

6. Белкин А. А. Пространство конституционной юстиции / А. А. Белкин // Правоведение. – 1993. – № 2. – С. 7–17.
7. Витрук Н. В. Конституционное правосудие. Судебное конституционное право и процесс : учебное пособие для вузов / Витрук Н. В. – М. : Закон и право ; ЮНИТИ, 1998. – 180 с.
8. Кряжков В. А. Конституционная юстиция в Российской Федерации : учебное пособие для вузов / В. А. Кряжков, Л. В. Лазарев. – М. : БЕК, 1998. – 462 с.
9. Ржевский В. А. Судебная власть в Российской Федерации: Конституционные основы организации и деятельности / В. А. Ржевский, Н. М. Чепурнова. – М. : Юрист, 1998. – 216 с.
10. Штайнбергер Г. Модели конституционной юрисдикции. Европейская Комиссия за демократию через право / Штайнбергер Г. – Страсбург : Изд-во Совета Европы, 1994. – 3 с.
11. Нудель М. А. Конституционный контроль в капиталистических государствах / Нудель М. А. – М. : Юрид. лит., 1968. – 215 с.
12. Шевчук С. Основи конституційної юриспруденції / Шевчук С. – Харків, 2002. – С. 260–284.



УДК 351:330

Н. М. Ковальська, кандидат педагогічних наук,
доцент, докторант кафедри управління освітою
Національної академії державного управління
при Президентіві України

СУЧАСНИЙ КОНТЕКСТ ФЕНОМЕНА СФЕРИ СОЦІАЛЬНО-ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ У НАПРЯМІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Розглянуто визначення “побутова послуга” та підходи до її класифікації. Проаналізовано перелік побутових послуг з галузевого класифікатора послуг і продукції у сфері побутового обслуговування в Україні. Наведено визначення та класифікаційні ознаки сфери соціально-побутових послуг.

Ключові слова: соціальна політика; послуга; сфера послуг; побутові послуги; сфера соціально-побутових послуг.

The article deals with the definition of “everyday services” and approaches to its classification. Analyzed everyday services industry with the classifier of services and products in the field of everyday services in Ukraine. These are definitions and classification criteria sphere of social and everyday services.

Key words: social policy; service; service business; domestic services; social-domestic service business.

Постановка проблеми (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок з важливими науковими чи практичними завданнями). Політика соціальної держави має спрямовуватись на задоволення матеріальних, соціальних і духовних потреб індивіда, а реалізація соціальної орієнтації економіки націлюватись, насамперед, на підпорядкування виробництва споживачеві, задоволення і стимулювання соціальних потреб населення. Саме побутові послуги значно впливають на задоволення вітальних потреб людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених

© Н. М. Ковальська, 2013

раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття). Різним аспектам розвитку сфери послуг присвячено праці В. Василенко, О. Давидюк, М. Дорош, Л. Ільчука, В. Котилко, Ю. Кривобока, О. Моргулець, А. Ребенко, О. Решетняка, Є. Сахно, Т. Ткаченко. Дослідженню впливу побутових послуг на суспільство та його соціально-економічний розвиток приділяли увагу Б. І. Герасимова, О. Ю. Захарова, О. Родіна, Ю. Ткаченко, В. Т. Шатун, А. Ю. Язикова та ін. Все ж проблему недостатньо розроблено з позиції сфери соціально-побутових послуг.

Мета статті (формулювання цілей статті (постановка завдання) – на підставі аналізу побутових послуг, їх класифікаційних ознак дати визначення поняттю “сфера соціально-побутових послуг” і розробити низку критеріїв, які дозволять її охарактеризувати.

Виклад основного матеріалу (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів). Послуги – важливий вид економічної діяльності, що впливають на всі процеси життєдіяльності суспільства, є головним індикатором рівня та якості життя за рахунок ступеня задоволеності потреб населення. Адже, як відомо, потреби – “це те, що виникає і знаходиться всередині людини та виявляється в індивідуальній формі. Це особливий стан психіки індивіда, усвідомлення ним незадоволеності, відчуття відсутності чогось, відображення невідповідності між внутрішнім станом і зовнішніми умовами” [1, 45].

