

Секція: Економіка галузевих ринків

**Вашків О. О.**

*студентка навчально-наукового інституту*

*міжнародних відносин ім. Б.Гаврилишина*

*Тернопільського національного*

*економічного університету*

*м. Тернопіль, Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ І СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Галузь побутового обслуговування є сукупністю підприємств і організацій, діяльність яких пов'язана із задоволенням конкретної побутової потреби індивідуального замовника. «Надання побутових послуг, або побутове обслуговування населення, має справу із задоволенням запитів людей, пов'язаних з їх побутом, тобто сферою соціального життя, покликаної задовольнити різного роду сімейно-побутові потреби людини. Ця галузь одна з головних структурних частин сфери послуг, що швидко розвивається, найважливішим спонукальним мотивом розвитку якої є зростання потреб людей, тобто їх здібностей споживати матеріальні і духовні блага» [1, с. 1].

Проблемні аспекти розвитку ринку послуг в Україні знайшли відображення у наукових працях багатьох провідних українських учених. Вагомий внесок у цю проблематику здійснили О.І. Амоша, О.П. Вашків, М.І. Долішній, І.І. Лукінов, А.Ф. Мельник О.Б. Моргулець, О.В. Пирог, О.І. Решетняк, Т.М. Сидоренко та ін.

Стан ринку побутових послуг в Україні є однією з важливих ланок у системі галузей платних послуг. Ця галузь забезпечує скорочення часу населення на задоволення побутових потреб у домашніх умовах, сприяючи

збільшенню вільного часу громадян на цілі самоосвіти, відпочинку, задоволення культурних потреб і т.д.

Сьогодні «діяльність з надання послуг, у тому числі й побутових, стала економічно більш вигідна, ніж виробництво, оскільки сервісні підприємства мали більш швидкий оборот фінансових коштів і вимагали менших обсягів первинних інвестицій» [1, с. 10]. Відтак, ринок побутового обслуговування в Україні характеризується безумовним переважанням у його середовищі суб'єктів малого підприємництва. Це на загал відповідає характеристикам ринків послуг розвинених країн. Виняток становлять лише диверсифіковані підприємства, які пропонують широкий асортимент побутових послуг, що представлені в основному будинками побуту.

До галузевих особливостей підприємств побутового обслуговування відносять також те, що структура їх оборотних засобів виглядає таким чином: виробничі запаси становлять приблизно 50–60%; оборотні засоби в сфері виробництва 20–25%; оборотні засоби в сфері обігу 20–25% [2, с. 426].

Підприємства галузі побутового обслуговування надають населенню понад 900 видів послуг [1, с. 10]. На практиці всі послуги у сфері побутового обслуговування, поділяють на три групи:

- послуги, пов'язані зі створенням нових споживчих вартостей (пошиття одягу, трикотажних виробів, виготовлення меблів, будівництво житла та ін.);
- послуги, спрямовані на підтримання раніше створених вартостей, – це різні послуги ремонтного характеру (ремонт взуття, одягу, трикотажу, радіотелевізійної апаратури, побутової техніки, хімчистка, ремонт меблів, житла та ін.);
- послуги, пов'язані зі створенням або підтриманням споживчих вартостей – це послуги особистого характеру (послуги перукарень, лазень та ін.).

Перераховані види послуг суттєво відрізняються між собою за технологічною характеристикою їх виконання. Однак їх об'єднує загальне соціальне економічне призначення. Діяльність підприємств ринку побутового

обслуговування спрямована на задоволення потреб населення у послугах побутового характеру і це є головним, що їх об'єднує. Класифікацію побутових послуг здійснюють за такими ознаками: а) за характером послуг – виробничі і невиробничі послуги. До виробничих відносять послуги з виготовлення, ремонту і оновлення виробів, а до невиробничих – послуги в чистому вигляді, що не мають матеріального втілення у певних предметах споживання (послуги перукарень, лазень, інформаційної служби та ін.); б) за галузевими групами послуг – ремонт і пошиття взуття, пошиття швейних, хутряних і шкіряних виробів, головних уборів і текстильних чи галантерейних виробів, а також ремонт меблів, послуги перукарень та ін.; в) за призначенням – послуги населенню, підприємствам і організаціям, обслуговування яких прирівнюють до побутового обслуговування; заводам, що виготовляють побутові машини і прилади для гарантійного ремонту; г) за наявністю або відсутністю попереднього замовлення на послуги; д) за місцем проживання населення – послуги для міських і сільських жителів; е) за способом виконання робіт – послуги, що виконуються силами самого підприємства, послуги, що виконуються сумісно з побутовими управліннями або об'єднаннями і неспеціалізованими підприємствами, кооперативами при підприємстві; ж) за ступенем новизни – послуги вперше освоєні в звітному році і послуги, які виконували в попередньому році; з) за формою обслуговування (прогресивна і звичайна форми обслуговування); к) відповідно до спеціалізації виробництва (що відповідають і не відповідають профілю підприємства); л) за використаними матеріалами: з матеріалу замовника, з матеріалу підприємства; роботи з повноцінних матеріалів і відходів та вторинної сировини; м) за асортиментом послуг – вид виробів, що виготовляють або ремонтують група ремонту (дрібний, середній та ін.), вид робіт.

