

Звіт
про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету за 2025 рік

1.	3200000 (код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)	Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) (найменування головного розпорядника коштів місцевого бюджету)			41348526 (код за ЄДРПОУ)
2.	320000 (код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)	Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) (найменування відповідального виконавця)			41348526 (код за ЄДРПОУ)
3.	3210160 (код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)	0160 (код Типової програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)	0111 (код Функціональної класифікації видатків та кредитування бюджету)	Керівництво і управління у сфері реклами у місті Києві (найменування бюджетної програми згідно з Типовою програмною класифікацією видатків та кредитування місцевого бюджету)	2600000000 (код бюджету)

4. Цілі державної політики, на досягнення яких спрямовано реалізацію бюджетної програми

№ з/п	Ціль державної політики
1	Забезпечення регулювання діяльності та здійснення контролю в межах визначених законодавством повноважень за додержанням вимог щодо розміщення зовнішньої реклами

5. Мета бюджетної програми

Керівництво і управління у сфері реклами у місті Києві.

6. Завдання бюджетної програми

№ з/п	Завдання
1	Забезпечення виконання наданих законодавством повноважень
2	Забезпечення збереження енергоресурсів.

7. Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою:

7.1. Аналіз розділу «Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою»

№ з/п	Напрями використання бюджетних коштів *	гривень								
		Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Усього	27 157 208,00	136 000,00	27 293 208,00	25 185 205,64	129 998,00	25 315 203,64	-1 972 002,36	-6 002,00	-1 978 004,36
1	Забезпечення виконання наданих законодавством повноважень	26 652 271,00	136 000,00	26 788 271,00	24 737 161,34	129 998,00	24 867 159,34	-1 915 109,66	-6 002,00	-1 921 111,66
2	Забезпечення збереження енергоресурсів.	504 937,00		504 937,00	448 044,30		448 044,30	-56 892,70		-56 892,70

7.2. Пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми**

№ з/п	Пояснення
1	Відхилення обсягів касових видатків від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми, пояснюється економією видатків на заробітну плату та нарахувань на оплату праці (в тому числі у зв'язку з наявними вакансіями), незначною економією коштів за результатами здійснення публічних закупівель товарів, послуг з дотриманням принципів максимальної економії та ефективності в межах затверджених бюджетних асигнувань, та економією видатків на сплату судового збору (пов'язано з поверненнями судового збору рекламозрозповсюджувачами в результаті проведеної позовної роботи на реєстраційний рахунок Управління).
2	Розбіжність пояснюється економним споживанням енергоресурсів та пізнім включенням і раннім вимкненням теплопостачання в опалювальний період. Також, виникла економія бюджетних коштів з витрат на оплату електроенергії за рахунок екстрених (аварійних) та стабілізаційних відключень електроенергії, спричинених наслідками ворожих обстрілів об'єктів енергетичної інфраструктури України.

8. Видатки (надані кредити з бюджету) на реалізацію місцевих/регіональних програм, які виконуються в межах бюджетної програми

гривень

№ з/п	Найменування місцевої/регіональної програми	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

9. Результативні показники бюджетної програми та аналіз їх виконання:

9.1. Аналіз показників бюджетної програми

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Джерело інформації	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Фактичні результативні показники, досягнуті за рахунок касових видатків (наданих кредитів з бюджету)			Відхилення		
				загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	затрат											
1.1	кількість штатних одиниць	од.	штатний розпис	44		44	39		39		-5	-5
1.2	витрати на матеріально-технічне забезпечення (предмети, матеріали, обладнання та інвентар)	грн.	Звітність установ	310 577		310 577	307 303,74		307 303,74		-3 273,26	-3 273,26
1.3	витрати на оновлення матеріально-технічної бази (придбання обладнання і предметів довгострокового користування)	грн.	Звітність установ		136 000	136 000		129 998	129 998		-6 002	-6 002
1.4	витрати на оплату праці і нарахування на заробітну плату	грн.	штатний розпис	25 110 267		25 110 267	23 336 489,47		23 336 489,47		-1 773 777,53	-1 773 777,53
1.5	інші видатки, які мають постійний характер в бюджетних періодах	грн.	Звітність установ	964 427		964 427	856 737,5		856 737,5		-107 689,5	-107 689,5
1.6	інші видатки, які не мають постійного характеру в бюджетних періодах	грн.	Звітність установ	267 000		267 000	236 630,63		236 630,63		-30 369,37	-30 369,37
1.7	Витрати на комунальні послуги та енергоносії всього, з них на оплату:	грн.	Звітність установ	504 937		504 937	448 044,3		448 044,3		-56 892,7	-56 892,7
1.8	теплопостачання	грн.	Звітність установ	153 313		153 313	123 345,3		123 345,3		-29 967,7	-29 967,7
1.9	водопостачання	грн.	Звітність установ	12 724		12 724	12 035,63		12 035,63		-688,37	-688,37
1.10	електроенергії	грн.	Звітність установ	323 300		323 300	299 702,17		299 702,17		-23 597,83	-23 597,83
1.11	Оплата інших енергоносіїв та ін ком послуг	грн.	Звітність установ	15 600		15 600	12 961,2		12 961,2		-2 638,8	-2 638,8
1.12	загальна площа приміщень	кв. м.	Звітність установ	351,400		351,400	351,400		351,400			
1.13	опалювальна площа приміщень	кв. м.	Звітність установ	351,400		351,400	351,400		351,400			
2	продукту											
2.1	кількість виданих розпорядчих актів	од.	Звітність установ	2 000		2 000	2 305		2 305	305		305
2.2	кількість наданих публічних послуг, у тому числі адміністративних	од.	Звітність установ	15 500		15 500	15 521		15 521	21		21
2.3	кількість фізичних та юридичних осіб, які отримали публічні послуги, у тому числі адміністративні	од.	Звітність установ	1 250		1 250	2 520		2 520	1 270		1 270
2.4	кількість листів, звернень тощо	од.	Звітність установ	4 000		4 000	8 211		8 211	4 211		4 211
2.5	обсяг споживання енергоресурсів, натуральні одиниці, в тому числі:	од.	Звітність установ									
2.6	Теплопостачання	тис.Гкал	Звітність установ	0,04		0,04	0,028		0,028	-0,012		-0,012
2.7	Водопостачання	тис.куб.м	Звітність установ	0,533		0,533	0,486		0,486	-0,047		-0,047
2.8	Електроенергії	тис.кВт.год	Звітність установ	74		74	37,799		37,799	-36,201		-36,201
3	ефективності											
3.1	кількість виданих розпорядчих актів на одного працівника	од.	Розрахунок	45		45	59		59	14		14
3.2	кількість виконаних листів, звернень, заяв тощо на одного працівника	од.	Розрахунок	91		91	211		211	120		120
3.3	середні витрати на оплату праці і нарахування на заробітну плату однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок	570 688		570 688	598 371,52		598 371,52	27 683,52		27 683,52

