

**ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ**

**ГОРОД ЧЕРЕПОВЕЦ**

**МЭРИЯ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

О внесении изменений

в постановление мэрии города

от 09.10.2013 № 4750

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», постановлением мэрии города от 10.11.2011 № 4645 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ города и Методических указаний по разработке и реализации муниципальных программ города», в целях повышения эффективности бюджетных расходов

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Внести в постановление мэрии города от 09.10.2013 № 4750 «Об утверждении муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014-2019 годы» (в редакции постановления мэрии города от 14.07.2017 № 3307) следующие изменения:

1.1. В [наименовании](consultantplus://offline/ref=3F0F10EAA4E2067584EE98E54154B744669E8050DD0747C7996A181F038C0FCC834ACF0507BDD9O6g0F) и пункте 1 постановления год «2019» заменить годом «2020».

1.2. Муниципальную программу «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 – 2019 годы, утвержденную вышеуказанным постановлением, изложить в новой редакции (прилагается).

2. Пункт 1.1 настоящего постановления вступает в силу с 01.01.2018.

3. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя мэра города, курирующего социальные вопросы деятельности мэрии города.

4. Постановление подлежит размещению на официальном интернет-сайте мэрии города Череповца.

Мэр города Е.О. Авдеева

Муниципальная программа

«Содействие развитию

институтов гражданского общества

и информационной открытости органов местного

самоуправления в городе Череповце»

на 2014-2020 годы

Ответственный исполнитель:

управление по работе с общественностью мэрии

Дата составления проекта программы: июль-сентябрь 2013 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Непосредственный  исполнитель | Фамилия, имя,  отчество | Телефон,  электронный адрес |
| Начальник управления по работе с общественностью мэрии | Харина Екатерина Сергеевна | тел. 50 15 59,  [harina.es@cherepovetscity.ru](mailto:harina.es@cherepovetscity.ru) |

Паспорт муниципальной программы

«Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной

открытости органов местного самоуправления в городе Череповце»

на 2014-2020 годы

(далее – муниципальная программа)

|  |  |
| --- | --- |
| Ответственный исполнитель муниципальной программы | Управление по работе с общественностью мэрии |
| Соисполнители муниципальной программы | Мэрия города,  департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии,  муниципальное казенное учреждение «Информационное мониторинговое агентство «Череповец» (далее - МКУ ИМА «Череповец») |
| Участники муниципальной программы | Федеральные, региональные и городские средства массовой информации (далее - СМИ) |
| Подпрограммы муниципальной программы | Отсутствуют |
| Программно-целевые инструменты муниципальной программы | Нет |
| Цели муниципальной  программы | Активизация городского сообщества с целью участия в деятельности местного самоуправления, формирование положительного имиджа города и открытого информационного пространства |
| Задачи муниципальной 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 |
| Целевые индикаторы и показатели муниципальной программы | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  3. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города.  4. Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с управлением по работе с общественностью мэрии (далее - УРсО).  5. Количество общественных объединений, входящих в состав Городского общественного совета, городского координационного совета, профильных общественных советов.  6. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.  7. Количество реализуемых социально ориентированных проектов.  8. Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления.  9. Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное.  10. Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов.  11. Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  12. Количество реализованных медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением.  13. Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.  14. Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.  15. Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет.  16. Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет.  17. 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:  интернет;  телевидение;  радио;  газеты.  18. Объем печатной площади опубликованных официальных документов.  19. Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года |
| Этапы и сроки реализации муниципальной программы | 2014 - 2020 годы |
| Общий объем финансового обеспечения муниципальной программы | 374 194,9 тыс. руб.,  в том числе по годам:  2014 г. – 50 984,1 тыс. руб.,  2015 г. – 52 608,3 тыс. руб.,  2016 г. - 52 277,5 тыс. руб.,  2017 г. - 51 804,6 тыс. руб.,  2018 г. – 55 510,7 тыс. руб.,  2019 г. – 55 501,6 тыс. руб.  2020 г. – 55 508,1 тыс. руб. |
| Объем бюджетных ассигнований муниципальной программы за счет собственных средств городского бюджета | 374 194,9 тыс. руб.,  в том числе по годам:  2014 г. – 50 984,1 тыс. руб.,  2015 г. – 52 608,3 тыс. руб.,  2016 г. - 52 277,5 тыс. руб.,  2017 г. - 51 804,6 тыс. руб.,  2018 г. – 55 510,7 тыс. руб.,  2019 г. – 55 501,6 тыс. руб.  2020 г. – 55 508,1 тыс. руб. |
| Ожидаемые результаты реализации муниципальной программы | В сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций:  1. Увеличение количества проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства до 435 единиц в год к 2020 году.  2. Увеличение количества граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства, до 85 тыс. в год к 2020 году.  3. Увеличение количества социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО, до 200 единиц к 2020 году.  В сфере развития территориального общественного самоуправления:  увеличение доли территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления, до 85% к 2020 году.  В сфере имиджевой политики:  Удержание доли нейтрально и позитивно оценивающих город граждан на уровне не менее 70%.  В ходе реализации мероприятий информационной политики планируется размещение информационных сообщений, направленных на привлечение внимания горожан к деятельности органов местного самоуправления, связанной с решением актуальных вопросов и проблем жизнедеятельности города. В результате реализации мероприятий к 2020 году ожидается:  1. Публикация позитивных и нейтральных сообщений о деятельности органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших информационных поводов в МКУ ИМА «Череповец».  2. Снижение или сохранение доли негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве на уровне не более 2,5%.  3. Снижение или сохранение доли негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет, на уровне не более 35%.  4. Публикация официальных документов органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших в МКУ ИМА «Череповец».  5. Увеличение не менее чем на 40% количества 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 (интернет, телевидение, радио, газеты) |

1. Общая характеристика сферы реализации муниципальной

программы, включая описание текущего состояния, основных

проблем в указанной сфере и прогноз ее развития

Условием эффективной системы управления городом является последовательное развитие самоуправления, привлечение горожан к участию в принятии решений и разделению ответственности за их реализацию. Степень влияния граждан на принимаемые властями разных уровней решения, а также степень участия в реализации принятых решений может служить одним из важнейших индикаторов развития всего гражданского общества в целом. Необходимость повышения роли институтов гражданского общества диктуется всей логикой общественного развития. Это требует объединения усилий и государства, и бизнеса и, конечно, широкого общественного участия.

Одной из важнейших предпосылок для развития гражданского общества является ответственность. Декларируемая ответственность россиян максимально проявляется в семье, чуть менее заметно - на работе, но уже на уровне города становится очень и очень небольшой. Это тревожный сигнал, который свидетельствует о том, что жители не чувствуют свою ответственность ни за происходящее в городе, ни тем более в стране. Причина этого, вероятнее всего, в том, что граждане недостаточно информированы о возможностях общественной деятельности, а также не хватает конкретных каналов действенного влияния, для того чтобы реализовать чувство ответственности на практике.

Процессы реформирования сферы ЖКХ стали серьезным стимулом граждан к объединению. Перераспределение прав собственности в жилищной сфере приводит к необходимости создания коллективных собственников недвижимости и коллективных заказчиков на жилищно-коммунальные услуги. Это очень болезненный и сложный процесс, но он объективно развертывается и, с одной стороны, задает свои требования к таким сообществам, а с другой - заставляет горожан объединяться для решения проблем своих конкретных территорий. Одной из действенных форм таких объединений являются органы территориального общественного самоуправления - самоорганизация граждан по месту их жительства для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив в вопросах местного значения непосредственно населением.

Одной из основных площадок для взаимодействия органов мэрии и структур гражданского общества является система общественных советов, действующих при наиболее значимых подразделениях, непосредственно взаимодействующих с населением города. При органах мэрии действуют структуры, в состав которых входят представители общественности, из них основные:

1. Городской общественный совет;
2. Городской координационный совет по делам детей и молодежи;
3. Координационный совет по делам инвалидов города Череповца;
4. Городской родительский Совет;
5. Общественный Совет по культуре;
6. Общественный совет при ДЖКХ;
7. Совет города по стратегическому планированию.

Наиболее активные социально значимые общественные объединения, принимающие участие в вышеуказанных формах гражданского диалога, конструктивно взаимодействуют с органами местного самоуправления при проведении иных мероприятий по работе с населением, ориентированных на целевую аудиторию, представляющую более узкую социальную группу, заинтересованную решением вопросов в конкретной сфере. Так, помимо вышеуказанных форм органы местного самоуправления города Череповца, непосредственно взаимодействующие с населением, используют следующие формы привлечения граждан к решению городских вопросов:

Рабочая группа с участием горожан - рабочая группа, собираемая органом местного самоуправления из числа его представителей и горожан с целью выработки согласованных решений по городским вопросам.

Информационная встреча - встреча представителей органа местного самоуправления с горожанами с целью информирования о целях и задачах данного органа, его текущей деятельности.

«Круглый стол» с привлечением общественности по направлению деятельности органа местного самоуправления.

Деятельность социально ориентированных некоммерческих организаций как одного из основных институтов гражданского общества способствует социальной стабильности в обществе, развитию инновационных технологий, позволяет достигать нового качества экономического роста, сохраняет и преумножает образовательный, научный, культурный, духовный потенциал общества, способствует реализации профессиональных, общественных, любительских интересов населения, защите прав потребителей. Сегодня некоммерческие организации – это не только реальность, но и активная сила, являющаяся символом самодеятельности масс, надежной опорой государства на пути демократизации общественной жизни. Одна из проблем, тормозящая эффективную работу некоммерческих организаций – это недостаток финансовых средств, затрудняющих реализацию многих инициатив, наличие слабой материальной базы. Оказание финансовой поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям (СОНКО) путем предоставления грантов в виде субсидий на реализацию общественно полезных проектов (программ) в определенной мере будет способствовать повышению финансовой устойчивости, уровня организационного развития и профессионализма социально ориентированных некоммерческих организаций, продвижению их на рынке социальных услуг, организации взаимодействия между СОНКО и органами власти всех уровней для совместного определения приоритетных направлений добровольческой и благотворительной деятельности, развитию общественных совещательных структур и общественной экспертизы во всех сферах социальной политики, формированию материальной базы некоммерческого сектора.

Также практика показывает, что деятельность многих общественных организаций носит ситуативный характер и не имеет системы. Это связано с низким уровнем взаимодействия социально ориентированных некоммерческих организаций с органами исполнительной государственной власти и органами местного самоуправления, а также неразвитыми горизонтальными связями в некоммерческом секторе.

Развитию гражданской активности в настоящее время препятствует комплекс факторов:

- недостаточная активность большинства негосударственных некоммерческих организаций;

- неразвитость инфраструктуры негосударственного некоммерческого сектора региона;

- отсутствие системного механизма поддержки и продвижения гражданских инициатив;

- низкий уровень гражданской активности населения, сохраняющиеся патернализм, инфантильность, индифферентность по отношению к происходящим событиям;

- низкий уровень доверия граждан к органам государственной власти;

- недостатки в организации гражданского, патриотического воспитания, в формировании гражданской культуры;

- отсутствие системности, целенаправленности в организации информирования населения о деятельности институтов гражданского общества, их возможностях.

Комплексный характер проблем развития институтов гражданского общества в области требует внимания к этой проблеме со стороны органов местного самоуправления.

В ходе реализации вышеуказанной программы будет обеспечена муниципальная поддержка социально ориентированных проектов (программ), будут созданы условия для повышения уровня гражданской активности, усовершенствуется система информирования населения о деятельности общественных организаций.

Появление в городе имиджевой или коммуникационной политики явилось логическим следствием внедрения маркетингового подхода в управлении городом.

Город стал рассматривается и как «продукт», который предлагается «целевым группам». Город как продукт потребления - это ресурсы территории, востребованные ее потребителями: географическое положение, население, качество жизни, инфраструктура, способность работать с высокими технологиями, сырье, уровень деловой активности, доступ к «дешевым» деньгам, уровень развития сферы поддержки бизнеса (в том числе консалтинговых и информационных услуг), рекламного рынка, аудита и связей с общественностью

Эффективность маркетинга зависит от налаживания двусторонних коммуникационных потоков с целевыми аудиториями, управление которыми и является главной задачей имиджевой политики. Целью имиджевой политики города является создание привлекательного образа города как перспективного, активно развивающегося субъекта, обладающего конкурентными преимуществами (природными, материально-техническими, финансовыми, трудовыми, организационными, социальными и/или другими ресурсами), возможностями реализации и воспроизводства таких ресурсов, а также развитие равноправного и взаимовыгодного международного и межрегионального сотрудничества.

Таким образом, имиджевую политику города можно определить как совокупность действий, направленных на формирование и продвижение положительного образа Череповца с целью создания как во внутренней, так и во внешней среде благоприятного отношения к городу.

Потенциал для создания положительного имиджа Череповца очень высок и есть все для внедрения в общественное сознание мысли о Череповце как благополучно и успешно развивающемся городе, благоприятном для жизни и ведения бизнеса. Однако образ города недостаточно и неактивно управляем, что может сказаться на выполнении задач Стратегии города Череповца до 2022 г.

Кроме того, объем выделяемых средств позволяет на среднем уровне работать с городской аудиторией и совсем не позволяет в достаточном объеме выходить на межрегиональную и межгосударственные аудитории.

Открытость и прозрачность деятельности органов местного самоуправления Череповца являются одним из значимых показателей эффективности их функционирования, а также необходимым элементом осуществления постоянной и качественной связи между гражданским обществом и органами местного самоуправления.

Информационная прозрачность деятельности органов местного самоуправления включает в себя:

- развитие общественного контроля деятельности органов местного самоуправления;

- совершенствование взаимодействия структур гражданского общества и органов местного самоуправления;

- развитие системы информирования населения по основным вопросам социально-экономического развития Череповца.

Главная задача в сфере информационной политики мэрии Череповца - полное и объективное освещение деятельности мэра города, деятельности органов местного самоуправления и государственной власти, их структурных подразделений, общественных и общественно-политических организаций, организаций бюджетной сферы.

Основной принцип деятельности - системность, планомерность, объективность, тесное и конструктивное взаимодействие со всеми структурными подразделениями администрации города, расширение информационного пространства Череповца, внедрение новых форм работы.

Основным и главным публикатором материалов о социально-экономическом положении Череповца, его культурной, спортивной, общественной жизни является официальный Интернет-портал города: cherinfo.ru, администрированием которого занимается МКУ «Информационное мониторинговое агентство «Череповец» (далее - МКУ ИМА «Череповец»), учрежденное мэрией Череповца в декабре 2006 года.

В рамках единого городского Интернет-портала функционируют официальные сайты мэрии города Череповца: mayor.cherinfo.ru, городской Думы: duma. cherinfo.ru и контрольно-счетной палаты: cherinfo.ru/ksp. На данных ресурсах осуществляется опубликование нормативно-правовых актов, иной официальной информации, имеющей высокую общественную значимость (постановления, распоряжения мэрии города, проект городского бюджета на год, отчет об исполнении бюджета за год, Устав города Череповца, изменения в Устав, отдельные решения депутатов Гордумы, положения, регламенты, иные правоустанавливающие документы). Кроме того, ежедневно размещаются материалы, рассказывающие о различных аспектах социальной и экономической жизни города. На сайте помимо активного новостного поля о самых разных аспектах жизни города и региона размещаются материалы по наиболее актуальным и требующим разъяснения для населения вопросам со стороны федеральных, областных служб и структур, в постоянном режиме обновляется информация, поступающая от Пенсионного фонда РФ, службы судебных приставов, налоговой службы, управления внутренних дел и т.д.

С марта 2011 года запущен видеохостинг МКУ ИМА «Череповец» на канале «YouTube», где публикуются видеоматериалы о деятельности органов местного самоуправления и жизни города. С 2012 года [официальный сайт](http://internet.garant.ru/document?id=20237777&sub=5) Череповца активно представлен в популярных социальных сетях информационно-коммуникационной сети «Интернет»: «ВКонтакте», «Твиттер», «Фейсбук», «Инстаграм».

Весомым и перспективным информационным ресурсом является «Радио Череповца», информационные проекты которого ежедневно выходят на нескольких радиоканалах города: «Ретро ФМ», «Авторадио», «Дорожное радио», «Европа плюс».

Информация о деятельности органов местного самоуправления, исполнительной и законодательной власти Череповца имеет системный и плановый характер: еженедельно МКУ ИМА «Череповец» готовит медиапланы с имиджевым приращением и участвует в их реализации, в рамках муниципальных информационных контрактов в городской газете «Речь» выходит специальное приложение с официальными документами, в газетах «Голос Череповца» и «Красный Север», в эфире телестанции «Канал 12», а также еще в ряде СМИ Череповца размещаются информационные, аналитические, разъяснительные материалы о деятельности органов местного самоуправления. Для установления эффективной обратной связи с населением, для прогнозирования общественных настроений и принятия своевременных эффективных имиджевых управленческих решений по вопросам социальной, экономической и культурной жизни города МКУ ИМА «Череповец» проводит мониторинг печатных и электронных СМИ, общественно-политической ситуации в городе и регионе, организует социологические исследования мнений жителей и проживающих на территории города по вопросам развития местного самоуправления.

МКУ ИМА «Череповец» как главный проводник информации о деятельности органов местного самоуправления Череповца активно сотрудничает с различными региональными и федеральными СМИ, где на условиях информационного партнерства размещается информация о социально-экономическом и культурном облике Череповца. Это такие печатные издания, как «Российская газета», «Красный Север», телекомпании ГТРК «Вологда», «Общественное телевидение России», «ТВ Центр», «Россия 1», телеканалы «Культура» и «Союз». Новости, подготовленные журналистами МКУ ИМА «Череповец», востребованы и нередко цитируются на региональных и федеральных информационных лентах. Так, по результатам анализа медиаресурсов Вологодской области, организованного в 2015-2017 гг. российским лидером в области разработки онлайн-решений для мониторинга и анализа СМИ компанией «Медиалогия» официальный сайт Череповца [cherinfo.ru](http://internet.garant.ru/document?id=20237777&sub=5) неоднократно входил в число лидеров по цитируемости среди вологодских СМИ.

# Топ-10 самых цитируемых СМИ Вологодской области по итогам 2 квартала 2017 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | СМИ | Категория | ИЦ |
| 1 | [Cherinfo.ru](http://internet.garant.ru/document?id=20237777&sub=5) | Интернет | 20,76 |
| 2 | [Gorodche.ru](http://internet.garant.ru/document?id=20237777&sub=1564) | Интернет | 10,25 |
| 3 | Звезда - Шексна | Газета | 5,48 |
| 4 | Vo.rbc.ru | Интернет | 5,35 |
| 5 | ИА СеверИнформ | Информагентство | 5,27 |
| 6 | Премьер – Вологда | Газета | 1,80 |
| 7 | ГТРК Вологда | Телевидение | 1,66 |
| 8 | Wobla.ru | Интернет | 1,65 |
| 9 | Newsvo.ru | Интернет | 1,60 |
| 10 | 35media.ru | Газета | 1,50 |

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», которое регулярно проводит МКУ ИМА «Череповец», значительно увеличился процент горожан, заинтересованных в получении информации о жизни города и городских событиях.

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

Порядка **76,1 %** горожан регулярно, либо время от времени, но не менее 2-3 раз в неделю обращаются к СМИ с целью узнать городские новости. В 2017 году сохраняется тенденция положительного прироста доли череповчан, заинтересованных в получении информации о жизни города, городских событиях.

**Таблица 1. 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** | **Череповец 2017** |
| Регулярно, практически каждый день | 31,6 | 33,9 | 35,7 | 39,1 |
| Время от времени, 2-3 раза в неделю | 30,8 | 35,4 | 36,9 | 37,0 |
| Не так часто, раз в неделю или реже | 23,9 | 18,8 | 20,0 | 13,3 |
| Практически не интересуюсь | 8,6 | 7,3 | 4,8 | 4,6 |
| Свой вариант | 0,4 | 1,2 | 0,5 | 0,4 |
| Затрудняюсь ответить | 4,8 | 3,4 | 2,2 | 5,7 |
| **ИТОГО** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |

2. Приоритеты в сфере реализации муниципальной программы,

цели, задачи и показатели (индикаторы) достижения целей

и решения задач, описание основных ожидаемых конечных

результатов муниципальной программы, сроков

и этапов реализации муниципальной программы

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

Задачи муниципальной 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 и самореализации социальной активности жителей города (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.

Приоритеты в сфере реализации муниципальной программы:

- обеспечение муниципальной поддержки социально ориентированных проектов (программ);

- создание условий для повышения уровня гражданской активности, усовершенствование системы информирования населения о деятельности общественных организаций;

- создание системы территориального общественного самоуправления;

- целенаправленная имиджевая политика и работа по усилению положительных стереотипов о Череповце и ослаблению отрицательных стереотипов внутри городской аудитории, среди межрегиональной и межгосударственной аудитории;

- повышение узнаваемости и известности города;

- позиционирование города на основе его конкурентных преимуществ;

- открытая информационная политика.

Приоритетные направления деятельности

в сфере развития гражданского общества

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Направление | Субъект | Целевой показатель муниципальной программы | Цель |
| Качественное развитие общественных организаций и объединений (с образованием и без образования юридического лица) | Общественные объединения, НКО, инициативные группы горожан, лидеры и их команды (молодежная сфера) | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства. | Поддержка, сопровождение и развитие общественных организаций и объединений.  Формирование инициативных команд в работе над конкретными проектами.  Выявление лидеров и их продвижение |
| Вовлечение населения города Череповца в процессы формирования и развития территориального самоуправления для эффективного решения вопросов местного значения, социально значимых инициатив граждан | Органы территориального общественного самоуправления | Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления. | Развитие системы территориального общественного управления, управление развитием конкретной территории на основе предложений жителей, проживающих на данной территории. Расширение возможностей аккумулировать инициативу людей, идущую с мест, что позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий. Расширение участия граждан в формировании и продвижении единого подхода в управлении территорией (система вертикального управления «снизу - вверх») |
| Развитие коллегиальных общественных структур | 1. Городской общественный совет; 2. Городской координационный совет по делам детей и молодежи; 3. Координационный совет по делам инвалидов города Череповца; 4. Городской родительский Совет; 5. Общественный Совет по культуре; 6. Общественный совет при ДЖКХ; 7. Совет города по стратегическому планированию. | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов.  Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города | Поддержка и развитие системы общественных советов, реальная включенность общественности в обсуждение и выработку конкретных предложений по развитию всех сфер города.  Корректировка Стратегии развития города на основе общественных обсуждений. Вовлечение горожан в процесс принятия и реализации решений ОМСУ |
| Поддержка социально ориентированных проектов и гражданских инициатив | Общественные объединения, НКО, инициативные группы горожан, лидеры и их команды (молодежная сфера) | Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО.  Количество реализуемых социально ориентированных проектов | Решение общественно значимых проблем и повышение качества социальных услуг |

Приоритетные направления деятельности в сфере

формирования положительного имиджа Череповца

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Направление | Субъект | Целевые показатели муниципальной программы | Цель |
| 1. Внутренняя имиджевая политика | Жители города Череповца | Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное.  Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города | - Ослабление отрицательных стереотипов мышления;  - усиление положительных стереотипов мышления, чувства гордости за родной город |
| 2. Межрегиональная имиджевая политика | Жители регионов России | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | - Ослабление отрицательного стереотипа «Промышленный загрязненный город с неповоротливым бизнесом»;  - усиление положительного стереотипа «Город с благоприятными условиями проживания, работы, отдыха и учебы»;  - формирование у туристов знания о городе |
| 3. Межгосударственная имиджевая политика | Жители других государств | 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 | - Создание положительного стереотипа о Череповце «Уникальный европейский город-предприниматель» |

Приоритетные направления в сфере информационной политики

Невозможно одновременно охватить весь спектр вопросов, на решение которых направлена деятельность местной власти. Поэтому возникает необходимость определения приоритетных сфер. Их ранжирование можно спланировать исходя из социальных запросов граждан и стратегии развития города. Так, согласно последнему (июнь 2017 г.) социологическому исследованию МКУ ИМА «Череповец» - «**«Какие проблемы Вас волнуют больше всего?**» - на первые позиции выходят темы сглаживания негативных явлений в сфере экономики, вопросы развития ЖКХ, снижения затрат на коммунальные услуги и соответственно снижение тарифов в коммунальной сфере. Далее в лидерах по количеству упоминаний звучат проблемы здравоохранения (доступность медицинской помощи), вопросы ремонта дорог, проблемы безработицы. Каждая упомянутая сфера находит отражение и в стратегии развития города, поэтому можно выстроить следующую систему распределения приоритетов при освещении деятельности органов местного самоуправления в СМИ:

|  |  |
| --- | --- |
| №  п/п | Темы  (актуально на июнь 2017 г.) |
| 1 | Меры по поддержке сектора экономики, антикризисные мероприятия (рост цен) |
| 2 | Жилищно-коммунальное хозяйство, рост тарифов |
| 3 | Здравоохранение (доступность медицинского обслуживания) |
| 4 | Ремонты дорог |
| 5 | ЖКХ: качество оказываемых услуг (отопление, горячее и холодное водоснабжение, электроснабжение и т.п.) |
| 6 | Занятость населения, создание новых рабочих мест |
| 7 | Здравоохранение (состояние зданий больниц и поликлиник, оснащенность необходимым оборудованием и медикаментами) |
| 8 | ЖКХ: состояние жилого фонда (домов, дворов, качество и своевременность их ремонтов) |
| 9 | Социальная защита населения (льготы, пособия, денежные компенсации) |
| 10 | Социальная защита населения (проблемы бедности, беспризорности, безнадзорности, одиноких пожилых людей и т.д.) |
| 11 | Отсутствие мест в детских садах |
| 12 | Охрана окружающей среды |
| 13 | Уборка дорог, дворовых территорий |
| 14 | Организация детского досуга |
| 15 | Образование |
| 16 | Жилищная проблема (строительство доступного жилья) |
| 17 | Транспорт (тарифы на проезд) |
| 18. | Архитектура и градостроительство (архитектурно-художественный облик города и городское озеленение) |
| 19. | Рост преступности |
| 20. | Расширение транспортной сети города |
| 21 | Физкультура и спорт |
| 22 | Молодежная политика |
| 23 | Политическая |

\*Темы могут корректироваться по итогам социологических исследований и мониторинга социально-экономической ситуации в информационном поле.

Приоритетные направления деятельности

в сфере информационной открытости

| Задачи | Целевые аудитории | Целевые показатели программы | Стратегическая цель (влияние опосредованно) | Направления реализации задачи | Ожидаемые результаты реализации программы |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Освещение деятельности органов местного самоуправления в муниципальных, региональных, федеральных печатных и электронных СМИ | Жители Череповца и внешняя аудитория | Количество реализованных медиапланов и графиков /медиапланов с имиджевым приращением.  Объем печатной площади опубликованных официальных документов | Обеспечение населения Череповца сведениями о деятельности органов исполнительной власти и социально значимой информацией через муниципальные информационные ресурсы, СМИ города и региона | Организация процесса информирования населения с учетом имижд-акцентов развития города и формирования управляемого эмоционального отношения к городу.  Публикация постановлений мэрии города Череповца, решений Череповецкой городской Думы, иных муниципальных правовых актов | Повышение информационной открытости деятельности органов местного самоуправления.  Сформированный требуемый образ города у целевых аудиторий с соответствии со Стратегией развития города Череповца до 2022 года.  Привлечение общественного интереса к деятельности органов местного самоуправления и укрепления атмосферы доверия граждан к ним |
| 2. Увеличение доли позитивных и нейтральных сообщений о деятельности органов местного самоуправления | Жители Череповца и внешняя аудитория | Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.  Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.  Количество позитивных и информационно-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 | Создание нейтрально-позитивного информационного фона при освещении органов местного самоуправления в муниципальных СМИ | Размещение информационных материалов на основании еженедельного плана с имиджевым приращением | Рост числа позитивных и нейтральных сообщений о деятельности органов местного самоуправления  Укрепление в общественном мнении позитивного имиджа органов местного самоуправления и привлекательного образа Череповца как социально ориентированного города, комфортного для жизни и ведения предпринимательской деятельности |
| 3. Обеспечение органов местного самоуправления социологической и аналитической информацией, мониторинг общественно-политической ситуации в городе | Органы местного самоуправления | Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года | Своевременное обеспечение ОМСУ социологической и аналитической информацией для принятия стратегических решений | Мониторинг СМИ, организация и проведение социологических исследований | Укрепление доверия гражданского общества к органам местного самоуправления Череповца.  Совершенствование системы информирования населения о деятельности и решениях органов местного самоуправления Череповца, мероприятиях и событиях, имеющих высокую социальную значимость, повышение действенности информационно-разъяснительной работы в СМИ, снижение социальной напряженности, предотвращение любых социальных конфликтов |
| 4. Внедрение новых эффективных и высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов для повышения уровня и качества информирования жителей Череповца о деятельности органов местного самоуправления | Жители Череповца и внешняя аудитория | Количество произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроетов о деятельности органов местного самоуправления и социально-экономическом развитии города Череповца на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов (Интернет/Телевидение/радио /Газеты) | Вовлечение в информационное поле новой аудитории с помощью высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов | Расширение производства мультимедийных интерактивных медиапроектов (аудио, видео, интернет) | Дальнейшее развитие комплекса информационных ресурсов для профессионального освещения общественно-политического, культурного, социально-экономического развития муниципалитета и деятельности институтов гражданского общества  Повышение качества информационных продуктов с учетом потребностей целевых аудиторий |

Ожидаемые конечные результаты муниципальной программы

В сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (далее - НКО):

1. Увеличение количества проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства до 435 единиц в год к 2020 году.

2. Увеличение количества граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства, до 85 тыс. в год к 2020 году.

3. Увеличение количества социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО, до 200 единиц к 2020 году.

В сфере развития территориального общественного самоуправления:

Увеличение доли территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления, до 85% к 2020 году.

В сфере имиджевой политики:

Удержание доли нейтрально и позитивно оценивающих город граждан на уровне не менее 70%.

В ходе реализации мероприятий информационной политики планируется размещение информационных сообщений, направленных на привлечение внимания горожан к деятельности органов местного самоуправления, связанной с решением актуальных вопросов и проблем жизнедеятельности города. В результате реализации мероприятий к 2020 году ожидаются:

1. Публикация позитивных и нейтральных сообщений о деятельности органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших информационных поводов в МКУ ИМА «Череповец».

2. Снижение или сохранение доли негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве на уровне не более 2,5%.

3. Снижение или сохранение доли негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет, на уровне не более 35%.

4. Публикация официальных документов органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших в МКУ ИМА «Череповец».

5. Увеличение не менее чем на 40% количества 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 (интернет, телевидение, радио, газеты).

Сроки и этапы реализации муниципальной программы

Программа будет реализована в 2014 - 2020 годах.

В соответствии с мероприятиями Программы будут сформированы стратегические направления развития институтов гражданского общества. Продолжится работа по конструированию положительной репутации, узнаваемости города во внешней и внутренней среде, его реклама среди целевых аудиторий. На заключительном этапе реализации Программы ожидается позитивное изменение образа города в сознании горожан, узнавание формируемого нового бренда Череповца горожанами и внешними партнерами, повышение известности города, частотности положительных упоминаний в СМИ и сети Интернет. А также предстоит продолжить реализацию начатых на первом этапе стратегических направлений, обеспечив последовательные изменения в сфере развития гражданского общества.

В сфере информационной политики органов местного самоуправления до 2020 года будет продолжена работа по повышению уровня информированности жителей города о деятельности и решениях органов местного самоуправления Череповца, мероприятиях и событиях, имеющих высокую социальную значимость, повышению действенности информационно-разъяснительной работы в СМИ.

Основные этапы реализации данного направления:

1. Развитие муниципальных информационных ресурсов с учетом передового опыта мировых и федеральных СМИ.

2. Внедрение современных мультимедийных технологий на муниципальных информационных ресурсах.

3. Совершенствование коммуникаций между органами местного самоуправления и СМИ.

4. Усиление сотрудничества с федеральными, региональными и городскими СМИ в целях всестороннего и объективного информирования жителей города о социально-экономической жизни Череповца и деятельности органов местного самоуправления по решению актуальных проблем городской жизнедеятельности.

3. Обобщенная характеристика мер муниципального

регулирования - основания для разработки и реализации

муниципальной программы (нормативно-правовая база)

Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»;

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

решение Череповецкой городской Думы от 26.02.2013 № 20 «О наделении полномочиями»;

Федеральный [закон](consultantplus://offline/ref=801E79BEF7E2EA3EBCA801CF7329A2A279624E7B47BBFB56446AA158FABB18O) от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;

Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»;

постановление Правительства Российской Федерации от 23.08.2011 № 713 «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям»;

закон Вологодской области от 01.10.2010 № 2391-ОЗ «О разграничении полномочий между органами государственной власти области по решению вопросов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»;

закон Вологодской области от 29.12.2010 № 2447-ОЗ «О государственной поддержке общественных объединений и социально ориентированных некоммерческих организаций в Вологодской области»;

Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»;

Федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;

Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов»;

Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления»;

постановление мэрии города от 12.11.2009 № 4018 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности мэрии города Череповца»;

постановление мэрии города от 16.02.2011 № 535 «Об утверждении Регламента мэрии города Череповца»;

постановление мэрии города от 10.11.2011 № 4645 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ города и Методических указаний по разработке и реализации муниципальных программ города»;

постановление мэрии города от 02.07.2012 № 3597 «Об утверждении Перечня муниципальных программ города»;

постановление мэрии города от 20.06.2016 № 2582 «Об утверждении Устава муниципального казенного учреждения «Информационное мониторинговое агентство «Череповец».

4. Обобщенная характеристика основных

мероприятий муниципальной программы

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. Основными направлениями деятельности, реализуемыми в рамках поддержки социально ориентированных организаций и объединений, являются: информационная, консультационная и организационно-методическая поддержка общественных объединений, своевременное информирование о муниципальных, региональных, федеральных мероприятиях и конкурсах, консультативная помощь в разработке и составлении необходимого пакета документов по проводимым мероприятиям, содействие в прохождении согласовательных процедур с городскими структурами, информационное освещение реализуемых проектов и их деятельности в целом, обучение с целью обеспечения некоммерческих организаций инструментарием для самостоятельного написания грантовых заявок и участия в конкурсах областного и федерального уровней, оказание и проведение совместных мероприятий с приглашением СМИ.

Управлением по работе с общественностью мэрии предусмотрено проведение ряда основных мероприятий:

- совершенствование организации работы с социально ориентированными общественными организациями. Создание условий для внедрения социальных моделей и технологий поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций для эффективного использования их возможностей в решении задач социально-экономического развития города, а также для решения актуальных социальных проблем, развития человеческого капитала, благотворительной деятельности и добровольчества, повышения доступности предоставляемых гражданам социальных услуг путем предоставления поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям;

- совершенствование деятельности социально ориентированных НКО. Обеспечение условий для увеличения объемов, расширения ассортимента и повышения качества социальных услуг, предоставляемых социально ориентированными некоммерческими организациями, включая расширение масштабов предоставления информационной, образовательной и консультационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, расширение добровольческого участия граждан в деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций и привлечение частных лиц и организаций к участию в благотворительной деятельности;

- информационная поддержка общественных организаций. Проведение данного мероприятия позволит более широко распространить информацию о деятельности общественных организаций, сформирует их положительный имидж, поспособствует притоку добровольцев и ресурсов в организацию. Позитивный отклик общественного мнения простимулирует организации к более активной работе;

- реализация плана мероприятий по гармонизации межнациональных и этноконфессиональных отношений. Проведение данного мероприятия позволит повысить количество и качество мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений, профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов в городе. С целью профилактики проявлений экстремизма, предотвращения проведения различных провокаций и акций националистической и экстремистской направленности, а также в целях гармонизации межнациональных отношений мэрией города проводится профилактическая работа. Ежедневно осуществляется мониторинг социальных сетей, осуществляется взаимодействие с представителями диаспор, организуются семинары, конференции, «круглые столы» по актуальным вопросам деятельности общественных объединений;

- организация деятельности Городского общественного совета и поддержка коллегиальных общественных структур. Деятельность системы общественных советов обеспечит непосредственный живой диалог органов местного самоуправления с представителями наиболее активных объединений граждан, позволит донести до них информацию о наиболее значимых вопросах жизни города, обеспечит учет мнения представителей общественности, обладающих экспертным потенциалом, при принятии наиболее важных управленческих решений, позволит совместно вырабатывать решения по важным вопросам местного значения. Управление по работе с общественностью мэрии, взаимодействуя с Городским общественным советом, сможет решить важные вопросы, в частности:

вовлечение граждан и общественных организаций в разработку отраслевых стратегий городского развития;

участие в реформе жилищно-коммунального хозяйства, реализации проектов и программ городского социально-экономического развития, публичных слушаниях, обсуждении муниципальных программ;

проведение выездных совещаний на предприятиях и в учреждениях города;

рассмотрение и оценка отчетов, презентаций управлений мэрии и общественных организаций города;

- совершенствование работы общественных объединений. Проведение конференций, семинаров, «круглых столов» по актуальным вопросам деятельности общественных объединений. Обучение представителей общественных организаций новым формам и методам деятельности повысит их управленческую, правовую и финансовую грамотность, что в дальнейшем поспособствует более эффективному поиску средств на осуществление уставной деятельности, позволит улучшить качество и повысить количество проводимых ими мероприятий;

- создание системы территориального общественного самоуправления. Аккумулирование инициатив горожан, идущих с мест, позволит максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития и решения проблем конкретных территорий при непосредственном участии граждан, проживающих на данной территории. Позволит в целом активизировать городское сообщество. Все это может повлиять на внутренние показатели: уменьшение количества акций протеста, повышение оценки экспертами и горожанами возможности для самореализации в городе. Территориальное общественное самоуправление (ТОС) - это форма 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. Для осуществления этой работы граждане, проживающие на определенной территории, избирают из своего числа органы ТОС, которые ведут непосредственную работу по устранению проблем, существующих на данной территории, и реализуют различные инициативы, улучшающие условия проживания. Органы мэрии, активно взаимодействуя с представителями инициативных групп, изыскивают пути решения имеющихся проблем, совместно реализуют проект «Народный бюджет ТОС», который дает возможность для ТОСов принять участие в распределении средств городского бюджета.

Имидж становится все 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 следуют 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 - используется 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 муниципальной программе «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 - 2020 годы они представлены соответствующими мероприятиями.

Основная цель имиджевых мероприятий - создание благоприятного образа города. Достигается эта цель самыми различными инструментами: от проведения конкретных имиджевых мероприятий до комплектации презентационных пакетов, вручаемых гостям города и рассказывающих о нем. При этом презентационные пакеты содержат как сам подарок, так и рассказ о городе посредством книги, буклета и т.п. Соответствие выполняемой цели проработано в Положении о Стандарте качества презентационного пакета (приложение 2).

Достижение цели и решение задач муниципальной программы «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 – 2020 годы осуществляется путем скоординированного выполнения комплекса взаимоувязанных по срокам, ресурсам и исполнителям мероприятий, предусмотренных в приложении к программе, таблица № 2.

В рамках основного мероприятия «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» реализуется следующая деятельность:

получение, производство и распространение новостей, информации и комментариев о событиях, происходящих в сферах политики, экономики, социальной жизни, культуры, науки и техники, спорта и иных областях, представляющих интерес для широкой публики;

обеспечение в сети Интернет доступа к информации, размещаемой органами местного самоуправления о своей деятельности, к ответам должностных лиц органов местного самоуправления на запросы граждан и организаций, поступающие через интерактивные ресурсы органов местного самоуправления в сети Интернет;

обеспечение органов местного самоуправления социологической и аналитической информацией, необходимой для повышения качества принятия решений по актуальным вопросам городской жизнедеятельности;

мониторинг показателей по городской стратегической цели «Обеспечение информацией о деятельности местного самоуправления»;

разработка, внедрение и эксплуатация программных средств сбора, обработки и распространения информации, создание баз и банков данных;

научно-методическое обеспечение коммуникационных процессов.

В рамках основного мероприятия «Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ» реализуются:

опубликование официальных документов мэрии города Череповца, органов мэрии с правами юридического лица, Череповецкой городской Думы, контрольно-счетной палаты города Череповца и муниципальных правовых актов;

освещение на муниципальных информационных ресурсах и в СМИ деятельности органов местного самоуправления и государственной власти, их структурных подразделений, общественных и общественно-политических организаций, организаций бюджетной сферы.

5. Информация об участии общественных и иных

организаций в реализации муниципальной программы

Реализация муниципальной программы будет осуществляться непосредственно при взаимодействии со средствами массовой информации (производство и размещение информации, публикация официальных документов).

6. Обоснование объема финансовых ресурсов,

необходимых для реализации муниципальной программы

Общий объем финансовых средств городского бюджета, необходимых для реализации мероприятий муниципальной программы, составляет 374 194,9 тыс. руб., в том числе по годам:

2014 г. – 50 984,1 тыс. руб.,

2015 г. – 52 608,3 тыс. руб.,

2016 г. - 52 277,5 тыс. руб.,

2017 г. - 51 804,6 тыс. руб.,

2018 г. – 55 510,7 тыс. руб.,

2019 г. – 55 501,6 тыс. руб.

2020 г. – 55 508,1 тыс. руб.

При определении объема финансовых средств учтены цены, сложившиеся на рынке с учетом прогнозируемого уровня инфляции, потребности в закупаемых товарах (работах, услугах), требования действующего законодательства, предъявляемые к оборудованию (системам) или их укомплектованности, закупка или создание которых предусмотрены муниципальной программой.

7. Информация по ресурсному обеспечению за счет средств

городского бюджета (с расшифровкой по главным распорядителям

средств городского бюджета, основным мероприятиям

муниципальной программы/подпрограмм, а также по годам

реализации муниципальной программы) и другим

источникам финансирования

На финансовое обеспечение мероприятий из средств городского бюджета запланировано 374 194,9 тыс. руб., в том числе по годам:

2014 г. – 50 984,1 тыс. руб.,

2015 г. – 52 608,3 тыс. руб.,

2016 г. - 52 277,5 тыс. руб.,

2017 г. - 51 804,6 тыс. руб.,

2018 г. – 55 510,7 тыс. руб.,

2019 г. – 55 501,6 тыс. руб.

2020 г. – 55 508,1 тыс. руб.

Информация по ресурсному обеспечению за счет средств городского бюджета представлена в приложении к муниципальной программе (таблица 3).

8. Прогноз конечных результатов реализации муниципальной

программы, характеризующих целевое состояние (изменение

состояния) уровня и качества жизни населения, социальной

сферы, экономики, общественной безопасности, степени

реализации других общественно значимых интересов

и потребностей в соответствующей сфере

Реализация мероприятий муниципальной программы позволит сформировать стратегические направления развития институтов гражданского общества, приведет к позитивному изменению образа города в сознании горожан, узнаванию формируемого нового бренда Череповца горожанами и внешними партнерами. Будут разработаны устойчивые модели для дальнейшего внедрения преобразований и оценки их результативности, разработаны механизмы межведомственного взаимодействия.

Прогноз ожидаемых социально-экономических результатов реализации муниципальной программы (качественные результаты):

создание информационного обеспечения деятельности общественных объединений в городе;

широкое привлечение общественности к организации и проведению совместных мероприятий;

поддержка социально ориентированных инициатив и проектов населения города;

рост числа позитивных и нейтральных материалов о деятельности органов местного самоуправления Череповца и основных вопросах городской жизнедеятельности в печатных и электронных СМИ;

повышение уровня информированности жителей города о деятельности и решениях органов местного самоуправления Череповца, мероприятиях и событиях, имеющих высокую социальную значимость, повышение действенности информационно-разъяснительной работы в СМИ;

укрепление доверия гражданского общества к органам местного самоуправления Череповца;

устранение недостатка рекламирования Череповца, представление города на российской арене в соответствии с его достижениями;

рост доверия к городу, чувство симпатии к жителям города, уважение к их ценностям;

сформированный требуемый образ города у целевых аудиторий в соответствии со Стратегией развития города Череповца до 2022 года;

широкое привлечение общественности к организации и проведению совместных мероприятий.

9. Анализ рисков реализации муниципальной

программы и описание мер управления рисками

реализации муниципальной программы

В ходе реализации муниципальной программы могут возникать риски, такие как:

- недостижение целевых значений показателей результативности муниципальной программы к 2020 году;

- невыполнение мероприятий в установленные сроки по причине несогласованности действий муниципальных заказчиков подпрограмм и исполнителей мероприятий подпрограмм;

- снижение объемов финансирования мероприятий муниципальной программы вследствие изменения прогнозируемых объемов дохода бюджета Череповца или неполное представление средств из запланированных источников;

- неэффективное или неполное использование возможностей и сервисов, внедряемых в рамках муниципальной программы, информационно-коммуникационных технологий, информационных систем и ресурсов;

- организационные риски при необеспечении необходимого взаимодействия участников решения программных задач.

В целях обеспечения управления рисками проводится мониторинг реализации муниципальной программы, и на основе результатов мониторинга вносятся необходимые предложения координатору муниципальной программы для принятия соответствующих решений, в том числе по корректировке параметров муниципальной программы.

Минимизация рисков недофинансирования из бюджетных и других запланированных источников осуществляется путем ежегодного пересмотра прогнозных показателей доходов Череповца, учтенных при формировании финансовых параметров муниципальной программы, оперативного принятия решений в установленном порядке о перераспределении средств.

Контроль за ходом реализации муниципальной программы и минимизацией рисков будет осуществлять заказчик муниципальной программы - мэрия города Череповца. Заказчик-координатор муниципальной программы отвечает за реализацию муниципальной программы в целом: обеспечивает согласованные действия по подготовке и реализации программных мероприятий, целевому и эффективному использованию бюджетных средств, разрабатывает и представляет в установленном порядке бюджетную заявку на ассигнования из городского бюджета для финансирования муниципальной программы на очередной финансовый год, а также готовит информацию о реализации муниципальной программы за отчетный квартал и по итогам года.

Корректировка муниципальной программы, в том числе включение в нее новых мероприятий, осуществляется в установленном порядке по предложению заказчиков муниципальной программы. Внесение изменений и дополнений в муниципальную программу не должно вести к уменьшению ее целевых индикаторов и показателей.

10. Методика расчета значений целевых показателей

(индикаторов) муниципальной программы (подпрограмм)

1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, равный общему количеству проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив (предложений, обращений, акций), обеспечивающих согласование и защиту интересов различных социальных групп и общественных объединений.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях в рамках системы социального партнерства.

Единица измерения: тысяча человек.

Определение содержания: абсолютный показатель, равный общему количеству граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах, обеспечивающих согласование и защиту интересов различных социальных групп и общественных объединений.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

3. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: расчетный показатель охвата граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, по отношению к общему количеству жителей города.

Алгоритм расчета:

base_23647_129965_4

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.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

4. Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, характеризующий количество организаций, осуществляющих деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества, взаимодействующих с УРсО.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

5. Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, характеризующий количество общественных объединений, которые входят в состав Городского общественного совета, Городского координационного совета по делам детей и молодежи, профильных общественных советов.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО.

6. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, характеризующий количество общественных организаций, являющихся участниками конкурсов на получение финансовой поддержки.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

7. Количество реализуемых социально ориентированных проектов.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, определяющий количество реализуемых мероприятий, направленных на решение социальных проблем.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отчета УРсО, сведения, предоставляемые социально ориентированными некоммерческими организациями.

8. Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: расчетный показатель площади территории города, охваченной территориальным общественным самоуправлением, по отношению к площади территории города.

Алгоритм расчета:

base_23647_129965_5

Дт - доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления, %;

Пг - площадь территории города;

Пт - площадь территории ТОС.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): статистические данные УРсО и МБУ «ЦМИРиТ».

9. Отношение граждан к городу:

- негативное,

- нейтральное,

- позитивное.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: характеризует отношение граждан к городу.

Алгоритм расчета:

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.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): социологический опрос МКУ ИМА «Череповец».

10. Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: расчетный показатель количества презентационных пакетов, соответствующих, по отношению к общему количеству презентационных пакетов (в соответствии с приложением 2 к муниципальной программе).

Алгоритм расчета:

Дст - доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов, %;

Днест – доля презентационных пакетов, не соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов, %;

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год за отчетный год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные ОМТ в зависимости от заявок органов местного самоуправления.

11. Количество организуемых мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, определяющий количество мероприятий (массовых мероприятий, издания и размещения имиджевой информации, деловых имиджевых встреч и т.д.), направленных на формирование положительного имиджа города и которые проводятся силами и с поддержкой УРсО.

Алгоритм расчета: количественный учет.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): постановления, распоряжения мэрии города о проведении мероприятий, данные УРсО.

12. Количество реализованных медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением.

Единица измерения: штука.

Определение содержания: абсолютный показатель, определяющий количество реализованных тематических медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением (система планов новостей, где новости используются для формирования и продвижения положительного имиджа Череповца) в зависимости от поступивших от органов местного самоуправления информационных поводов.

Алгоритм расчета: суммирование общего количества медиапланов и графиков/медиапланов с имиджевым приращением, произведенных в зависимости от поступивших от органов местного самоуправления информационных поводов.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: еженедельно.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отдела медиапланирования МКУ ИМА «Череповец», подготовленные в зависимости от информационных поводов органов местного самоуправления.

13. Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.

Единица измерения: штука.

Определение содержания: информационные сообщения, которые содержат положительную и (или) нейтральную интонационную окрашенность по отношению к деятельности органов местного самоуправления в материалах городских СМИ.

Алгоритм расчета: суммарное количество информационных сообщений о деятельности органов местного самоуправления.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: ежедневно.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): значение показателя формируется на основе данных отдела социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» по результатам мониторинга информационного пространства: материалы городских СМИ.

14. Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: расчет процента негативных сообщений от общего количества всех учетных материалов СМИ.

Алгоритм расчета:

ДНС = КНС / ОКС ОМСУ x 100

ДНС - доля негативных сообщений;

КНС - количество негативных сообщений об органах местного самоуправления;

ОКС ОМСУ - общее количество сообщений об органах местного самоуправления.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: еженедельно.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отдела социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» по результатам мониторинга информационного пространства: материалы городских СМИ.

15. Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет.

Единица измерения: штука.

Определение содержания: информационные сообщения, которые содержат положительную и (или) нейтральную интонационную окрашенность по отношению к Череповцу, в материалах региональных, федеральных, зарубежных СМИ и сети Интернет.

Алгоритм расчета: суммарное количество информационных сообщений о Череповце.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: ежедневно.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): 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.

16. Доля негативных о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет.

Единица измерения: процент.

Определение содержания: расчет процента негативных сообщений от общего количества всех учетных материалов СМИ.

Алгоритм расчета:

ДНС = КНС / ОКСГ x 100

ДНС - доля негативных сообщений;

КНС - количество негативных сообщений о городе;

ОКСГ - общее количество сообщений о городе.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: еженедельно.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные отдела социального мониторинга МКУ ИМА «Череповец» по результатам мониторинга информационного пространства: материалы региональных, федеральных, зарубежных СМИ и сети Интернет.

17. 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:

Интернет;

телевидение;

радио;

газеты.

Единица измерения: штука.

Определение содержания: статистическая оценка произведенных высокотехнологичных (интерактивных) медиапроектов о деятельности органов местного самоуправления и социально-экономическом развитии Череповца на муниципальных ресурсах и в СМИ в рамках муниципальных контрактов (интернет/телевидение/радио/газеты).

Алгоритм расчета: суммарное количество материалов на основе данных официального сайта Череповца: cheri№fo.ru, «Радио Череповца» и других СМИ в рамках муниципальных контрактов.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): мониторинговая информация МКУ ИМА «Череповец» на основе данных официального сайта Череповца: cheri№fo.ru, «Радио Череповца» и других СМИ в рамках муниципальных контрактов.

