



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

№ зп	Пояснення	План з урахуванням змін	Виконано	Відхилення
1.	Залишок на початок року	X		X
	в т.ч.			
1.1	власних надходжень	X		X
1.2	інших надходжень	X	0	X
Пояснення причин наявності залишку надходжень спеціального фонду, в т.ч. власних надходжень бюджетних установ та інших надходжень, на початок року				
2.	Надходження	X		X
	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	X		
	в т.ч.			
3.1	власних надходжень	X		
3.2	інших надходжень	X	0	

Пояснення причин наявності залишку надходжень спеціального фонду, в т.ч. власних надходжень бюджетних установ та інших надходжень, на кінець року – залишки відсутні.

5.3 "Виконання результативних показників бюджетної програми за напрямками використання бюджетних коштів":

(тис. 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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Виготовлення та розміщення соціальної реклами у містах і районах області</b>										
1	затрат									
	Обсяг видатків	97,500	-	97,500	97,500	-	97,500	-	-	-
Пояснення щодо розбіжностей між фактичними та плановими результативним показниками – розбіжності відсутні										
2	продукту									
	Кількість виготовлених та розміщених постерів з соціальною рекламою	30	-	30	30	-	30	-	-	-
Пояснення щодо розбіжностей між фактичними та плановими результативним показниками – розбіжності відсутні										
3	ефективності									
	Середні витрати на виготовлення та розміщення 1 постеру з соціальною рекламою	3,250	-	3,250	3,250	-	3,250	-	-	-
Пояснення щодо розбіжностей між фактичними та плановими результативним показниками – розбіжності відсутні										
4	якості									
	Відсоток виготовлених та розміщених постерів від запланованої кількості	100	-	100	100	-	100	-	-	-
Пояснення щодо розбіжностей між фактичними та плановими результативним показниками – розбіжності відсутні										
Оцінка відповідності фактичних результативних показників проведеним видаткам за напрямком використання бюджетних коштів - фактичні результативні показники на 100 відсотків відповідають проведеним видаткам.										
<b>Висвітлення діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації у засобах масової інформації</b>										
1	затрат									
	Витрати на придбання друкованого(інформаційного) видання	189,000	-	189,000	189,000	-	189,000	-	-	-
Пояснення щодо розбіжностей між фактичними та плановими результативним показниками – розбіжності відсутні										
2	продукту									
	Друковане (інформаційне) видання	150,000	-	150,000	150,000	-	150,000	-	-	-
Пояснення щодо причин розбіжностей між фактичними та затвердженими результативними показниками - розбіжності відсутні										



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

№ з/п	Показники	Попередній рік			Звітний рік			Відхилення виконання (у відсотках)		
		загальний фонд	спеціальний фонд	разом	загальний фонд	спеціальний фонд	разом	загальний фонд	спеціальний фонд	разом
1	Видатки (надані кредити)	127,650	-	127,650	484,260	-	484,260	-	-	-
Пояснення щодо збільшення (зменшення) обсягів проведених видатків (наданих кредитів) порівняно із аналогічними показниками попереднього року - видатки в цілому по бюджетній програмі у 2019 році збільшено, однак показники програми не аналогічні та не потребують пояснень.										
	в т.ч.									
	<i>Участь у виставці «Схід-Експо 2018» в рамках XVIII Міжнародного економічного форуму</i>	127,650	-	127,650	-	-	-	-	-	-
1.	затрат									
	видатки на придбання сувенірної продукції	127,650	-	127,650	-	-	-	-	-	-
2.	продукту									
	набори інформаційного характеру та сувенірної продукції учасникам XVIII Міжнародного економічного форуму	0,485	-	0,485	-	-	-	-	-	-
3.	ефективності									
	презентація інвестиційного потенціалу Луганської області, промоція регіону шляхом представлення виготовленої продукції підприємствами області	0,026	-	0,026	-	-	-	-	-	-
4.	якості									
	надання можливості суб'єктам підприємницької діяльності виходу на ринки збуту продукції, збільшення реалізації продукції	100	-	100	-	-	-	-	-	-
Пояснення щодо динаміки результативних показників за відповідним напрямом використання бюджетних коштів - динаміка за даним напрямком відсутня внаслідок відсутності показників поточного року										