3.4	середні витрати на забезпечення інших видатків, які мають постійний характер в бюджетних періодах, однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок	21 919	21 919	21 967,63	21 967,63	48,63	48,63
3.5	середні витрати на забезпечення матеріально-технічними ресурсами однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок	7 059	7 059	7 879,58	7 879,58	820,58	820,58
3.6	середні витрати на оновлення матеріально-технічної бази однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок		3 091		3 333,28		242,28
3.7	середні витрати на забезпечення інших видатків, які не мають постійного характеру в бюджетних періодах, однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок	6 068	6 068	6 067,45	6 067,45	-0,55	-0,55
3.8	Середнє споживання комунальних послуг та енергоносіїв в тому числі:		Розрахунок						
3.9	теплостачання	Гкал на 1 кв.м опал.п площі	Розрахунок	0,1138	0,1138	0,0797	0,0797	-0,0341	-0,0341
3.10	водопостачання	куб.м на 1 кв.м заг.площі	Розрахунок	1,5168	1,5168	1,383	1,383	-0,1338	-0,1338
3.11	електроенергії	Квт.год на 1 кв.м заг.площі	Розрахунок	210,5862	210,5862	107,5669	107,5669	-103,0193	-103,0193
3.12	Середні витрати на оплату комунальних послуг та енергоносіїв однієї штатної одиниці	грн.	Розрахунок	11 476	11 476	11 488,32	11 488,32	12,32	12,32
4	якості								
4.1	питома вага наданих публічних послуг, у тому числі адміністративних, згідно з владними повноваженнями до загальної кількості населення адміністративно-територіальної одиниці	відс.	Розрахунок	100	100	100,14	100,14	0,14	0,14
4.2	Річна економія витрачання енергоресурсів в натуральному виразі:	відс.	Розрахунок	1	1			-1	-1
4.3	Теплостачання	відс.	Розрахунок	1	1	30,1	30,1	29,1	29,1
4.4	Водопостачання	відс.	Розрахунок	1	1	8,83	8,83	7,83	7,83
4.5	Електроенергії	відс.	Розрахунок	1	1	48,92	48,92	47,92	47,92
4.6	Обсяг річної економії бюджетних коштів, отриманої від проведення заходів, що приводять до збереження та економії енергоресурсів(води, тепла, електроенергії тощо) всього	грн.	Розрахунок	5 049	5 049	56 892,7	56 892,7	51 843,7	51 843,7

9.2. Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками****

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками						
1	2	3	4						
1	затрат								
1.2	витрати на матеріально-технічне забезпечення (предмети, матеріали, обладнання та інвентар)	грн.	Публічні закупівлі товарів здійснювалися з дотриманням принципів максимальної економії та ефективності в межах затверджених бюджетних асигнувань.						
1.3	витрати на оновлення матеріально-технічної бази (придбання обладнання і предметів довгострокового користування)	грн.	Розбіжність пояснюється тим, що за результатами проведення відкритих торгів із закупівлі персональних комп'ютерів виникла незначна економія бюджетних коштів.						
1.4	витрати на оплату праці і нарахування на заробітну плату	грн.	Розбіжність виникла за рахунок економії видатків на заробітну плату та нарахувань на оплату праці (в тому числі у зв'язку з наявними вакансіями)						
1.5	інші видатки, які мають постійний характер в бюджетних періодах	грн.	Публічні закупівлі товарів здійснювалися з дотриманням принципів максимальної економії та ефективності в межах затверджених бюджетних асигнувань.						
1.6	інші видатки, які не мають постійного характеру в бюджетних періодах	грн.	Розбіжність пояснюється тим, що протягом бюджетного періоду рекламозповсюджені повертали судовий збір на реєстраційний рахунок Управління за результатами проведеної позовної роботи.						

