

УДК 338.467

DOI: 10.18524/2413-9998/2021.3(49).252778

Є. В. Андрієвська,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом
Одеський національний економічний університет
вул. Преображенська, 8, м. Одеса, 65082, Україна
e-mail: e.andrievskaja2010@gmail.com

О. Г. Райлян,

викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом
Одеський національний економічний університет
вул. Преображенська, 8, м. Одеса 65082, Україна
e-mail: fidesoleg@gmail.com

Д. О. Перова,

студентка 5 курсу, групи 5М-2
кафедра економіки, права та управління бізнесом
Одеський національний економічний університет
вул. Преображенська, 8, м. Одеса, 65082, Україна
e-mail: jennifer.perova@gmail.com

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ РИНКУ КЛІНІНГОВОГО ОБЛАДНАННЯ: ЕКОНОМІЧНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ

Метою даного дослідження є аналіз основних тенденцій розвитку ринку клінінгового обладнання в Україні. Під час написання роботи використовувались різні методи дослідження, а саме: системно-аналітичний метод; методи аналізу динаміки – для виявлення тенденцій ринку клінінгового обладнання в Україні; таблицний та графічний методи – для наочного відображення інформації. Проведений аналіз ринку клінінгового обладнання України дозволив виявити основні тенденції, що сформувалися на ринку України протягом останніх років, і на основі цього зробити висновок щодо постійного розширення цього ринку та збільшення кількості пропонувананих послуг в сфері торгівлі клінінговим обладнанням. Результати

проведеного дослідження можуть бути використанні при обґрунтуванні збільшення кількості продавців обладнання для прибирання.

Ключові слова: клінінгове обладнання, ринок клінінгового обладнання, нормативно-правове регулювання, конкуренція.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день чистота є головним атрибутом будь-якого будинку, торгового приміщення чи офісу, особливо в контексті наслідків епідемії коронавірусу. У зв'язку з технічним прогресом та інноваціями прибирання, все більшим попитом, як серед населення, так і серед підприємців, користується спеціальна побутова техніка, яка дозволяє впоратися із задачами щодо наведення чистоти у приміщеннях набагато ефективніше та швидше. Відповідно до цього, важливо розглянути ринок клінінгового обладнання в Україні та окреслити тенденції його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне обґрунтування аналізу кон'юнктури ринку у галузі клінінгового обладнання висвітлені у літературі недостатньо і потребують більш поглибленого вивчення, що посилює актуальність обраної теми. Загальні теоретичні підходи до дослідження кон'юнктури розглядали такі вчені, як Л. В. Дейнеко, С. Г. Светуньков, С. І. Косенков, В. Г. Клінов, А. В. Старостіна, І. К. Беляєвський, Й. А. Шумпетер, Н. К. Малхотри, Г. А. Черчилль, що розробляли методичні аспекти дослідження кон'юнктури товарного ринку. Проблему прогнозування кон'юнктури ринку розглядають у своїх дослідженнях зарубіжні автори такі, як А. Вагнер, К. Жюгляр, У. Мітчелл, Й. Шумпетер, а також вітчизняні А. С. Фартушина, В. В. Кузяк, Я. Ю. Добуш, Т. П. Радіщук, С. А. Айвазян, В. Н. Афанасьєв, Д. Е. Бестенс та інші.

Постановка завдання. Завданням статті є аналіз основних тенденцій розвитку ринку клінінгового обладнання України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок комерційного клінінгу в Україні почав зароджуватися на рубежі 90-х – 2000-х років. На той момент дрібні підприємства надавали послуги в основному забезпеченій частині населення та офісам. Розвиток економіки та вихід на різні ринки товарів та послуг міжнародних гравців призвело до необхідності надання професійних послуг прибирання для великих об'єктів, таких як торговельні центри, супермаркети, промислові підприємства, об'єкти транспортної інфраструктури та інші. Це надало поштовх вітчизняній галузі професійного прибирання до розширення асортименту послуг, сфери діяльності, кількості штатних працівників та надання сучасного, якісного сервісу.

