

ЗВІТ
про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету на 2024 рік

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

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

№ з/п	Ціль державної політики
-------	-------------------------

5. Мета бюджетної програми

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

6. Завдання бюджетної програми

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

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

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

гривень

№ з/п	Напрями використання бюджетних коштів*	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3	Підтримка діяльності телебачення та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами телебачення	71489,00	0,00	71489,00	68880,00	0,00	68880,00	-2609,00	0,00	-2609,00

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Підтримка діяльності періодичних видань та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та депутатів міської ради засобами періодичних друкованих видань	50262,00	0,00	50262,00	50258,00	0,00	50258,00	-4,00	0,00	-4,00
5	Підтримка діяльності електронних ЗМІ та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та депутатів міської ради засобами Інтернет ЗМІ	103280,00	0,00	103280,00	101980,00	0,00	101980,00	-1300,00	0,00	-1300,00
9	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	38090,00	0,00	38090,00	0,00	0,00	0,00	-38090,00	0,00	-38090,00
	Усього	263121,00	0,00	263121,00	221118,00	0,00	221118,00	-42003,00	0,00	-42003,00

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

№ з/п	Пояснення
1	2
3	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
4	Під час здійснення розрахунків до кошторису враховувалися ціни за прайсом друкованих ЗМІ на січень з прогнозом зростання цін на рік, фактична середня ціна у 2024 році виявилася нижча за прогнозовану
5	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
9	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення

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

гривень

№ з/п	Найменування місцевої/ регіональної програми	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Міська Програма взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020 – 2024 роки"	263121,00	0,00	263121,00	221118,00	0,00	221118,00	-42003,00	0,00	-42003,00

9. Результативні показники бюджетної програми та аналіз їх виконання

9.1. Аналіз показників бюджетної програми

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Джерело інформації	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Фактичні результативні показники, досягнуті за рахунок касових видатків (наданих кредитів з бюджету)			Відхилення		
				загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	Заграт											
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Розрахунок	71489,00	0,00	71489,00	68880,00	0,00	68880,00	-2609,00	0,00	-2609,00

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	Розрахунок	50262,00	0,00	50262,00	50258,00	0,00	50258,00	-4,00	0,00	-4,00
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	Розрахунок	103280,00	0,00	103280,00	101980,00	0,00	101980,00	-1300,00	0,00	-1300,00
4	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	грн.	Розрахунок	38090,00	0,00	38090,00	0,00	0,00	0,00	-38090,00	0,00	-38090,00
	Продукту											
5	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Розрахунок	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00
6	К-ість інформаційних програм	од.	Розрахунок	10,00	0,00	10,00	9,00	0,00	9,00	-1,00	0,00	-1,00
7	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Розрахунок	2,00	0,00	2,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00
8	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Розрахунок	4569,27	0,00	4569,27	4692,50	0,00	4692,50	123,23	0,00	123,23
9	К-ість випусків газет у місяць	од.	Розрахунок	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	0,00	0,00	0,00
10	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	Розрахунок	4625,00	0,00	4625,00	4625,00	0,00	4625,00	0,00	0,00	0,00
11	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	Розрахунок	5,00	0,00	5,00	6,00	0,00	6,00	1,00	0,00	1,00
12	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	Розрахунок	33,00	0,00	33,00	40,00	0,00	40,00	7,00	0,00	7,00
13	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	Розрахунок	16,00	0,00	16,00	16,00	0,00	16,00	0,00	0,00	0,00
14	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	Розрахунок	17,00	0,00	17,00	24,00	0,00	24,00	7,00	0,00	7,00
15	К-ість постерів на білборд	шт.	Розрахунок	25,00	0,00	25,00	0,00	0,00	0,00	-25,00	0,00	-25,00
16	К-ість постерів у сітілайт	шт.	Розрахунок	16,00	0,00	16,00	0,00	0,00	0,00	-16,00	0,00	-16,00
	Ефективності											
17	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Розрахунок	1044,67	0,00	1044,67	1044,67	0,00	1044,67	0,00	0,00	0,00
18	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Розрахунок	11,00	0,00	11,00	11,00	0,00	11,00	0,00	0,00	0,00
19	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Розрахунок	3820,00	0,00	3820,00	3820,00	0,00	3820,00	0,00	0,00	0,00
20	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Розрахунок	2480,00	0,00	2480,00	2480,00	0,00	2480,00	0,00	0,00	0,00
21	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	Розрахунок	720,00	0,00	720,00	0,00	0,00	0,00	-720,00	0,00	-720,00
22	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	Розрахунок	240,00	0,00	240,00	0,00	0,00	0,00	-240,00	0,00	-240,00
23	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	Розрахунок	650,00	0,00	650,00	0,00	0,00	0,00	-650,00	0,00	-650,00
	Якості											
24	Відсоток виходів в ефір інформаційних програм до запланованих	відс.	Розрахунок	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
25	Відсоток друкованої площі інформаційних матеріалів до запланованої	відс.	Розрахунок	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
26	Відсоток опублікованих інтернет новин до запланованих	відс.	Розрахунок	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00