1.7	Витрати на комунальні послуги та енергоносії всього, з них на оплату:	грн.	Розбіжність пояснюється економним споживанням енергоресурсів та пізнім включенням і раннім вимкненням тепlopостачання в опалювальний період. Також, виникла економія бюджетних коштів з витрат на оплату електроенергії за рахунок екстрених (аварійних) та стабілізаційних відключень електроенергії, спричинених наслідками ворожих обстрілів об'єктів енергетичної інфраструктури України.
1.8	тепlopостачання	грн.	Розбіжність пояснюється пізнім включенням і раннім вимкненням тепlopостачання в опалювальний період.
1.9	водопостачання	грн.	Розбіжність пояснюється економним споживанням енергоресурсів
1.10	електроенергії	грн.	Розбіжність пояснюється введенням екстрених (аварійних) та стабілізаційних відключень електроенергії, спричинених наслідками ворожих обстрілів об'єктів енергетичної інфраструктури України.
2	продукту		
3	ефективності		
3.7	середні витрати на забезпечення інших видатків, які не мають постійного характеру в бюджетних періодах, однієї штатної одиниці	грн.	Розраховано на підставі показника затрат
4	якості		

9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

Бюджетна програма виконана, відхилення фактичних показників від запланованих пояснені за кожним напрямом використання бюджетних коштів, бюджетна програма є актуальною для подальшої реалізації.

10. Узагальнений висновок про виконання бюджетної програми.

За підсумками роботи у 2025 році забезпечено виконання на високому рівні результативних показників, які першочергово характеризують рівень досягнення мети бюджетної програми. Проводилася робота зі створення належних умов функціонування структурних підрозділів Управління та створення і облаштування нових робочих місць, підтримання матеріально-технічної бази Управління. Заходи, здійснені Управлінням з питань реклами у 2025 році та спрямовані на виконання завдань та результативних показників бюджетної програми, проведені на належному рівні, враховуючи умови роботи в період воєнного стану, з дотриманням цільового та ефективного використання коштів загального та спеціального фондів бюджету м. Києва.

* Зазначаються всі напрями використання бюджетних коштів, затверджені у паспорті бюджетної програми.

**Зазначаються пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми.

***Зазначаються пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками.

Начальник Управління

Завідувач сектору - головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

Оксана ПОЛІЩУК

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Оксана МЕЛЬНИЧЕНКО

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Звіт про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету за 2025 рік

1.	<u>3200000</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)</u> <small>(найменування головного розпорядника коштів місцевого бюджету)</small>	<u>41348526</u> <small>(код за ЄДРПОУ)</small>
2.	<u>3210000</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)</u> <small>(найменування відповідального виконавця)</small>	<u>41348526</u> <small>(код за ЄДРПОУ)</small>
3.	<u>3217693</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>7693</u> <small>(код Типової програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>0490</u> <small>(код Функціональної класифікації видатків та кредитування бюджету)</small>
		<u>Інші заходи, пов'язані з економічною діяльністю</u> <small>(найменування бюджетної програми згідно з Типовою програмною класифікацією видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>2600000000</u> <small>(код бюджету)</small>

4. Цілі державної політики, на досягнення яких спрямовано реалізацію бюджетної програми

№ з/п	Ціль державної політики
1	Здійснення контролю, регулювання та координації заходів щодо впорядкування розміщення зовнішньої реклами, реклами на транспорті комунальної власності та вивісок, відповідно до встановлених порядків їх розміщення

5. Мета бюджетної програми

Надходження до міського бюджету від плати за право користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами). Проведення діяльності в сфері розміщення зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності м. Києва, обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх облік, демонтаж рекламних засобів, встановлених з порушеннями, організація виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також діяльність у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території м. Києва.

6. Завдання бюджетної програми

№ з/п	Завдання
1	Впорядкування розміщення рекламних засобів
2	Розміщення соціальної реклами (друк плакатів)
3	Виконання затверджених показників надходжень до бюджету міста Києва у поточному році від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами), які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Києва та від плати за розміщення реклами на транспорті комунальної власності

7. Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою:

7.1. Аналіз розділу «Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою»

№ з/п	Напрями використання бюджетних коштів *	гривень								
		Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити з бюджету)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Усього	19 137 148,00		19 137 148,00	18 961 391,84		18 961 391,84	-175 756,16		-175 756,16
1	Впорядкування розміщення рекламних засобів	5 746 796,00		5 746 796,00	5 589 612,05		5 589 612,05	-157 183,95		-157 183,95

2	Виконання затверджених показників надходжень до бюджету міста Києва у поточному році від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами), які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Києва та від плати за розміщення реклами на транспорті комунальної власності	13 368 092,00	13 368 092,00	13 349 519,79	13 349 519,79	-18 572,21	-18 572,21
3	Розміщення соціальної реклами (друк плакатів)	22 260,00	22 260,00	22 260,00	22 260,00		

7.2. Пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми**

№ з/п	Пояснення	
1	2	
1	Відхилення касових видатків від планових показників пояснюється економією бюджетних коштів за результатами проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro та економією видатків на сплату єдиного соціального внеску на заробітну плату працівників з інвалідністю у розмірі 8,41%.	
2	Відхилення касових видатків від планових показників пояснюється економією бюджетних коштів за результатами проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro та економним споживанням енергоресурсів (у тому числі виникла незначна економія бюджетних коштів за рахунок введення екстрених та планових відключень електроенергії).	

