

УДК 338.46(477)

**ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ  
НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ****Моргулець О. Б., Стріжко К. В.**

Київський національний університет технологій та дизайну

*Робота присвячується дослідженню історії розвитку та аналізу побутового обслуговування, як галузі економіки. Виокремлено етапи розвитку побутового обслуговування на території України від IX ст. до сьогодення.*

**Ключові слова:** послуги, побутове обслуговування, історія, розвиток

Надання побутових послуг, або побутове обслуговування населення, має справу із задоволенням запитів людей, пов'язаних з їх побутом, тобто областю соціального життя, покликаної задовольнити різного роду сімейно-побутові потреби людини. Дана 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.

Аспекти історії розвитку галузі побутового обслуговування висвітлені у працях таких учених, як С.Г. Струмилін, М. Персіц, Г.К. Захарая, Ж.А. Романович, В.В. Зубчанінов, Є.Н. Жильцов, З.Г. Зайнашева та багато інших. Однак це праці російських вчених. У вітчизняній же науково-економічній літературі питання історії розвитку побутового обслуговування в Україні, виокремлення етапів його становлення є практично не висвітленими, що й обумовило актуальність дослідження.

***Постановка завдання***

Метою даної роботи є дослідження історії розвитку побутового обслуговування населення України.

***Об'єкти та методи досліджень***

Об'єктом дослідження є галузь побутового обслуговування України. Під час проведення дослідження використовувалися методи аналізу, синтезу, логічного узагальнення.

***Результати досліджень та їх обговорення***

Виходячи із сутності підприємництва можна з достовірністю стверджувати, що зачатки побутового обслуговування населення в нашій країні з'явилися ще за часів Київської Русі у IX-XII ст., коли досить великі масштаби розвитку отримало ремесло.

За даними найвизначнішого історика давньоруського ремесла Б.А. Рибаківа, у великих містах домонгольської Русі існували 42 ремісничі професії. Ремесло ж – це виробництво предметів на замовлення, тобто фактично різновид побутового обслуговування населення, так як побутові послуги зазвичай виконуються за індивідуальними замовленнями. Розвиток ремесла призвів до його відділення від сільського господарства і утворення особливої категорії населення – ремісників, що виготовляють (з свого або чужого матеріалу) предмети, як правило, на замовлення певних осіб за грошову і натуральну винагороду. За замовленням купців, заводчиків, поміщиків, чиновників вони виробляли дивовижні за красою вироби: одяг, меблі, предмети розкоші і релігійних обрядів. На замовлення простого народу найчастіше ремонтували взуття, одяг, замки, сковорідки та інші предмети домашнього вжитку [1]. Все це свідчить про появу в Київській Русі нової форми підприємницької діяльності побутового обслуговування населення.

Одним з найбільш поширених видів побутового обслуговування в феодальний період були послуги лазень. Ченці Києво-Печерської лаври, під впливом візантійської культури, перші в X ст. почали влаштовувати їх при монастирях.

У XVI-XVII ст., як про це свідчить відомий історик народного господарства Лященко П.І. [13], в містах України, яка на той час знаходилася в складі Російської імперії, великою групою ремісників-підприємців були виробники предметів одягу і домашнього побуту: суконники, холщевники, чоботарі, кравці, кушніри, сарафанники, шубники, кафтанники, капелюшники, панчішники, сковородники, замочники та ін.

У роки, що безпосередньо передували скасування кріпосного права, виник і став розвиватися (на підприємницькій основі) такий прогресивний для того часу вид побутового обслуговування, як фотографія. Цей вид діяльності з'явився в Україні влітку 1839 р. у Львові завдяки медикові та професору Львівського університету Я. Глойзнеру, який зробив перші знімки з балкона власного будинку. На початку 40-х рр. XIX ст. перші фотографії з'явилися в Києві та Одесі, в 1851 р. в Харкові. Відбувалося становлення вітчизняної фотографії, створення мережі професійних фото установ. Окрім звичайної побутової зйомки портрету або пейзажу, зароджується жанр документальної та наукової фотографії. З'явилася вітчизняна фото література [14].

