



АДМИНИСТРАЦИЯ МОЖАЙСКОГО  
МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА  
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

  
№ 189/11-П  
г. Можайск

**О внесении изменений в постановление администрации Можайского  
муниципального района от 15.12.2016 № 2783-П «Об утверждении  
муниципальной программы Можайского муниципального района  
«Муниципальное управление» на 2017-2021 годы»**

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Уставом Можайского муниципального района Московской области, постановлением администрации Можайского муниципального района Московской области от 30.11.2016 № 2639-П «Об утверждении порядка разработки и реализации муниципальных программ Можайского муниципального района», **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Внести в муниципальную программу Можайского муниципального района «Муниципальное управление» на 2017-2021 годы, утвержденную постановлением администрации Можайского муниципального района Московской области от 15.12.2016 № 2783-П «Об утверждении муниципальной программы Можайского муниципального района «Муниципальное управление» на 2017-2021 годы» (с изменениями, внесенными постановлениями администрации Можайского муниципального района от 12.02.2018 № 259-П, от 30.03.2018 № 810-П, от 25.04.2018 №1272-П) (далее – Программа) следующие изменения:

1) Обоснование финансовых ресурсов, необходимых для реализации мероприятия п.п. 1.1.4 раздела 4 Подпрограммы 6 «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Можайского муниципального района» Программы изложить в следующей редакции:

«Размещение информационных материалов о Можайском муниципальном районе в размере 76 504 материалов:

- на сайтах

\* 001257

2

(<http://admtozhauk.ru>, <http://imozhaisk.ru>, <http://tjamo>, <http://mozhauskvt.ru/>, <http://www.grmtozhauk.ru>, <http://www.gryvayovka.ru/>, <http://www.srborodinskoe.ru/>, <http://www.sprretskoe.ru/>, <http://www.srdgovlinskoe.ru/>, <http://www.srzamtozhinskoe.ru/>, <http://www.srklemenevskoe.ru>, <http://www.srsputnik.ru/>, <https://sprlovsckoe.ru/>, <https://baeraiop-sport.ru/>, <http://www.srborisoysckoe.ru/>, <http://www.srgoretovskoe.ru/>)

- на телекоммуникационном оборудовании, расположенном в помещениях:

- МБУ МФЦ «Многофункциональный центр по предоставлению государственных и муниципальных услуг Можайского муниципального района»;
- МУК «Можайский РКЦР»;
- МУК «Можайская межпоселенческая библиотека» .
- МУ «Можайский Дворец спорта «Баратсион» и в здании Можайского плавательного бассейна. ».

2) Раздел 5 Подпрограммы 6 «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Можайского муниципального района» Программы изложить в новой редакции согласно приложению к настоящему постановлению.

2. Опубликовать настоящее постановление в газете «Новая жизнь» и разместить на официальном сайте администрации Можайского муниципального района [www.admtozhauk.ru](http://www.admtozhauk.ru).

3. Контроль за исполнением настоящего постановления оставляю за собой.

**Заместитель руководителя администрации  
Можайского муниципального района**



**Г.В. Дьба**

\* 001257

Приложение  
к постановлению администрации  
Можайского муниципального района  
от 25.04.2018 № 12/14-Д

№ п/п	Наименование показателя (индикатора) результативности	Единица измерения	Значение показателя на начало реализации программы 2016	Планируемое значение показателя по годам реализации Программы 6						Методика расчета значений целевых показателей (индикаторов) Программы 6 (математическая формула, источники получения информации, в т.ч. формы статистической отчетности, периодичность представления)
				2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год		
1. Повышение уровня информированности населения муниципального образования Московской области										
1.	Житель хочет знать. Информирование населения через СМИ и социальные сети	%	100	100	275,53	162,81	170,00	170,00	170,00	<p>Где:</p> <p>I – информирование (в процентах),</p> <p>V – показатель уровня информированности населения в СМИ (в процентах),</p> <p>A – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (в процентах).</p> <p>V – показатель уровня информированности населения в СМИ. Значение вычисляется как соотношение средних значений объемов информации, получаемых по всем источникам информации на одного жителя муниципального образования отчетного периода к предыдущему году (в процентах).</p> <p>, где:</p> <p><math>V_o</math> – среднее значение объема информации, получаемого по всем источникам информации на одного жителя муниципального образования, запланированное в результате реализации</p> $I = \frac{V+A}{2},$ $V = V_o / V_p * 100\%$

