

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ БЮДЖЕТНОЇ ПРОГРАМИ за 2025 рік

1.	0200000	Виконавчий комітет Миргородської міської ради	(КПКВК ДБ(МБ))	(найменування головного розпорядника коштів місцевого бюджету)
2.	0210000	Виконавчий комітет Миргородської міської ради	(КПКВК ДБ(МБ))	(найменування відповідального виконавця)
3.	0218410	0830 Фінансова підтримка медіа (засобів масової інформації)	(КПКВК ДБ(МБ))	(КФКВК) (найменування бюджетної програми)

4. Мета бюджетної програми:

Забезпечення мешканцям громади доступу до об'єктивної, різноманітної та цікавої інформації, що відповідає їхнім потребам та інтересам. Підвищення рівня медійної грамотності усіх верств населення, сприяння висвітленню соціально важливих питань та культурного розвитку громади через різні технічні аудіовізуальні засоби розповсюдження інформації.

5. Оцінка ефективності бюджетної програми за критеріями:

5.1 Виконання бюджетної програми за напрямками використання бюджетних коштів:

гривень

№ з/п	Показники	План з урахуванням змін			Виконано			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	разом	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього
1.	Видатки(надані кредити)	5 199 400,00	0,00	5 199 400,00	5 156 787,79	0,00	5 156 787,79	-42 612,21	0,00	-42 612,21
1	Фінансова підтримка засобів масової інформації	5 199 400,00	0,00	5 199 400,00	5 156 787,79	0,00	5 156 787,79	-42 612,21	0,00	-42 612,21

Розбіжність між фактичними та затвердженими у паспорті бюджетної програми видатками за напрямком "Фінансова підтримка засобів масової інформації" на суму 42612,21 грн пояснюється економією коштів використаних на: комунальні послуги : тепlopостачання 40992,63 грн., водопостачання та водовідведення 26,08 грн, енергопостачання 9,44 грн., заробітну плату 14,46 грн; нарахування на заробітну плату 229,81 грн.; також зафіксована економія коштів по інших видатках на суму 1247,52 грн, предмети та матеріали економія становить 3,30 грн; послуги, крім комунальних 88,97 грн .

5.2 Виконання бюджетної програми за джерелами надходжень спеціального фонду:

гривень

№ з/п	Показники	План з урахуванням змін	Виконано	Відхилення
1.	Залишок на початок року	0,00	0,00	0,00
1.1	власних надходжень	0,00	0,00	0,00
1.2	інших надходжень	0,00	0,00	0,00
2.	Надходження	0,00	0,00	0,00
2.1	власні надходження	0,00	0,00	0,00
2.2	надходження позик	0,00	0,00	0,00
2.3	повернення кредитів	0,00	0,00	0,00
2.4	інші надходження	0,00	0,00	0,00
3.	Залишок на кінець року	0,00	0,00	0,00
3.1	власних надходжень	0,00	0,00	0,00
3.2	інших надходжень	0,00	0,00	0,00

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

№ з/п	Показники	Затверджено паспортом бюджетної програми			Виконано			Відхилення		
		загальний фонд	спеціальний фонд	разом	загальний фонд	спеціальний фонд	разом	загальний фонд	спеціальний фонд	разом
Фінансова підтримка засобів масової інформації										
	Затрат									
1	кількість штатних одиниць	14,50	0,00	14,50	14,50	0,00	14,50	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
2	в т.ч жінок	9,50	0,00	9,50	9,50	0,00	9,50	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
3	в т. чоловіків	5,00	0,00	5,00	5,00	0,00	5,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
4	обсяг підтримки виготовлення та розповсюдження телепродукту	2 562 700,00	0,00	2 562 700,00	2 562 700,00	0,00	2 562 700,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
5	обсяг підтримки виготовлення та розповсюдження радіопродукту	2 636 700,00	0,00	2 636 700,00	2 594 087,79	0,00	2 594 087,79	-42 612,21	0,00	-42 612,21
Фактичний показник обсягу підтримки виготовлення та розповсюдження радіопродукту менше від затвердженого на 42612,21 грн. у зв'язку із економією коштів протягом звітного періоду по статті комунальні послуги та інші видатки.										

