

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

№ п/п	Наименование показателя реализации мероприятий подпрограммы	Единица измерения	Методика расчета показателя	Источники данных	Периодичность представления
1	2	3	4	5	6

Подпрограмма I "Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание доступной современной медиасреды"

1.1.	Информирование населения в средствах массовой информации	Процент	$I = \frac{I_t}{I_b} \times 100$ <p>где:</p> <p>I_t - объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период;</p> <p>I_b - объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода.</p> $I(\dots) = V_{\Pi} + V_{\text{P}} + V_{\text{ТВ}} + V_{\text{СИ}}$ <p>где:</p> <p>V_{Π} - печатных СМИ;</p> <p>V_{P} - радио;</p> <p>$V_{\text{ТВ}}$ - телевидения;</p> <p>$V_{\text{СИ}}$ - сетевых изданий.</p> $V_{(\dots)} = \frac{C \times I_{\text{об}} \times K}{\text{Ца}} * \text{ИЦ}$ <p>где:</p> <p>C - количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, среднее количество просмотров одного материала сетевого издания;</p> <p>$I_{\text{мо}}$ –объем информации муниципального образования (количество материалов в печатных СМИ (не более четырех материалов на полосе формата А3); количество часов радио-, телепередач, количество материалов, опубликованных в сетевых изданиях);</p> <p>k - коэффициент значимости</p> <p>Ца – целевая аудитория, количество совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области (http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislenost-izbirateley).</p> <p>ИЦ – индекс цитируемости, показатель качества распространения контента СМИ. Применяется к каждому СМИ персонально по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медialogия» (предоставляется каждый месяц). При ИЦ ≤ 1, соответствующему СМИ присваивается ИЦ=1.</p> <p>1. Коэффициент значимости печатных СМИ – 0,5</p> <p>– при отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05.</p> <p>2. Коэффициент значимости радио – 0,5 (max)</p> <p>– кабельное вещание/РТV–0,1</p> <p>– ФМ – 0,2</p> <p>– он-лайн интернет вещание – 0,1</p> <p>– городское радио** – 0,05</p> <p>– вещание в ТЦ – 0,05.</p>	В соответствии с заключенными муниципальными контрактами с Администрацией городского округа Химки	ежеквартально
------	--	---------	--	---	---------------

		<p>3. Коэффициенты значимости телевидение – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов)</p> <ul style="list-style-type: none"> – кабельное /РТV вещание – 0,1 – спутниковое вещание – 0,2 – он-лайн интернет вещание – 0,1 – наличие/соотв. критериям «22» («21») кнопки– 0,1. <p>4. Коэффициент значимости сетевые СМИ – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов)</p> <ul style="list-style-type: none"> – посещаемость более 20% целевой аудитории – 0,2 – посещаемость от 10% до 20 % от целевой аудитории– 0,1 – посещаемость менее 10% от целевой аудитории – 0,05 – наличие счетчика просмотров к каждой публикации – 0,1 – наличие обратной связи – 0,2. <p>Для участия в рейтинге принимается только новостной контент, опубликованный в сетевых изданиях (НПА не учитываются).</p> <p>Целевое значение показателя устанавливается каждому муниципальному образованию.</p> <p>Источником информации являются данные Муниципальных образований Московской области и Главного управления по информационной политике Московской области.</p> <p>Обязательным условием для каждого вида СМИ является его присутствие в системе мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» для ежеквартальной проверки на соответствие отчетного контента муниципальной повестке.</p> <p>* Количество повторов произведенного контента не должно превышать 100%</p> <p>* Радиовещание через громкоговорители, установленные в местах массового пребывания людей. Например: парках, городских площадях, остановках общественного транспорта, железнодорожных станциях и пр.</p>		
		<p>A – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (балл)</p> <p>Показатель направлен на повышение информированности населения в социальных сетях.</p> <p>При достижении значения показателя A 8 баллов и выше – муниципальному образованию присваивается 1 место, динамика не считается.</p> $A = A_1 * 0,267 + A_2 * 4,$ <p>где 0,267 и 4 – коэффициенты, уравнивающие вес показателей;</p> <p>A_1 - показатель вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл). Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом.</p>		