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

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками
1	2	3	4

1	2	3	4
	Затрат		
1	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами телебачення	грн.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи
2	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами друкованих ЗМІ	грн.	Під час здійснення розрахунків до кошторису враховувалися ціни за прайсом друкованих ЗМІ на січень з прогнозом зростання цін на рік, фактична середня ціна у 2024 році виявилася нижча за прогнозовану
3	Висвітлення діяльності та виконання угод засобами електронних ЗМІ	грн.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
4	Виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)	грн.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
	Продукту		
5	К-ість телекомпаній, де висвітлюється інформація	од.	Відхилення відсутні
6	К-ість інформаційних програм	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби. У зв'язку з воєнним станом були відкориговані плани роботи.
7	К-ість періодичних видань, де розміщується інформація	од.	Відхилення відсутні
8	К-ість друкованої площі, де розміщується інформація (см.кв.)	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби з урахуванням уточнення вартості послуг.
9	К-ість випусків газет у місяць	од.	Відхилення відсутні
10	Середній тираж газет (один вихід)	шт.	Відхилення відсутні
11	К-ість електронних ЗМІ, де розміщується інформація	од.	У зв'язку із розвитком інформаційних технологій збільшився попит на отримання інформації через електронні ЗМІ
12	К-ість публікацій в Інтернет ЗМІ	од.	Замовлення здійснювалося відповідно до потреби.
13	К-ість публікацій на головній сторінці	од.	Відхилення відсутні
14	К-ість публікацій у стрічці новин	од.	Відхилення відсутні
15	К-ість постерів на білборд	шт.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
16	К-ість постерів у сітілайт	шт.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
	Ефективності		
17	Видатки на виготовлення і трансляцію 1 хв інформ. програми	грн.	Відхилення відсутні
18	Видатки на друк 1 см.кв.	грн.	Відхилення відсутні
19	Видатки на розміщення новини на головній сторінці Інтернет сайту	грн.	Відхилення відсутні
20	Видатки на розміщення новини в стрічці новин Інтернет сайту	грн.	Відхилення відсутні
21	Видатки на виготовлення 1 постеру в білборд	грн.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
22	Видатки на виготовлення 1 постеру в сітілайт	грн.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
23	Видатки на поклейку 1 постеру	грн.	У зв'язку із воєнним станом були відкориговані плани роботи. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення
	Якості		
24	Відсоток виходів в ефір інформаційних програм до запланованих	відс.	Відхилення відсутні
25	Відсоток друкованої площі інформаційних матеріалів до запланованої	відс.	Відхилення відсутні
26	Відсоток опублікованих інтернет новин до запланованих	відс.	Відхилення відсутні

9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

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

- Трьома телекомпаніями (ТРК «ВІККА», ТРК «Ільдана» та ТРК «Антенa»), в ефірі яких Черкаська міська рада інформувала населення про ухвалені рішення;
- Двома друкованими виданнями (газети «Нова Молодь Черкащини» та «Черкаський край»);
- Шістьма електронними виданнями (сайти «zmi.ck.ua», «Dzvin.media», «Прочерк», «Вичерпно», vikka.ua, antenna.com.ua).

Відхилення між виконаними та затвердженими показниками пов'язані з тим, що контрагентами було надано знижки на послуги. Водночас, впродовж року переглядалися угоди та плани роботи управління, відповідно до викликів воєнного стану.

Замовлення продукції в електронних та друкованих медіа, здійснювалося із урахуванням запитів суспільства та планів роботи, які коригувалися впродовж року. Видатки на виготовлення та розміщення соціальної реклами не здійснювалися у зв'язку із воєнним станом. Відповідно до змін ЗУ «Про рекламу» процес виготовлення і розміщення соціальної реклами ОМС потребує отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.

10. Узагальнений висновок про виконання бюджетної програми.

Заплановані заходи Програми взаємодії органів місцевого самоврядування зі ЗМІ шляхом висвітлення діяльності та розміщення соціальної реклами на 2020-2024 роки впродовж 2024 року профінансовані на 84,04%, зокрема:

- За напрямком «підтримка діяльності телебачення та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами телебачення» - 96,4 %;
- За напрямком «підтримка діяльності періодичних видань та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами періодичних друкованих видань» - 99,9%;
- За напрямком «підтримка діяльності електронних ЗМІ та виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність міського голови, його заступників, посадових осіб виконавчого комітету та міської ради засобами Інтернет ЗМІ» – 98,7%;
- За напрямком «виготовлення та розміщення соціальної реклами (рекламні та маркетингові послуги, рекламні матеріали, каталоги товарів та посібники)» - 0%.

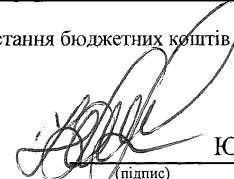
* Зазначаються всі напрями використання бюджетних коштів, затверджені у паспорті бюджетної програми.

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

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

Начальник управління

Головний бухгалтер



Юлія КРАПИВА

(підпис)

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)



Вікторія СІРАЧЕНКО

(підпис)

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

