

УДК 321+334.722(477)

**В. М. Лисюк,**

*доктор економічних наук,*

**Н. Л. Шлафман,**

*доктор економічних наук,*

*Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,*

**Т. О. Журавльова,**

*кандидат економічних наук,*

*Одеський національний університет ім. І. І. Мечнікова*

## ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ

**Постановка проблеми.** В умовах кризового стану економіки продовжується тенденція скорочення чисельності працюючого населення. На 1 січня 2012 року в середньому по країні на одну вакансію претендували 8 осіб, що шукають роботу в центрах зайнятості. У багатьох регіонах ситуація ще напруженіша. Зокрема, у Черкаській обл. на одну вакансію претендували 140 чоловік, Хмельницькій – 51, Вінницькій – 47. При цьому майже за третиною вакансій роботодавці пропонували зарплату на рівні мінімальної.

Внаслідок такого низького рівня оплати праці, основна частина громадян після виходу на пенсію виявляється на грані бідності. Так, 74% пенсіонерів одержували в 2011 р. пенсію до 1200 грн., 11% – у розмірі прожиткового мінімуму, понад 145 тис. осіб – нижче прожиткового мінімуму. Усе більше громадян змушені звертатися за допомогою держави: за даними Державної служби статистики, у структурі доходів населення соціальна допомога та інші соціальні виплати складають майже 33%. Ще однією з найважливіших проблем залишається оплата праці працівників бюджетної сфери, де тарифна ставка (оклад) працівника першого тарифного розряду за Єдиною тарифною сіткою визначається (на початок 2012 р.), виходячи з 794 грн., що на 300 грн нижче встановленої мінімальної заробітної плати. Така ситуація призводить до суттєвого зниження мотивації до праці в науці, освіті, охороні здоров'я та інших, важливих для збільшення соціально-економічного потенціалу країни, сферах діяльності. Крім того, це одна з головних причин виникнення корупції в бюджетних установах. Отже, бідність у сучасних умовах являє собою нездатність забезпечити людині споживання матеріальних і соціальних благ на рівні, достатньому для досягнення і підтримки її конкурентоздатності на ринку праці і для активної участі в житті соціуму. Саме бідність визначає обмеженість доступу значної частини населення нашої країни до

ресурсів розвитку: якісних послуг освіти й охорони здоров'я, можливості успішної соціалізації молоді тощо. Все це призводить до таких негативних наслідків, як: деактивізація економічної діяльності працездатного населення країни, його професійна деградація, а отже – стримування процесу формування середнього класу, як соціальної основи економічного розвитку, погіршення здоров'я, зниження якості освіти населення, зростання смертності. Таким чином, сформована в нашій країні модель бідності – це, насамперед, результат низького рівня доходів від зайнятості і, як наслідок, – через їх оподатковування – низького рівня соціальних трансфертів.

Реальним шляхом подолання існуючих тенденцій, особливо безробіття та бідності, є розвиток малого підприємництва, що є найбільш динамічним фактором економічного зростання. При цьому найбільш привабливою сферою економічної діяльності на сучасному етапі розвитку ринкових відносин з позиції залучення населення в підприємницьку діяльність і привабливості для початку бізнесу є ринок побутового обслуговування, один з найбільш об'ємних за потенціалом і попиту ринків у системі ринкових відносин. Відносно невисока фондоемність і матеріалоемність процесів у даній галузі дозволяють починати бізнес при малих обсягах початкового капіталу. Відповідно, дана сфера економіки є одним з найважливіших джерел мобілізації потенціалу національного зростання, підвищення якості і рівня життя, рівня зайнятості населення, при існуючій нерівномірності та диспропорції розподілу і розвитку виробничих сил по територіях регіонів. Наприклад, у США побутовим обслуговуванням населення займаються тисячі малих компаній, сімейних підприємств і фірм середнього розміру. Більше 2 млн громадян Америки працюють саме в сфері побутових послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями проблем розвитку вітчизняного малого підприємництва займається багато дослідників, серед

яких необхідно відзначити О. Барановського, А. Бутенка, З. Варналія, Л. Воротіну, І. Жилиєва, А. Кісельова, В. Корнєєва, В. Ляшенка та ін. Разом з тим, у вітчизняній літературі проблеми становлення малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення залишаються недостатньо розв'язаними. Тому **метою статті** є обґрунтування основних напрямків державної підтримки розвитку підприємницької діяльності в галузі побутового обслуговування населення.

