

Пояснювальна записка до звіту про хід виконання
Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери
міста Києва на 2019-2021 роки
за 2020 рік

1. Узагальнені результати виконання завдань та заходів програми:

Кількість заходів програми, од.			Відсоток виконаних заходів, %
Всього	Виконаних	Невиконаних	
6	6	0	Роботи виконуються в межах бюджетних асигнувань

1.1. Перелік найбільш вагомих виконаних заходів: Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки шляхом розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній (1.1); Запровадження європейських практик партиципації шляхом підтримки Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» (далі – КП «Центр публічної комунікації та інформації», ЦПКІ) (1.2); Організація та проведення публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадянського суспільства (1.3); Моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет-ресурсів та соціальних мереж) (1.4); Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів (1.5); Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, «стрімів» з місць резонансних подій, вдосконалення прямиоефірних проєктів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту; оновлення технічного обладнання та спеціального обладнання/устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування; створення нових сучасних студій, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру, закупівлі кінопродукції (2.1.).

1.2 Перелік найбільш вагомих невиконаних заходів із зазначенням причин невиконання:
 немає

2. Оцінка ефективності виконання програми:

Результативні показники				Індикатори програми			
Кількість результативних показників, од.			Відсоток виконаних результативних показників, %	Кількість індикаторів програми, од.			Відсоток досягнутих індикаторів програми, %
Всього	Виконаних	Невиконаних		Всього	Досягнутих	Недосягнутих	
62	62	-	100	8	7	1	87,5

Пріоритетними напрямками виконання Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки (далі – МЦП) протягом 2020 року були:

- підвищення індексу публічності та прозорості міської влади шляхом оперативного забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування в електронних та цифрових засобах масової інформації, а саме: в ефірі телекомпанії «Київ», радіостанції «Голос Києва», на вебсайті «Вечірній Київ», у міській газеті «Хрещатик Київ» за тематичними напрямками МЦП;
- інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик через налагодження ефективних каналів діалогу з громадськістю шляхом залучення КП «Центр публічної комунікації та інформації», постійне забезпечення та здійснення прямих трансляцій суспільно-важливих подій та заходів Комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» (далі – КП КМР «Телекомпанія «Київ»);
- забезпечення оприлюднення розпоряджень та проєктів розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), розпоряджень Київського міського голови, проєктів регуляторних актів на Офіційному порталі Києва у режимі 24/7, за винятком інформації у рубриках «Новини», «Анонси», «Фотогалерея»;
- моніторинг тематичних публікацій в онлайн-ЗМІ та у соціальних мережах;
- організація брифінгів, публічних заходів, підготовка інтерв'ю, виготовлення інфографік на базі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» за темами визначеними МЦП, наприклад: онлайн-марафон «Доба пам'яті», пресконференція «1075-ліття від початку правління в Києві княгині Ольги. VI Міжнародний фестиваль мистецтв «Anne de Kyiv Fest»», публічна презентація «Гендерний паспорт Києва – інструмент реалізації політики рівних можливостей» тощо;
- реалізація інформаційно-комунікаційних кампаній: «Управління відходами», «Сімейні цінності», «На підтримку Київського Форуму рівних прав і можливостей», «Допоможи зупинити поширення COVID-19» (розробка відеороликів, створення інфографік, поліграфічної продукції тощо);
- розробка концепції та інформаційних матеріалів комунікаційної кампанії з роз'яснення громадськості проєкту Генерального плану міста Києва до 2040 року;
- виготовлення 17 книжкових проєктів загальним накладом 4900 примірників, які передаються до 134 публічних бібліотек м. Києва для забезпечення їх якісною, новою та цікавою українськомовною продукцією; вдруге підтримано видання шрифтом Брайля – книга надрукована з використанням стандартів універсального дизайну, що дозволяє поєднувати в одній книзі друк шрифтом Брайля з дублюванням плоскодрукованим збільшеним шрифтом, ця книга потрапить також і до Центральної спеціалізованої бібліотеки для незрячих ім. М. Островського;
- виготовлення поліграфічної продукції на підтримку міських політик загальним накладом у 26702 примірників (запобігання насильству, популяризація донорства крові, підтримка української мови тощо).
- поетапне виконання «дорожньої карти» з підготовки «Комунікативної стратегії міста Києва», а саме: проведення комплексного соціологічного дослідження щодо пріоритетів майбутньої Комунікативної стратегії, мета якого - уточнення цілей, завдань та очікуваних результатів від її впровадження;

