализации, обобщить инициативы, поступающие от горожан через представителей инициативных групп | - | Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, что позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий.Решение проблем конкретной территории при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории.Активизация городского сообщества.Может повлиять на внутренние показатели: уменьшение количества акций протеста, повышение оценки экспертами и горожанами возможности для самореализации в городе | Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий.Решение проблем конкретной территории происходит при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории. Активизация городского сообщества влияет на внутренние показатели: позволяет уменьшить количество акций протеста, повысить возможность для самореализации, обобщить инициативы, поступающие от горожан через представителей инициативных групп | - | Доля территорий, охваченных ТОС |
| 13.1. Создание органов территориального общественного самоуправления |
| 13.2. Реализация проекта «Народный бюджет ТОС»(ТОС-территориальное общественное самоуправление) |

Отчет

об использовании бюджетных ассигнований городского бюджета на реализацию

муниципальной программы

Кассовое исполнение бюджетных ассигнований на реализацию муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы в первом полугодии 2016 года составило 20 853,3 тыс. руб.

Отделу маркетинга территории на реализацию мероприятий программы выделено:

- в отчетном финансовом году (2015 г. и в первом полугодии 2016, соответственно) - 2 272 600 руб. и 335 378,5 руб. (из них на реализацию основного мероприятия 1 «Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы» - 1 000 000 руб. в 2015 году, основного мероприятия 2 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения» - 1 137 600 руб. в 2015 году и 378 500 руб. в первой половине 2016 года, основного мероприятия 3 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов» - 535 500 руб. и 535 000 руб. соответсвенно, для 2015 и 2016 года)

Кассовое исполнение мероприятий программы составило:

- в текущем финансовом году (2016 г.) – 180 700 руб. (включая 84,2 руб. - департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии)

Из них на реализацию основного мероприятия 3 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов» - 209,4 руб., основного мероприятия 2 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения» - 96,5 руб., основного мероприятия 1 «Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы» - 0 руб. Мероприятие не выполнено в связи с оптимизацией и блокировкой расходов городского бюджета в соответствии с отсутствием финансирования на изготовление и размещение социальной рекламы.

Расходы городского бюджета на реализацию основного мероприятия 4 «Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций» составили в отчетном финансовом году (2015 г.) – 509,89 тыс. руб. (126,704 тыс. руб. на оплату членского взноса в Союз Российских городов, 265,466 тыс. руб. на оплату членского взноса в Союз городов Центра и Северо-Запада России, 117,720 тыс. руб. на оплату членского взноса в ассоциацию «Совет муниципальных образований Вологодской области» (100 % от плана). 510,6 тыс. руб. запланировано в 2016 году на указанное мероприятие. На 30.06.2016 расходы составили 186,1 тыс. руб (36,4% выполнения плана). В первом полугодии 2016 года оплачен полугодовой членский взнос в размере 58 860 тыс. руб. в ассоциацию «Совет муниципальных образований Вологодской области» и годовой членский взнос в Союз Российских городов в размере 127 242,80 руб.

На 3 - 4 кварталы 2016 года запланирована оплата членского взноса в Союз городов Центра и Северо-Запада России в размере 265 466,00 руб. и его корректировка в сторону увеличения на 15 604,00 руб.

МКУ ИМА «Череповец» по муниципальной программе "Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце" на 2014-2018 годы на реализацию мероприятий программы в текущем финансовом году выделено 49 546,2 тыс. руб.(из них на реализацию, основного мероприятия 5. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии Череповца и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учетом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе- 25 416,4 тыс. руб. и основного мероприятия 6. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ-24 129,8 тыс. руб). По состоянию на 01.07.2016 года израсходовано 20 277,1 тыс. руб. (из них на реализацию основного мероприятия 5. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии Череповца и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учетом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе- 9 885,1 тыс.руб.( в частности на освещение деятельности ОМСУ и текущее содержание учреждения) и основного мероприятия 6. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ- 10 392,0 тыс.руб. (в частности оплата контрактов по опубликованию муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ, оплата авторов за создание литературных произведений). До конца текущего года планируется 100% исполнение запланированных расходов. Увеличение бюджетной росписи на 1 212,95 тыс.руб. связано с выделением денежных средств на фонд оплаты труда главного редактора сайта мэра города (в связи с передачей функций из мэрии города) в сумме 892,9 тыс.руб, а также увеличением плана по доходам от оказания платных услуг в сумме 320,0 тыс.руб.