8. Видатки (надані кредити з бюджету) на реалізацію місцевих/регіональних програм, які виконуються в межах бюджетної програми

№ з/п	Найменування місцевої/регіональної програми	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Касові видатки (надані кредити)			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

9. Результативні показники бюджетної програми та аналіз їх виконання:

9.1. Аналіз показників бюджетної програми

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Джерело інформації	Затверджено у паспорті бюджетної програми			Фактичні результативні показники, досягнуті за рахунок касових видатків (наданих кредитів з бюджету)			Відхилення		
				загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	затрат											
1.1	Демонтаж самовільно встановлених та встановлених з порушеннями рекламних засобів	грн.	Рішення Київради	4 714 406		4 714 406	4 549 498,76		4 549 498,76	-164 907,24		-164 907,24
1.2	Зберігання демонтованих рекламних засобів	грн.	Рішення Київради	1 032 390		1 032 390	1 040 113,29		1 040 113,29	7 723,29		7 723,29
1.3	Витрати на забезпечення надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Рішення Київради	8 933 426		8 933 426	8 859 747,94		8 859 747,94	-73 678,06		-73 678,06
1.4	Витрати на друк соціальної реклами	грн.	Рішення Київради	22 260		22 260	22 260		22 260			
1.5	Витрати на обстеження рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Рішення Київради	4 434 666		4 434 666	4 489 771,85		4 489 771,85	55 105,85		55 105,85
2	продукту											
2.1	Кількість демонтованих рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	5 295		5 295	5 542		5 542	247		247
2.2	Кількість демонтованих рекламних засобів, які знаходяться на зберіганні	од.	Звітність підприємств	29 518		29 518	29 749		29 749	231		231
2.3	Кількість опрацьованих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	636		636	658		658	22		22

2.4	Кількість суб'єктів (розповсюджувачів реклами), яким буде проводитися нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів)	од.	Звітність підприємств	628	628	649	649	21	21
2.5	Кількість рекламних засобів, які планується обстежити на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	од.	Звітність підприємств	44 701	44 701	46 621	46 621	1 920	1 920
2.6	Кількість розміщеної соціальної реклами	од.	Звітність підприємств	60	60	60	60		
2.7	Кількість місць розміщення, щодо яких здійснюється нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення зовнішньої реклами)	од.	Звітність підприємств	49 851	49 851	51 491	51 491	1 640	1 640
2.8	Кількість опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ями) для розміщення рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	187	187	235	235	48	48
2.9	Надходження до міського бюджету від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Звітність підприємств	123 926 400	123 926 400	97 481 825,05	97 481 825,05	-26 444 574,95	-26 444 574,95
3	ефективності								
3.1	Середня вартість демонтажу одиниці рекламного засобу	грн.	Розрахунок	890,3505	890,3505	820,9128	820,9128	-69,4377	-69,4377
3.2	Середня вартість зберігання одиниці демонтованих рекламних засобів	грн.	Розрахунок	34,97	34,97	34,963	34,963	-0,007	-0,007
3.3	Середня вартість розміщення одиниці соціальної реклами	грн.	Розрахунок	371	371	371	371		
3.4	Середня вартість обстеження 1 рекламного засобу на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розрахунок	99,2073	99,2073	96,3036	96,3036	-2,9037	-2,9037
3.5	Середня вартість витрат на забезпечення інформаційно-обчислювальних функцій щодо нарахування плати за право тимчасового користування 1 місцем (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розрахунок	179,2025	179,2025	172,064	172,064	-7,1385	-7,1385
3.6	Середня вартість витрат на забезпечення 1 млн. грн. надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розрахунок	0,1079	0,1079	0,1369	0,1369	0,029	0,029
4	якості								
4.1	Рівень забезпечення плану демонтажу рекламних засобів	відс.	Розрахунок	100	100	104,66	104,66	4,66	4,66
4.2	Рівень забезпечення надходження плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів) до запланованого	відс.	Розрахунок	100	100	78,66	78,66	-21,34	-21,34
4.3	Розміщення соціальної реклами відповідно до окремих доручень голови КМДА	відс.	Розрахунок	100	100	100	100		
4.4	Питома вага обстежених рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених у порівнянні з минулим роком	відс.	Розрахунок	100	100	96,42	96,42	-3,58	-3,58
4.5	Питома вага опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	відс.	Розрахунок	100	100	125,66	125,66	25,66	25,66

9.2. Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками***

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками
1	2	3	4
1	затрат		
1.1	Демонтаж самовільно встановлених та встановлених з порушеннями рекламних засобів	грн.	Розбіжність показника пояснюється фактичними витратами на демонтаж (зокрема економія фонду оплати праці виникла у зв'язку зі зменшенням фактичної чисельності працівників, що були залучені до демонтажу) та економією бюджетних коштів за результатами проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro.