**Матеріали та результати дослідження.** Під побутовими послугами населення у пункті 291.7 ст. 291 Податкового кодексу України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI із змінами та доповненнями глави 1 „Спрощена система оподаткування, обліку та звітності”, розуміються 40 видів послуг. Ці побутові послуги населенню можуть надавати фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 150000 гривень та фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб і обсяг їх доходу не перевищує 1000000 гривень.

В часи СРСР розвиток сфери побутових послуг був одним з основних показників росту народного господарства і стабільного збільшення добробуту населення. Ще в 1965 році керівництво країни організувало спеціальне міністерство побутового обслуговування населення, а також самостійні управління побутового сервісу. У 1970 році побутові сервіси СРСР надавали відповідно до затверджених переліків і прейскурантів більш ніж 450 видів побутових послуг на суму понад 4 млрд карбованців. На початку 1980-х років у сфері побуту було зареєстровано більше 300 тис. підприємств і приймальних пунктів, на яких працювали більш ніж 1,7 млн громадян [1].

Разом з тим, у побутовому обслуговуванні спостерігаються глибокі проблеми й диспропорції розвитку, які особливо яскраво проявляються в коливаннях обсягу споживання побутових послуг і забезпеченості населення об'єктами побутового обслуговування. Особливо такі проблеми помітні при аналізі рівня рентабельності операційної діяльності підприємств України за видами економічної діяльності: стабільно найнижчий рівень рентабельності (біля -14%) належить саме сектору побутових послуг – у 2009 р. – -13,7%, у 2010 р. – -14,8%, у 2011 р. – -13,8% (табл. 1). Тоді як невеликий від'ємний рівень рентабельності у 2011 р. мали тільки підприємства з операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям (-0,7%) і готелі та ресторани (-0,1%). Причому, якщо розглядати фінансові результати

підприємств за їх розміром, збитковість збиткових підприємств значно перевищує прибутковість прибуткових, незалежно від розміру (табл. 2).

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств сектора побутових послуг у 2011 р. склав 17752,5 млн грн (або 2,219 млн дол. США – за курсом 8 грн за 1 дол. США), з них „надання індивідуальних послуг” – 711,1 млн грн (88,9 млн дол. США), тоді як в УРСР у 1986 р. існувало 63143 підприємств побутового обслуговування, які надавали послуги на суму майже 8 млрд карбованців (або 5,36 млрд дол. США по курсу 1986 р. – 0,67 дол. за 1 крб), в т.ч. тільки в Одеській області – на суму 444 млн крб (або 297,48 млн дол. США) [2].

Особливо актуальним розвиток сфери побутових послуг стає у кризові часи, коли більшість населення не може дозволити собі купити нові побутові прилади, одяг, взуття тощо. Незважаючи на це, частка побутових послуг у загальному обсязі послуг, що надаються населенню, в Одеській області (як і в цілому в Україні) складає всього 0,1%. Нерівномірність попиту на побутові послуги серед населення з різним рівнем доходу призвела в окремих випадках до зменшення частки послуг, вироблених за доступними для мало-забезпечених шарів населення цінами, і надання послуг у секторі неформальної економіки. У більшому ступені це характерно для сфери послуг перукарень, автосервісу, послуг з пошиття і ремонту швейних виробів.

У даний час спостерігаються наступні тенденції в розвитку сфери побутового обслуговування населення:

1) поступове зменшення попиту на ряд традиційних соціально-побутових послуг (зокрема, фотопослуги), що витісняються зростаючою технологічною оснащеністю домашніх господарств;

2) розширення сегмента послуг, орієнтованих на високоприбуткові групи населення і заснованих на прагненні до покращення якості життя, мобільності і раціонального використання вільного часу (індустрія краси, автосервіс, клінінгові послуги, послуги з догляду за дітьми, хворими тощо). Розвиток даного сегмента послуг характерний, насамперед, для великих міст.