- організація серії навчальних заходів з управління комунікаціями для фахівців комунікаційного напрямку виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій;
- щоденне оперативне висвітлення про епідемічну ситуацію у зв'язку зі спалахом коронавірусного захворювання COVID-19 в рамках інформаційно-комунікаційної кампанії з інформування киян про нову коронавірусну інфекцію COVID-19, перебіг хвороби, симптоми, статистику у світі, Україні та Києві, особливі випадки, допомогу літнім людям, правила дистанційного перебування в громадських місцях та про обмежувальні заходи в столиці в умовах поширення вірусу, трансляція брифінгів мера столиці з повтором усіх ключових меседжів у новинах; переформатування роботи КП КМР «Телекомпанія «Київ», Комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» (далі – КП «Радіостанція «Голос Києва») та КП «Центр публічної комунікації та інформації» під інформаційні виклики в умовах пандемії; створення нових проєктів в теле- та радіоефірах («Спецпроєкт «Карантин»); щогодинні інформаційні випуски «No comments», «Важливо», «Терміново»; переформатовано ранковий блок мовлення на проєкт «Ранок на карантині»; «Київ. Newsgroom», «Все буде Київ», «Залишайся вдома», «Київ Разом», «Афіша онлайн», «Перекарантинимо разом», «3x4», «Київ.Відверто», «Наші ВИШІ», «Свідки коронавірусу», «Київ інтернаціональний», «Newsroom. Деталі» тощо; започатковано створення документальних фільмів («Карантин. Київ», «Карантин. Київ. Друга хвиля», «Герої міста. Аварійні служби столиці» та ін.); розширення дитячого блоку мовлення («Чарівна книга казок», «Kid світ»); проведення радіомостів з різними містами України та світу; за курсом шкільної програми, спільно з Університетом підвищення кваліфікації імені Бориса Грінченка, виготовлено та видано в ефір майже 400 онлайн-уроків для учнів 7-9 та 11 класів Київських шкіл з метою забезпечення безперебійного навчального процесу; роликів власного виробництва про дотримання правил гігієни, поведінки в громадських місцях, про першу симптоматику коронавірусної інфекції; запуск спеціального Telegram-каналу ЦПКІ «COVID-19 Київ», чат-боту t.me/cpci.kyiv;
- багатогодинні спеціальні проєкти, створені КП КМР «Телекомпанія «Київ» задля належного відзначення святкових дат у онлайн режимі (Дня столиці та Дня Києва, Дня Європи в Україні, «День виборів» тощо);
- здійснено технічне переобладнання студії КП «Радіостанція «Голос Києва» задля забезпечення та розвитку подальшого спільного продукту радіостанції та телекомпанії; створено спільні проєкти програм, які не «випадають» з телевізійного мовлення та дають потужний синергетичний ефект: переформатовано програму «Депутатська приймальня» – створення конвергентних продуктів – спілкування депутатів Київської міської ради з виборцями відбувається у прямому радіо- та телевізійному ефірах одночасно; запуск суспільно-політичного ток-шоу «3 x 4» – пряма трансляція одразу у двох ефірах, хронометраж 55 хвилин – 4 популярні ведучі КП КМР «Телекомпанія «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» обговорюють 3 найважливіші теми тижня; «Київ. Відверто» – про різнобічні потреби людини;
- участь ЦПКІ в програмі «Партнерство заради здорових міст» від Vital Strategies щодо інформування киян про COVID-19 та підписання угоди на фінансування інформаційних продуктів та послуг у розмірі 25 000 доларів США;

