

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

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Порядок расчета	Источник данных	Периодичность представления
1	2	3	4	5	6
1.	Информирование населения в средствах массовой информации и социальных сетях	процент	<p>Информирование населения в средствах массовой информации и социальных сетях</p> $I = I_1 / I_2 \times 100$ , где: $I_1$ – объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период; $I_2$ – объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода. Базовое значение показателя рассчитывает для каждого муниципального образования индивидуально. $I(\dots) = V_{п+} + V_r + V_{тв} + V_{сн} + V_{сс}$ , где: $V_{п+}$ – объем информации в печатных СМИ; $V_r$ – объем информации на радио; $V_{тв}$ – объем информации на телевидение; $V_{сн}$ – объем информации в сетевых изданиях; $V_{сс}$ – объем информации в социальных сетях и мессенджерах. $V(p,r,tv,sn) = (M \times O \times k) / \Delta a \times ИЦ$ , где: $M$ – количество материалов (в печатных СМИ); количество часов (радио-, телепередач); количество материалов (в сетевых изданиях); количество постов (в социальных сетях); $O$ – охват (количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов (охват) радио, ТВ, среднее количество просмотров одного материала сетевого издания, среднее количество просмотров одного поста в социальных сетях); $k$ – коэффициент значимости; $\Delta a$ – целевая аудитория, количество совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области ( <a href="http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley">http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley</a> ); $ИЦ$ – индекс цитируемости, показатель качества распространения контента СМИ. Применяется к каждому СМИ персонально по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» (предоставляется каждый месяц). При $ИЦ \leq 1$ , соответствующему СМИ присваивается $ИЦ = 1$ . При расчёте объема информации в социальных сетях и мессенджерах индекс цитируемости меняется на вовлеченность $V(cc) = (M \times T) / \Delta a \times W$ , где: $W$ – вовлеченность, отношение среднего охвата 1 публикации к количеству подписчиков. Для Telegram-каналов источником данных является tgstat.ru. $A = B / C \times 100\%$ $C = X + Y + Z$ где: $A$ – незаконные рекламные конструкции по отношению к общему количеству на территории, в процентах; $B$ – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений; $C$ – общее количество рекламных конструкций на территории (сумма $X$ , $Y$ и $Z$ ); $X$ – количество рекламных конструкций в схеме, установленных с действующими разрешениями; $Y$ – количество рекламных конструкций вне схемы, установленных с действующими разрешениями; $Z$ – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений.	Формируются на основании результатов исполнения мероприятий муниципальной подпрограммы	Ежеквартально
2.	Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования	процент	<p> <math>A = B / C \times 100\%</math>  <math>C = X + Y + Z</math>                      где:  <math>A</math> – незаконные рекламные конструкции по отношению к общему количеству на территории, в процентах;  <math>B</math> – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений;  <math>C</math> – общее количество рекламных конструкций на территории (сумма <math>X</math>, <math>Y</math> и <math>Z</math>);  <math>X</math> – количество рекламных конструкций в схеме, установленных с действующими разрешениями;  <math>Y</math> – количество рекламных конструкций вне схемы, установленных с действующими разрешениями;  <math>Z</math> – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений.                 </p>	Формируются на основании результатов исполнения мероприятий муниципальной подпрограммы	Ежеквартально

