|  |
| --- |
| Додатокдо Методичних рекомендацій щодо здійснення оцінки ефективності бюджетних програм  |

### **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ БЮДЖЕТНОЇ ПРОГРАМИ за 2020 рік**

|  |
| --- |
| 1. \_\_\_\_\_\_\_0100000\_\_\_ \_\_\_\_Коломийська міська рада\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_                (КПКВК ДБ (МБ))                           (найменування головного розпорядника) 2.\_\_\_\_\_\_\_0110000\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_Коломийська міська рада\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_           (КПКВК ДБ (МБ))                         (найменування відповідального виконавця) 3\_\_\_\_\_\_\_\_0117622\_\_\_\_ \_\_0470\_\_\_Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів         (КПКВК ДБ (МБ))           (КФКВК)                 (найменування бюджетної програми) 4. Мета бюджетної програми: впровадження комплексних заходів щодо туристичного розвитку міста, створення конкурентоспроможного туристичного продукту на національному та міжнародному ринках.5. Оцінка ефективності бюджетної програми за критеріями: 5.1 "Виконання бюджетної програми за напрямами використання бюджетних коштів": (тис.грн.)  |
|  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N з/п  | Показники  | План з урахуванням змін  | Виконано  | Відхилення  |
| загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  |
|  | Програма розвитку туризму в місті Коломиї на 2016-2020роки. | 69,28 | - | 69,28 | 59,28 | - | 59,28 | 1,00 | - | 1,00 |
| Відхилення пов’язані із виникненням пандемії коронавірусу COVID-19 та відповідно відміною запланованих заходів згідно програми. |
| 1.  | Видатки (надані кредити)  | 69,28 | - | 69,28 | 59,28 | - | 59,28 | 1,00 | - | 1,00 |
|  |
|    | в т. ч.  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 1.1  | Організація фестивалів та тематичних ярмарок, придбання, виготовлення дерев'яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  |
| 1.2  | Виготовлення, розробка, придбання поліграфічної, рекламно-інформаційної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 69,28 | - | 69,28 | 59,28 | - | 59,28 | 1,00 | - | 1,00 |
| Відхилення пов’язані із виникненням пандемії коронавірусу COVID-19 та відповідно відміною запланованих заходів згідно програми. |
| 1.3  | Створення, облаштування та оновлення існуючих туристично- екскурсійних маршрутів, їх паспортизація, знакування та придбання інвентарю | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 1.4 | Організація та проведення міських конкурсів (на кращу тематичну екскурсію, на кращу національну кухню, на кращу розважальну програму, на кращий рівень обслуговування та інтер’єр, на краще оформлення балкону житлового, нежитлового фонду, вітрини) | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

|  |
| --- |
| 5.2 "Виконання бюджетної програми за джерелами надходжень спеціального фонду": (тис. грн.)  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N з/п  | Показники  | План з урахуванням змін  | Виконано  | Відхилення  |
| 1.  | Залишок на початок року  | х  |    | х  |
|    | в т. ч.   | -   | - | - |
| 1.1  | власних надходжень   | х  |    | х  |
| 1.2  | інших надходжень  | х  |    | х  |
| Пояснення причин наявності залишку надходжень спеціального фонду, в т. ч. власних надходжень бюджетних установ та інших надходжень, на початок року  |
| 2.  | Надходження  | -   | -   | -   |
|    | в т. ч.   | -   | -   | -   |
| 2.1  | власні надходження  | -   | -   | -   |
| 2.2  | надходження позик  | -   | -   | -   |
| 2.3  | повернення кредитів   | -   | -   | -   |
| 2.4  | інші надходження  | -   | -   | -   |
| Пояснення причин відхилення фактичних обсягів надходжень від планових  |
| 3.  | Залишок на кінець року  | х  | -   | -   |
|    | в т. ч.   |    | -   | -   |
| 3.1  | власних надходжень   | х  | -   | -   |
| 3.2  | інших надходжень  | х  | -   | -   |