			<p style="text-align: center;">$A_1 = A_{(иг.глав)} + A_{(адм.)}$</p> <p>$A_{(иг.глав)}$ – показатель активности и актуальности официальных аккаунтов глав муниципалитетов в социальной сети (Инстаграм), (балл);</p> <p>$A_{(адм.)}$ - показатель открытости и качества ведения официальных аккаунтов и страниц администрации муниципального образования в социальных сетях + все страницы глав, (балл);</p> <p>$A_{(иг.глав)} = k_1 + k_2 + k_3 + k_4 + k_5 + k_6 + k_7 + k_8 + k_9 + k_{10} + k_{11}$, где</p> <p>$k_1$– коэффициент количества постов в неделю (min 14 постов/неделя), (1 балл);</p> <p>k_2– коэффициент среднего количества комментариев под одним постом (min 10 ком./пост), (1 балл);</p> <p>k_3– коэффициент наполняемости аккаунта главы (min 7 оригинальных постов/неделя), (1 балл);</p> <p>k_4– коэффициент открытости комментариев (min 48 часов), (1 балл);</p> <p>k_5– коэффициент наличия актуальной (горячей) темы в аккаунте главы (да/нет в неделю), (1 балл);</p> <p>k_6– коэффициент качества ответов на обращения жителей в аккаунте главы (100% кач. ответов), (1 балл);</p> <p>k_7– коэффициент личного участия главы в мероприятиях (min 3 поста/неделя), (1 балл);</p> <p>k_8– коэффициент наличия постов «было/стало/лучше чем» (min 1 пост/неделя), (1 балл);</p> <p>k_9– коэффициент наличия постов с историческими хрониками (min 1 пост/неделя), (1 балл);</p> <p>k_{10}– коэффициент наличия постов по Национальным проектам Президента РФ (не менее 2 постов в неделю – 1 оригинальный пост, 1 репост), (1балл)</p> <p>k_{11}– коэффициент качества и актуальности фото- и видеоматериалов (1 балл).</p> <p>Где: $k_{min} = 0; k_{max} = 1$.</p> <p>$A_{адм.}$ - показатель вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл). Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом.</p> <p>где:</p> <p>k_1 – коэффициент подписчиков, (1 балл);</p> <p>k_2 – коэффициент просмотров публикаций, (1 балл);</p> <p>k_3 – коэффициент реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, (1 балл);</p> <p>k_4 – коэффициент количества публикаций, (1 балл);</p>		
--	--	--	---	--	--

1.2.	Уровень информированности населения в социальных сетях	Балл.	$k_1 = AR / AR_{цел}$	С помощью информационной системы обработки негативных сообщений "Инцидент. Менеджмент"	ежеквартально
			где: AR – фактическое число не уникальных подписчиков в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях на последний день отчетного периода; AR_цел – целевое число не уникальных подписчиков (31% от числа совершеннолетних жителей, проживающих в муниципальном образовании Московской области по данным избирательной комиссии);		
			$k_2 = \sum_{просм} / (AR_{цел} * 40 * N_{мес})$		
			где: $\sum_{просм}$ – фактическое число не уникальных просмотров публикаций в официальных аккаунтах главы и администрации муниципального образования за отчетный период; 40 – целевое число публикаций, которые смотрит каждый подписчик за месяц; $N_{мес}$ – число месяцев в отчетном периоде, (ед.);		
			$k_3 = SI / (AR_{цел} * 2.6 * N_{мес})$		
			где: SI – фактическое число реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, размещенные в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 2.6 – целевое число реакций на публикации, которые оставляет каждый подписчик за месяц.		
			$k_4 = N_{пост} / 480 * N_{мес}$		
			где: $N_{пост}$ - число публикаций в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 480 – целевое число публикаций за месяц;		
			Если $k_1, k_2, k_3, k_4 \geq 1$, то $k_1, k_2, k_3, k_4 = 1$		
			Где $k_{min} = 0$; $k_{max} = 1$.		
			Целевой ежеквартальный прирост показателя ARцел составляет 1,5% к значению показателя за 4 квартал предшествующего периода.		
			A_2 - коэффициент отработки негативных сообщений (комментариев, жалоб, вопросов) в социальных сетях администраций муниципальных образований Московской области через информационную систему обработки негативных сообщений Инцидент менеджмент (балл). Расчет показателя осуществляется ежемесячно, показатель за отчетный период считается как среднее арифметическое показателей за число месяцев, входящих в отчетный период.		
$A_2 = \frac{N_{отр}}{N_{назн}} * k_{об}$					
где: $N_{отр}$ – общее количество сообщений, качественно и своевременно обработанных муниципальным образованием через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц. Качество проверяется 10% ответов от общей суммы назначенных инцидентов. При выявлении некачественного ответа, инцидент засчитывается как просрочка; $N_{назн}$ – общее количество сообщений, назначенных для отработки муниципальному образованию через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц; $k_{об}$ - коэффициент объема отработки негативных сообщений при поступлении более 350 сообщений через ИС «Инцидент. Менеджмент» и своевременной отработке каждого из них;					
Если $\frac{N_{отр}}{N_{назн}} = 1$ и $N_{отр} \geq 350$, $k_{об} = 1, 2$					
При предоставлении недостоверных данных муниципальному образованию присваивается последнее место в рейтинге.					