					<p>мероприятий муниципальной программы в отчетный период;  <math>V_p</math> – среднее значение объема информации, получаемого по всем источникам информации на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, запланированное в результате реализации мероприятий муниципальной программы предыдущего периода.</p> $V_0 = \frac{V_1 + V_2 + V_3 + V_4 + V_5}{5}$ <p>, где:  <math>V_1</math>– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством печатных СМИ;  <math>V_2</math>– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством радиопередач;  <math>V_3</math>– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством телепередач;  <math>V_4</math>– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством Интернет изданий;  <math>V_5</math>– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством полиграфической продукции;  «5» – количество источников информации.</p> <p>ЦА – целевая аудитория, человек (численность совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным территориальной избирательной комиссии на начало года.</p> $V_1 = (N_{\text{пол}} * T) / \text{ЦА} * 72$ <p>, где:  <math>N_{\text{пол}}</math> – количество полос формата А3, запланированных в результате проведения мероприятий;  Т – разовый тираж, как количество потенциальных потребителей информации;  72 – коэффициент значимости.</p> $V_2 = (N_{\text{мин}} * \text{Ср}) / \text{ЦА} * 1,8$ <p>, где:  <math>N_{\text{мин}}</math> – количество минут производства и распространения радиопередач, запланированных в результате проведения мероприятий (количество повторных эфиров не более 50%);</p>
--	--	--	--	--	---

							<p>Ср – количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации;</p> <p>1,8 – коэффициент значимости.</p> <p><math>V_3 = (N_{\text{мин}} * C_{\text{ТВ}}) / ЦА * I</math></p> <p>, где:</p> <p><math>N_{\text{мин}}</math> – количество минут производства и распространения телепередач, запланированных в результате проведения мероприятий (количество повторных эфиров не более 50%);</p> <p><math>C_{\text{ТВ}}</math> – количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации.</p> <p>I – коэффициент значимости.</p> <p><math>V_4 = (N_{\text{мин}} * C_{\text{ин}}) / ЦА * I</math></p> <p>, где:</p> <p><math>N_{\text{мат}}</math> – количество материалов, запланированных к размещению в результате выполнения мероприятий;</p> <p><math>C_{\text{ин}}</math> – количество посетителей интернет издания в отчетный период, зарегистрированного в качестве СМИ в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационные технологий и массовых коммуникаций.</p> <p>I – коэффициент значимости</p> <p><math>V_5 = (M * T_{\text{тир}}) / ЦА * 1498</math></p> <p>, где:</p> <p>M – количество социально-значимых мероприятий, к которым запланировано информирование населения</p> <p>посредством полиграфической продукции;</p> <p><math>T_{\text{тир}}</math> – разовый тираж издания, как количество потенциальных потребителей информации;</p> <p>1498 – коэффициент значимости.</p> <p>Источником информации являются данные Муниципальных образований и Главного управления по информационной политике Московской области.</p> <p>A – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (в процентах).</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

	<p> <math>A = (0,7 * A\_1 + [0,3 * A]_{\_2}) * 100\%</math>  , где:  A1 – коэффициент вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц администрации муниципального образования в социальных сетях;  A2 – коэффициент обработки негативных сообщений (комментариев, жалоб и вопросов) в социальных сетях администрациями муниципальных образований Московской области через информационную систему обработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент»;  0,7 и 0,3 – коэффициенты значимости работы по каждому направлению.  A_1=N_оввл/N_постов  , где:  N_оввл– общее число реакций (лайков, комментариев и репостов) на все опубликованные на официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях публикаций (постов и комментариев) за отчетный период;  N_постов – общее число публикаций (постов) на официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области за отчетный период.  A_2=N_отр/N_назн  , где: </p>
--	---

							<p>N_отр – общее число ответов муниципального образования Московской области на выявленные в социальных сетях негативные сообщения за отчетный период;</p> <p>N_назн – общее число выявленных в социальных сетях негативных сообщений с помощью информационной системы обработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент» за отчетный период для конкретного муниципального образования</p> <p>Источником информации являются данные Муниципальных образований и информационной системы «Инцидент. Менеджмент».</p>
<p><b>2.</b></p>	<p><b>Повышение уровня информированности населения муниципального образования Московской области посредством наружной рекламы</b></p>						<p>где: 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>
<p>2.1.</p>	<p>Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования</p>	<p>%</p>	<p>0,00</p>	<p>0,00</p>	<p>0,00</p>	<p>0,00</p>	<p>0,00</p>