Додаток 2

до рішення Сумської міської ради «Про хід виконання Програми популяризації на території СМТГ служби у Силах оборони України на 2024 - 2026 роки, затвердженої наказом Сумської міської військової адміністрації від 12.07.2024 № 268-СМР, за 2024 рік»

від №

**Інформація про виконання програми**

**за 2024 рік**

1. Програма популяризації на території Сумської міської територіальної громади служби у Силах оборони України

на 2024 - 2026 роки,

затвердженої наказом Сумської міської військової адміністрації від 12.07.2024 № 268-СМР

(найменування програми, дата і номер рішення про її затвердження)

2. Управління суспільних комунікацій Сумської міської ради

(відповідальний виконавець програми)

тис грн

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назва завдання та заходу** | **КПКВК** | **Інформація про виконання заходу/завдання** | **Обсяги фінансування програми** | | **Затверджено у бюджеті СМТГ (зі змінами)** | | | | **Виконано** | | |
| **Усього** | заг. фонд | спец.  фонд | **Усього** | заг. фонд | спец. фонд | **Усього** | заг. фонд | спец  фонд |
| 1 |  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| **Всього на виконання програми, в т.ч. за джерелами фінансування:** |  |  | **614,8** | **614,8** | **-** | **300,0** | **300,0** | **-** | **148,1** | **148,1** | **-** |
| Бюджет СМТГ |  |  | 614,8 | 614,8 | - | 300,0 | 300,0 | - | 148,1 | 148,1 | - |
| Завдання 1. Підготовка та здійснення комплексу інформаційних заходів щодо зміцнення національних цінностей, патріотизму, поваги до військовослужбовців та ветеранів Сил оборони України та підвищення мотивації громадян щодо призову на військову службу |  |  | 614,8 | 614,8 | - | 300,0 | 300,0 | - | 148,1 | 148,1 | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 614,8 | 614,8 | - | 300,0 | 300,0 | - | 148,1 | 148,1 | - |
| у т.ч. по заходах: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Захід 1.1. Проведення спільних медіазаходів за участю керівників СМР, СМВА, представників Сил оборони України, громадськості щодо популяризації служби у Силах оборони України тощо |  | Проведено 9 медіазаходів щодо популяризації служби у Силах оборони України | Коштів  не потребує | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Захід 1.2. Розміщення в онлайн-медіа промоційно-агітаційних, інформаційно-роз’яснювальних, довідкових фото-, відео- та текстових матеріалів тощо щодо служби у Силах борони України з урахуванням соціально-психологічних особливостей різних цільових груп | 0210180 | Розміщено 15 публікацій на  3-х сайтах - Sumy Post, 0542, газети «Всі Суми Панорама- Медіа» | 22,5 | 22,5 | - | 22,5 | 22,5 | - | 22,5 | 22,5 | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 22,5 | 22,5 | - | 22,5 | 22,5 | - | 22,5 | 22,5 | - |
| Захід 1.3. Виготовлення та розміщення в ефірі місцевих телевізійних каналів відеоматеріалів щодо служби у Силах оборони України, військовослужбовців тощо | 0210180 |  | 72,0 | 72,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 72,0 | 72,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Захід 1.4. Виготовлення та розміщення в ефірі FM-радіостанцій аудіороликів щодо служби у Силах оборони України тощо | 0210180 | Аудіоконтент обсягом 506,4 хв. розміщено на 6-ти радіостанціях: «Рокс», «НАШЕ», «Хіт ФМ», «Байрактар», «Релакс ФМ», «NovaLine» | 43,2 | 43,2 | - | 32,4 | 32,4 | - | 18,2 | 18,2 | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 43,2 | 43,2 | - | 32,4 | 32,4 | - | 18,2 | 18,2 | - |
| Захід 1.5. Розробка, виготовлення, розповсюдження/розміщення на території СМТГ інформаційної друкованої продукції (білборди, сітілайти, плакати, листівки, єврофлаєри тощо) щодо служби у Силах оборони України, патріотичного виховання дітей та молоді, вшанування пам'ті загиблих захисників України, діяльності сектору "Центр рекрутингу української армії" тощо | 0210180 | Інформаційну продукцію розміщено на 30-ти білбордах (загиблі захисники – 16, служба в ЗСУ – 8, Центр рекрутингу – 6) та 13-ти сіті-лайтах (служба в ЗСУ -6, Центр рекрутингу – 7) | 374,5 | 374,5 | - | 221,1 | 221,1 | - | 83,4 | 83,4 | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 374,5 | 374,5 | - | 221,1 | 221,1 | - | 83,4 | 83,4 | - |
| Захід 1.6. Виготовлення та розміщення у місцевих друкованих медіа тематичних інформаційних матеріалів щодо служби у Силах оборони України, про соціальну політику підтримки та захисту українських військових, ветеранів та членів їх сімей тощо | 0210180 |  | 18,0 | 18,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 18,0 | 18,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Захід 1.7. Висвітлення діяльності сектору "Центр рекрутингу української армії" в місцевих медіа | 0210180 | Інформацію про діяльність сектору розміщено на сайтах Sumy Post, 0542, Панорама – загалом 10 публікацій та на радіо – 250 хв. (радіо «Рокс», «НАШЕ», «Хіт ФМ», «Байрактар», «Релакс ФМ», «NovaLine») | 84,6 | 84,6 | - | 24,0 | 24,0 | - | 24,0 | 24,0 | - |
| Бюджет СМТГ |  |  | 84,6 | 84,6 | - | 24,0 | 24,0 | - | 24,0 | 24,0 | - |
| Захід 1.8. Залучення фахівців із супроводу ветеранів війни та демобілізованих осіб (помічників ветеранів) до інформаційних заходів щодо популяризації та підняття престижу військової служби, поваги до військово-службовців та ветеранів Сил оборони України |  | Проведено 8 інформаційних заходів | Коштів не потребує |  |  |  |  |  |  |  |  |

