

Максим  
Філіппов

# Конкурсна пропозиція

до участі у конкурсі на посаду керівника комунального підприємства Київської міської ради  
«Центр публічної комунікації та інформації»



Київ 2020

# ЗМІСТ

(для зручної навігації рекомендовано клікати на кольорові маркери розділів)

1.	Список абревіатур та скорочень.....	3
2.	Вступ.....	4
3.	Загальні положення.....	6
4.	Характеристика Підприємства.....	8
5.	Swot-аналіз.....	9
6.	Проект стратегічного плану розвитку суб'єкта господарювання.....	10
6.1.	Бюро комунікації та інформації.....	11
6.1.1.	Інформація.....	12
6.1.2.	Консультація.....	15
6.1.3.	Діалог.....	17
6.1.4.	Партнерство.....	19
	Індикатори результативності.....	20
6.2.	Веб-портал сайту «Вечірній Київ».....	26
	Індикатори результативності.....	30
6.3.	Сектор друкованої продукції.....	32
	Індикатори результативності.....	33
7.	Загальні показники очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання.....	34
8.	Основні показники фінансової діяльності підприємства.....	35
9.	Пропозиції щодо залучення інвестицій для розвитку суб'єкта господарювання.....	36
10.	Аналіз можливих ризиків.....	37
11.	Індикатори успішності реалізації плану.....	38

## Додатки:

Додаток 1.....	
Додаток 2.....	
Додаток 3.....	
Додаток 4.....	

# 1. СПИСОК АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ



ЄС – Європейський Союз

ОГС – організація громадського суспільства

ГО – громадська організація

НУО – неурядова організація

МНУО – Міжнародна неурядова організація

ДСК – Департамент суспільних комунікацій

VCENTRI – комунальне підприємство «Центр публічної комунікації та інформації»

Стратегія – Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року

Програма 1 – Міська цільова програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

Програма 2 – Проект міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у місті Києві на 2020 – 2022 роки»

SWOT-strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості) and threats (загрози)

КМР – Київська міська рада

КМДА – Київська міська державна адміністрація

ІА – інформаційне агентство

## 2. ВСТУП

Конкурсна пропозиція на посаду керівника комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» (далі – VCENTRI) виконана кандидатом Філіповим Максимом Олександровичем.

При створенні конкурсної пропозиції **було враховано** надану інформацію щодо фінансово-економічного стану VCENTRI.

**За основу взято:** Стратегію розвитку міста Києва до 2025 року (далі – Стратегія), Міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки (далі – Програма1) та Проект міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства у місті Києві на 2020 – 2022 роки» (далі – Програма2).

**Обґрунтуванням стратегічного вибору** є дослідження аналітичного центру CEDOS [4] щодо механізмів залучення громадськості до процесу прийняття рішень Київською міською владою.

**Інструментарій дослідження був розроблений** виходячи з кодексу рекомендованої практики громадської участі у процесі прийняття рішень. Конференція МНУО від 1 жовтня 2009 року [1], Звіту за результатами дослідження ОГС [2] та Дослідження Асоціації міст України за підтримки Асоціації місцевих і регіональних влад Норвегії, 2018 [3].

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» створено Київською міською радою, їй підзвітне і підконтрольне, підпорядковане уповноваженому органу – Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) (далі – ДСК).

Відповідно до Програми: суспільний запит на комунікацію, сформований у столиці України після Революції Гідності, та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка набрала чинності 1 вересня 2017 року, відкривають нові можливості для запровадження європейських принципів організації інформаційно-комунікативної діяльності на підтримку цілей Стратегії.

1. Режим доступу: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802eedd4>

2. Режим доступу: [https://dsk.kyivcity.gov.ua/files/2017/11/27/report\\_kyiv\\_cso.pdf](https://dsk.kyivcity.gov.ua/files/2017/11/27/report_kyiv_cso.pdf)

3. Режим доступу: [https://www.auc.org.ua/sites/default/files/amu\\_infographuk\\_20.06.2018.pdf](https://www.auc.org.ua/sites/default/files/amu_infographuk_20.06.2018.pdf)

4. Режим доступу: <https://dsk.kyivcity.gov.ua/files/2017/11/30/Doslidzhennya.pdf>



## 2. ВСТУП

Необхідність створення VCENTRI обумовлюють:

- пошук нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот, рухів, лідерів громадської думки, фахових експертів, соціально відповідального бізнесу, активних громадян у зв'язку із розвитком цифрових технологій, зростанням обсягів інформаційних потоків, фейків, дезінформації;
- недостатній рівень системного діалогу «влада-громада», який потребує спеціальних механізмів та структур для здійснення комунікації, інформаційних обмінів, встановлення і підтримки постійного інформаційного зв'язку між ними;
  - недостатній рівень обміну інформацією між органами міської влади та громадськістю, що може спричинити непорозуміння, суспільно-політичні конфлікти, збільшити недовіру між громадою і владою столиці;
  - недостатній розвиток інформаційно-комунікативної сфери, комунікаційного менеджменту, орієнтованого на цілі Стратегії, відсутність чітких стандартів забезпечення зворотного зв'язку.

### 3. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Підприємство перейменовано з комунального підприємства Київської міської ради «Вечірній Київ» відповідно до рішення Київської міської ради від 29 листопада 2018 року № 224/6275 «Про зміну найменування комунального підприємства Київської міської ради «Вечірній Київ» на комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації».

ЄДРПОУ: 16469058.

Повна назва: комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації».

Скорочена: КП «Центр публічної комунікації та інформації».

Запланована нова назва: VCENTRI.

Вид діяльності: діяльність у сфері зв'язків із громадськістю (основна).

Метод господарювання: комунальне підприємство.

Орган управління: Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Юридична адреса: 01030, Україна, м. Київ, вул. Богдана Хмельницького, 26-Г.

#### **Метою діяльності підприємства є:**

– налагодження системного діалогу «влада-громада» відповідно до стандартів, процедур та регламентів взаємодії органів місцевого самоврядування, місцевих органів виконавчої влади, громадськості та засобів масової комунікації, врахування громадської думки у процесах прийняття рішень, формування та реалізації міських політик, розширення співпраці з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проектів;

– підвищення рівня відкритості та прозорості діяльності міської влади шляхом висвітлення діяльності Київського міського голови, депутатів Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних у місті Києві державних адміністрацій, роз'яснення суті ухвалених ними рішень, програм, нормативно-правових актів, а також пріоритетних напрямів міських політик, їх цілей та очікуваних результатів, інформування про ризики та надзвичайні ситуації у столиці.

#### **Основними напрямками діяльності підприємства є:**

– налагодження координації зі всіма органами влади для реалізації спільних завдань;

– надання експертно-консультативних та інформаційних послуг у сфері публічних комунікацій шляхом підвищення обізнаності киян щодо

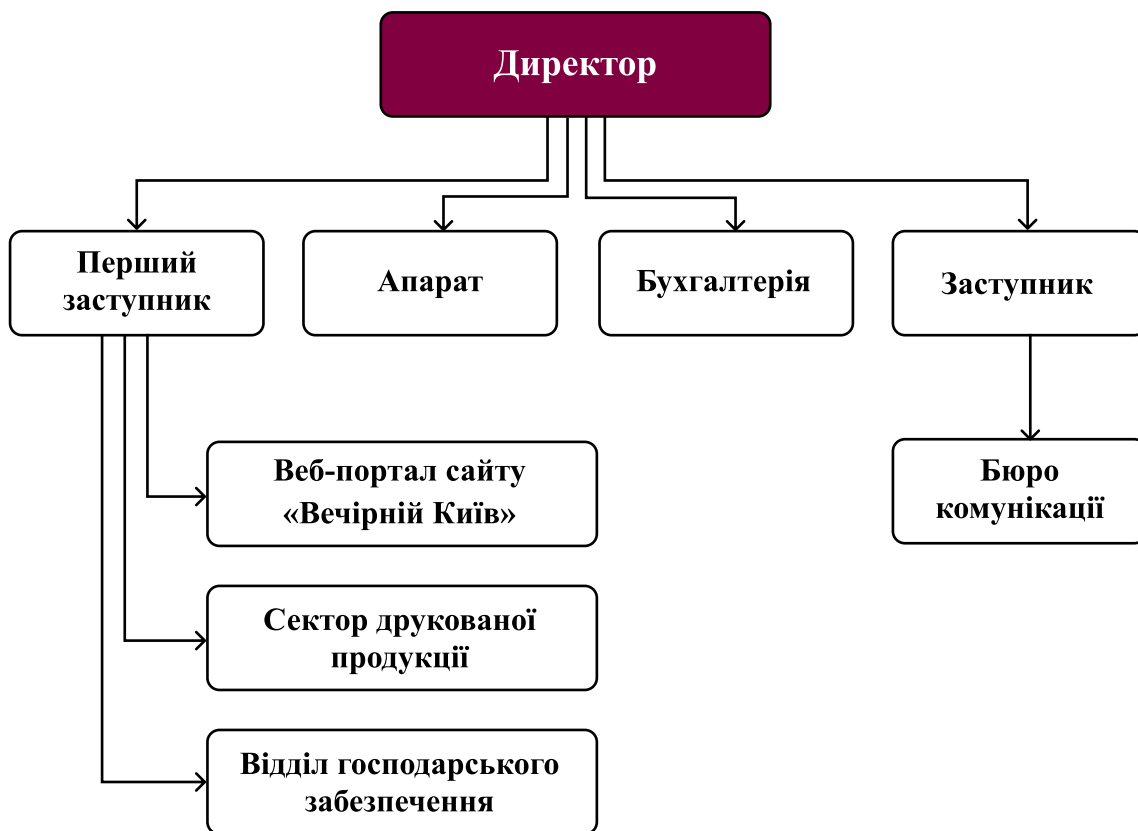
### 3. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

цілей, планів та змісту міських політик;

– інформаційний обмін між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, громадськості, засобів масової інформації.

