

### Література.

1. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: монографія / Л.В. Балабанова, Р.В. Мажинський. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 153 с.

2. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: колективна монографія / за ред. В.А. Павлової. – Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.

3. Сердак С.Е. Принципи ефективного управління ресурсами суб'єктів господарювання / С.Е. Сердак // Академічний огляд. – 2008. - № 2. – С. 83-88.

## ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КП «КИЇВСЬКИЙ МЕТРОПОЛІТЕН»

*Дяченко Н. М., магістрант*

*Науковий керівник: Пінчук С. С., к. е. н., доцент*

*Державний університет інфраструктури та технологій*

Дослідження та оцінка діяльності комунального підприємства «Київський метрополітен» за 2016-2019 роки дає підставу стверджувати про високу ймовірність банкрутства підприємства. Вартість однієї поїздки в Київському метрополітені є не обґрунтованою та фінансово не вигідною для компанії, тому рішенням КМДА було прийнято розпорядження підняти ціну проїзду з 5-ти гривень до 8-ми гривень, що було реалізовано у липні 2019 року.

Для визначення структури ціни, а також для її диференціації слід проводити дослідження попиту на послуги міського пасажирського транспорту у різні години роботи (пікові та непікові) та у різні дні (робочі та неробочі):

1) пасажирів міського транспорту менш чутливі до ціни, так як їх вибір виду транспорту залежить від місця розташування роботи, години роботи, заторів тощо;

2) у неробочі дні, пасажирів більш чутливі до ціни, так як їх вибір є більш гнучким щодо вибору транспорту та годин пересування;

3) більш чутливими до ціни є групи споживачів з низьким рівнем доходу.

Вагомим фактором підвищення ціни на транспорт став той факт, що в 2016 році доходи КП «Київський метрополітен» на одного

пасажира в середньому складала 3,38 гривень, а витрати на його перевезення – 3,55 гривень (розраховано з урахуванням знижок, компенсацій та пільг).

За даними, які надало керівництво метрополітену, з початку 2017 року підземкою скористувалися майже 246 мільйонів пасажирів. З них 26 % – пільговики, проїзд яких компенсується з міського бюджету.

Якщо залишити за дужками заходи з енергоефективності та оптимізації, існує кілька основних джерел доходів, з яких київська підземка явно недоотримує кошти:

1) жетони: нефіксована кількість, а найголовніше морально та технічно застаріли;

2) пільговики: у Києві проживає 600 тисяч громадян, які мають право на пільги від держави, на даний момент неможливо спостерігати кількість використаних поїздок, тому повернення коштів не повній мірі;

3) реклама: з 2013 року права на рекламу перейшли до комунального підприємства «Київреклама» і тому Київський метрополітен втрачає 24,2 мільйони гривень [1].

Отже, підвищення вартості проїзду було об'єктивною необхідністю для функціонування стратегічного і соціально важливого підприємства «Київський метрополітен», а фінансова стійкість підприємства в значній мірі залежить від ефективності прийнятих рішень КМДА.

Важливим кроком у діяльності комунального підприємства є перехід на пластикові картки, тобто поступова відмова від морально зношених жетонів. Використання картки дає можливість дещо зекономити пасажиром. Так, якщо поповнити картку на 50 поїздок за раз, вартість однієї поїздки становитиме 6,5 грн; на 40-49 поїздок – 6,80 грн; на 30-39 поїздок – 7,10 грн; на 20-29 поїздок – 7,40 грн, на 10-19 поїздок – 7,70 грн.

Київський метрополітен в партнерстві з платіжною системою MasterCard та Ощадбанком запусив унікальну послугу – MetroPass. Обидва ці інструменти інтегруються з платіжною картою, а «записати» на картку поїздки або проїзний можна через спеціальні термінали в касових залах станцій [2].

Однак дане підвищення ціни перевезення все одно є недостатніми для виходу з боргової кризи компанії. Оскільки, економічно обґрунтований тариф на перевезення одного пасажера,

що враховує всі видатки, становить у метро – 8,27 грн (вартість однієї поїздки станом на листопад 2019 року становить 8 грн).

Без економічно обґрунтованого підвищення ціни комунальне підприємство не спроможне підвищувати заробітні плати транспортникам до європейських стандартів. А оскільки з 01 травня 2019 року підвищилась вартість житлово-комунальних послуг (вступив в дію закон України «Про житлово-комунальні послуги»), у підприємства є великий шанс впасти ще у більшу боргову яму [3].

І хоча основною тенденцією покращення та удосконалення систем перевезення пасажирів у метрополітенах різних країн світу є підвищення безпеки та рентабельності транспортних послуг, але для забезпечення надійної роботи такої системи міських пасажирських перевезень необхідно як будівництво нових станцій та ліній, так і реконструкція існуючих, оновлення обладнання, підвищення рівня сервісу тощо. Логістична інфраструктура метрополітену, як транспортного підприємства з надання послуг перевезення в пасажирському секторі транспортного ринку, забезпечує взаємодію елементів логістичної системи «постачання-транспортування-збут». Також для зниження витрат на перевезення пасажирів розроблено проект комплексної модернізації вагонів типу «Е» та його модифікації із впровадженням асинхронного тягового приводу на КП «Київський метрополітен», який наразі є одним з проектів впровадження енергоефективних технологій та скорочення викидів парникових газів.

### Література.

1. Дешева підземка: чому подорожчав проїзд у столичному метро. *Громадське телебачення*: веб-сайт. URL: <https://hromadske.ua/posts/chomu-podorozhchav-proizd-u-stolychnomu-metro> (дата звернення: 05.11.2019).
2. Познякова О.В., Гуляєв М.С. Оновлення логістичної інфраструктури метрополітену Києва. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 104-111.
3. Про житлово-комунальні послуги : Закон України від 9 лист. 2017 р. № 2189-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (дата звернення: 02.11.2019).