Секретар Сумської міської ради Артем КОБЗАР

Виконавець: Ліна ДРИГУС

Додаток 3

до рішення Сумської міської ради «Про хід виконання Програми популяризації на території СМТГ служби у Силах оборони України на 2024 - 2026 роки, затвердженої наказом Сумської міської військової адміністрації від 12.07.2024 № 268-СМР, за 2024 рік»

від №

**Звіт про виконання результативних показників/індикаторів програми**

Програма популяризації на території Сумської міської територіальної громади служби у Силах оборони України

на 2024 - 2026 роки

назва програми

за 2024 рік

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назва індикатору/завдання/заходу,**  **відповідального виконавця завдання/головного розпорядника бюджетних коштів\*, найменування КПКВК** | **Група результативних показників** | **Назва результативного показника** | **Одиниця**  **виміру** | **Значення показника** | | **Відсоток виконання**  **кол. 6/**  **кол.5** | **Причини**  **невиконання** |
| **план** | **виконано** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** |
| А.3 «Відкрита громада»  ГРБК - виконавчий комітет СМР | Продукту | Загальна кількість проведених заходів | од. | 28 | 22 | 78% | Виконано у межах виділених коштів та заявок від військових частин |
| Якості | Відсоток кількості проведених заходів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |  |
| Відповідальний виконавець - управління суспільних комунікацій | | | | | | | |
| КПКВК 0210180 "Інша діяльність у сфері державного управління" | | | | | | | |
| Завдання 1. Підготовка та здійснення комплексу інформаційних заходів щодо зміцнення національних цінностей, патріотизму, поваги до військовослужбовців та ветеранів Сил оборони України та підвищення мотивації громадян щодо призову на військову службу | Продукту | Кількість каналів поширення інформації | од. | 4 | 4 | 100% |  |
| Якості | Динаміка кількості каналів інформації у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |  |
| Захід 1.1. Проведення спільних медіазаходів за участю керівників СМР, СМВА, представників Сил оборони України, громадськості щодо популяризації служби у Силах оборони України тощо | Продукту | Кількість проведених медіазаходів | од. | 8 | 9 | 112% |  |
| Якості | Відсоток кількості проведених медіазаходів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |
| Захід 1.2. Розміщення в онлайн-медіа промоційно-агітаційних, інформаційно-роз’яснювальних, довідкових фото-, відео- та текстових матеріалів тощо щодо служби у Силах борони України з урахуванням соціально-психологічних особливостей різних цільових груп | Витрат | Обсяг витрат на розміщення інформаційних матеріалів в мережі Інтернет | тис. грн | 22,5 | 22,5 | 100% |  |
| Продукту | Кількість розміщених інформаційних матеріалів в мережі Інтернет | од. | 15 | 15 | 100% |
| Ефектив-ності | Середні видатки на розміщення одного інформаційного матеріалу на одному сайті | грн | 1 500 | 1 500 | 100% |
| Якості | Відсоток кількості розміщених інформаційних матеріалів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |
| Захід 1.3. Виготовлення та розміщення в ефірі місцевих телевізійних каналів відеоматеріалів щодо служби у Силах оборони України, військовослужбовців тощо | Витрат | Обсяг витрат на виготовлення та розміщення відеоматеріалів в ефірі місцевих телевізійних каналів | тис. грн | 72,0 | - | - |  |
| Продукту | Обсяг відеоматеріалів | хв | 40 | - | - |
| Ефектив-  ності | Середні видатки на виготовлення та розміщення відеоматеріалу в ефірі одного місцевого телевізійного каналу | грн/хв | 1 800 | - | - |
| Якості | Відсоток обсягу виготовлених та розміщених відеоматеріалів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - | - |
| Захід 1.4. Виготовлення та розміщення в ефірі FM-радіостанцій аудіороликів щодо служби у Силах оборони України тощо | Витрат | Обсяг витрат на виготовлення та розміщення аудіороликів в ефірі FM-радіостанцій | тис. грн | 43,2 | 18,2 | 42% | Виконано у межах заявок від військових частин |