Підприємство є засновником газети «Хрещатик Київ», яка здійснює оприлюднення документів Київської міської ради, Київської міської державної адміністрації та інших органів місцевого самоврядування на підставі укладених з ними договорів. Газета виходить українською мовою.

## 4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА



Діюча штатна структура КП «ЦПКІ»



## 5. SWOT АНАЛІЗ

- VCENTRI – суб'єкт господарювання комунального сектора.
- Залучення VCENTRI до міських програм розвитку.
- Відсутність конкурентів з боку комунального сектора.
- Підтримка від ВО КМР (КМДА), Департаменту суспільних комунікацій, Ради Європи та фундації польсько-української співпраці RAUCI.
- Наявність досвіду Варшави.

- Власними силами виконувати роботи відповідно до мети та завдань, визначених Статутом.
- Розвиток міжнародної співпраці.
- Підвищення кваліфікації персоналу.
- Залучення альтернативних джерел фінансування проєктів.
- Реалізація міських цільових програм, співвиконавцем яких є ДСК.



## 6. ПРОЕКТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ



Сратегічні напрями розвитку підприємства:



Бюро комунікації  
та інформації



Веб-портал сайту  
«Вечірній Київ»



Сектор друкованої  
продукції

## 6.1. БЮРО КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ

**Місія:** залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міських політик.

Напрями розвитку відділу відповідають класифікації рівнів громадської участі, запропонованої Радою Європи.



### **Інформація**

Інформаційно-просвітницька діяльність



### **Консультації**

Інформаційно-консультативна діяльність



### **Діалог**

Проведення круглих столів, нарад, громадських обговорень та ін.



### **Партнерство**

Співробітництво на партнерських засадах з державними установами, іншими органами державної влади, міжнародними урядовими та неурядовими організаціями, громадськістю (ГО, ГС тощо).

## 6.1.1. ІНФОРМАЦІЯ

**Постановка проблеми:** відносно низький рівень участі, який зазвичай складається з одностороннього надання інформації від органів публічної влади, де не потрібна і не очікується взаємодія або участь НУО.

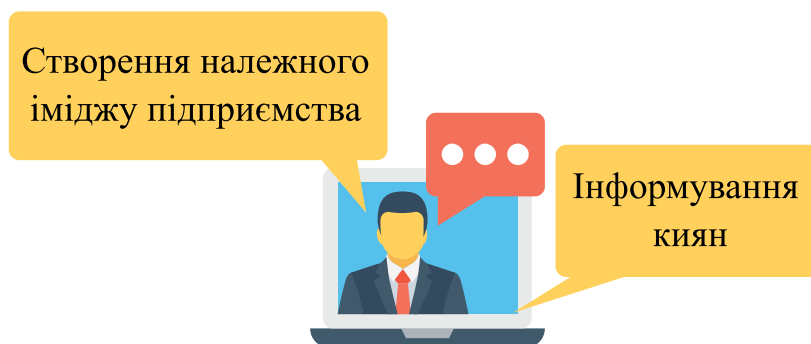
**Завдання №1:** інформування киян про політики, сервіси, ініціативи влади, а також про проведені або заплановані реформи на зручних для них майданчиках;

**Завдання №2:** вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки;

**Завдання №3:** організація та проведення інформаційних та просвітницьких кампаній;

**Завдання №4:** проведення інформаційних кампаній щодо реалізації планів та заходів Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції.

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:** створення ефективного інформаційного середовища.





## 6.1.1. ІНФОРМАЦІЯ

<b>СТВОРЕННЯ НАЛЕЖНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	
<b>План заходів</b>	
Створення веб-сайту VCENTRI та мобільного додатку (комплексне просування сайту VCENTRI та соціальних мереж)	травень 2020 року
<ul style="list-style-type: none"> <li>– створення розділу, що буде містити всі заплановані суспільно-політичні заходи м. Києва;</li> <li>– створення сервісу онлайн-розсилки подій;</li> <li>– просування веб-сайту в інтернет-мережі, соціальних мережах.</li> </ul>	
Модернізація організаційної структури управління	постійно
<ul style="list-style-type: none"> <li>– оптимізація штатної структури підприємства (без скорочень); визначення нових професійно-кваліфікаційних характеристик категорій посад;</li> <li>– організація процесу підвищення кваліфікації працівників Підприємства (активна участь у навчальних проектах GIZ та Ради Європи, Internews, семінари, майстер класи тощо);</li> <li>– створення стандартів надання послуг та механізмів їх дотримання.</li> </ul>	
Розробка та поширення презентаційних матеріалів	постійно
<ul style="list-style-type: none"> <li>– виготовлення та поширення буклетів, відео та аудіо матеріалів, бейджів та іншої брендованої продукції;</li> <li>– розповсюдження брендованих календарів у ЦНАПах, РДА, медичних закладах тощо, для підвищення впізнаваності серед киян;</li> <li>– проведення конкурсів, флешмобів де подарунки – це брендована продукція, для залучення більшої кількості киян (тегнути сторінку Підприємства в соцмережі, прийти в хаб за подарунком тощо).</li> </ul>	

## 6.1.1. ІНФОРМАЦІЯ

<b>ІНФОРМУВАННЯ КИЯН</b>	
<b>План заходів</b>	
Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади	постійно
– інформування киян про політики, сервіси, ініціативи влади, а також проведені або заплановані реформи на зручних для них майданчиках.	
Проведення інформаційних кампаній	протягом 2020 року
– проведення інформаційної кампанії Громадського Бюджету на 2021 рік; – проведення 20 інформаційних кампаній в рамках Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2020 рік (Додаток 1); – проведення інформаційних кампаній в рамках Міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства» (Додаток 2); – проведення інформаційних кампаній співвиконавцем яких є ДСК (Додаток 3).	
Проведення інформаційно-просвітницької діяльності	постійно
– виготовлення інформаційної аудіовізуальної, друкованої продукції та розміщення її в ефірі загальнонаціональних та регіональних теле- і радіоканалів, в Інтернеті, громадських місцях, закладах освіти, охорони здоров'я; – проведення круглих столів, семінарів, зустрічей з громадськістю.	

## 6.1.2. КОНСУЛЬТАЦІЯ

**Постановка проблеми:** органи публічної влади просять НУО висловити їхню думку стосовно конкретного політичного питання або політичного процесу. Ініціаторами та авторами тем є органи публічної влади, а не неурядова організація.

**Завдання №1:** проведення консультацій щодо вироблення та роз'яснення міських політик;

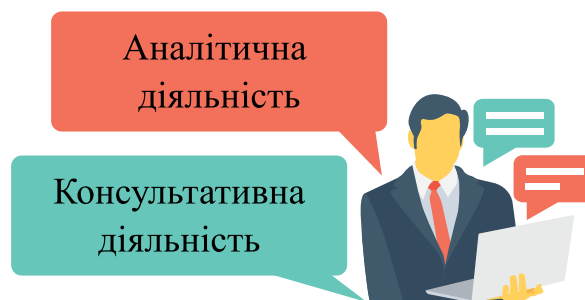
**Завдання №2:** проведення інформаційних кампаній, реалізації комунікативних проектів, заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих дорученнях голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації;

**Завдання №3:** проведення інформаційних кампаній щодо реалізації Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції та Концепції вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України;

**Завдання №4:** проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань;

**Завдання №5:** співучасть у розробці Комунікативної стратегії міста Києва.

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:** налагодження механізмів залучення громадян до прийняття рішень.



## 6.1.2. КОНСУЛЬТАЦІЯ

<b>АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ</b> (збір інформації)	
<b>План заходів</b>	
<b>Здійснення дослідження громадської думки</b>	<b>постійно</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– створення механізму зворотнього зв'язку;</li><li>– створення онлайн-сервісу для збору пропозицій у режимі онлайн;</li><li>– проведення анкетувань та опитувань для розуміння громадської думки з того чи іншого питання;</li><li>– модуль публічних консультацій;</li><li>– створення опитувальників та цифрових інструментів;</li><li>– створення аналітичних матеріалів досліджень.</li></ul>	
<b>Визначення пріоритетних напрямів діяльності структурних підрозділів КМДА та створення календарного плану на 2020-2021 роки</b>	<b>березень 2020 року</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– визначення проблемних питань району у відповідному секторі міського розвитку;</li><li>– збір та опрацювання інформації від структурних підрозділів КМДА, щодо проблемних питань, які потребують обговорень*</li></ul>	

\* Станом на 05. 02.20 надану інформацію від структурних підрозділів аналізується та розробляється календарний план заходів у рамках інформаційно-комунікативних кампаній на 2020 рік .  
Окрім того, завдяки наданій інформації створено план інформаційних кампаній в рамках Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2020-2021 рік (Додаток 1).

<b>КОНСУЛЬТАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ</b> (надання інформації)	
<b>План заходів</b>	
<b>Проведення консультацій з громадськістю</b>	<b>постійно</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– розробка та впровадження онлайн-консультацій (чат-бот) ;</li><li>– організація та проведення просвітницьких заходів, конференцій, форумів та семінарів експертів;</li><li>– забезпечення організації та проведення освітніх та інтерактивних заходів;</li><li>– забезпечення організації та проведення публічних заходів (брифінги, прес-конференції, засідання за круглим столом, робочі зустрічі, фокус-групи).</li></ul>	

### 6.1.3. ДІАЛОГ

**Постановка проблеми:** будь-яка зі сторін може ініціювати діалог, який своєю чергою може бути широким або ґрунтуватися на основі співробітництва.

**Завдання №1:** організація публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадянського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, прес-конференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом;

**Завдання №2:** створення та розповсюдження методик та практик підвищення спроможності представників громадськості у сфері публічних комунікацій;

**Завдання №3:** розвиток комунікаційного потенціалу структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) шляхом організації та проведення серії тренінгів з комунікацій, формування дієвої команди фахівців з комунікацій.

