

РОЗВИТОК НАПРЯМКУ САМОФІНАНСУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМУНАЛЬНОГО ТРАСПОРТУ

БУРЯЧЕНКО Андрій¹, ЗАХОЖАЙ Костянтин², ЛОГВІНОВ Павло³

¹ Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0002-7354-7491>

² Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0003-1001-8012>

³ Управління економічного розвитку міста Ужгородської міської ради
<https://orcid.org/0000-0001-9855-0315>

Існуючий рівень фінансових ресурсів громадських перевізників столиці не відповідає потребам відновлення та не забезпечує можливість здійснювати капітальні ремонти на належному рівні. Відповідно, неможливо досягти модернізації та розвитку активів, унаслідок наявного фінансового забезпечення системи організації послуг з перевезення. Дана ситуація обумовлена розміром тарифу, який не покриває собівартість наданих перевізниками послуг, зокрема собівартість перевезень, які здійснює КП «Київський метрополітен». У статті розглянуто потенційні можливості забезпечення самофінансування підприємства за рахунок інших доходів від операційної діяльності метрополітену м. Києва, а саме – доходи від реклами.

Ключові слова: комунальне господарство, місцевий бюджет, тариф, фінансове забезпечення, транспортне підприємство, фінанси метрополітену, доходи від реклами, рівень відновлення

<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-13>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Необхідне дослідження тенденцій формування доходів від реклами КП «Київський метрополітен» задля забезпечення реалізації принципів самофінансування.

Актуальним є дослідження існуючого механізму формування доходів комунальних підприємств від реклами з одночасним пошуком методів його вдосконалення, що в результаті сприятиме найефективнішому розвитку метрополітену м. Києва.

Для вирішення поставлених завдань використані загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Зокрема, методи кількісного аналізу економічних показників (спостереження, порівняння, групування, структурування та узагальнення), статистичні методи дослідження, методи теоретичного узагальнення (в розв'язанні проблемних питань) та табличний методи (для наочності представлення матеріалу).

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Серед вітчизняних досліджень у сфері економіки питання фінансового забезпечення транспортної інфраструктури міста згадується у таких науковців як В.М. Опарін, В.М. Федосов, А.Є. Буряченко, Т.В. Паєнтко, О.Д. Василик, А.М. Поддєрьогін, В.І. Оспіщева, А.Ю. Полчанов, Т.Е. Городецька, В.Л. Бондаренко, О.Л. Щербакова, В.В. Зайчикова та інших. Авторів, що розглядали дане питання, можна умовно поділити на дві групи:

1. Розглядають фінансове забезпечення як основний метод впливу на економічний та соціальний розвиток, що здійснюється через визначену систему взаємовідносин: кредитування, самофінансування та зовнішнє фінансування [1-2].

2. Розглядають фінансове забезпечення як процес формування цільових грошових фондів суб'єктів господарювання у достатньому розмірі та їх ефективне використання [3-5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є пошук додаткових можливостей фінансового забезпечення КП «Київський метрополітен» на засадах самофінансування для його повноцінного функціонування і розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Запланований прибуток враховується при визначенні тарифів на транспортні послуги КП «Київський метрополітен» і використовується для капітальних інвестицій, технічного переоснащення підприємств та досягнення інших цілей відповідно до офіційно затвердженої програми розвитку метрополітену. Розмір доходу підприємств як самостійного джерела надходжень визначається рівнем тарифів на проїзд у громадському транспорті, які не

переглядалися протягом кількох років, та участю підприємств у єдиній міській системі ціноутворення. Цей факт обмежує здатність Київського метрополітену генерувати достатній дохід для повного покриття операційних витрат, не кажучи вже про створення фонду розвитку.

