

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Богачук А.В.

Науковий керівник – доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту, к.е.н. Кірсанова В.В.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

В сучасних умовах розвитку національних господарств сфера послуг і сервісу поступово перевищує рівень матеріального виробництва в багатьох країнах світу. Цьому є декілька причин: динамічний розвиток науки та інформаційно-комунікаційних технологій, зміна рівня і темпу життя, глобалізація ринків і загострення конкуренції на них. Однак вирішальним фактором в даному випадку є споживач. Більш того, саме споживач вирішує, які сегменти ринку послуг розвиватимуться швидше, а які – повільніше.

В Україні ринок послуг перебував у процесі розвитку з початку 90-х років ХХ століття, але це пояснюється тим, що до цього він був майже відсутнім. Також, слід зазначити, що ринок послуг розвивається дуже нерівномірно. Якщо у великих містах спостерігається стрімкий розвиток цієї сфери, то у невеликих містах і сільській місцевості він майже відсутній [3].

Що стосується сучасного стану ринку послуг, то у 2014р. на ринку послуг із 61,6 тис. зареєстрованих підприємств – юридичних осіб та їхніх відокремлених підрозділів, основним видом діяльності яких не є надання фінансових послуг, фактично працювало 58,0 тис. підприємств, або 94,8% загальної кількості. В І кварталі 2016 р. це значення зросло до 58,3 тис. грн. Це зумовлено тим, що деякі підприємства, які обрали основним видом діяльності надання послуг, тимчасово призупинили діяльність або змінили основний вид діяльності на такий, що не належить до сфери послуг. Це пов'язано з тим, що внаслідок скрутного фінансового становища споживачі відмовляються від певних видів послуг.

Так само нерівномірно розподілені підприємства між різними секторами надання послуг. Дані щодо розподілу наведені в табл. 1.

Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери не фінансових послуг у 2014р. становив 323,0 млрд.грн., з якого більше половини реалізовано підприємствами 3 регіонів: м. Києва, Одеської та Дніпропетровської областей

Таблиця 1

Структура розподілу підприємств за секторами надання послуг

	2014	%	I квартал 2016 р.	%
Зареєстровані підприємства, основним видом діяльності яких не є надання фінансових послуг	58,0	52,0	58,3	52,0
Підприємства, що здійснюють операції з нерухомим майном	13,9	12,5	14,1	12,6
Підприємства, що діють в сфері професійної, наукової та технічної діяльності;	11,4	10,2	11,1	9,9
транспорту, складського господарства, пошти та кур'єрської діяльності;	8,6	7,7	8,0	7,1
у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування;	7,1	6,4	7,3	6,5
інформації та телекомунікації;	5,7	5,1	6,1	5,4
охорони здоров'я та надання соціальної допомоги	2,7	2,4	3,0	2,7
надання інших видів послуг	2,3	2,1	2,4	2,1
освіти	1,8	1,6	1,8	1,6
Усього:	111,5	100,0	112,1	100,0

У структурі загального обсягу реалізованих послуг у I кварталі 2016р. найбільшу питому вагу займали послуги транспорту – 22,6%. Майже третину загального обсягу послуг транспорту (32,1%) склали послуги підприємств вантажного автомобільного транспорту.