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:** інформаційно-просвітницька та викладацька діяльність



### 6.1.3. ДІАЛОГ

#### ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

##### План заходів

Створення різних платформ

з травня  
2020 року

- проведення слухань та публічних форумів;
- створення публічного простору (хаб «VCENTRI»);
- створення постійних та цільових робочих груп, комітетів, комісій, що включають представників НУО;
- регулярна участь у громадських слуханнях, громадських форумах, консультативних радах тощо.

#### ВИКЛАДАЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

##### План заходів

Залучення вже існуючих проектів для реалізації на базі підприємства

постійно

- реалізація проекту «ШКОЛА ГБ» на базі VCENTRI.

Розробка та впровадження нових проектів

червень – серпень  
2021 року

- організація навчальних програм, тренінгів та семінарів для підвищення кваліфікації працівників інших комунальних підприємств та структурних підрозділів КМДА;\*
- отримання ліцензії на освітню діяльність;
- підготовка кваліфікованих кадрів;
- забезпечення матеріально-технічної бази.

*\* керуючись п.3.3.14 Статуту комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації», де вказано, що предметом діяльності є «організація та проведення семінарів, круглих столів, тренінгів, прес-конференцій, симпозіумів, виставок, ярмарків та презентацій» та врахувавши результати Звіту за результатами дослідження ОГС м. Києва – «кожна друга ОГС потребує знань з написання проектів та публічних відносин; кожна третя організація хоче покращити менеджмент проектів, надання соціальних послуг та стратегічне планування; кожна п'ята ОГС потребує знань з менеджменту організації; і лише 10% ОГС не вистачає знань з організаційного розвитку», – виникла пропозиція розширення асортименту послуг, зокрема, ведення викладацької діяльності.*

*Проект можливий для здійснення на базі підприємства:*

- штатним розкладом передбачена посада «фахівець з організації консультативних послуг»;
- на постійній основі відбувається процес підвищення кваліфікації працівників VCENTRI;
- VCENTRI самостійно забезпечує себе необхідними матеріально-технічними засобами.

## 6.1.4. ПАРТНЕРСТВО

**Постановка проблеми:** найвищий рівень залучення, де НУО та органи публічної влади тісно співпрацюють, у той час як НУО продовжують бути незалежними, мають право проводити кампанії та діяти незалежно від партнерських відносин.

**Завдання №1:** Організація загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проектів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проектів на території міста Києва;

**Завдання №2:** Запровадження європейських практик партисипації.

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:**



СПІВПРАЦЯ	
План заходів	
<ul style="list-style-type: none"><li>– створення робочих груп, комітетів;</li><li>– налагодження процесу спільного складання проектів та прийняття рішень;</li><li>– використання щойно відремонтованих приміщень.</li></ul>	з квітня 2020 року

ПАРТНЕРСТВО	
План заходів	
<ul style="list-style-type: none"><li>– налагодження договірної бази підприємства (підписання меморандумів, договорів з урядовими та неурядовими організаціями, ГО тощо).</li></ul>	постійно

# ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

## **Інструмент для моніторингу досягнень, оцінки прогресу та результатів:**

- Проведення Дослідження з вивчення громадської та експертної думки Асоціацією міст України.
- Моніторинг відвідуваності веб-сайту за допомогою сервісу «Google Analytics».
- Моніторинг сторінки у соціальній мережі Facebook за кількістю вподобань, поширень, реакцій і коментарів.
- Моніторинг за переглядами у соціальній мережі Youtube.
- Моніторинг за вподобаннями у соціальній мережі Instagram.
- Моніторинг за переглядами у месенджері Telegram.

## **Показники:**

- створення ефективного інформаційного середовища;
- підвищення рівня обізнаності киян про політики, сервіси, ініціативи влади;
- підвищення рівня відкритості та прозорості діяльності міської влади;
- створення дієвого ресурсу для проведення інформаційних та просвітницьких кампаній міста;
- підвищення рівня підтримки киянами процесів європейської інтеграції та стратегічної мети України – вступу до ЄС;
- підвищення рівня поінформованості громадян щодо успішного досвіду впровадження європейських стандартів в усіх сферах життя;
- налагодження діалогу «влада-громада»;
- створення та розповсюдження методик та практик підвищення спроможності представників громадськості у сфері публічних комунікацій;
- розвиток комунікаційного потенціалу структурних підрозділів ВО КМР (КМДА);
- участь у створенні Комунікативної стратегії міста Києва.



## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

Рівень довіри до місцевих органів влади за 5-бальною шкалою становить:\*

	Міська рада		Депутати міської ради від вашого виборчого округу	
	2014	2017	2014	2017
Київ	2.6	2.4	3.3	2.2

\* за даними дослідження Асоціації міст України, за підтримки Асоціації місцевих і регіональних влад Норвегії 2018 року

Розподіл відповідей на запитання «Як Ви вважаєте, наскільки Ваша думка буде врахована при прийнятті рішень місцевою владою?»\*

	Зовсім не буде врахована/Скоріше не буде врахована	Не знають, буде врахована чи ні	Скоріше буде врахована/Точно буде врахована
Київ	58%	31%	6%

\* інформація стном на 2017 рік

Показником успіху є підвищення рівня довіри до влади та збільшення відсотку відповіді «Скоріше буде враховано / Точно буде враховано» на запитання «Як Ви вважаєте, наскільки Ваша думка буде врахована при прийнятті рішень місцевою владою?», що сприятливо вплине на загальні показники по Україні та дасть можливість збільшити динаміку відповідей киян «В правильному», «Швидше в правильному» на запитання «Як ви вважаєте, чи у правильному напрямку розвивається Київ?» (Стратегія).

Соціологічне опитування киян, грудень 2019:

Як Ви вважаєте, у цілому все, що відбувається сьогодні в Києві, йде у правильному чи неправильному напрямку?

Однозначно в правильному напрямку	6,7
Скоріше в правильному	25,0
Рівною мірою в правильному і неправильному напрямку	33,7
Скоріше в неправильному	17,8
Однозначно в неправильному напрямку	10,8
Важко відповісти	6,0

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

Скажіть, будь ласка, якою мірою Ви довіряєте таким посадовим особам, інституціям?

	Повністю довіряю	В основному довіряю	Як довіряю, так і не довіряю	В основному не довіряю	Зовсім не довіряю	ВВ
Київраді	1,3	16,0	37,4	26,0	15,2	4,1
Голові КМДА В.Кличку	6,4	22,8	29,6	23,5	15,2	2,7
КМДА	1,5	15,2	34,5	27,1	17,2	4,5
Засобам масової інформації	0,8	14,4	39,3	23,5	16,3	5,6
Політичним партіям	0,7	5,6	29,7	31,5	26,8	5,8
Громадським активістам	9,0	25,2	33,4	12,4	8,2	11,9

Чи могли би Ви сказати, що пишастесь Києвом?

Однозначно так	34,9
Скоріше так	40,8
І так, і ні	15,8
Скоріше ні	6,7
Однозначно ні	1,0
Важко відповісти	0,8

Скажіть, будь ласка, чи схвалюєте Вас діяльність...

	Повністю схвалюю	В основному схвалюю	Рівною мірою як схвалюю, так і не схвалюю	В основному не схвалюю	Зовсім не схвалюю	ВВ
Київського міського голови	8,5	23,9	27,9	23,4	14,2	2,1
Київської міської державної адміністрації	24	16,0	36,1	23,6	17,1	4,8
Депутатів Київради	2,3	12,8	34,6	26,1	18,1	8,0

Чи могли би Ви сказати, що Київ є комфортним містом для життя?

Однозначно так	23,6
Скоріше так	39,9
І так, і ні	21,6
Скоріше ні	10,6
Однозначно ні	4,0
Важко відповісти	0,3

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

Як Ви оцінюєте зміни в житті міста Києва за 2019 рік?

Відбулися помітні позитивні зміни	8,2
Відбулися незначні позитивні зміни	39,8
Нічого не змінилося	35,5
Відбулися певні зміни на гірше	11,6
Відбулися суттєві зміни на гірше	1,4
Важко відповісти	3,5

Як Ви оцінюєте досягнення (результати діяльності) Київської міської влади щодо:

	Позитивно	Скоріше позитивно	Рівною мірою позитивно і негативно	Скоріше негативно	Негативно	ВВ
Забезпечення публічності та прозорості діяльності владних структур	1,9	12,1	25,5	26,5	15,5	18,5
Забезпечення залучення громадян до вирішення проблем розвитку міста	1,6	16,1	27,5	21,8	11,7	21,3

Оцініть, будь ласка, за п'ятибальною шкалою якість управління містом та взаємодії міської влади з громадою столиці за такими напрямками. Оцінка «5» означає, що Ви оцінюєте позитивно. Оцінка «1» означає, що Ви оцінюєте негативно.

	Негативно	2	3	4	Позитивно	ВВ
Активне залучення громадян до процесів прийняття рішень міського розвитку	15,9	23,2	22,9	9,7	2,3	26,0
Створення умов для реалізації громадських ініціатив	14,7	22,0	21,0	10,7	2,0	29,6
Підвищення доступності міської влади для населення	16,4	25,9	21,9	10,4	2,2	23,2
Забезпечення стратегічного розвитку Києва	12,2	18,2	23,6	9,2	2,7	34,0

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

Оцініть, будь ласка, за п'ятибальною шкалою свій рівень поінформованості про діяльність міської влади. Оцінка «5» означає, що Ви добре поінформовані. Оцінка «1» означає, що Ви практично не поінформовані.

1 практично не поінформований	20,1
2	30,1
3	34,1
4	11,6
5 добре поінформований	0,9
Важко відповісти	3,0

Чи достатньо робить міська влада аби ознайомити киян зі своєю діяльністю?