У своєму розвитку підприємства і підприємці сфери побутового обслуговування населення стикаються із серйозними труднощами і проблемами:

– недосконалість відповідної законодавчої і нормативної бази і механізмів регулювання взаємин між виконавцями, споживачами послуг і органами місцевого самоврядування;

– недостатність власних оборотних коштів;

– нестача кваліфікованих кадрів;

Таблиця 1

## Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності у 2009 – 2011 рр. (млн грн)

	Результат від операційної діяльності			Витрати операційної діяльності			Рівень рентабельності (збитковості), %		
	2011	2010	2009	2011	2010	2009	2011	2010	2009
<b>Усього</b>	<b>186600,8</b>	<b>100799,5</b>	<b>66978,3</b>	<b>3164788,0</b>	<b>2494106,9</b>	<b>2000862,1</b>	<b>5,9</b>	<b>4,0</b>	<b>3,3</b>
у тому числі сільське господарство, мисливство, лісове господарство	30484,1	22260,8	12225,7	129266,5	95783,3	83055,3	23,6	23,2	14,7
промисловість	82145,1	49005,5	18666,7	1743149,3	1372711,9	1037759,5	4,7	3,6	1,8
будівництво	1080,7	-1107,1	-802,3	131473,6	92603,8	84892,7	0,8	-1,2	-0,9
торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	45962,4	24853,3	10803,7	306773,6	254414,4	237646,3	15,0	9,8	4,5
торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт	3155,1	2358,7	-467,7	20459,5	18652,3	19405,9	15,4	12,6	-2,4
оптова торгівля посередництвом в оптовій торгівлі	38888,4	20299,6	10232,6	242101,4	197856,5	186656,8	16,1	10,3	5,5
роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	3918,9	2195,0	1038,8	44212,7	37905,6	31583,6	8,9	5,8	3,3
діяльність готелів та ресторанів	-10,7	-229,6	-352,6	15340,4	12680,9	10546,6	-0,1	-1,8	-3,3
діяльність транспорту та зв'язку	19865,2	14912,6	15929,7	264236,3	207103,4	186469,3	7,5	7,2	8,5
фінансова діяльність	12548,4	5174,4	1609,0	199574,6	160646,8	107672,9	6,3	3,2	1,5
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	-2281,5	-11297,8	11501,1	338860,3	268053,1	223946,6	-0,7	-4,2	5,1
освіта	138,0	104,0	90,0	1609,1	1549,5	1499,2	8,6	6,7	6,0
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	211,4	269,3	178,1	7962,2	6819,8	5766,3	2,7	3,9	3,1
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	-3520,4	-3119,4	-2853,2	25590,1	21045,1	20855,4	-13,8	-14,8	-13,7

**Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності  
з розподілом на великі, середні та малі підприємства у 2011 році**

(млн грн)

	Фінансовий результат до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	-3350,3	58,1	801,2	41,9	4151,5
по великих підприємствах	-1292,5	15,4	172,6	84,6	1465,1
по середніх підприємствах	-1349,1	48,4	376,6	51,6	1725,7
по малих підприємствах	-708,7	58,8	252,0	41,2	960,7

– труднощі одержання кредитів, нерозвиненість ринку лізингових послуг;

– складності одержання приміщень, висока орендна плата;

– соціальна незахищеність працівників;

– низький рівень платоспроможності основної маси населення.

Таким чином, можна прийти до висновку, що подальший розвиток ринку побутових послуг в Україні на основі дії тільки ринкових механізмів регулювання утруднений, і поглиблення проблем у даній сфері надалі неминуче. Неможливість ефективного розвитку побутових послуг тільки на основі саморегулювання ринку можна пояснити наступними причинами. По-перше, комерційні структури орієнтовані, в першу чергу, на одержання максимального прибутку від надання послуг населенню, і малорентабельні послуги малозабезпеченим громадянам не входять у коло їх пріоритетів. По-друге, механізми ринкової економіки найчастіше нестабільні й піддані зовнішнім впливам, які можуть виражатися в зміні рівня доходів населення, збільшенні або зменшенні попиту на побутові послуги, активізації інфляційних процесів та інших економічних проблем. Саме тому на сучасному етапі актуальною є постановка та вирішення завдань розвитку сфери побутових послуг на основі застосування сучасних методів і механізмів її регулювання, що спрямовано на підвищення темпів економічного росту та створення сприятливих умов проживання населення.