	<i>Виготовлення та розміщення соціальної реклами у містах і районах області</i>	-	-	-	97,500	-	97,500	-	-	-
1	заграт									
	Обсяг видатків	-	-	-	97,500	-	97,500	-	-	-
2	продукту									
	Кількість виготовлених та розміщених постерів з соціальною рекламою	-	-	-	0,03	-	0,03	-	-	-
3	ефективності									
	Середні витрати на виготовлення та розміщення 1 постеру з соціальною рекламою	-	-	-	3,250	-	3,250	-	-	-
4	якості									
	Відсоток виготовлених та розміщених постерів від запланованої кількості	-	-	-	100	-	100	-	-	-
	<i>Висвітлення діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-інформаційної адміністрації у засобах масової інформації</i>	-	-	-	189,000	-	189,000	-	-	-
1	затрат									
	Витрати на придбання друкованого(інформаційного) видання	-	-	-	189,000	-	189,000	-	-	-
2	продукту									
	Друковане (інформаційне) видання	-	-	-	150,000	-	150,000	-	-	-
3	ефективності									
	Середня вартість 1 друкованого (інформаційного) видання	-	-	-	0,00126	-	0,00126	-	-	-
4	якості									
	Відсоток придбаних друкованих (інформаційних) видань від запланованої кількості	-	-	-	100	-	100	-	-	-

Пояснення щодо динаміки результативних показників за відповідним напрямом використання бюджетних коштів- динаміка за даним напрямком відсутня внаслідок відсутності показників минулого року

	Участь у Першому Інвестиційному форумі "RE: THINK Invest in Ukraine"	-	-	-	197,760	-	197,760	-	-
1	затрат								
	Витрати на придбання сувенірної (іміджевої) продукції	-	-	-	197,760	-	197,760	-	-
2	продукту								
	Сувенірна (іміджева) продукція	-	-	-	0,600	-	0,600	-	-
3	ефективності								
	Середня вартість 1 сувеніру	-	-	-	0,3296	-	0,3296	-	-
4	якості								
	Відсоток придбаної сувенірної (іміджевої) продукції від запланованої кількості	-	-	-	100	-	100	-	-

Пояснення щодо динаміки результативних показників за відповідним напрямком використання бюджетних коштів динаміка - за даним напрямком відсутня динаміка відсутності показників минулого року

#### 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	<b>Надходження всього:</b>	X				X	X
	Бюджет розвитку за джерелами	X				X	X
	Надходження із загального фонду бюджету до спеціального фонду (бюджету розвитку)	X				X	X
	Запозичення до бюджету	X				X	X
	Інші джерела	X				X	X

Пояснення щодо причин відхилення фактичних надходжень від планового показника

2	Відатки бюджету розвитку всього:	X								X	X
Пояснення щодо причин відхилення касових відатків від планового показника											
Пояснення щодо причин відхилення фактичних надходжень від касових відатків											
2.1.	Всього за інвестиційними проектами										
	Інвестиційний проект (програма) 1										
Пояснення щодо причин відхилення касових відатків на виконання інвестиційного проекту (програми) 1 від планового показника											
	Напрямок спрямування коштів (об'єкт) 1										
	Напрямок спрямування коштів (об'єкт) 2										
	Інвестиційний проект (програма) 2										
Пояснення щодо причин відхилення касових відатків на виконання інвестиційного проекту (програми) 2 від планового показника											
	Напрямок спрямування коштів (об'єкт) 1										
	Напрямок спрямування коштів (об'єкт) 2										
2.2.	Капітальні відатки з утримання бюджетних установ	X								X	X

5.6 "Нааявність фінансових порушень за результатами контрольних заходів": відсутні

5.7 "Стан фінансової дисципліни": дебіторська та кредиторська заборгованість на кінець року відсутня



6. У заглавний висновок щодо:

**актуальності бюджетної програми**

1. Виготовлення та розміщення соціальної реклами у містах і районах сприяє формуванню позитивного іміджу регіону шляхом просування та популяризації регіонального туристичного продукту на внутрішньому ринку, стимулює розвиток внутрішнього туризму, підтримує підприємництва області шляхом популяризації найкращих підприємств регіону. Цей напрям може бути перспективним для Луганської області, оскільки саме популярність регіона серед туристів є запорукою швидких темпів розвитку малого та середнього бізнесу, що в свою чергу має великий потенціал для розвитку економіки.
2. Висвітлення діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації у засобах масової інформації сприяла обізнаності населення про діяльність органів виконавчої влади
3. Участь у Першому інвестиційному форумі «RE:THINK. Invest in Ukraine» з ініціативи Президента України та за підтримки Кабінету Міністрів України обумовлена об'єднанням зусиль та визначенням підходів до розкриття інвестиційного потенціалу регіону, обговоренням регіональних потреб для їх відновлення, переосмислення ризиків.