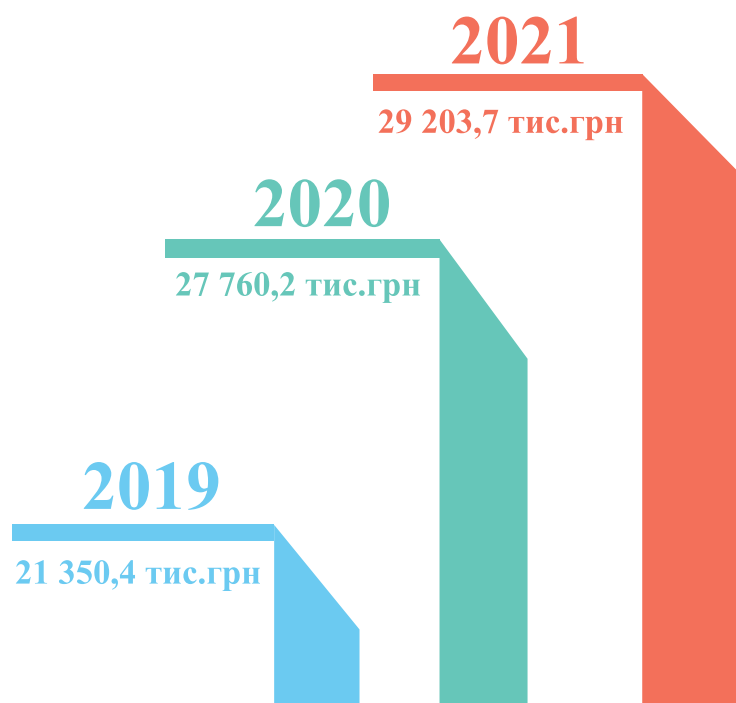
Так	2,3
Скоріше так	11,9
І так, і ні	26,7
Скоріше ні	26,5
Ні	17,7
Важко відповісти/Не знаю	15,0

### Очікувана динаміка поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання

Інформаційно-комунікативна діяльність – комплекс заходів, що передбачають широкий діалог влади з громадськістю з метою роз'яснення виробленої позиції та/або політики з певних проблемних питань, залучення зацікавлених сторін до ухвалення та впровадження рішень, забезпечення громадськості вчасною, чіткою, достовірною, релевантною інформацією, роз'яснення суспільної вигоди від конкретних політик, державних програм, адміністративних послуг.

Комунікативна діяльність органів державної влади, місцевого самоврядування, інститутів громадського суспільства, громадських організацій, громадян, засобів масової інформації та комунікації, налагодження системного діалогу «влада-громада», каналів зворотнього зв'язку; формування суспільної довіри не передбачає комерційної діяльності і повністю фінансується за рахунок коштів міста Києва. Тому основним джерелом доходів зазначеного напрямку діяльності підприємства є цільове фінансування на інформаційні кампанії з підвищення рівня обізнаності киян стосовно громадської участі та можливостей партиципаторного бюджету.

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ



Кошти місцевого бюджету (бюджетне фінансування)

### Напрямки використання цільового фінансування

№ п/п	Найменування	2019 рік	2020 рік	2021 рік
	<b>Всього поточних видатків</b>			
I	<b>Оплата праці і нарахування на зарплату</b>	<b>10 642 500,00</b>	<b>11 175 800,00</b>	<b>11 734 600,00</b>
І.І	<b>Заробітна плата, зокрема:</b>	<b>8 724 300,00</b>	<b>9 160 500,00</b>	<b>9 618 500,00</b>
І.ІІ	<b>Нарахування на заробітну плату (єдиний соціальний внесок 22%)</b>	<b>1 918 200,00</b>	<b>2 015 300,00</b>	<b>2 116 100,00</b>
ІІ.І	<b>Оплата послуг (крім комунальних)</b>	<b>12 590 600,00</b>	<b>13 348 100,00</b>	<b>14 015 700,00</b>
1	<b>Оренда та експлуатаційні витрати</b>	<b>201 000,00</b>	<b>211 000,00</b>	<b>221 500,00</b>
2	<b>Інші послуги (крім комунальних)</b>	<b>12 389 600,00</b>	<b>13 137 100,00</b>	<b>13 794 200,00</b>
ІІІ.І	<b>Оплата комунальних послуг</b>	<b>423 800,00</b>	<b>444 900,00</b>	<b>467 000,00</b>
1	<b>Оплата теплопостачання</b>	<b>192 100,00</b>	<b>201 700,00</b>	<b>211 700,00</b>
2	<b>Оплата водопостачання та водовідведення</b>	<b>18 700,00</b>	<b>19 600,00</b>	<b>20 500,00</b>
3	<b>Оплата електроенергії</b>	<b>213 000,00</b>	<b>223 600,00</b>	<b>234 800,00</b>
ІV	<b>Предмети, матеріали та інвентар</b>	<b>206 900,00</b>	<b>217 200,00</b>	<b>228 000,00</b>
	<b>Всього видатків</b>	<b>23 850 400,00</b>	<b>25 186 000,00</b>	<b>26 445 300,00</b>

## 6.2. ВЕБ-ПОРТАЛ САЙТУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ» VECHIRNIY.KYIV.UA

**Місія:** якісний інформаційний продукт

**Завдання №1:** всебічне та повне висвітлення економічного, суспільно-політичного, громадянського, господарського та культурного життя міста;

**Завдання №2:** інформування населення міста про діяльність місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;

**Завдання №3:** забезпечення підтримки, хостингу (розміщення та техобслуговування), модернізації, розробка додаткових розділів (сторінок), проведення опитувань, створення нових мобільних додатків веб-сайту комунального підприємства, де користувач зможе швидко отримати якісний інформаційний продукт;

**Завдання №4:** підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайті «Вечірній Київ».

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:**



## 6.2. ВЕБ-ПОРТАЛ САЙТУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ» VECHIRNIY.KYIV.UA

### МОДЕРНІЗАЦІЯ ВЕБ-ПОРТАЛУ САЙТУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ»

#### План заходів

Модернізація сайту та доопрацювання модулів	березень – серпень 2020 року
<p>– доопрацювання поточного функціоналу; виправлення існуючих помилок; перелінковка; виправлення некоректного відображення у різних браузерах, очищення від вірусів, оптимізація внутрішнього коду. <i>Дизайн і функціонал будь-якого web-сайту через деякий час стає застарілим і потребує внесення змін. У такий період виникає потреба в замовленні нового дизайну або оновлення старого дизайну.</i></p> <p>– хостинг – резервне копіювання даних, обслуговування та оптимізація баз даних, моніторинг мережових атак, забезпечення безпеки сайту несправностей, що виникли.</p> <p>– просування веб-порталу в інтернет мережі, соціальних мережах. <i>Стрімкий розвиток Інтернет-технологій призводить до появи нових тенденцій у світі дизайну.</i></p> <p><i>Потрібне для сайтів: складається семантичне ядро, даються рекомендації щодо структури і наповнення сайту, здійснюється внутрішня та технічна оптимізація.</i></p>	
Розширення кола інформаційних послуг проект передбачає створення інформаційних, аналітичних, аудіовізуальних матеріалів, а також розробку простої і яскравої інфографіки)	постійно
<p>– розробка модуля прямих телетрансляцій з місця події;</p> <p>– архівування та створення відкритого платного доступу до повного архіву газет;</p> <p>– розробка та запуск інтерактивних проектів для киян та надання можливості публікувати новини самим читачам;</p> <p>– розробка та запуск мобільного додатку;</p> <p>– вдосконалення контенту: нові рубрики, залучення популярних респондентів і аналітиків;</p> <p>– створення рубрики «журналістські розслідування»;</p> <p>– надання відповідей на популярні питання читачів сайту на сторінці у Facebook, Instagram;</p> <p>– створення роз’яснювальних матеріалів на основі консультацій експертів;</p> <p>– створення розсилок тематичних матеріалів;</p> <p>– пошук рекламодавців для створення нативної реклами;</p> <p>– популяризація авторських матеріалів (створення цікавих профілів журналістів та залучення через них нової аудиторії на сайт).</p>	



## 6.2. ВЕБ-ПОРТАЛ САЙТУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ» VECHIRNIY.KYIV.UA

РЕФОРМУВАННЯ	
План заходів	
Створення сприятливих умов для перетворення Веб-порталу	березень 2020 року
<ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищення кваліфікації персоналу;</li> <li>– поліпшення матеріально-технічної бази Підприємства;</li> <li>– підготовка необхідних документів;</li> <li>– залучення до співпраці медіа-фахівців;</li> <li>– залучення до партнерства місцеві громадські організації, активістів, органи влади.</li> </ul>	
Розширення спектру послуг	вересень 2020 року
<ul style="list-style-type: none"> <li>– запуск проекту з курсами для студентів-журналістів.</li> </ul>	
Розглянути можливість перетворення Веб-порталу «Вечірній Київ» на ІА «Київське інформаційне агентство»	2021 рік
<ul style="list-style-type: none"> <li>– поширення офіційної інформації з найважливіших політичних, соціальних та інших процесів у м. Києві;</li> <li>– розповсюдження офіційних документів Київської міської ради та Київського міського голови з найважливіших питань;</li> <li>– висвітлення офіційної точки зору керівників Київської міської ради та структурних підрозділів КМДА;</li> <li>– збір, обробка і поширення інформації про політичні, соціально-економічні та інші події у м. Києві;</li> <li>– забезпечення реконструкції і розвитку технічної бази для одержання і поширення інформації, впровадження та експлуатація технічних засобів, систем збору, обробки і поширення інформації, телекомунікацій та комп'ютерних технологій, створення бази даних тощо;</li> <li>– провадження науково-технічної діяльності у галузі зв'язку, телекомунікацій та комп'ютерної техніки;</li> <li>– розвиток міжнародних контактів і зв'язків з метою збору і поширення інформації, обміну нею, вивчення досвіду роботи інформаційних агентств за кордоном;</li> <li>– участь у роботі міжнародних організацій з питань інформаційної діяльності та вивчення досвіду роботи;</li> <li>– співробітництво з державними та недержавними іноземними</li> </ul>	



## 6.2. ВЕБ-ПОРТАЛ САЙТУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ» VECHIRNIY.KYIV.UA

### РЕФОРМУВАННЯ

#### План заходів

інформаційними агентствами, зокрема, здійснення обміну на паритетних засадах творчими групами, кореспондентськими пунктами;

– провадження видавничої діяльності, видання та розповсюдження спеціальної літератури, іншої друкованої продукції;

– укладання угод на інформаційне обслуговування державних та недержавних підприємств, установ, організацій м. Києва (включаючи іноземні);

– провадження зовнішньоекономічної діяльності відповідно до покладених завдань;

– надання послуг рекламного характеру.

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

### **Інструмент для моніторингу досягнень, оцінки прогресу та результатів:**

- Моніторинг відвідуваності веб-сайту за допомогою сервісу «Google Analytics».
- Моніторинг сторінки у соціальній мережі Facebook за кількістю вподобань, поширень, реакцій і коментарів.
- Моніторинг за переглядами у соціальній мережі Youtube.
- Моніторинг за вподобаннями у соціальній мережі Instagram.
- Моніторинг за переглядами у месенджері Telegram.
- Моніторинг інших ЗМІ щодо кількості поширень та посилань на наші матеріали.

### **Показники:**

- збільшення кількості унікальних відвідувачів цифрової платформи «Вечірній Київ»;
- всебічне та повне висвітлення економічного, суспільно-політичного, громадського, господарського та культурного життя міста;
- підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайті «Вечірній Київ».

Зростання аудиторії передбачено мінімум на 10%. Для Підприємства важливо збільшити кількість цільової аудиторії, у якої сайт «Вечірній Київ» збережений у «закладках».

Використавши результати досліджень від фахівців («Internews»), ми працюватимемо над сильними і слабкими сторонами нашого контенту.

Передбачене зростання прибутку від нових та старих рекламодавців на 30% .

Планується збільшити кількість рекламодавців за рахунок нативної реклами. Зокрема, співпрацю у сфері медицини та дозвілля.

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

№	Індикатори	Лютий 2020	Грудень 2021
1.	Середня кількість унікальних читачів сайту/місяць	300'000	700'000
2.	Кількість читачів сторінки у Facebook	38 088	90 000
3.	Кількість уподобань сторінки у Facebook	35 216	80'000
4.	Кількість підписників у Telegram	2 510	30'000
4.	Кількість підписників у Instagram	2 903	50'000
4.	Кількість підписників у Youtube	2 000	10'000

Для реалізації проекту VCENTRI самостійно забезпечує себе необхідним обладнанням.

### **Очікувана динаміка поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання**

Послуги з розробки концепції розвитку інтернет-видання «Вечірній Київ» передбачають залучення до концепції схеми роботи як над виданням загалом, так і над окремими випусками чи матеріалами (планування видання або окремого матеріалу, з'ясування чинників, що впливають на спосіб інтерпретації інформації, подання фактів у вигляді, що дає змогу відрізнити одне видання від іншого, сформулювати істотні характеристики, що виражають індивідуальність конкретного медіапродукту).

Витрати на підтримку веб-порталу з подальшим розглядом можливості перетворення веб-порталу «Вечірній Київ» на ІА «Київське інформаційне агентство» щорічно становитимуть близько 1 500,00 тисячі гривень.

Зазначені дії підвищать конкурентну спроможність веб-порталу «Вечірній Київ» та сприятимуть підвищенню прозорості та відкритості у висвітленні роботи столичної влади і громади, а також принесуть доходи близько 25 відсотків від загальних по підприємству.

## 6.3. СЕКТОР ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

**Місія:** якісний друкований інформаційний продукт

**Завдання №1:** поліграфічна діяльність, тиражування записаних носіїв інформації.

**Інструменти виконання завдань, поставлених перед суб'єктом господарювання:**



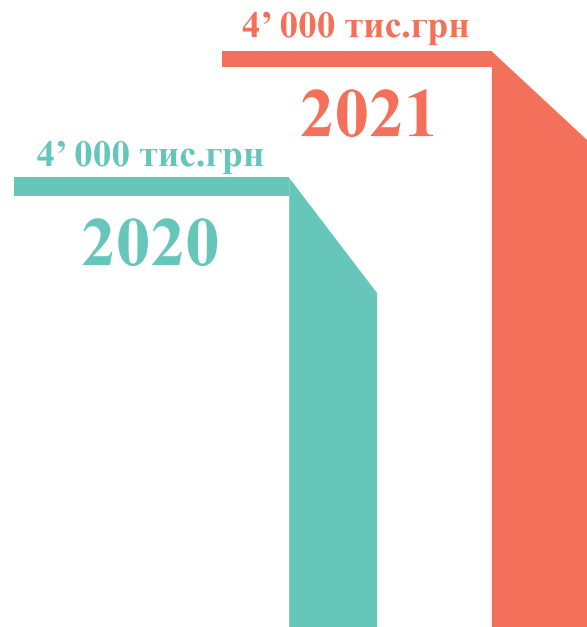
Газета  
«Хрещатик Київ»

### ГАЗЕТА «ХРЕЩАТИК КИЇВ»

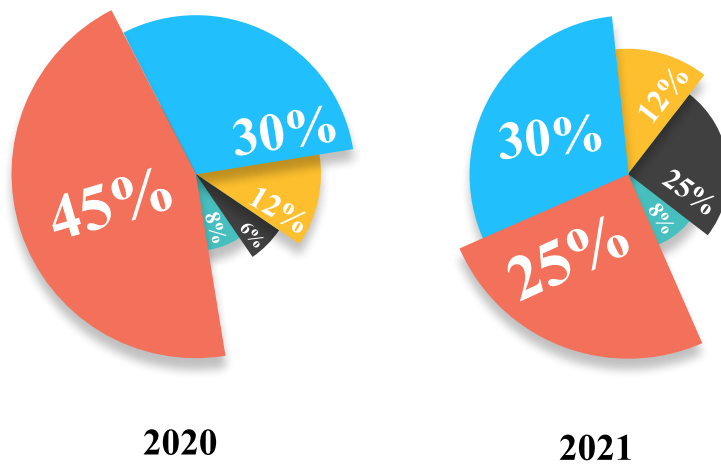
#### План заходів

- розширення договірної бази щодо надання інформаційних послуг газетою «Хрещатик Київ»;
- збільшення накладу для безкоштовного розповсюдження газети серед малозабезпечених киян;
- збільшення обсягів реклами на сайті;
- збільшення обсягів реклами в газеті.

## ІНДИКАТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ



План підприємства від госпрозрахункової діяльності на 2020– 2021 р.



Відношення у відсотках (%) доходів:

- передплата
- роздріб
- реклама на сайті
- реклама в газеті
- інші доходи (проведення кампаній)

## 7. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ОЧІКУВАНОЇ ДИНАМІКИ ПОЛІПШЕННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ



На сьогодні на Підприємстві заплановано 46 працюючих осіб. Для здійснення завдань, які покладено на підприємство, пропонується протягом 2020 – 2021 років збільшити штат працівників за рахунок позаштатних одиниць.

Для залучення кваліфікованих працівників пропонується підвищити рівень заробітної плати працівників до середньої заробітної плати по місту Києву.

Роки	Середня заробітна плата, грн.
2019	15 500,00
2020	19 000,00
2021	24 000,00

### Розрахунок постійних та змінних витрат

Вид витрат	Відношення у відсотках, %
Матеріальні затрати	3
Витрати на оплату праці	36,9
Відрахування на соціальні заходи	8,1
Інші операційні витрати	52
<b>З них:</b>	
поліграфічні послуги	1,5
оренда та експлуатаційні витрати	0,5
витрати на здійснення завдань підприємства	8
обслуговування та технічна підтримка сайту	3
підготовка та проведення кампаній	39
Разом витрат	100

## 8. ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА



Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування є складовою частиною фінансових результатів діяльності підприємства у плановому році і основною складовою джерел формування та надходження коштів підприємства.

Плановий прибуток підприємства планується (тис.грн):



Проект модернізації комунального підприємства має хороші показники рентабельності та стабільності.

Завдяки реалізації проекту може бути створено 10 нових робочих місць. Податкові надходження бюджетів різних рівнів від роботи підприємства протягом 2020 – 2021 років можуть сягати понад 700,0 тисяч гривень (ПДВ та податок на прибуток), близько 5 млн. грн. (ЄСВ, податок з доходів фізичних осіб та військовий збір).

Уся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку, або принаймні стабілізацію його на певному рівні.

### Зведення показників по програмах

Стаття	на рік
Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва	27 760 200
Міська цільова програма «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві»	6 950 000
Додатково на капітальні трансферти	3 425 800
<b>Всього витрат</b>	<b>38 136 000</b>

Детальніше див. Додаток 4

## 9. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ



Реалізація грантових проектів у галузі. Підготовка програм для участі у міжнародних грантових програмах та конкурсах на отримання фінансової та технічної допомоги, а також підвищення кваліфікації та розширення досвіду працівників VCENTRI (наприклад, грантові програми ЄС – The Konrad-Adenauer-Stiftung's Global Media Programme, програма European Journalism Institute для журналістів, гранти на журналістику розслідувань Fund for Investigative Journalism, гранти Getty для фотожурналістів, стажування від Digital Communication Network Fall 2019, гранти від Filmmakers Without Borders, стипендіальна програма Logan Nonfiction, літні школи для журналістів та медіа працівників та ін.)



## 10. АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ РИЗИКІВ



Можливі ризики умовно можна розділити на 2 групи:

<b>Ризик</b>	<b>Технічні Оцінка</b>	<b>Мінімізація ризику</b>
Технічне пошкодження матеріальної бази (вихід з ладу устаткування)	Низька	Контроль за станом майна. Страховання майна.
Форс-мажорні обставини	Низька	Своєчасне реагування на ситуацію.
Ризик непередбачуваності дій учасників проекту	Середня	Постійний моніторинг ситуації. Розробка альтернативних шляхів реалізації проекту.