Таблица 4

| Nп/п | Наименование муниципальной программы, подпрограммы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия | Ответственный исполнитель, соисполнитель, участник | Расходы (тыс. руб.) |
| --- | --- | --- | --- |
| отчетный год[\*\*](#sub_888880) | текущий год[\*\*](#sub_888880) |
| сводная бюджетная роспись, план на 1 января | сводная бюджетная роспись на 31 декабря | кассовое исполнение | сводная бюджетная роспись, план на 1 января | сводная бюджетная роспись по состоянию на 1 июля | кассовое исполнение по состоянию на 1 июля |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы  | всего | **49 198,1** | **52 608,3** | **49 602,3** | **49 841,6** | **51 054,5** | **20 853,3** |
| Ответственный исполнитель: мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 3 166,5 | 3 342,5 | 2 283,5 | 1 424,1 | 1 424,1 | 492,0 |
| Соисполнитель:департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 |
| Соисполнитель:Мэрия (МКУ «ИМА «Череповец») | 45 947,4 | 49 181,6 | 47 234,6 | 48 333,3 | 49 546,2 | 20 277,1 |
|  | Основное мероприятие 1.Формирование положительного имиджа Череповца, как социально ориентированного города, посредством изготовления и размещения социальной рекламы | Мэрия (управление по работе с общественностью) | 1 000,0 | 1 000,0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
|  | Основное мероприятие 2. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | Мэрия (управление по работе с общественностью) | 1 137,6 | 700,8 | 700,5 | 378,5 | 378,5 | 96,5 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 |
|  | Мероприятие 3. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | Мэрия (управление по работе с общественностью) | 535,0 | 1 131,8 | 983,1 | 535,0 | 535,0 | 209,4 |
|  | Основное мероприятие 4. Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | Мэрия (управление по работе с общественностью) | 493,9 | 509,9 | 509,9 | 510,6 | 510,6 | 186,1 |
|  | Основное мероприятие 5. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учетом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе | Мэрия (МКУ «ИМА «Череповец») | 24 944,5 | 25 944,5 | 24 466,5 | 24 203,5 | 25 416,4 | 9 885,1 |
|  | Основное мероприятие 6. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ | Мэрия (МКУ «ИМА «Череповец») | 21 002,9 | 23 237,1 | 22 858,1 | 24 129,8 | 24 129,8 | 10 392,0 |

### Информация

### о расходах городского, федерального, областного бюджетов, внебюджетных

### источников на реализацию целей муниципальной программы города

Кассовое исполнение бюджетных ассигнований на реализацию муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы в 2015 году составило 49 602,3 тыс. руб. – 94,3 % от плана (52 608,3 тыс. руб.), в первом полугодии 2016 года – 40,9% от плана (20 853,3 руб.). Реализация муниципальной программы осуществляется за счет средств городского бюджета.

Исполнение расходов отделом маркетинга территории в отчетном финансовом году от запланированных значений на 2016 год составляет 33,5 % (включая 84,2 руб. - департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии). Из них основное мероприятие 2 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения» выполнено на 25,5 %, основное мероприятие 3 «Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов» выполнено на 39%. На мероприятие 1 «Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы» финансирования выделено не было.

В 2015 году расходы городского бюджета на реализацию основного мероприятия 4 «Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций» составили - 509,9 тыс. руб. - 100% от плана (509,9 тыс. руб.).В первом полугодии 2016 года – 36,4% от плана (186,1 тыс. руб.).

По состоянию на 01.07.2016 МКУ ИМА «Череповец» по муниципальной программе «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы исполнение расходов в текущем финансовом году от запланированных значений на 2016 год составляет 40,93 %, из них основное мероприятие 5. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии Череповца и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учетом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе выполнено на 38,89%, основное мероприятие 6. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ выполнено на 43,07%, что равно фактической потребности и фактическим затратам на отчетную дату. До конца текущего года планируется исполнение 100% .

Таблица 5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nп/п | Наименование муниципальной программы, подпрограммы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия | Источники ресурсного обеспечения | Расходы за отчетный год, (тыс. руб.)[\*](#sub_111101) | Расходы за текущий год, (тыс. руб.)[\*](#sub_111101) |
| План | Факт | % освоения | План | Факт по состоянию на 1 июля | % освоения |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2018 годы | всего | 52 608,3 | 49 602,3 | 94,3 | 51 054,5 | 20 853,3 | 40,9 |
| городской бюджет | 52 608,3 | 49 602,3 | 94,3 | 51 054,5 | 20 853,3 | 40,9 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
|  | Основное мероприятие 1.Формирование положительного имиджа Череповца, как социально ориентированного города, посредством изготовления и размещения социальной рекламы | всего | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 0,00 | 0,00 | - |
| городской бюджет | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 0,00 | 0,00 | - |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
|  | Основное мероприятие 2. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | всего | 700,8 | 700,5 | 99,9 | 378,5 | 96,5 | 25,5 |
| городской бюджет | 700,8 | 700,5 | 99,9 | 378,5 | 96,5 | 25,5 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
| ДЖКХ | всего  | 84,2 | 84,2 | 100 | 84,2 | 84,2 | 100 |
| городской бюджет | 84,2 | 84,2 | 100 | 84,2 | 84,2 | 100 |
|  | Основное мероприятие 3. Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | всего | 1 131,8 | 983,1 | 86,9 | 535,0 | 209,4 | 39 |
| городской бюджет | 1 131,8 | 983,1 | 86,9 | 535,0 | 209,4 | 39 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
|  | Основное мероприятие 4. Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | всего | 509,9 | 509,9 | 100,0 | 510,6 | 186,1 | **36,4** |
| городской бюджет | 509,9 | 509,9 | 100,0 | 510,6 | 186,1 | **36,4** |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
|  | Основное мероприятие 5. Обеспечение информирования населения о деятельности органов местного самоуправления, органов мэрии и актуальных вопросах городской жизнедеятельности с учетом социального мониторинга общественно-политической ситуации в городе | всего | 25 944,5 | 24 466,5 | 94,3 | 25 416,4 | 9 885,1 | 38,89 |
| городской бюджет | 25 944,5 | 24 466,5 | 94,3 | 25 416,4 | 9 885,1 | 38,89 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |
|  | Основное мероприятие 6. Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ | всего | 23 237,1 | 22 858,1 | 98,4 | 24 129,8 | 10 392,0 | 43,07 |
| городской бюджет | 23 237,1 | 22 858,1 | 98,4 | 24 129,8 | 10 392,0 | 43,07 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |