Приложение 1

к постановлению мэрии города

от 05.12.2018 № 5364

Паспорт муниципальной программы

«Содействие развитию институтов гражданского общества и информационной

открытости органов местного самоуправления в городе Череповце»

на 2014-2021 годы

(далее – муниципальная программа)

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 и инициативах 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. Количество жителей, охваченных адресной рассылкой с использованием современных средств коммуникации.

Единица измерения: человек.

Определение содержания: численность горожан, в течение года охваченных адресной рассылкой сообщений о городских событиях, реализуемой управлением по работе с общественностью с помощью современных средств коммуникации.

Алгоритм расчета: суммарное количество жителей города, в течение года получивших сообщения.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: периодичность адресных рассылок определяется наличием мероприятий и событий в рамках проекта «Команда Череповца».

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора): данные о количестве адресатов (задействованных в рассылке аккаунтов членов «Команды Череповца» в мессенджерах Viber, WhatsApp) в виде списка, предоставляемого оператором проекта «Команда Череповца».

10. 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».

11. 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.

12. Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города.

Единица измерения: единица.

Определение содержания: абсолютный показатель, определяющий количество мероприятий (массовых мероприятий, издания и размещенияимиджевой 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.

13. Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности.

Единица измерения: балл.

Определение содержания: характеризует уровень информационной открытости органов местного самоуправления.

Алгоритм расчета:

Оценка горожанами информационной открытости органов местного само-управления, достаточности информации об их деятельности определяется через оценки достаточности информации о каждом представителе ОМСУ, представленных в анкете:

• Оценка горожанами уровня достаточности информации о деятельности мэра города, его информационной открытости;

• Оценка горожанами уровня достаточности информации о деятельности мэрии города, ее информационной открытости;

• Оценка горожанами уровня достаточности информации о деятельности Череповецкой городской Думы, ее информационной открытости.

Сначала на основе распределения ответов на вопросы вычисляются показатели по каждому из представителей ОМСУ по шкале 0-100 баллов, далее рассчитывается средний индекс как средняя арифметическая всех показателей, входящих в структуру показателя «Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности». Таким образом, оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности показывает общую оценку состояния информационной открытости ОМСУ с точки зрения горожан.

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

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

14. Количество уникальных посетителей официального сайта г. Череповца [www.cherinfo.ru](http://www.cherinfo.ru)

Единица измерения: единица.

Определение содержания: неповторяющийся пользователь, обладающий уникальными характеристиками и зашедший на сайт в течение определённого промежутка времени.

Алгоритм расчета: суммарная численность уникальных посетителей сайта, определяемая с помощью бесплатных счетчиков посещаемости или иных инструментов веб-аналитики.

Периодичность сбора данных и вид временной характеристики: 1 раз в год, месяц - сентябрь.

Источник данных для расчета значения показателя (индикатора):

Сервисы веб-аналитики: «Яндекс-Метрика» и «Mail.ru»

15. 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.

16. 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.

17. 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.

18. 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.

19. Доля негативных сообщений 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.

20. 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: cherinfo.ru, «Всенародный обозреватель» на радио «Ретро ФМ», «Школа жилищного просвещения» и видеопроект «Доступное ЖКХ».

21. 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.

22.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.

Приложение 2

к постановлению мэрии города от 05.12.2018 № 5364

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 | 2021 | 2022 |
| 1 | Количество проведенных мероприятий и поддержанных гражданских инициатив в рамках системы социального партнерства | единиц | 276 | 198 | 284 | 288 | 290 | 435 | 435 | 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 | 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 | 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 | 260 | 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 | 109 | 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 | 25 | 20 | 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 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 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 | 85 | 90 | 90 | 90 | 90 | Ч 4.4  Доля территорий в %, объединенных в органы территориального общественного самоуправления |
| 9 | Количество жителей, охваченных адресной рассылкой с использованием современных технических средств коммуникации | тыс.чел. | - | - | - | - | - | - | - | 9 | 10,5 | 11,5 | 13 | И 2.2  Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное |
| 10 | Отношение граждан к городу: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | И 2.2  Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное |
| - негативное | % | н/д | н/д | н/д | 20 | 18 | 17 | По опросу | По опросу | По опросу | По опросу | 16 |
| - нейтральное |  |  |  |  | 54 | 54 | 54 | По опросу | По опросу | По опросу | По опросу | 54 |
| - позитивное |  |  |  |  | 26 | 28 | 29 | По опросу | По опросу | По опросу | По опросу | 30 |
| 11 | Доля презентационных пакетов, соответствующих Стандарту качества презентационных пакетов | % | н/д | н/д | н/д | 80 | 85 | 94 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | Э 2.6  Расширение базы деловых контактов.  И 2.2  Отношение граждан к городу:  - негативное,  - нейтральное,  - позитивное |
| 12 | Количество проведенных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа города. | единиц | н/д | н/д | н/д | 80 | 87 | 93 | 93 | 95 | 100 | 100 | 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 |
| 13 | Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности | балл | 48,3 | 46,1 | 44,7 | 43,9 | 44,2 | 41,0 | По опросу | По опросу | По опросу | По опросу | По опросу | Ч 4.3 Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности |
| 14 | Количество уникальных посетителей официального сайта г. Череповца www.cherinfo.ru | единица | 52769 | 83840 | 93277 | 115580 | 139600 | 126183 | 125000 | 126000 | 127000 | 128000 | 129000 | Ч.4.3  Оценка горожанами информационной открытости органов местного самоуправления, достаточности информации об их деятельности |
| 15 | Количество реализованных медиапланов и графиков/ медиапланов с имиджевым приращением | штук | 18/28 | 25/30 | 19/50 | 25/49 | 25/50 | 25/51 | 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 |
| 16 | Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | штук | н/д | 14578 | 12532 | 16208 | 15040 | 12500 | 12900 | 13100 | 13200 | 13300 | 13400 | Д 1.1  Количество позитивных и нейтральных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве |
| 17 | Доля негативных сообщений об органах местного самоуправления в городском медийном пространстве | % | 2,9% | 1,8% | 2,4% | 2,1% | 4,2% | 2,4% | 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 |
| 18 | Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | штук | н/д | 15303 | 19404 | 16782 | 18667 | 6500 | 10000 | 10000 | 14000 | 15000 | 16000 | И 2.1  Количество позитивных и нейтральных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет |
| 19 | Доля негативных сообщений о городе, вышедших в региональных, федеральных и зарубежных СМИ и сети Интернет | % | н/д | 33,5% | 33% | 34,8 | 36% | 35% | 35% | 35% | 35% | 35% | 35% | В 4.2  Доля негативных/позитивных сообщений о городе |
| 20 | 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 | 22 | 25 | 20 | 21 | 25 | 26 | 27 | 25 |  |
|  | Телевидение |  |  |  | 5 | 7 | 6 | 6 | 2 | 2 | 3 | 4 | 6 |  |
|  | Радио |  |  |  | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  |
|  | Газеты |  |  |  | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |
| 21 | Объем печатной площади, опубликованных официальных документов | кв. см. | 817 000,2 | 800 000 | 733 900 | 787 000 | 713 144,4 | 998 655, 4 | 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 |
| 22 | Количество жителей города, охваченных социологическими исследованиями в течение года | человек | 8 918 | 5196 | 5791 | 4444 | 5064 | 4571 | 4084 | 4084 | 4084 | 4084 | 4084 | В 4.1 Удовлетворенность населения деятельностью органов местного 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 | 2021 | 2022 |
| 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** | **53 380,4** | **59 333,5** | **57 286,9** | **56 210,9** | **56 235,4** | **56 235,4** |
| Ответственный исполнитель: мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 2005,7 | 3 342,5 | 1 801,3 | 1 505,4 | 2 150,6 | 2 136,3 | 2 136,3 | 2 136,3 | 2 136,3 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Мэрия (МКУ ИМА «Череповец») | 48 894,2 | 49 181,6 | 50 392,0 | 51 790,8 | 57 182,9 | 55 150,6 | 54074,6 | 54099,1 | 53 104,9 |
| 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 | 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 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 471,0 | 700,8 | 327,9 | 360,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Департамент жилищно-коммунального хозяйства мэрии | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 84,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 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 | 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 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 |
| Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 493.9 | 509,9 | 626,2 | 591,9 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 |
| Мэрия (МКУ ИМА «Череповец») | 0,0 | 0,0 | 301,9 | 0,0 | 0,0 | 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 | 27 377,6 | 30 041,0 | 29 921,6 | 29 944,8 | 29 969,3 | 29 969,3 |
| 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 | 24 413,2 | 27 141,9 | 25 229,0 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 |
| 8 | Основное мероприятие 8.  Совершенствование деятельности социально ориентированных НКО | Мэрия (управление по работе с общественностью мэрии) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 1 000,00 | 1 000,00 | 1 000,00 | 1 000,00 | 1 000,00 |

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 | 2021 | 2022 |
| 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** | **53 380,4** | **59 333,5** | **58281,1** | **57 205,1** | **57 229,6** | **56 235,4** |
| городской бюджет | **50 984,1** | **52 608,3** | **52 277,5** | **53 380,4** | **59 333,5** | **57 286,9** | **56 210,9** | **56 235,4** | **56 235,4** |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  | 994,2 | 994,2 | 994,2 |  |
| 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 | 0,0 | 0,0 |
| городской бюджет | 0,0 | 1 000,0 | 0,0 | 0,0 | 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 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| городской бюджет | 555,2 | 785,0 | 412,1 | 444,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 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 | 535,0 | 535,0 |
| городской бюджет | 1 040,8 | 1 131,8 | 847,2 | 552,8 | 549,3 | 535,0 | 535,0 | 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 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 |
| городской бюджет | 493,9 | 509,9 | 928,1 | 591,9 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 | 601,3 |
| 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 | 24 944,0 | 25 944,5 | 25 348,3 | 27 377,6 | 30 041,0 | 30 915,8 | 30 939,0 | 30 963,5 | 29 969,3 |
| городской бюджет | 24 944,0 | 25 944,5 | 25 348,3 | 27 377,6 | 30 041,0 | 29 921,6 | 29 944,8 | 29 969,3 | 29 969,3 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  | 994,2 | 994,2 | 994,2 |  |
| 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 | 24 413,2 | 27 141,9 | 25 229,0 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 |
| городской бюджет | 23 950,2 | 23 237,1 | 24 741,8 | 24 413,2 | 27 141,9 | 25 229,0 | 24 129,8 | 24 129,8 | 24 129,8 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| внебюджетные источники |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Основное мероприятие 8.  Совершенствование деятельности социально ориентированных НКО | всего | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 |
| городской бюджет | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 | 1 000,0 |
| федеральный бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| областной бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |