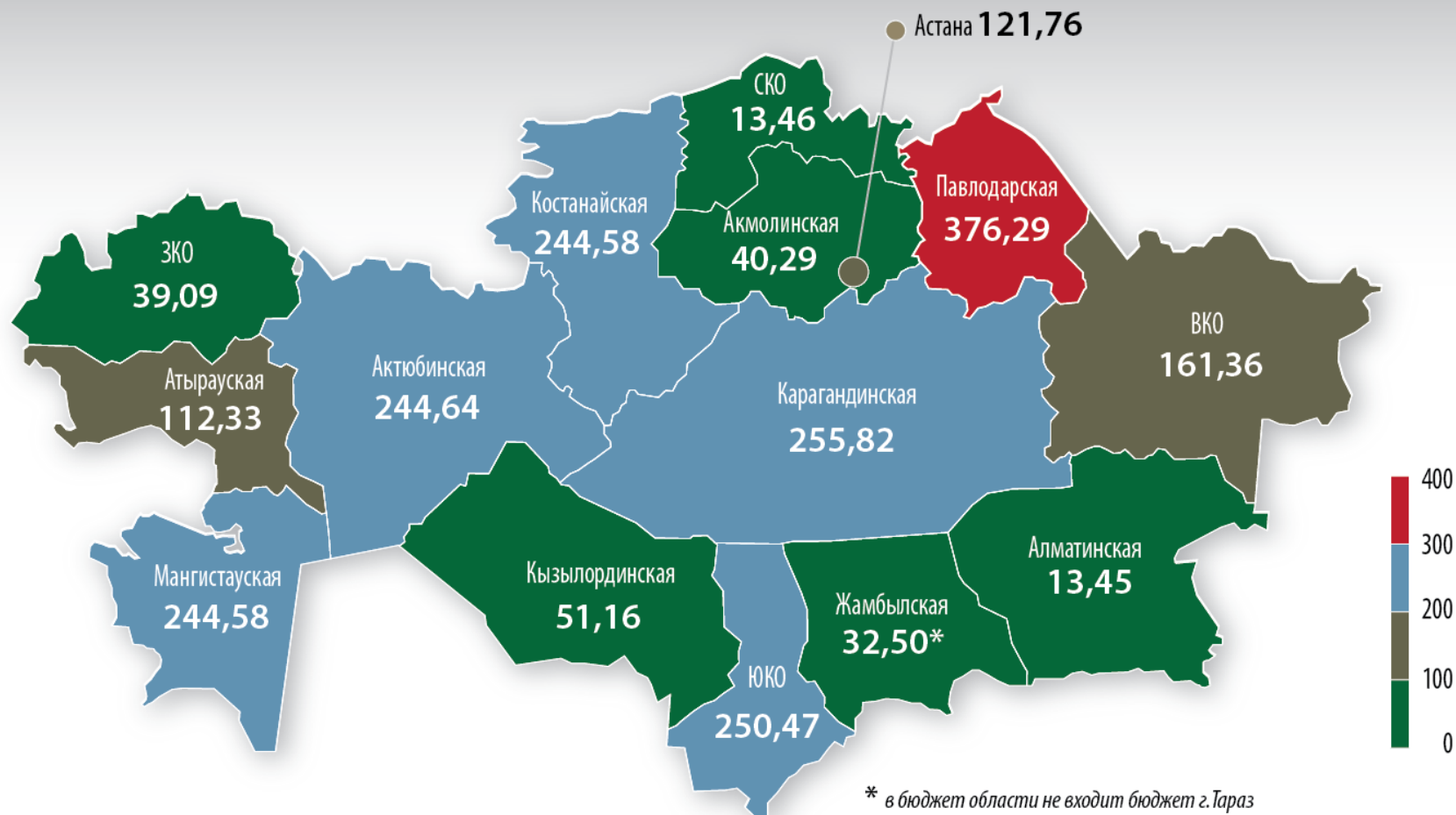


Финансирование прессы за последние 9 лет | млрд. тг |