Після реформи – відміни кріпосного права – у 1861 р. швидко розвивалися буржуазні та виробничі відносини зі збереженням істотних пережитків феодалізму. Перехід до капіталізму не міг не вплинути і на характер галузі побутового

обслуговування в країні. Кількість побутових послуг збільшувалася, а їх головними споживачами стали буржуазія і поміщики. З'явилися, наприклад, численні модні перукарні, побудовані за зразком найкращих паризьких і берлінських салонів. І тут спостерігалось засилля іноземних підприємців, які ввозили свої капітали з метою отримання високих прибутків.

У пореформений період посилилося значення послуг лазень. Якщо представників панівних кланів обслуговували першокласні лазневі підприємства, то для трудящих створювалися так звані «торгові бані», що споруджуються з метою максимізації прибутків та відрізнялися, як правило, примітивністю техніки і технологічних процесів. Поряд з приватними лазнями функціонували і громадські, які перебували у власності муніципалітетів.

Подальший розвиток у другій половині XIX ст. отримала фотографія. Набула актуальність фотоосвіта – ще у 1863 р. одеський майстер Й. Мигурський почав викладати теорію та практику мистецтва, намагався створити фотоінститут, але одержав відмову від губернатора міста. У 1867 р. в Києві відбулася перша фотовиставка, а в Харкові за дорученням міської думи було порушено питання про створення фотовідділу при місцевому музеї. Крім простих знімків з'являються і листівки. У 1895 р. друкарня книговидавця С. Кульженко випустила види Києва. Згодом з'явилися листівки з видами інших міст, зокрема, Одеси, Полтави, Чернівців та ін. У 1895-1897 рр. було відкрито фотокурси у великих містах України: Києві, Львові та Одесі. Наприкінці XIX ст. завдяки розвитку фотомеханічних процесів друку з'явилися перші фотографії в газетах. Українські фотомайстри працювали у різних жанрах: пейзаж, портрет, натюрморт, жанрова фотографія, фотомонтаж, фотоколаж, фотосесії [14].

На рубежі XIX-XX ст. в Україні відбулася зміна капіталізму вільної конкуренції монополістичним капіталізмом. Для цієї вищої стадії капіталістичного способу виробництва характерне панування монополій в економіці. Частина надприбутків, отримуваних монополістичними об'єднаннями, стала витрачатися на задоволення різного роду побутових потреб власників картелів і синдикатів [1]. На початку XX ст. зріс попит на побутові послуги з боку сільських капіталістів (фермерів), які значно зміцнили свої позиції в результаті проведення столипінської аграрної реформи. В ході розвитку суспільного виробництва, виникла низка нових побутових потреб, а це свідчить про досить великий розмах підприємницької діяльності в сфері побутових послуг в Україні на початку XX ст. У період монополістичного капіталізму в побутовому обслуговуванні

країни ще більш посилилася роль іноземного капіталу. Особливо це було помітно в побутових промислах Києва, Одеси та інших великих міст України.

Як і в інших галузях і сферах економіки України, головною фігурою у підприємницькій діяльності в побутовому обслуговуванні населення був підприємець, який використовував найману робочу силу. Наймані робітники побутових підприємств і майстерень в свою чергу боролися за поліпшення своїх умов праці та життя. Вони повставали на захист своїх професійних інтересів. Початок дев'ятисотих років характеризується утворенням в найбільш великих містах України (Одесі, Києві та ін.) професійних спілок серед деяких категорій працівників побутового обслуговування. Так, ще в 1900 р. в Києві виник нелегальний союз перукарів. Цей союз, після легалізації в 1905 р., брав активну участь у профспілковому житті країни і боротьбі за поліпшення економічного становища працівників перукарень. У 1909 р. він припинив своє існування. У 1906-1908 рр. в Києві існував професійний союз робітників пралень і лазень і т.д. [1].