На думку дослідників, в індустріальному суспільстві послуга все частіше розглядається з позиції її провідної ролі у формуванні конкурентоздатної пропозиції “товар-послуга” або “продукт”, крім того, що послуга виступає окремою дією з боку підприємства або індивідуума, яка приносить прибуток корпоративному або індивідуальному клієнту [2, 9]. Ґрунтовною ознакою послуги також є її матеріальний або нематеріальний характер та принциповий поділ послуг у ринковій економіці на ринкові (надаються за цінами, які покривають витрати і забезпечують прибуток) та неринкові (надаються безкоштовно або за економічно не значущою ціною, тобто менше 50 % собівартості послуги) [3, 5]. Зазначимо, що неринкові послуги найчастіше соціально-орієнтовані, споживаються суспільством у цілому або домашніми господарствами, фінансуються з бюджету або громадськими організаціями.

Як відомо, послуги поділяються на базові (є основою надання послуги певного виду), додаткові (платні і безкоштовні) та спеціальні (надаються на замовлення державних установ, комерційних підприємств, фізичних осіб) [4, 14].

На підставі аналізу наявних методів можна визначити підходи до визначення побутових послуг, а саме:

1. Як вид діяльності суб'єктів: “бізнесу щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника” [5, 23]; “підприємницької діяльності щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника пов'язаний із задоволенням конкретної побутової потреби індивідуального замовлення” [6, 42; 7, 89].

2. Як результат діяльності: “побутова послуга – це найчастіше або виробнича жива праця, результатом якої є матеріально-речові предмети, або відновлення вартості предметів, які вже використовувалися в домашньому господарстві. Крім того, це може бути діяльність, що не має відчутних результатів (споживання може відбуватися у 2-х формах: ринковій та неринковій), задовольняючи індивідуальні потреби людей, обумовлені їхніми фізіологічними особливостями, станом повсякденного життя та інтелектом” [8, 11]; “побутові послуги – це діяльність, товар матеріальної або нематеріальної форми, що задовольняє конкретну, індивідуальну побутову потребу людини” [9, 225].

Механізми державного управління

Зауважимо, що зміни структури та обсягів виробництва окремих видів послуг відбуваються під впливом різних чинників, зокрема:

- масштаби розвитку сфери послуг з ремонту виробів залежать від забезпеченості населення одягом, взуттям, предметами тривалого користування, фізіологічних особливостей статево-вікових груп населення, термінів служби і технічної надійності виробів, вартості послуг з ремонту;

- у визначенні перспектив розвитку ринку послуг під час виготовлення предметів споживання за індивідуальними замовленнями населення (взуття, одягу, меблів) необхідно враховувати розмір грошових доходів населення, рівень цін на відповідні товари масового виробництва в роздрібній торгівлі, якість виготовлених виробів за індивідуальним замовленням у порівнянні з масовим виробництвом;

- послуги зв'язку активно розвиваються за рахунок послуг автоматичного телефонного зв'язку, включаючи місцевий, міжміський і міжнародний зв'язок, доступ до служб порятунку, довідкових служб, що дозволяє забезпечити їхнє стабільне зростання;

- високоприбуткові верстви населення формують ринок побутових послуг за рахунок споживання таких їх видів, як ремонт і технічне обслуговування автотранспортних засобів; ремонт технічно складних нових моделей аудіо-, відео- та комп'ютерної техніки, радіо- та електроприладів, що потребують відповідного розвитку матеріально-технічної бази ремонтного обслуговування; ремонт та будівництво житла й інших будівель; послуг косметологічних кабінетів, хімчистки, "салонів краси", фітнес-центрів тощо; чищення одягу;

- динаміка туристично-екскурсійного обслуговування визначається зміною споживчих уподобань населення на користь більш різноманітного проведення дозвілля й відпочинку, з урахуванням інтересів різних соціальних груп населення;

- житлово-комунальні послуги розвиваються під впливом спроб їх реформування, з метою підвищення ефективності, стійкості та надійності функціонування галузі, забезпечення надання населенню та іншим споживачам житлово-комунальних послуг, що відповідають стандартам якості, а також збільшення частки послуг, оплачуваних населенням;

- ринок пасажирських перевезень характеризується подальшою комерціалізацією роботи громадського транспорту, збільшенням кількості приватних та індивідуальних операторів на ринку транспортних послуг, особливо на автомобільному, а також удосконаленням організації транспортного процесу в міському та приміському сполученні [3, 38].

