

*Н. В. Хлістунова,  
аспірант, старший викладач кафедри менеджменту сфери послуг,  
Київський національний університет технологій та дизайну*

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ НА ПРИКЛАДІ РИНКУ АВТОСЕРВІСУ УКРАЇНИ

*У статті розглядаються питання функціонування вітчизняних підприємств сфери побутового обслуговування населення України в умовах ринкового середовища. Проаналізовано основні економічні показники діяльності підприємств сфери побутового обслуговування населення на прикладі ринку автосервісу України. З'ясовано проблеми роботи зазначеного сектору економіки та рекомендовано шляхи їх вирішення.*

*Functioning of domestic service enterprises under market conditions in Ukraine is considered. The main economic indexes of service enterprises' activity (after the example of car service market in Ukraine) are analyzed. The problems of the above sphere of economy are revealed and the recommendations to solve them are given.*

*Ключові слова: сфера побутового обслуговування населення, побутові послуги, ринок автосервісу.*

### ВСТУП

Роль і значення побутових послуг активно зростає, змінюється їх позиція на світовому ринку, у тому числі і на вітчизняному. На ринку України присутні всі тенденції того, що в найближчі роки "сервісна революція" вибухне й у нас. Тому актуальним є вивчення особливостей розвитку ринку сфери побутового обслуговування населення України, формування принципів і задач із регулювання процесу розвитку побутового обслуговування населення.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Теоретичною та методологічною основою досліджень є роботи вітчизняних авторів, що присвячені питанням розвитку підприємств сфери послуг: З.С. Варналія [1], О.Б. Моргулець [3], Я. В. Лісун [2], І.С. Гращенко [2], А.П. Хмелевської [1] та ін. В основу дослід-

ження покладено загальнонаукові методи пізнання: зіставлення, систематизація, узагальнення.

### РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

У сфері побутового обслуговування населення України постійно збільшується кількість суб'єктів господарювання, і наразі становить понад 30 тисяч. У них задіяні приблизно 300 тисяч працівників [4]. Підприємства нарощують обсяги надання побутових послуг, розширюють їх асортимент тощо. Однак, поряд з позитивними змінами на ринку побутових послуг в Україні, існує багато невирішених проблем минулого, що стримують його розвиток і не дають наблизитися до рівня розвитку побутового обслуговування розвинених країн світу.

Як свідчать статистичні дані (рис. 1), за період з 2005 по 2011 рр. побутові послуги зросли майже у 2 рази і на 1 січня 2012 року становили 1398 млн грн., тоді як у 2005 р. обсяг реалізації побутових послуг населенню становив 708,1 млн грн.

Доцільно зазначити, що структура реалізації побутових послуг населенню за останні роки, що досліджувались, істотно не змінювалась (рис. 2).

Найбільшу питому вагу сьогодні займають послуги з надання індивідуальних послуг — 50,59%. Це послуги ательє, послуги, пов'язані з допомогою ведення домогосподарства, з особистого догляду людини за тілом, ритуальні послуги. На 1 січня 2012 р. 35,07% займають послуги з технічного обслуговування та ремонту автомобілів. Найменшим попитом користуються послуги з ремонту та технічного обслуговування офісної та електронно-обчислювальної техніки — 0,61%.

Дослідження показало (рис. 3), що найбільшу питому вагу (17,58%) за обсягом реалізації побутових послуг у 2011 р. займала Київська область. У Донецькій області ринок побутових послуг становить 10,43. Найменший обсяг реалізації побуто-

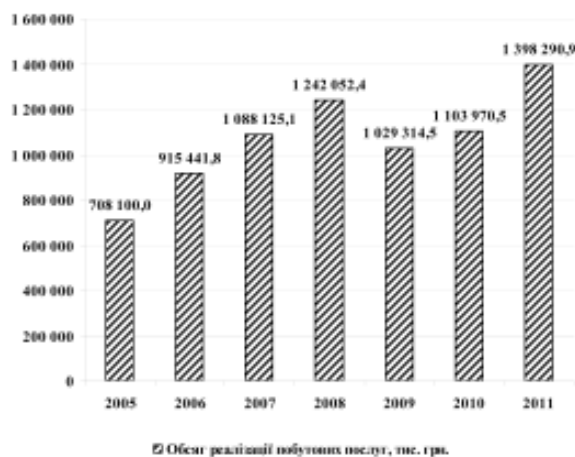


Рис. 1. Динаміка обсягу реалізації побутових послуг України за 2005—2011 рр. [6]

вих послуг у 2011 р. становив у Волинській області — 2,4%.

