

УДК 339.9:640

**ВПЛИВ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА
НА РОЗВИТОК РИНКУ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ****Паливода О. М., Козлітіна О. А.**

Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розглянуто основні переваги та недоліки ринку побутових послуг в Україні. Обґрунтовані позиції ринку послуг на сучасному етапі розвитку. Наведено перелік основних зовнішніх чинників, що впливають на розвиток побутового обслуговування. Представлено рекомендації щодо поліпшення ситуації у цій сфері.

Ключові слова: побутове обслуговування, зовнішні чинники, фінансова криза, іноземні інвестиції, сімейні бюджети

Сьогодні ринок послуг в Україні переживає багато негативних тенденцій у своєму розвитку та функціонуванні. Це зумовлено тим, що він значною мірою сформувався у радянський період відповідно до вимог централізованої, планової системи господарювання і тривалий час фінансувався державою за залишковим принципом. Зі здобуттям незалежності країна отримала у спадок сформовану структуру ринку послуг, основними суб'єктами якого були державні спеціалізовані підприємства – «будинки побуту», комбінати побутового обслуговування житла тощо, які надавали відповідні послуги для населення. Більшість підприємств побутового обслуговування зосереджувалася у містах. Ринок послуг було цілком монополізовано державою, а надання багатьох видів послуг населенню не вважалось престижним. Заробітна плата працівників цієї сфери була нижчою, ніж у провідних галузях народного господарства, тому кращі фахівці, як правило, не затримувались у ній. Перелічені особливості стали причиною нагромадження цілого ряду проблем у цій галузі.

Постановка завдання

Метою статті є виявлення зовнішніх чинників розвитку ринку побутових послуг в Україні та дослідження їх впливу на підприємства зазначеної галузі.

Об'єкт та методи дослідження

Об'єктом дослідження є сучасний стан ринку побутових послуг в Україні. Теоретичною і методологічною основою стали теоретичні розробки Ткаченко Ю. О., Решетняк О. А., Моргулець О. Б., Голобородько А. Ю.

Результати дослідження та їх обговорення

Будь-яка підприємницька структура незалежно від того, деякої сфери діяльності вона належить, не може бути ізольована від впливу екзогенних факторів, які в сукупності утворюють зовнішнє середовище її функціонування. Для підприємств сфери послуг зовнішнє середовище може бути визначено як сукупність сил і суб'єктів, що справляють безпосередній або опосередкований вплив на функціонування фірми і діють за її межами.

Традиційно всі фактори зовнішнього середовища поділяють на дві основні групи - прямі та непрямі. Фактори, що здійснюють негайний і безпосередній вплив на фірму, відносяться до середовища прямого впливу; всі інші, що мають опосередкований вплив на фірму - до середовища непрямого впливу.

Середовище непрямого впливу включає в себе фактори, які можуть не виявляти негайного впливу на функціонування фірми, але все одно позначаються на її результатах. Ці чинники підрозділяють на: економічні (рівень життя, капітал, постачальники, споживачі, кон'юнктура ринку); соціальні (погляди, соціальні та етичні норми); правові (конституційні основи, політична стабільність, форма власності та особливості законодавства); технологічні (розвиток науки та техніки); ресурсні (інфраструктура, природні ресурси, робоча сила і територіальне розташування).

Отже, до факторів прямого впливу, що формують попит на ринку побутових послуг, можна віднести: соціальний стан населення, якість послуг, що надаються, ціни побутових послуг, індивідуальний підхід та рівень обслуговування споживача, статевікову структуру населення (питома вага економічно активного населення, питома вага жінок), рівень урбанізації населення (питома вага міського населення), рівень споживання побутових послуг за регіонами країни, збільшення вільного часу населення. Оцінка зазначених факторів впливу на формування попиту на побутові послуги показала, що серед цих факторів найбільший вплив мають якість послуг, що надані, соціальний стан населення і рівень обслуговування споживача. Найменший вплив має статевікова структура населення. У розрізі окремих послуг найбільший вплив вказані фактори виявляють на формування попиту на послуги зі створення добробуту у побуті населення і на індивідуальні послуги [3].

Більшість перелічених факторів мають негативний вплив на розвиток побутового обслуговування, що є причиною значного занепаду цієї сфери в Україні.

На сучасному етапі цій сфері притаманна технологічна замкненість, недосконалість правового регулювання питань діяльності суб'єктів господарювання, використання некваліфікованого персоналу, що зумовлює надання недостатньо якісних послуг за цінами, що є недоступними для більшості людей. Важливим гальмівним фактором розвитку є розташування основних організацій у високо урбанізованих містах, в той час як в невеликих містах та сільській місцевості також існує потенційно прибутковий ринок, який сьогодні не залишається неохопленим.