За дослідженням, проведеним російськими науковцями Б. І. Герасимовим та Л. Г. Гуровою, перші три місця в усіх регіонах РФ за найбільшим попитом серед послуг належать житлово-комунальним, пасажирського транспорту та побутовим [2, 24]. Інші дослідники, Г. М. Дробишев та В. В. Герасимова, визначили, що в структурі побутових послуг РФ найбільш запитані послуги з ремонту та пошиття швейних, хутряних і шкіряних виробів, головних уборів та виробів текстильної галантереї; ремонту, пошиття та в'язання трикотажних виробів; ремонту і будівництва житла та інших будівель; транспортно-експедиторські послуги; ремонту і технічного обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і побутових приладів; ремонту та виготовлення металовиробів; технічного обслуговування та ремонту авто- і мототранспортних засобів. На думку дослідників, визначальним фактором, який суттєво впливає на розвиток, як завжди залишається динаміка платоспроможного попиту населення, цінова політика з регулювання цін на окремі види послуг, зміни цін і тарифів на платні послуги, розвиток ринку соціальних послуг, які раніше надавалися безкоштовно [3, 17, 31].

Існують різні ознаки щодо класифікації побутових послуг [10], крім того, російські дослідники пропонують класифікувати послуги за такими ознаками:

1. Щодо споживача послуг:
 - проста послуга, виконана за формулою “споживач + спеціаліст”;
 - складна послуга складається з набору простих послуг і потребує для своєї реалізації конкретного складу персоналу, комплексного технічного оснащення, спеціальних приміщень тощо;
 - комплексна послуга, що є набором складних і простих послуг.
 2. За функціональним призначенням послуги можуть бути такі:
 - ремонт, фарбування та пошиття взуття (не включаючи виготовлення валяного і гумового взуття);
 - ремонт і виготовлення швейних, хутряних і шкіряних виробів, головних уборів, виробів текстильної галантереї, ремонт, пошиття та в’язання трикотажних виробів, включаючи демонстрацію й показ моди);
 - ремонт і техобслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і побутових приладів, ремонт і виготовлення металовиробів;
 - технічне обслуговування та ремонт авто- і мототранспортних засобів (включаючи технічний огляд, складально-мийні роботи, зберігання автотранспортних засобів на платних стоянках, установку сигналізації та радіоапаратури);
 - виготовлення і ремонт меблів (включаючи складання меблів удома в замовника, придбаних у розібраному вигляді);
 - хімічна чистка та фарбування;
 - послуги пралень (включаючи супутні послуги – невеликий ремонт речей, які надані в обробку);
 - ремонт і будівництво житла та інших будівель (включаючи будівництво й ремонт індивідуальних гаражів, зміцнення дверних коробок, будівництво колодязів, буріння та обладнання свердловин);
 - послуги фотоательє, фото- й кінолабораторій;
 - послуги лазень і душових;
 - послуги перукарень (включаючи виготовлення перук і шиньонів);
 - послуги підприємств з прокату;
 - транспортно-експедиторські послуги (включаючи послуги носильників, м’яку упаковку багажу, послуги камер схову);
 - ритуальні послуги (включаючи продаж похоронних засобів через спеціалізовані магазини);
 - інші види побутових послуг (включаючи послуги газифікації, послуги з переробки сільгосппродукції і дарів лісу, виготовлення валяного взуття, заміну елементів живлення в електронних годинниках та інших приладах, послуги з нарізання скла і дзеркал).
 3. За умовами надання:
 - удома;
 - у виробничих умовах
 - в процесі транспортування
 4. За термінами надання:
 - короткострокові;
 - середньострокові;
 - довгострокові [3, 6].
- Галузевий класифікатор “Класифікація послуг і продукції у сфері побутового обслуговування” (ГК 201-01-2001), затверджений наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 19.02.2002 № 51, ураховує коди Державних класифікаторів України ДК 009-96 “Класифікація видів економічної діяльності” та ДК 016-97 “Державний