Враховуючи те, що для аналізу були обрані підприємства, які надають послуги з ремонту та обслуговування автомобілів, проведемо дослідження саме ринку автосервісу в Україні.

Основні показники розвитку ринку автосервісу нерозривно пов'язані з тенденціями, які прослідковуються в автомобільній галузі України. Так, проведемо дослідження обсягу ринку та його структури. Отже, український автомобільний ринок представлений трьома категоріями: легкові автомобілі (89,7%), вантажівки (7,1%) та автобуси (3,2%) (рис. 4).

Протягом 2008—2009 рр. спостерігалось суттєве скорочення обсягів ринку: продажі автомобілів знижувалися у зв'язку з падінням платоспроможного попиту, обмеженням доступу до кредитних ресурсів та спадом виробництва. Незважаючи на низький товарообіг та проблеми з ліквідністю, перед якими постали українські автодилери, багато великих компаній змогли утримати своє положення на ринку та трохи наростити обсяги продажів у 2010 р. У 2010 р. український ринок легкових автомобілів почав оживати, розширившись на 0,2% у порівнянні з минулим роком (до 162,6 тис. машин).

Протягом 2011 р. внутрішні продажі легкових автомобілів збільшилися на 22,6% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Основними причинами для цього стали: зростання платоспроможного попиту, відновлення кредитування, зниження кредитних ставок і низький рівень автомобільного парку. У 2012 р. прогнозується, що обсяг українського автомобільного ринку становитиме 210—215 тис. машин.

У вересні 2011 р. найбільші обсяги продажів були продемонстровані ВАЗ (2884 машин, що на 7,6% більше ніж за вересень 2010 р.), Hyundai (2244 машини, +53,1% до вересня 2010 р.), Renault (1173 машини, +49,8% до вересня 2010 р.), Chevrolet (1170 машин, +57,9% до вересня 2010 р.), Toyota (977 машин, +16,7% до вересня 2010 р.), KIA (915 машин, +103,3% до вересня 2010 р.), Volkswagen (805 машин, +83,8% до вересня 2010 р.) та Nissan (798 машин, +30,8% до вересня 2010 р.).

Після значного скорочення на 84% в 2009 р., у 2010 р. імпорт легкових автомобілів почав відновлюватися, розширившись на 74% (до 106,7 тис. штук). Протягом 2011 р. Україна імпортувала 131,5 тис. машин на загальну суму 16,4 млрд грн. Основними імпортерами автомобілів в Україну є Японія (20,8%), Німеччина (18,9%), Південна Корея (11,1%), Росія (9,9%), Велика Британія (7,3%) та США (5,4%). Нещодавно Верховна рада прийняла в першому читанні законопроект № 8452-д про внесення змін до закону України "Про митний тариф". Якщо законопроект буде прийнято, у 2012 р. імпортне мито на автокаравани та нові автомобілі з об'ємом двигуна більше ніж 3000 см<sup>3</sup> буде знижено з 7% до 6%. Для інших машин імпортне мито залишиться тим самим (10%).

Протягом 2008—2009 рр. український експорт легкових автомобілів скоротився на 75%. Завдяки поживленню ринку та відновленню платоспроможного попиту в 2010 р., український експорт легкових автомобілів розширився на 81% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (до 32,7 тис. штук). Протягом 2011 р. український експорт ав-