- супровід та реалізація 21-єї інформаційно-комунікаційної кампанії ЦПКІ щодо: інформування киян про нову коронавірусну інфекцію COVID-19, обмежувальні заходи в столиці в умовах поширення COVID-19, наслідки пандемії та вихід з карантину; роз'яснення правил поведінки киян під час виникнення надзвичайних ситуацій; «Протидія домашньому насильству»; підвищення рівня поінформованості киян про соціальні послуги та механізми їх отримання; «Кожній дитині потрібна родина»; полегшення для киян отримання адміністративних послуг та електронних сервісів; «Генеральний план міста Києва»; промоції Києва як європейської столиці; роз'яснення киянам правил паркування; формування сталої думки щодо необхідності збереження культурної спадщини міста Києва; інформування киян про економіку міста; «Формування серед киян свідомого ставлення до довкілля»; «Формування свідомого власника житла та підвищення ефективності споживання енергоресурсів»; «Здоров'я киян»; «Київ - читає!»; про права дітей; «Гендер в деталях».
- створення та відкриття громадського простору VCENTRI HUB на базі КП «Центр публічної комунікації та інформації», який зорієнтований на потреби громадських організацій та позиціонується як місце для організаційного розвитку та громадської активності;
- модернізація та вдосконалення сайту «Вечірній Київ» (охоплення за 2020 рік становить 11,7 млн);
- підвищення якості контенту КП «Центр публічної комунікації та інформації» (збільшено кількість аналітичних матеріалів, інтерв'ю, лонгвідів про киян та історію міста);
- переїзд КП КМР «Телекомпанія «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» до нового приміщення, оперативне вирішення логістичних, технологічних та організаційних питань, забезпечення створення нового технологічного тракту й налагодження ефірного мовлення, зміна айдентики (логотип та графічні ідентифікатори), реорганізація окремих структурних підрозділів (операторського та режисерського), налаштування креативної лабораторії зі створення матеріалів, вивірене таргетування аудиторії, підготовка пакету документів для зміни ліцензії радіостанції на збільшення передавача з 1 кВт до 2 кВт; забезпечено режим віддаленого виходу в ефір задля уникнення скупчення людей в студіях, – відпрацьовано низку нових технологічних та технічних процесів, що пов'язано з переходом частини працівників на віддалений режим роботи;
- запуск оновленого сайту <https://kyiv.media>, що став кумулятивним діджитал порталом усієї аудіо- та відеопродукції та новим майданчиком для кореспондентських матеріалів КП КМР «Телекомпанія «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» (охоплення сайту з 01.07.2020 по 31.12.2020 становить 217 227);
- зміна концепції інформаційного мовлення КП КМР «Телекомпанія «Київ»; відновлено вихід прямиоефірної програми «Погоджувальна Рада» – ток-шоу за участю керівників усіх фракцій Київської міської ради попереднього скликання; вийшло в ефір нове циклове інформаційно-політичне ток-шоу «Newsroom. Деталі» –керівники профільних департаментів та комунальних підприємств відповідають на питання, що належать до компетенції їхніх структур; вийшли в ефір передвиборче ток-шоу «Столичний відбір» у форматі співбесіди з претендентами на пост міського голови та циклова щотижнева розмовна програма «Київ.Talk» – за участю представників влади, політиків та

експертів обговорюються нагальні проблеми життя та розвитку міста; оновлено концепції програм «Кияни», «Прогулянки містом», «Київ-тур», «Київські історії»; з метою підвищення оперативності та найповнішого й всебічного висвітлення усіх тем життя міста у будні «інформаційний марафон» триває від 7:00 до 23:00 з кількома нетривалими перервами на кінопоказ та демонстрацію відеоуроків для київських школярів; планування та випуск в ефір прямоефірних розмовних програм та форматів; широке використання форм «Термінових новин», «Без коментарів» тощо, які не прив'язані до визначеного часу в ефірній сітці;

- запровадження нової концепції роботи КП КМР «Телекомпанія «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» у соціальних мережах: задля збільшення охоплення аудиторії та забезпечення потреб громади в інформації, отримано органічне збільшення підписників та охоплення в соціальних мережах (вміле використання хештегів та публікацій – приріст охоплення у соціальних мережах КП «Радіостанція «Голос Києва» у 20 разів; постійно триває робота щодо підвищення ефективності роботи діджитал-підрозділу КП КМР «Телекомпанія «Київ», підвищено внутрішню технічну оптимізацію його соцмереж, сформовано та запроваджено нову концепцію роботи телеканалу у соціальних мережах, підвищення частоти та якості інформування киян про актуальні події міста на сторінках соціальних мереж підприємств, започатковано на регулярній основі публікації про новини телеканалу «Київ» та радіостанції «Голос Києва» в спеціалізованих та загально-інформаційних інтернет виданнях; усі ток-програми радіостанції записуються на професійні камери та транслюються на різних діджитальних платформах, а також на телеканалі «Київ»); збільшення кількості підписників каналу YouTube.