3.	Количество участников мероприятий, направленных на укрепление общероссийского гражданского единства и этно-культурное развитие народов России	Человек	$I_4 = \sum_i N_i^{38}$ , где $I_4$ - численность участников мероприятий, направленных на укрепление общероссийского гражданского единства и этнокультурное развитие народов России; $N_i^{38}$ - количество участников в каждом проведенном мероприятии; $\sum_i$ - количество проведенных мероприятий	Формируется на основании данных по количеству участников всех мероприятий, направленных на укрепление общероссийского гражданского единства и этнокультурное развитие народов России	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет
4.	Количество участников мероприятий по сохранению и поддержке русского языка как государственного языка Российской Федерации»	Человек	$I_4 = \sum_i N_i^{38}$ , где $I_4$ - численность участников мероприятий по сохранению и поддержке русского языка как государственного языка Российской Федерации; $N_i^{38}$ - количество участников в каждом проведенном мероприятии	Формируется на основании данных по количеству участников всех мероприятий по сохранению и поддержке русского языка как государственного языка Российской Федерации	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет
5.	Количество участников мероприятий по социально-культурной адаптации и интеграции иностранных граждан в Московской области	Человек	$I_4 = \sum_i N_i^{38}$ , где $I_4$ - численность участников мероприятий по социально-культурной адаптации и интеграции иностранных граждан в Московской области; $N_i^{38}$ - количество участников в каждом проведенном мероприятии	Формируется на основании данных по количеству участников всех мероприятий по социально-культурной адаптации и интеграции иностранных граждан в Московской области	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет
6.	Количество участников мероприятий по развитию государственно-общественного партнерства в сфере государственной национальной политики Московской области	Человек	$I_4 = \sum_i N_i^{38}$ , где $I_4$ - численность участников мероприятий по развитию государственно-общественного партнерства в сфере государственной национальной политики Московской области; $N_i^{38}$ - количество участников в каждом проведенном мероприятии	Формируется на основании данных по количеству участников всех мероприятий по развитию государственно-общественного партнерства в сфере государственной национальной политики Московской области	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет
7.	Количество конфликтных ситуаций на межнациональной и межконфессиональной почве, связанных с проявлением экстремизма в Московской области	Еденица	$N_{км} = N_{по} + N_{см}$ , где: $N_{км}$ - количество конфликтных ситуаций на межнациональной почве, связанных с проявлением экстремизма в муниципальном образовании Московской области; $N_{по}$ - количество конфликтных ситуаций из информации, полученной от Главного управления МВД России по Московской области; $N_{см}$ - количество конфликтных ситуаций из данных государственной информационной системы мониторинга в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений и раннего предупреждения конфликтных ситуаций	Формируется на основании информации, полученной от Главного управления МВД России по Московской области и данных государственной системы мониторинга. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.10.2017 № 1312 «О государственной информационной системе мониторинга в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений и раннего предупреждения конфликтных ситуаций»	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет
8.	Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей городского округа Химки Московской области в рамках применения практик инициативного бюджетирования	шт	Расчет показателя производится на основании фактического количества реализованных проектов на конец года	Количество реализованных проектов Показатель рассчитывается по результатам конкурсного отбора проектов инициативного бюджетирования.	Ежеквартально
9.	Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, %	Процент	$F_{твор} = X_{твор} / X_{общее} \times 100\%$ где: $F_{твор}$ - доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность $X_{твор}$ - численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков $X_{общее}$ - численность молодежи в муниципальном образовании	Формируется на основании данных по количеству участников всех мероприятий городского округа по вовлечению молодежи в творческую деятельность	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет

10.	Количество трудоустроенных несовершеннолетних	человек	Количество трудоустроенных детей	Трудовые договоры с несовершеннолетними от с/п "Луч" АУ МЦ "Восход"	Ежеквартально
11.	Общая численность граждан Российской Федерации, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность, млн. чел.	млн.чел	$F_{\text{вол}} = \sum X_n$ где: $F_{\text{вол}}$ – общая численность граждан, вовлеченных в добровольческую (волонтерскую) деятельность, $X_n$ – количество участников мероприятия по добровольческой (волонтерской) деятельности. Для расчёта показателя учитывается возраст граждан, проживающих на территории муниципального образования Московской области, в возрасте от 7 (семи) лет и старше	Источником формирования данных для расчета значения показателя служит форма федерального статистического наблюдения № 1-молодежь «Сведения о сфере государственной молодежной политики», утвержденная приказом Федеральной службы государственной статистики от 05.08.2022 № 556 Методика расчета значения показателя утверждена приказом Федерального агентства по делам молодежи от 03.04.2020 № 101	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет

Форма 2

**Методика определения результатов выполнения мероприятий  
«Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»**

№ п/п	№ подпрограммы X	№ основного мероприятия YY	№ мероприятия ZZ	Наименование результата	Единица измерения	Порядок определения значений
1	2	3	4	5	6	7
1	01	01	01	информационный материал	штука	$M = X + Y + Z$ , Где: X – количество информационных материалов о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, размещенных в социальных сетях и мессенджерах в текущем отчетном году; Y – количество информационных материалов о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, распространенных путем e-mail-рассылок в текущем отчетном году; Z – количество информационных материалов о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, распространенных путем SMS-информирования в текущем отчетном году
2	01	01	02	информационный материал	штука	X – количество информационных материалов о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, размещенных в сети Интернет (сайты) в текущем отчетном году
3	01	01	03	телематериал	минута	Z – количество минут вещания телематериалов о социально-экономическом, культурном демографическом и политическом положении муниципального образования Московской области, органов местного самоуправления муниципального образования на телеканалах муниципального, регионального, федерального уровня в текущем отчетном году