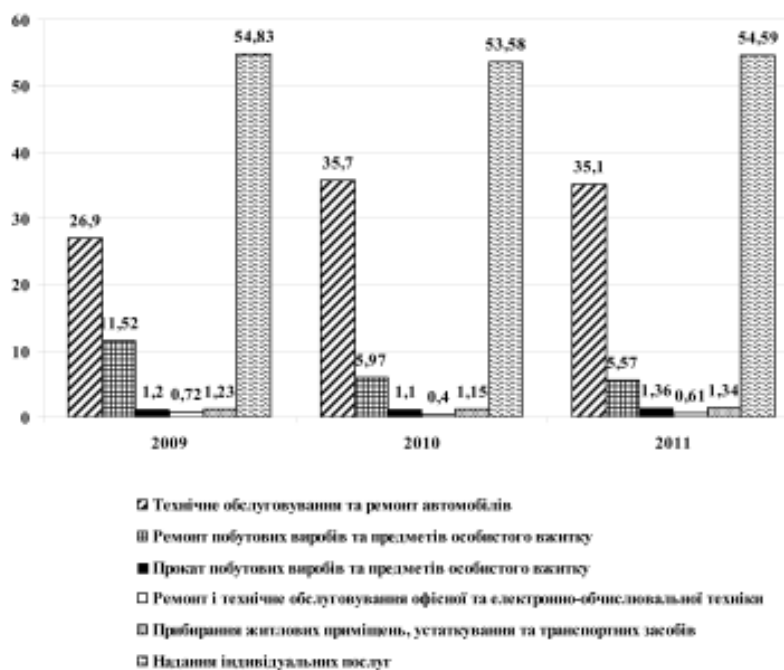


Рис. 2. Структура обсягу реалізації побутових послуг в Україні у 2011 р., % [6]

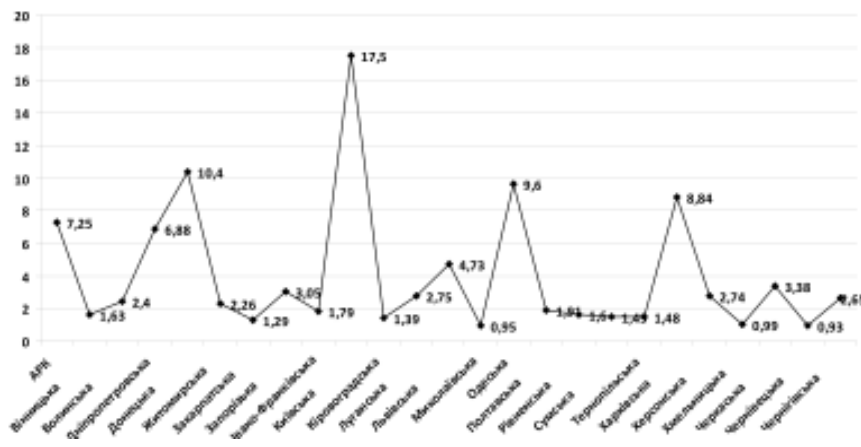


Рис. 3. Структура побутових послуг у 2011 рр. за областями України [6]

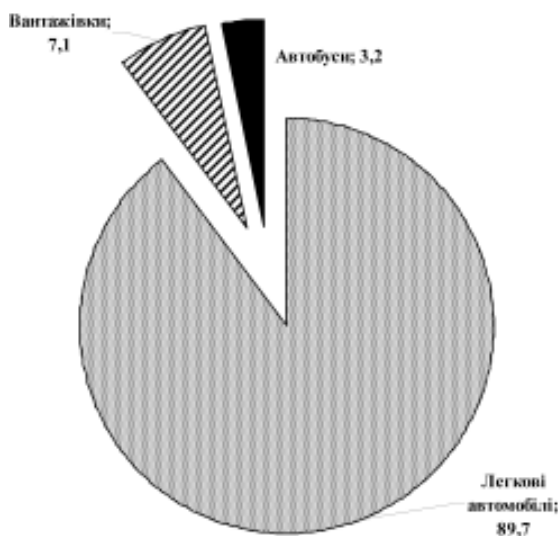


Рис. 4. Структура автомобільного ринку України, % [6]

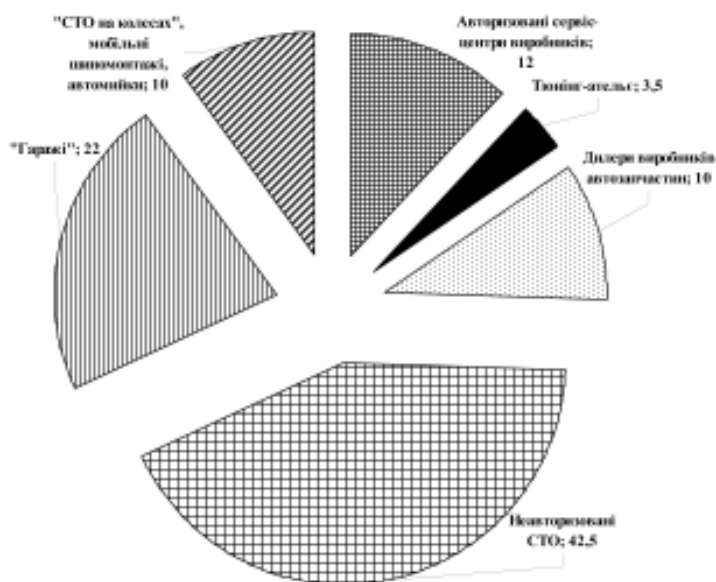


Рис. 5. Структура ринку автосервісу України за підвидами, % [6]