3. Обґрунтування причин невиконання (низького виконання) програми в цілому: у зв'язку із встановленням у місті Києві з 12.03.2020 карантину (відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 11.03.2020 № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2») та періодичним запровадженням протягом 2020 року посиленних протиепідемічних заходів, була обмежена можливість організації та проведення публічних заходів за участю експертів, представників громадськості тощо.

Відповідальний виконавець:

Заступник директора

Вікторія РОМАН

Директор

Роман ЛЕЛЮК

Додаток 6
до Порядку розроблення, затвердження
та виконання міських цільових програм
у місті Києві

**Звіт про досягнення індикаторів програми
за 2020 рік
(звітний період)**

Назва програми Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери
міста Києва на 2019-2021 роки

Назва індикатора програми	Одиниця виміру	Значення Індикатора програми		Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-»)	Причини недосягнення індикаторів програми
		план	факт		
1	2	3	4	5	6
Розроблення Комунікативної стратегії міста Києва та плану реалізації заходів	Од.	1	0	-	У 2020 році проведено комплексне соціологічне дослідження щодо пріоритетів майбутньої Комунікативної стратегії міста Києва, мета якого - уточнення цілей, завдань та очікуваних результатів від її впровадження. Підготовка документу запланована на 2021 рік, з урахуванням нових ключових пріоритетів соціально-економічного розвитку столиці, один з яких - напрям смарт-спеціалізації.
Частка локального телевізійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі телевізійного мовлення	%	50	69	+19	

Кумулятивне охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа-платформах (ефірне, супутникове та Інтернет-телебачення, всі соціальні медіа та діджитальні майданчики) за відповідний період	Контакт	5 000 000	11 961 277	+6 961 277	Facebook – 9 406 546 (охоплення сторінки Телеканал Київ), Instagram – 785 481 (охоплення), YouTube - 1 713 458 (перегляди), Twitter - 770 (підписники), Telegram - 485 (підписники), Tik-Tok - 54537 (перегляди)
Частка локального радійного контенту, створена київськими виробниками, в загальному обсязі київського радіомовлення	%	50	60	10%	
Кумулятивне охоплення аудиторії «Київ fm» на всіх медіа-платформах (ефірне та інтернет, соціальні медіа та діджитальні майданчики) за відповідний період	Контакт	1 200 000	1 349 226	+149 226	Facebook – 1 349226 (охоплення сторінки Радіо Київ), Instagram – 386 173 (охоплення), кількість унікальних користувачів порталом Kyiv.Media - 217500
Загальна кількість унікальних відвідувачів на сайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» (www. vechirniy.kyiv.ua, www. kreschatic.kiev.ua та новоствореного сайту комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»)	Контакт	1 000 000	12 272 567	+11 272 567	Сайт ВК - 11 777 567, сайт Хрещатик - 495 000
Охоплення аудиторії в соціальних мережах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Контакт	6 000 000	7 128 200	+1 128 200	Охоплення аудиторії в соціальних мережах: Facebook ВК – 5 300 000, Facebook Vcentri – 1 800 000, YouTube Vcentri – 9 700, Facebook Хрещатик – 18 500

Кияни/мешканці столиці, що змінили свою думку після участі у заходах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	%	45	50	+5	
<p>Кількість досягнутих індикаторів програми – 7 Кількість недосягнутих індикаторів програми – 1 Відсоток досягнутих індикаторів програми – 87,5%</p>					

Заступник директора Департаменту
суспільних комунікацій

Вікторія РОМАН

(посада)

(підпис)

(власне ім'я та прізвище)

**Інформація про виконання програми
за 2020 рік**

1. Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки від 18.12.2018 № 465/6516
(найменування програми, дата і номер рішення Київської міської ради про її затвердження)
2. Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
(найменування відповідального виконавця програми)

Найменування заходу	Виконавці заходу	Термін виконання (план/факт)	Обсяги фінансування на 2020 рік (тис. грн)				Фактичні обсяги фінансування за 2020 рік (тис. грн)				Інформація про виконання заходу	Причини не виконання
			у тому числі за джерелами:				у тому числі за джерелами:					
			Усього	державний бюджет	бюджет м. Києва	інші джерела	Усього	державний бюджет	бюджет м. Києва	інші джерела		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Завдання: Налаштування комунікацій «влада-громадськість»												
1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки шляхом: розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній; підготовки оригінал-макетів/візуалізацій/інфографік в рамках комунікативних, проєктів, організації заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації; організації загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проєктів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проєктів на території міста Києва	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи		1479,4		1479,4		1221,7		1221,7			
1.2. Запровадження європейських практик партиципації шляхом підтримки комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»; зміцнення матеріально-технічної бази та проведення ремонту орендованого приміщення, в тому числі облаштування відкритого громадського простору; підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи		33886,0		31186,0	2700,0	27397,5		24690,2	2 707,3		