Відразу після Жовтневої революції починає відбуватися націоналізація підприємств і установ цілого ряду галузей сфери послуг: в 1918 році першими націоналізувалися приватні залізниці. Націоналізація торкнулася також найбільш великих об'єктів побутового обслуговування, які знаходилися в приватній власності, де використовувалася наймана робоча сила – лазні, пральні, швацькі ательє, фото ательє й інші підприємства побутового обслуговування, які належали головним чином іноземним капіталістам [1].

У квітні 1919 р. приймається постанова про сприяння кустарної промисловості, у відповідності з якою заборонялася конфіскація, муніципалізація і націоналізація дрібних кустарних і ремісничих підприємств. Кустарні підприємства були зобов'язані виконувати всі замовлення державних органів і здавати їм продукцію, вироблену з сировини, наданої державними органами або за їх замовленням. Кустарям, які працювали без застосування найманої праці, надавалося право продавати свої вироби на місцевих ринках. Підприємства, які використовували найману працю, продавати свої вироби на вільний ринок заборонялося [12].

Розвитку системи побутового обслуговування населення в СРСР передувала тривала дискусія з приводу ролі і місця послуг у структурі соціалістичного виробництва. Велика група радянських учених у 20-30-х роках ХХ століття висунула так звану розширювальну концепцію продуктивної праці при соціалізмі, зміст якої полягав у

визнанні продуктивною працею всіх видів діяльності, спрямованих на задоволення розумних особистих і суспільних потреб в соціалістичному суспільстві [13].

Але в 20-і роки розроблялася також і альтернативна концепція продуктивної праці при соціалізмі, згідно з якою продуктивною, що створює нову вартість визнавалася тільки праця, витрачена у сфері матеріального виробництва. Ця концепція отримала назву обмежувальної і завоювала всі «командні пости», була офіційно прийнята плановими і статистичними органами як основа для побудови системи макроекономічних показників. Працю, пов'язану з наданням послуг, оголошували непродуктивною, і стверджувалося, що «доходи від послуг носять вторинний характер, будучи подальшою стадією розподілу» [13]. Крім того, послуги підприємств окремих галузей сфери обслуговування оплачувалися населенням за цінами, встановленим на рівні нижче їх собівартості. В СРСР приблизно 25% всіх платних послуг, що надавалися населенню, реалізовувалися за цінами нижче собівартості [2].

Становлення мереж побутових підприємств відбулось у 50-80-ті рр. ХХ ст. Це вже само по собі було позитивним явищем. У 1950-х роках сфера послуг перебувала у зародковому стані – мережа побутових майстерень і служб лише формувалась і не могла задовольнити потреб населення. Організації, які проектували селища, не розробляли типових проектів пралень, майстерень, перукарень тощо. Часто їх розміщували або на перших поверхах житлових будинків, або у підвальних, барачних та інших непридатних приміщеннях. Крім того, виникали проблеми із укомплектуванням штату робітників різних побутових служб, забезпечення їх матеріалами. Тому терміни виконання робіт, як і їх якість, викликали справедливі нарікання з боку населення [3].

Відповідно до прийнятої класифікації послуги поділялись на промислові та непромислові. До промислових послуг належав випуск готових виробів - індивідуальний пошив одягу та взуття, ремонт годинників, взуття, виготовлення та ремонт меблів, хімічна чистка одягу тощо. До непромислових – послуги перукарень, фотографії, ремонт квартир, бюро послуг та інше. Перелік послуг, які надавали побутові служби у 1950-ті роки, обмежувався ремонтом взуття та годинників, шиттям одягу, а також роботою перукарень. Кількість таких необхідних підприємств, як лазень та пралень, була нечисленною. Багато нарікань з боку населення викликала нестача перукарень у містах [3].

Позитивні зміни у сфері побутового обслуговування впродовж 1960-х років відбувались повільно. Рівень побутового обслуговування в Україні в середині 1960-х роках був одним з найнижчих у СРСР. Про це, зокрема, свідчить показник, як частка населення, зайнятого у сфері послуг у великих містах було від 13,7 до 17,3 % населення, у середніх-працювало 14-15 % городян. А от частка населення, зайнятого в сфері обслуговування, в малих містах була мінімальною. Кількість підприємств побутового обслуговування в містах була недостатньою і не могла задовольнити потреби населення у повному обсязі. Побутові установи обслуговували не лише міських жителів, а й населення навколишніх сіл [4].