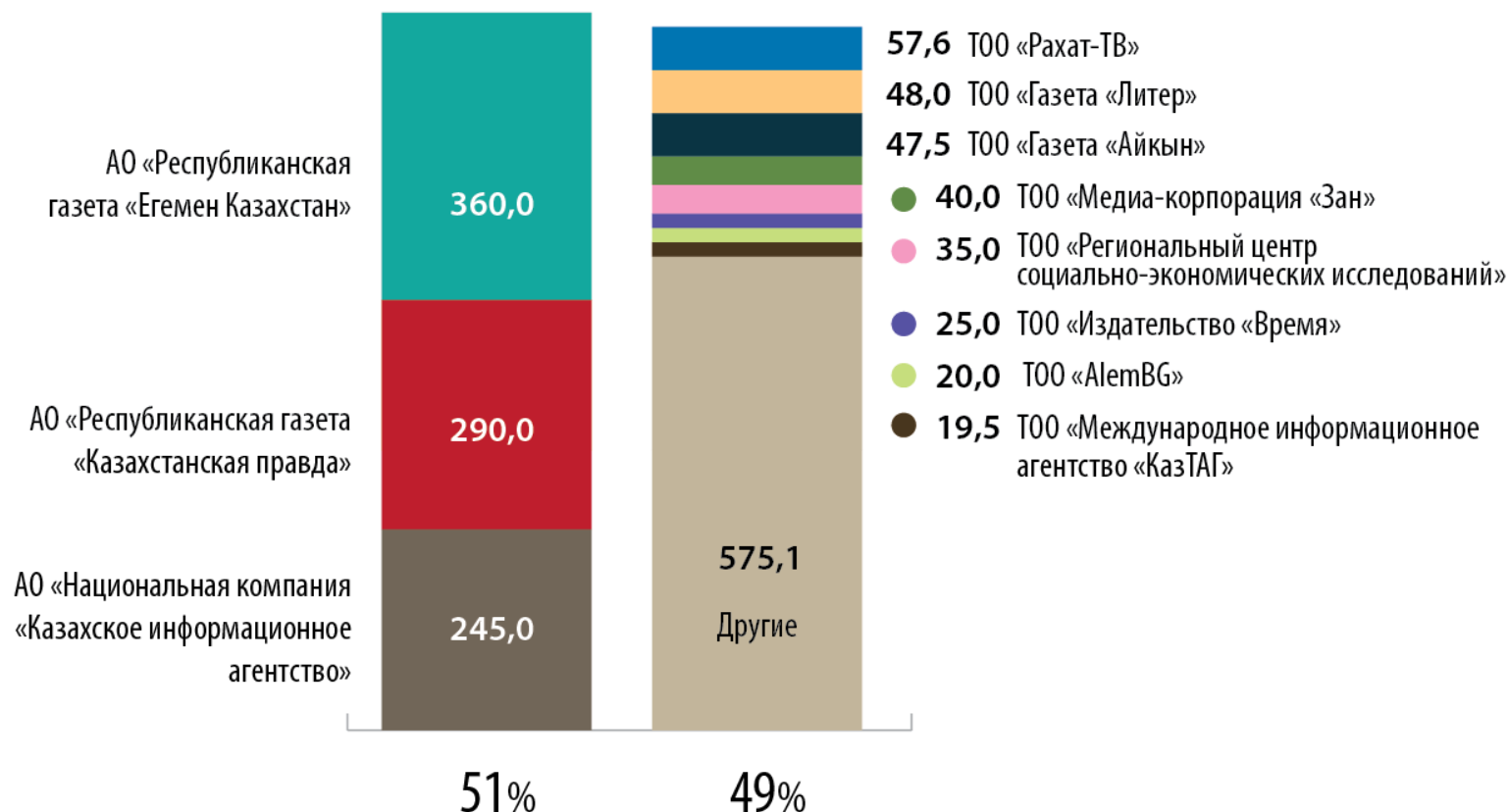
Проведение государственной информационной политики в разрезе областей | 2012 г., млн. тг |