Варто зазначити, що підприємства побутового обслуговування завдяки невеликим розмірам, технологічній замкненості та розташуванню майже в усіх регіонах, були найбільше підготовленими до роздержавлення і приватизації. Однак, цей процес не був прив'язаним до вирішення проблеми платоспроможності населення, що призвело до занепаду та перепрофілювання багатьох підприємств галузі. Деякі регіони країни, передусім сільська місцевість, залишились взагалі без підприємств побутового обслуговування.

Падіння життєвого рівня населення зумовило також значну зміну структури споживання галузевих груп послуг. Для більшості населення стали недоступними технічно складні товари довгострокового користування, зокрема, скоротилися обсяги виробництва і реалізації послуг з ремонту й технічного обслуговування таких товарів. Зменшився обсяг дорогих послуг з виготовлення предметів вжитку за індивідуальним замовленням, особливо різко скоротився обсяг індивідуального пошиття одягу та інших виробів, що призвело до сегментації ринку побутових послуг за рівнем доходів населення [1].

Зменшення попиту на побутові послуги особливо організацій, що займаються ремонтом техніки, зумовлено також збільшенням виробниками гарантійних термінів на побутову техніку, а також впливом науково-технічного прогресу, що виявляється у швидкому моральному старінні техніки і пояснює перевагу покупки нового товару порівняно з його ремонтом. Майстри зазначають, що середньостатистична фірма щодня отримує не більше п'яти замовлень, що дозволяє їй розраховувати на суму в 300-1000 грн. Таким чином, річний обсяг цього ринку не перевищує 40 млн. грн., що не відповідає очікуванням підприємців. Виняток становлять лише компанії, яким вдалося дістати значних корпоративних клієнтів (кафе, готелі і ін.) або досягти статусу авторизованого сервісного центру, проте таких існує невелика кількість.

Зазначена ситуація призводить до витіснення з ринку значної кількості організацій, які займаються ремонтом побутової техніки.

Проте, найбільш негативні тенденції сьогодні прослідковуються на ринку послуг пралень та хімчисток України. За період фінансової кризи, що розпочалася у 2008 р., обсяги цього сектору скоротилися на 25-30%, а окремі замовники зменшили свої витрати наполовину. Негативний вплив на бізнес цих підприємств спричинила часткова відмова від їх послуг ресторанних мереж і салонів краси. Останні все більше віддають перевагу встановленню власних міні-пралень. У сегменті приватних замовлень стан справ не набагато кращий. Віддавати речі у прання зараз готові на 70 % клієнтів менше, ніж у до кризовий період. Враховуючи цю тенденцію, все більше підприємців ставить під сумнів доцільність підтримки даного напряму послуг, оскільки утримання приймальних пунктів обходиться все дорожче [5]. Представники пралень впевнені, що в найближчій перспективі зазначені негативні тенденції будуть посилюватися, що спричинить банкрутство значної кількості спеціалізованих фірм, особливо тих, що мають невиплачені кредити, які бралися в докризовий період на розширення виробничих площ та придбання нового устаткування.

Через кризу відбулося скорочення сімейних бюджетів українців, що істотно зменшило також кількість відвідувачів салонів краси. Нечисленні клієнти стали більш ретельно підходити до вибору послуг. Власники косметичних закладів скаржаться, що цей удар по їх бізнесу може стати нищівним особливо, якщо будуть підвищені ціни на послуги, що є неминучим в умовах зростання цін на оренду приміщень, закупівлю косметичних засобів, зростання заробітних плат.

Більш детально ситуацію ринку побутових послуг ілюструє проведене в роботі [3] анкетування, згідно з яким, попит на побутові послуги можна поділити за віковими групами та за рівнем доходу. Вікова група «до 30 р.» з рівнем доходу до 750 грн. користуються послугами з ремонту та перероблення одягу і головних уборів, ремонту взуття та послугами перукарень; з рівнем доходу від 751 до 2000 грн. – послугами з ремонту та перероблення одягу і головних уборів, ремонту взуття, ремонту годинників та ювелірних виробів, ремонту та технічного обслуговування офісної та електронно-обчислювальної техніки, а також послугам перукарень та лазень; з рівнем доходу від 2001 до 2999 грн. – тими видами послуг, що й населення з рівнем доходу від 751 до 2000 грн.; з рівнем доходу понад

3000 грн. поряд з переліченими видами побутових послуг користуються також і послугами з ремонту та технічного обслуговування автомобілів. Вікова група «від 31 до 55 р.» з рівнем доходу до 750 грн. також користуються послугами з ремонту та перероблення одягу і головних уборів, ремонту взуття та послугами перукарень; з рівнем доходу від 751 до 2000 грн. – послугами з ремонту та перероблення одягу і головних уборів, ремонту взуття, ремонту годинників та ювелірних виробів, ремонту та технічного обслуговування офісної та електронно-обчислювальної техніки, ремонту та технічного обслуговування побутових виробів та предметів особистого вжитку, а також послугами перукарень; з рівнем доходу від 2001 до 2999 грн. – тими видами послуг, що й населення з рівнем доходу від 751 до 2000 грн.; з рівнем доходу понад 3000 грн. поряд з переліченими видами побутових послуг користуються також послугами з хімчистки та з ремонту та технічного обслуговування автомобілів. Вікова група «від 56р.» років з рівнем доходу до 750 грн. найбільше користуються послугами з ремонту взуття та послугами перукарень; з рівнем доходу від 751 до 2000 грн. – послугами з ремонту та перероблення одягу і головних уборів, ремонту взуття, ремонту та технічного обслуговування побутових виробів та предметів особистого вжитку. З даного анкетування можна зробити висновок, що попит на побутові послуги прямо залежить від рівня доходності споживачів ніж від їх вікової групи.