1.3. Організації та проведення публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, пресконференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом, досліджень; тематичних заходів для відповідальних за роз'яснення міських політик структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації; розроблення проєкту Комунікативної стратегії міста Києва;	виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	2019 –2021 роки	939,2	939,2	904,5	904,5						
1.4. Моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж) та проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань;			211,2	211,2	130,0	130,0						
1.5. Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів, посібників на підтримку тематичних заходів та завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проєктів, завдань державної інформаційної політики тощо			1489,6	1489,6	1454,7	1454,7						
ВСЬОГО ЗА ЗАВДАННЯМ: у тому числі кількість заходів: - запланованих 5 - виконаних 5			38005,4	35305,4	2700,0	31108,4	28401,1	2707,3				
Завдання: 2. Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»												
2.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою; створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, "стрімів" з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проєктів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм тощо; оновлення технічного обладнання та спеціального обладнання/устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування; створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру, закупівлі кінопродукції.	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція	2019 –2021 роки	182923,4	173539,4	9384,0	155262,2	148093,6	7168,6				
ВСЬОГО ЗА ЗАВДАННЯМ: у тому числі кількість заходів: - запланованих 1 - виконаних 1			182923,4	173539,4	9384	155262,2	148093,6	7168,6				
РАЗОМ ЗА ПРОГРАМОЮ			220928,8	208844,8	12084,0	186370,6	176494,7	9875,9				84

3. Аналіз виконання за видатками в цілому:

тис. грн.

Заплановані бюджетні асигнування на 2020 рік з урахуванням змін			Проведені видатки за звітний період			Відхилення		
усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд
1	2	3	4	5	6	7	8	9
178718,8	147962,2	30756,6	176494,7	146917,0	29577,7	-2224,1	-1045,2	-1178,9

Відповідальний виконавець

Заступник начальника відділу - заступник головного бухгалтера
(посада)

_____ (підпис)

Данильчук А.І.
(власне ім'я та прізвище)

Звіт про виконання результативних показників
Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки
(назва МЦП)
за 2020 рік
(звітний період)

Назва заходу	Група результативних показників	Назва результативного показника	Одиниця виміру	Значення показника		Відхилення фактичного значення від планового («+» або «-»)	Причини невиконання
				планове	фактичне		
1	2	3	4	5	6	7	8
I. залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики							
1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки шляхом: розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній; підготовки оригінал-макетів/візуалізацій/інфографік в рамках комунікативних, проєктів, організації заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації; організації загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проєктів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проєктів на території міста Києва	Показники витрат	Обсяг видатків для проведення інформаційно - комунікативних кампаній	тис. грн.	1479,4	1221,7	-257,7	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»
	Показники продукту	Кількість інформаційно - комунікативних кампаній	од.	4	4	-	
	Показники ефективності	Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної кампанії	грн.	369850	305425	-64425	Середні видатки менше за рахунок економії коштів при закупівлі через «ProZorro»
	Показники якості	Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом	%	133	133	-	

