

Г О Громадські префекти Херсона ЄДРПОУ 43 37 90 95		Г О ПРЕФЕКТИ E-mail- kvpgsnku@ukr.net Тел. (+38) 066 872 25 08
--	---	---

**Громадський аудит видатків бюджету м. Херсону
на Управлінням естетики та зовнішньої реклами Херсонської міської
ради (УЕтаЗР)**

та

**Комунального підприємства «Господарська організація «Бюро
естетики міського середовища та зовнішньої реклами»**

23.03.20

Дослідження проведено в рамках проекту «Громадський контроль задля підвищення ефективності використання бюджетних видатків Управлінням ЕтЗР ХМР (Управління естетики та зовнішньої реклами Херсонської міської ради, що реалізує ГО «Громадські префекти Херсона» за підтримки ГО «Фонд розвитку м. Миколаєва» (ФРММ) кошти NED та в рамках діяльності коаліції #ГромадськаПрефектура;

Коуч- супровід коаліції здійснює ФРММ в рамках проекту «Громадська префектура для ефективних місцевих бюджетів» за підтримки Фонду сприяння демократії посольства США в Україні;

Погляди учасників дослідження можуть не співпадати з офіційними позиціями Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні або NED.

м. Херсон

ЗМІСТ

1. Об'єкт дослідження.....	2
2. Мета дослідження.....	2
3. Умови та обмеження.....	2
4. Дослідження.....	4
5. Висновки.....	10
6. Рекомендації.....	20

Об'єкт дослідження: В складі Херсонського міськвиконкому Управління естетики та зовнішньої реклами (надалі УЕтЗР), і підпорядковане йому комунальне підприємство «Господарська організація «Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами», (в подальшому КП Госп Орг « БЕ МС та ЗР») ЄДРПОУ 26433162 <http://www.city.kherson.ua/>.

Мета дослідження:

1. **Визначити** причини (фактори), які негативно впливають на ефективність використання бюджетних коштів об'єктами дослідження.;
2. **Надати** пропозиції щодо підвищення ефективності управлінських рішень в обраній сфері ГРБК - УТДіЗР, ефективності використання бюджетних коштів на утримання та розвиток естетичного стану території Херсону, як єдиного життєвого простору, з урахуванням вимог діючих ДБН, ДСТУ).
3. **Умови та обмеження аудиту:**
При проведенні аудиту громадські експерти вивчають питання, пов'язані з об'єктом внутрішнього аудиту:
 - завдання і цілі установи, визначені у річних планах;
 - бюджетні програми;
 - адміністративні послуги;
 - контрольно-наглядові функції;
 - використання установою інформаційних технологій (ІТ);
 - середовище контролю, а саме визначення заходів, що вживаються керівництвом установи для створення і надійного функціонування внутрішнього контролю (накази, розпорядження, посадові інструкції, правила чи регламенти тощо), визначення ступеня додержання правил, встановлених керівництвом установи (чи виконуються фактично накази, розпорядження, посадові інструкції, правила чи регламенти тощо), для попередження, виявлення та виправлення помилок, попередження та виявлення фактів обману (крадіжок, приписок, незаконно-встановленої великогабаритної реклами, що спотворює зовнішній облік міста, шахрайства тощо) та досягнення установою визначеної мети – загального

комфорту території міста та інші необхідні для виконання внутрішнього аудиту аспекти діяльності установи.

У відповідності до закладеного планом аналітичної роботи ГО «Громадські префекти Херсона», За листопад – грудень 2019 року було зібрано та опрацьовано загально-потрібну для досліджень аналітики інформацію від інтернет - ресурсів, та офіційного сайту Херсонської міської ради, <http://www.city.kherson.ua/>, та <https://opendatabot.ua/c/26433162>

Опрацювання інформації з відкритих джерел Інтернет ресурсів та з офіційного сайту ХМР звіти Управління Естетики та Зовнішньої реклами та [Бюджетні Програми на сайті Херсонського міськвиконкому.](#)

А також Цільові програми 2015-2017, 2018-2019. (Програми розвитку мережі зупинок міського громадського транспорту Херсона на 2015-2017р.р. Та Програма розвитку мережі зупинок міського громадського транспорту Херсона на 2018-2019р.р. та Звіти виконання КП Господарська організація «Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами» <http://www.city.kherson.ua/c/ekonomichna-sfera/s/komunalni-pidpriyemstva-pidporyadkovani-hersonskiy-miskiy-radi> і Статут КП «Бюро естетики»

Протоколи засідань Економічної ради з питань контролю за ефективністю діяльності підприємств комунальної власності територіальної громади м.Херсона.

<http://www.city.kherson.ua/articles/protokoli-zasidan-ekonomichnoyi-radi>

<http://www.city.kherson.ua/articles/ocinka-efektivnosti> Результати оцінки ефективності управління підприємствами комунальної власності територіальної громади м. Херсона за підсумками роботи за 9 місяців 2019 року, проведеної департаментами та управліннями міської ради, що координують діяльність підприємств за профільними напрямками.

Та Аналіз діяльності підприємств комунальної власності територіальної громади м.Херсона за 2017-2018р.р. та за 9 місяців 2019року*

<http://www.city.kherson.ua/articles/analiz-diyalnosti-pidpriyemstv-komunalnoyi-vlasnosti-teritorialnoyi-gromadi-m-hersona>.

*Примітка (у зв'язку з незатвердженим бюджетом 2020 Херсонською міською радою, річні показники Звіту Управління ЕтЗР відсутні на сайті).

За період дослідження було відправлено ряд Запитів про надання публічної інформації на розпорядників інформації та вчасно отримано відповіді, які і є запорукою достовірності нашої експертної роботи першого та другого етапів Звітів до проекту. Нам надано Положення про Управління естетики та зовнішньої реклами ХМР, Штатний розклад за 2017-2019, посадову інструкцію начальника Управління. А також ми отримали Положення КП Господарська організація «Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами», штатний розклад.