У СРСР та в Україні, зокрема, для організації керівництва та поліпшення побутового обслуговування населення (з 1965 р.) були утворені спеціальні міністерства побутового обслуговування. Також існували самостійні управління країн і областей, їх діяльність проходила під контролем Рад депутатів трудящих. В той час найбільш поширеними видами послуг стали: пошиття та ремонт одягу та взуття, ремонт телевізійної апаратури, послуги перукарень, фотографій, лазень, пралень, в'язання виробів та ін.

На рубежі 1960-1970-х рр. завдяки високим темпам росту нових видів послуг, в якості самостійних стали фігурувати послуги з ремонту, прокату та виготовленню меблів, ремонту і технічного обслуговування. Була зроблена спроба поширити зарубіжний досвід обслуговування населення через прокатні пункти. Але не завжди вдавалось налагодити їх нормальну роботу. Городяни скаржились на відсутність у прокаті в достатній кількості товарів. Отже, попит населення на побутові послуги не задовольнявся ані кількісно, ані якісно [5].

Основними організаційними осередками служб побуту в містах у 70-их р. були комбінати побутового обслуговування населення. Вони об'єднували низку ательє, майстерень, а також мали філіали у сільській місцевості. Більшість побутових підприємств надавали традиційні види послуг: індивідуальний пошив одягу, послуги пралень, перукарень, фотографія. Водночас не отримували належного розвитку послуги, пов'язані з організацією занять з фізичної культури та спорту, туристсько-екскурсійною справою.

Створена спеціальна мережу навчальних закладів з підготовки висококваліфікованих кадрів для підприємств побутового обслуговування: робітників, техніків, інженерів та економістів різних спеціальностей. Існували вищі навчальні

заклади з підготовки інженерів та економістів для системи побутового обслуговування (Хмельницький технологічний інститут побутового обслуговування, Київський технологічний інститут легкої промисловості), мережа дослідних і проектно-технологічних інститутів, що розробляли питання поліпшення побутового обслуговування населення УРСР.

У 70-80 рр. XX ст. служба побуту в Україні стає важливою галуззю народного господарства. У містах створюються будинки побуту, комбінати, фірми побутових послуг. Але в цілому у торговельному і побутовому обслуговуванні населення республіки починають наростати негативні тенденції-підвищуються державні роздрібні ціни на окремі види товарів народного споживання. Справжнім лихом стає товарний дефіцит. Поступово з продажу зникає одна категорія товару за іншою. Усе це викликало уповільнення темпів зростання реальних доходів населення, які в 1975-1985 рр. стали на 10% нижчими, ніж у попереднє десятиліття [6].

У Радянському Союзі в середині 80-х рр.. XX ст. у сфері обслуговування склалася парадоксальна ситуація. При високій потребі населення в сервісних послугах попит на послуги знизився. Падіння попиту було викликано підвищенням вартості послуг, негативним досвідом споживання послуг населенням країни. Одночасно з цим виконавці послуг розуміли, що не мають можливості повністю задовольнити вимоги споживачів, і неохоче йшли на контакт. Таке становище пояснювалося, перш за все, нестачею матеріалів, недосконалістю рівня технічного обслуговування на підприємствах сфери обслуговування й іншими об'єктивними причинами. Виконавцям послуг стало очевидно, що необхідно підвищення якості робіт та культури обслуговування [7].