<b>Ризик</b>	<b>Економічні Оцінка</b>	<b>Мінімізація ризику</b>
Політична та соціально-економічна нестабільність, зменшення обсягів видатків з бюджету на фінансування VCENTRI	Висока	Моніторинг ринку

## 11. ІНДИКАТОРИ УСПІШНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПЛАНУ (ПОКАЗНИКИ УСПІХУ)



Стратегічний план VCENTRI зорієнтований на позитивну динаміку основних показників фінансово-господарської діяльності.

Комплексна реалізація плану на підприємстві, надасть можливість економії державних коштів за рахунок самостійного виконання максимальної кількості завдань. А також:

- реалізувати право кожного громадянина на участь в управлінні містом;
- забезпечити відкритість, прозорість та підзвітність Київської міської влади;
- збільшити чистий дохід VCENTRI порівняно з результатами 2019 року у середньостроковій перспективі за рахунок комерційної діяльності Підприємства, а тим самим збільшить податкові надходження до бюджетів всіх рівнів;
- суттєво знизити витрати за рахунок удосконалювання організації виробництва і праці;
- поступово розширити штат підприємства (створити нові робочі місця);
- ефективно використовувати отримані кошти;
- розширити спектр послуг;
- брати участь у міжнародних рейтингах;
- налагодити ефективний діалог «Влада-громада».

КП «Центр публічної комунікації та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної, об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади шляхом розвитку публічних комунікацій: веб-порталу сайту «Вечірній Київ», відділу публічних консультацій та комунікацій та друкованого видання підприємства – газети «Хрещатик Київ».



# ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ

в рамках

## Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікаційної сфери міста Києва на 2019-2020 рік

№	Назва інформаційної кампанії	Інструменти
1	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Іловайська битва: подвиг українського солдата»</b> Проведення кампанії з донесення до киян та гостей столиці важливості Іловайської битви та підкреслення подвигу українського солдата.</p>	
2.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Гендер у деталях»</b> Проведення кампанії з популяризації гендерної політики в місті Києві</p>	
3.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Програма соціально-економічного розвитку: зміни вже сьогодні» Структурні підрозділи КМДА</b> Підготовка інтерактивної карти Києва з нанесенням проведених ремонтних робіт та її поширення в столиці. В розрізі публічного звіту, про ефективне витрачання бюджетних коштів</p>	<p>1. Інтерактивна карта з нанесенням проведених ремонтних робіт та нових будівництв інфраструктурних об'єктів за 2019 рік</p>
4.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Протидія торгівлі людьми та домашньому насильству»</b> <i>Служба в справах дітей та сім'ї</i> Проведення кампанії з недопустимості домашнього насильства і торгівлі людьми . Та донесення до киян механізмів дієвої допомоги для постраждалих від домашнього насильства та торгівлі людьми.</p>	<p>1. Серія інтерв'ю з особами, що поборолі домашнє насильство <b>Завдання:</b> - прокомунікувати з Службою в справах дітей та сім'ї та визначити перелік осіб, які погодяться брати участь; - скоординуватися з радіо та каналом, щодо можливості організації таких інтерв'ю ; - підгодувати короткі матеріали про осіб, що погодилися брати участь у серії інтерв'ю; (історія життя) 2. Борди + сіті-лайти по 5 шт ( Телефони гарячої лінії +меседж: Приклади: «Не приховуй іншу сторону життя» «Не терпи знущань») 3. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. «Покарання» (Витяги норм ЗУ про покарання за <u>домашнє насильство</u> ) 4. Євро-флаєри. Макет 2. 170 гр/м2. «Покарання» (Витяги норм ЗУ про покарання за <u>торгівлю людьми</u>)</p>

		<p>5. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. «Механізм дії» (Механізм допомоги , покрокова інструкція дій для жертв <u>домашнього насилля</u>)</p> <p>6. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. «Механізм дії» (Механізм допомоги , покрокова інструкція дій для жертв <u>торгівлі людьми</u>)</p> <p>7. Плакат А4 130 гр/м2. (Телефон гарячої лінії + меседж: «Не приховуй іншу сторону життя» «Не терпи знущань» і т.д.), можливе використання макету з сіті-лайтів</p> <p>8. Плівка самоклеюча А4 (Телефон гарячої лінії + меседж: «Не приховуй іншу сторону життя» «Не терпи знущань» і т.д.) можливість поєднати в одному макеті домашнє насильство та торгівлю людьми</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Службою в справах дітей та сім'ї з напрацювання контенту (аналіз нормативної бази та статистику) та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- пропрацювати механізм розклеювання самоклеючих прозорих плівок А4 в комунальному транспорті столиці;</li> <li>- Визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Службою</li> <li>- Пропрацювати з управлінням реклами механізм розміщення безкоштовної соціальної реклами на соціальних бордах та сіті-лайтах</li> </ul> <p>Контактна особа ( торгівля людьми) Гонтаренко Олена Василівна 097-349-20-35</p>
5.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Електронна столиця»</b> <u>Департамент інформаційно-комунікативних технологій</u> Проведення кампанії з популяризації електронних сервісів, що на сьогодні діють в столиці (Kyiv Smart City)</p>	<p>1. Відеоролики 5 шт ( до 15 сек) Короткі ролики по 5-ти найпоширеніших електронних сервіси «Не стій в черзі – користуйся Helsi»</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Пропрацювати з Kyiv Smart City тематики 5 відеороликів</li> <li>- підготувати приблизні сценарні плани по 5-ти роликам. ( короткий опис ролику)</li> </ul> <p>Контактна особа: 097-102-72-07</p>
	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку»</b> <u>Департамент житлово-комунальної інфраструктури</u> Проведення кампанії в частині ознайомлення киян із ЗУ «Про житлово-комунальні послуги» та механізмами його імплементації в місті Києві.</p>	<p>1. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 4+4 10 000 шт</p> <p>2. Євро-флаєри. Макет 2. 170 гр/м2. 4+4 10 000 шт</p> <p>3. Євро-флаєри. Макет 3. 170 гр/м2. 4+4 10 000 шт</p> <p>4. Плакат А3 130 гр/м2. Макет 1. 10 000 шт</p> <p>5. Плакат А2 130 гр/м2. Макет 1. 5 000 шт</p> <p>6. Відеоролики 2 шт, анімаційні до 1 хв. «Комунальні послуги» «Спільна сумісна власність»</p>

		<p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Департаментом ЖКІ з напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Департаментом</li> <li>- підготувати приблизні сценарні плани по 2-ом роликам.</li> </ul> <p><u>Контактна особа:</u> 050-508-84-52 Радченко Віра Михайлівна Департамент ЖКІ</p>
7.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Київ - соціальний»</b>  <u>Департамент соціальної політики</u> Проведення кампанії з ознайомлення киян з соціальними пільгами передбаченими згідно законів України та рішень Київської міської ради</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>2. Євро-флаєри. Макет 2. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>3. Євро-флаєри. Макет 3. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>4. Євро-флаєри. Макет 4. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>5. Євро-флаєри. Макет 5. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>6. Євро-флаєри. Макет 6. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>7. Євро-флаєри. Макет 7. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>8. Євро-флаєри. Макет 8. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>9. Євро-флаєри. Макет 9. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>10. Євро-флаєри. Макет 10. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> </ol> <p>(Інструкції з основних 10 соціальних послуг, що фінансуються з місцевого бюджету або дофінсовуються з місцевого бюджету згідно МЦП «Турбота»)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>11. Брошура (24 ст) (Програма турбота в схемах та інфографіка) 10 000 шт</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Департаментом соціальної політики з напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Департаментом</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>12. Відеоролики 5 шт: <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Центр реабілітації дітей на вул. Олена Теліги» ( 1,5-2 хв) (реальна зйомка + коментарі батьків)</li> <li>- Перевезення інвалідів ( 1,5-2 хв) (реальна зйомка + коментарі батьків)</li> <li>- Робота територіальних центрів соціальних послуг ( 1,5-1 хв) (реальна зйомка)</li> <li>- 2 анімаційних ролики до 1 хв (про пільгу)</li> </ul> </li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготувати приблизні сценарні плани по 5-ти роликам, визначити локації реальних зйомок</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Серія інтрев'ю з представниками територіальних центрів Києва</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Департаментом соціальної політики та визначити перелік осіб, які погодяться брати участь;</li> <li>- скоординуватися з радіо та каналом, щодо можливості організації таких інтерв'ю ;</li> <li>- підгодувати короткі тематики виступів ( 5-10 виступів для ЗМІ)</li> </ul>
8.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Сирітство»</b>  <u>Служба в справах дітей та сім'ї</u> Проведення кампанії з розвінчання міфів про усиновлення. Спонування киян до можливого усиновлення дітей-сиріт.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт. «Процедура всиновлення»</li> <li>2. Євро-флаєри. Макет 2. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт. Тема не визначена</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Службою в справах дітей та сім'ї з напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Департаментом</li> <li>- визначитися з тематикою Євро-флаєр Макет 2</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Фотосесія ( популяризація сімейних видів виховання дітей ) 40-50 фото</li> <li>4. Організація фотовиставки (КМДА ст. м.Золоті ворота )</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прокомунікувати з Службою в справах дітей та сім'ї з визначення будинків-інтернатів сімейного типу для участі в фотосесії</li> <li>- визначитися з часом та локацією проведення фотовиставки</li> <li>- розробити мотивуючу ідею та меседж для організації фотовиставки</li> </ul> <p>Контактна особа Березіна Валентина Олександрівна 067-658-09-97</p>
9.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Здоров'я киян»</b>  <u>Департамент охорони здоров'я</u>  Проведення кампанії з популяризації щеплення, доступ до реабілітації, доступ до реабілітації та ін.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відеоролики 3 шт. до 2 хв / кожен</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Узгодити тематики відеороликів;</li> <li>- підготувати приблизні сценарні плани, визначити локації реальних зйомок</li> <li>- визначити точки трансляції відеороликів</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Євро- флаєр Макет 1. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> <li>3. Євро- флаєр Макет 2. 170 гр/м2. 4+4 20 000 шт</li> </ol> <p><b><u>Завдання:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Визначити тематики поліграфічної продукції спільно с ДОЗ</li> <li>- прокомунікувати з Департамент охорони здоров'я з напрацювання контенту та підготовці ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> </ul>