Расходы на государственную информационную политику

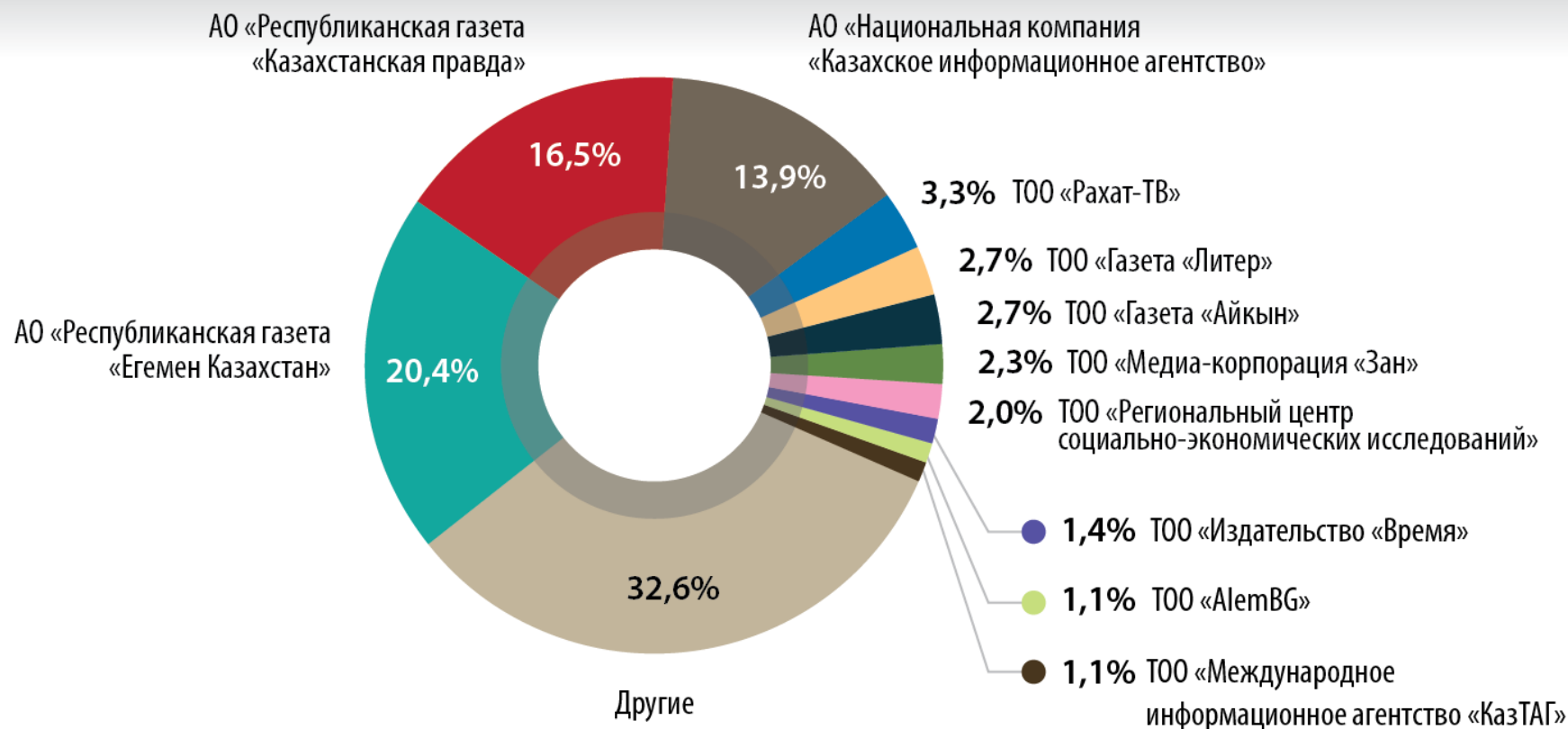
Министерство культуры и информации, 2012 год | млн. тг |