У 1987 р. набрав чинності закон про кооперативну діяльність. В містах почали виникати кооперативи. Вони були першими підприємствами, які запропонували споживачам послуги більш високої якості. Передбачалось, що вони сприятимуть задоволенню потреб населення у товарах широкого споживання та послуг. З них почалася перебудова системи побутового обслуговування. Як показували дослідження минулих років, кооперативи працювали швидше і ефективніше державних підприємств. Терміни обслуговування були фактором конкурентоспроможності кооперативів. Споживачі економили свій час, а значить, і гроші, не займаючись «самообслуговуванням» і не чекаючи своєї черги виконання замовлення на підприємстві. Інша соціально-значуща функція кооперативів полягала в розширенні

асортименту послуг, більш повне задоволення попиту відповідно до індивідуальних запитів населення. В результаті задовольнялися потреби в побутовому обслуговуванні (соціальна функція) і збільшувався фонд особистого споживання, участі у створенні сукупного суспільного продукту, часткового оздоровлення ринку (економічна функція). Найбільшого поширення в містах набули кооперативи, які надавали такі види побутових послуг: ритуальні, ремонт радіо- та телеапаратури, індивідуальний пошив одягу тощо. В основному вони діяли у сфері громадського харчування, видовищ, організації екскурсій. Часом надавали й інші послуги: реставрація пам'яток історії та культури, проектування та оформленням фасадів будинків. Втім, простежувалась чітка тенденція - найбільше кооперативів створювалось у громадському харчуванні чи організації дозвілля. Адже надати послуги у цих сферах було легше, ніж у будівництві житла за умов дефіциту матеріалів [8].

У той же час рівень розвитку побутового обслуговування істотно відставав від потреб населення. Навіть кооперативи, що розвивалися не могли задовольнити весь попит на послуги. Дані соціологічних досліджень по країні в кінці 80-х рр.. ХХ ст. показали, що попит на послуги побутового обслуговування задовольнявся в цілому всього на 30-40%. Соціологічні опитування свідчили про істотні проблеми сфери послуг. Так, на питання: «Чи користуєтеся Ви послугами служби побуту?» ствердно відповіли 96% респондентів. Якістю ремонту побутової техніки були незадоволені 47%, взуття – 65%, годинників – 60%, роботою хімчистки – 63%, косметологів (перукарні та інші салони) – 73%, фотоательє – 80% опитаних. Причини такого низького рівня культури і якості обслуговування було закладено в самій структурі кооперативів. Крім дійсних недоліків і внутрішніх проблем, розвиток кооперативного руху гальмувалося існуючим стереотипом настороженості та недовіри до кооперативам, як з боку споживачів, так і керівників міністерств, відомств та управлінь [9].

На початку 90-х рр. ХХ ст. сильно впав попит на деякі побутові послуги, що надаються 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 використанні товарів, які забезпечують виконання процесів прання і прасування білизни, копіювання і розмноження документів та ін. Зникнення товарного дефіциту знизило необхідність у послугах з ремонту та індивідуального пошиття одягу.



Після визнання незалежності в Україні актуальним стало питання появи приватної та змішаної форми власності. З'являються індивідуальні та кооперативні підприємства, здатні в своєму потенціалі стати рівноправними партнерами державних підприємств та збільшити ефективність суспільного виробництва. Були спроби перейти на державний рахунок, впроваджувалися договірні форми, боролися за право виходу на оренду, що дало б можливість працювати на принципах самоуправління – розкріпаченості та підприємництва. Логічним продовженням монополізації були спроби створити акціонерні товариства (АТ) [12].

Розвитку підприємництва і новим починанням заважала адміністративно-бюрократична система. Як і за радянських часів на новостворених підприємствах на першому місці був план, а не замовник, кількість, а не якість, незадоволення, а не стимул. Однак перші кроки на шляху до розвитку підприємництва в Україні все ж були зроблені – закони «Про власність», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво». 16 травня 1994 року – оприлюднена постанова Кабінету Міністрів України № 313 «Про затвердження правил побутового обслуговування для населення» [12].

У розвитку ринку платних послуг населенню за останні двадцять років можна виділити два етапи. Перший етап (1992-1998 рр..) характеризується падінням обсягів реалізації платних послуг на ринку. Другий етап (з 1999 р. по теперішній час) вже демонструє позитивну динаміку розвитку ринку платних послуг населенню та свідчить про економічну адаптації підприємств побутового обслуговування населення до ринкових умов.