1.3.	Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования	Процент	$A = \frac{B}{C} * 100\%$	В соответствии с Схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной Правительством Московской области и реестром выданными разрешениями на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа Химки	ежеквартально
			$C = X + Y + Z$		
			где: А – незаконные рекламные конструкции по отношению к общему количеству на территории, в процентах; В – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений; С – 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.		
1.4.	Наличие задолженности в муниципальный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций (Вместо показателя "Снижение неналоговой задолженности в консолидированный бюджет Московской области (в части задолженности по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций)")	Процент	$З_{рк} = \frac{З_1 - З_2}{П_{рк}} * 100\%$	В соответствии с заключенными договорами с Администрацией городского округа Химки	ежеквартально
			где: З _{рк} – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций по отношению к общей сумме плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в процентах З ₁ – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), в млн. руб. З ₂ – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), по которой приняты или ведутся следующие меры по взысканию, в млн. рублей,: 1. рассматривается дело о несостоятельности (банкротстве); 2. рассматривается дело о взыскании задолженности в судебном порядке; 3. вступил в законную силу судебный акт (постановление), принятый в пользу муниципального образования; 4. получен исполнительный документ; 5. исполнительный документ направлен для принудительного исполнения в Федеральную службу судебных приставов; 6. возбуждено исполнительное производство; 7. исполнительное производство окончено ввиду невозможности установить местонахождение должника и его имущества. П _{рк} – сумма плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в млн. руб.		
Подпрограмма II "Мир и согласие. Новые возможности"					
2.1.	Доля проведенных мероприятий, направленных на проведение мероприятий по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России	Процент	Дм= Вып/М * 100%, где: Дм – доля проведенных мероприятий по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России от общего числа запланированных Вып. – количество выполненных мероприятий; М – общее количество запланированных мероприятий	Формируется на основании данных по количеству проведенных мероприятий по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России	ежеквартально
2.2.	Доля граждан, положительно оценивающих состояние межнациональных отношений	Процент	ДМНО = НМОУ / НМО x 100, где: НМОУ - количество положительных оценок состояния межнациональных отношений в ходе проведения социологического опроса; НМО - общее число опрошенных в Московской области в ходе проведения социологического опроса	Формируется на основании данных социологических опросов, проведенных исполнителями мероприятий подпрограммы	ежеквартально