1 762,69 млн. тг



Расходы на государственную информационную политику

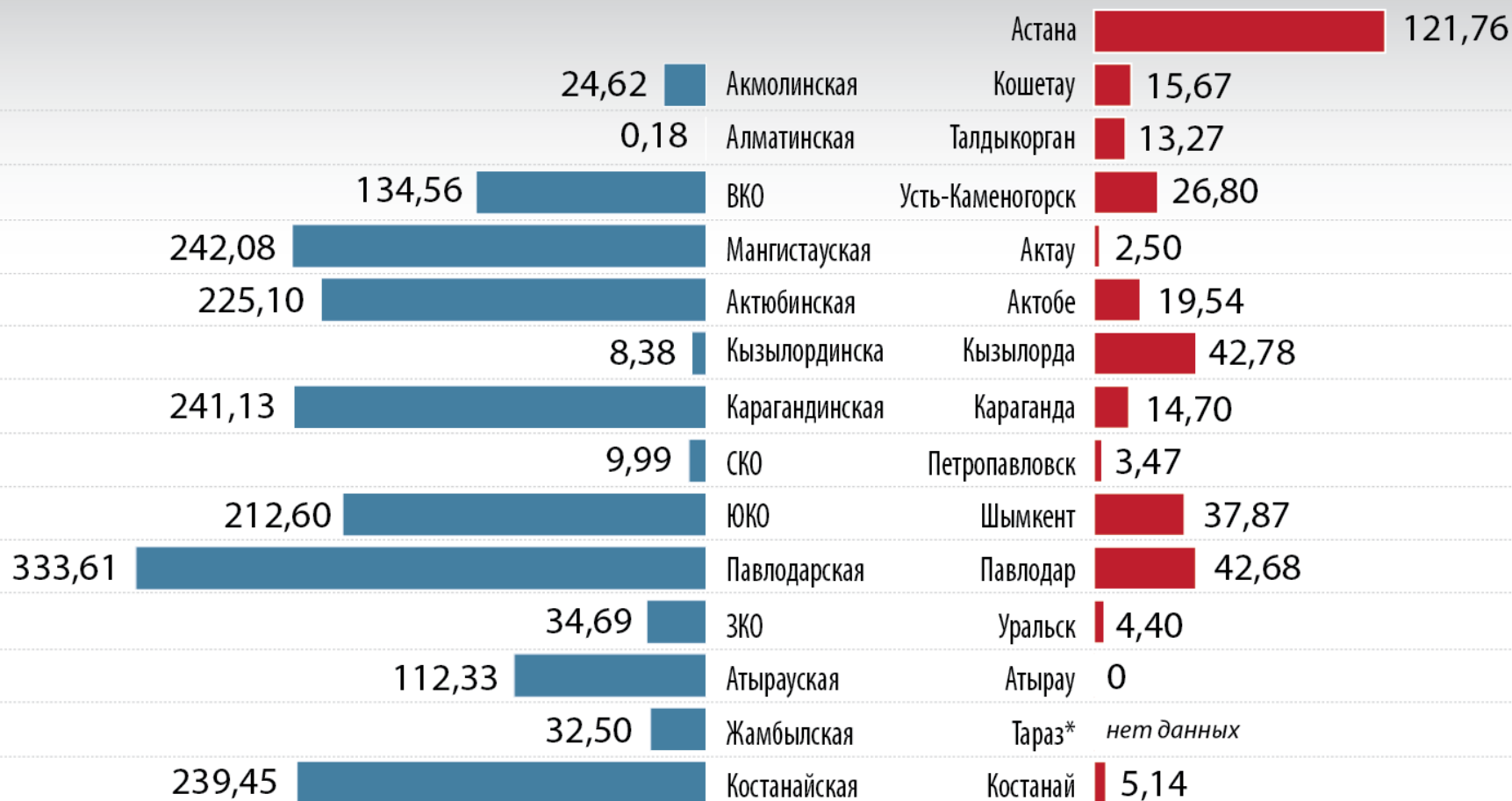
Министерство культуры и информации, 2012 год | % |



Структура распределения лотов в бюджете МКИ по линии «проведение государственной информационной политики» 2012 год | млн. тг |



Проведение государственной информационной политики в разрезе городов и областей | 2012 г., млн. тг |



Реализация экономических инструментов поддержки СМИ Министерством культуры и информации РК