Створення галузевого ринку побутових послуг – складова частина загального процесу становлення ринкових відносин у державі. У побутовому обслуговуванні, як і в сфері послуг в цілому, для розвитку ринкових відносин склались сприятливіші умови, ніж в інших сферах суспільного виробництва. У

службі побуту зараз функціонує відносно велика кількість малих, середніх і великих підприємств з різними формами власності (державна, кооперативна, індивідуальна), а також орендні підприємства.

Нині сервісні організації стали приділяти більшу увагу індивідуальним запитам споживачів, почали пристосовуватися до більш жорстких вимог щодо якості обслуговування. Виникли конкурентні відносини між вітчизняними та зарубіжними організаціями, що завойовують український ринок. Конкуренція у сфері сервісу досить швидко стала відчутною. Конкурентна ситуація стала додатковим стимулом для розвитку та вдосконалення роботи підприємств побутових послуг України, пошуку нових споживачів, формування асортименту послуг для забезпечених і малозабезпечених верств населення з відповідними для них цінами на послуги. Основним фактором росту сфери побутових послуг є стан і рівень розвитку науково-технічного прогресу. Від цього значною мірою залежить якість обслуговування.

У розвитку ринку побутового обслуговування за останні неповних три десятиліття можна виділити три етапи.

Перший етап (1992-1998 рр.) характеризується падінням обсягів реалізації платних послуг на ринку. На початку 90-х рр. ХХ ст. сильно скоротився попит на деякі побутові послуги, що надавались сервісними підприємствами. Падіння попиту на послуги пралень, копіювальні послуги було обумовлено істотним зниженням доходів основної маси населення і появою нових простих у використанні і економічно доцільних у цьому плані товарів, які забезпечують виконання процесів прання і прасування білизни, копіювання і тиражування документів та ін. Зникнення товарного дефіциту знизило необхідність у послугах з ремонту та індивідуального пошиття одягу [1, с. 8].

Другий етап (з 1999 р. до 2012 р.) демонструє в основному позитивну динаміку розвитку ринку платних послуг населенню та свідчить про економічну адаптації підприємств побутового обслуговування населення до ринкових умов [1, с. 9]. У структурному аспекті за розмірами підприємств переважну частину обсягу реалізованих послуг забезпечили середні та малі

підприємства. Водночас протягом 2006-2013 рр. частка обсягу реалізованих послуг великих підприємств зросла з 17,5 до 32,0% [3, с. 67].

Третій (сьогоднішній) етап набув суперечливих ознак у галузевих структурних зрушеннях. Так, за даними «The World Factbook» у період з 2012 по 2015 рр. частка сфери послуг у ВВП зросла з 59,1 до 62,7%. А протягом 2015-2016 рр. стрімко скоротилася до 59,3%. [4]. Проте, відстежуючи загальну динаміку частки послуг у ВВП, слід вказати на її хоч і хвилеподібне, але зростання упродовж усіх років незалежності сучасної України. А, починаючи з 1995 р., частка сфери послуг почала переважати індустріальний сектор економіки. Проте така позитивна динаміка не є свідченням насичення ринку послуг в усьому спектрі цього сектора економіки. Так, скажімо у Великобританії сектор послуг складає 79,6% у структурі ВВП країни, у Франції – 79,0%, у Німеччині – 69,1%, у США – 77,6% [5, с. 16].

Отже, можна констатувати, що загальний стан побутового обслуговування далеко неповною мірою задовольняє потреби українців, і насамперед у соціально необхідних послугах. Деякі підприємства ринку послуг перебувають у складному фінансовому становищі. Отже, основні організаційно-економічні проблеми у сфері побутового обслуговування зводяться до таких:

- недосконале правове регулювання питань діяльності суб'єктів господарської діяльності;
- професійна роз'єднаність підприємств побутового обслуговування;
- відсутність у невеликих містах та сільській місцевості достатньої мережі підприємств побутового обслуговування;
- низький технічний рівень оснащення більшості підприємств побутового обслуговування, відсутність вітчизняного обладнання, приладів та інструментів для надання цих послуг;
- недостатня кваліфікація певної частини фахівців для роботи в ринкових умовах;

– відсутність фінансово-кредитної підтримки підприємств ринку побутового обслуговування [3, с. 67-68].

У зв'язку з цим важливими завданнями підприємництва у сфері побутового обслуговування повинні стати: надання населенню широкого спектру високоякісних побутових послуг, поступове досягнення європейського рівня сервісу та насичення, підвищення якості виконання замовлень і нарощування обсягів виробництва, наближення підприємств побутового обслуговування до споживача.

### Література

1. Моргулець О. Б. Історія розвитку побутового обслуговування населення України [Електронний ресурс] / О. Б. Моргулець, К.В. Стріжко // Технології та дизайн. – 2013. – № 3. – С. 1–13. – Режим доступу : <http://knutd.com.ua/publications/pdf/TD/2013-3/19.pdf>.

2. Економіка підприємства : навч. посіб. / за ред. П. С. Харіва / авт. колектив: В. П. Вихрущ, Б. М. Андрушків, П. С. Харів, Р. В. Федорович, І. В. Тирпак, О. П. Вашків та ін. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 450 с.

3. Сидоренко Т. М. Дослідження розвитку підприємств побутового обслуговування України / Т. М. Сидоренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 13. – Ч. 2. – С. 66-69.

4. The World Factbook. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>.

5. Вашків, О. П. Галузева структура національної економіки України та постіндустріальна економіка / О. П. Вашків // Перспективи розвитку національної економіки: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції [Запоріжжя, 9-10 вер. 2016 р.] / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2016. – С. 14–17.