Аналіз проведений в роботі [3] показав, що найвпливовішою побутовою послугою є послуга зі створення добробуту у побуті населення, а найважливішим показником є якість побутових послуг, бо вони мають найбільший ступінь і ранг важливості. Найнижчий результат впливу має технічне обслуговування та ремонт транспортних засобів і мотоциклів, а найменше впливає на формування попиту статеві-вікова структура населення.

Криза активно стимулює психологічну готовність керівників багатьох підприємств переходити на нові нестандартні для України методики роботи, що, звичайно, сприятиме появі нових можливостей для вирішення важливих стратегічних завдань. Подолати всі фінансові проблеми зможуть лише ті учасники ринку, які зуміють правильно розставити пріоритети і грамотно побудувати свою маркетингову політику.

Подолання негативних тенденцій у розвитку підприємств сфери побутового обслуговування є можливим лише через вирішення таких завдань, як:

- закупівля нового технічного обладнання для підприємств;

- вдосконалення системи підготовки та перекваліфікації персоналу;
- задоволення потреб різних верств населення за доступними цінами;
- збільшення кількості підприємств сфери побутового обслуговування в невеликих містах та сільській місцевості із залученням висококваліфікованих фахівців;
- створення умов для рентабельної роботи підприємств;
- вдосконалення правового регулювання питань діяльності суб'єктів господарювання, які надають побутові послуги;
- скорочення тіньового сектору побутового обслуговування.

Також розвиток сфери послуг в Україні потребує залучення додаткових інвестицій, в тому числі іноземних. Залучення іноземного капіталу забезпечить не тільки надходження необхідних фінансових ресурсів, але й передових, технічно ефективних методів реалізації послуг, що сприятиме підвищенню їх якості, доступності, культури обслуговування та в кінцевому рахунку - підвищить конкурентоспроможність вітчизняних виробників послуг та значно зміцнить позиції України в міжнародному обміні послугами.

Висновки

Несприятливе становище ринку побутового обслуговування було зумовлено впливом негативних зовнішніх чинників, серед яких головними є: помилки допущені у період приватизації об'єктів побутового обслуговування, диспропорції у регіональному розміщенні підприємств, скорочення сімейних бюджетів українців внаслідок економічної кризи, прискорення науково-технічних змін, нестача інвестиційних коштів, недосконалість законодавчого регулювання досліджуваної сфери.

Підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємств сфери побутових послуг, а також ліквідування вище перерахованих негативних чинників може бути досягнуто лише завдяки підвищенню продуктивності і якості послуг на цих підприємствах через формування сучасних систем управління спрямованих на задоволення індивідуальних потреб споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ткаченко Ю. О. Особливості розвитку ринку побутових послуг у регіонах України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/679/1/Tkachenko.pdf>

2. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг ./ Решетняк О. – Х : Фактор , 2008 . – 544 с.(ББК 65.294 Р 47 ISBN 978 – 966 – 312 – 770 – 50.Б.)
3. Голобородько А. Ю. Дослідження стану та тенденції формування попиту на побутові послуги в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Bmnef/2012_1_2/10.pdf
4. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: Навчальний посібник / Моргулець О. Б. – К. :Центр учбової літератури, 2012. – 384 с. – (ISBN 978-611-01-0304-6.)
5. Лісун Я. В. Стратегічний потенціал сервісних підприємств: особливості формування в Україні та країнах СНД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=486>

Палывода Е. М., Козлитина О. А.

Влияние факторов внешней среды на развитие рынка бытовых услуг в Украине

В статье рассмотрены основные преимущества и недостатки рынка бытовых услуг в Украине. Обоснованы позиции рынка услуг на современном этапе развития. Приведен перечень основных внешних факторов, влияющих на развитие бытового обслуживания. Разработаны рекомендации по улучшению ситуации в этой сфере.

Ключевые слова: бытовое обслуживание, внешние факторы, финансовый кризис, иностранные инвестиции, семейные бюджеты

Palyvoda O. M., Kozlitina O. A.

Influence of the environmental factors in domestic market development services in Ukraine

The article describes the main advantages and disadvantages of public services on Ukrainian market. Position of market services is substantiated at the current development stage. The list of the major external factors is affecting the development of public services. Recommendations are developed for improvement in this area.

Keywords: public services, external factors, the financial crisis, foreign investment, family budgets