		<p>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Департаментом Контактна особа Вишнеvsька Наталія 050-012-31-11 -</p>
10.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія з популяризації успішно-реалізованих проєктів у взаємодії «влада-громад-партнери» Проведення кампанії з популяризації успішно реалізованих проєктів у рамках конкурсу для ОСН та ІГС</p>	<p>1. Відеоролики 7 шт. Висвітлення успішно реалізованих проєктів переможців «Громадська перспектива» та конкурсу ОСН <b>Завдання:</b> - Узгодити з Петровою Н.П. 3-4 проєкти переможці конкурсу «Громадська перспектива» для висвітлення в ролику ; - Зробити календарний план проходження конкурсу ОСН, для моніторингу його проходження (контактна особа Деніс О.В.)</p> <p>2. Брошура (20 ст) конкурс 5 000 шт «Громадська перспектива»</p> <p>3. Брошура (20 ст) конкурс ОСН 10 000 шт</p> <p><b>Завдання:</b> - прокомунікувати з Департамент суспільних комунікації з напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету брошури про конкурс «Громадська перспектива» для передання Виконавцю - визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції спільно з Департаментом</p>
11.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія «Комфортне місто» <i>Структурні підрозділи КМДА</i> Проведення кампанії для ознайомлення з сервісами столиці та можливістю користування</p>	<p>1. Відеоролики 5 шт 1,5 -2 хв <b>Завдання:</b> - Напрацювати тематику відеороликів; - Визначити локації для проведення зйомок та підготувати приблизні сценарні плани</p> <p>2. Брошура (20 ст) 5 000 шт «Електронні сервіси»</p> <p>3. Євро- флаєр Макет 1. 170 гр/м2. 4+4 50 000 шт «Правила паркування + «якщо я заважаю телефонуй»</p> <p><b>Завдання:</b> - прокомунікувати з Kyiv Smart City щодо напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету брошури для передання Виконавцю - прокомунікувати з КП «Київтранспарксервіс» щодо напрацювання контенту та підготовка ескізного варіанту макету флаєру для передання Виконавцю - визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції</p>

12.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Моє місто»</b> Проведення кампанії для популяризації міських ініціатив та політик</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фотосесія 300 фотографія «Київ у трьох сезонах»</li> <li>2. Створення фейсбук сторінок та інстаграм сторінки</li> <li>3. Календар настінний А1 на пружині 300 шт</li> <li>4. Календар настільний на пружині 500 шт</li> <li>5. Наліпки серце прорізане на аркуші d65 макет 1 3 000 шт</li> <li>6. Наліпки серце прорізане на аркуші d65 макет 1 3 000 шт</li> <li>7. Наліпки серце прорізане на аркуші d65 макет 1 3 000 шт</li> <li>8. Наліпки серце прорізане на аркуші d65 макет 1 3 000 шт</li> <li>9. Наліпки серце прорізане на аркуші d65 макет 1 3 000 шт</li> <li>10. Блокнот 1 000 шт</li> <li>11. Ручка 1 500 шт</li> </ol>
13.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія з ознайомлення киян з ЦПКІ та висвітлення його діяльності</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відеоролики 3 шт: <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Що таке ЦПКІ?» анімація до 1 хв</li> <li>- 2 ролика діяльність ЦПКІ за рік</li> </ul> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготувати приблизні сценарні плани роликів</li> </ul> </li> <li>2. Папки 1 000 шт</li> </ol> <p>Інші види робіт вже на тендері</p>
14.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Похилий вік не вирок»</b> <u>Департамент соціальної політики</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фотосесія 50 фото «Активний представник золотого віку»</li> </ol> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокомунікувати з Департаментом соціальної політики, щодо визначення видів дозвілля які можливо відфотографувати ( спорт: футбол, баскетбол, танці; навчання: комп'ю трні курси і т.д.)</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Борди +сіті-лайти <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 вид : фото активного дозвілля + меседж «На пенсії життя існує» «Третій вік не вирок» і т.д.</li> <li>- 2 вид: фото замисленого пенсіонера + меседж «Зателефонуй...» «Не забувай ....» «Набери батькам...» і т.д.</li> </ul> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Напрацювати 5-10 меседжів за кожною тематикою ( мотивуючі та жалісливі )</li> <li>- Пропрацювати з управлінням реклами механізм розміщення безкоштовної соціальної реклами на соціальних бордах та сіті-лайтах</li> </ul> </li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 20 000 шт</li> <li>4. Євро-флаєри. Макет 2. 170 гр/м2. 20 000 шт</li> <li>5. Євро-флаєри. Макет 3. 170 гр/м2. 20 000 шт</li> <li>6. Євро-флаєри. Макет 4. 170 гр/м2. 20 000 шт</li> <li>7. Євро-флаєри. Макет 5. 170 гр/м2. 20 000 шт</li> </ol> <p>(П'ять основних видів дозвілля та механізми</p>



		<p>залучення пенсіонерів)</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокомунікувати з Департаментом соціальної політики, щодо визначення видів дозвілля, наповнення та підготовка ескізного варіанту макету флаєру для передання Виконавцю</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції</li> </ul> <p>8. Брошура ( 24 ст) 5 000 шт «Активні люди золотого віку» - збірник усіх можливих видів дозвілля, що надаються міськими центрами безкоштовно для пенсіонерів з використання фотоматеріалів з фотосесії</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокомунікувати з Департаментом соціальної політики, щодо напрацювання контенту наповнення та підготовка ескізного варіанту макету брошури для передання Виконавцю</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції</li> </ul> <p>9. Плакати А3 Макет 1 50 шт. 10. Плакат А3 Макет 2 50 шт. 11. Плакат А3 Макет 3 50 шт. 12. Плакат А3 Макет 4 50 шт. 13. Плакат А3 Макет 5 50 шт. 14. Плакати А4 Макет 1 200 шт. 15. Плакати А4 Макет 2 200 шт. 16. Плакати А4 Макет 3 200 шт. 17. Плакати А4 Макет 4 200 шт. 18. Плакати А4 Макет 5 200 шт. ( макет що будуть використовуватися для сіті-лайтів, різниця в макетах залежить від фотографії та меседжу)</p>
15.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія «Адміністрування місцевих податків та зборів» <u>Департамент фінансів</u></p>	<p>1. Брошура-книга 1 000 шт 2. Календар 300 шт настільний</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокомунікувати з Департаментом фінансів, щодо напрацювання контенту наповнення та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- визначити кількість сторінок для брошури-книги.</li> </ul>
16.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія «Київ україномовний» Проведення кампанії в частині ознайомлення киян із ЗУ «Про забезпечення функціонування</p>	<p>1. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 20 000 шт «Громадяни» 4+4 2. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 20 000 шт «Підприємці» 4+4</p>

	<p>української мови як державної». Популяризація української мови серед киян.</p>	<p>3. Євро-флаєри. Макет 1. 170 гр/м2. 20 000 шт «Державні службовці 4+4»</p> <p>4. Наліпки з округленням 15 000 шт.</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Напрацювати тематичне наповнення та здійснити підготовку ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю, на основі ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної»</li> <li>- Напрацювати до 5 пропозицій меседжу для нанесення на наліпку, що буде наклеюватися на вході то торгових мереж, ресторанів, перукарень і т.д (приклад: «Обслуговуємо українською» «В нас розмовляють українською» )</li> <li>- визначити точки розповсюдження запропонованої поліграфічної продукції</li> </ul> <p>5. Відеоролики 2 шт:</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Визначитися з тематикою</li> <li>- підготувати приблизні сценарні плани, у разі потреби визначити локації реальних зйомок</li> </ul>
17.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Зроблено в Києві»</b> <u>Департамент промисловості</u></p>	<p>1. Відеоролики 5 шт:</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Визначитися з тематикою відеороликів спільно з Департаментом промисловості та торгівлі</li> <li>- підготувати приблизні сценарні плани, у разі потреби визначити локації реальних зйомок</li> </ul> <p>2. Брошура ( 24 ст) + англ. переклад 3 000 шт «Найстаріші київські підприємства»</p> <p>3. Брошура ( 24 ст) + англ. переклад 3 000 шт « Успішний startup» , Приклади успішних бізнес-проектів в столиці за короткий проміжок часу</p> <p>4. Наліпка з округленнями 10 000 шт «Продаю київську продукцію» , для організації флешмобу серед торгових мереж столиці</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокомунікувати з Департаментом промисловості та торгівлі , щодо напрацювання контенту наповнення та підготовка ескізного варіанту макету поліграфічної продукції для передання Виконавцю</li> <li>- Напрацювати 5-10 меседжів, що можуть бути нанесені на наліпку (приклад: «Продаю київську продукцію»)</li> </ul> <p>Контактна особа: 066 995 09 07 Уласик Юлія Олександрівна</p>
18.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія <b>«Надійний друг»</b> <u>Департамент міського благоустрою</u></p>	<p>1. Відеоролики 2 шт: «Забирання тварин з муніципального притулку» «Тварина лікує»</p>