Наразі метрополітен не є прибутковим, а фінансові ресурси, що генеруються, не покривають витрати на основну діяльність. Рівень прибутку не включається до тарифу на проїзд для покриття потреби підприємства в капітальних ресурсах для виконання певних завдань (наприклад, капітальний ремонт, будівництво нових об'єктів). Тарифи повинні відображати чітко виражену і розраховану потребу в ресурсах для виконання конкретних завдань операційної та інвестиційної діяльності підприємства.

Методика оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами на державних та комунальних підприємствах дозволяє визначити рівень забезпеченості КП «Київський метрополітен» власними фінансовими ресурсами. У Таблиці 1 показано рівень окупності тарифів на проїзд у Київському метрополітені.

Таблиця 1

Рівень відновлення операційних витрат КП «Київський метрополітен» за рахунок плати за проїзд

| Показники | План | Факт | План | Факт | План | Факт | План | Факт |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
| Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 1246,63 | 1310,35 | 1334,40 | 1356,14 | 2056,87 | 1536,31 | 2624,53 | 2122,73 |
| Операційні витрати | 1516,66 | 1270,32 | 1712,43 | 1368,06 | 2841,09 | 1894,53 | 3337,21 | 2215,99 |
| Рівень відновлення за рахунок плати за проїзд | 82,2% | 103,2% | 77,9% | 99,1% | 72,4% | 81,1% | 78,6% | 95,8% |
| | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 3569,00 | 3389,50 | 2690,00 | 1845,45 | 2194,06 | 2189,38 | 2216,76 | 1085,45 |
| Операційні витрати | 4034,71 | 4509,60 | 4628,15 | 3876,79 | 6413,20 | 5214,92 | 7646,91 | 4286,64 |
| Рівень відновлення за рахунок плати за проїзд | 88,5% | 75,2% | 58,1% | 47,6% | 34,2% | 42,0% | 29,0% | 25,3% |

Джерело: складено самостійно за матеріалами [6], [7], [8].

Додатковим джерелом доходу виступають платежі за розміщення реклами. Механізм розподілу даних доходів за розміщення реклами визначається місцевою владою та зазнає регулярного перегляду:

- I. Зміна процесу реалізації:
 1. Рішення Київської міської ради від 22 вересня 2011 року № 37/6253 «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві»;
 2. Рішення Київської міської ради від 26 січня 2012 року № 20/7357 «Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві»;
 3. Рішення Київської міської ради від 20 квітня 2017 року № 223/2445 «Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів у місті Києві»;
 4. Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05 лютого 2019 року № 207 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва»;
- II. Коригування розміру оплати реклами:
 1. Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) від 21 травня 2012 року № 838 «Про питання визначення розміру плати за розміщення реклами в місті Києві»;
 2. Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) від 22 грудня 2018 року № 2341 «Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів» [9-13].

КП «Київреклама» здійснює укладання договорів на розміщення реклами, отримання та перерахування платежів за користування рекламними місцями, а також контролю за надходженням

цих платежів та відповідністю рекламних засобів встановленим стандартам і договорам. Дане комунальне підприємство підпорядковане Міністерству містобудування та будівництва [9].

У 2011 році плата щомісяця виставлялася КП «Київреклама» і перераховувалася рекламодавцями на відповідний поточний рахунок КП «Київреклама» відповідно до умов договору на тимчасове право користування місцем та використовувалася у порядку, встановленому Київською міською радою або уповноваженими нею органами. Розрахунки за розміщення реклами в транспорті Київського метрополітену здійснювалися відповідно до умов договору на розміщення реклами в транспорті Київського метрополітену. Таким чином, КП «Київський метрополітен» отримував певний відсоток від плати за цими договорами безпосередньо від КП «Київреклама», певний відсоток залишався у КП «Київреклама», а решта надходила до міського бюджету [9].

У 2014 році 75% надходжень від реклами було перераховано до міського бюджету, а решту була відправлена на рахунки комунальних підприємств учасників. На початку 2015 року розглядалася можливість передачі частини доходів, що перераховуються до бюджету, безпосередньо на потреби КП «Київський метрополітен» у вигляді інших надходжень, але ця пропозиція не була прийнята.