«Высокотехнологичный (интерактивный) медиапроект» - проект с применением мультимедиатехнологий, с возможностью комментирования опубликованных материалов, с использованием цифровых форм общения с аудиторией: Skype, социальные сети, видеохостинг «YouTube», площадки интернет-трансляций, QR-коды и т.п.

Примеры высокотехнологичных (интерактивных проектов) МКУ ИМА «Череповец»: «Онлайн-трибуна» на сайте: cheri№fo.ru, «Всенародный обозреватель» на радио «Ретро ФМ», «Школа жилищного просвещения» и видеопроект «Доступное ЖКХ».

18. Объем печатной площади, опубликованных официальных документов.

Единица измерения: кв. см.

Определение содержания: статистическая оценка объема печатной площади опубликованных официальных документов.

Алгоритм расчета: суммарное количество объема печатной площади опубликованных официальных документов по заявке органов местного самоуправления.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: по мере поступления актов сверки от печатного СМИ.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные редакционного отдела МКУ ИМА «Череповец», сверенные с печатным СМИ.

19.Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года (за средства бюджета).

Единица измерения: человек.

Определение содержания: численность горожан, в течение года охваченных социологическими исследованиями, реализуемыми МКУ ИМА «Череповец» по инициативе органов местного самоуправления (далее ОМСУ) на средства городского бюджета.

Алгоритм расчета: суммарное количество жителей города, в течение года принявших участие в социологических исследованиях, реализуемых МКУ ИМА «Череповец» по инициативе ОМСУ на средства городского бюджета.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 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. При этом порядок организации и проведения социологических исследований определяется постановлением мэрии города от 19.06.2013 № 2796 «Об утверждении Порядка организации проведения социологических исследований для мэрии города Череповца».

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): 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.

1. Методика оценки эффективности муниципальной программы

Для оценки эффективности муниципальной программы используются унифицированные формулы, позволяющие доступно и четко охарактеризовать степень достижения плановых значений показателей муниципальной программы и оценить совокупную эффективность реализации мероприятий муниципальной программы.

Методика оценки эффективности муниципальной программы основывается на следующих основных критериях:

- достижение запланированных результатов, значений количественных и качественных целевых показателей (индикаторов) муниципальной программы;

- достижение запланированного уровня затрат.

1. Оценка достижения плановых значений целевых показателей муниципальной программы осуществляется на основании анализа достижения результатов Программы по итогам каждого календарного года и в целом по итогам реализации Программы в соответствии со следующей формулой:

П = Зф/ Зп× 100 %, где:

П – степень достижения планового значения показателя;

Зф – фактическое значение показателя;

Зп – плановое значение показателя.

Степень достижения плановых значений показателей рассчитывается для всех показателей муниципальной программы и оценивается в соответствии со следующими критериями:

до 95 % – неэффективное выполнение показателей муниципальной программы;

95 % и более – эффективное выполнение показателей муниципальной программы.

1. Интегральный показатель эффективности реализации мероприятий муниципальной программы также оценивается как степень фактического достижения показателей (индикаторов) муниципальной программы по следующей формуле:

cid:image001.png@01D1FDF2.56DF9020

Эс - совокупная эффективность реализации мероприятий муниципальной программы;

Пф1 - фактическое значение показателя № 1;

Пп1 - плановое значение показателя № 1;

Пф2 - фактическое значение показателя № 2;

Пп2 - плановое значение показателя № 2;

Пф№ - фактическое значение показателя № №;

Пп№ - плановое значение показателя № №;

№ - количество показателей.

Степень достижения плановых значений показателей оценивается в соответствии со следующими критериями:

до 95% - неэффективное выполнение муниципальной программы;

95% и более - эффективное выполнение муниципальной программы.

3. Оценка степени достижения запланированного уровня затрат - фактически произведенные затраты на реализацию основных мероприятий муниципальной программы сопоставляются с их плановыми значениями и рассчитывается по формуле:

cid:image002.png@01D1FDF2.56DF9020\*100%, где:

cid:image003.png@01D1FDF2.56DF9020- значение индекса степени достижения запланированного уровня затрат;

cid:image004.png@01D1FDF2.56DF9020- кассовое исполнение бюджетных расходов по обеспечению реализации мероприятий Программы;

cid:image005.png@01D1FDF2.56DF9020- лимиты бюджетных обязательств.

Эффективным является использование бюджетных средств при значении показателя ЭБ от 95% и выше.

Приложение 1

к муниципальной программе

Таблица 1

Информация о показателях (индикаторах) муниципальной программы и их значениях

| №  п/п | Показатель (индикатор) (наименование) | Ед. измерения | Значение показателя | | | | | | | | | Взаимосвязь с городскими стратегическими показателями |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства | единиц | 276 | 198 | 284 | 288 | 290 | 435 | 435 | 435 | 435 | Ч 4.1  Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 2 | Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства | тыс. чел. | - | 18 | 20 | 25 | 27 | 85 | 85 | 85 | 85 | Ч 4.2  Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства |
| 3 | Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города | % | - | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 10 | 10 | Ч 4.5  Оценка горожанами условий для самореализации в сфере политики и общественной деятельности |
| 4 | Количество социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО | единиц | 128 | 155 | 160 | 170 | 180 | 251 | 251 | 251 | 251 | Ч 4.2  Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства |
| 5 | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов | единиц | 96 | 86 | 97 | 98 | 102 | 105 | 107 | 107 | 109 | Ч 4.5  Оценка горожанами условий для самореализации в сфере политики и общественной деятельности |
| 6 | Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки | единиц | - | 5 | 10 | 15 | 17 | 19 | 20 | 20 | 20 | Ч 4.1  Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 7 | Количество реализуемых социально ориентированных проектов | единиц | - | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | Ч 4.1  Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 8 | Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления | % | 0 | 4.2 | 10 | 15 | 51 | 78 | 80 | 80 | 85 | Ч 4.4  Доля территорий в %, объединенных в органы территориального общественного самоуправления |
| 9 | Отношение граждан к городу: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | И 2.2  Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное |
| - негативное | % | н/д | н/д | н/д | 20 | 18 | 17 | 16 | 15 | По опросу |
| - нейтральное |  |  |  |  | 54 | 54 | 54 | 54 | 54 | По опросу |
| - позитивное |  |  |  |  | 26 | 28 | 29 | 30 | 31 | По опросу |
| 10 | Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | % | н/д | н/д | н/д | 80 | 85 | 94 | 95 | 95 | 95 | Э 2.6  Расширение базы деловых контактов.  И 2.2  Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное |
| 11 | Количество организуемых мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города. | единиц | н/д | н/д | н/д | 80 | 87 | 93 | 93 | 95 | 100 | И 2.1  Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе в региональных, федеральных, зарубежных СМИ и сети Интернет.  Э 2.6  Расширение базы деловых контактов |
| 12 | Количество реализованных медиапланов и графиков/ медиапланов с имиджевым приращением | штук | 18/28 | 25/30 | 25/30 | 25/50 | 25/50 | 25/50 | 25/50 | 25/50 | 25/50 | Ч.4.3  Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности |
| 13 | Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | штук | н/д | 14578 | 12000 | 12200 | 12300 | 12500 | 12800 | 12800 | 12800 | Д 1.1  Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве |
| 14 | Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | % | 2,9% | 1,8% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | Ч.4.3  Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности |
| 15 | Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | штук | н/д | 15303 | 5000 | 5500 | 6000 | 6500 | 7000 | 7000 | 7000 | И 2.1  Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет |
| 16 | Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | % | н/д | 33,5% | 34% | 45% | 45% | 40% | 35% | 35% | 35% | В 4.2  Доля негативных/позитивных сообщений о городе |
| 17 | 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 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Д 1.3  Количество произведенных высокотехнологичных проектов о деятельности органов местного самоуправления и социально-экономическом развитии города |
|  | Интернет |  |  |  | 15 | 18 | 19 | 20 | 20 | 22 | 22 |  |
|  | Телевидение |  |  |  | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |  |
|  | Радио |  |  |  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |  |
|  | Газеты |  |  |  | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |
| 18 | Объем печатной площади, опубликованных официальных документов | кв. см. | 817 000,2 | 800 000 | 850 000 | 850 000 | 850 000 | 850 000 | 850 000 | 850 000 | 850 000 | Ч.4.3  Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности |
| 19 | Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года | человек | 8 918 | 5196 | 2544 | 2526 | 2526 | 4084 | 4084 | 4084 | 4084 | В 4.1 Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления |

Таблица 2

Перечень основных мероприятий муниципальной программы,

подпрограмм и ведомственных целевых программ

| №  п/п | Наименование подпрограммы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия муниципальной программы (подпрограммы), мероприятия | Ответственный исполнитель | Срок | | Ожидаемый непосредственный результат (краткое описание) | Последствия нереализации ведомственной целевой программы, основного мероприятия | Связь с показателями муниципальной программы (подпрограммы) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| начала реализации | окончания реализации |
| 1 | Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 - 2020 годы | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | В сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций:  1. Увеличение количества проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства до 435 единиц в год к 2020 году.  2. Увеличение количества граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства, до 85 тыс. в год к 2020 году.  3. Увеличение количества социально ориентированных общественных организаций, взаимодействующих с УРсО, до 200 единиц к 2020 году.  В сфере развития территориального общественного самоуправления:  увеличение доли территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления, до 85% к 2020 году.  В сфере имиджевой политики:  Удержание доли нейтрально и позитивно оценивающих город граждан на уровне не менее 70%.  В ходе реализации мероприятий информационной политики планируется размещение информационных сообщений, направленных на привлечение внимания горожан к деятельности органов местного самоуправления, связанной с решением актуальных вопросов и проблем жизнедеятельности города. В результате реализации мероприятий к 2020 году ожидается:  1. Публикация позитивных и нейтральных сообщений о деятельности органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших информационных поводов в МКУ ИМА «Череповец».  2. Снижение или сохранение доли негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве на уровне не более 2,5%.  3. Снижение или сохранение доли негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет, на уровне не более 35%.  4. Публикация официальных документов органов местного самоуправления в объеме 100% от поступивших в МКУ ИМА «Череповец».  5. Увеличение не менее чем на 40% количества 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 (интернет, телевидение, радио, газеты) |  |  |
| 2 | Основное мероприятие 1.  Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Комплексное воздействие на аудиторию города с целью изменения сознания горожан по определенным социальным вопросам | Отсутствие диалога «власть - население», нерешенность социальных вопросов изменения поведения горожан | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 3 | 1.1. Изготовление и размещение социальной рекламы на щитах | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Социальная реклама позволяет осуществлять коммуникации между горожанами и администрацией города, решать застарелые общественные проблемы, изменять мнение людей в лучшую сторону | Отсутствие диалога «власть - население», нерешенность социальных вопросов изменения поведения горожан | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 4 | 1.2. Изготовление и размещение социальной рекламы на остановочных павильонах | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Реклама на остановочных павильонах воздействует на аудиторию пассажиров общественного транспорта | Отсутствие диалога «власть - население», нерешенность социальных вопросов изменения поведения горожан | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 5 | 1.3. Изготовление и размещение социальной рекламы на пилларсах | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Реклама на пилларсах воздействует на аудиторию пешеходов | Отсутствие диалога «власть - население», нерешенность социальных вопросов изменения поведения горожан | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 6 | Основное мероприятие 2.  Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Обеспечение комплексного воздействия на целевые аудитории.  Целенаправленное создание узнаваемого положительного имиджа города на местном, региональном, федеральном уровнях | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| Управление по делам культуры | 2018 | 2020 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 2014 | 2020 | Целенаправленное создание узнаваемого положительного имиджа города на местном, региональном, федеральном уровнях | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города |
| 7 | 2.1. Фестиваль снежных и ледяных скульптур | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Интерактивное мероприятие, позволяющее раскрыть инициативы граждан, творчество, фантазию, выдумку. Чувство сопричастности к городскому обществу, чувство гордости за себя и свою семью | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| Управление по делам культуры | 2018 | 2020 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 2014 | 2020 | Целенаправленное создание узнаваемого положительного имиджа города на местном, региональном, федеральном уровнях | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города |
| 8 | 2.2. Конкурс социальной рекламы с последующим художественным оформлением городского пространства | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | 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 | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| Управление по делам культуры | 2018 | 2020 |
| 9 | 2.3. Изготовление имиджевой рекламы, направленной на формирование положительного образа города | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014  2017 | 2014  2017 | Формирование и укрепление благоприятного имиджа города во внутренней и внешней среде | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 10 | 2.4. Праздничное украшение к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Формирование чувства гордости за великую Победу, формирование праздничного настроения, чувства принадлежности к великому народу | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 11 | 2.5. Граффити о Победе в Великой Отечественной войне на фасадах домов | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Приобретение городом нестандартного украшения фасада, формирование современного, яркого облика города | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 12 | 2.6. Городской конкурс для журналистов в области освещения темы «Предпринимательство и инвестиции» | Управление по работе с общественностью мэрии | 2015 | 2015 | Формирование положительного имиджа Череповца как города с благоприятным инвестиционным климатом. Популяризация и пропаганда историй успеха представителей бизнеса и создание положительного имиджа предпринимателя | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 13 | 2.7. Информационное обеспечение городских мероприятий, посвященных Дню знаний | Управление по работе с общественностью мэрии | 2016 | 2016 | Формирование положительного имиджа города Череповца, как города с высокими образовательными стандартами. Популяризация образования в городе | Неуправляемый, стихийно складывающийся имидж города, не вызывающий доверия у целевых аудиторий | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Отношение граждан к городу:  - негативное;  - нейтральное;  - позитивное |
| 14 | 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  МКУ ИМА «Череповец» | 2014 | 2020 | 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» | Неиспользование данного инструмента приведет к снижению силы воздействия на целевую аудиторию, т.к. презентационный пакет города передает не только смысл сообщения, но и устанавливает эмоциональную связь между людьми | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.  Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов |
| 15 | Основное мероприятие 4.  Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | Управление по работе с общественностью мэрии  МКУ ИМА «Череповец» | 2014 | 2020 | 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 | Отсутствие у города официальных отношений, а также статуса делового партнера во внешней среде по отношению к городам - членам союзов и ассоциаций | 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 |
| 16 | 4.1. Участие города в деятельности Союза городов Центра и Северо-Запада России | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Обмен лучшими практиками между городами - членами Союза проходит на регулярной основе, что способствует развитию межмуниципального сотрудничества, становлению новых партнерских отношений и укреплению имиджа города во внешней среде | Отсутствие у города официальных отношений, а также статуса делового партнера во внешней среде по отношению к городам - членам союзов и ассоциаций | 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 |
| 17 | 4.2. Участие города в деятельности Союза российских городов | Управление по работе с общественностью мэрии  МКУ ИМА «Череповец» | 2014 | 2020 | Обмен лучшими практиками между городами - членами Союза проходит на регулярной основе, что способствует развитию межмуниципального сотрудничества, становлению новых партнерских отношений и укреплению имиджа города во внешней среде | Отсутствие у города официальных отношений, а также статуса делового партнера во внешней среде по отношению к городам - членам союзов и ассоциаций | 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 |
| 18 | 4.3. Участие города в деятельности Ассоциации «Совет муниципальных образований Вологодской области» | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Обмен лучшими практиками между городами - членами ассоциации проходит на регулярной основе, что способствует развитию межрегионального и муниципального сотрудничества, становлению партнерских отношений, продвижению имиджа города во внешней среде | Отсутствие у города официальных отношений, а также статуса делового партнера во внешней среде по отношению к городам - членам союзов и ассоциаций | 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 |
| 19 | 4.4. Участие города в деятельности Межрегиональной ассоциации субъектов РФ и городов, шефствующих над кораблями и частями Северного флота | Управление по работе с общественностью мэрии | 2016 | 2020 | Обмен лучшими практиками между городами - членами Союза проходит на регулярной основе, что способствует развитию межмуниципального сотрудничества, становлению новых партнерских отношений и укреплению имиджа города во внешней среде | Отсутствие у города официальных отношений, а также статуса делового партнера во внешней среде по отношению к городам - членам союзов и ассоциаций | 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 |
| 20 | 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 | МКУ ИМА «Череповец» | 2014 | 2020 | 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 | Рост рисков, связанных с подготовкой управленческих решений большого социального масштаба, отсутствие возможности достаточно точно спрогнозировать вероятные последствия их принятия.  Увеличение негативной информации о деятельности органов местного самоуправления.  Отсутствие доверия гражданского общества к органам местного самоуправления Череповца | 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 и социально-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 |
| 21 | 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» | 2014 | 2020 | 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 постановлению мэрии города от 01.07.2013 № 2968. Закупка услуг СМИ для реализации планов информационных компаний для нужд ОМСУ | Нарушение конституционного права граждан на свободный доступ к общественно значимой информации.  Создание условий для сохранения и роста коррупции | Объем печатной площади опубликованных официальных документов.  Количество позитивных и нейтральных сообщений об ОМСУ в городском медийном пространстве |
| 22 | Основное мероприятие 7.  Совершенствование организации работы с социально ориентированными общественными организациями | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Создание ресурсного центра для общественных организаций создаст надежную базу деятельности организаций. Это позволит организациям уделять меньше внимания вопросам выживания и более плотно сосредоточиться на уставной деятельности. Как следствие, должно увеличиться количество социально направленных мероприятий, реализуемых ими по собственной инициативе и при участии органов МСУ. Также у общественных организаций появляется дополнительный стимул участвовать в мероприятиях, организуемых органами МСУ | Отсутствие данного вида поддержки будет сдерживать социальную работу общественных организаций, обострение нехватки организационных и иных ресурсов может привести как к сокращению количества социально полезных мероприятий, так и закрытию самих общественных организаций | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  3. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города.  4. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 23 | 7.1. Содействие в проведении общественными организациями приемов граждан, семинаров, «круглых столов» | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Функционирование ресурсного центра увеличит количество социально направленных мероприятий, реализуемых общественными организациями по собственной инициативе и при участии органов МСУ | Отсутствие данного вида поддержки будет сдерживать социальную работу общественных организаций, обострение нехватки организационных и иных ресурсов может привести как к сокращению количества социально полезных мероприятий, так и закрытию самих общественных организаций | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  3. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города.  4. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 24 | 7.2. Реализация проектов социальной направленности, инициируемых общественными организациями | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Функционирование ресурсного центра стимулирует общественные организации к реализации социальных проектов | Отсутствие данного вида поддержки будет сдерживать социальную работу общественных организаций, обострение нехватки организационных и иных ресурсов может привести как к сокращению количества социально полезных мероприятий, так и закрытию самих общественных организаций | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  3. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города.  4. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 25 | Основное мероприятие 8.  Совершенствование деятельности социально ориентированных НКО | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Выделение средств позволит общественным организациям повысить уровень своей работы, увеличить количество и повысить качество проводимых социально полезных мероприятий. Возможность получения дополнительных средств стимулирует общественные организации к реализации социальных проектов | Отсутствие финансовой поддержки ведет к сокращению социальной работы, реализуемой общественными организациями | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  4. Количество социально ориентированных общественных организаций.  5. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.  6. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 26 | 8.1. Утверждение проекта «Порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города» | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Проект определит порядок оказания поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций города | Отсутствие финансовой поддержки ведет к сокращению социальной работы, реализуемой общественными организациями | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  4. Количество социально ориентированных общественных организаций.  5. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.  6. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 27 | 8.2. Подготовка к реализации проектов и мероприятий:  - «Социально значимая акция»;  - «Мир вокруг нас»;  - «Помоги ближнему своему»;  - «Здоровый образ жизни»;  - «Видим проблему - можем решить» | Управление по работе с общественностью мэрии | 2018 | 2020 | Реализация социальных проектов позволит вовлечь большее число граждан в социально значимую деятельность. В процессе социально значимой деятельности граждане становятся непосредственными участниками ее организации, задумываются о реальных проблемах, связанных с какими-либо событиями муниципального, регионального, федерального уровней | Отсутствие финансовой поддержки ведет к сокращению социальной работы, реализуемой общественными организациями | 1. Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства.  2. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  4. Количество социально ориентированных общественных организаций.  5. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.  6. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 28 | Основное мероприятие 9.  Информационная поддержка общественных организаций | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | 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 | Отсутствие информационной поддержки снижает количество участников социально полезных мероприятий, организуемых общественными организациями, а также снижает приток новых членов | 1. Количество граждан, принявших участие в мероприятиях и инициативах в рамках системы социального партнерства.  2. Доля граждан, участвующих в деятельности общественных объединений, от общего количества жителей города |
| 29 | Основное мероприятие 10.  Реализация плана мероприятий по гармонизации межнациональных и этноконфессиональных отношений | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Повышение количества и качества мероприятий, направленных на гармонизацию межнациональных, этноконфессиональных отношений и профилактику этноконфессиональной напряженности и конфликтов | Рост этноконфессиональной напряженности и возможность возникновения конфликтов | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 30 | 10.1. Организация дней национальной культуры на базе образовательных и культурных учреждений | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Проявление интереса у жителей города к изучению традиций и праздников национальных культур разных народов. Воспитание патриотического отношения, гордости и уважения к истории своего Отечества и толерантности к другим народным культурам | Рост этноконфессиональной напряженности и возможность возникновения конфликтов | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 31 | 10.2. Содействие в информационном освещении мероприятий, организуемых национально-культурными некоммерческими организациями | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Повышение информированности населения о деятельности национальных общественных объединений, традиционных религиозных организаций, общин, землячеств, иных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, направленную на гармонизацию межэтнических отношений | Рост этноконфессиональной напряженности и возможность возникновения конфликтов | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 32 | 10.3. Проведение «круглого стола» с участием представителей национально-культурных общественных объединений и религиозных организаций | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Выявление, обсуждение и решение актуальных проблем жизни народов | Рост этноконфессиональной напряженности и возможность возникновения конфликтов | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства |
| 33 | Основное мероприятие 11.  Организация деятельности Городского общественного совета и поддержка коллегиальных общественных структур | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | 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 | Снижение:  - уровня коммуникации с представителями наиболее активных объединений граждан;  - возможностей информирования и учета мнения общественности при принятии наиболее важных управленческих решений;  - возможностей привлечения общественности при принятии решений по важным вопросам местного значения;  как следствие - рост уровня недоверия населения к органам МСУ | Количество общественных объединений, входящих в состав ГОС, ГКС, профильных общественных советов |
| 34 | Основное мероприятие 12.  Совершенствование работы общественных объединений | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Обучение представителей 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 | Невозможность повышения уровня администрирования, низкая правовая и финансовая грамотность представителей общественных организаций снижают их возможности по реализации социально полезных мероприятий | 1. Количество организаций - участников конкурсов на получение финансовой поддержки.  2. Количество реализуемых социально ориентированных проектов |
| 35 | Основное мероприятие 13.  Создание системы территориального общественного самоуправления | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | 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 | Отсутствие механизма взаимодействия населения конкретных городских территорий и органов МСУ | Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления |
| 36 | 13.1. Создание органов территориального общественного самоуправления | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Вовлечение большего числа граждан позволит активизировать городское сообщество, максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для развития конкретных территорий | Отсутствие механизма взаимодействия населения конкретных городских территорий и органов МСУ | Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления |
| 37 | 13.2. Реализация проекта «Народный бюджет ТОС» (ТОС - территориальное общественное самоуправление) | Управление по работе с общественностью мэрии | 2014 | 2020 | Реализация проекта позволит воплотить в жизнь предложения граждан по улучшению качества жизни людей, входящих в состав территориальных общественных самоуправлений | Отсутствие механизма взаимодействия населения конкретных городских территорий и органов МСУ | Доля территорий, объединенных в органы территориального общественного самоуправления |