1.2	Зберігання демонтованих рекламних засобів	грн.	Розбіжність показника зумовлена фактичними потребами у витратах на зберігання демонтованих рекламних засобів, у т.ч. з урахуванням умов оплати праці залучених працівників (погодинна оплата) та обсягу робіт зі зберігання у відповідному періоді.
1.3	Витрати на забезпечення надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність пояснюється економією бюджетних коштів внаслідок проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro та незначною економією витрат на комунальні послуги, які виникли у зв'язку з раціональним використанням енергоресурсів та введенням екстрених та планових відключень електроенергії.
1.5	Витрати на обстеження рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розбіжність показника зумовлена перерозподілом видатків загального фонду між заходами програми (у тому числі оплата праці працівників відділу з обстежень рекламних заходів, враховуючи відсутність вакансій у першому півріччі).
2	продукту		
2.1	Кількість демонтованих рекламних засобів	од.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень вимог щодо розміщення рекламних засобів, що призводить до необхідності демонтажу більшої кількості конструкцій, у порівнянні з попередніми плановими показниками.
2.2	Кількість демонтованих рекламних засобів, які знаходяться на зберіганні	од.	Розбіжність пояснюється тим, що за звітний період фактична кількість демонтованих конструкцій склалась більшою, ніж було заплановано та кількість звернень від власників щодо повернення демонтованих конструкцій склалась меншою ніж заплановано.
2.3	Кількість опрацьованих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	од.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю заяв на укладення/продовження договорів та необхідності врегулювання звернень суб'єктів господарювання, з якими договори раніше не були укладені.
2.4	Кількість суб'єктів (розповсюджувачів реклами), яким буде проводитися нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів)	од.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю розповсюджувачів реклами, яким було оформлено право тимчасового користування місцями (укладення/продовження договорів) за результатами розгляду заяв та опрацювання раніше не врегульованих звернень.
2.5	Кількість рекламних засобів, які планується обстежити на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	од.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень та звернень (у т.ч., але не виключно щодо рекламних засобів у межах центральної/історичної частини міста), що потребує проведення додаткових обстежень.
2.7	Кількість місць розміщення, щодо яких здійснюється нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення зовнішньої реклами)	од.	Розбіжність показника зумовлена прогнозним збільшенням кількості місць, щодо яких здійснювалось нарахування плати, у зв'язку з очікуваним оформленням/переоформленням дозволів та укладенням/продовженням договорів.
2.8	Кількість опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ями) для розміщення рекламних засобів	од.	Розбіжність показника пояснюється виникненням потреби в укладанні додаткових угод.
2.9	Надходження до міського бюджету від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність пояснюється тим, що плановий показник розраховано згідно з Додатком 1 до рішення Київської міської ради від 05.12.2024 № 426/10234 «Про бюджет міста Києва на 2025 рік», проте відповідно змін, внесених рішенням Київської міської ради від 05.12.2024 № 424/10232 до рішення Київської міської ради від 30.03.2022 № 4551/4592 «Про деякі питання комплексної підтримки суб'єктів господарювання міста Києва під час дії воєнного стану в Україні» встановлено, що з 01 січня 2025 до 31 грудня 2025 розмір плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності становить 75 % від визначеної у договорах тимчасового користування місцями, що перебувають в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, що укладаються та укладених до набрання чинності цим рішенням.
3	ефективності		
3.1	Середня вартість демонтажу одиниці рекламного засобу	грн.	Показник є розрахунковим (витрати на демонтаж / кількість демонтованих засобів). Зміна середньої вартості зумовлена уточненням витрат (у т.ч. економією фонду оплати праці) та фактичного/планового обсягу демонтажів у відповідному періоді.
3.2	Середня вартість зберігання одиниці демонтованих рекламних засобів	грн.	Показник є розрахунковим (витрати на зберігання / кількість засобів на зберіганні). Зміна середньої вартості зумовлена фактичним обсягом конструкцій на зберіганні та перенесенням утилізації частини рекламних засобів, запланованої на 2025 рік.
3.4	Середня вартість обстеження 1 рекламного засобу на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розбіжність показника пояснюється збільшенням кількості обстежених рекламних засобів, що призвело до зменшення вартості обстеження 1 рекламного засобу.
3.5	Середня вартість витрат на забезпечення інформаційно-обчислювальних функцій щодо нарахування плати за право тимчасового користування 1 місцем (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність показника середньої вартості пояснюється збільшенням кількості надходження заяв щодо надання дозволів.
3.6	Середня вартість витрат на забезпечення 1 млн. грн. надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність показника середньої вартості пояснюється фактичним забезпеченням надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами).
4	якості		
4.1	Рівень забезпечення плану демонтажу рекламних засобів	відс.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень вимог щодо розміщення рекламних засобів, що призводить до необхідності демонтажу більшої кількості конструкцій, у порівнянні з попередніми плановими показниками.

4.2	Рівень забезпечення надходження плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів) до запланованого	відс.	Розбіжність пояснюється тим, що плановий показник розраховано згідно з Додатком 1 до рішення Київської міської ради від 05.12.2024 № 426/10234 «Про бюджет міста Києва на 2025 рік», проте відповідно змін, внесених рішенням Київської міської ради від 05.12.2024 № 424/10232 до рішення Київської міської ради від 30.03.2022 № 4551/4592 «Про деякі питання комплексної підтримки суб'єктів господарювання міста Києва під час дії воєнного стану в Україні» встановлено, що з 01 січня 2025 до 31 грудня 2025 розмір плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності становить 75 % від визначеної у договорах тимчасового користування місцями, що перебувають в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, що укладаються та укладених до набрання чинності цим рішенням.
4.4	Питома вага обстежених рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених у порівнянні з минулим роком	відс.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю обстежених рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених
4.5	Питома вага опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	відс.	Розбіжність показника пояснюється виникненням потреби в укладанні додаткових угод.

9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

Бюджетна програма КПКВК 3217693 "Інші заходи пов'язані з економічною діяльністю" виконана своєчасно, та в повному обсязі. Основними причинами розбіжностей планових результативних показників із фактичними є ефективне управління бюджетними коштами та економія за рахунок застосування процедур закупівлі товарів та послуг в системі Prozorro. Використання бюджетних коштів КП "Київреклама" у 2025 році здійснювалося в межах доведених бюджетних асигнувань та були спрямовані на виконання завдань та результативних показників бюджетної програми, які проведені на належному рівні, враховуючи умови роботи в період дії правового режиму воєнного стану в Україні, Всього освоєно коштів по загальному фонду 18 961 391,84 грн, що становить 99,08% від затверджених бюджетних асигнувань.

