



Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



УДК. 316.42 (571.56)

*О. В. Гарацук,  
к. е. н., доцент  
В. І. Куценко,  
д. е. н., професор*

## ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ – ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

*Розглянуто питання трансформації соціальної сфери в умовах ринкових відносин та її вплив на модернізацію економіки.  
**Ключові слова:** соціальна сфера, соціальна інфраструктура, трансформація, модернізація.*

*Рассмотрены вопросы трансформации социальной сферы в условиях рыночных отношений и ее влияние на модернизацию экономики.  
**Ключевые слова:** социальная сфера, социальная инфраструктура, трансформация, модернизация.*

*The question of transformation of social sector under market conditions and its impact on the modernization of the economy.  
**Keywords:** social sphere, social infrastructure, transformation and modernization.*

Соціальна сфера у розвинутих країнах займає провідні позиції в господарстві, а рівень її розвитку, динаміка, технологічні, структурні та інші характеристики впливають на економічний і соціальний процес, місце і роль країни у глобальному світі. Модернізація економіки у будь-якій країні передбачає підвищення соціально-економічної ролі даної сфери. В останні роки у розвинутих країнах світу вона розвивається високими темпами, що дозволяє формувати інформаційне суспільство, економіку знань, підвищувати ефективність виробництва, а на цій базі — й добробут населення.

І в Україні мають місце зростаючі темпи соціального розвитку. Свідченням цього є перш за все динаміка зростання обсягу вироблених послуг (табл. 1).

**Таблиця 1. Динаміка зростання обсягу вироблених послуг**

Показник	2002	2005	2006	2007	2009
Обсяг вироблених послуг у фактичних цінах, млн. грн.	46971	95832,3	120910,2	157005,1	224583,6
Темпи зростання до відповідного періоду попереднього року у фактичних цінах, %	123	131	126	130	143

*Джерело: [5, с. 61].*

На темпах соціального розвитку позначилися ті перебудовні процеси, що характерні були, перш за все, для 90-х років минулого століття. Як відомо, відбулося роздержавлення власності в багатьох видах соціально-економічної діяльності, яке проходило досить динамічно й у масовому порядку, оскільки воно максимально відповідало критеріям початкового етапу приватизації по масштабах, рівню стандартизації і комерціалізації. Господарський статус підприємств змінювався в ході «малої приватизації», що охопила невеликі виробництва в усіх сферах економіки, а також обов'язкової приватизації підприємств торгівлі, системи матеріально-технічного постачання, громадського харчування, побутового обслуговування й автотранспортного господарства. Вже до кінця 1995 р. поза рамками державної власності знаходилось майже 2 / 3 підприємств автотранспорту й автосервісу, близько 80 % роздрібної торгівлі і побутового обслуговування, 70 % — мережі ресторанного господарства. В наступні роки цей процес продовжувався, але більш повільними темпами.

Фороване роздержавлення поклало початок становленню в соціальній сфері приватного сектора. Іншим його каналом стало нове підприємництво, не пов'язане з приватизацією й одержало в цьому секторі особливо широкий розмах. Створенню бізнесу «з чистого листа» сприяв цілий ряд обставин: слабкий розвиток і серйозне відставання від світового рівня практично всіх послуг і за будь-якими мірками, а також у порівняно невеликими розмірами стартового капіталу. За рахунок нового бізнесу сформувався цілий спектр послуг, що у плановому господарстві або взагалі були відсутні, або були вкрай слабо розвинутими. Широкого розвитку набула мережа аудиторських рекламних, ріелторських фірм та зайнятих у них осіб, суттєво розширювалася сфера діяльності інформаційних і комп'ютерних послуг, консалтингу й інших видів сервісу для виробництва. Появились послуги телекомунікацій, комерційних банків, інших фінансових установ, страхування і т. д. Бізнес активно освоює сферу соціально-культурних послуг: збільшувалося число недержавних навчальних закладів; появилась приватна медицина, зосереджена спочатку в стоматології, косметології, наркології, діагностиці захворювань і т. д., а потім поширилася й на багато інших спрямувань.

За рахунок органічного росту нових приватних фірм істотно поповнювався й оновлювався склад традиційних галузей. Прихід нових виробників був головною причиною зростання числа діючих структур у роздрібній торгівлі і суспільному споживанні, на транспорті тощо. Сприятливий ґрунт у соціальній сфері знайшло мале підприємництво: тут було зосереджено понад 82 % продукції, 57 % зайнятих і 73 % фірм і організацій малого бізнесу. Переважно за рахунок нового бізнесу частка соціальної сфери послуг у загальній кількості має тенденцію до зростання.