4	01	01	04	радиоматериал	минута	Z – количество минут вещания радиоматериалов о социально-экономическом, культурном демографическом и политическом положении муниципального образования Московской области, органов местного самоуправления муниципального образования на радиостанциях муниципального, регионального, федерального уровня в текущем отчетном году
5	01	01	05	печатная продукция. Печатный лист	штука	$Z = O + M + B$ , где: Z – количество печатных листов, изданных и распространенных в текущем отчетном году O – количество печатных листов, о деятельности органов местного самоуправления Московской области, вышедших в областных печатных СМИ, M – количество печатных листов, о деятельности органов местного самоуправления Московской области, вышедших в муниципальных печатных СМИ, B – количество печатных листов, с обнародованием НПА и официальной информацией муниципального образования Московской области
6	01	01	06	аналитический отчет	штука	X – количество аналитических отчетов об уровне информированности населения муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления, сформированных в результате проведение исследований медиа аудитории СМИ на территории муниципального образования в текущем отчетном году
7	01	01	07	печатная продукция	штука	Z - количество печатных листов тематической печатной продукции для муниципального образования, изданной в текущем отчетном году.
8	01	07	01	рекламная конструкция	единица	X – количество демонтированных незаконных рекламных конструкций на территории муниципального образования Московской области в текущем отчетном году
9	01	07	02	мероприятие, которому обеспечено праздничное/тематическое оформление	единица	X – количество мероприятий, которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования Московской области в текущем отчетном году
10	01	07	03	рекламно-информационная кампания	единица	$Z = \sum X_{кв}$ , где: Z - количество тематических информационных кампаний, охваченных социальной рекламой на рекламных носителях наружной рекламы на территории муниципального образования Московской области; X <sub>кв</sub> - тематические информационные кампании, сформированные на основании перечня и количества тематических информационных кампаний, проведенных в квартале текущего отчетного года
11	02	02	01	Муниципальное мероприятие по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России.	Единица	$N_m = N_{уг} + N_{эр}$ , где: N <sub>m</sub> – общее количество мероприятий по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России в текущем отчетном году; N <sub>уг</sub> – количество мероприятий по укреплению общероссийского гражданского единства; N <sub>эр</sub> – количество мероприятий по этнокультурному развитию народов России

12	02	02	02	Муниципальное мероприятие по сохранению и поддержке русского языка как государственного языка Российской Федерации	Единица	Нря – общее количество мероприятий по сохранению и поддержке русского языка как государственного языка Российской Федерации в текущем отчетном году
13	02	02	03	Муниципальное мероприятие по социально-культурной адаптации и интеграции иностранных граждан в Московской области	Единица	Нмса – общее количество мероприятий по социально-культурной адаптации и интеграции иностранных граждан в городском округе Московской области в текущем отчетном году
14	02	02	04	Муниципальное мероприятие по развитию государственно-общественного партнерства в сфере государственной национальной политики Московской области.	Единица	Нмгп – общее количество мероприятий по развитию государственно-общественного партнерства в сфере государственной национальной политики Московской области в текущем отчетном году
15	02	02	05	Муниципальное мероприятие по профилактике экстремизма на национальной и религиозной почве.	Единица	Нмпэ – общее количество мероприятий по профилактике экстремизма на национальной и религиозной почве в текущем отчетном году
16	03	02	01	Проекты, реализованные на основании заявок жителей Московской области в рамках применения практик инициативного бюджетирования.	штука	Расчет показателя производится на основании фактического количества реализованных проектов на конец года
17	04	01	01	Муниципальное мероприятие по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию молодежи	Единица	Нм – общее количество муниципальных мероприятий по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию молодежи в текущем отчетном году
18	04	02	01	Муниципальное мероприятие по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом специалистов	Единица	$N_o = N_y + N_{op}$ , где: $N_o$ – общее количество муниципальных мероприятий, по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом специалистов в текущем отчетном году; $N_y$ – количество муниципальных мероприятий по обучению, переобучению, повышению квалификации; $N_{op}$ – количество муниципальных мероприятий по обмену опытом специалистов
19	04	02	02	Муниципальное мероприятие по обеспечению занятости несовершеннолетних	Единица	$N_3$ – общее количество муниципальных мероприятий по обеспечению занятости несовершеннолетних в текущем отчетном году
20	05	01	01	Муниципальное мероприятие, направленное на популяризацию добровольчества (волонтерства)	Единица	$N_{пд} = N_d + N_c$ , где: $N$ – общее количество муниципальных мероприятий (акций) в текущем отчетном году; $N_d$ – мероприятий для руководителей добровольческих (волонтерских) организаций и добровольцев (волонтеров) городского округа Московской области; $N_c$ – социальные акции с участием добровольцев (волонтеров) городского округа Московской области (далее – Акции), проводимые для жителей городского округа Московской области и с их участием