2.3.	Доля граждан, положительно оценивающих состояние межконфессиональных отношений	Процент	ДМНО = НМОУ / НМО × 100, где: НМОУ - количество положительных оценок состояния межконфессиональных отношений в ходе проведения социологического опроса; НМО - общее число опрошенных в Московской области в ходе проведения социологического опроса	Формируется на основании данных социологических опросов, проведенных исполнителями мероприятий подпрограммы	ежеквартально
2.4.	Доля проведенных мероприятий в образовательных учреждениях, направленных на формирование у подрастающего поколения толерантного отношения к представителям других национальностей и конфессий	Процент	Дм= Вып/М * 100%, где: Дм – доля проведенных мероприятий в образовательных учреждениях, направленных на формирование у подрастающего поколения толерантного отношения к представителям других национальностей и конфессий, от общего числа запланированных Вып. – количество выполненных мероприятий; М – общее количество запланированных мероприятий	Формируется на основании данных по количеству проведенных всех мероприятий в образовательных учреждениях, направленных на формирование у подрастающего поколения толерантного отношения к представителям других национальностей и конфессий	ежеквартально
2.5.	Доля проведенных мероприятий, направленных на ускорение социальной адаптации в русскоговорящей среде приезжих представителей других национальностей	Процент	Дм= Вып/М * 100%, где: Дм – доля проведенных мероприятий, направленных на ускорение социальной адаптации в русскоговорящей среде приезжих представителей других национальностей, от общего числа запланированных Вып. – количество выполненных мероприятий; М – общее количество запланированных мероприятий	Формируется на основании данных по количеству проведенных всех мероприятий, направленных на ускорение социальной адаптации в русскоговорящей среде приезжих представителей других национальностей	ежеквартально
2.6.	Доля проведенных мероприятий, направленных на профилактику этнического и религиозного экстремизма	Процент	Дм= Вып/М * 100%, где: Дм – Доля проведенных мероприятий, направленных на профилактику этнического и религиозного экстремизма, от общего числа запланированных Вып. – количество выполненных мероприятий; М – общее количество запланированных мероприятий	Формируется на основании данных по количеству проведенных всех мероприятий, направленных на профилактику этнического и религиозного экстремизма	ежеквартально
Подпрограмма III "Эффективное местное самоуправление Московской области"					
3.1	Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей городского округа Химки Московской области в рамках применения практик инициативного бюджетирования	шт	В соответствии с государственной программой Московской области «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в московской области, утвержденной постановлением Правительства Московской области от 25.10.2016 № 796/39. 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
Подпрограмма IV "Молодежь Подмосковья"					
4.1.	Общая численность граждан, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность	млн.чел.	где $F_{\text{вол}} = X_{\text{общее}} - X_{\text{вол}}$ Fвол — количество граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность Xвол - численность граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность, Xобщее - численность населения в муниципальном образовании. Для расчёта показателя учитывается возраст граждан, проживающих на территории муниципального образования, в возрасте от 7 (семи) лет и старше	Межведомственная статистика, аналитический отчет	10.04 - 1 квартал 10.07 - 2 квартал 10.10 - 3 квартал 12.12 - 4 квартал 10.02 - годовой отчет

4.2.	Увеличение количества молодых граждан, принявших участие в мероприятиях, направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, в том числе через формирование российской идентичности, традиционных семейных ценностей, популяризацию культуры безопасности в молодежной среде и социализацию молодежи, нуждающейся в особой заботе государства	процент	где: $E = \frac{He}{H} \times 100$	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий отдела по работе с молодежью Управления физической культуры, спорта и молодежной политики Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
			E – доля молодых граждан, принявших участие в мероприятиях по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию;		
			He – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принявшей участие в мероприятиях по гражданско-патриотическому и духовно-нравственному воспитанию в городском округе Химки;		
			H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки.		
4.3.	Доля мероприятий с участием молодых граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, нуждающихся в особой заботе государства, к общему числу мероприятий	Процент	$T = \frac{Ct}{C} \times 100\%$, где:	1) Данные от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные из Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав	Ежеквартально
			T - Доля мероприятий с участием молодых граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации;		
			Ct – число мероприятий, в которых приняли участие молодые граждане, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, проводимых в рамках подпрограммы «Молодежь городского округа Химки» в городском округе Химки;		
C – число мероприятий, проводимых в рамках подпрограммы «Молодежь городского округа Химки» в городском округе Химки.					
4.4.	Увеличение вовлеченности молодых граждан в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность	Процент	L=N/H*100%, где:	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные о численности молодежных общественных организаций, волонтерских движений и корпусов, советах молодых работников предприятий, студенческих советах.	Ежеквартально
			L - Увеличение вовлеченности молодых граждан в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность		
			H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, вовлеченной в работу молодежных общественных организаций и добровольческую (волонтерскую) деятельность;		
H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки.					
4.5.	Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни	процент	$Z = \frac{Hz}{H} \times 100\%$, где:	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
			Z – доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни;		
			H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принимающей участие в мероприятиях, направленных на формирование здорового образа жизни, в городском округе Химки;		
H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки					