Экономические инструменты



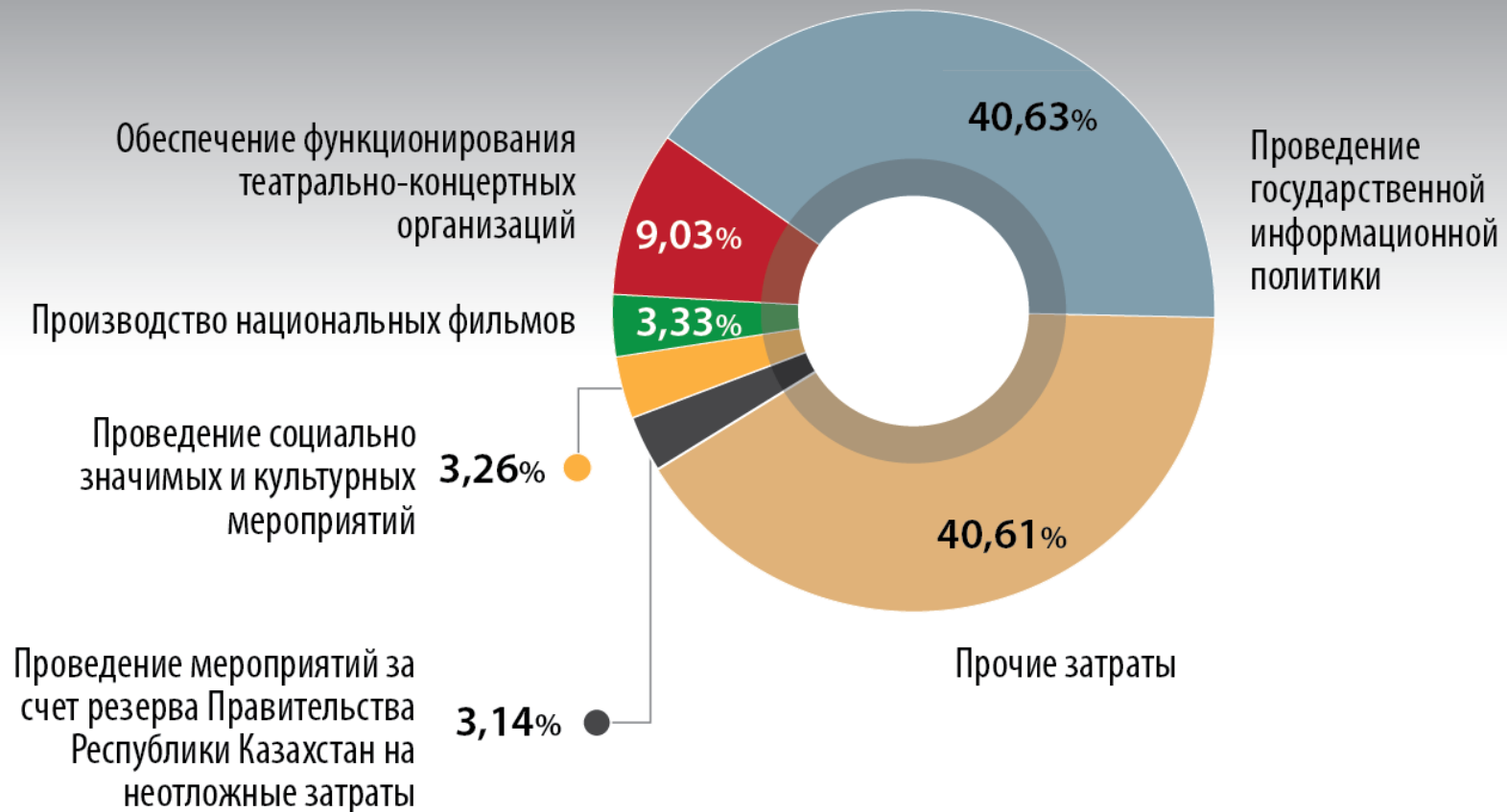
Используемые министерством инструменты



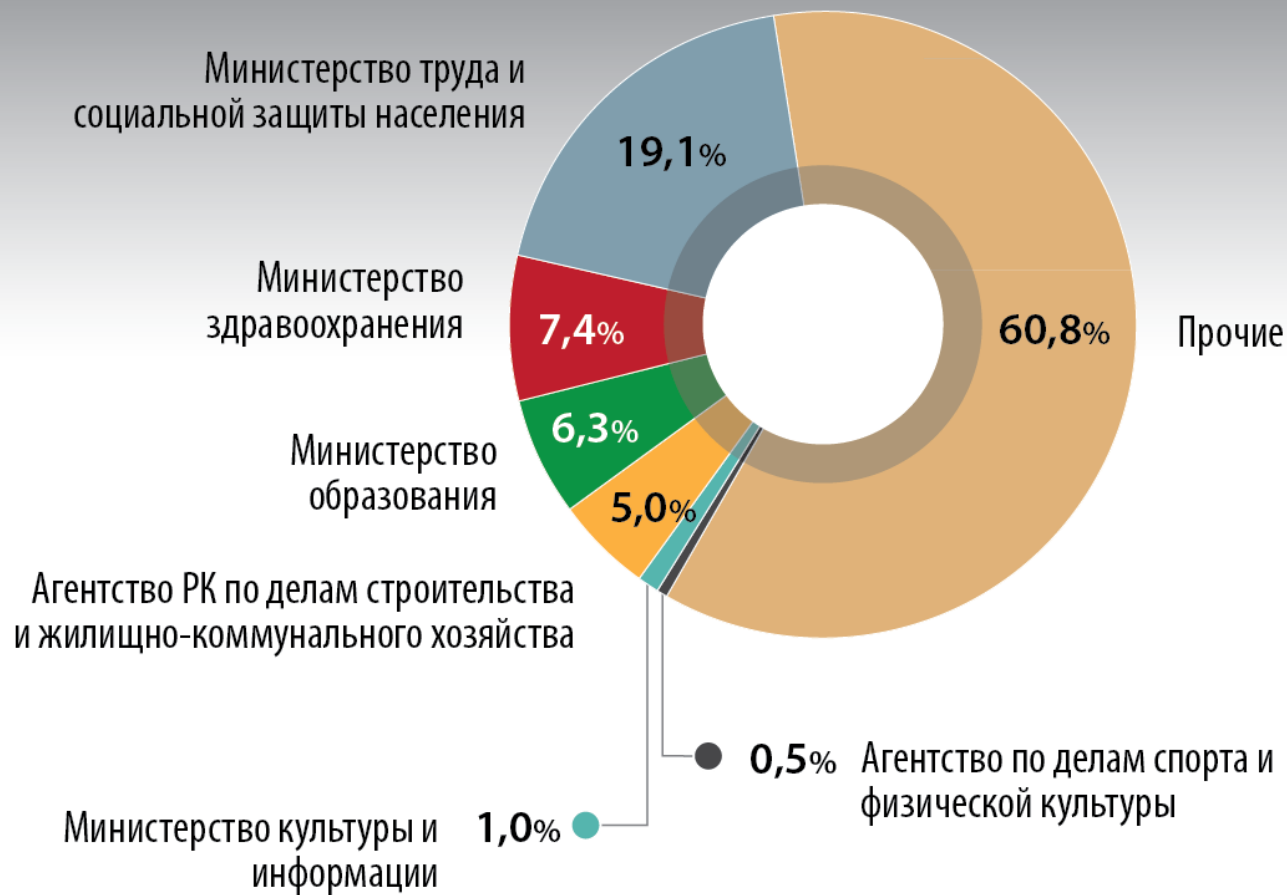
Не используемые инструменты

Налоговые льготы	---	Снижение или отмена НДС
Тарифная политика	---	Снижение тарифов на услуги инфраструктуры распространения изданий
Прямые целевые субсидии из бюджета	Государственный заказ на социальную рекламу Повышение квалификации журналистов государственных СМИ Субсидирование издания литературы и ее распространение через публичные библиотеки	Предоставление низкопроцентных займов и дотаций на технологические инновации Дотации «вторым» изданиям на рынке Гранты на исследовательскую деятельность
Прямые общие субсидии	Государственный социальный заказ на освещение государственной политики Поддержка отдельных изданий	Поддержка новых газет

Доминирующие статьи затрат МКИ РК в 2012 г.