Механізми державного управління

класифікатор продукції та послуг⁹. Згідно з цим документом визначено такі побутові послуги:

- 010 – Виготовлення та ремонт взуття;
- 020 – Виготовлення та ремонт швейних, шкіряних, хутрових, трикотажних, текстильних виробів та головних уборів;
- 030 – Виготовлення та ремонт килимових виробів;
- 040 – Виготовлення та ремонт шкіряних галантерейних і дорожніх виробів;
- 050 – Виготовлення та ремонт меблів;
- 060 – Будівництво та ремонт житла, виготовлення теслярських та столярних виробів;
- 070 – Технічне обслуговування та ремонт автомобілів, мотоциклів, моторолерів і мопедів;
- 080 – Послуги з ремонту радіотелевізійної та іншої аудіо- та відеоапаратури;
- 090 – Послуги з ремонту електропобутової техніки, побутових приладів, музичних інструментів та металовиробів;
- 100 – Виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням;
- 110 – Послуги з ремонту ювелірних виробів;
- 120 – Послуги з перевезення вантажів;
- 130 – Прокат речей особистого користування та побутових товарів;
- 140 – Послуги з виконання фоторобіт;
- 150 – Послуги з прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів;
- 160 – Послуги з чищення та фарбування текстильних і хутрових виробів;
- 170 – Послуги, пов'язані з доглядом за тілом;
- 180 – Послуги перукарень;
- 190 – Ритуальні послуги;
- 210 – Послуги, пов'язані з сільським та лісовим господарством;
- 220 – Послуги з газифікації за індивідуальним замовленням;
- 230 – Послуги домашньої прислуги та пов'язані з прибиранням приміщень;
- 240 – Послуги з тиражування;
- 250 – Інші індивідуальні послуги [11].

У межах нашого дослідження ми орієнтуємося на слушну пропозицію А. Ю. Язикової щодо вдосконалення існуючого галузевого класифікатора через групування побутових послуг за видами в такі групи:

1. Побутові послуги з виготовлення нових продуктів:
 - 1) індивідуальне пошиття: швейних, хутряних, шкіряних, текстильних виробів та головних уборів, трикотажних виробів за індивідуальним замовленням;
 - 2) індивідуальне виготовлення: взуття та шкіргалантерейних виробів; ювелірних виробів; меблів; килимових виробів; металовиробів та виробів з металопластику за індивідуальним замовленням;
 - 3) будівництво житла за індивідуальним замовленням.
2. Побутові послуги зі збереження, відновлення та переробки продукту:
 - 1) ремонт: швейних, хутряних, шкіряних, текстильних виробів, та головних уборів; трикотажних виробів; взуття та шкіргалантерейних виробів; ювелірних виробів; годинників; меблів; килимових виробів; житла, металовиробів та виробів з металопластику, транспортних засобів; побутових машин і приладів особистого користування, домашнього вжитку; побутової аудіо-, відео-, телевізійної апаратури за індивідуальним замовленням;
 - 2) технічне обслуговування: побутової аудіо-, відео-, телевізійної апаратури та іншої побутової техніки; транспортних засобів за індивідуальним замовленням;

3) переробка: швейних, хутряних, шкіряних, текстильних виробів та головних уборів; трикотажних виробів; шкіргалантерейних виробів; ювелірних виробів; годинників; метало-виробів та виробів з металопластику, побутових пристроїв за індивідуальним замовленням;

4) послуги з хімічної чистки виробів;

5) послуги пралень.

3. Побутові послуги зі створення добробуту в побуті населення: послуги з надання допомоги домогосподаркам (ведення індивідуального господарства).

4. Побутові послуги, що пов'язані з особистим доглядом людини:

1) послуги перукарень, салонів краси та косметології;

2) послуги лазень;

3) послуги спортивно-оздоровчих центрів (спортзалів).

5. Послуги служб прокату:

1) спорядження і обладнання;

2) транспортні засоби;

3) одяг та аксесуари.