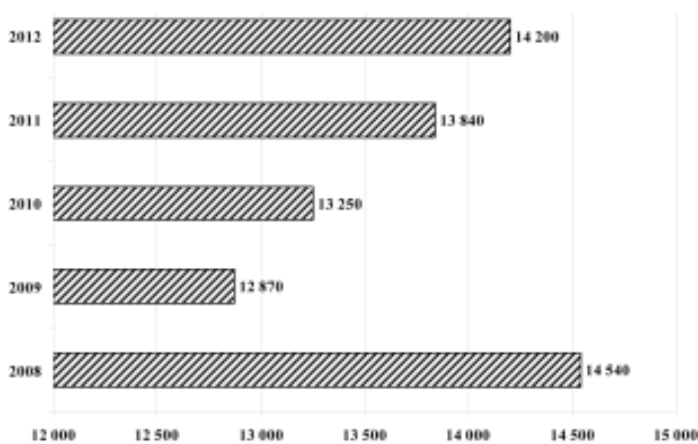


Рис. 6. Динаміка кількості технічних станцій обслуговування автомобілів в Україні протягом 2008–2012 рр. [6]

томобілів становив 32,1 тис. штук (на загальну суму 1,8 млрд грн.). Основним ринком збуту для України виступає Росія, доля якої складає близько 96,2% загального експорту.

Експерти прогнозують, що український авторынок буде розширюватись протягом наступних років, оскільки він має високий потенціал: кількість автомобілів на 1000 людей все ще достатньо невисока (182 машин на

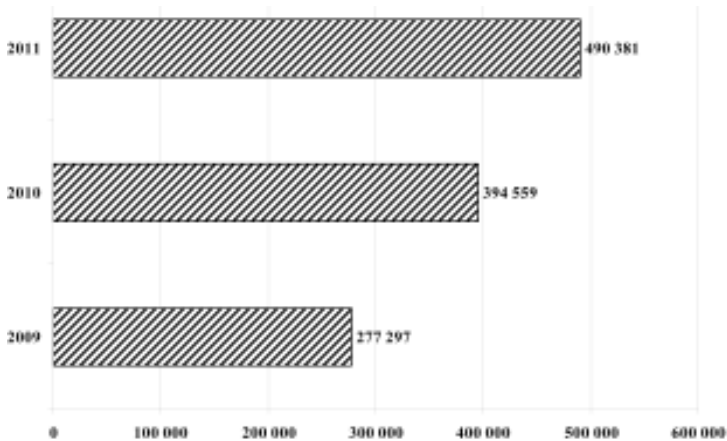


Рис. 7. Динаміка обсягів ринку автосервісу в Україні протягом 2009–2011 рр., тис. грн. [6]

1000 осіб) у порівнянні з Росією (244 машин на 1000 осіб), Чехією (429 машин на 1000 осіб) та Польщею (462 машин на 1000 осіб).

У 2012 р. прогнозується, що внутрішні продажі легкових автомобілів зростуть на 20% (до 250 тис. штук) в основному завдяки розвитку інфраструктури до Євро-2012. Експерти прогнозують, що в 2012 р. українські автодилери продовжуватимуть слідувати стратегії експансії (відкриття нових салонів та модернізації наявних), що збільшить інвестиційну привабливість цієї галузі.

Отже, враховуючи особливості розвитку автомобільної галузі України, слід відзначити, що на ринку автосервісу відбувались схожі коливання. У зв'язку із зниженням попиту на нові автомобілі протягом 2008–2009 рр. внаслідок фінансово-економічної кризи, зазнали певного скорочення і обсяги діяльності СТО. Далі розглянемо особливості розвитку, структуру та інші показники ринку автомобільного сервісу в Україні.

Ринок автосервісу України умовно можна розділити між декількома підвидами СТО (рис. 5):

- авторизовані сервіс-центри автовиробників;
- тюнінг-ательє;
- дилери виробників автозапчастин;
- неавторизовані СТО;
- "гаражі";
- "СТО на колесах", мобільні шиномонтажі, автомийки.

У гаражах ремонтується переважна більшість автомобілів старше 7–8 років; клієнти великих незалежних СТО — власники автомобілів у віці 3–5 років; техстанції дилерів в основному обслуговують машини, в яких не закінчився термін гарантії.