	Продукту								
6	обсяг телепродукту , у т.ч.:	7 200,00	0,00	7 200,00	7 200,00	0,00	7 200,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
7	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	4 320,00	0,00	4 320,00	4 320,00	0,00	4 320,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
8	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	864,00	0,00	864,00	864,00	0,00	864,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
9	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	936,00	0,00	936,00	936,00	0,00	936,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
10	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	144,00	0,00	144,00	144,00	0,00	144,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
11	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	72,00	0,00	72,00	72,00	0,00	72,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
12	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	504,00	0,00	504,00	504,00	0,00	504,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
13	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	360,00	0,00	360,00	360,00	0,00	360,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
14	обсяг радіопродукту , у т. ч.:	160 000,00	0,00	160 000,00	160 000,00	0,00	160 000,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
15	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	104 000,00	0,00	104 000,00	104 000,00	0,00	104 000,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
16	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	24 000,00	0,00	24 000,00	24 000,00	0,00	24 000,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
17	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	14 400,00	0,00	14 400,00	14 400,00	0,00	14 400,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
18	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	1 600,00	0,00	1 600,00	1 600,00	0,00	1 600,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
19	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	1 600,00	0,00	1 600,00	1 600,00	0,00	1 600,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
20	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	8 000,00	0,00	8 000,00	8 000,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
21	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	6 400,00	0,00	6 400,00	6 400,00	0,00	6 400,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
	Ефективності								
22	вартість на одиницю телепродукту , у т.ч.:	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
23	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
24	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
25	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
26	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
27	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
28	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00
Відхилення відсутні									
29	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	355,93	0,00	355,93	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00

Відхилення відсутні										
30	вартість на одиницю радіопродукту, у т.ч.:	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
31	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
32	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
33	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
34	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
35	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
36	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
37	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	16,48	0,00	16,48	16,21	0,00	16,21	-0,27	0,00	-0,27
Причиною зменшення показника на 0,27 грн. є отримання певних послуг на безоплатній основі, що призвело до зменшення вартості на одиницю радіопродукту з бюджету громади.										
38	видатки на утримання 1 штатної одиниці, у т.ч.:	358 579,31	0,00	358 579,31	355 640,54	0,00	355 640,54	-2 938,77	0,00	-2 938,77
Фактичний показник по видаткам на утримання 1 штатної одиниці менший від затвердженого на 2938,77 грн. у зв'язку із економією коштів по Програмі підтримки та розвитку Міської телестудії "Миргород" в сумі 42612,21 грн.										
39	з числа жінок	358 484,95	0,00	358 484,95	355 546,95	0,00	355 546,95	-2 938,00	0,00	-2 938,00
Фактичний показник по видаткам на утримання 1 штатної одиниці менший від затвердженого на 2938,77 грн. у зв'язку із економією коштів по Програмі підтримки та розвитку Міської телестудії "Миргород" в сумі 42612,21 грн.										
40	з числа чоловіків	358 758,60	0,00	358 758,60	355 818,36	0,00	355 818,36	-2 940,24	0,00	-2 940,24
Фактичний показник по видаткам на утримання 1 штатної одиниці менший від затвердженого на 2938,77 грн. у зв'язку із економією коштів по Програмі підтримки та розвитку Міської телестудії "Миргород" в сумі 42612,21 грн.										
Якості										
41	відсоток обсягу телепродукту у порівнянні з минулим роком, у т.ч.:	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
42	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
43	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
44	матеріали орієнтовані на молодь	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
45	відсоток обсягу радіопродукту у порівнянні з минулим роком, у т.ч.:	106,67	0,00	106,67	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
46	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	106,67	0,00	106,67	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
47	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб	106,67	0,00	106,67	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										
48	матеріали орієнтовані на молодь	106,67	0,00	106,67	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
Відхилення відсутні										

5.4 Виконання показників бюджетної програми порівняно із показниками попереднього року:

