Приложение к постановлению

главы городского округа Зарайск

21.12.2022 № 2305/12

Приложение №1

к программе

**Планируемые результаты реализации муниципальной программы**

**«Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N  п/п | Планируемые результаты реализации муниципальной программы | Тип показателя | Единица измерения | | Базовое значение на начало реализации подпрограммы | Планируемое значение по годам  реализации | | | | | Номер и название основного мероприятия в перечне мероприятий подпрограммы |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| **Подпрограмма I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание доступной современной медиасреды»** | | | | | | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1. Информирование населения в средствах массовой информации | Приоритетный показатель  Рейтинг-45 | % | | - | - | - | 167,00 | 167,00 | 167,00 | Основное мероприятие 01. «Информирование населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической жизни» |
| 2 | Целевой показатель 2. Уровень информированности населения в социальных сетях | Приоритетный показатель Рейтинг-45 | Балл | | - | - | - | 4 | 4 | 4 | Основное мероприятие 02. Разработка новых эффективных и высокотехнологичных (интерактивных) информационных проектов, повышающих степень интереса населения и бизнеса к проблематике Московской области по социально значимым темам, в СМИ, на интернет-ресурсах, в социальных сетях и блогосфере |
| 3 | Целевой показатель 3. Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования | Приоритетный показатель  Показатель ГП. | % | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | Основное мероприятие 07. Организация создания и эксплуатации сети объектов наружной рекламы |
| 4 | Целевой показатель 4. Наличие задолженности в муниципальный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций. (Вместо показателя "Снижение неналоговой задолженности в консолидированный бюджет Московской области (в части задолженности по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций» | Приоритетный показатель  Показатель ГП. | % | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | Основное мероприятие 07.Организация создания и эксплуатации сети объектов наружной рекламы |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Подпрограмма III «Эффективное местное самоуправление Московской области»** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1. Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей городского округа Зарайск Московской области в рамках практик инициативного бюджетирования | | Отраслевой | | единиц | - | 3 | 12 | | 3 | | 0 | | 0 | | Основное мероприятие 07.Реализация практик инициативного бюджетирования на территории муниципальных образований Московской области |
| **Подпрограмма IV «Молодежь Подмосковья»** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1.  Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, % | Приоритетный показатель. Показатель государственной программы Московской области | | % | | 4,8 | 33 | 36 | 39 | | 42 | | | 45 | Основное мероприятие 01. Организация и проведения мероприятий по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию молодежи, а также по вовлечению молодежи в международное, межрегиональное и межмуниципальное сотрудничество | |
| **Подпрограмма VI «Развитие туризма в Московской области»** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1.  Туристский поток муниципального образования Московской области | Отраслевой | | млн.чел | | 0,0065 | 0,0065 | 0,0065 | 0,0070 | | 0,0073 | | 0,0075 | | Основное мероприятие 01. Развитие рынка туристских услуг, развитие внутреннего и въездного туризма | |
| 2 | Целевой показатель 2.  Экскурсионный поток муниципального образования Московской области | Отраслевой | | тыс. чел. | | 130 | 125 | 130 | 135 | | 140 | | 145 | | Основное мероприятие 01. Развитие рынка туристских услуг, развитие внутреннего и въездного туризма | |
| 3 | Целевой показатель 3. Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения | Отраслевой | | тыс.чел. | | 2,0 | 1,756 | 2,00 | 2,00 | | 2,15 | | 2,50 | | Основное мероприятие 01. Развитие рынка туристских услуг, развитие внутреннего и въездного туризма | |
| 4 | Целевой показатель 4.  Объем платных туристских услуг, оказанных населению | Отраслевой | | млн. руб. | | 0,03 | 0,173 | 0,170 | 0,200 | | 0,250 | | 0,270 | | Основное мероприятие 01. Развитие рынка туристских услуг, развитие внутреннего и въездного туризма | |
| **Подпрограмма VII «Развитие добровольчества (волонтерства) в Московской области»** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1. Общая численность граждан, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность | Приоритетный показатель, соглашение с ФОИВ (региональ-ный проект) | | чел. | | - | 1000 | 5681 | 7275 | | 7325 | | 7375 | | Основное мероприятие E8. Федеральный проект «Социальная активность» | |

