

## КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ НА РИНКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ

С.П. Кіріс

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро

Житлово-комунальне господарство – це найважливіша з галузей економіки України. Вона поєднує у собі комплекс послуг, спрямованих на задоволення першочергових життєвих потреб людини.

Ринок житлово-комунальних послуг – сукупність відносин, які виникають між постачальниками житлово-комунальних послуг та їх споживачами.

Більша частина ринку житлово-комунальних послуг належить природним монополіям. Це послуги з централізованого теплопостачання, водопостачання і водовідведення, електропостачання, газопостачання. Конкурентне середовище має місце лише у окремих сегментах ринку: вивезення твердих побутових відходів, прибирання приміщень та прибудинкової території, обслуговування ліфтів та внутрішньобудинкових мереж, утримання приміщень, будинків та споруд.

Розвиток ринку житлово-комунальних послуг стримується внаслідок того, що діяльність підприємницьких структур залишається економічно непривабливою через зарегульованість ринку, ускладненість або неможливість увійти на ринок тощо.

Вихід на ринок для нових учасників ускладнений. На ринок штучно не допускають невеликі приватні керівні компанії, які б могли стати рушіями конкуренції в частині надання комплексних послуг з обслуговування будинків і стати надійними партнерами ОСББ. На відміну від великих конкурентів вони гнучкіші та зацікавлені в кожному клієнті, яких мають не так багато.

Місцеві ради у багатьох випадках суто з популістських мотивів утримують тарифи на обслуговування багатоквартирних будинків на нижчому рівні.

У містах, де проведені конкурси на призначення управителя, умови для участі виписувалися спеціально для «своїх» компаній. Нові бізнеси просто не можуть працювати із споживачами у таких містах [1].

Переможцем визначається управляюча компанія – комунальне підприємство, правонаступник колишнього ЖЕКу, яке надає збиткові послуги ЖЕКівської якості за тарифами, затвердженими місцевим бюджетом та за кошти місцевого бюджету. Слід зазначити дуже низкий рівень ефективності надаваних послуг та собівартість з урахуванням усіх складових вище затвердженого тарифу.

Крім того, слід враховувати, що комунальні послуги можуть сплачуватись частково або отримуватись споживачами взагалі безкоштовно через систему пільг та субсидій.

Цьому сприяє ще й так звана «соціальна норма» – граничним тарифом на обслуговування багатоквартирних будинків, на який надається субсидія, є 2,54 грн. з 1 м<sup>2</sup>. Тому більша частина ОСББ за рішенням своїх загальних зборів вимушені встановлювати саме цей тариф на обслуговування. Це обмежує можливості ОСББ надавати послуги належної якості. На відміну від комунальних керуючих компаній, які фінансуються з місцевих бюджетів та не враховують на собівартість, ОСББ керуються лише своїм кошторисом, що складається на 99 процентів з внесків співвласників. Співвласники, у свою чергу, і хотіли би отримувати більший спектр послуг та кращої якості, але з іншого боку не бажають платити більше.

Крім того, комунальні керівні компанії та колишні ЖЕКи створюють штучні перешкоди новоствореним ОСББ – під різними приводами не видавати технічну документацію, не надавати доступ до інженерних комунікацій тощо.

Без активної сприятливої політики місцевих рад конкурентне середовище на ринку житлово-комунальних послуг України самостійно не зможе сформуватись до ринкового стану. Крім того, потрібні ще й законодавчі зміни цього ринку, його значна демонополізація.

### Перелік посилань:

1. Поліщук Н. Законопроект про комунальні послуги: споживачі на самоті з монополістами. *Економічна Правда [Електронний ресурс]* / Наталя Поліщук. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/2017/04/21/624083/>
2. Котлер Ф. *Маркетинг от А до Я: 80 концепцій, которые должен знать каждый менеджер* / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с
3. Котлер Ф. *Маркетинг Менеджмент* / Ф. Котлер. – 11-е изд. ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
4. Андреева В. М. – *Маркетинг і поведінка споживача на ринку комунальних послуг* [Електронний ресурс] / Андреева В. М., Кайлюк С. М., Шаповаленко Д. О. – Харків : ХНАМГ, 2007. – Режим доступу : <http://semestr.com.ua/book/429> *Маркетинг і поведінка споживача на ринку комунальних послуг*