При цьому варто особливо підкреслити важливість створення інституціональних умов для узгодження економічних інтересів для розвитку малого підприємництва, що сьогодні є основним джерелом доходів для значної кількості населення, що вивільняється внаслідок скорочення робочих місць у діючих виробництвах, виступає основною організаційно-виробничою формою становлення сфери соціально-побутового обслуговування населення.

Інтенсивному розвитку ринку побутових послуг у цілому і використанню резервів росту за окремими видами послуг слугує створення органами державної влади й органами місцевого самоврядування сприятливих організаційно-економічних умов для функціонування організацій служби побуту, сприяння насиченню ринку різноманітними видами побутових послуг, формування конкурентного середовища, відновлення виробничого потенціалу організацій, підвищення професіоналізму виконавців, якості, культури і безпеки обслуговування. Ця мета вимагає розробки Державної та регіональних Програм розвитку побутового обслуговування населення (можливо, в межах Програм підтримки малого і середнього підприємництва). Пріоритетними для розвитку мають стати технологічні послуги, надання яких вимагає наявності сучасного устаткування і висококваліфікованого персоналу, а також послуги, що мають високу соціальну значущість. До першого типу відносяться послуги з ремонту і технічного обслуговування автомобілів, побутової радіоелектронної апарату-

ри, побутових машин і приладів, хімічного чищення і пралень. До другого – ритуальні послуги, послуги перукарень, лазень (яких, до речі, вже практично не залишилось, зокрема, в Одесі немає жодної лазні, хоча ще залишилось багато будинків без зручностей).

Однією з головних проблем у розвитку побутового обслуговування населення сьогодні є відсутність економічної привабливості ведення підприємницької діяльності у цій сфері. Низька платіжна спроможність основної маси населення призводить до того, що послуги фірмових сервісних центрів практично не мають попиту. Крім того, основна частина населення не в змозі дозволити собі придбання побутової техніки у фірмових магазинах і здійснює такі покупки на ринках, де наявна, в основному, контрафактна продукція. Так, існуюча структура витрат населення країни може свідчити про вкрай низький рівень доходів та споживання, оскільки більше половини бюджету середнього домогосподарства витрачається на харчування, а частка витрат на послуги трохи перевищує 10% [3, с. 201]. Більш-менш значимі витрати на послуги (у абсолютному виразі), в тому числі у фірмових сервісних центрах, здійснюють лише високодохідні домогосподарства, але частка таких витрат майже не відрізняється від середнього по всіх домогосподарствах значення – представники 10-ї децильної групи витрачають на послуги 15,4% свого бюджету проти 12,9% в середньому по країні [3, с. 201].

Кількість підприємців на ринку побутових послуг росте низькими темпами, громадяни, що надають нелегально побутові послуги, не квапляться реєструвати свою комерційну діяльність офіційно. Крім того, обмеженість коштів місцевих бюджетів не дозволяє органам місцевого самоврядування ефективно брати участь у соціальних реформах і задоволенні основних життєвих потреб населення, що мешкає на їх території.

Тому, для вирішення головної мети – підвищення рівня доступності населення до послуг ринку побутового обслуговування, насичення його соціально значущими видами побутових послуг, а, відповідно, підвищення якості життя населення – необхідно вирішити низку задач, а саме:

- формування середньострокових правових, економічних і організаційних механізмів розвитку ринку побутових послуг;

- розвиток і удосконалення нормативно-правової бази, що регулює процеси в сфері побутового обслуговування населення;

- створення економічних і організаційних умов для забезпечення доступності соціально значущих побутових послуг;

- підвищення рівня і якості побутового обслуговування населення;

- розвиток малого і середнього підприємництва у сфері побутового обслуговування населення і розвиток конкурентного середовища;

- забезпечення ринку побутового обслуговування населення кваліфікованими кадрами, досягнення якісного і кількісного складу кваліфікованих кадрів, що відповідає потребам організацій побутового обслуговування населення.

Подальший розвиток ринку побутового обслуговування населення має проводитися на наступних принципах:

- системності організаційних рішень;

- жорсткого розмежування предметів ведення питань з побутового обслуговування між органами державної влади й органами місцевого самоврядування;

- державно-приватного партнерства, у тому числі створення муніципальних будинків побутових послуг у всіх регіонах.