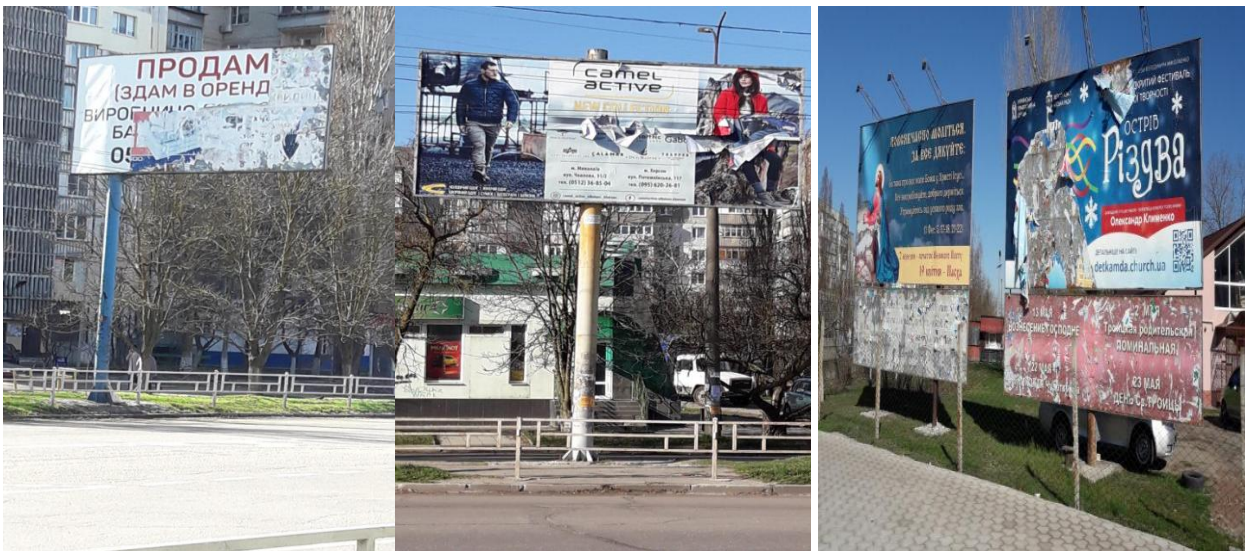
Дослідження проекту:

Усі міста, містечка цивілізованого світу переходить на рекламу в інтернеті, аби забезпечити естетичний та екологічний стан міст, звільнити вулиці та проспекти, зелені зони площ міста від набридливих та громіздких рекламних конструкцій, але тільки не в Херсоні, який вирвався у «лідери» в завоюванні територій зелених зон придорожніми великогабаритними конструкціями сумнівної безпеки.

Хоча, саме в Положенні про УЕтЗР, затвердженого 18.11.14 рішенням ХМР за № 1589, у п.2. «МЕТА, діяльності, функції та завдання»,

п.2.3.3.-2.3.5. зазначено «...сприяння розвитку діяльності, участь у розробленні місцевих програм, спрямованих на формування зовнішнього рекламного оформлення міста, яке **відповідає сучасним вимогам дизайну**, тощо, та ...Координація заходів щодо впорядкування рекламної діяльності в галузі реклами та впровадження системного підходу до формування **високоякісного зовнішнього дизайну м. Херсон**».

Але, нажаль сьогодні, 23.03.20, Херсон, всупереч вимогам зазначеного вище Положення, фактично має такий вигляд, який не змінюється місяцями, (фото нижче). Цей факт обурює херсонців, але представники міської влади запевняють, що таким чином бюджет Херсона отримує дохід, хоча великогабаритні конструкції псують естетичний вигляд Херсона, оскільки їх забагато і вони не підкорюються жодним нормам - а ні законним, а ні естетичним. Особливо це стосується центральної частини міста, де буквально на кожному кроці можна побачити рекламний борд, та ще й у такому стані:



І таких конструкцій приватного походження, саме в такому занедбаному стані у Херсоні з кожним днем стає тільки більше. І це не тільки полотна великогабаритної реклами, власники яких там вказують зворотній контакт., це і стовпи, тумби, лайт-бокси, тощо, в такому жахливому стані.



За відповіддю Управління ЕтЗР на 01.02.20 саме великогабаритних конструкцій, яким Управління надало дозволи, по всьому місту, налічується майже 2 600 одиниць, а незаконно встановлених по Звіту Управління на останньому виконкомі, ще додається 305 шт..

Значить, знаючи про такий стан неестетичного міського середовища, керівництво Управління навмисно погіршує наші вулиці, площі та зелені зони?

І тим не менш, на останньому засіданні виконавчого комітету від 17.03.20р. за №109, знову, незважаючи на таку величезну кількість конструкцій, надається дозвіл як ФОПам, так і юридичним особам ще на 22 одиниці зовнішньої реклами, у т.ч. і на стінах житлових будинків.

http://www.city.kherson.ua/act_search/2?number=&text=&date_from=2020-03-07&date_to=2020-03-21&search=1

Маючи повну занедбаність та неестетичний вигляд, ці конструкції несуть і фізичну небезпеку як громадянам так і учасникам дорожнього руху і нерухомому майну, біля якого розміщено конструкції, банери.

Тому, що саме Управлінням естетики та зовнішньої реклами порушується Закон України «Про рекламу». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.

На фото вище зафіксовано факти недотримання вимог ЗУ «Про рекламу» з установки конструкцій.

Не додержуються норм ні у висоті, ні до виступів над проїзною частиною дороги, ні встановлення підсвітки, ані розмітки рекламного стовпа.