6. Обрядові послуги:

1) проведення свят;

2) ритуальні послуги.

7. Інші побутові послуги:

1) послуги з відеозйомки та звукозапису;

2) послуги фотографій;

3) ескорт-послуги та контакт-послуги;

4) послуги ломбардів;

5) поліграфічні та комп'ютерні послуги;

6) рекламні послуги [10].

Для визначення орієнтованості сфери соціально-побутових послуг важливе дослідження О. І. Родіної, яка зазначає, що соціально-орієнтована модель розвитку сфери послуг передбачає систему методів, форм, засобів та інструментів організації суспільного обслуговування, об'єднаних спільною орієнтацією на максимально повне врахування інтересів та запитів населення, яке буде споживачем зазначеної послуги. Для цього потрібні як економічні методи та засоби, так і адміністративні (прийняття законодавчих актів, що стимулюють соціальну спрямованість сфери послуг, контроль за дотриманням стандартів обслуговування, його якості тощо). Адже найчастіше до соціальних послуг зараховують дії, що безпосередньо стосуються розв'язання життєво важливих для людини проблем, а в цілому рівня та якості життя. Дослідниця наголошує, що в динаміці та структурі сфери послуг можна помітити конкретні зміни щодо технічно складних, наукоємних і соціальних видів послуг, які забезпечують економічне зростання, соціальну забезпеченість та гуманізацію економіки. У цьому аспекті розуміння соціальної послуги відрізняється від терміна "соціальне забезпечення", який містить у собі ідею пасивного життєстрою й не містить сучасних цінностей нового соціально-економічного порядку, суттєвою рисою якої є ринкові відносини з наявною індивідуальною ініціативою. Особливої складності соціальному типу діяльності надає наявність двох взаємопов'язаних форм: суспільного виробництва та його індивідуального самовідтворення у сфері побуту [12].

На думку С. П. Кучина, факторами, які спонукають сферу послуг до розвитку, є збільшення вільного часу та демографічні зміни. Останні, з одного боку, "об'єктивно визначають масштаби сфери послуг через збільшення (зменшення) кількості населення, з іншого – детермінують структуру цієї сфери, оскільки збільшення, наприклад, частки людей похило-

го віку (процес старіння населення, характерний для розвинутих країн), спричиняє зростання попиту” на медичні та побутові послуги [4, 16].

Соціальна значущість побутових послуг у можливості вивільнити час та задоволення потреб, які мають первинний характер, але не завжди можуть бути задоволені самообслуговуванням через різні причини. “За низької платоспроможності населення країни ринковий механізм і приватне підприємництво не в змозі розв’язати проблему широкого доступу масових видів побутових послуг. Незважаючи на їхнє соціальне значення, низький життєвий рівень людей змушує відмовлятися від послуг на користь споживання товарів першої необхідності й переходити на самообслуговування” [13, 212]. Адже головним споживачем побутових послуг у розвинутих країнах є представники середнього класу – найчисленнішого прошарку суспільства, який в умовах України не може себе так позиціонувати. Саме за рахунок середнього класу, “споживчий кошик якого зазвичай включає певний стандарт споживання послуг, в тому числі й побутових, постійно відтворюється за рахунок власних зароблених середнім класом доходів” [11, 211].

Зазначимо, що специфіку сфери соціально-побутових послуг обумовлює обов’язкова наявність лише виробництва та споживання, а не всіх фаз розширеного відтворення. Під час обслуговування населення, чим не займаються підприємства інших сфер діяльності, підприємства сфери послуг, зокрема побутових, поєднують у своїй роботі функції різних галузей (підприємств торгівлі, промислових, ремонтних). На нашу думку, змішані види послуг характерні для сфери соціально-побутових послуг. Наприклад, туризм поєднує у собі транспортні, готельні, побутові послуги та послуги освіти (у вигляді екскурсійного обслуговування); послуги перукарень існують поряд із салонами краси та косметології в готелях. Абсолютно різні послуги можуть об’єднуватися між собою в межах одного підприємства, за рахунок чого воно підвищує свою конкурентоспроможність на ринку.