За кількісними показниками можна стверджувати, що в Україні ринок клінінгових послуг стало розвивається, збільшується попит на клінінгові послуги, а, отже, люди готові витратити гроші на якісне прибирання. Зокрема, починаючи з 2011 року обсяг ринку збільшився приблизно у 6,5 разів (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка наданих клінінгових послуг в Україні
за 2011-2019 рр., млн грн**

Рік	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Обсяг ринку	65	130	175	210	255	300	330	360	405
Темп росту %	-	200,0	134,6	120,0	121,4	117,6	110,0	109,1	112,5

Джерело: складено авторами на основі [2].

З іншого боку, як свідчать дані таблиці 1, темпи зростання ринку дещо уповільнилися. Якщо до 2014 року середньорічне

зростання коливалося в межах близько 30% (а у 2012/11 рр. обсяг ринку взагалі подвоївся), то за період 2014-16 рр. темп зростання галузі склав 17-21% (що частково можна пояснити падінням курсу гривні), а в 2017-19 рр. він вже взагалі був на рівні 9-12%. Наразі складно стверджувати чи то є тимчасові тенденції чи можна стверджувати про поступове насичення ринку.

Тому задля формування прогнозу щодо подальших змін обсягу ринку доцільно скористатися побудовою лінії тренду (рис. 1).

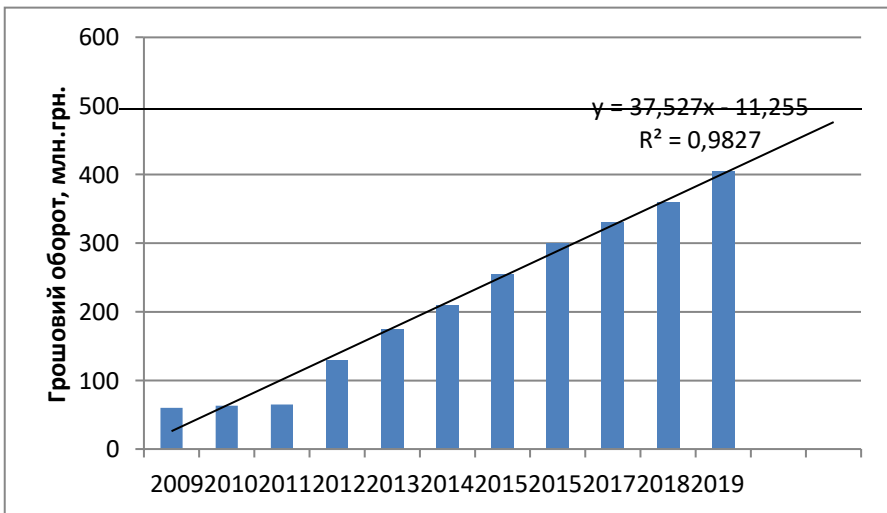


Рис. 1. Динаміка та прогноз щодо обсягу наданих клінінгових послуг

Джерело: складено авторами на основі [2].

Таким чином побудована лінія тренду свідчить про подальше збільшення обсягу наданих клінінгових послуг, причому вірогідність цього прогнозу надвисока, адже коефіцієнт апроксимації складає 0,98.

Кількісні та якісні зміни на ринку клінінгу призвели, у свою чергу, до посилення вимог до професійної клінінгової техніки. Якщо раніше спостерігалось чітке розмежування між технікою для особистих потреб і професійною технікою, то в останні роки все більша кількість людей бажає мати вдома агрегат для якісного прибирання. Паралельно із цим значну популярність здобули такі інноваційні продукти як роботи-пилососи, ручні миючі пилососи тощо.

Клінінгове устаткування можна поділити за сферами використання:

- комерційне прибиральне устаткування(прибирання офісів);
- індустриальне прибиральне устаткування (використовується для прибирання великих територій, виробничих складів, аеропортів, приміщень вокзалів, ринків, портів);
- централізоване прибиральне устаткування спеціального промислового використання (хімчистки, пральні, автомийки та ін.);
- стаціонарні апарати високого тиску; професійні парогенератори; професійні пароочисники.

У свою чергу прибиральна техніка поділяється на:

- мийні й підлогомиїні машини;
- килимомийні машини;
- підмітальні машини;
- професійні пилососи;
- полірувальне устаткування.

Класифікація прибирального устаткування за сферою застосування передбачає: прибиральне устаткування для роботи у приміщеннях; прибиральне устаткування для прибирання на вулиці.