Фірмові станції працюють, як правило, з продукцією визначеного або декількох виробників. Будуються вони або самими виробниками, як правило, неподалік від центрів продажів авто певних марок, або, перебуваючи в руках іншого власника, працюють з дистриб'юторами (дилерами) за контрактом. Така СТО повинна мати відповідний сертифікат від виробника, що підтверджує належний рівень обслуговування на станції, а також найголовніше — використання станцією оригінальних деталей виробника.

До кризи дилерські та фірмові СТО обслуговували тільки власні бренди, причому до 90% обсягу робіт цих техстанцій займав плановий ТО нових авто на гарантії.

Наявність постійно зростаючого обсягу замовлень, ніяк не пов'язаного з рівнем цін або сервісу (як правило, лєвова частка покупців не ризикують відмовитися від гарантії, головна умова якої — обслуговування на СТО продавця), зумовило відлік клієнтів після закінчення терміну гарантії.

Але якщо до кризи їх постійно змінювали нові клієнти, то після обвалу продажів приблизно на 75% приплив автовласників майже вичерпався. У підсумку, в 2009-м і в першій половині 2010-го більшість фірмових станцій позбулися 30–40% клієнтів.

Падіння попиту на послуги фірмових СТО було пов'язане також з низькою платоспроможністю і зростанням цін на запчастини. Деталі для імпортих автомобілів подорожчали разом з курсом долара. Також деякі автоцентри вимушені піднімати плату за послуги, адже багато з них були побудовані за позикові кошти в іноземній валюті.

Власники СТО зреагували на падіння попиту зниженням цін на послуги (на 30–50% в доларовому еквіваленті) і підвищенням якості робіт. Для залучення й утримання клієнтів були запущені численні програми лояльності, дисконтні картки зі знижкою на товари та послуги в розмірі 7–15%.

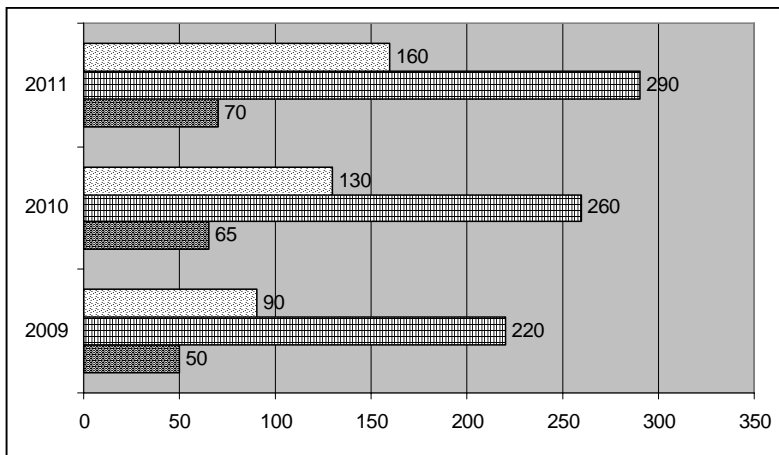


Рис. 8. Динаміка вартості обслуговування автомобілів у залежності від виду СТО протягом 2009—2011 рр. [6]

Неавторизовані СТО мають мінімум два пости і здатні виконувати роботи середньої і високої складності. Приблизно 70% таких СТО беруться за будь-який ремонт, решта спеціалізуються на чомусь одному (шиномонтаж, електрика, кузовні роботи або ремонт двигуна). Склад і методи роботи незалежних техстанцій настільки ж різномірні, як і ціни: там, де ремонт у перерахунку на нормо-годину обійдеться в 80 гривень, клієнт навряд чи може розраховувати на гарантію або високий рівень сервісу.

Типова гаражна майстерня, як правило, власний бізнес майстра. Практично всі гаражні СТО спеціалізовані: рихтування та / або фарбування, кузовні роботи, ремонт двигуна, ходової, електрики і так далі. У середньому у такій майстерні є масив з декількох сотень постійних клієнтів, які в сумі витрачають на ремонт \$ 5—10 тис. на місяць.

Прибуток самого майстра становить лише \$ 1—3 тисячі — решта припадає на запчастини та субпідрядні роботи. Незважаючи на брак обладнання (значна кількість таких майстерень працює навіть без підйомника), господарі гаражних СТО намагаються працювати якісно.

За великим рахунком співвідношення "ціна — якість" для гаражних майстерень і незалежних СТО приблизно однаково. У першому випадку нестача обладнання і обмежений перелік послуг компенсуються невисокими розцінками, у другому — сучасне обладнання і комплексний підхід до ремонту врівноважується ненав'язливим сервісом.

