

Методика расчета значений показателей эффективности реализации программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Методика расчета значений показателя	Источники	Периодичность предоставления
1	2	3	4	5	6
Подпрограмма I "Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание доступной современной медиасреды"					
1.1.	Показатель 1. Информирование населения через СМИ	Процент	$I = \frac{I_t}{I_b} \times 100$ <p>где: I_t - объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период; I_b - объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода.</p> $I = V_{\Pi} + V_{Р} + V_{ТВ} + V_{СИ}$ <p>где: V_(...) - уровень информированности посредством: V_Π - печатных СМИ; V_Р - радио; V_{ТВ} - телевидения; V_{СИ} - сетевых изданий.</p> $V_{(…)} = \frac{C \times I_{mo} \times k}{Ца}$ <p>где: С - количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, посетителей сетевого издания; I_{мо} – объем информации муниципального образования (количество материалов в печатных СМИ (не более четырех материалов на полосе формата А3); количество минут радио-, телепередач, количество материалов, опубликованных в сетевых изданиях); 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).</p> <p>1. Коэффициент значимости печатных СМИ - 0,5 при отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05</p> <p>2. Коэффициент значимости радио - 0,5; (максимальная сумма коэффициентов) – кабельное вещание/РТV–0,1 – ФМ/УКВ–0,1 – он-лайн интернет вещание – 0,1 – городское радио** – 0,1 – вещание в ТЦ – 0,1.</p> <p>3. Коэффициенты значимости телевидение - 0,5 (максимальная сумма коэффициентов)</p>	В соответствии с заключенными муниципальными контрактами с Администрацией городского округа Химки	Ежегодно

- кабельное /PPTV вещание – 0,2
- спутниковое вещание – 0,1
- 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).

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.

* При расчете значения по печатным СМИ и сетевым издания применяется множитель 100.

**Радиовещание через громкоговорители, установленные в местах массового пребывания людей. Например: парках, городских площадях, остановках общественного транспорта, железнодорожных станциях и пр.

A - показатель уровня информированности населения в социальных сетях (балл)

Показатель направлен на повышение информированности населения в социальных сетях.

При достижении значения показателя A 8 баллов и выше - муниципальному образованию присваивается 1 место, динамика не считается. $A = A_1 + A_2 * 4$,

где:

4 - коэффициент значимости показателя;

A1 - показатель вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл). Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом.

$$A_1 = k_1 + k_2 + k_3 + k_4$$

где:

k_1 - коэффициент подписчиков, (балл);

k_2 - коэффициент просмотров публикаций, (балл);

k_3 - коэффициент реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, (балл);

k_4 - коэффициент количества публикаций, (балл);

$$k_1 = AR / AR_{цел}$$

где:

AR – фактическое число не уникальных подписчиков в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях на последний день отчетного периода;

AR_{цел} – целевое число не уникальных подписчиков (21% от числа совершеннолетних жителей, проживающих в муниципальном образовании Московской области по данным избирательной комиссии);

$$k_2 = \Sigma_{просм} / (AR_{цел} * 34 * N_{мес}),$$

где:

$\Sigma_{просм}$ - фактическое число не уникальных просмотров публикаций в официальных аккаунтах главы и администрации муниципального образования за отчетный период;