| Продукту | Обсяг аудіороликів | хв | 1 200 | 506 | 42% |
| Ефектив-  ності | Середні видатки на виготовлення та розміщення аудіоролику в ефірі однієї FM-радіостанції | грн/хв | 36 | 36 | 100% |
| Якості | Відсоток обсягу виготовлених та розміщених аудіороликів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |
| Захід 1.5. Розробка, виготовлення, розповсюдження/розміщення на території СМТГ інформаційної друкованої продукції (білборди, сітілайти, плакати, листівки, єврофлаєри тощо) щодо служби у Силах оборони України, патріотичного виховання дітей та молоді, вшанування пам'яті загиблих захисників України, діяльності сектору "Центр рекрутингу української армії" тощо | Витрат | Обсяг витрат на розробку, виготовлення, розповсюдження/розміщення інформаційної друкованої продукції | тис. грн | 374,5 | 83,4 | 22% |
| Продукту | Кількість інформаційної друкованої продукції | од. | 40370 | 97 | 0,2% |
| Ефектив-  ності | Середні витрати на розробку, виготовлення, розповсюдження/розміщення інформаційної друкованої продукції | грн | 9,28 | 860 |  |
| Якості | Відсоток кількості інформаційної друкованої продукції у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |
| Захід 1.6. Виготовлення та розміщення у місцевих друкованих медіа тематичних інформаційних матеріалів щодо служби у Силах оборони України, про соціальну політику підтримки та захисту українських військових, ветеранів та членів їх сімей тощо | Витрат | Обсяг витрат на виготовлення та розміщення інформаційних матеріалів у місцевих друкованих медіа | тис. грн | 18,0 | - | - |  |
| Продукту | Обсяг інформаційного матеріалу | см² | 2 000 | - | - |
| Ефектив-  ності | Середні видатки на виготовлення та розміщення інформаційних матеріалів у місцевих друкованих медіа | грн/см² | 9 | - | - |
| Якості | Відсоток обсягу виготовлених та розміщених інформаційних матеріалів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - | - |
| Захід 1.7. Висвітлення діяльності сектору "Центр рекрутингу української армії" в місцевих медіа | Витрат | Обсяг витрат на розміщення інформаційних матеріалів в мережі Інтернет | тис. грн | 22,5 | 15,0 | 67% |  |
| Обсяг витрат на виготовлення та розміщення відеоматеріалів в ефірі місцевих телевізійних каналів | тис. грн | 36,0 | - | - |
|  | Обсяг витрат на виготовлення та розміщення аудіороликів в ефірі FM-радіостанцій | тис. грн | 21,6 | 9,0 | 42% |
|  | Обсяг витрат на виготовлення та розміщення інформаційних матеріалів у місцевих друкованих медіа | тис. грн | 4,5 | - | - |
| Продукту | Кількість розміщених інформаційних матеріалів в мережі Інтернет | од. | 15 | 10 | 67% |
| Обсяг відеоматеріалів | хв | 20 | - | - |
|  | Обсяг аудіороликів | хв | 600 | 250 | 42% |
|  | Обсяг інформаційного матеріалу | см² | 500 | - | - |
| Ефектив-  ності | Середні видатки на розміщення одного інформаційного матеріалу на одному сайті | грн | 1500 | 1500 | 100% |
| Середні видатки на виготовлення та розміщення відеоматеріалу в ефірі одного місцевого телевізійного каналу | грн/хв | 1 800 | - | - |
| Середні видатки на виготовлення та розміщення аудіоролику в ефірі одної FM-радіостанції | грн/хв | 36 | 36 | 100% |
|  | Середні видатки на виготовлення та розміщення інформаційних матеріалів у місцевих друкованих медіа | грн/см² | 9 | - | - |
| Якості | Відсоток кількості розміщених інформаційних матеріалів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |
| Захід 1.8. Залучення фахівців із супроводу ветеранів війни та демобілізованих осіб (помічників ветеранів) до інформаційних заходів щодо популяризації та підняття престижу військової служби, поваги до військово-службовців та ветеранів Сил оборони України | Продукту | Кількість проведених заходів із залученням фахівців | од. | 8 | 8 | 100% |  |
| Якості | Відсоток кількості проведених заходів у порівнянні з попереднім роком | % | - | - |  |

Секретар Сумської міської ради Артем КОБЗАР

Виконавець:Ліна ДРИГУС