Директор КП «Київський метрополітен» В.В. Брагінський повідомив, що з 2016 року підприємство більше не бере плату за розміщення реклами на своїх транспортних засобах.

З 2019 року, відповідно до розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05 лютого 2019 року № 207 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва», плата за розміщення реклами сплачується у порядку, встановленому Київською міською радою. Плата щомісяця перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами до бюджету територіальної громади міста Києва відповідно до умов договору на право тимчасового користування місцем у встановленому порядку [11].

За даними Управління з питань реклами КМДА, наразі рекламні площі метрополітену розподілені між 25 посередниками, які мають договори на користування цими площами на первинному ринку. Відтоді ці компанії формують ринок розповсюдження реклами та визначають ринкову вартість рекламних площ. До бюджету надходять лише прямі платежі за контрактами з фіксованою ціною на первинному ринку, тоді як вторинний ринок отримує дохід у вигляді податку на прибуток, що стягується з цих компаній. Оскільки дані про доходи підприємств вторинного ринку захищені комерційною таємницею, наразі неможливо визначити реальну вартість реклами та доходів. Таким чином, відсутність посередників забезпечила б отримання містом усіх прибутків від реклами в метро, генеруючи таким чином ресурси фонду майбутнього розвитку метрополітену.

За останні два роки, коли КП «Київський метрополітен» ще отримувало дохід від розміщення реклами після розподілу зборів між бюджетом та КП «Київреклама», дохід склав 2,78 млн. грн. у 2014 році та 15,25 млн. грн. у 2015 році [14]. Навіть у разі включення 100% зборів використання площ під рекламу на первинному ринку до інших доходів «КП Київський метрополітен», вони не змогли б покрити потреби підприємства у фінансових ресурсах і становлять менше 1% його загальних видатків. Наразі такі надходження від учасників первинного ринку не забезпечують потреби метрополітену у фінансових ресурсах на операційну діяльність та капітальні інвестиції для подальшого розвитку та будівництва.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Задля зрушення ситуації у напрямку цільового використання доходів від реклами для забезпечення підприємства фінансовими ресурсами розвитку доцільним є перегляд відносин між містом та посередниками щодо формування первинного та вторинного реклами у сторону ліквідації посередників та прямого обліку доходів за ринковою вартістю площ, а не фіксованою вартістю. Це дозволить вести відкритий та прозорий облік як самих рекламних площ так й доходів від користування ними. У подальшому дані фінансові ресурси можуть бути зараховані прямо як інші доходи підприємства задля забезпечення його незалежного функціонування або у вигляді дотацій з бюджету на проведення цільових заходів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фінанси: навч. посіб.; за ред. І. В. Оспіщева. Київ: Знання, 2012. 415 с.
2. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія) / В.М. Опарін. – 2-ге вид. доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2002. – 240 с.
3. Буряченко А.Є. Фінансовий потенціал регіонального розвитку : монографія / А.Є. Буряченко. – К. : КНЕУ, 2013. – 342 с.
4. Гончаренко М. В. Фінансове забезпечення розвитку території: теоретичний аспект / М. В. Гончаренко. // Державне будівництво. - 2012. - № 2. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_21].
5. Щербаківа, О. Л. Фінансове забезпечення соціально-економічного розвитку монофункціонального міста : автореф. дис... канд. держ. упр. : спец. 25.00.04 / О. Л. Щербаківа. – Запоріжжя, 2012. - 20 с.
6. Комунальне підприємство «Київпастрас» [Електронний ресурс] // Офіційний інтернет-портал «Київаудит» – Режим доступу до ресурсу: [https://kyivaudit.gov.ua/vr/ka/company.nsf/(pdpredr)/31725604].
7. Виконання бюджету м.Києва [Електронний ресурс] // Офіційний портал міста Києва – Режим доступу до ресурсу: [https://kyivcity.gov.ua].
8. Рішення КМР від 22 вересня 2011 року № 37/6253 "Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві" // Офіційний веб-сайт Київської міської ради – Режим доступу: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr110935\$2015_07_02]
9. Рішення КМР від 26 січня 2012 року № 20/7357 "Про затвердження Концепції розвитку зовнішньої реклами в місті Києві" // Офіційний веб-сайт Київської міської ради – Режим доступу: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr120001\$2012_01_26]
10. Рішення КМР від 20 квітня 2017 року № 223/2445 "Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів у місті Києві" // Офіційний веб-сайт Київської міської ради – Режим доступу: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr170617\$2017_05_18]
11. Розпорядження КМДА від 05 лютого 2019 року № 207 "Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Києві та Порядку погодження розміщення реклами на транспорті комунальної власності територіальної громади міста Києва" // Виконавчий орган Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації). – Режим доступу: [https://ips.ligazakon.net/document/UPR19017]
12. Розпорядження КМДА від 21 травня 2012 року № 838 "Про питання визначення розміру плати за розміщення реклами в місті Києві" // Виконавчий орган Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації). – Режим доступу: [https://ips.ligazakon.net/document/UPR12055?an=1&ed=2012_08_23]
13. Розпорядження КМДА від 22 грудня 2018 року № 2341 "Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Києва, для розміщення рекламних засобів" // Виконавчий орган Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації). – Режим доступу: [https://ips.ligazakon.net/document/upr18136?an=1&ed=2018_12_22]
14. Комунальне підприємство «Київський метрополітен» [Електронний ресурс] // Офіційний інтернет-портал «Київаудит» – Режим доступу до ресурсу: [https://kyivaudit.gov.ua/vr/ka/company.nsf/(pdpredr)/03328913].