10. Узагальнений висновок про виконання бюджетної програми.

Програма є інструментом створення умов для досягнення цілей функціонування економіки та забезпечення життєдіяльності населення територіальної громади міста Києва в особливий період з метою формування рекламно – інформаційного простору в місті, в якому зовнішня реклама як складова частина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль. Для успішного виконання завдань, визначених бюджетною програмою, та забезпечення розвитку Києва, як сучасного міста здійснювалися заходи визначеними виконавчим органом Київської міської ради, - обстеження місць розміщення та облік рекламних засобів; надання матеріалів та інформації за результатами таких обстежень Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); демонтаж встановлених з порушеннями чинних вимог розміщення рекламних засобів, в тому числі конструкцій, які знаходяться в аварійному стані та створюють загрозу життю або здоров'ю людей та/або заповідню шкоди, і потребують негайного реагування; організація розповсюдження соціальної реклами; виконання інформаційно-обчислювальної функції щодо нарахування плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, а також здійснення моніторингу за надходженням такої плати до бюджету міста Києва.

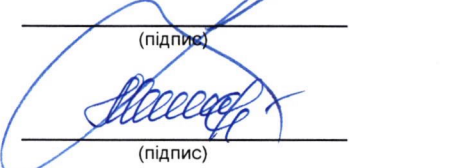
* Зазначаються всі напрями використання бюджетних коштів, затверджені у паспорті бюджетної програми.

**Зазначаються пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми.

***Зазначаються пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками.

Начальник Управління

Завідувач сектору - головний бухгалтер

_____ (підпис)

 _____ (підпис)

Оксана ПОЛІЩУК
 (Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Оксана МЕЛЬНІЧЕНКО
 (Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Звіт про виконання паспорта бюджетної програми місцевого бюджету за 2025 рік

1.	<u>3200000</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)</u> <small>(найменування головного розпорядника коштів місцевого бюджету)</small>		<u>41348526</u> <small>(код за ЄДРПОУ)</small>	
2.	<u>3210000</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (КМДА)</u> <small>(найменування відповідального виконавця)</small>		<u>41348526</u> <small>(код за ЄДРПОУ)</small>	
3.	<u>3217691</u> <small>(код Програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>7691</u> <small>(код Типової програмної класифікації видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>0490</u> <small>(код Функціональної класифікації видатків та кредитування бюджету)</small>	Виконання заходів за рахунок цільових фондів, утворених Верховною Радою Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади і фондів, утворених Верховною Радою Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади <small>(найменування бюджетної програми згідно з Типовою програмною класифікацією видатків та кредитування місцевого бюджету)</small>	<u>2600000000</u> <small>(код бюджету)</small>

4. Цілі державної політики, на досягнення яких спрямовано реалізацію бюджетної програми

№ з/п	Ціль державної політики
1	Здійснення контролю, регулювання та координації заходів щодо впорядкування розміщення зовнішньої реклами, реклами на транспорті комунальної власності та вивісок, відповідно до встановлених порядків їх розміщення

5. Мета бюджетної програми

Надходження до міського бюджету від плати за право користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами). Проведення діяльності в сфері розміщення зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності м. Києва, обстеження місць розміщення рекламних засобів та їх облік, демонтаж рекламних засобів, встановлених з порушеннями, організація виготовлення друкованої продукції та розповсюдження соціальної реклами, інформації соціального спрямування за дорученням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а також діяльність у сфері впорядкування і створення комплексного благоустрою під час розміщення та розповсюдження реклами на території м. Києва.

6. Завдання бюджетної програми

№ з/п	Завдання
1	Впорядкування розміщення рекламних засобів
2	Виконання затверджених показників надходжень до бюджету міста Києва у поточному році від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами), які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Києва та від плати за розміщення реклами на транспорті комунальної власності
3	Розміщення соціальної реклами (друк плакатів)

7. Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою:

7.1. Аналіз розділу «Видатки (надані кредити з бюджету) та напрями використання бюджетних коштів за бюджетною програмою»