Але дотримання зазначених вимог потрібно виконувати та контролювати саме силами Управління, адже ЗУ Про рекламу зазначає:

- 2.1. «З метою захисту інтересів суспільства, держави, споживачів реклами і учасників рекламного ринку державні органи, зазначені у [статті 26](#) цього Закону, можуть звертатися до суду з позовами про заборону відповідної реклами та її публічне спростування».
3. (Ст.1. «Зовнішня реклама - реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.
4. Стаття 16. *«Зовнішня реклама має відповідати таким вимогам... опори наземної зовнішньої реклами, що розташована вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, повинні мати вертикальну дорожню розмітку, нанесену **світлоповертаючими матеріалами, заввишки до 2 метрів від поверхні землі**; нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;*
5. у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

3. Забороняється розташовувати засоби зовнішньої реклами:

6. на пішохідних доріжках та алеях; у населених пунктах на висоті менш ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;
7. рекламні засоби, зокрема щити, з інформацією про алкогольні напої та тютюнові вироби, не можна розташовувати ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років.

Співставляючи фото стор. 3 та норми Закону бачимо чітко, що усі форми конструкцій встановлено з порушенням вимог Закону.

До того ж, рекламних носіїв багато розміщують без відповідних дозволів. аби не плати податки до бюджету.

Кожного року міська влада виділяє кошти на демонтаж рекламних конструкцій гроші з бюджету в сотні тисяч грн... Проте, реклами на вулицях Херсона менше від того не стало.

Так, 15.12.19р. члени виконавчого комітету Херсонської міської ради підтримали два рішення: «Про демонтаж рекламних засобів» та «Про тимчасове призупинення розміщення нової зовнішньої реклами на території міста Херсона», що на думку представників міської влади, має зменшити кількість рекламних конструкцій у Херсоні. (Але «Примітка «тимчасово» лише для того, аби це рішення було в законодавчому полі. Ми його можемо продовжити хоч до нескінченності, оскільки у Херсоні й так занадто

багато рекламних конструкцій», - зазначив голова Херсонської міської ради, В. Миколаєнко).

То вже, через 3 місяці, у березні 2020р. виконком знову надає дозволи на розміщення реклами, порушуючи «Перелік вулиць, перевантажений рекламними носіями», який мав би доповнювати адресами, які **на думку управління естетики**, також занадто переповнені рекламою. Але ж мораторій розповсюджувався лише на встановлення нових рекламних конструкцій. Якщо підприємець встановив біг-борд раніше, то він має право продовжити термін дії оренди. А у березні 2020Р. виконком знову роздає дозволи усім бажаючим.

Програма ж 3 демонтажу незаконно- встановлених рекламних конструкцій незадовільно працює у Херсоні вже не перший рік, хоча ЗУ Про рекламу надає можливості поповнювати міський бюджет штрафами:

«а при порушенні вказаних в Законі вимог штрафують:

рекламодавців за вчинення дій, передбачених [пунктом 1](#) частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами;

виробників реклами за вчинення дій, передбачених [пунктом 2](#) частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості виготовлення реклами;

розповсюджувачів реклами за вчинення дій, передбачених [пунктом 3](#) частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдження реклами.

{Абзац четвертий частини четвертої статті 27 із змінами, внесеними згідно із Законом [№ 1033-V від 17.05.2007](#)}

Повторне вчинення перелічених порушень протягом року тягне за собою накладення штрафу у подвійному від передбаченого за ці порушення розмірі».

Чому УЕТЗР не застосовує зазначені санкції до порушників?

Адже п.4.13. Закону зобов'язує складати Акти перевірок, претензії, приписи- вимоги та застосовувати штрафні санкції. Можна застосовувати і штрафи за порушення Правил благоустрою населених пунктів, тощо. Дві структури виконкому мають цим займатися.

Але ні Управління ЕтЗР, ні КП «Інспекція з благоустрою» ХМР не поповнюють міський бюджет таким чином. А це збитки на мільйони грн.. щорічно.

Причина в небажанні виконувати чинне законодавство, хоча в посадовій інструкції обох начальників прописано: «... Забезпечувати ефективне виконання належним чином покладених на Управління (а також Інспекцію) задач.

Відповіла начальник Управління листом ЗА № 25/23 від 16.12.19 на Запит №04 від 12.12.19, що «... оскільки повноваженнями накладення штрафних санкцій на суб'єктів господарювання щодо самовільно встановленої зовнішньої реклами Управління **не наділене, інформація щодо збитків та штрафів, відсутня.**»

Листом Управління ЕтЗР від 24.01.20 за № 23-29-25/23, надано інформацію, що лише на 2 вулицях: Зала Егерсег та Бериславському шосе,

- отримали дозвіл та встановило 133 !!! рекламні конструкції різних розмірів
- і їх встановили 39 (!!!) суб'єктів господарювання операторів рекламного ринку. Перевіривши вибірково у Держреєстрі України дозвільність розміщення реклами за КВЕД, то такі суб'єкти господарювання як ТОВ «Еліт Веб» не мають права займатися рекламною діяльністю за відсутності відповідного коду, але дозвіл в Управлінні отримали на 5 рекламних щитів.
- Чому місто втрачає свої кошти до бюджету, адже комерційна ціна 1 місяця приватної оренди в місті Херсон одної рекламної конструкції від 1900 грн. до 6 000грн..
- Це майже 9 млн.грн. заробляє приватний бізнес.

А що в бюджет?

Управління продовжує керуватися старими тарифами на видачу дозволів та не встановлює і собі такі ж рекламні щити (хоча Закон не обмежує). І жодного слова у розробленій програмі або в пропозиціях Управління чи КП **про «заходи з запобігання самовільно вмонтованих хоча б габаритних конструкцій» до заступника міського голови, який теж змін не вимагає.** Хоча, згідно з Правилами розміщення зовнішньої реклами, примусовий демонтаж реклами здійснює Управління коштами платників податків, які б могли піти на справді потрібні місту речі, а потім штрафами поповнити затрати.