REFERENCES:

1. Finansy: navch. posib.; za red. I. V. Ospishcheva. Kyiv: Znannia, 2012. 415 s.
2. Oparin V.M. Finansy (Zahalna teoriia) / V.M. Oparin. – 2-he vyd. dop. i pererob. – K. : KNEU, 2002. – 240 s.
3. Honcharenko M. V. Finansove zabezpechennia rozvytku terytorii: teoretychnyi aspekt / M. V. Honcharenko. // Derzhavne budivnytstvo. - 2012. - № 2. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_21].
4. Buriachenko A. E. Finansovyi potentsial rehionalnoho rozvytku : monohrafiia / A.E. Buriachenko. – K. : KNEU, 2013. – 342 s.
5. Shcherbakova, O. L. Finansove zabezpechennia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku monofunktsionalnoho mesta : avtoref. dys... kand. derzh. upr. : spets. 25.00.04 / O. L. Shcherbakova. – Zaporizhzhia, 2012. - 20 s.
6. Komunalne pidpriemstvo «Kyivpastrans» [Elektronnyi resurs] // Ofitsiyni internet-portal «Kyivaudyt» – Rezhym dostupu do resursu: [https://kyivaudit.gov.ua/vr/ka/company.nsf/(pdpredr)/31725604].
7. Vykonnannia biudzhetu m.Kyieva [Elektronnyi resurs] // Ofitsiyni portal mista Kyieva – Rezhym dostupu do resursu: [https://kyivcity.gov.ua].
8. Rishennia KMR vid 22 veresnia 2011 roku № 37/6253 "Pro zatverdzhennia Poriadku rozmishchennia reklamy v m. Kyievi" // Ofitsiyni veb-sait Kyivskoi miskoi rady – Rezhym dostupu: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr110935\$2015_07_02]