4.6.	Увеличение количества молодых граждан, реализующих трудовой и творческий потенциал, через вовлечение молодежи в инновационную деятельность, научно-техническое творчество, поддержку молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства	процент	$E = \frac{He}{H} \times 100 \%, \text{ где:}$	1) Данные о количестве молодежи от отдела государственной статистики в городе Химки 2) Данные об участниках мероприятий Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
			Е – доля молодых граждан, реализующих трудовой и творческий потенциал, через вовлечение молодежи в инновационную деятельность, научно-техническое творчество, поддержку молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства;		
			He – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принимающей участие в мероприятиях, направленных на поддержку талантливой молодежи, молодежных социально значимых проектов и инициатив, в городском округе Химки;		
			H – численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки		
4.7.	Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность	процент	где $F_{теор} = \frac{X_{теор}}{X_{общее}} * 100\%$ Fтвор - доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность Хтвор-численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков Хобщее - численность молодежи в муниципальном образовании	Межведомственная статистика, аналитический отчет	10.04 - 1 квартал 10.07 - 2 квартал 10.10 - 3 квартал 12.12 - 4 квартал 10.02 - годовой отчет
4.8.	Доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях, к общему числу молодых граждан	процент	$M = \frac{Hm}{H} \times 100\% \text{ , где:}$	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки	Ежеквартально
			M- доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных мероприятиях, к общему числу молодых граждан в городском округе Химки;		
			Hm – число молодых граждан, принявших участие в международных и межрегиональных и межмуниципальных мероприятиях		
			H - численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, проживающей на территории городского округа Химки		
4.9.	Количество трудоустроенных несовершеннолетних	человек	Количество трудоустроенных детей	Трудовые договоры с несовершеннолетними от с/п "Луч" АУ МЦ "Восход"	Ежеквартально
4.10.	Увеличение процента охвата специалистов, занятых в сфере молодежной политики, обучающими мероприятиями	процент	$O = \frac{Ro}{R} \times 100\% \text{ , где:}$	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
			O – доля специалистов, занятых в сфере молодежной политики, обучающими мероприятиями;		
			Ro – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики в городском округе Химки, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом;		
			R – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики, в городском округе Химки.		

4.11.	Доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом, к общему числу специалистов, занятых в сфере работы с молодежью	процент	$K = R_o/R \times 100\%$, где: K - Доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом, к общему числу специалистов, занятых в сфере работы с молодежью R _o – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики в городском округе Химки, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом; R – число специалистов, работающих в сфере молодежной политики, в городском округе Химки.	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
4.12.	Численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования (показатель реализуется накопительным итогом)	процент	$F_{\text{вовл}} = X_{\text{стат50-6}} + X_{\text{стат50-7}} + X_{\text{стат50-8}}$ где F _{вовл} - численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования X _{стат50-6} - численность обучающихся 1-11 классов, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе общеобразовательных организаций, млн человек (значение столбца 6 строки 50 таблицы Раздела 4 Статистики по молодежной политике); X _{стат50-7} - численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе профессиональных образовательных организаций, млн человек (значение столбца 7 строки 50 таблицы Раздела 4 Статистики по молодежной политике); X _{стат50-8} - численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций высшего образования, млн человек (значение столбца 8 строки 50 таблицы Раздела 4 Статистики по молодежной политике).	1) Данные Управления социальных коммуникаций Администрации городского округа Химки 2) Данные ГУСК Московской области	Ежеквартально
Подпрограмма V "Обеспечивающая подпрограмма"					
1	Проведение переписи населения	да/нет	Показатель считается исполненным после проведения Всероссийской переписи населения	Данные Администрации городского округа Химки	1 раз в год
Подпрограмма VII "Развитие добровольчества (волонтерства) в Московской области"					
1	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)	чел.	$F_{\text{вол}} = \sum X_n$ где F _{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	Межведомственная статистика, аналитический отчет	10.04 - 1 квартал 10.07 - 2 квартал 10.10 - 3 квартал 12.12 - 4 квартал 10.02 - годовой отчет