1.2.	Показатель 2. Уровень информированности населения в социальных сетях	Балл.	<p>34 - целевое число публикаций, которые смотрит каждый подписчик за месяц;</p> <p>$N_{\text{мес}}$ - число месяцев в отчетном периоде, (ед.);</p> $k_3 = SI / (AR_{\text{цел}} * 2.6 * N_{\text{мес}}),$ <p>где:</p> <p>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;</p> <p>2.6 – целевое число реакций на публикации, которые оставляет каждый подписчик за месяц.</p> $k_4 = N_{\text{пост}} / 480 * N_{\text{мес}},$ <p>где:</p> <p>$N_{\text{пост}}$ - число публикаций в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период;</p> <p>480 – целевое число публикаций за месяц;</p> <p>Если $k_1, k_2, k_3, k_4 \geq 1$, то $k_1, k_2, k_3, k_4 = 1$</p> <p>Целевой ежеквартальный прирост показателя ARцел составляет 1,5% к значению показателя за I квартал.</p> <p>A_2 - коэффициент отработки негативных сообщений (комментариев, жалоб, вопросов) в социальных сетях администраций муниципальных образований Московской области через информационную систему отработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент» (балл). Расчет показателя осуществляется ежемесячно, показатель за отчетный период считается как среднее арифметическое показателей за число месяцев, входящих в отчетный период.</p> $A_2 = \frac{N_{\text{отр}}}{N_{\text{назн}}} * k_{\text{об}},$ <p>где:</p> <p>$N_{\text{отр}}$ – общее количество сообщений, своевременно обработанных муниципальным образованием через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц;</p> <p>$N_{\text{назн}}$ – общее количество сообщений, назначенных для отработки муниципальному образованию через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц;</p> <p>$k_{\text{об}}$ - коэффициент объема отработки негативных сообщений при поступлении более 150 сообщений через ИС «Инцидент. Менеджмент» и своевременной отработке каждого из них;</p> <p>Если $\frac{N_{\text{отр}}}{N_{\text{назн}}} = 1$ и $N_{\text{отр}} > 150$, $k_{\text{об}} = 1, 2$</p> <p>При предоставлении недостоверных данных муниципальному образованию присваивается последнее место в рейтинге.</p>	С помощью информационной системы отработки негативных сообщений "Инцидент. Менеджмент"	Ежегодно
1.3.	Показатель 3. Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования	Процент	$A = \frac{B}{C} * 100\%$ <p>$C = X + Y + Z$</p> <p>где:</p> <p>A – незаконные рекламные конструкции по отношению к общему количеству на территории, в процентах;</p> <p>B – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений;</p> <p>C – общее количество рекламных конструкций на территории (сумма X, Y и Z);</p> <p>X – количество рекламных конструкций в схеме, установленных с действующими разрешениями;</p> <p>Y – количество рекламных конструкций вне схемы, установленных с действующими разрешениями;</p> <p>Z – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений.</p>	В соответствии с Схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной Правительством Московской области и реестром выданными разрешениями на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа Химки	Ежегодно

1.4.	Показатель 4. Наличие задолженности в муниципальный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций	Процент	$З_{рк} = \frac{З_1 - З_2}{П_{рк}} * 100\%$ <p>где: З_{рк} – 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.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. П _{рк} – сумма плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в млн. руб.	В соответствии с заключенными договорами с Администрацией городского округа Химки	Ежегодно
Подпрограмма IV "Молодежь Подмосквья"					
3.1.	Показатель 1. Увеличение количества молодых граждан, принявших участие в мероприятиях, направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, в том числе через формирование российской идентичности, традиционных семейных ценностей, популяризацию культуры безопасности в молодежной среде и социализацию молодежи, нуждающейся в особой заботе государства	процент	<p>где: $E = \frac{He}{H} \times 100$</p> <p>E – доля молодых граждан, принявших участие в мероприятиях по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию;</p> <p>He – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принявшей участие в мероприятиях по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию в городском округе Химки;</p> <p>H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки.</p>	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий отдела по работе с молодежью Управления физической культуры, спорта и молодежной политики Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
2	Показатель 2. Доля мероприятий с участием молодых граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, нуждающихся в особой заботе государства, к общему числу мероприятий	Процент	$T = \frac{Ct}{C} \times 100\%$ <p>, где:</p> <p>T - Доля мероприятий с участием молодых граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации;</p> <p>Ct – число мероприятий, в которых приняли участие молодые граждане, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, проводимых в рамках подпрограммы «Молодежь городского округа Химки» в городском округе Химки;</p> <p>C – число мероприятий, проводимых в рамках подпрограммы «Молодежь городского округа Химки» в городском округе Химки.</p>	1) Данные от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные из Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав	Ежеквартально
			L=N/H*100%, где:	1) Данные о количестве молодежи	