9. Rishennia KMR vid 26 sichnia 2012 roku № 20/7357 "Pro zatverdzhennia Kontseptsii rozvytku zovnishnoi reklamy v misti Kyievi" // Ofitsiyni veb-sait Kyivskoi miskoi rady - Rezhym dostupu: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr120001\$2012_01_26]
10. Rishennia KMR vid 20 kvitnia 2017 roku № 223/2445 "Pro zatverdzhennia Pravyl rozmishchennia reklamnykh zasobiv u misti Kyievi" // Ofitsiyni veb-sait Kyivskoi miskoi rady - Rezhym dostupu: [https://kmr.ligazakon.net/document/mr170617\$2017_05_18]
11. Rozporiadzhennia KMDA vid 05 liutoho 2019 roku № 207 "Pro zatverdzhennia Poriadku rozmishchennia zovnishnoi reklamy v misti Kyievi ta Poriadku pohodzhennia rozmishchennia reklamy na transporti komunalnoi vlasnosti terytorialnoi hromady mista Kyieva" // Vykonavchyi orhan Kyivskoi miskoi rady (Kyivskoi miskoi derzhavnoi administratsii). - Rezhym dostupu: [https://ips.ligazakon.net/document/UPR19017]
12. Rozporiadzhennia KMDA vid 21 travnia 2012 roku № 838 "Pro pytannia vyznachennia rozmiru platy za rozmishchennia reklamy v misti Kyievi" // Vykonavchyi orhan Kyivskoi miskoi rady (Kyivskoi miskoi derzhavnoi administratsii). - Rezhym dostupu: [https://ips.ligazakon.net/document/UPR12055?an=1&ed=2012_08_23]
13. Rozporiadzhennia KMDA vid 22 hrudnia 2018 roku № 2341 "Pro zatverdzhennia Poriadku vyznachennia rozmiru platy za tymchasove korystuvannia mistsiamy, shcho perebuvaiut u komunalnii vlasnosti terytorialnoi hromady mista Kyieva, dlia rozmishchennia reklamnykh zasobiv" // Vykonavchyi orhan Kyivskoi miskoi rady (Kyivskoi miskoi derzhavnoi administratsii). - Rezhym dostupu: [https://ips.ligazakon.net/document/upr18136?an=1&ed=2018_12_22]
14. Komunalne pidpriemstvo «Kyivskiyi metropoliten» [Elektronnyi resurs] // Ofitsiyni internet-portal «Kyivaudyt» - Rezhym dostupu do resursu: [https://kyivaudit.gov.ua/vr/ka/company.nsf/(pdpredr)/03328913].

DEVELOPMENT OF SELF-FINANCING IN PROVIDING PUBLIC TRANSPORT ACTIVITIES

BURIACHENKO Andrii¹, ZAKHOZHAY Kostyantyn¹, LOGVINOV Pavlo²

¹ Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman

² Department of Economic Development of the City of Uzhhorod City Council

The planned profit is taken into account when determining the tariffs for transport services of the Kyiv underground subway and is used for capital investments, technical re-equipment of enterprises, and achieving other goals in accordance with the officially approved program for the development of the metro. The amount of income of the enterprise as an independent source of revenue is determined by the level of fares for public transport, which have not been revised for several years, and the participation of the enterprise in the unified tariff system of the city. This fact limits the ability of the metro to generate sufficient revenue to fully cover operating costs, not to mention the creation of a development fund.

To solve the problem, general scientific and special methods of cognition were used. In particular, quantitative methods of analysis of economic indicators (observation, comparison, grouping, structuring, generalization), statistical research methods, methods of theoretical generalization (to solve the problem), and tabular methods (for clarity of presentation).

Currently, the revenues from the primary market of advertising spaces do not meet the metro's need for financial resources for operating activities and capital investments for further development and construction. In order to change the situation in the direction of targeted use of advertising revenues to provide enterprises with financial resources for development, it is necessary to revise the relationship between the city and intermediaries in the formation of primary and secondary advertising in the direction of eliminating intermediaries and attributing income directly to the market value of the place instead of fixed costs. This would also make it possible to clearly and transparently account for both the advertising space itself and the income from its use.

Keywords: public utilities, local budget, tariff, financial support, transport company, metro finance, advertising revenue, recovery rate