гривень

№ 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

	Видатки(надані кредити)	4 211 685,05	0,00	4 211 685,05	5 156 787,79	0,00	5 156 787,79	122,44	0,00	122,44
1	Фінансова підтримка засобів масової інформації	4 211 685,05	0,00	4 211 685,05	5 156 787,79	0,00	5 156 787,79	122,44	0,00	122,44
	Затрат									
1	обсяг підтримки телепродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	обсяг підтримки радіопродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3	кількість штатних одиниць	14,50	0,00	14,50	14,50	0,00	14,50	100,00	0,00	100,00
4	в т.ч жінок	0,00	0,00	0,00	9,50	0,00	9,50	0,00	0,00	0,00
5	в т. чоловіків	0,00	0,00	0,00	5,00	0,00	5,00	0,00	0,00	0,00
6	обсяг підтримки виготовлення та розповсюдження телепродукту	2 462 985,05	0,00	2 462 985,05	2 562 700,00	0,00	2 562 700,00	104,05	0,00	104,05
7	обсяг підтримки виготовлення та розповсюдження радіопродукту	1 748 700,00	0,00	1 748 700,00	2 594 087,79	0,00	2 594 087,79	148,34	0,00	148,34
	Продукту									
8	обсяг телепродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9	обсяг радіопродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	обсяг телепродукту , у т.ч.:	7 200,00	0,00	7 200,00	7 200,00	0,00	7 200,00	100,00	0,00	100,00
11	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	4 320,00	0,00	4 320,00	0,00	0,00	0,00
12	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	0,00	0,00	0,00	864,00	0,00	864,00	0,00	0,00	0,00
13	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	0,00	0,00	0,00	936,00	0,00	936,00	0,00	0,00	0,00
14	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	0,00	0,00	0,00	144,00	0,00	144,00	0,00	0,00	0,00
15	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	0,00	0,00	0,00	72,00	0,00	72,00	0,00	0,00	0,00
16	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	0,00	0,00	0,00	504,00	0,00	504,00	0,00	0,00	0,00
17	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	0,00	0,00	0,00	360,00	0,00	360,00	0,00	0,00	0,00
18	обсяг радіопродукту , у т. ч.:	150 000,00	0,00	150 000,00	160 000,00	0,00	160 000,00	106,67	0,00	106,67
19	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	104 000,00	0,00	104 000,00	0,00	0,00	0,00
20	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	0,00	0,00	0,00	24 000,00	0,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00
21	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	0,00	0,00	0,00	14 400,00	0,00	14 400,00	0,00	0,00	0,00
22	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	0,00	0,00	0,00	1 600,00	0,00	1 600,00	0,00	0,00	0,00
23	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	0,00	0,00	0,00	1 600,00	0,00	1 600,00	0,00	0,00	0,00
24	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	0,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	0,00
25	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	0,00	0,00	0,00	6 400,00	0,00	6 400,00	0,00	0,00	0,00
	Ефективності									
26	вартість на одиницю телепродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
27	вартість на одиницю радіопродукту	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
28	видатки на утримання 1 штатної одиниці	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
29	вартість на одиницю телепродукту , у т.ч.:	342,08	0,00	342,08	355,93	0,00	355,93	104,05	0,00	104,05
30	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
31	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
32	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
33	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
34	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
35	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
36	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	0,00	0,00	0,00	355,93	0,00	355,93	0,00	0,00	0,00
37	вартість на одиницю радіопродукту , у т.ч.:	11,66	0,00	11,66	16,21	0,00	16,21	139,02	0,00	139,02
38	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
39	матеріали орієнтовані на жіночу аудиторію	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
40	матеріали орієнтовані на чоловічу аудиторію	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00

41	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа жінок	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
42	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб з числа чоловіків	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
43	матеріали орієнтовані на молодь з числат дівчат	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
44	матеріали орієнтовані на молодь з числат хлопців	0,00	0,00	0,00	16,21	0,00	16,21	0,00	0,00	0,00
45	видатки на утримання 1 штатної одиниці у т.ч.:	290 461,04	0,00	290 461,04	355 640,54	0,00	355 640,54	122,44	0,00	122,44
46	з числа жінок	0,00	0,00	0,00	355 546,95	0,00	355 546,95	0,00	0,00	0,00
47	з числа чоловіків	0,00	0,00	0,00	355 818,36	0,00	355 818,36	0,00	0,00	0,00
Якості										
48	відсоток обсягу телепродукту у порівнянні з минулим роком	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
49	відсоток обсягу радіопродукту у порівнянні з минулим роком	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
50	відсоток обсягу телепродукту у порівнянні з минулим роком, у т.ч.:	100,48	0,00	100,48	100,00	0,00	100,00	99,52	0,00	99,52
51	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
52	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
53	матеріали орієнтовані на молодь	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
54	відсоток обсягу радіопродукту у порівнянні з минулим роком, в т.ч.:	125,16	0,00	125,16	106,67	0,00	106,67	85,23	0,00	85,23
55	матеріали орієнтовані на широку аудиторію	0,00	0,00	0,00	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
56	матеріали орієнтовані на аудиторію внутрішньо переміщених осіб	0,00	0,00	0,00	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00
57	матеріали орієнтовані на молодь	0,00	0,00	0,00	106,67	0,00	106,67	0,00	0,00	0,00

5.5 Виконання інвестиційних (проектів) програм:

3.5 Виконання інвестиційних (проектів) програм:

№ з/п	Позначки	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:	X	0,00	0,00	0,00	X	X
	Надходження бюджету розвитку	X	0,00	0,00	0,00	X	X
	Надходження із загального фонду бюджету до спеціального фонду(бюджету розвитку)	X	0,00	0,00	0,00	X	X
	Запозичення до бюджету	X	0,00	0,00	0,00	X	X
	Інші джерела	X	0,00	0,00	0,00	X	X
2.	Видатки бюджету розвитку всього:	X				X	X

5.6 Наявність фінансових порушень за результатами контрольних заходів:

Контрольні заходи не проводились

5.7 Стан фінансової дисципліни:

Кредиторська та дебіторська заборгованість відсутня

6. Узагальнений висновок щодо: актуальності бюджетної програми

Програма залишається актуальною для подальшої реалізації, заходи програми не дублюються із заходами інших програм ефективності бюджетної програми

Середня ефективність програми

корисності бюджетної програм

Програма забезпечує інформування населення щодо діяльності органів місцевої влади

довгострокових наслідків бюджетної програми

Бюджетна програма має довгостроковий терін дії

Нач. відділу обліку, контролю та звітності -
головний бухгалтер



Олена ГРЕЧКО