Приложение №2

к программе

**Методика расчета значений планируемых результатов реализации муниципальной программы**

**«Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование показателя | Единица измерения | | Методика расчета показателя | Источник данных | Период представления отчетности |
| *1* | *2* | *3* | | *4* | *5* | *6* |
| Подпрограмма I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание доступной современной медиасреды». | | | | | | |
| 1 | Информирование населения в средствах массовой информации | % | **I – показатель информированности населения в СМИ**  ,  где:  It – объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период;  Ib – объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода.  *,*  где:  –печатных СМИ;  – радио;  – телевидения;  – сетевых изданий.  ,  –объем информации муниципального образования (количество материалов в печатных СМИ (не более четырех материалов на полосе формата А3); количество часов\* радио-, телепередач, количество материалов, опубликованных в сетевых изданиях);  C – количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, среднее количество просмотров одного материала сетевого издания;  k – коэффициент значимости;  Ца – целевая аудитория, количество совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области (<http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley>);  ИЦ – индекс цитируемости, показатель качества распространения контента СМИ. Применяется к каждому СМИ персонально по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» (предоставляется каждый месяц). При ИЦ ≤ 1, соответствующему СМИ присваивается ИЦ=1.   1. Коэффициент значимости печатных СМИ – 0,5   – при отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05.   1. Коэффициент значимости радио – 0,5 (max)   – кабельное вещание/IPTV–0,1  – ФМ – 0,2  – он-лайн интернет вещание – 0,1  – городское радио\*\* – 0,05  – вещание в ТЦ – 0,05.  3. Коэффициенты значимости телевидение – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов)  – кабельное /IPTV вещание – 0,1  – спутниковое вещание – 0,2  – он-лайн интернет вещание – 0,1  – наличие/соотв. критериям «22» («21») кнопки– 0,1.  4. Коэффициент значимости сетевые СМИ – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов)  – посещаемость более 20% целевой аудитории – 0,2  – посещаемость от 10% до 20 % от целевой аудитории– 0,1  – посещаемость менее 10% от целевой аудитории – 0,05  – наличие счетчика просмотров к каждой публикации – 0,1  – наличие обратной связи – 0,2.  Для участия в рейтинге принимается только новостной контент, опубликованный в сетевых изданиях (НПА не учитываются).  Целевое значение показателя устанавливается каждому муниципальному образованию.  *Источником информации являются данные Муниципальных образований Московской области и Главного управления по информационной политике Московской области.*  Обязательным условием для каждого вида СМИ является его присутствие в системе мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» для ежеквартальной проверки на соответствие отчетного контента муниципальной повестке.  \*Количество повторов произведенного контента не должно превышать 100%.  \*\*Радиовещание через громкоговорители, установленные в местах массового пребывания людей. Например: парках, городских площадях, остановках общественного транспорта, железнодорожных станциях и пр. | | Источником информации являются данные по городскому округу Зарайск и Главного управления по информационной политике Московской области. | *Ежеквартально* |
| 2. | Уровень информированности населения в социальных сетях | Балл | А- уровень информированности населения в социальных сетях направлен на усиление вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл).  Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом.  При достижении значения показателя **A** 4 балла и выше – муниципальному образованию присваивается 1 место, динамика не считается.    где:  – коэффициент подписчиков, (1 балл);  – коэффициент просмотров публикаций, (1 балл);  – коэффициент реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, (1 балл);  – коэффициент количества публикаций, (1 балл);  где:  AR – фактическое число не уникальных подписчиков в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях на последний день отчетного периода;  – целевое число не уникальных подписчиков (21% от числа совершеннолетних жителей, проживающих в муниципальном образовании Московской области по данным избирательной комиссии);  = )  где:  фактическое число не уникальных просмотров публикаций в официальных аккаунтах главы и администрации муниципального образования за отчетный период;  30 – целевое число публикаций, которые смотрит каждый подписчик за месяц;  – число месяцев в отчетном периоде, (ед.);  =)  где:  SI – фактическое число реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, размещенные в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период;  2.6 – целевое число реакций на публикации, которые оставляет каждый подписчик за месяц.  =  где:  *-* число публикаций в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 240 – целевое число публикаций за месяц; | | Ведомственные данные Главное Управление по информационной политике Московской области (ГУИП МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ) |  |
| 3 | Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования | % | C = X + Y + Z  где:  А – незаконные рекламные конструкции  по отношению к общему количеству на территории, в процентах;  В – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений;  С – общее количество рекламных конструкций на территории  (сумма X, Y и Z);  X – количество рекламных конструкций в схеме, установленных с действующими разрешениями;  Y – количество рекламных конструкций вне схемы, установленных с действующими разрешениями;  Z –количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений. | | Данные отдела Архитектуры и градостроительства администрации городского округа Зарайск Московской области | ежеквартально |