Але ж ні. Цитуємо відповідь (додатк №1) («А коли ж знаходять власника (???) рекламного об'єкта, передбачається процедура повернення коштів. Власнику в обмін на його рекламну конструкцію пропонують (!!!) покрити витрати з демонтажу. Якщо власник не встановлюється або відмовляється платити, то ці кошти будуть витрачені із міського бюджету без повернення, (а це прямі збитки до міського бюджету.) У середньому ціна конструкції одного борду зі встановленням 3500грн. , (а демонтаж у середньому обійдеться бюджетних витрат 1 шт. десь 2 500- 3500 грн.).

Отже, станом на кінець 2019 року Херсон так і остається «засіяний» рекламними конструкціями, які по місту розміщують хаотично, часто навіть незаконно: це вуличні білборди, (у підземному переході або на громадському транспорті).

І лише 3 такі конструкції соціальної реклами знаходяться в господарчому управлінні КП «Господарська організація «Бюро естетичного середовища та зовнішньої реклами» на безоплатній основі.

А ось статистика збитковості «управлінських рішень» У ЕтЗР :

Станом на 13.06. 2017р. встановлено законно 2586 рекламних засоби.

Станом на 01.05.2018р. законно встановлено 2906 одиниці.

А на 01.07.19р. надано дозволів на 2 516 шт. розмістити по території міста.

До речі, у цьому листі нас повідомляють що «...відповідальність за будь які порушення норм безпеки, несправності та аварійні ситуації несе РОЗПОВСЮДЖУВАЧ зовнішньої реклами!». Навіть не власник конструкції, а саме той, хто розміщує плакат-рекламу. (затверджено рішенням виконавчого комітету ХМР №369 від 20.10.15р.

Подив визвало формування Бюджетного запиту на 2018-2022р.р., а скоріш підхід у суті формування. Цікаво, чим керуються чиновники контролю за формуванням Бюджетного запиту КП КВК 3210160, якщо закладено таку суму «вимивання бюджету»:

Згідно Звіту, Управління виконало функції звичайного відділу з функціями статистики та формальної видачі дозволів на установку з порушенням ЗУ Про рекламу, великогабаритних конструкцій, які естетично знівечили вулиці нашого міста, так за рік було укладено 365 договори (один договір в день), кількість скарг. Листів 605.

Окремо, кількість скарг –не виділено.

Ще Управління займається згідно ПБП за КП КВК 3217693 організацією та замовленнями «встановлення табличок назв вулиць, прапорів, кабінетних табличок, постерів для соціальних макетів.

А утримання такого працівника платнику місцевих податків обійшлося по 2018 р. в рік 174,370грн., або 14,5грн. в місяць.

Аналізуємо складені данні у БЗ на п'ять років:

Так, при незмінній штатній чисельності у 7 працівників, Фонд заробітної плати стрімко зростає практично в 2 рази при одному і тому ж об'ємі роботи: якщо середня заробітна плата у 2018році склала 14,5 тис.грн, то уже в 2022році вона складе 28тис.грн.. Додатково, на утримання автомобіля, оргтехніки ще 25тис.грн.. якому платнику податку потрібно таке штучне навантаження на видатки з місцевого бюджету?

Штат УЕТЗР (од.)	ФЗП, грн 2018	2019	2020	2021	2022	% зростання ФЗП 2018- 21
7	1 211 652	1 506 952	2 110 710	2 231 526	2349987	94%

ВИСНОВКИ

За результатами вищевикладених експертних досліджень - Очевидний Висновок:

- 1. Робота персоналу Управління за розробленим Положенням, посадовими обов'язками, та фактичною робочим навантаженням є неефективною, яка несе негативний результат з естетичного стану міського середовища.**
- 2. Місто захащене в цілому, скрізь антиреклама на стінах офісів, приватного житла, парканах з адресою придбання наркотиків, сайти для розповсюджувачів прямо на зупиночних комплексах.**
- 3. Надзвичайно велика кількість великогабаритних конструкцій, яку затверджує виконком з подачі своєї структури, Управління ЕтЗР, не сприяє естетичному стану наших територій міста.**
- 4. Управління естетики та зовнішньої реклами херсонської міської ради не керується чинним законодавством;**
- 5. не зацікавлене в поповненні бюджету за рахунок штрафних санкцій;**
- 6. керується застарілими тарифами, які затверджено рішенням Херсонської міської ради 26.09.06 за № 91. Хоча при цьому вже пройшло дві хвили гіперінфляції в Україні (2008р. та 2014р.), що значно вплинуло на цінову політику в Україні і ці тарифи мають переглянуто;**
- 7. не урегульовує, не контролює кількісний та якісний склад зовнішньої реклами; бо лише на загальній 11км – протяжності двох вулиць дозволили встановити 133 металеві габаритні конструкції.**
- 8. не розробило з 2015 року План заходів протидії незаконно (самовільно) встановлених конструкцій зовнішньої реклами та пропозиції з покарання до власників незаконно встановлених щитів реклами;**
- 9. не співпрацює з зазначених вище питань з поліцією міста, дорожньою поліцією та з Управлінням транспорту, дорожньої інфраструктури і зв'язку з метою погодження розміщення великогабаритної реклами з цими службами.**
- 10. Не веде журнал претензійної роботи з метою запровадження штрафних санкцій. Натомість фіксують у журналі незаконно встановлені конструкції і планують лише за рахунок бюджету їх зносити.**
- 11. Проводить методично протягом останніх років політику «безконтрольності та самочинства».**
- 12. Наносить прямий збиток місцевому бюджету своїми недолугими посадовими рішеннями та бездіяльністю.**
- 13. Не співпрацює керівництво УЕтЗР з профільною депутатською комісією з питань естетичного середовища міста;**
- 14. По суті, робота Управління зведена до роботи звичайного відділу, а не самостійного підрозділу виконкому.**

- ✓ Депутати не виставляють жодних вимог до перспективного розвитку естетичного формування середовища міста та голосують про прийняття Звіту 2017 і 2018- формально.
- ✓ Начальник УЕтЗР не запропонувала проект змін до положення Управління ЕтЗР та КП «Господарча організація «Бюро естетичного середовища міста» з метою наповнення міського бюджету за зазначеними профілями діяльності.