За оцінками аналітиків Роберт Бош Лтд, станом на початок 2012 року в Україні налічується 1—1,2 тисячі дилерських СТО, більше 3 тисяч незалежних станцій та порядку 10000 гаражів. 14000 техстанцій недостатньо для обслуговування майже 8 мільйонів легкових і близько 4 мільйонів комерційних автомобілів (рис. 6).

На рис. 7 подамо динаміку обсягів ринку автосервісу в Україні протягом 2009—2011 рр.

Аналізуючи дані рис. 7, слід відзначити, що протягом аналізованого періоду обсяги ринку автосервісу в Україні мали тенденцію до зростання, що було пов'язано із доданням наслідків світової фінансово-економічної кризи, підвищенням платоспроможного попиту та зростанням обсягів продаж на автомобільному ринку.

Важливо відзначити, що протягом 2007—2008 рр. на обслуговування автомобілів українці витрачали в чотири-п'ять разів менше, ніж на їх придбання. Але через падіння продаж 2009—2010 рр. обороти ринків автосервісу і автопродаж стали рівні. Автосервіси протягом зазначених років активно розвивали свої сервісні підрозділи, оскільки їх внесок в сукупному доході збільшився до 30—50%.

Незважаючи на зростання конкуренції, розкид цін на СТО залишився досить помітним. У перерахунку на

нормо-годину ремонт у гаражній майстерні може обійтися в 50—70 гривень, у незалежній СТО — від 80 до 160 гривень, у дилерській — 200—300 гривень (рис. 8).

Майбутнє ринку автосервісу і запчастин буде залежати від того, як швидко світ оговтається від наслідків фінансової кризи. Найвищі шанси вижити будуть у компанії з досвідченим керівництвом, яке вже має досвід подібних ситуацій.

Фінансова криза в лічені тижні вирішила багаторічну проблему дефіциту СТО в Києві. Якщо ще зовсім недавно потрапити до майстра можна було лише за попереднім записом, то зараз станції техобслуговування порожні. Додатковим ударом для автолюбителів, що змушує їх відтягувати з ремонтом, стало підвищення розцінок як на запчастини, так і на сервісні роботи. Оскільки левову частку ринку займають імпортні комплектуючі, то курс долара визначив підвищення їх вартості щонайменше на 20—30%.

### ВИСНОВКИ

Таким чином, узагальнюючи особливості розвитку ринку автомобільного сервісу в Україні, можна зробити наступні висновки:

- істотно зменшився ринок послуг дилерських СТО;
- при цьому, основні ремонти проводяться на неавторизованих СТО;
- здійснюються ремонти до 2000 доларів США, необхідні ремонти понад цієї суми, як правило, відкладаються;
- проводяться ремонти, необхідні виключно для роботи автомобіля;
- у 2005—2006 рр. на автомобільному ринку України спостерігався автобум. Сьогодні це автомобілі з терміном експлуатації 3—4 роки, які вже мають потребу в послугах СТО;
- для успішного розвитку бізнесу — необхідно вибирати розкручений бренд, що має постійних клієнтів;
- зменшився ринок послуг з ремонту і сервісу автомобілів аналогічно ринку продажу нових автомобілів в Україні;
- найвигідніший сегмент для виходу на ринок — середній ціновий сегмент, надання повного спектру послуг з ремонту, наявність рекламної підтримки і системи знижок;
- незважаючи на кризу, СТО як об'єкт ведення бізнесу продовжує залишатися досить рентабельним і привабливим.

### Література:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво у сфері побутового обслуговування населення: навч. посібник / З.С. Варналій, А.П. Хмелевська, М.О. Хмелевський. — К.: Знання України, 2004. — 259 с.
2. Гращенко І.С. Аналіз стану та перспектив розвитку вітчизняних підприємств сфери побутового обслуговування населення / І.С. Гращенко, Я.В. Лісун // Київський національний університет технологій та дизайну. Вісник КНУТД. — 2010. — Том 5, № 5. — С. 38—43.
3. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2012. — 384 с.
4. Дрозд Н.В. Розвиток ринку фінансового капіталу в умовах глобалізації / Н.В. Дрозд // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць. — К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2009. — Вип. 19. — С. 191—197.
5. Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua> — Офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг в Україні.
6. Електронний ресурс. — Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) — Офіційний сайт Державної служби статистики.

Стаття надійшла до редакції 21.09.2012 р.