**ефективності бюджетної програми**

1. Розміщення соціальної реклами сприяло обізнаності громадян щодо туристичних об'єктів, природних джерел, підприємств області. Було виготовлено та розміщено 30 постерів «Подорожуй Луганщиною - пізнавай свій край» та "Середній клас-запорука ефективної економіки".
2. Висвітлення діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації у засобах масової інформації шляхом розповсюдження інформаційного видання дозволило довести до населення інформацію про діяльність органів виконавчої влади області.
3. Участь у Форумі, головним питання якого було відновлення Донецької та Луганської областей, дала можливість налагодити комунікаційні зв'язки та гідно представити інвестиційний ресурс Луганської області. У заході взяли участь понад 50 представників міжнародних та українських інвестиційних фондів, компаній та міжнародних фінансових корпорацій. На Форумі було представлено 2 інвестиційних проекти, 13 проектних ідей та розповсюджено сувенірну продукцію.

**корисності бюджетної програми**

1. Виготовлення та розміщення соціальної реклами у містах і районах, висвітлення діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації у засобах масової інформації спрямовано на формування позитивного іміджу регіону та підтримки підприємництва області.
2. Участь у Форумі стала стартовим майданчиком для залучення міжнародних інвестицій, відновлення економіки регіону та перетворення Донбасу на потужний розвинутий промисловий кластер.

**довгострокових наслідків бюджетної програми**

1. Соціальна реклама та розповсюдження друкованих видань спрямовано на досягнення добродійної мети, підвищення обізнаності громадян щодо туристичних об'єктів, маршрутів, санітарно-курортних зон, природних джерел, підприємств області та іншого потенціалу регіону.
2. Інвестиційні ідеї форуму здатні змінити стан регіону шляхом створення нових робочих місць, підвищення інвестиційної привабливості та покращення інфраструктури.

**Керівник бухгалтерської служби**



(підпис)

**О. ВІТОШКО**

(підпис/ім'я, прізвище)

**Результати аналізу ефективності бюджетної програми  
станом на 01.01.2020 року**

Департамент економічного розвитку, зовнішньоекономічної діяльності та туризму

1. 2700000 Луганської обласної державної адміністрації  
(КПКВК МБ) (найменування головного розпорядника)

Департамент економічного розвитку, зовнішньоекономічної діяльності та туризму

2. 2710000 Луганської обласної державної адміністрації  
(КПКВК МБ) (найменування головного розпорядника)

3. 2710180 Інша діяльність у сфері державного управління  
(КПКВК МБ) (найменування бюджетної програми)

4. Результати аналізу ефективності:

№ з/п	Назва підпрограми / завдання бюджетної програми <sup>1</sup>	Кількість нарахованих балів		
		Висока ефективність	Середня ефективність	Низька ефективність
1	2	3	4	5
	<i>Інша діяльність у сфері державного управління</i>	x	x	x
1	Інформування населення за допомогою соціальної реклами про діяльності Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації	-	200	-
2	Інформування населення про діяльність Луганської обласної державної адміністрації – обласної військово-цивільної адміністрації за допомогою друкованих засобів масової інформації	-	200	-
3	Участь у Першому інвестиційному форумі "RE:THINK.Invest in Ukraine"	-	200	-
	<b>Загальний результат оцінки програми</b>	-	200	-

<sup>1</sup>Зазначаються усі програми та завдання, які включені до звіту про виконання паспорту бюджетної програми

5. Поглиблений аналіз причин низької ефективності

№ з/п	Назва завдання бюджетної програми <sup>2</sup>	Пояснення щодо причин низької ефективності, визначення факторів через які не досягнуто запланованих результатів
1	2	3

<sup>2</sup>Зазначаються усі завдання, які мають низьку ефективність

Керівник установи головного розпорядника  
бюджетних коштів



**О.Л. СЕВОСТЬЯНОВА**  
(ініціали та прізвище)