Так працює сьогодні Управління естетики та зовнішньої реклами, одна зі структур виконавчої гілки Херсонської міської ради. Так, у 2017 році силами підпорядкованим Управлінню, це КП « господарча організація «Бюро зовнішнього середовища», вдалося демонтувати лише – 2 (!!!) незаконні великогабаритні рекламні об'єкти з проспекту Ушакова, а у 2018 році прибрати таких тільки 53 рекламні конструкції і затрачено на демонтаж, без повернення в бюджет, 106 тис.грн.. а це прямі збитки.

Члени виконкому, до складу якого входять і керівники підприємств міста, як і керуючий усім апаратом виконкому, перший заступник міського голови задоволені таким марнотратством з бюджету. І регулярно із року в рік затверджують Звіт Управління про «таку господарську діяльність».

Тепер проаналізуємо роботу «Господарська організація «Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами», (в подальшому КП Госп Орг « БЕ МС та ЗР») ЄДРПОУ 26433162, яка підпорядкується Управлінню естетики та зовнішньої реклами ХМР.

КП «Бюро естетики» за Статутом, це комунальне унітарне підприємство з надзвичайно широкими повноваженнями і полем діяльності, яке створено для отримання прибутків.

8

7.9. Виробничі, трудові та економічні відносини трудового колективу з власником Підприємства, питання охорони праці, соціального розвитку регулюються колективним договором.

7.10. Колективний договір укладається відповідно до законодавства України.

Стаття 8. Господарська та соціальна діяльність Підприємства

8.1. Основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності Підприємства є прибуток.

8.2. Чистий прибуток Підприємства, який залишається після створення цільових фондів, передбачених у пункті 8.3. цього Статуту, розподіляється наступним чином:

- 50 % перераховується до міського бюджету;
- 50 % залишається в повному розпорядженні Підприємства.

8.3. Підприємство створює цільові фонди, призначені для покриття витрат, пов'язаних із діяльністю:

- Фонду розвитку виробництва;
- Фонду матеріального заохочення;
- Резервного фонду;
- інших фондів.

8.4. Директор та головний бухгалтер (бухгалтер) Підприємства несе відповідальність за виконання затвердженого фінансового плану.

8.5. Підприємство самостійно сплачує податки та інші обов'язкові платежі і відрахування згідно з чинним законодавством.

8.6. Директор Підприємства обирає форми і системи оплати праці, встановлює працівникам конкретні розміри тарифних ставок, відрядних розцінок, посадових окладів, премій, винагород, надбавок і доплат на умовах, передбачених колективним договором.

8.7. Питання соціального розвитку, включаючи поліпшення умов праці, життя та гарантії обов'язкового медичного страхування членів трудового колективу та їх сімей, вирішуються директором за участі трудового колективу чи уповноважених ним органів.

8.8. Підприємство здійснює оперативний та бухгалтерський облік результатів своєї роботи, веде статистичну звітність.

8.9. Джерелами формування фінансових ресурсів Підприємства є капітальні вкладення, асигнування із бюджету; доходи, одержані від реалізації продукції, робіт та послуг, амортизаційні відрахування, прибуток, безоплатні або благодійні внески юридичних і фізичних осіб та інші джерела, не заборонені законодавством.

8.10. Аудити, ревізії фінансово-господарської діяльності Підприємства здійснюються згідно з чинним законодавством.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Наказом № _____ від _____ 2019 року
В кількості 5 штатних одиниць із місячним
Фондом заробітної плати 31244,00 грн.
Є. С. Матковський
«___» _____ 2019 року



ШТАТНИЙ РОЗПИС

**Комунального підприємства
„Господарська організація „Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами”
Вводиться з 01 січня 2019 року**

№ п/п	Посада	Кількість штатних посад	Посадовий оклад	ФОНД заробітної плати на місяць
1	Директор	1	7300	7300
2	Заступник директора	1	6935	6935
2	Головний бухгалтер	1	6935	6935
	Всього:	3		21170
	Відділ реклами та договірних відносин			
1	Начальник відділу	1	5840	5840
2	Технік	1	4234	4234
	Всього:	2		10074
	Всього	5		31244

УЕТЗР має контролювати складання Фінпланів та Планів перспективного розвитку, стосовно діяльності КП та оптимізації і зростання прибутку.

Управління є Головним розпорядником бюджетних коштів за ПБП КП КВК 3116060 «Благоустрій міст», де метою БП є «Створення та території міста Херсона умов для надання населенню доступних, якісних і безпечних послуг пасажирського транспорту шляхом будівництва, ремонту та реконструкції її навісів, розташованих на зупинках громадського транспорту, облаштування їх відповідно до встановлених нормативів і стандартів».

І єдина задача для КП «Проведення поточного ремонту навісів на зупинках громадського транспорту Херсона», на яку виділено цільовим призначенням у 2018р. 52,5 тис. грн. за рішенням сесії ХМР №839 від 30.08.17р. адже, зі 102 зупиночних комплексів, 45 потребують поточного ремонту.