Оскільки за рахунок побутових послуг забезпечуються основні потреби людини, а також здійснюється формування самої особистості, вони є “соціальними” не лише завдяки реалізації в соціальній сфері, а завдяки суспільній значущості та існуванню в інтересах суспільства. Таким чином, до основних індикаторів рівня соціального розвитку території країни можна зарахувати також рівень надання послуг сферою соціально-побутових послуг.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, на підставі аналізу властивостей і класифікацій побутових послуг нами określено низку критеріїв, які дозволяють охарактеризувати сферу соціально-побутових послуг:

- роль у суспільстві та інфраструктурі економіки – задоволення споживчих потреб населення;
- місце в суспільному виробництві – спрямованість на особисте споживання;
- матеріаломісткість послуг – корисний соціальний та економічний ефект у матеріальній і нематеріальній формах;
- соціальний статус клієнтури – задоволення побутових потреб усіх верств населення;
- характер задоволення потреби – задовольняється конкретна побутова потреба людини;
- соціальна значущість – забезпечення нормальної життєдіяльності особи, поліпшення побуту та якості життя, збільшення частки вільного часу людини для заняття іншою діяльністю (культурною, спортивною, професійною тощо);
- частота виникнення потреби – ритмічний або періодичний характер;
- ступінь контакту з клієнтами – високий;
- рівень комерціалізації послуг – платна або безкоштовна;
- характер надання послуги – основна або допоміжна (у структурі підприємства);

- комплексність надання послуг, – тобто набір послуг.

На підставі цього ми визначили, що сфера соціально-побутових послуг об'єднує організації, установи, заклади різних форм власності та приватних осіб, які задовольняють потреби індивідів у процесі надання конкретних побутових послуг на платній або безкоштовній основі.

Список використаних джерел:

1. Шатун В. Т. Основи менеджменту : навч. посіб. / Шатун В. Т. – Миколаїв : МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
2. Герасимова Б. И. Экономический анализ рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона : монография / Б. И. Герасимова, Л. Г. Гурова. – Тамбов : Тамб. гос. техн. ун-т, 2004. – 164 с.
3. Дробышев Г. Н. Институциональный механизм регулирования рынка бытовых услуг как экономической системы : монография / Г. Н. Дробышев, В. В. Герасимова – Тамбов : Тамб. гос. техн. ун-т, 2004. – 112 с.
4. Кучин С. П. Развитие социально-культурной сферы в Украине в условиях экономики рыночного типа : монография / С. П. Кучин. – Харьков : Точка, 2012. – 108 с.
5. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / В. В. Апопій, І. І. Олексін, Н. О. Шутковська, Т. В. Фугало ; за ред. В. В. Апопії. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
6. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. / Моргулець О. Б. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
7. Песоцкая О. В. Маркетинг услуг / Песоцкая О. В. – СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
8. Захарова Е. Ю. Бытовые услуги в условиях рыночных отношений : автореф. дис. на соискание научн. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.01 / Е. Ю. Захарова. – Томск : Томский ун-т, 1996. – 20 с.
9. Язикова А. Ю. Теоретичні аспекти класифікації побутових послуг / А. Ю. Язикова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія : Економічні науки. – 2009. – № 4. – Т. 1. – С. 225–229.
10. Ковальська Н. М. Соціально-побутові послуги в структурі сфери послуг України / Н. М. Ковальська // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології: збірник наукових праць Херсонського національного технічного університету. – 2013. – № 1 (8). – С. 96–101.
11. Класифікація послуг і продукції у сфері побутового обслуговування [Електронний ресурс] : Галузевий класифікатор. – Режим доступу : <http://www.zakon.nau.ua/doc/?uid=1022.1124.2&pbreak=1>.
12. Родина О. И. Институционально-рыночный механизм управления социальными услугами региона : дис. на соискание научн. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 / О. И. Родина. – Шахты : Рост. гос. эконом. ун-т, 2007. – 425 с.
13. Ткаченко Ю. О. Особливості розвитку ринку побутових послуг в регіонах України [Електронний ресурс] / Ткаченко Ю. О. – Режим доступу : <http://www.ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/679/1/Tkachenko.pdf>.