

Порядок оценки заявок, включающего критерии оценки, показатели критериев оценки и их весовое значение в общей оценке, необходимой для представления участником конкурсного отбора информации по каждому критерию оценки, показателю критерия оценки, сведений, документов и материалов, подтверждающих такую информацию, минимального проходного балла, который необходимо набрать по результатам оценки заявок участникам конкурсного отбора для признания их победителями конкурсного отбора, сроки оценки заявок, а также информации об участии или неучастии конкурсной комиссии в оценке заявок

Порядок оценки заявок

Конкурсный отбор проводится конкурсной комиссией в два этапа.

Конкурсная комиссия является совещательным коллегиальным органом и осуществляет свою работу на общественных началах. Организационное обеспечение работы конкурсной комиссии осуществляет Комитет по печати Ленинградской области.

Порядок деятельности конкурсной комиссии по проведению конкурсного отбора среди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции и вещанием региональных телеканалов Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержден приказом Комитета по печати Ленинградской области от 27 марта 2019 года № 13.

Первый этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты окончания приема заявок.

В ходе первого этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия проводит анализ заявок на предмет:

- 1) соответствия участников отбора критериям конкурсного отбора соискателей, установленным пунктом 1.9 Порядка предоставления субсидий;
- 2) соответствия участников отбора на день подачи заявки требованиям, установленным пунктом 2.3 настоящего Порядка;
- 3) соответствия заявок требованиям, установленным пунктами 2.5 и 2.6 Порядка предоставления субсидий, в том числе в части комплектности и достоверности.

Второй этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

В ходе второго этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия оценивает заявки участников отбора, прошедших первый этап конкурсного отбора, на предмет оценки СМИ, указанных в заявке, на производство которых запрашиваются субсидии.

Заявки оцениваются конкурсной комиссией в день проведения второго этапа конкурсного отбора.

Порядковые номера по результатам оценки заявки присваиваются заявкам по мере уменьшения количества набранных баллов.

Заявки, набравшие одинаковое количество баллов, ранжируются по дате подачи заявки (от более ранней к более поздней).

Победителями конкурсного отбора признаются участники отбора, чьи заявки набрали наибольшее количество баллов, но не менее минимального количества баллов в соответствии с пункт 3.8 Порядка предоставления субсидий.

Оценка СМИ осуществляется в соответствии с критериями оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (регионального канала), на производство которого запрашивается субсидия, согласно приложению 2 к Порядку предоставления субсидий.

Оценка осуществляется на основании информации, представленной участником отбора в заявке, а также на основании данных мониторинга информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Значение итоговой оценки СМИ определяется путем суммирования значений оценок по каждому критерию оценки СМИ.

Оценки заносятся в таблицу оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (регионального канала), на производство которого запрашивается субсидия, согласно приложению 3 к Порядку предоставления субсидий.

КРИТЕРИИ

ОЦЕНКИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (РЕГИОНАЛЬНОГО КАНАЛА), НА ПРОИЗВОДСТВО КОТОРОГО ЗАПРАШИВАЕТСЯ СУБСИДИЯ

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов	Удельный вес
1	2	3	4	5	6
1	Объем программ и(или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю <1>	Процентов	Более 20	5	7
			От 16 до 20 включительно	4	
			От 9 до 15 включительно	3	
			Менее 9	0	
2	Охват аудитории средства массовой информации (регионального канала) (далее - СМИ): для эфирного/цифрового вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляющей телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципальных образований, на территории которых осуществляется вещание; для кабельного/спутникового вещания - отношение количества абонентов услуг сети кабельного телевидения, установленных на основе заключенных	Процентов	Более 90	7	11
			От 81 до 90 включительно	6	
			От 71 до 80 включительно	5	
			От 60 до 70 включительно	3	
			Менее 60	0	

	договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания, в рамках территории, указанной в лицензии (абонент - домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека). Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии				
3	Количество социальных сетей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в которых созданы сообщества СМИ	Единиц	Более 1	2	3
			1	1	
4	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору	Человек	Более 200000	3	4
			От 150001 до 200000 включительно	2	
			От 100000 до 150000 включительно	1	
			Менее 100000	0	
5	Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" <2>	Человек	Более 70000	7	11
			От 50001 до 70000 включительно	6	
			От 30001 до 50000 включительно	5	
			От 20001 до 30000 включительно	4	
			От 15000 до 20000 включительно	3	
			Менее 20000	0	
6	Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа	Процентов	Более 20	6	6
			От 16 до 20 включительно	5	
			От 10 до 15	3	

	уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ		включительно		
			Менее 10	1	
6.1	Охват аудитории СМИ в социальных сетях (определяется как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ) <2>	Процентов	Более 15	5	7
			От 11 до 15 включительно	4	
			От 8 до 10 включительно	3	
			От 5 до 7 включительно	2	
			Менее 5	0	
7	Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора. Подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) участника отбора <2>	Просмотров	Более 5000	5	7
			От 3501 до 5000 включительно	4	
			От 2201 до 3500 включительно	3	
			От 1501 до 2200 включительно	2	
			От 800 до 1500 включительно	1	
			Менее 800	0	
8	Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области (в соответствии с решением Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию)	Да/нет	Да	10	15
			Нет	0	
9	Тип вещания		Цифровое, спутниковое, кабельное вещание, онлайн-вещание	10	15
			Кабельное, спутниковое вещание, онлайн-	8	

			вещание		
			Кабельное и спутниковое вещание	7	
			Цифровое вещание (вставка в эфире обязательного общедоступного телеканала)	6	
			Спутниковое вещание	5	
			Кабельное вещание	4	
			Эфирное вещание	3	
10	Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи	Да/нет	Да	5	7
			Нет	0	
11	Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в год, предшествующий году конкурсного отбора)	Да/нет	Да	5	7
			Нет	0	

 <1> Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания).

<2> При определении балла к рассмотрению не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в случае, если последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты опубликования объявления о проведении конкурсного отбора.».

Таблица
оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (регионального канала), на производство которого запрашивается субсидия

(наименование средства массовой информации (регионального канала))

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	Объем программ и(или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю	
2	Охват аудитории средства массовой информации (регионального канала) (далее - СМИ)	
3	Количество социальных сетей, в которых созданы сообщества СМИ	
4	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору	
5	Среднее количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
6	Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
6.1	Охват аудитории СМИ в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
7	Средний охват просмотров новостных сообщений СМИ, опубликованных в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
8	Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области	
9	Тип вещания	
10	Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи	
11	Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в году, предшествующем году конкурсного отбора)	
Итого		

Информация о минимальном проходном балле, который необходимо набрать по результатам оценки заявки участника конкурсного отбора для признания его победителем конкурсного отбора.

Субсидия предоставляется на обеспечение не более 99 процентов затрат по направлениям расходов, указанным в [пункте 1.5](#) Порядка предоставления субсидий.

Предельный процент финансового обеспечения затрат, на который может претендовать получатель субсидии, определяется исходя из значения итоговой оценки заявки СМИ, на производство которого запрашивается субсидия, в соответствии с таблицей.

Таблица

Значение итоговой оценки заявки СМИ (количество баллов <*>)	Предельный процент финансового обеспечения
Более 50	99%
От 40 до 50	35%
Менее 40	0%

<*> Определяется в соответствии с [приложением 1](#) к Порядку предоставления субсидий.