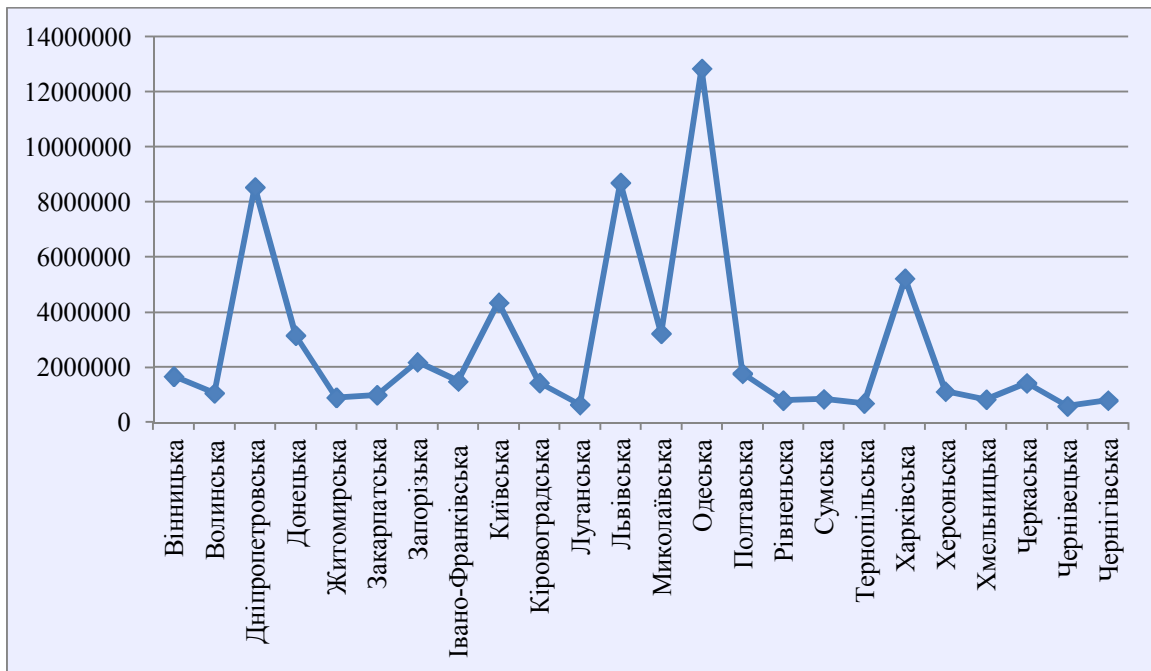


Рис.1. Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг, тис. грн..

Послуги з інформації та телекомунікації за значимістю мали друге місце. Частка цих послуг склала у I кварталі 2016р. 20,1%. Близько двох третин (63,3%) цих послуг припадало на послуги телекомунікації (електрозв'язку).

Третіми за значимістю в загальному обсязі послуг у I кварталі 2016р. стали послуги з професійної, наукової та технічної діяльності, частка яких у загальному обсязі послуг становила 10,8%. Найбільшим попитом у споживачів користувалися упродовж року послуги з рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку (37,2% загального обсягу послуг з професійної, наукової та технічної діяльності) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (26,5%).

Частка послуг проведення операцій з нерухомим майном становила 9,2% в загальному обсязі реалізованих у I кварталі 2016р. послуг. Частка послуг діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 6,6%, тимчасового розміщування та організації харчування – 5,0%, послуг у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 4,4%, частка послуг у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 2,1% [6].

Одним з основних чинників зниження попиту на послуги в останні роки називають збільшення їх цін.

Однією зі сфер послуг є надання побутових послуг населенню. В даному секторі тенденції є неоднозначними. З одного боку, криза змусила багатьох споживачів переглянути своє ставлення до використання товарів тривалого користування: не всі можуть дозволити собі купити нові товари, тому вони змушені ремонтувати старі. З іншого боку, підприємства, що надають послуги ремонту побутової техніки та інших приладів підвищили ціни на свої послуги, що зробило їх менш привабливими для споживача. Багато-хто притримується думки, що краще витратити більше або взяти кредит, але отримати нову річ, ніж багато разів ремонтувати стару. Більш того, в сучасних умовах, коли продавці конкурують за рахунок того, що вони намагаються запропонувати споживачу більший термін гарантійного обслуговування, купувати нові речі стає вигіднішими ремонту [1].

Надання побутових послуг є джерелом наповнення державного бюджету і формування прибутку підприємницьких структур, засобом комплексного обслуговування споживачів та скорочення витрат часу на виконання певних видів робіт.

Види побутових послуг: індивідуальне пошиття і ремонт швейних, хутряних виробів і головних уборів; індивідуальне пошиття, в'язання і ремонт трикотажних виробів; індивідуальне виготовлення і ремонт взуття; ремонт побутових машин і приладів; ремонт годинників; виготовлення і ремонт ювелірних виробів; ремонт побутової радіоелектронної апаратури; послуги з відео зйомки і звукозапису; виготовлення і ремонт меблів; послуги перукарень; послуги фотографій; послуги з хімічного чищення виробів; послуги з прання білизни; послуги лазень. Замовник – особи, яким надаються побутові послуги.

Однією з проблем розвитку підприємств побутового обслуговування є відсутність державного регулювання тарифів, а також цін на побутові послуги, котрі встановлюються конкретним підприємством, виходячи із собівартості, співвідношення між попитом і пропозицією та норми прибутку. Це перешкоджає реалізації соціальної функції підприємствами, що надають побутові послуги. Чинним законодавством України не передбачено пільг будь-яким категоріям населення при наданні побутових послуг [2].

Таким чином, загальний стан побутового обслуговування не задовольняє потреб населення, і, насамперед, у соціально необхідних послугах. Деякі підприємства побутового обслуговування перебувають у складному фінансовому становищі. Отже, основні організаційно-економічні проблеми у сфері побутового обслуговування зводяться до такого:

- недосконале правове регулювання питань діяльності суб'єктів господарської діяльності;
- професійна роз'єднаність підприємств побутового обслуговування;
- відсутність у невеликих містах та у 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.