|  |
| --- |
| 5.3 "Виконання результативних показників бюджетної програми за напрямами використання бюджетних коштів": (грн.)  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N з/п  | Показники  | Затверджено паспортом бюджетної програми  | Виконано  | Відхилення  |
| загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  |
| 1. *Організація фестивалів та тематичних ярмарок, придбання, виготовлення дерев'яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення*.
 |
|  | **затрат** | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  |  Обсяг видатків на придбання обладнання та матеріалів для проведення заходів, фестивалів |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  Кількість придбаних, виготовлених дерев’яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  Середні витрати на придбання дерев’яної споруди |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *2. Виготовлення, розробка, придбання поліграфічної, рекламно-інформаційної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї:* |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг видатків на придбання поліграфічної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 60,00 | - | 60,00 | 59,28 | - | 59,28 | 0,72 | - | 0,72 |
|  | Обсяг видатків на рекламні та маркетингові послуги про можливості міста Коломиї | 9,28 | - | 9,28 | - | - | - | 9,28 | - | 9,28 |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість придбаної поліграфічної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 480 | - | 480 | 480 | - | 480 | - | - | - |
|  | Кількість виготовлених рекламних та маркетингові послуг про можливості міста Коломиї | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | - |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Середні витрати на придбання поліграфічної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 0,13 | - | 0,13 | 0,12 | - | 0,12 | 0 | - | 0 |
|  | Середні витрати на виготовлення рекламних та маркетингові послуг про можливості міста Коломиї | 9,28 | - | 9,28 | - | - | - | 9,28 | - | 9,28 |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості до потреби | 100 | - | 100 | 86 | - | 86 | 14 | - | 14 |
| *3.Організація та проведення міських конкурсів(на кращу тематичну екскурсію, на кращу розважальну програму, на кращий рівень обслуговування та інтер'єр, на краще оформлення балкону житлового, нежитлового фонду, вітрини* |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг витрат на проведення конкурсів | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість проведених конкурсів | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **єфективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Середні витрати на один конкурс | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| *4.Створення, облаштування та оновлення існуючих туристично- екскурсійних маршрутів, їх паспортизація, знакування та придбання інвентарю* |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг видатків на придбання інформаційних стендів | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість придбаних стендів, інформаційних вказівників | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Середня вартість одного стенду, вказівника | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості  | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| У зв'язку з пандемією коронавірусу COVID-19 та введених обмеженнь щодо проведення масових заходів, в місті Коломия не проводились фестивалі. З метою промоції міста придбано сувенірну промопродукцію про можливості міста із використанням логотипу. Дана промопродукція сприяє підвищенню іміджу міста, його впізнаваності та брендингу. |