Спираючись на перераховані принципи розвитку, ринок побутового обслуговування має забезпечити розмаїтість структурно-функціональних параметрів об'єктів і завжди бути орієнтованим на потреби населення, з урахуванням соціально-економічного розвитку регіонів. Розмаїтість форм побутового обслуговування має задовольняти потреби усіх прошарків населення і може бути забезпечена лише в умовах функціонування як великих, так і середніх, і малих підприємств служб побуту, а також індивідуальних підприємців.

Загальний зміст державного регулювання має спиратися на розуміння того, що на будь-якому рівні системи повинні виконуватися передбачені законодавством дозвільні, контрольно-заборонні, аналітичні, інформаційні, координуючі функції, а також функції щодо підтримки підприємництва, сприяння впровадженню прогресивних науково-технічних розробок. Реалізація таких заходів повинна забезпечити:

1. Підвищення якості життєвого рівня населення.

2. Збереження і розвиток існуючої мережі підприємств служби побуту відповідно до нормативних вимог забезпеченості побутовими послугами.

3. Підвищення доступності, якості і безпеки побутових послуг, наданих населенню.

4. Збереження і створення нових робочих місць на підприємствах побутового обслуговування населення.

5. Збільшення видів наданих побутових послуг населенню.

4. Механізми регулювання і підтримки сфери побутового обслуговування в містах і сільських поселеннях на різних рівнях державного і місцевого самоврядування.

Роль державного управління в розвитку діяльності ринку послуг, насамперед, полягає в тому, щоб створити відповідний правовий і економічний клімат для розвитку соціально значущих видів побутових послуг шляхом застосування певних механізмів управління.

Побутові послуги, як частину показника рівня життя населення, можна віднести до основних видів споживання. Таким чином, соціально значимі побутові послуги, надані населенню в умовах функціонування регіонального споживчого ринку, – це, насамперед, послуги першої необхідності, найбільш повно і постійно затребувані населенням, призначені для задоволення основних фізіологічних і соціально-культурних потреб людини, що повинні бути доступні всім шарам населення. Кожна соціально значуща послуга має своє індивідуальне значення, оскільки не всі послуги можна відтворити при самообслуговуванні. У зв'язку з цим необхідно прийняти наступний перелік соціально значущих побутових послуг:

1. Ремонт і пошиття шкіряного, хутряного взуття.
2. Ремонт і пошиття швейних, хутряних і шкіряних виробів і головних уборів.
3. Ремонт і технічне обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів.
4. Технічне обслуговування і ремонт транспортних засобів, машин і устаткування.
5. Будівельні послуги.
6. Послуги хімчисток.
7. Послуги бань і душових.
8. Послуги перукарень.
9. Послуги прокату.
10. Ритуальні послуги.

Запропонована структура управління розвитком ринку побутових послуг включає законодавчі, економічні, організаційні механізми регулювання і підтримки:

1) **Законодавчі механізми.** В області законодавчого регулювання в зв'язку з відсутністю законодавчо-нормативного акта прямого призначення щодо встановлення правового поля для сфери побутового обслуговування (крім Правил побутового обслуговування населення, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 16 травня 1994 р. № 313), необхідні розробка і прийняття Закону України „Про розвиток і державну підтримку побутового обслуговування населення”, а також Закону України „Про ремісництво”. Прийняття закону створить єдину правову базу для підприємств служби побуту, чітко розмежує й уточнить повноваження і сферу відповідальності між органами влади і підприємствами побутового об-

слуговування. У законі необхідно зафіксувати правові основи, що визначають розвиток сфери побутових послуг, питання регулювання і підтримки господарюючих суб'єктів органами державної влади, повноваження органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування в сфері побутового обслуговування населення, перелік соціально значущих побутових послуг.

2) **Економічні механізми.** Економічне регулювання вимагає розробки економічної структури і механізмів фінансово-кредитного і податкового регулювання, що забезпечить доступність соціально значущих видів побутових послуг населенню. З метою визначення нормативу обсягу соціально значущих побутових послуг і ступеня задоволення населення необхідно передбачити розробку методики розрахунку забезпеченості населення соціально значущими побутовими послугами.