| 4 | «Наличие задолженности в муниципальный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций (Вместо показателя "Снижение неналоговой задолженности в консолидированный бюджет Московской области (в части задолженности по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций») | % | Зрк =  где:  Зрк – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций по отношению к общей сумме плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в процентах З1– задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), в млн. руб.  З2 – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), по которой приняты или ведутся следующие меры по взысканию, в млн. рублей,:   1. рассматривается дело о несостоятельности (банкротстве); 2. рассматривается дело о взыскании задолженности в судебном порядке: 3. вступил в законную силу судебный акт (постановление), принятый в пользу муниципального образования; 4. получен исполнительный документ; 5. исполнительный документ направлен для принудительного исполнения в Федеральную службу судебных приставов; 6. возбуждено исполнительное производство; 7. исполнительное производство окончено ввиду невозможности установить местонахождение должника и его имущества.   Прк – сумма плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в млн. руб. | | Данные Комитета по управлению имуществом | ежеквартально |
| Подпрограмма III «Эффективное местное самоуправление Московской области» | | | | | | |
| 11 | Целевой показатель 1.  Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей городского округа Зарайск Московской области в рамках практик инициативного бюджетирования | единиц | Показатель формируется из общего количества проектов граждан, реализованных в рамках практик инициативного бюджетирования, фактически реализованных в указанном периоде | | Данные администрации городского округа Зарайск Московской области в течении указанного периода | ежегодно |
| Подпрограмма IV «Молодежь Подмосковья» | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1.  Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность | % | где:  Хтвор – численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков,  – численность молодежи в муниципальном образовании,  F*твор* – доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, % | | Межведомственная статистика, аналитический отчет | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |
| Подпрограмма VI «Развитие туризма в Московской области» | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1.  Туристский поток муниципального образования Московской области | млн.чел. | ТП = Ткср + Тсв,  где:  ТП - объем туристского потока;  Ткср - число туристов, размещенных в коллективных средствах размещения (без учета жителей муниципального образования Московской области);  Тсв - число туристов, размещенных в иных средствах размещения (без учета жителей муниципального образования Московской области) | | Данные маркетинговых исследований туристских потоков, проведенного на территории Муниципального образования в течение данного года, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики, запрос Комитета по Культуре, физической культуре, спорту, работе с детьми и моложежью администрации городского округа Зарайска в организации коллективных средств размещения | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |
| 2 | Целевой показатель 2.  Экскурсионный поток муниципального образования Московской области | тыс. чел. | ,  где:   * – суммарное количество экскурсионных прибытий на территорию муниципального образования Московской области (прибытия на срок менее 24−х часов и без осуществления ночевки на территории города с любыми целями, за исключением целей получения заработка и транзитного проезда). * – количество экскурсионных прибытий жителей регионов Российской Федерации на территорию муниципального образования Московской области в течение года. * – количество экскурсионных прибытий граждан стран дальнего зарубежья на территорию муниципального образования Московской области в течение года. * – количество экскурсионных прибытий граждан стран ближнего зарубежья на территорию муниципального образования осковской области в течение года. | | Данные маркетинговых исследований туристских потоков, проведенного на территории Муниципального образования в течение данного года, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики, запрос Комитета по культуре, физической культуре, спорту, работе с детьми и молодежью администрации городского округа Зарайска Московской области в музей –заповедник «Зарайский Кремль» | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |
| 3 | Целевой показатель 3.  Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения | тыс.чел. | Чтв = Чрт + Чит,  где:  Чтв - всего туристов, размещенных в КСР;  Чрт - численность граждан муниципального образования Московской области, размещенных в КСР;  Чит - численность иностранных граждан, размещенных в КСР | | Формируется на основании статистической отчетности ([форма](https://login.consultant.ru/link/?rnd=093EB5C7E4736D85B160E47F667DFF22&req=doc&base=LAW&n=314550&dst=101859&fld=134&REFFIELD=134&REFDST=122657&REFDOC=299803&REFBASE=MOB&stat=refcode%3D16876%3Bdstident%3D101859%3Bindex%3D1218&date=11.11.2019) федерального статистического наблюдения 1-КСР "Сведения о деятельности коллективного средства размещения) | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |
| 4 | Целевой показатель 4.  Объем платных туристских услуг, оказанных населению | млн. руб. | Vо= ∑кср + ∑ск + ∑тф,  где:  Vо - общий объем платных туристских услуг, оказываемых населению;  ∑кср - услуги гостиниц и аналогичные услуги по предоставлению временного жилья;  ∑ск - услуги специализированных коллективных средств размещения (санаторно-курортные организации) | | Формируется на основании статистической отчетности ([форма](https://login.consultant.ru/link/?rnd=093EB5C7E4736D85B160E47F667DFF22&req=doc&base=LAW&n=314550&dst=101859&fld=134&REFFIELD=134&REFDST=122662&REFDOC=299803&REFBASE=MOB&stat=refcode%3D16876%3Bdstident%3D101859%3Bindex%3D1229&date=11.11.2019) федерального статистического наблюдения 1-КСР "Сведения о деятельности коллективного средства размещения) | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |
| Подпрограмма VII «Развитие добровольчества (волонтерства) в Московской области» | | | | | | |
| 1 | Целевой показатель 1.  Общая численность граждан, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность, чел. | чел | где:  – общая численность граждан, вовлеченных в добровольческую (волонтерскую) деятельность,  – количество участников мероприятия по добровольческой (волонтерской) деятельности.  Для расчёта показателя учитывается возраст граждан, проживающих на территории муниципального образования Московской области, в возрасте от 7 (семи) лет и старше | | Межведомственная статистика, аналитический отчет | 10.04 – I квартал;  10.07 – II квартал;  10.10 – III квартал;  20.12 – IV квартал,  10.02 годовой отчет. |