1.2.Запровадження європейських практик партиципації шляхом підтримки комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»; зміцнення матеріально-технічної бази та проведення ремонту орендованого приміщення, в тому числі облаштування відкритого громадського простору; підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Показники витрат	Кількість Центрів	(од.)	1	1	-	
		Обсяг валових витрат Центрів	(тис. грн)	30460,2	26491,7	-3968,5	В бюджеті міста Києва було передбачено 24260,2 тис. грн, економія 475,8 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»
		Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних кампаній центрів	(тис. грн)	27760,2	23784,4	-3975,8	В бюджеті міста Києва було передбачено 24260,2 тис. грн, економія 475,8 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»
		Обсяг видатків на придбання обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення в тому числі облаштування відкритого громадського простору	(тис. грн)	3425,8	905,8	-2520,0	В бюджеті міста Києва було передбачено 925,8 тис. грн, економія 20,0 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»
	Показники продукту	Обсяг валового доходу центрів	(тис. грн)	30460,2	26491,7	-3968,5	В бюджеті міста Києва було передбачено 24260,2 тис. грн, економія 475,8 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»
		Обсяг доходів центрів	(тис. грн)	2700,0	2707,3	7,3	
		Кількість інформаційно - комунікативних кампаній центрів	(од.)	21	21	-	
		Кількість одиниць придбаного обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення	(од.)	37	37	-	
	Показники ефективності	Середні видатки на проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної кампанії	(грн)	1450486	1261509	-188977	В бюджеті міста Києва було передбачено 24260,2 тис. грн, та економія 475,8 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro».
		Середні видатки на обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення	(грн./од)	92589	43133	-49456	В бюджеті міста Києва було передбачено 925,8 тис. грн, економія 20,0 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»

	Показники якості	Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом,	%	105	105	-	
		Рівень оновлення матеріально-технічної бази порівняно з минулим роком	%	200	200	-	
1.3. Організації та проведення публічних заходів_ за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, пресконференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом, досліджень; тематичних заходів для відповідальних за роз'яснення міських політик структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації; розроблення проєкту Комунікативної стратегії міста Києва;	Показники витрат	Обсяги витратків на проведення заходів	(тис. грн)	939,2	904,5	-34,7	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»
	Показники продукту	Кількість заходів	(од.)	52	52	-	
	Показники ефективності	Середні витатки на проведення одного заходу	(грн)	18062	17394	-668	Середні витатки менше за рахунок економія коштів при закупівлі через «ProZorro»
	Показники якості	Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом	%	100	100	-	
1.4. Моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж) та проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань;	Показники витрат	Обсяг витратків на проведення моніторингу	(тис. грн)	211,2	130,0	-81,2	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»
	Показники продукту	Кількість ЗМІ що підлягають моніторингу	(од.)	150	150	-	
	Показники ефективності	Середні витатки на щоденний моніторинг ЗМІ	(грн)	578,63	356,16	-222,47	Середні витатки менше за рахунок економія коштів при закупівлі через «ProZorro»
	Показники якості	Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом	%	100	100	-	
1.5. Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких,	Показники витрат	Обсяг витратків на книговидавання	(тис. грн)	900,0	895,0	-5,0	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»
		Обсяг витратків на поліграфічну продукцію	(тис. грн)	589,6	559,7	-29,9	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»

інформаційних матеріалів, посібників на підтримку тематичних заходів та завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проектів, завдань державної інформаційної політики тощо	Показники продукту	Тираж книговидаць	(од.)	6000	4900	-1100	Зменшення тиражу відбулося за рахунок 6 повнокольорових книжок та одного спецвидання для дітей шрифтом Брайля
		Тираж поліграфічної продукції	(од.)	50000	26800	-23200	Зменшення тиражу відбулося за рахунок підвищення ціни на поліграфічні послуги та замовлення макетів без друку
	Показники ефективності	Середні видатки на одиницю тиражу книговидаць	(грн)	150,00	182,65	-32,65	Збільшення вартості одиниці тиражу відбулося за рахунок повнокольорового друку та друку шрифтом Брайля
		Середні видатки на одиницю тиражу поліграфічної продукції	(грн)	11,66	20,88	-9,22	Збільшення вартості одиниці тиражу відбулося за рахунок підвищення ціни на поліграфічні послуги та замовлення макетів без друку
	Показники якості	Динаміка кількості тиражу книговидаць в порівнянні з попереднім періодом	%	222	222	-	
		Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в порівнянні з попереднім періодом	%	122	122	-	

2. Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»

2.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою; створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, "стрімів" з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проектів	Показники витрат	Кількість телекомпаній	(од.)	1	1	-	
		Кількість ставок, всього	(од.)	215	250	+35	В II кварталі 2020 року було збільшено штатну чисельність працівників
		Обсяг валових витрат телекомпаній	(тис. грн)	111828,6	109620,2	-2208,4	Зменшення доходної частини обумовило зменшення витрат
		Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів	(тис. грн)	104028,6	103871,8	-156,8	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»
		Обсяг видатків на придбання обладнання, спеціального обладнання, предметів довгострокового користування, створення універсального апаратно-	(тис. грн)	50477,2	26505,1	-23972,1	В бюджеті міста Києва було передбачено 27664,0 тис. грн, економія 1158,9 тис. грн за рахунок закупівлі через «ProZorro»