Кредитно-фінансова і податкова політика мають передбачати державну підтримку щодо зміцнення матеріально-технічної бази підприємств, виділення субсидій на розвиток соціально значущих послуг, компенсування частини витрат виробникам послуг, відшкодування частини витрат на сплату відсотків по кредитах, отриманих на розвиток побутового обслуговування населення. При виділенні субсидій і компенсації частини витрат суб'єктів малого і середнього підприємництва необхідно передбачати диференціювання відсотків пайової участі суб'єктів малого і середнього підприємництва.

3) **Організаційні механізми.** В області організаційного регулювання і підтримки механізми покликані забезпечити здійснення заходів щодо підвищення професійного рівня фахівців сфери побутового обслуговування, удосконалення статистичної звітності, тощо. Для цього необхідно передбачити розробку заходів у рамках регіональних Програм розвитку побутового обслуговування та створити відповідний фонд сприяння розвитку соціально значущих побутових послуг, в який можуть вносити кошти як органи місцевого самокрядування, так і підприємці та установи. Проблема забезпечення виробничою площею об'єктів служби побуту можна вирішити орендою або викупом невикористовуваних основних засобів. Необхідно також відновити систему підготовки та перепідготовки кадрів, зайнятих у сфері побутових послуг і забезпечити системне підвищення їх професійного рівня.

**Висновки за дослідженням і перспективи подальшого розвитку у цьому напрямку.** Аналізуючи нинішнє положення підприємств ринку побутових послуг можна констатувати наступне: вдосконалення державно-правового регулювання галузі є

необхідною умовою ефективного її розвитку, створення сприятливого підприємницького клімату і залучення інвестицій. Разом з тим, сучасний стан правової бази побутового обслуговування на державному рівні багато в чому не відповідає сформованим економічним умовам. Вимагають перегляду застарілі нормативні документи, що не враховують сучасного стану виробництва, устаткування, технологічних процесів, упровадження нових технологій, матеріалів, що створює серйозні перешкоди для діяльності підприємств і подальшого їх розвитку. Тому пріоритетними напрямками досліджень є створення методичних засад розробки політики державного стимулювання подальшого підвищення рівня якості обслуговування населення, нарощування обсягів побутових послуг, а також збереження наявних малих підприємств, забезпечення захисту прав споживачів щодо безпеки та якості наданих послуг, підвищення кваліфікації кадрів малих підприємств сфери побутового обслуговування.

#### Література

1. **Москва:** спрос на бытовые малые предприятия превышает предложение // [www.openmarket.ru](http://www.openmarket.ru)  
2. **Народне** господарство Української РСР у 1986 році: Ювілейний стат. щорічник Держкомстату УРСР. – К.: Техніка, 1987. – С. 289 – 291. 3. **Людський** розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки (колективна монографія) / [Лібанова Е. М., Макарова О. В., Курило І. О. та ін.]; за ред. Е. М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НАН України, 2012. – 320 с.

**Лисюк В. М., Шлафман Н. Л., Журавльова Т. О. Підтримка розвитку малого підприємництва на ринку побутових послуг**

У статті досліджено основні проблеми становлення та розвитку малого підприємництва на ринку побутового обслуговування населення. Запропоновано структуру управління розвитком ринку побутових послуг, яка включає законодавчі, економічні, організаційні механізми регулювання і підтримки.

*Ключові слова:* мале підприємництво, ринок, побутові послуги.

**Лысюк В. М., Шлафман Н. Л., Журавлева Т. А. Поддержка развития малого предпринимательства на рынке бытовых услуг**

В статье исследованы основные проблемы становления и развития малого предпринимательства на рынке бытового обслуживания населения. Предложена структура управления развитием рынка бытовых услуг, включающая законодательные, экономические, организационные механизмы регулирования и поддержки.

*Ключевые слова:* малое предпринимательство, рынок, бытовые услуги.

**Lisyuk V. M., Shlafman N. L., Zhuravleva T. A. Support for the Development of Small Business in the Market of Consumer Services**

In this paper the main problems of the formation and development of small business in the market of consumer services. The structure of the market development management of public services, including legal, economic, regulatory and organizational support.

*Key words:* small business, market, consumer services.

Стаття надійшла до редакції 17.11.2012

Прийнято до друку 20.12.2012