Але у 2018 році заплановано відремонтувати лише 16, хоча ремонт навісів виконано у 9 одиниць, а це 20% від потреби ремонту. І це за цілий рік. Недовиконання плану трапилось за рахунок фактичного здороження ремонтів на 40% (плановий кошторис

3200грн., а виконання обійшлося у 5800грн.). Повернемось до теми ремонтів зупинок. За КП КВК 3116060 «Програми розвитку мережі зупинок міського громадського транспорту Херсона на 215-2017р.р.» по ПБП «Благоустрій міст..» заплановано - **52 500грн.** (загальний фонд). За затвердженим виконавчим комітетом ХМР, за інформаційно-розрахункової подачі довідки Управління Плану робіт на 2018рік : позиція 42 п. 6. На ремонт навісу по проспекту Адмірала Сенявіна (біля заправки ОККО) ремонт навісу комунальної зупинки за 20 000грн.

Але, натомість бачимо капітальну споруду, на розміщення якої ФОП отримав «паспорт прив'язки» і навісів від комунальників тут просто нема : і таких об'єктів не один по місту. Але ті, що мають бути доглянуті та відремонтовані, мають ось такий вигляд:



Висновок :

- 1. за виконання завдань паспортів бюджетних програм за програмою «благоустрій міст».. корупцієнні чинники чітко відображені в недостовірній звітності 2017-2018р.р.. робота безконтрольна.**
- 2. ремонти зупинок не прораховано достовірно,**
- 3.звіти не відображають правдиву картину,**
- 4. КПД надниський, 102 зупинки з такими темпами будуть ремонтуватись ще 10 років, і поки зроблять останні, потрібно планувати на послідуєчий рік перші. То процес ремонтів заплановано як безкінечний?**
- 5. Резерви планування і в цьому напрямку –нікчемні.**

А як справи у КП з заробітком на розширенні діяльності з орендою рекламо носіїв?

Адже бюджет має отримувати кошти ще й за оренду 219 рекламних конструкцій. Загалом в господарчому управлінні КП «Бюро естетики» знаходиться 219 рекламних конструкцій, які вони здають в оренду. Навіть за старими тарифами, де в середньому вартість розміщення реклами коштує 375 грн/місяць, то за дев'ять місяців (січень-вересень 2019-го року) «Бюро естетики» не те що нічого не заробило, а ще й пішло в «мінус», бо КП отримало збитку – 87,3 тис. грн.

Чомусь «Збитковість» комунального підприємства т. в. о. директора КП «Бюро естетики», депутат ХМР Євген Матковський виправдовує тим, що у цьому році від них пішло багато рекламодавців, і вони мають займатися розміщенням безкоштовно соціальної реклами та чимало коштів було витрачено на ремонт зупинок, що знаходяться на балансі КП.

Ми на інформаційний запит до КП «Бюро естетики міського середовища», яке власне й надає послуги з розміщення реклами на конструкціях, що знаходяться на балансі підприємства отримали наступну інформацію:

так, у господарчому веденні КП у 2019 році із загальної чисельності рекламних конструкцій у майже 2600 одиниць лише наступні рекламні конструкції:

- 78 сіті-лайтів, 3 білборди, 7 банерів в переходах,

- 26 фризів на зупиночних навісах та 105 тригранних афішних тумб.

І тут нема відповіді за прорахунками від директора КП, депутата Матковського, як отримати прибуток. Але чи покращиться ситуація у 2020 році?

Ні, бо на розгляд чергової сесії 20.12.19р., Управління естетики та реклами Херсонської міськради виносить проект рішення «Демонтажу рекламних засобів, самовільно встановлених у місті Херсоні на 2020 рік». Головна мета її реалізації – демонтаж із вулиць Херсона незаконно встановлених рекламних конструкцій.

Загалом на її реалізацію із міського бюджету планується виділити близько 127 тис. грн.- чистого збитку. *«Деякі рекламні засоби перебувають в експлуатації багато років, мають застарілий дизайн та не відповідають сучасним естетичним нормам, проте заміна власниками даних рекламних засобів не здійснюється. Але, насамперед, по закінченню терміну дії дозволів на розміщення реклами, її власники самотійно не проводять демонтаж рекламних конструкцій, тим самим не дотримуються своїх договірних зобов'язань та порушують норми закону»,* - йдеться у пояснювальній записці першого заступника міського голови Ігоря Козакова.

Як бачимо, збитки плануються цілеспрямовано, «методично витягуючи» чималі кошти з бюджету. І Департамент фінансів погоджує такі «річні фінансові плани», бо приймає пояснення директора КП, депутата Матковського, як *«Внаслідок зменшення платоспроможності клієнтів, за їх заявами анульовано 14 договорів на оформлення показчиків і 6 договорів на проведення рекламних компаній та припинено нарахування доходу. У зв'язку з необхідністю підвищення ціни на розміщення реклами, підприємство втратило значну кількість замовників»,* - за нашим особистим судженням, є штучним, як

і показник «збиток», бо допущення самої можливості встановлення самовільно реклами спонукає «носів інформації не платити бюджету кошти»

Так, директор КП Бюро естетики, депутат ХМР, надав на затвердження міськрадою **Фінансовий план підприємства**, з наступними неприбутковими показниками:

Доходи, тис.грн	Доходи, факт 2018	Фінплан 2019	Фінплан 2020
(виручка від реалізації товарів, послуг...)	448,5	588	610,1
Усього доходів	502	520	544,7
Адміністративні витрати	564,5	512,6	538,2
Збиток	-62,5	0	0

Така ж позиція і начальника Управління ЕтЗР, Піценко Т., жодних пропозицій на покращення господарської діяльності.