|  |
| --- |
| 5.4 "Виконання показників бюджетної програми порівняно із показниками попереднього року":  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N з/п  | Показники  | Попередній рік 2019  | Звітний рік 2020  | Відхилення виконання(у відсотках)  |
| загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  | загальний фонд  | спеціальний фонд  | разом  |
|    | Видатки (надані кредити)  | 393783,00 | - | 393783,00 | 59280,00 | - | 59280,00 | % | - |  |
| У 2020 році зменшився обсяг проведених видатків порівняно із 2019 роком,це пояснюється тим, що в 2020 році у зв'язку з пандемією корона вірусу COVID-19 та введенням обмежень щодо проведення масових заходів, в місті Коломия не проводились фестивалі, конкурси, не створювались нові туристичні маршрути при цьому досягнено виконання результативних показників, затверджених паспортом бюджетної програми завдяки придбанню сувенірної промопродукції про можливості міста із використанням логотипу в сумі 59 280,00 гривень.. Дана промопродукція сприяє підвищенню іміджу міста, його впізнаваності та брендингу. |
|    | в т. ч.  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|    | **Завдання 1**. Організація фестивалів та тематичних ярмарок, придбання, виготовлення дерев'яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення. | 191 038,00 | - | 191 038,00 | - | - | - | 0 | - | 0 |
|  | **Завдання2**.Виготовлення, розробка, придбання поліграфічної, рекламно-інформаційної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 154 945,00 | - | 154 945,00 | 59280,00 | - | 59280,00 | 38 | - | 38 |
|  | **Завдання 3.** Організація та проведення міських конкурсів (на кращу тематичну екскурсію, на кращу національну кухню, на кращу розважальну програму, на кращий рівень обслуговування та інтер’єр, на краще оформлення балкону житлового, нежитлового фонду, вітрини) | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **Завдання 4**. Створення, облаштування та оновлення існуючих туристично- екскурсійних маршрутів, їх паспортизація, знакування та придбання інвентарю | 47 800,00 | - | 47 800,00 | - | - | - | 0 | - | 0 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| У зв'язку з пандемією коронавірусу COVID-19 та введених обмеженнь щодо проведення масових заходів,у 2020 році в місті Коломия не проводились фестивалі. З метою промоції міста придбано сувенірну промопродукцію про можливості міста із використанням логотипу. Дана промопродукція сприяє підвищенню іміджу міста, його впізнаваності та брендингу. |
| **Завдання 1.** **Організація фестивалів та тематичних ярмарок, придбання, виготовлення дерев'яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення..** |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг видатків для оплати послуг щодо організації фестивалю | 80 000,00 | - | 80 000,00 | - | - | - | 0 |  | 0 |
|  | Обсяг затрат на придбання, виготовлення дерев’яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для проведення фестивалів та тематичних ярмарок. | 111 038,00 | - | 111 038,00 | - | - | - | 0 |  | 0 |
| 2.  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  Послуги щодо організації фестивалю | 1 |  | 1 | - |  | - | 0 |  | 0 |
|  | Витрати щодо придбання, виготовлення дерев’яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення | 24 |  | 24 | - |  | - | 0 |  | 0 |
| 3.  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  Послуги щодо організації фестивалю | 80 000,00 | - | 80 000,00 | - | - | - | 0 |  | 0 |
|  | Витрати щодо придбання, виготовлення дерев’яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення | 4626,58 | - | 4626,58 | - | - | - | 0 |  | 0 |
| 4.  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості до потреби | 100 | х | 100 | - | х | - | 0 |  | 0 |
| **Завдання 2**. Виготовлення, розробка, придбання поліграфічної, рекламно-інформаційної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї |
|  | **затрат** |  |  |  | - | - | - |  |  |  |
|  | Обсяг видатків на придбання поліграфічної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї | 122 758,50 | - | 122 758,50 | 59280,00 | - | 59280,00 | 48 |  | 48 |
|  | Обсяг видатків на рекламні та маркетингові послуги про можливості міста Коломиї | 32 186,50 | - | 32 186,50 | - | - | - | 0 |  | 0 |
|  | **продукту** |  |  |  | - | - | - |  |  |  |
|  | Кількість наборів (блокнотів, магнітів, олівців, ручок, пакетів паперових (крафт), папок паперових, футболок з нанесенням логотипу міста, чашок) про можливості міста Коломиї, які планується придбати. | 500 |  | 500 | 480 | - | 480 | 96 |  | 96 |
|  | Кількість рекламних та маркетингових послуг про можливості міста Коломиї, що планується розробити. | 3 |  | 3 | - | - | - | 0 |  | 0 |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  | - |  | - |
|  | Середня вартість наборів (блокнотів, магнітів, олівців, ручок, пакетів паперових (крафт), папок паперових, футболок з нанесенням логотипу міста, чашок) про можливості міста Коломиї | 16701.59 |  | 16701.59 | 123,50 | - | 123,50 | 0,7 |  | 0,7 |
|  | Середня вартість рекламних та маркетингових послуг про можливості міста Коломиї. | 99343,00 |  | 99343,00 | - | - | - | 0 |  | 0 |
|  | **якості** |  |  |  | - | - | - |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості до потреби | 100 | - | 100 | 86 | - | 86 | 38 | - | 38 |
| 1. **Організація та проведення міських конкурсів(на кращу тематичну екскурсію, на кращу розважальну програму, на кращий рівень обслуговування та інтер'єр, на краще оформлення балкону житлового, нежитлового фонду, вітрини**
 |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг витрат щодо проведених конкурсів | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість проведених конкурсів | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Середні витрати на проведення одного конкурсу | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпечення до потреби | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **4 Створення, облаштування та оновлення існуючих туристично- екскурсійних маршрутів, їх паспортизація, знакування та придбання інвентарю** |
|  | **затрат** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Обсяг видатків щодо виготовлення знаків (інформаційних табличок) для туристично-екскурсійного маршруту | 47 800,00 |  | 47 800,00 | - | - | - | 0 | - | 0 |
|  | **продукту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Кількість розроблених тематичних знаків | 11 |  | 11 | - | - | - | 0 | - | 0 |
|  | **ефективності** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Середні витрати на виготовлення одного знаку (інформаційної таблички) | 4345,45 |  | 4345,45 | - | - | - | 0 | - | 0 |
|  | **якості** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Відсоток забезпеченості до потреби | 100 |  | 100 | - | - | - | 0 | - | 0 |
| У зв'язку з пандемією коронавірусу COVID-19 та введених обмеженнь щодо проведення масових заходів, у 2020 році в місті Коломия не проводились фестивалі. З метою промоції міста придбано сувенірну промопродукцію про можливості міста із використанням логотипу. Дана промопродукція сприяє підвищенню іміджу міста, його впізнаваності та брендингу. |