На початку 90-х років населення було змушене споживати в основному життєво необхідні послуги, серед яких послуги пасажирського транспорту, житлово-комунального господарства, окремі види побутових послуг, перш за все ритуальні, і т.д. Решта населення свої кошти витратило на інші послуги, розподіляючи їх по ступеню значущості (платні освітні послуги, платні медичні послуги тощо). Тому не дивно, що в цій шкалі пріоритетів побутові послуги займали не перші місця, і громадяни України виділяли на дані послуги обмежену кількість фінансових коштів.

Ринкові перетворення в нашій країні на початковому етапі несприятливо позначилися на розвитку сфери побутових послуг. Аж до економічної кризи 1998 р. обсяги платних побутових послуг у порівнянні з іншими галузями економіки падали найбільш швидкими темпами і мали найнижчі макроекономічні показники. Головними

причинами більш ніж триразового падіння обсягів споживаних послуг є різке зниження доходів населення на початку ринкових реформ, багаторазовий ріст цін на більшість видів послуг, що супроводжувався його випередженням над окремими видами споживчих товарів, скорочення мережі організацій сфери послуг за окремими видами.

В кінці XX – на початку XXI ст. 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.

Стан ринку побутових послуг в Україні є одним з важливих ланок у системі галузей платних послуг. Ця галузь забезпечує скорочення часу населення на задоволення побутових потреб в домашніх умовах, сприяючи збільшенню вільного часу громадян на цілі самоосвіти, відпочинку, задоволення культурних потреб і т.д.

З переходом на ринкові відносини стали активно розвиватися нові для української дійсності види діяльності – послуги в галузі аудиту, реклами, оцінки вартості майна, посередницькі послуги в операціях з нерухомістю, гральний бізнес, інформаційно-комп'ютерне обслуговування та ін. Основними виробниками цих послуг є приватний сектор [10].

В даний час у багатьох містах України відкрилися нові сучасні підприємства побутового обслуговування населення (ПОН). Підйому ринку ПОН сприяло поліпшення економічного стану України та підвищення рівня платоспроможності населення. З усіх галузей сфери послуг в побутовому обслуговуванні населення приватне індивідуальне підприємництво отримало найбільше поширення [11].

Наразі найгірше становище і галузі побутового обслуговування має ринок послуг пралень та хімчисток, ринок послуг ремонтних майстерень. У зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу, автоматизації повсякденного життя населення більшість потенційних клієнтів хімчисток і пралень не вважають за потрібне відносити забруднені речі на спеціалізоване підприємство, а надають перевагу домашнім засобам чищення. Що стосується ремонтних майстерень ситуація схожа. Оскільки виробники предметів домашнього вжитку підвищили гарантійний термін своєї продукції, споживачі у разі поломки керуються думкою про заміну даного обладнання на більш нове і сучасне; якщо говорити про одяг та взуття спостерігається така ж сама тенденція. Ринок салонів краси переживає не кращі часи, оскільки пропозиція величезна, а попит, на жаль, не такий який хотілося б бачити власникам даних закладів. Люди надають

перевагу звичайним перукарням, а не салонам, що вражають різноманітністю спектру своїх послуг. Однак, і на такі заклади знаходяться споживачі, але їх частка мінімальна. Фото-послуги переживають не кращий час. Пропозиція набагато перевищує попит. Майже у кожного жителя України є фотоапарат – цифровий чи дзеркальний – немає різниці. Тому населення часто задовольняє свої фотопотреби самостійно без залучення спеціалістів в даній галузі.

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 [12].

Нові економічні відносини в Україні сформували сприятливі умови для реформування економіки, забезпечили передумови для вдосконалення роботи побутових організацій і виникнення нових форм і методів обслуговування і видів послуг.

### ***Висновки***

Проведений вище короткий ретроспективний аналіз розвитку побутового обслуговування населення та аналіз його сучасного стану свідчить, що воно відіграло, відіграє і буде відігравати важливу роль у розвитку цієї важливої для людей сфери господарства.

Побутові послуги на сьогодні дуже важливі в економіці України, на них припадає чверть загального обсягу усіх можливих платних послуг. Підприємства галузі надають населенню понад 900 видів послуг. За видами робіт побутові послуги бувають такими: ремонт взуття; індивідуальне пошиття взуття, одягу та ін.; ремонт побутових машин і приладів; ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів; хімічне чищення та фарбування; послуги пралень; ремонт і будівництво житла; послуги фото- і кінолабораторій; послуги лазень і душів; послуги перукарень; послуги прокатних пунктів; перевезення вантажів для населення; ритуальні послуги тощо;

Оскільки дана сфера дуже важлива для добробуту всієї країни, державі необхідно створювати відповідні сприятливі умови для успішного розвитку побутового обслуговування, виділяти кошти на розвиток, а також усебічно підтримувати ініціативи безпосередньо працюючих в галузі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Воробьев Ю.Ф. Традиции и опыт российского предпринимательства: История и современность / Воробьев Ю.Ф – В.: ВолГУ, 1997. – С. 62-70.
2. Закаря Г.К. Управление бытовым обслуживанием населения: Административно-правовые проблемы. / Закаря Г.К. – М.: Юридлит., 1981. – 13 с.
3. Дмитриев В.И. Бытовое обслуживание: закономерность развития, спрос / Дмитриев В.И. – М.: Знание, 1975. – 63 с.
4. Бешейко Р.И. Особенности занятости населения в сфере обслуживания в городских поселениях Донбасса / Р.И. Бешейко // Градостроительство: респуб. межвед. научно-тех. сб. / [ ред. Л.И. Шитова]. - К.: «Будівельник», 1973.- 37-42 с.
5. Саржан А.О. Зміни в соціально-економічній сфері Донбасу. Друга половина 40-х – кінець 80-х років ХХ ст. / Саржан А.О. – Донецьк, 2004. – С.15-20.
6. Історія України: Новий довідник / Упоряд.: С. Крупчан, Т. Крупчан, О. Скопненко та ін. – К.: Казка, 2005. – 735, [1] с.
7. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. Под общ. ред. Ж.А. Романовича. – М.: ИТК Дашков и Кс, 2006. – 268 с.
8. Абуладзе В. Это не легкое начало / Абуладзе В. // Ворошиловградская правда. – 20 января. – 1988. – 3 с.
9. Введение в специальность: история сервиса: Учебное пособие / Д.А. Аманжолова, В.Э. Багдасарян, В.Н. Горлов. М.: Альфа-М: инфра-м, 2009. – С. 275-277.
10. Складено за даними Державної служби статистики України: Статистичний щорічник України за 2009 рік / Статистичний збірник: за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 535 с.
11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. В.А. Алексунина. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001– 516 с.

12. Дуденков И.Г. Бытовое обслуживание населения: опыт и резервы / Дуденков И.Г. – М.: Знание, 1984. – 63 с.
13. Попов В.Г., Ноженко Д.Ю. Развитие сферы бытового обслуживания населения в условиях реформирования местного самоуправления [Электронный ресурс] / Попов В.Г., Ноженко Д.Ю. // Журнал «Чиновник» – 2008. – №1 – 3 с. Режим доступа до журналу: <http://chinovnik.uapa.ru/modern/article.php?id=841>
14. Трачун А.И. . Золотой век украинской фотографии. [Электронный ресурс] / Трачун А.И. // Перше екскурсійне бюро. – 2010. – №2 – 2 с. Режим доступа: <http://primetour.ua/ru/company/articles/1.html>

***Моргулец О. Б., Стрижко К. В.***

***История развития бытового обслуживания населения Украины***

*Работа посвящается исследованию истории развития и анализа бытового обслуживания, как отрасли народного хозяйства. Выделены этапы развития бытового обслуживания на территории Украины от IX в. до современности.*

***Ключевые слова:*** услуги, бытовое обслуживание, история, развитие

***Morgulets O. B., Strizhko K. V.***

***History of the development of domestic services in Ukraine***

*The work is dedicated to the study of the history and analysis of domestic services, as a branch of the national economy. Stages of development of domestic services in the territory of Ukraine from the IX. to the present.*

***Keywords:*** services, domestic services, history, development