2.1	Кількість демонтованих рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	4 703	4 703	4 923	4 923	220	220
2.2	Кількість демонтованих рекламних засобів, які знаходяться на зберіганні	од.	Звітність підприємств	26 218	26 218	26 423	26 423	205	205
2.3	Кількість опрацьованих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	565	565	584	584	19	19
2.4	Кількість суб'єктів (розповсюджувачів реклами), яким буде проводитися нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів)	од.	Звітність підприємств	557	557	577	577	20	20
2.5	Кількість рекламних засобів, які планується обстежити на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	од.	Звітність підприємств	39 705	39 705	41 410	41 410	1 705	1 705
2.6	Кількість розміщеної соціальної реклами	од.	Звітність підприємств	80	80	80	80		
2.7	Кількість місць розміщення, щодо яких здійснюється нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення зовнішньої реклами)	од.	Звітність підприємств	44 279	44 279	45 735	45 735	1 456	1 456
2.8	Кількість опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ями) для розміщення рекламних засобів	од.	Звітність підприємств	167	167	209	209	42	42
2.9	Надходження до міського бюджету від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Звітність підприємств	110 073 600	110 073 600	86 585 065,15	86 585 065,15	-23 488 534,85	-23 488 534,85
3	ефективності								
3.1	Середня вартість демонтажу одиниці рекламного засобу	грн.	Розрахунок	689,194	689,194	669,76	669,76	-19,434	-19,434
3.2	Середня вартість зберігання одиниці демонтованих рекламних засобів	грн.	Розрахунок	37,6868	37,6868	37,8106	37,8106	0,1238	0,1238
3.3	Середня вартість розміщення одиниці соціальної реклами	грн.	Розрахунок	466,5	466,5	466,5	466,5		
3.4	Середня вартість обстеження 1 рекламного засобу на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розрахунок	100,574	100,574	92,9879	92,9879	-7,5861	-7,5861
3.5	Середня вартість витрат на забезпечення інформаційно-обчислювальних функцій щодо нарахування плати за право тимчасового користування 1 місцем (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розрахунок	197,386	197,386	186,803	186,803	-10,583	-10,583
3.6	Середня вартість витрат на забезпечення 1 млн. грн. надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розрахунок	0,1157	0,1157	0,1431	0,1431	0,0274	0,0274
4	якості								
4.1	Рівень забезпечення плану демонтажу рекламних засобів	відс.	Розрахунок	100	100	104,68	104,68	4,68	4,68
4.2	Рівень забезпечення надходження плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів) до запланованого	відс.	Розрахунок	100	100	78,6611	78,6611	-21,3389	-21,3389
4.3	Розміщення соціальної реклами відповідно до окремих доручень голови КМДА	відс.	Розрахунок	100	100	100	100		
4.4	Питома вага обстежених рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених у порівнянні з минулим роком	відс.	Розрахунок	100	100	92,783	92,783	-7,217	-7,217
4.5	Питома вага опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	відс.	Розрахунок	100	100	125,1497	125,1497	25,1497	25,1497

9.2. Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками***

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками
1	2	3	4
1	затрат		
1.1	Демонтаж самовільно встановлених та встановлених з порушеннями рекламних засобів	грн.	Розбіжність показника пояснюється фактичними потребами у витратах відділу з демонтажу, у тому числі витрат для обслуговування автотранспортних засобів.
1.2	Зберігання демонтованих рекламних засобів	грн.	Розбіжність показника зумовлена фактичною потребою у витратах на зберігання демонтованих рекламних засобів, у т.ч. з урахуванням умов оплати праці залучених працівників (погодина оплата) та обсягу робіт зі зберігання у відповідному періоді.
1.3	Витрати на забезпечення надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність пояснюється економією бюджетних коштів внаслідок проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro та незначною економією витрат на комунальні послуги, які виникли у зв'язку з раціональним використанням енергоресурсів та введенням екстрених та планових відключень електроенергії.
1.5	Витрати на обстеження рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розбіжність показника зумовлена уточненням (економією) фонду оплати праці у зв'язку зі зміною фактичної чисельності працівників підрозділу з обстеження рекламних засобів та економією бюджетних коштів за результатами проведення торгів через електронну систему публічних закупівель Prozorro; економія комунальних послуг за рахунок економного споживання енергоресурсів та введенням планових та екстрених відключень електроенергії.
2	продукту		
2.1	Кількість демонтованих рекламних засобів	од.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень вимог щодо розміщення рекламних засобів, що призвело до необхідності демонтажу більшої кількості конструкцій у порівнянні з попередніми плановими показниками.
2.2	Кількість демонтованих рекламних засобів, які знаходяться на зберіганні	од.	Розбіжність пояснюється тим, що за звітний період фактична кількість демонтованих конструкцій була більшою, ніж було заплановано та кількість звернень від власників, щодо повернення демонтованих конструкцій, склалась меншою ніж заплановано.
2.3	Кількість опрацьованих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	од.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю заяв на укладення/продовження договорів та необхідності врегулювання звернень суб'єктів господарювання, з якими договори раніше не були укладені.
2.4	Кількість суб'єктів (розповсюджувачів реклами), яким буде проводитися нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів)	од.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю розповсюджувачів реклами, яким було оформлено право тимчасового користування місцями (укладення/продовження договорів) за результатами розгляду заяв та опрацювання раніше не врегульованих звернень.
2.5	Кількість рекламних засобів, які планується обстежити на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	од.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень та звернень (у т.ч., але не виключно щодо рекламних засобів у межах центральної/історичної частини міста), що потребує проведення додаткових обстежень.
2.7	Кількість місць розміщення, щодо яких здійснюється нарахування плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення зовнішньої реклами)	од.	Розбіжність показника зумовлена прогнозним збільшенням кількості місць, щодо яких здійснювалось нарахування плати, у зв'язку з очікуваним оформленням/переоформленням дозволів та укладенням/продовженням договорів.
2.8	Кількість опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ями) для розміщення рекламних засобів	од.	Розбіжність показника пояснюється виникненням потреби в укладанні додаткових угод.
2.9	Надходження до міського бюджету від плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність пояснюється тим, що плановий показник розраховано згідно з Додатком 1 до рішення Київської міської ради від 05.12.2024 № 426/10234 «Про бюджет міста Києва на 2025 рік». Проте, відповідно до змін, внесених рішенням Київської міської ради від 05.12.2024 № 424/10232 до рішення Київської міської ради від 30.03.2022 № 4551/4592 «Про деякі питання комплексної підтримки суб'єктів господарювання міста Києва під час дії воєнного стану в Україні» встановлено, що з 01 січня 2025 до 31 грудня 2025 розмір плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності становить 75 % від визначеної у договорах тимчасового користування місцями, що перебувають в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, що укладаються та укладених до набрання чинності цим рішенням.
3	ефективності		
3.1	Середня вартість демонтажу одиниці рекламного засобу	грн.	Розбіжність пояснюється тим, що за звітний період фактична кількість демонтованих конструкцій була більшою, ніж було заплановано та кількість звернень від власників, щодо повернення демонтованих конструкцій, склалась меншою ніж заплановано.
3.2	Середня вартість зберігання одиниці демонтованих рекламних засобів	грн.	Показник є розрахунковим (витрати на зберігання / кількість засобів на зберіганні). Зміна середньої вартості зумовлена фактичним обсягом конструкцій на зберіганні та перенесенням утилізації частини рекламних засобів, запланованої на 2025 рік.
3.4	Середня вартість обстеження 1 рекламного засобу на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених	грн.	Розбіжність показника пояснюється збільшенням кількості обстежених рекламних засобів, що призвело до зменшення вартості обстеження 1 рекламного засобу.
3.5	Середня вартість витрат на забезпечення інформаційно-обчислювальних функцій щодо нарахування плати за право тимчасового користування 1 місцем (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність показника середньої вартості пояснюється збільшенням кількості надходження заяв щодо надання дозволів.