Клієнтів магазинів професійної клінінгової техніки можна структурувати наступним чином. Насамперед, це фізичні та юридичні особи. При цьому і перші і останні можуть придбати клінінгову

техніку як для власного користування, так і для комерційної діяльності (рис. 2).

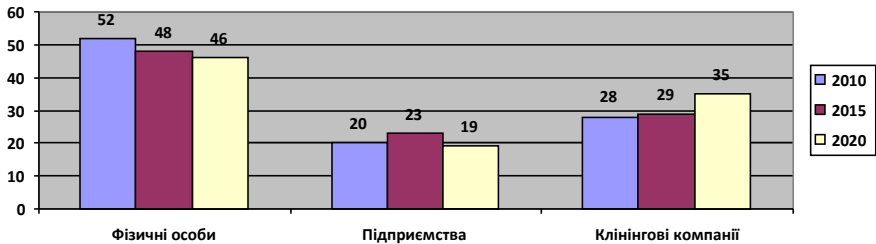


Рис. 2. Динаміка частки окремих покупців на ринку професійного обладнання для клінінгу, %

Джерело: складено авторами на основі [2].

Люди з розвитком технологій бажають прикладати менше своїх зусиль та заощадити свій час, переходять від ручної праці до машинної у всіх сферах. Прибирання – не виключення. Серед фізичних осіб, покупцями є люди, що турбуються не тільки про власний комфорт, а й о найманих домашніх працівниках, що виконують роботу по дому, за певну матеріальну винагороду, замість власників квартир чи будинків. Суспільство зрозуміло, що не можна економити на обладнанні та є потреба у його придбанні.

Потреба у подібному обладнанні може бути у підприємств різних сфер діяльності, але, насамперед, це: офіси, готелі, хостели, мотелі, ресторани, кафе, кав'ярні, торгові та бізнес-центри, окремі магазини, приватні дитячі садки, школи, розважальні дитячі центри, кінотеатри та театри, начальні центри, спортивні зали тощо. Окремою категорією фізичних та юридичних осіб можна виділити підприємства, для котрих професійне обладнання є необхідною основою для

надання клінінгових послуг на комерційній основі. При цьому деякі з них працюють офіційно, а інші – напівлегально.

У продовження проблематики розвитку ринку клінінгових послуг можна зазначити, що в Україні клінінгом та дезінфекцією займається понад 600 підприємств. Провідними на ринку є компанії «Скуклінінг», «Forline», «Cleanmaster» та інші. Деякі з них є локальними або регіональними, інші – функціонують на всій території країни. При цьому кількість штатних працівників у вказаних підприємствах коливається від 3-5 і до 100-150 працівників.

Паралельно існує значна кількість компаній, які офіційно не зареєстровані та функціонують через Інтернет-ресурси, такі як Instagram чи Facebook, тим самим не створюють суб'єкт підприємницької діяльності. З цього можна зробити висновок, що насправді підприємств, що задіяні в даній сфері, набагато більше.

Регіональна структура ринку обладнання для клінінгу показує, що 19% обсягу припадає на Київ, а близько 16% – на Одеську область (рис. 3).

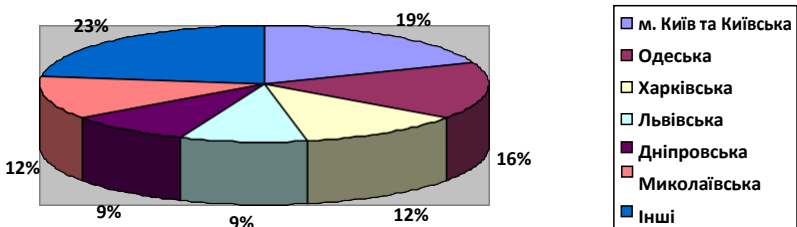


Рис. 3. Регіональна структура ринку послуг клінінгу

Джерело: складено авторами на основі [2].

В останні роки спостерігається чітка тенденція до регіональної експансії. Адже кожне місто з часом розростається, з'являється багато нових будинків, приміщень, власники та орендарі яких у майбутньому можуть стати потенційними клієнтами.