Тому важливими завданнями підприємництва у сфері побутового обслуговування повинні стати: надання населенню широкого спектру високоякісних побутових послуг, наближення його до місць проживання та трудової діяльності громадян шляхом оптимізації мережі об'єктів побутового обслуговування, поступове досягнення європейського рівня сервісу, підвищення якості виконання замовлень, нарощування обсягів виробництва [5].

Нерівномірність розвитку мережі підприємств побутового обслуговування та значні розбіжності темпів зміни їх кількості по окремих регіонах України свідчать про різницю в стратегічних пріоритетах місцевих органів виконавчої влади, створення сприятливих умов для господарської діяльності підприємств побутового обслуговування вищезазначених регіонів і відсутність зацікавленості в інших [1].

Аналіз діяльності підприємств побутового обслуговування доводить, що обсяги реалізації послуг підприємств побутового обслуговування демонструють щороку тенденцію до зростання, хоча кількість підприємств, які надають ці послуги, та чисельність працівників на них мають тенденцію до зниження.

Опрацювання результатів дозволило виявити чинники, що негативно впливають на роботу підприємств побутового обслуговування: висока ціна на послуги, труднощі з оплатою послуг підприємств побутового обслуговування, особливо у сільській місцевості через низький рівень доходів місцевих жителів; територіальна недоступність підприємств побутового обслуговування, недостатній розвиток інфраструктури соціально-необхідних видів послуг підприємств побутового обслуговування в сільській місцевості та інші.

Оцінюючи попит, слід визначити та дослідити загальні фактори, що впливають на формування попиту на всі побутові послуги. До загальних факторів, за класифікацією

вітчизняних фахівців, можна зарахувати такі: рівень якості послуг, що надаються, ціна на побутові послуги, соціальний стан населення, індивідуальний підхід споживача, рівень обслуговування споживачів та ін. [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок послуг України зараз знаходиться у складному становищі, пов'язаному із загальними кризовими явищами в економіці країни. Сфера побутових послуг зараз переживає не найкращі часи. З одного боку, попит на цей вид послуг дещо збільшився, оскільки відремонтувати стару річ дешевше, ніж купити нову, однак, з іншого боку, високі ціни на ці послуги дещо зменшують наявний попит.

Література

1. Антонюк, Я. Сфера побутових послуг для населення: стан розвитку і засади державного регулювання на місцевому рівні / Я. Антонюк // Регіональна економіка. – 2001. – № 4. – С. 115 – 122.
2. Голобородько, А. Ю. Дослідження стану та тенденції формування попиту на побутові послуги в Україні / А. Ю. Голобородько // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – Т. 2. – №1(5). – С. 68–75.
3. Сагайдак М. П. Ринок послуг в Україні: становлення, сучасний стан і перспективи розвитку // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. – № 36. – С. 173 – 183.
4. Сидоренко Т. М. Дослідження розвитку підприємств побутового обслуговування України // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Випуск 13. Частина 2. – С. 66 - 69.
5. Хлістунова, Н. В. Дослідження стану підприємств побутового обслуговування населення України [Текст] / Наталія Вадимівна Хлістунова, Тамара Миколаївна Теміндарова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 19. – № 2. – С. 164-170.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Дослідження розвитку ринку фінансових послуг України [Електронний ресурс] / Є.І. Масленніков, А.А. Чкан // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 105-110. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/n3.html>.
8. Ринкові механізми і структури економіки інфокомунікаційних послуг [Електронний ресурс] / Л.О. Стрій, Л.А. Захарченко, А.К. Голубев // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 1 (11). – С. 134-141. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>.
9. Стратегія підвищення ефективності надання міжнародних транспортних послуг в МТП «Южний». [Електронний ресурс] / І.О. Бутенко, О.А. Єрмакова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2011. – № 1 (1). – С. 187-191. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2011/n1.html>.
10. Формування стратегії виведення існуючого товару на новий ринок. [Електронний ресурс] / А.А. Чугунов, К.Ю. Зайцева // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2011. – № 1 (1). – С. 42-46. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2011/n1.html>.
11. Підходи до оцінки ринкової активності підприємств реального сектора економіки [Електронний ресурс] / К.В. Багацька // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 1 (11). – С. 50-56. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>.
12. Стратегічні імперативи розвитку агропродовольчого ринку України [Електронний ресурс] / І.О. Крюкова, О.В. Назаренко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 4 (14). – С. 20-26. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n4.html>.