Виконання даних заходів сприяє розвитку промоції міста, популяризації логотипу з метою туристичної привабливості регіону

5.5 "Виконання інвестиційних (проектів) програм":

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код | Показники | Загальний обсяг фінансування проекту (програми), всього | План на звітний період з урахуванням змін | Виконано за звітний період | Відхилення | Виконано всього | Залишок фінансування на майбутні періоди |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 = 5 - 4 | 7 | 8 = 3 - 7 |
| 1. | **Надходження** **всього:** | х | х | х | х | х | х |
|   | Бюджет розвитку за джерелами | х | х | х | х | х | х |
|   | Надходження із загального фонду бюджету до спеціального фонду (бюджету розвитку) | х | х | х | х | х | х |
|   | Запозичення до бюджету | х | х | х | х | х | х |
|   | Інші джерела | х | х | х | х | х | х |
| *Пояснення щодо причин відхилення фактичних надходжень від планового показника* |
| 2. | **Видатки бюджету розвитку** **всього:** | х | х | х | х | х | х |
| *Пояснення щодо причин відхилення касових видатків від планового показника* |
| *Пояснення щодо причин відхилення фактичних надходжень від касових видатків* |
| 2.1 | **Всього за інвестиційними проектами** | х | х | х | х | х | х |
|   | ***Інвестиційний проект (програма) 1*** | х | х | х | х | х | х |
| *Пояснення щодо причин відхилення касових видатків на виконання інвестиційного проекту (програми) 1 від планового показника* |
|   | Напрям спрямування коштів (об'єкт) 1 | х | х | х | х | х | х |
|   | Напрям спрямування коштів (об'єкт) 2 | х | х | х | х | х | х |
|   | ... | х | х | х | х | х | х |
|   | ***Інвестиційний проект (програма) 2*** | х | х | х | х | х | х |
| *Пояснення щодо причин відхилення касових видатків на виконання інвестиційного проекту (програми) 2 від планового показника* |
|   | Напрям спрямування коштів (об'єкт) 1 | х | х | х | х | х | х |
|   | Напрям спрямування коштів (об'єкт) 2 | х | х | х | х | х | х |
|   | ... | х | х | х | х | х | х |
| 2.2 | **Капітальні видатки з утримання бюджетних установ** | х | х | х | х | х | х |

|  |
| --- |
| 5.5 "Наявність фінансових порушень за результатами контрольних заходів": фінансових порушень за результатами контрольних заходів не виявлено.5.6 "Стан фінансової дисципліни": проплати по бюджетній програмі виконані вчасно, заборгованість відсутня.6. Узагальнений висновок щодо:Програма «Розвиток туризму в місті Коломиї на 2016-2020 роки» є актуальною, так як виконання заходів по даній програмі сприяє розвитку та популяризації регіонального туризму. ефективність бюджетної програми - реалізація комплексних заходів щодо туристичного розвитку міста забезпечує створення конкурентоспроможного туристичного продукту на національному та міжнародному ринках. корисність бюджетної програми – розвиток туристичної інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг. довгострокові наслідки бюджетної програми \_конкурентноспроможне та туристично привабливе місто. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  |