Серед брендів клінінгового обладнання найбільшу частку вітчизняного ринку займає німецька компанія Kärcher. Серед інших брендів доцільно відзначити «Lindhaus», «Annovi Reverberi», «Taski», «Biemmedue S.p.A.», «Hako» та інші (рис. 4).

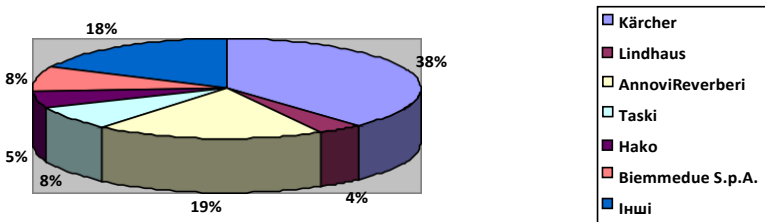


Рис. 4. Структура ринку обладнання для клінінгу за брендами

Джерело: складено авторами на основі [2].

Кількість і потужність роздрібних торговельних підприємств, які конкурують на ринку, в найбільшій мірі визначають рівень конкуренції, яка відбувається в середині галузі. Незважаючи на достатню специфічність професійного обладнання для клінінгу вказаний ринок є достатньо конкурентним і на ньому можна відокремити декілька типажів торговельних закладів.

Насамперед, це спеціалізовані монобрендові магазини, такі як мережа магазинів Karcher, Чистий світ, Filmor. Є деякі позиції клінінгового обладнання і в універсальних мультібрендових магазинах, наприклад Comfy, Цитрус, Алло, Foxtrot, Ельдорадо.

І поступово значна частка продажів техніки для клінінгу переміщується в Інтернет до маркетплейсів (Rozetka, Prom.ua, Bigl.ua) та класичних Інтернет-магазинів (Клін-Маркет, Ювента, Tehnik) (рис. 5). При цьому спостерігається стійка тенденція, згідно з якою фізичні особи покупають техніку в універсальних магазинах та мережі Інтернет.

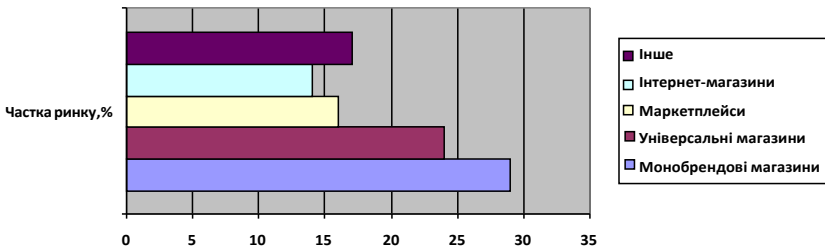


Рис. 5. Структура пропозиції на ринку клінінгового обладнання

Джерело: складено авторами на основі [2].

З урахуванням тенденції розвитку ринку обладнання для клінінгу, доцільно буде розглянути умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні в сфері торгівлі обладнанням для прибирання.

Діяльність у сфері роздрібної торгівлі побутовою технікою регулюється Господарським і Цивільним кодексами України, Законом України «Про захист прав споживачів». Основними принципами провадження діяльності у сфері торгівлі є:

- рівність прав суб'єктів торговельної діяльності;
- дотримання прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності;
- добросовісна конкуренція;

- недопущення незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у діяльність суб'єктів торговельної діяльності;
- дотримання встановлених законодавством вимог щодо правил та норм торговельного обслуговування покупців.

Основою для розуміння конкретних напрямів бізнесу є Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД). Основний принцип КВЕД полягає в об'єднанні підприємств, що виробляють подібні товари чи послуги або використовують подібні процеси для створення товарів чи послуг (тобто сировину, виробничий процес, методи чи технології), у групи. Так, згідно КВЕД-2010, підприємство, що працює у сфері торгівлі клінінговим обладнанням, може здійснювати наступну діяльність:

За розділом 47. Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами. Цей розділ включає перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів для особистого споживання або домашнього користування переважно населенню, який здійснюють магазини, торгові центри, кіоски, намети, компанії поштового замовлення (у т.ч. у мережі Інтернет), рознощики і вуличні торговці, споживчі кооперативи тощо.