3	Показатель 3. Увеличение вовлеченности молодых граждан в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность	Процент	L - Увеличение вовлеченности молодых граждан в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность Н1 - численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, вовлеченной в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность; Н – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки.	от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные о численности молодежных общественных организаций, волонтерских движений и корпусов, советах молодых работников предприятий, студенческих советах.	Ежеквартально
4	Показатель 4. Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни	процент	$Z = \frac{Hz}{H} \times 100 \quad \%, \text{ где:}$ Z – доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни; Hz – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принимающей участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни, в городском округе Химки; H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
5	Показатель 5. Увеличение количества молодых граждан, реализующих трудовой и творческий потенциал, через вовлечение молодежи в инновационную деятельность, научно-техническое творчество, поддержку молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства	процент	$E = \frac{He}{H} \times 100 \quad \%, \text{ где:}$ В – доля молодых граждан, реализующих трудовой и творческий потенциал, через вовлечение молодежи в инновационную деятельность, научно-техническое творчество, поддержку молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства; He – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принимающей участие в мероприятиях, направленных на поддержку талантливой молодежи, молодежных социально значимых проектов и инициатив, в городском округе Химки; H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
6	Показатель 6. Доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях, к общему числу молодых граждан	процент	$M = \frac{Hm}{H} \times 100\% \quad , \text{ где:}$ M- доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях, к общему числу молодых граждан в городском округе Химки; Hm – число молодых граждан, принявших участие в международных и межрегиональных и межмуниципальных мероприятиях H - численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
7	Показатель 7. Количество трудоустроенных несовершеннолетних	человек	Сумма трудоустроенных детей	Трудовые договоры с несовершеннолетними от с/п "Луч" АУ МЦ "Восход"	Ежеквартально
8	Показатель 8. Увеличение процента охвата специалистов, занятых в сфере молодежной политики, обучающими мероприятиями	процент	$O = \frac{Ro}{R} \times 100\% \quad , \text{ где:}$ O – доля специалистов, занятых в сфере молодежной политики, обучающими мероприятиями; Ro – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики в городском округе Химки, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом;	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально

			R – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики, в городском округе Химки.		
9	Показатель 9. Доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом, к общему числу специалистов, занятых в сфере работы с молодежью	процент	$K = R_0 / R \times 100\%$, где: K - Доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом, к общему числу специалистов, занятых в сфере работы с молодежью R ₀ – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики в городском округе Химки, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом; R – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики, в городском округе Химки.	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
10	Показатель 10. Доля граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность	процент	$F_{\text{вол}} = \frac{X_{\text{теор}}}{X_{\text{общее}}} * 100\%$ где X_вол-численность граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность X_общее -численность населения Московской области	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
11	Показатель 11. Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, от общего числа молодежи в Московской области	процент	$F_{\text{теор}} = \frac{X_{\text{теор}}}{X_{\text{общее}}} * 100\%$ где X_твор-численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков X_общее - численность молодежи в Московской области	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
12	Показатель 12. Численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования (показатель реализуется накопительным итогом)	процент	$F_{\text{общее}} = \sum_{i=1}^2 X_i$ где X_1-численность обучающихся, задействованных в органах ученического самоуправления X_2-численность обучающихся, задействованных в органах студенческого самоуправления	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
Подпрограмма V "Обеспечивающая подпрограмма"					
1	Показатель 1. Проведение переписи населения	да/нет	Показатель считается исполненным после проведения Всероссийской переписи населения	Данные Администрации городского округа Химки	1 раз в год
Подпрограмма VI "Развитие туризма Московской области"					
1	Показатель 1. Количество объектов туризма	Штука	количество объектов туризма в отчетный период	Паспорт культурной жизни городского округа Химки Московской области	ежегодно

2	Показатель 2. Объем платных туристских услуг, оказанных населению (в т.ч. объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения)	Миллион рублей	$Tr = Yn/Y0 \times 100\%$ где: Tr - темп роста значений показателей эффективности реализации Подпрограммы VII; Yn – значение показателя на конец реализации программы; Y0 – базовое значение показателя	Форма № 1- услуги «Сведения о деятельности коллективного средства размещения», утвержденная постановлением Правительства Московской области от 26.11.2011 № 1454/49 «О Сводном перечне статистической информации для органов государственной власти Московской области, государственных органов Московской области и государственных учреждений Московской области на 2012 год»	ежегодно
3	Показатель 3. Развитие инфраструктуры и материальной базы туризма, увеличение объема платных услуг, гостиниц и аналогичных средств размещения туристов, увеличение объема платных туристских услуг, оказанных населению	Штука	Количество увеличения объема платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения туристов, увеличение объема платных туристских услуг, оказанных населению в отчетном году	Паспорт культурной жизни городского округа Химки Московской области	ежегодно