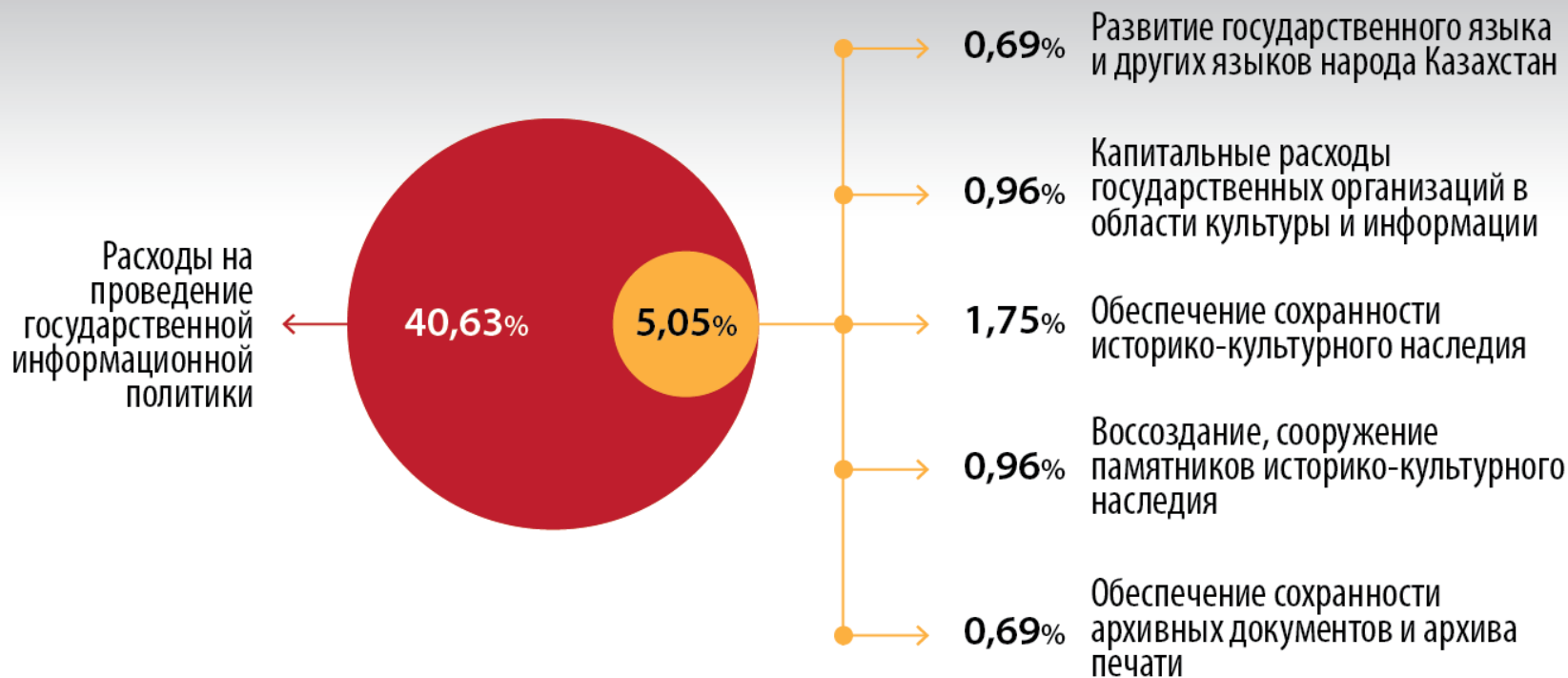
Доли министерств социального профиля в расходах государственного бюджета в 2012 году



Сопоставление размеров отдельных статей расходов некоторых областных бюджетов | план на 2013г., млн. тг |



Финансирование ряда базовых услуг культуры и информации, составляющих основную деятельность МКИ РК в 2012 г.



Статьи затрат на развитие потенциала сферы культуры и информации важнейших социальных задач МКИ РК в 2012 г.



Заложенные в стратегический план и рекомендуемые индикаторы и показатели деятельности МКИ РК для задачи 2.1.1. «Реализация государственной информационной политики через СМИ»

Имеющиеся индикаторы и показатели

Требуемые индикаторы и показатели

1. Количественная оценка продукта

Ввод новых государственных отечественных телевизионных и радиоканалов, ед.

Объем материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках госзаказа (газеты), полос

Объем материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках госзаказа (журналы), уч.-изд. Листов

Объем телевизионных и радиопередач, выпущенных в рамках реализации государственного заказа, часов

Ввод новых государственных отечественных телевизионных и радиоканалов, ед.

Объем материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках госзаказа (газеты), полос

Объем материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках госзаказа (журналы), уч.-изд. Листов

Объем телевизионных и радиопередач, выпущенных в рамках реализации государственного заказа, часов

2. Оценка качества работы

НЕТ

Оценка работниками и владельцами СМИ, не вовлеченными в выполнение госзаказа, качества публикаций и передач, выполненных в рамках реализации государственной информационной политики (оценка удовлетворенности экспертов), %.