«Так, програмою передбачається, що демонтувати будуть рекламні конструкції, що були встановлені із порушенням норм законів і схем розміщення таких конструкцій у місті та якщо у орендарів закінчився термін дії договору **чомусь лише за кошти міського бюджету**. Її коментар: *«Ми пропонуємо демонтаж в тих обсягах, які передбачає бюджет, якщо у депутатів будуть свої пропозиції, то вони будуть розглянуті на постійних депутатських комісіях.*

Це проста процедура, яка передбачає погодження проекту рішення міською радою. Правилами розміщення зовнішньої реклами передбачається примусовий демонтаж управління реклами. Потім, коли знаходять власника рекламного об'єкта, передбачається процедура повернення коштів, що були витрачені із бюджету.

Проте, якщо власник не встановлюється, то ці кошти будуть витрачені із міського бюджету без повернення», - зазначає нач. Управління ЕтЗР, Тетяна Піценко. А що ж фактично відбувається за останні три роки. Як ефективно ці структури відпрацьовують бюджетні кошти? «Наразі у Херсоні обліковується більше 300 рекламних засобів, що

були встановлені без відповідного дозволу. І ця цифра не є остаточною, адже власники рекламних конструкцій або самі демонтують їх, або узаконюють». Наглядним прикладом повної безгосподарності як Управління та і КП є повна бездіяльність, чи злочинна діяльність з незаконної реклами є борд на вулиці Гімназична. Мало того, що він був встановлений без жодного документу, **так ще й під час його монтажу було зрубано шість багаторічних дерев. Тоді ця ситуація викликала чималий резонанс у Херсоні.** Ця подія не змогла залишити херсонців осторонь й вони власними силами почали відновлювати зелені насадження. Мешканці самотужки згуртувалися в соціальних мережах та власним коштом придбали саджанці 12 молодих дерев, управління не прореагувало на цю подію, бо це по за «межами повноважень». А виконком Херсонської міської ради лише прийняв рішення про демонтаж цієї рекламної конструкції.

Пройшов рік. Натомість, вона продовжує «радувати» перехожих й по сьогоднішній день. Місцеві мешканці підкреслюють, що на ньому постійно майорить різноманітна реклама: від побутової техніки до політичної. Проте, за цілий рік «винахідливий підприємець» зовсім нічого не заплатив до бюджету. А там же є прямі контактні телефони порушника, неплатника. Судячи з практик минулих років, власники рекламних конструкцій неохоче поспішають повертати кошти, які були витрачені на демонтаж, до міського бюджету. Адже штрафи не практикує управління. Наприклад, у 2018 році 105 тис. грн було безповоротно витрачено на те, аби прибрати незаконно встановлену рекламу з вулиць Херсона. <https://grivna.ks.ua/news/stihiyna-reklama-chi-dochekaetsya-herson-gospodarskoyi-ruki-12112019-132117>).

Як бачимо, ця структурна гілка виконкому не планує поповнювати бюджет міста, при тому, що приватні рекламні агенції заробляють мільйони прибутки щомісячно на цій діяльності. Хоча є прямі рекомендації від Управління економіки та надання оцінки цьому КП серед інших:

Оцінка ефективності КП ХМР 2019р. (Управління економіки ХМР)

Результати оцінки ефективності управління підприємствами комунальної власності територіальної громади Херсона за підсумками роботи за 9 місяців 2019 року, проведеної департаментами та управліннями міської ради, що координують діяльність підприємств за профільними напрямками

Управління естетики та зовнішньої реклами	КП	Оцінка ефективності
20.	КП Господарська організація "Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами"	незадовільно

Оцінку "незадовільно" отримали **10 комунальних підприємств ХМР....**

✓ **КП Господарська організація "Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами"**

За 9 місяців 2019 року підприємство отримало чистий збиток у сумі 87,3 тис. грн.

Заходи щодо підвищення ефективності управління КП "Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами":

« підготовлено проєкт Програми розвитку мережі зупинок міського громадського транспорту міста Херсона на 2020-2021 роки, де планується збільшення рекламних конструкцій типу сіті-лайт на 12 одиниць;

- розсилка прайсу на електронні адреси приватних підприємств та підприємців з діючою системою знижок;

- встановлення нових рекламних конструкцій.» <http://www.city.kherson.ua/articles/analiz-diyalnosti-pidpriyemstv-komunalnoyi-vlasnosti-teritorialnoyi-gromadi-m-hersona>.

Аналізуємо додатково можливості наповнення місцевого бюджету та покращення фінансового клімату у ще двох транспортних комунальних підприємствах: із відкритих джерел інформації, зі СМІ, які теж розуміють цей комплекс проблем, та озвучують їх населенню, ми дізналися, що комунальні перевізники, а їх в Херсоні дві юридичні особи, як КП : «Херсонелектротранс» («ХЕТ») та «Херсонкомунтранссервіс» («ХКТС») можуть заробляти за розміщення реклами на транспортних засобах (бо від рекламних агентств розцінки- в середньому розміщення рекламних листівок на громадському транспорті коштує 800-1500 грн/місяць.). то це є потенційний резерв поповнення міського бюджету, рентабельної роботи самого комунального підприємства, як власних доходів. Дуже цікаву відповідь отримали наші експерти від керівників наших перевізників -КП : цитуємо:

-Ні, жодної гривні з розміщення реклами не заробив а ні «ХЕТ», а ні «ХКТС». Принаймі, так вони відповіли на інформаційні запити. Цитуємо: *«Розміщення реклами в тролейбусах не є пріоритетним напрямом в діяльності підприємства, МКП «Херсонелектротранс» не розміщує рекламу в тролейбусах».* Цинічно, непродумано, адже херсонці щодня бачать ОСОБИСТУ рекламу в тролейбусах міста, депутата, і за сумісництвом директора «ХЕТ», Єгора Устинова, яку ще місяць тому мали б, за рішенням виконкому, прибрати, але її тільки замінили новою. На кожному вікні кожного тролейбуса «висить по 2-3 рекламки з зображенням керівника міської ланки на фоні ПП «за життя». І політична партія б мала б сплатити за рік (у середньому в день виходить 37 тролейбусів X 800грн X 12місяців)= 355 200 грн. лише за розміщення цієї реклами на рахунок КП. Це ще скриті можливості підвищення рентабельності КП-перевізників нашого міста, які є планово-збитковими та дотаційними з міського бюджету.