Роздрібну торгівлю класифікують насамперед за типом місця торгівлі (роздрібну торгівлю в магазинах – у групах 47.1 – 47.7; роздрібну торгівлю поза магазинами – у групах 47.8 – 47.9). Роздрібна торгівля в магазинах включає роздрібну торгівлю уживаними товарами (клас 47.79). Роздрібна торгівля в магазинах у подальшому розподіляється на спеціалізовану (групи 47.2 – 47.7) та неспеціалізовану роздрібну торгівлю (група 47.1). Спеціалізовану роздрібну торгівлю новими товарами класифікують за асортиментом товару, який підлягає продажу. Торгівля поза магазинами деталізована за формами торгівлі, такими як роздрібна торгівля з лотків і на ринках (група 47.8) та

інші форми роздрібно́ї торгівлі, що їх здійснюють поза магазинами, зокрема, за поштовим замовленням або через мережу Інтернет, шляхом доставки “від порога до порога”, за допомогою торгових автоматів тощо (група 47.9) [4].

За групою 47.5. Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах. Ця група включає роздрібну торгівлю товарами господарського призначення, зокрема текстильними виробами, залізними виробами, килимами, електричними приладами або меблями тощо, у спеціалізованих магазинах. За кодом 47.54 Роздрібна торгівля побутовими електротоварами в спеціалізованих магазинах [4].

За групою 47.9. Роздрібна торгівля поза магазинами. Ця група включає роздрібну торгівлю за допомогою компаній поштового замовлення, мережі Інтернет, рознощиків, торгівлю з використанням торговельних автоматів тощо [4].

За класом 47.91. Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет. Цей клас включає роздрібну торгівлю за допомогою компаній поштового замовлення або мережі Інтернет, тобто діяльність із роздрібно́ї торгівлі, де покупець здійснює свій вибір, засновуючись на рекламних оголошеннях, каталогах, інформації веб-сайтів чи будь-якій іншій рекламній продукції, та здійснює замовлення поштою, телефоном або через мережу Інтернет (зазвичай за допомогою спеціальних засобів, розміщених на веб-сайті). Товар, який купується, може бути або безпосередньо завантажений з Інтернет-сайту, або доставлений покупцеві.

Цей клас включає:

- роздрібну торгівлю будь-якими товарами за допомогою компаній поштового замовлення;
- роздрібну торгівлю будь-якими товарами в мережі Інтернет.

Цей клас також включає:

- пряму торгівлю за допомогою телебачення, радіо та за телефоном;
- діяльність з роздрібної торгівлі Інтернет-аукціонів [4].

Основними організаційними питаннями при створенні магазину техніки для прибирання є вибір організаційно – правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування.

Згідно з Класифікатором організаційно-правових форм господарювання, організаційно-правова форма господарювання – форма здійснювання господарської діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо [5].

Вибір організаційно-правової форми підприємства може залежати від:

- ступеня відповідальності засновників (власників);
- оподаткування;
- потреби у фінансових ресурсах;
- управлінських здібностей підприємця;
- можливості зміни власника.

Організаційно-правові форми суб'єктів господарювання, що здійснюють роздрібний продаж побутової техніки, досить різноманітні. До них належать:

- господарські товариства – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства;
- громадяни, які здійснюють господарсько-торговельну діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці;

- філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських товариств (структурні одиниці), утворені ними для здійснення торговельної діяльності без статусу юридичної особи [6].

Господарськими товариствами визнаються підприємства та інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами, шляхом об'єднання їхнього майна та участі в торговельній діяльності товариства з метою одержання прибутку. До господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

Найпоширенішою організаційною формою господарювання в роздрібній торгівлі є підприємство. Залежно від форм власності, передбачених законодавством України, діють такі види підприємств роздрібною торгівлі: приватне торговельне підприємство, що діє на засадах приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи); торговельне підприємство, що діє на засадах колективної власності (підприємство колективної власності); державне торговельне підприємство, що діє на засадах державної власності; торговельне підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності) [6].