та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм тощо; оновлення технічного обладнання та спеціального обладнання/устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування; створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру, закупівлі кінопродукції.		студійного комплексу для забезпечення запису та прямої трансляції інформаційних матеріалів						
		Кількість радіостанцій	(од.)	1	1	-		
		Кількість ставок, всього	(од.)	51	51	-		
		Обсяг валових витрат радіостанцій	(тис. грн)	17138,0	16970,1	-167,9	Зменшення доходної частини обумовило зменшення витрат	
		Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів	(тис. грн)	15554,0	15549,9	-4,1	Економія коштів за рахунок закупівлі через «ProZorro»	
		Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування	(тис. грн)	3479,6	2166,8	-1312,8	В бюджеті міста Києва було передбачено 2166,8 тис. грн.	
	Показники продукту		Обсяг валових доходів телекомпаній	(тис. грн)	111828,6	109620,2	-2208,4	Зменшення доходів від госпрозрахункової діяльності
			Обсяг доходів телекомпаній	(тис. грн)	7800,0	5748,4	-2051,6	В умовах карантинних обмежень рекламодавці зменшують бюджети та відмова від співпраці з телемагазинами.
			Обсяг телепродукту	(год)	8784	8784	-	
			Кількість одиниць придбаного обладнання	(од.)	63	124	+61	При формуванні технічних завдань та проведенні закупівель кількість одиниць обладнання була уточнена та скоригована
		Частка локального телевізійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського телемовлення	%	60	69	+9		
		Обсяг валового доходу радіостанцій	(тис. грн)	17138,0	16974,2	-163,8	Зменшення доходів від госпрозрахункової діяльності	
		Обсяг доходів радіостанцій	(тис. грн)	1584,0	1420,2	-163,8	В умовах карантинних обмежень рекламодавці зменшують бюджети	
		Обсяг радіомовлення	(год)	8784	8784	-		
		Кількість одиниць придбаного обладнання	(од.)	26	28	+2	При формуванні технічних завдань та проведенні закупівель кількість одиниць обладнання була уточнена та скоригована	

	Частка локального радісного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського радіомовлення	%	60	60	-	
Показники ефективності	Середні видатки на одиницю телепродукту	(грн/год)	12731	12520	-211	Зменшення доходної частини обумовило зменшення витрат
	Середні видатки на придбання одиниці обладнання	(грн/од)	409162	213750	-195412	Збільшення одиниць придбанної техніки
	Кумулятивне охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне, супутникове та Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період,	контактів	5000000	11961277	+6961277	Facebook – 9 406 546 (охоплення сторінки Телеканал Київ), Instagram – 785 481 (охоплення), YouTube - 1 713 458 (перегляди), Twitter - 770 (підписники), Telegram - 485 (підписники), Tik-Tok - 54 537 (перегляди)
	Середні видатки на одиницю радіомовлення	(грн/год)	1951	1932	-19	Зменшення доходної частини обумовило зменшення витрат
	Середні видатки на придбання одиниці обладнання	(грн/од)	133830	77385	-56445	Збільшення одиниць придбанної техніки
	Кумулятивне охоплення аудиторії «Києва fm» на всіх медіа платформах (ефірне та Інтернет, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період	контактів	1320000	1349226	-29226	Facebook – 1 349226 (охоплення сторінки Радіо Київ), Instagram – 386 173 (охоплення), кількість унікальних користувачів порталом Kyiv.Media - 217 500
Показники якості	Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом	%	100	100	-	
	Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом	%	108	85	-23	На зниження доходів в 2020 році відносно показників 2019 року вплинули негативні наслідки введення карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19
	Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії	%	94	95	+1	
	Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком	%	104	104	-	

		Динамика кумулятивного охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне, супутникове та Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики), порівняно з минулим роком	%	125	125	-	
Кількість виконаних результативних показників – 62 Кількість невиконаних результативних показників – 0 Відсоток виконання результативних показників – 62							

Відповідальний виконавець

Заступник начальника відділу –
заступник головного бухгалтера
(посада)

(підпис)

Анатолій ДАНИЛЬЧУК
(власне ім'я та прізвище)