	<p>Проведення кампанії для підвищення обізнаності киян із можливістю забирання тварин з притулків та спонукання їх до таких дій.</p>	<p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготувати приблизні сценарні плани, визначити локації реальних зйомок</li> </ul> <p>2. Фотосесія Тварин в притулку ( 50 фото )</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Прокоментувати з Департаментом міського благоустрою , щодо визначення кількості тварин, яких можна відфотографувати, локацію та час</li> <li>- Пропрацювати можливість залучення відомих спортсменів до фотосесії</li> </ul> <p>3. Борди + сіті-лайти <span style="float: right;">10 шт/ кожн</span> (фото тварини + меседж)</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Напрацювати 5 меседжів для використання в макетах ( приклад: «Безпритульні тварини серед нас» «Не купуй – надійний друг поруч»</li> </ul> <p>4. Плакати А4 Макет 1 <span style="float: right;">50 шт</span></p> <p>5. Плакати А4 Макет 2 <span style="float: right;">50 шт</span></p> <p>6. Плакати А4 Макет 3 <span style="float: right;">50 шт</span></p> <p>7. Плакати А4 Макет 4 <span style="float: right;">50 шт</span></p> <p>8. Плакати А4 Макет 5 <span style="float: right;">50 шт</span></p> <p>( макети що будуть використовуватися для сіті-лайтів, різниця в макетах залежить від фотографії та меседжу)</p> <p>9. Брошура <span style="float: right;">5 000 шт</span> «Правила утримання домашніх тварин»</p> <p>Контактна особа: Мазур Наталія 067 441 80 95</p>
19.	<p>Інформаційно-просвітницька кампанія запропонована <u>Департаментом освіти</u></p>	<p><b>Завдання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Напрацювати інформаційно-просвітницьку компанію</li> </ul>



Міська цільова програма «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві»

1.1.1.Проведення щорічного Київського Форуму організацій громадянського суспільства; районних Форумів організацій громадянського суспільства	500 000,0
1.1.2. Проведення ярмарку проектів громадських організацій «ТОП-100» та відбору успішних практик реалізації громадських ініціатив у вирішенні питань місцевого значення	600 000,0
1.1.3. Забезпечення проведення інформаційно-комунікаційних кампаній, семінарів, тренінгів, засідань за круглим столом, стратегічних сесій, стажувань, підготовки (перепідготовки) кадрів для представників інститутів громадянського суспільства, органів самоорганізації населення, громадських рад міста Києва, працівників структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва – 2025	2 920 000,0
1.1.4. Розміщення соціальної реклами (розробка макету, друк та розміщення) в рамках заходів щодо розвитку громадянського суспільства та взаємодії з інститутами громадянського суспільства	140 000,0
1.1.5. Здійснення заходів щодо залучення киян до інструментів партисипації	1 000 000,0
1.1.7.Здійснення заходів з організації діяльності відкритих громадських просторів: 2020 –1 (загальноміський);	1 480 300,0
1.1.8. Створення веб-порталу «Платформа громадських організацій міста Києва» з передачею майнових прав власності замовнику	1 100 000,0
Забезпечення модернізації і підтримки діяльності веб-порталу	400 000,0
1.2.1. Здійснення матеріально - технічного забезпечення, координаційної, організаційно-методичної роботи з Громадською радою при виконавчому органі Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації) та надавати підтримку у проведенні заходів за її ініціативи	180 000,0
1.2.2. Здійснення організаційного та матеріально-технічного забезпечення діяльності Координаційної ради з питань сприяння розвитку громадянського суспільства при виконавчому органі Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації) відповідно до завдань, передбачених Національною стратегією сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні	70 000,0

<p>1.2.5. Забезпечення проведення моніторингу та аудиту щодо виконання проектів в рамках міського конкурсу проектів «Громадська перспектива: прозора влада та активна громада» (близько 20-ти проектів):</p>	<p>200 000,0</p>
<p>1.4.1. Висвітлення у засобах масової інформації та соціальних мережах питань, пов'язаних з розвитком громадянського суспільства та співпраці органами самоорганізації населення та інститутами громадянського суспільства:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оперативне поширення інформації про події, що відбуваються в місті Києві з напрямку розвитку громадянського суспільства;</li> <li>- проведення брифінгів, публічних звітів, засідань за круглим столом в рамках заходів з розвитку громадянського суспільства</li> <li>- розміщення спеціалізованих теле- та радіопрограм, окремих рубрик та організації прес-конференцій - презентації кращих практик діяльності органів самоорганізації населення міста Києва</li> </ul>	<p>1 000 000,0</p>
<p>1.4.3. Здійснення соціологічного дослідження стану розвитку громадянського суспільства в місті Києві, діяльності органів самоорганізації населення м.Києва, дослідження щодо участі громадян у формуванні та реалізації державної політики «Пульс столиці»: - збір та створення інформаційного банку даних; - аналіз інформаційних даних; - аналіз інформаційних даних;</p>	<p>1 200 000,0</p>
<p>Видання методичного посібника за результатами дослідження стану розвитку громадянського суспільства в місті Києві (1000 прим.)</p>	<p>300 000,0</p>
<p><b>Разом по програмі</b></p>	<p><b>11 090 300,0</b></p>

**Реалізація міських цільових програм на 2019 та подальші роки,  
співвиконавцем яких є ДСК**



**– Комплексна цільова програма підвищення енергоефективності та розвитку житлово-комунальної інфраструктури міста Києва на 2016 – 2020 роки**

*п. 3.2.1. Проведення консультацій з громадськістю, забезпечення інформаційного супроводження реалізації плану міських заходів з розвитку житлово-комунального господарства через засоби масової інформації.*

**– Міська комплексна цільова програма «Київ без бар'єрів» на 2019(8) – 2021 роки**

*п. 4.1 Висвітлювати у засобах масової інформації питання щодо створення безперешкодного життєвого середовища для осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення;*

*п. 4.2 Вживати заходи щодо виробництва і розповсюдження телепрограм (інформаційних, освітніх, художніх і дитячих) із використанням мови жестів і субтитруванням;*

*п. 4.3 Вжити заходів щодо створення (модернізації) офіційних веб-сайтів з урахуванням вимог законодавства стосовно забезпечення доступу до них користувачів з вадами зору та слуху.*

**– Міська комплексна цільова програма «Молодь та спорт столиці» на 2019 – 2021 роки.**

**– Київська міська цільова програма контролю за утриманням домашніх тварин та регулювання чисельності безпритульних тварин гуманними методами на 2017 – 2019 роки**

*п. 3.1.1 Організація та проведення інформаційної, навчально-просвітницької роботи.*

**– Міська цільова програма Департаменту промисловості на 2019 – 2022 роки**

*п. 16.1. Створення та трансляція циклу щотижневої програми «Зроблено в Києві», спрямованих на підтримку столичного виробника;*

*п. 16.2. Інформаційна підтримка продукції київських товаровиробників та технології Індустрії 4.0 у м. Києві;*

*п. 16.3. Проведення прес-конференцій, радіопередач, спеціальних фоторепортажів, тематичних фотовиставок.*

**– Міська цільова програма розвитку територіальної підсистеми єдиної державної системи цивільного захисту міста Києва на 2017 – 2019 роки**

*п. 2.1.1 Розроблення макетів та випуск друкованої продукції (біг-борди, сіті-лайти, листівки, плакати, буклети, книги, пам'ятки тощо), а також аудіо і відеопродукції (аудіо та відеоролики соціальної реклами) щодо попередження пожеж та надзвичайних ситуацій для проведення навчання населення правилам безпеки життєдіяльності.*

**– Комплексна міська цільова програма «Столична культура: 2019 – 2021 роки**

*п. 4.1 Проведення конкурсу з відбору кращої креативної ідеї з метою отримання Києвом статусу ЮНЕСКО «Всесвітня столиця книги – 2022»;*

*п. 4.2 Інформаційно-просвітницька кампанія з питань просування читання та отримання Києвом статусу ЮНЕСКО «Всесвітня столиця книги – 2022»;*

*п. 4.3 Вивчення кращих європейських практик з популяризації читання.*

## Розшифровки до плану використання бюджетних коштів на 2020 рік



### Зведення показників по програмі розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва

Стаття	найменування	кількість	на рік
Оплата праці працівників	місяць	12	9 932 500
Відрахування на соціальні заходи	місяць	12	2 185 100
<b>Разом заробітна плата з нарахуваннями</b>		<b>x</b>	<b>12 117 600</b>
<b>Предмети, матеріали, обладнання та інвентар</b>	місяць (березень-квітень)	<b>2</b>	<b>249 400</b>
Оренда приміщення	місяць	12	656 700
Теплова енергія	місяць	6	187 200
Електроенергія	місяць	12	196 400
водопостачання та водовідведення	місяць	12	20 800
інші послуги (крім комунальних)	місяць	12	684 600
<b>Поточні видатки</b>		<b>x</b>	<b>1 745 700</b>
Інформаційно-комунікаційної кампанії з підвищення рівня обізнаності киян стосовно громадянської участі та можливостей партиципаторного бюджету	послуга	1	1 600 000
інформаційно-комунікативні кампанії	послуга	18	7 425 799
проведення прес-конференцій	послуга	51	400 000
Проведення моніторингу	послуга	150	267 500
<b>Разом інформаційно-комунікативні кампанії</b>			<b>9 693 299</b>
веб-портал сайту "Вечірній Київ"	послуга	5	1 380 000
<b>Всього витрат</b>	<b>2 098 833</b>	<b>12</b>	<b>25 186 000</b>

### Зведення показників по програмі «Сприяння розвитку громадянського суспільства у м. Києві»

Стаття	найменування	кількість	на рік
Оплата праці за договорами ЦПХ	місяць	12	3 342 000
Відрахування на соціальні заходи	місяць	12	735 200
<b>Разом заробітна плата з нарахуваннями</b>		<b>x</b>	<b>4 077 200</b>
Підготовка та проведення інформаційно-комунікативних кампаній	послуга	1	7 013 100
<b>Разом інформаційно-комунікативні кампанії</b>			<b>7 013 100</b>
<b>Всього витрат</b>	<b>924 192</b>	<b>12</b>	<b>11 090 300</b>



## Додатково



Придбання основних засобів			2 225 800
капітальний ремонт приміщення			18 000 000
<b>Разом додаткова потреба</b>			<b>20 225 800</b>