Найбільш поширеною організаційно-правовою формою у сегменті продажу техніки для прибирання є товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Товариство з обмеженою відповідальністю може бути засноване однією або кількома особами, статутний капітал його поділяється на частки, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники ТОВ відповідають за його зобов'язаннями і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів. Учасники товариства, які не повністю внесли вклади, несуть солідарну

відповідальність за його зобов'язаннями у межах вартості невнесеної частини вкладу кожного з учасників. Конкретний розмір та форми внесення коштів в статутний капітал визначається під час розрахунку потреби у початковому капіталі.

На законодавчому рівні також встановлені вимоги щодо порядку присвоєння найменування конкретному суб'єкту підприємницької діяльності, який належить до категорії юридичних осіб. По-перше, найменування повинне містити інформацію про організаційно-правову форму такого суб'єкта та його назву. По-друге, в найменуванні забороняється використовувати повні чи скорочені найменування органів державної влади, органів місцевого самоврядування та похідних від цих найменувань. По-третє, не допускається використання найменувань, які є тотожними найменуванню іншого суб'єкта підприємницької діяльності і віднесені до категорії юридичної особи й внесені до відповідних реєстрів [7].

Для державної реєстрації створення суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи, заявником подаються такі документи:

- заява про державну реєстрацію створення юридичної особи. У заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи приватного права може зазначатися, що вона діє на підставі модельного статуту (якщо модельний статут є багатоваріантним, у заяві зазначається редакція модельного статуту, на підставі якого вона діє), а також прохання заявника про реєстрацію юридичної особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування;
- примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) рішення засновників, а у випадках, передбачених законом, – рішення відповідного державного органу, про створення юридичної особи;

- установчий документ юридичної особи – у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа;
- структура власності за формою та змістом, визначеними відповідно до законодавства;
- документ, що містить інформацію про розмір обов’язкових платежів та інших обов’язкових витрат, сплата яких є необхідною для започаткування діяльності товариства (тільки для акціонерних товариств).

Зауважимо, що наведений перелік документів не є вичерпним. Кількість та види документів, які подаються для державної реєстрації залежатиме також від організаційно-правової форми юридичної особи, резиденства юридичної особи – засновника або резиденства фізичної особи, яка є кінцевим бенефіціарним власником юридичної особи тощо.

Менш формалізованими є вимоги законодавства щодо державної реєстрації фізичної особи підприємцем. Для цього заявнику достатньо подати заяву про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем, в якій може зазначатися прохання про реєстрацію такої особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування.

У будь-якому випадку, під час реєстрації необхідно обрати систему оподаткування. Згідно чинного законодавства, юридична особа чи фізична особа-підприємець можуть функціонувати як на загальній, так і на спрощеній системі оподаткування.

Для організації бізнесу у даній сфері доцільним буде зареєструвати товариство з обмеженою відповідальністю та обрати загальну систему оподаткування. Адже при такій системі немає обмежень на грошовий оборот, підприємство буде платником ПДВ, можна налагоджувати прямі контакти із закордонними постачальниками.

Висновки та пропозиції. Результати проведеного дослідження дозволили зробити висновок, що ринок клінінгових послуг стало розвивається, хоча темпи зростання дещо уповільнилися. За період 2014-16 рр. темп зростання галузі склав 17-21% (що частково можна пояснити падінням курсу гривні), в 2017-19 рр. він був вже на рівні 9-12%. Однак при цьому кожного року спостерігалася виключно позитивна динаміка і загалом, починаючи з 2011 року обсяг ринку збільшився приблизно у 6,5 разів. Зростання обсягів послуг обумовлює й зростання попиту на професійну техніку для клінінгу.

Незважаючи на достатню специфічність професійного обладнання для клінінгу вказаний ринок є достатньо конкурентним і на ньому можна відокремити декілька типажів торговельних закладів. Насамперед, спеціалізовані монобрендові магазини, такі як мережа магазинів Karcher, Керхер центр Одеса, Чистий світ, Fіlmop. Є деякі позиції клінінгового обладнання і в універсальних мультибрендових магазинах, наприклад Comfy, Цитрус, Алло, Foxtrot, Ельдорадо. І поступово значна частка продажів техніки для клінінгу переміщується в Інтернет до маркетплейсів (Rozetka).