**Заступник начальника відділу економічного аналізу**

**та стратегічного планування міської ради \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ольга Палагнюк**

 підпис ініціали

**Розрахунок ефективності бюджетних програм**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники | Попередній період | Звітний період |
| Затверджено | Виконано | Виконання плану | Затверджено | Виконано | Виконання плану |

|  |
| --- |
| **Програма розвитку туризму в м. Коломиї на 2016-2020 роки** |
| **Завдання 1**. **Організація фестивалів та тематичних ярмарок, придбання, виготовлення дерев'яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для їх проведення.** |
| **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| Обсяг видатків для оплати послуг щодо організації фестивалю | 80 000,00 | 80 000,00 | 1,000 | 0 | 0 | 0 |
| Обсяг затрат на придбання, виготовлення дерев’яних тимчасових споруд, обладнання, матеріалів для проведення фестивалів та тематичних ярмарок. | 4626,58 | 4626,58 | 1,000 | 0 | 0 | 0 |
| **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| Відсоток забезпеченості до потреби | 100 | 100 | **1,000** | 0 | 0 | 0 |
| **Ефективність завдання 1** | **Іеф=(0)= 0\*100/1=0****Іяк=(0)= 0\*100/1=0****Іін=Іефзвіт=0****Іефбаз=(1,000)=1/1=1****=0/1=0** | **0** |
| **Завдання 2.** **Виготовлення, розробка, придбання поліграфічної, рекламно-інформаційної, туристичної, сувенірної продукції про можливості міста Коломиї** |
| **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| Середня вартість наборів (блокнотів, магнітів, олівців, ручок, пакетів паперових (крафт), папок паперових, футболок з нанесенням логотипу міста, чашок) про можливості міста Коломиї | 16701.59 | 16701.59 | 1,000 | 69280 | 59280 | 1,169 |
| Середня вартість рекламних та маркетингових послуг про можливості міста Коломиї. | 99343,00 | 99343,00 | 1,000 | 9280 | 0 | 0 |
| **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| Відсоток забезпеченості до потреби | 100 | 100 | 1,000 | 100 | 86 | 0.860 |
| **Ефективність завдання 2** | **Іеф=(1,169+0)=1,169\*100/2=58,45****Іяк=(0,860)=0,860\*100/1=86****Іін=Іефзвіт=0,860****:Іефбаз=(1,000)=0,860****=<0.85=15** | **=58,45+86+15****=159,45** |
| **Завдання 3 Організація та проведення міських конкурсів(на кращу тематичну екскурсію, на кращу розважальну програму, на кращий рівень обслуговування та інтер'єр, на краще оформлення балкону житлового, нежитлового фонду, вітрини** |
| **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| Середні витрати на проведення одного конкурсу | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| Відсоток забезпечення до потреби | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Ефективність завдання 3** | **Іеф=0****Іяк=0****Іін=Іефзвіт=0****:Іефбаз=0=0:0=0** | **=0** |
| **Завдання 4**  **Створення, облаштування та оновлення існуючих туристично- екскурсійних маршрутів, їх паспортизація, знакування та придбання інвентарю** |
| **Показник ефективності** |  |  |  |  |  |  |
| Середня вартість одного стенду, вказівника | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Показник якості** |  |  |  |  |  |  |
| Відсоток забезпеченості | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Ефективність завдання 4** | **Іеф=0****Іяк=0****Іін=Іефзвіт=0****:Іефбаз=0=0:0=0** | **=0** |
| **Ефективність програми** | **Іеф=(0+0+1,169+0+0)=1,169\*100/5=23,38****Іяк=(0+0,860+0+0)=0,860\*100/4=25****Іін=Іефзвіт=(0+0+1,169+0+0)=1,169/5=0,234****:Іефбаз=(1,000+1,000+0+0)=2/4=0.50****0,234:0,50=0,468<0.85=0** | **=23,38+25+0****=48,38** |

|  |
| --- |
| **Узагальнені результати аналізу ефективності бюджетної програми** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **КПКВКМБ** | **Назва бюджетної програми** | **Кількість нарахованих балів** |
| **висока ефективність** | **середня ефективність** | **низька ефективність** |
| 0117622  | **Програма Реалізація програм і заходів в галузі туризму та курортів** |  |  | **48,38** |
|  |  |  |   |  |