3.6	Середня вартість витрат на забезпечення 1 млн. грн. надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами)	грн.	Розбіжність показника середньої вартості пояснюється фактичним забезпеченням надходжень до міського бюджету плати за право тимчасового користування місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами).
4	якості		
4.1	Рівень забезпечення плану демонтажу рекламних засобів	відс.	Розбіжність пояснюється збільшенням кількості виявлених порушень вимог щодо розміщення рекламних засобів, що призводить до необхідності демонтажу більшої кількості конструкцій, у порівнянні з попередніми плановими показниками.
4.2	Рівень забезпечення надходження плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламних засобів) до запланованого	відс.	Розбіжність пояснюється тим, що плановий показник розраховано згідно з Додатком 1 до рішення Київської міської ради від 05.12.2024 № 426/10234 «Про бюджет міста Києва на 2025 рік», проте відповідно змін, внесених рішенням Київської міської ради від 05.12.2024 № 424/10232 до рішення Київської міської ради від 30.03.2022 № 4551/4592 «Про деякі питання комплексної підтримки суб'єктів господарювання міста Києва під час дії воєнного стану в Україні» встановлено, що з 01 січня 2025 до 31 грудня 2025 розмір плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення засобів зовнішньої реклами та реклами на транспорті комунальної власності становить 75 % від визначеної у договорах тимчасового користування місцями, що перебувають в комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, що укладаються та укладених до набрання чинності цим рішенням.
4.4	відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених у порівнянні з минулим роком	відс.	Розбіжність пояснюється фактичною кількістю обстежених рекламних засобів на предмет відповідності до виданих у встановленому порядку дозволів та самовільно розміщених
4.5	Питома вага опрацьованих додаткових угод до діючих договорів на право тимчасового користування місцем (-ми) для розміщення рекламних засобів	відс.	Розбіжність показника пояснюється виникненням потреби в укладанні додаткових угод.

9.3. Аналіз стану виконання результативних показників

За звітний період бюджетна програма КПКВК 3217691 "Виконання заходів за рахунок цільових фондів, утворених Верховною Радою Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади і фондів, утворених Верховною Радою Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади" виконана своєчасно, в повному обсязі. Основними причинами розбіжностей планових результативних показників із фактичними є ефективно управління бюджетними коштами та економія за рахунок застосування процедур закупівлі товарів та послуг в системі Prozorro. Використання бюджетних коштів КП "Київреклама" у 2025 році здійснювалося в межах доведених бюджетних асигнувань та були спрямовані на виконання завдань та результативних показників бюджетної програми, які проведені на належному рівні, враховуючи умови роботи в період дії правового режиму воєнного стану в Україні, Всього освоєно коштів по спеціальному фонду 16 727 684,63 грн, що становить 98,4% від затверджених бюджетних асигнувань.

10. Узагальнений висновок про виконання бюджетної програми.

Програма є інструментом створення умов для досягнення цілей функціонування економіки та забезпечення життєдіяльності населення територіальної громади міста Києва в особливий період з метою формування рекламно – інформаційного простору в місті, в якому зовнішня реклама як складова частина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль. Для успішного виконання завдань, визначених бюджетною програмою, та забезпечення розвитку Києва, як сучасного міста здійснювалися заходи визначеними виконавчим органом Київської міської ради, - обстеження місць розміщення та облік рекламних засобів; надання матеріалів та інформації за результатами таких обстежень Управлінню з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); демонтаж встановлених з порушеннями чинних вимог розміщення рекламних засобів, в тому числі конструкцій, які знаходяться в аварійному стані та створюють загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди, і потребують негайного реагування; організація розповсюдження соціальної реклами; виконання інформаційно-обчислювальної функції щодо нарахування плати за право тимчасового користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів, а також здійснення моніторингу за надходженням такої плати до бюджету міста Києва.

* Зазначаються всі напрями використання бюджетних коштів, затверджені у паспорті бюджетної програми.

**Зазначаються пояснення щодо причин відхилення обсягів касових видатків (наданих кредитів з бюджету) за напрямом використання бюджетних коштів від обсягів, затверджених у паспорті бюджетної програми.

***Зазначаються пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками.

Начальник Управління

(підпис)



(підпис)

Завідувач сектору - головний бухгалтер

Оксана ПОЛИЩУК

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Оксана МЕЛЬНИЧЕНКО

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)