Для організації бізнесу у даній сфері доцільним буде зареєструвати товариство з обмеженою відповідальністю та обрати загальну систему оподаткування. Адже при такій системі немає обмежень на грошовий оборот, підприємство буде платником ПДВ, можна налагоджувати прямі контакти із закордонними постачальниками

Список використаної літератури

1. Грабовецький, Б. С. Планування та економічне прогнозування : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2016. 66 с.
2. Аналіз ринку техніки для прибирання в Україні. URL: <http://www.marketing.vc/> (дата звернення: 02.09.2021).
3. Горбаченко С. А., Андрейченко А. В., Карпов В. А. та ін. Аналіз ринкової кон'юнктури : навчальний посібник. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.

4. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010). URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html (дата звернення: 02.09.2021).
5. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ). URL: https://www.olza.com.ua/zakon_kopfg (дата звернення: 02.09.2021).
6. Господарський кодекс України. Документ 436-IV. Редакція від 12.01.2022, підстава – 1962-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 02.09.2021).
7. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців та громадських формувань: Закон України від 10.07.2018 № 2497-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 31-32. Ст. 263. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> (дата звернення: 02.09.2021).

Стаття надійшла 12.09.2021 року

Ye. V. Andrievska,

PhD (Economics),

Art. lecturer at the Department of Economics, Law and Business Management
Odessa National University of Economics

Preobrazhenskaya street, 8, Odessa, 65082, Ukraine

e-mail: e.andrievskaja2010@gmail.com

O. H. Railian,

lecturer at the Department of Economics, Law and Business Management
Odessa National University of Economics

Preobrazhenskaya street, 8, Odessa, 65082, Ukraine

e-mail: fidesoleg@gmail.com

J. O. Perova,

5th year student, group 5M-2

at the Department of Economics, Law and Business Management
Odessa National University of Economics

Preobrazhenskaya street, 8, Odessa, 65082, Ukraine

e-mail: jennifer.perova@gmail.com

STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE CLEANING EQUIPMENT MARKET IN UKRAINE: ECONOMIC AND REGULATORY ASPECTS

The purpose of this study is to analyze the major ends in the market of cleaning equipment in Ukraine. During the writing of the work various research methods were used, namely: system-analytical method; methods of dynamics analysis – to identify trends in the cleaning equipment market in Ukraine; tabular and graphical methods – for visual display of information. The analysis of the cleaning equipment market in Ukraine revealed the major ends in the Ukrainian market in recent years, and on this basis to conclude on the constant expansion of this market and increase a number of services offers edit the field of cleaning equipment. The results of the study can be used to justify the increase in the number of sellers of cleaning equipment.

Key words: cleaning equipment, cleaning equipment market, regulatory and legal regulation, competition.

References

1. Hrabovetskyi, B. Ye. (2016). Planuvannia ta ekonomichne prohnozuvannia : navchalnyi posibnyk [Planning and economic forecasting: a textbook]. Vinnytsia : VNTU. [in Ukrainian].
2. Analiz rynku tekhniky dlia prybyrannia v Ukraini [Analysis of the market of cleaning equipment in Ukraine.]. Retrieved from: <http://www.marketing.vc/> [in Ukrainian].
3. Horbachenko, S. A., Andreichenko, A. V., Karpov, V. A. et al (2014). Analiz rynkovoï koniunktury: navchalnyi posibnyk [Market analysis: a textbook]. Odesa : ONEU. [in Ukrainian].
4. Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diialnosti (KVED-2010) [Classification of economic activities (NACE-2010)]. Retrieved from: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html [in Ukrainian].
5. Klasyfikator orhanizatsiino-pravovykh form hospodariuvannia (KOPFH) [Classifier of organizational and legal forms of management (KOPFG)]. Retrieved from: https://www.olza.com.ua/zakon_kopfg [in Ukrainian].
6. Hospodarskyi kodeks Ukrainy [Economic Code of Ukraine]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> [in Ukrainian].
7. Pro derzhavnu reistratsiiu yurydychnykh osib ta fizychnykh osib – pidpriansiv ta hromadskykh formuvan: Zakon Ukrainy vid 10.07.2018 № 2497-VIII [On state registration of legal entities and individuals – entrepreneurs and public organizations: Law of Ukraine of 10.07.2018 № 2497-VIII]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> [in Ukrainian].