Хоча з'явилася і інша інформація, яка була опублікована у звіті «ХЕТ» за 2018 рік. Згідно зі Звітом - 2018, комунальний перевізник за розміщення реклами в минулому році все ж заробив- **232,7 тис. грн..** то чому **КП ХерсонЕлектроТранс** не надає достовірної інформації громаді міста, журналістам та ГО - запитувачам публічних даних.

Керівництво другого комунального перевізника – «Херсонкомунтранссервіса» у відповіді на запит повідомило, що на маршрутках, що знаходяться на балансі «ХКТС», чомусь розміщується на **безкоштовній основі**, виключно соціальна реклама. Комерційна реклама розміщується тільки на маршрутках, які належать приватним перевізникам. Прерогатива ПРИВАТНИКАМ здивувала нас, бо результат роботи Управління транспорту та доріг – завжди стабільно - від'ємний і КП дотаційні з бюджету.

Усі вище наведені приклади – є резервною фінансовою нішею отримання містом в бюджет непоганого прибутку саме від здачі великогабаритних конструкцій в оренду під рекламу. Це на сьогодні, коли склався стан глибокої негативної ситуації в місті, де молодь виїхала і зараз місто знаходиться в депресивному стані, є чи не основним з напрямків додаткового наповнення бюджету.

Це резерв грошей для бюджету міста, яке має забезпечувати майже 800 чиновників усієї гілки виконкому.

При такому розбалансованому міському бюджеті 2020, чиновники собі призначили з бюджету утримання в розмірі 220 млн. грн., а на бюджет розвитку міста буде витрачено менше 400 млн.грн., то що це за планування?

Зважаючи на вищевикладені висновки за об'єктивно проведеного експертного дослідження вважаємо за потрібне провести наступні заходи після зняття карантину в країні:

Вже проведено вебінар 20.03.20 разом з ГО ФРММ та громадськими організаціями Херсонської, Миколаївської областей, де прозвітували за рік роботи громадської префектури. Обмін досвідом, круглий стіл спілкування дав свої позитивні результати.

1. Зустріч з міським головою м. Херсон з запрошенням журналістів, та врученням наших пропозицій та вимог що до вдосконалення роботи цих гілок структури херсонського виконкому.
2. Провести круглий стіл з запрошенням громадських організацій, членів громадської ради, активних громадян міста, представників ЗМІ.
3. звернемося до ДАСУ з вимогою провести держаудит роботи Управління естетики та зовнішньої реклами ХМР. Розмістимо ці матеріали в інтернет-платформах.
4. Якщо буде можливість, у травні зробимо виступи по місцевим телеканалам зі Звітом наших досліджень, запросивши на ефір Херсонського міського голову на тематику підвищення ефективності роботи виконкому, де означити заявлену у проекті проблему та шляхи її вирішення. Реалізація проекту вже супроводжується інформативною компанією, а саме, поширення інформації на інформаційних стендах ХМР, ТЦ Адмірал, інформдошках ОСББ, рекламних стендах МРІС (за наявності вільних рекламних місць) тощо, блог-сторінки, фокус-групи в ФБ, Вайбер, Телеграм).

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Нами підготовлено листа на ім'я міського голови та рекомендуємо:

1. зважаючи на незадовільний стан діяльності, відсутністю ефективності управлінських рішень, провести внутрішній аудит за період 2017-2020 рік (перше півріччя).
2. зважаючи на незадовільний стан діяльності, відсутністю ефективних рішень керівника КП «Бюро естетики», направлених на ріст прибутку, невикористання усіх можливостей, закладених у статуті, провести внутрішній аудит за період 2017-2020 рік (перше півріччя). Об'явити відкритий конкурс на посаду керівника Комунального підприємства «Господарська організація «Бюро естетичного середовища та зовнішньої реклами» ХМР.
3. Посилити системний контроль за усіма комунальними підприємствами ХМР, які отримали за **Результатами оцінки ефективності управління підприємствами комунальної власності територіальної громади Херсона за підсумками роботи за 9 місяців 2019 року, проведеної департаментами та управліннями міської ради, що координують діяльність підприємств за профільними напрямками оцінку «незадовільно».**
4. Передати матеріали перевірок до профільних депутатських комісій.
5. Ліквідувати Управління естетики та зовнішньої реклами ХМР, та передати функції до сектору зв'язку Управління транспорту, дорожньої інфраструктури та зв'язку ХМР.
6. Господарську діяльність КП «Господарська організація "Бюро естетики міського середовища та зовнішньої реклами" взяти під системний контроль та поставити фахового керівника, який має скласти та захистити Фінансовий план 2020 з показниками рентабельності не менше 20%.
7. Передати функції ремонту зупиночних об'єктів комунального відомства в КП «Міське дорожнє управління» при Управлінні транспорту, дорожньої інфраструктури та зв'язку ХМР.
8. Якщо на наші пропозиції міський голова не відреагує, залишаємо за собою право звернутися до ДАСУ, та Херсонської облдержадміністрації.

Задіяти депутатів ХМР та районних у місті Херсоні рад до контролю за ефективністю використання бюджетних коштів.

Громада має проявити зацікавленість в цільовому та ефективному використанні коштів по благоустрою та розвитку території міста та систематично контролювати правильність управлінських рішень, в основі яких має бути норма чинного законодавства України.

Вважаємо, дослідницьку роботу закінчено. Тепер маємо виконати заходи п.п. 1-4.