Имеющиеся индикаторы и показатели

Требуемые индикаторы и показатели

3. Оценка эффективности работы с позиции экономичности

НЕТ

Удельные затраты на публикацию материалов, тенге за 1 полосу, 1 уч.-изд. лист, 1 час эфира

Доля оплаченных за счет средств государства публикаций (эфира), посвященных государственной политике, %

4. Оценка эффективности работы с позиции результативности

НЕТ

Рейтинг заказных передач, посвященных государственной политике, %

Доля розничных продаж печатных СМИ с заказными публикациями о государственной политике, %

Доля позитивных Интернет-откликов, %

5. Оценка эффективности работы с позиции достижения целей

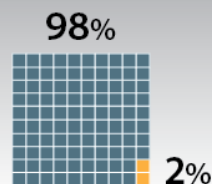
Уровень востребованности потребителями отечественной информационной продукции, %

Оценка населением доли отечественного продукта в общем объеме потребления информации, %

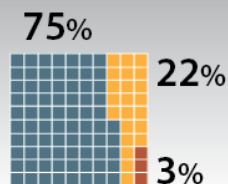
Обзор экономических инструментов поддержки СМИ и направленности их действия | на примере печатных изданий стран ОЭСР |

Экономические инструменты	Меры поддержки	Направленность
Налоговые льготы	Снижение или отмена НДС, Налога с продаж	Снижение издержек производства
Тарифная политика	Тарифы на услуги инфраструктуры логистики распространения изданий (почта, связь, транспорт)	
Прямые целевые субсидии из бюджета	Дотации «вторым» газетам на конкурентном рынке	Поддержка конкуренции (избирательно)
	Низкопроцентные займы и дотации на технологические инновации	Снижение издержек производства
	Государственная реклама социального или экологического характера	
	Исследовательская деятельность в форме грантов	Развитие интеллектуального потенциала, человеческих ресурсов сферы
	Журналистское образование	
	Программы по расширению читательской аудитории	Поддержка чтения у молодежи
Прямые общие субсидии	Поддержка новых газет	Преодоление входных барьеров на рынок
	Поддержка газет с низкой долей или отсутствием рекламы	Снижение розничной цены для поддержки читательской аудитории
	Поддержка специализированных изданий	Поддержка субкультуры (этнических меньшинств, инвалидов, иммигрантов и др.)

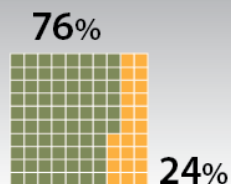
Доля различных источников финансирования в структуре доходов общественных телерадиовещательных компаний в Европе | 2000 г. |



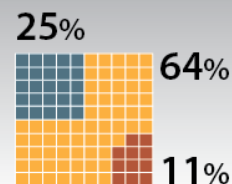
Австралия



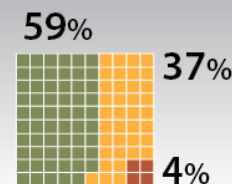
Канада



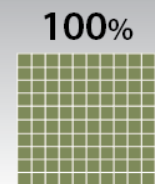
Финляндия



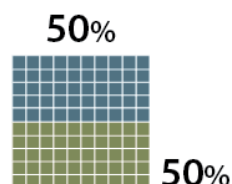
Испания



Италия

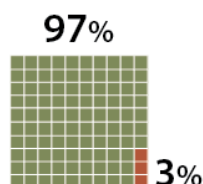


Япония



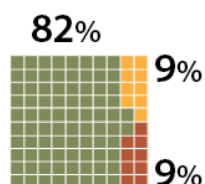
Франция

Телевидение, финансируемое пополам государством и зрителями, ориентированное на сохранение и пропаганду французской культуры и французского языка



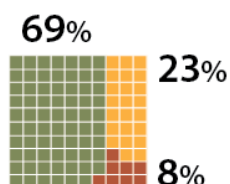
Великобритания

Классическое общественное телевидение, функционирующее на средства зрителей, приоритетом которого является высокое качество программ и, как следствие, конкурентоспособность



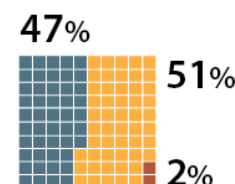
Германия

Общественно-правовое телевидение, не финансируемое, но защищенное государством и подконтрольное общественным советам граждан



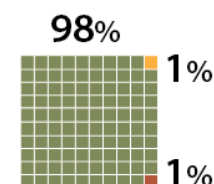
Нидерланды

Финансирование за счет специального налога и предоставление эфира пропорционально численности социальных групп, заинтересованных в контенте определенного содержания



США

Широкий охват населения, не имеющего доступа к коммерческим системам вещания, осуществляемый на средства государства и спонсоров



Швеция

Общественное телевидение, не финансируемое, но защищенное государством, ориентированное на поддержку национального и культурного своеобразия

■ абонентская плата

■ государственные субсидии

■ реклама, спонсорство

■ другие