Таблица 3

Ресурсное обеспечение реализации муниципальной

программы за счет собственных средств городского бюджета

| №  п/п | Наименование муниципальной программы, подпрограммы муниципальной программы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия | Ответственный исполнитель, соисполнитель | Расходы (тыс. руб.), год | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 - 2020 годы | **всего** | **50 984,1** | **52 608,3** | **52 277,5** | **51 804,6** | **55 510,7** | **55 501,6** | **55 508,1** |
| Ответственный исполнитель: мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 2 005,7 | 3 342,5 | 1 801,3 | 1 505,4 | 1 519,7 | 1 505,4 | 1 505,4 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 |
| Мэрия (МКУ ИМА «Череповец») | 48 894,2 | 49 181,6 | 50 932,0 | 50 215,0 | 53906,8 | 53912,0 | 53 918,5 |
| 2 | Основное мероприятие 1.  Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы | Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 0,0 | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | Основное мероприятие 2.  Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | Всего | 555,2 | 785,0 | 412,1 | 444,9 | 462,7 | 462,7 | 462,7 |
| Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 471,0 | 700,8 | 327,9 | 360,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Мэрия (управление по делам культуры мэрии) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 378,5 | 378,5 | 378,5 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 |
| 4 | Основное 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 мэрии) | 1 040,8 | 1 131,8 | 847,2 | 552,8 | 549,3 | 535,0 | 535,0 |
| 5 | Основное мероприятие 4.  Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | Всего | 493,9 | 509,9 | 928,1 | 591,9 | 591,9 | 591,9 | 591,9 |
| Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 493.9 | 509,9 | 626,2 | 591,9 | 591,9 | 591,9 | 591,9 |
| Мэрия (МКУ ИМА «Череповец») | 0,0 | 0,0 | 301,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 6 | 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») | 24 944,0 | 25 944,5 | 25 348,3 | 26 085,2 | 29 777,0 | 29782,2 | 29788,7 |
| 7 | 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») | 23 950,2 | 23 237,1 | 24 741,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24129,8 |

Таблица 4

Ресурсное обеспечение и прогнозная (справочная) оценка расходов городского бюджета, федерального, областного

бюджетов, внебюджетных источников на реализацию целей муниципальной программы города

| №  п/п | Наименование муниципальной программы, подпрограммы муниципальной программы, ведомственной целевой программы, основного мероприятия | Источники ресурсного обеспечения | Оценка расходов (тыс. руб.), год | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Муниципальная программа «Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной открытости органов местного самоуправления в городе Череповце» на 2014 – 2020 годы | всего | **50 984,1** | **52 608,3** | **52 277,5** | **51 804,6** | **55 510,7** | **55 501,6** | **55 508,1** |
| городской бюджет | **50 984,1** | **52 608,3** | **52 277,5** | **51 804,6** | **55 510,7** | **55 501,6** | **55 508,1** |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Основное мероприятие 1.  Формирование положительного имиджа Череповца как социально ориентированного города посредством изготовления и размещения социальной рекламы | всего | 0,0 | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| городской бюджет | 0,0 | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Основное мероприятие 2.  Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством проведения имиджевых мероприятий, стимулирующих формирование общественного мнения | всего | 555,2 | 785,0 | 412,1 | 444,9 | 462,7 | 462,7 | 462,7 |
| городской бюджет | 555,2 | 785,0 | 412,1 | 444,9 | 462,7 | 462,7 | 462,7 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Основное мероприятие 3.  Формирование положительного имиджа Череповца на внутреннем, межрегиональном и международном уровнях посредством формирования презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | всего | 1 040,8 | 1 131,8 | 847,2 | 552,8 | 549,3 | 535,0 | 535,0 |
| городской бюджет | 1 040,8 | 1 131,8 | 847,2 | 552,8 | 549,3 | 535,0 | 535,0 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Основное мероприятие 4.  Формирование положительного имиджа Череповца на межрегиональном уровне посредством участия города в деятельности союзов и ассоциаций | всего | 493,9 | 509,9 | 928,1 | 591,9 | 591,9 | 591,9 | 591,9 |
| городской бюджет | 493,9 | 509,9 | 928,1 | 591,9 | 591,9 | 591,9 | 591,9 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 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 | 29 944,0 | 25 944,5 | 25 348,3 | 26 085,2 | 29 777,0 | 29 782,2 | 29788,7 |
| городской бюджет | 29 944,0 | 25 944,5 | 25 348,3 | 26 085,2 | 29 777,0 | 29 782,2 | 29788,7 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Основное мероприятие 6.  Опубликование муниципальных правовых актов, конкурсной документации муниципальных заказчиков, изготовление и размещение других материалов по вопросам местного значения в СМИ | всего | 23 950,2 | 23 237,1 | 24 741,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 |
| городской бюджет | 23 950,2 | 23 237,1 | 24 741,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |

Приложение 2

к Муниципальной программе

ПОЛОЖЕНИЕ

О СТАНДАРТЕ КАЧЕСТВА ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ ПАКЕТОВ

Настоящее Положение разработано в соответствии с приоритетами в имиджевой политике по формированию благоприятного образа города. Данное положение не распространяется на промо- и сувенирную продукцию, распространяемую в массовом количестве среди населения и представляющую собой продукт массового производства.

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Презентационные пакеты - это подарочная сувенирная продукция, вручаемая гостям города, VIP-персонам города, директорам предприятий, лицам, проявившим исключительные заслуги.

1.2. Цели формирования презентационных пакетов: продвижение Череповца, создание благоприятного образа города силами самого подарка.

Глава 2. СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ОБРАЗА ГОРОДА

Благоприятный образ города выражается в изготовлении сувениров высокого качества. Подарки могут быть изготовлены как силами местных производителей, так и иных предприятий, достигших высокого уровня продукции. Основным назначением презентационного пакета является продвижение достопримечательностей города, знаменитых личностей города.

Глава 3. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПОДАРКА

3.1. Подарок должен включать в себя рассказ о городе, выраженный в виде соответствующей позиции (книга, буклет, листовка).

3.3. При необходимости информационное сопровождение должно быть переведено на английский язык.

Глава 4. УПАКОВКА ПОДАРКА

4.1. Упаковка подарка служит целям сохранности изделия и создания благоприятного облика подарка, а также соответствовать общим имиджевым составляющим образа города (динамичность, современность).

4.2. Упаковка хрупких изделий должна состоять из твердой коробки, сам подарок должен быть закреплен внутри тканой подложкой, держателями и т.п.

4.3. Упаковка тканых изделий может состоять из пакета, коробки.

4.4. Упаковка должна составлять с подарком одно целое, по возможности содержать надпись "Череповец", элементы бренда, слогана.

4.5. При упаковке подарка желательно использовать бумажные, а не полиэтиленовые пакеты как наиболее представительные.

Глава 5. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПОДАРКА

5.1. При определении качества вручаемых презентационных пакетов общий ассортимент имеющихся подарков оценивается как доля в процентном соотношении не соответствующих следующим критериям сувениров к общей доле сувениров:

- качество исполнения сувенира (отсутствие брака; использование наиболее современных/соответствующих/эстетичных технологий и техник создания; нанесение элементов бренда и символов города);

- наличие упаковки для сувенира в соответствии с требованиями главы 4;

- обеспечение сувениров информационными буклетами, брошюрами и иными материалами о городе в соответствии с требованиями главы 3;

- соответствие транслируемым имиджевым характеристикам города/отражаемым историческим особенностям города.

5.2. Отсутствие какого-либо пункта позиции в составе подарка по вине организаторов снижает качество даримой продукции.

5.3. Общий показатель «Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов» не может быть менее 90% .