Іншим фундаментальним фактором трансформації галузей соціального спрямування став перехід на ринкові принципи ціноутворення. Специфіка системи ринкових цін полягає в тому, що внаслідок високої трудомісткості сервісних операцій, порівняно низької продуктивності праці при безупинному підвищенні вартості і ряду інших факторів, рівні і динаміка цін на послуги вища, ніж на продукцію матеріальної сфери. У плановому ціноутворенні ця особливість не враховувалася, і тарифи і ціни на послуги багатьох галузей були відповідно нижче цін на непродовольчі товари; практично на безоплатній основі населення одержувало послуги освіти (навчання) й охорони здоров'я; нереально низько оцінювався сервіс у житлово-комунальному господарстві.

З погіршенням господарської ситуації ціновий механізм усе більше обмежував розвиток розглянутої сфери. Зростання витрат підсилювало напруженість державного бюджету, у результаті закріплювалася практика фінансування послуг за «залишковим» принципом. Безумовний пріоритет індустрії в системі розподілу ресурсів в умовах зниження ефективності промисловості і всього господарства закріплював структурний дисбаланс: позиції важкої індустрії і військово-промислового комплексу розширювалися на шкідливу соціального розвитку. Проте, якщо в західних країнах розглянута сфера до початку 90-х років перетворилася у великий сектор економіки, де на її частку приходилося приблизно двох третин ВВП і загальної чисельності зайнятих, то в Україні ці показники є значно меншими. Істотним є відхилення від світових тенденцій в динаміці послуг: перехід провідних західних країн на постіндустріальну стадію супроводжувався прискоренням їх росту. В Україні ці темпи сповільнилися.

Лібералізація цін підвела під систему ціноутворення об'єктивну основу, але супроводжується різким подорожчанням багатьох послуг. Особливо високі інфляційні процеси характерні для останніх років. Перехід на ринкове ціноутворення додав могутній імпульс динаміці і ринковим перетворенням у розглянутому

соціальному сегменті економіки. Зростання цін і, відповідно, прибутковості стимулювали нагромадження, створення нових видів бізнесу, розширення виробництва. Масовий споживач, незважаючи на зниження життєвого рівня і високі ціни, прагнув реалізувати в тій чи іншій мірі раніше відкладений попит, відкривалися можливості вибору послуг. Управління ринкової системи і вихід на глобальні ринки зумовлює розвиток послуг виробничого профілю.

Трансформація соціальної сфери полегшувалася техніко-організаційною її специфікою — порівняно низьким рівнем капіталоємності послуг, концентрації і просторово розпоршеністю виробництва. На відміну, скажімо, від промислових галузей, де високі капіталоємності і територіальна концентрація, великі, часто гігантські, розміри підприємств і т. д. породжують досить сильну інерцію руху, ускладнюючи і сповільнюючи хід перетворень. Багато послуг здатні більш оперативно адаптуватися до змін господарського і соціального середовища, реагувати на ринкові сигнали. Порівняно простіше вирішувалися проблеми забезпечення стартового капіталу й інвестицій у технологічну й організаційно-структурну модернізацію. Для трудомістких галузей особливо важливою є якість робочої сили. Добре освічені працівники швидше й успішніше орієнтуються в новому житті; найбільш активні приходили в бізнес. З числа останніх виділилося чимало лідерів ділового світу, що стали першопрохідниками у формуванні нового господарського укладу. У цілому стимули організації і ведення бізнесу в соціальній сфері в перехідний період, особливо на його початковій стадії, були більш діючими, а ризики набагато меншими, ніж вони є нині.

Велика роль у модернізації соціальної сфери належить іноземному капіталу. Ринки послуг залучають його великими розмірами і багатообіцяючими перспективами, порівняно низькими інвестиційними ризиками внаслідок швидкої окупності капіталовкладень, а також високою прибутковістю за рахунок економії на витратах і масштабах. За обсягами зарубіжних інвестицій послуги стійко слідує за лідером — паливно-енергетичним комплексом. Основні потоки капіталу осідають у таких сферах як телекомунікації, роздрібна торгівля, ресторанне господарство, транспорт тощо. В останні роки іноземні інвестори активно просуваються на ринки фінансових, страхових, готельних, туристичних, послуг кінопрокату і т. д. Різко підсилася їх територіальна експансія, яка позначилася на розвитку соціального партнерства (табл. 2).

**Таблиця 2. Соціальне партнерство в системі менеджменту**

№ п/п	Елементи системи менеджменту	Характеристика технології соціального партнерства
1.	Цілі управління об'єктом	Відносини узгодження в процесі постановки стратегічної цілі, орієнтованої на задоволення інтересів клієнтів, персоналу організації, партнерів і суспільства.
2.	Принципи менеджменту	Орієнтація на суспільне партнерство як на основоположне правило в управлінні.
3.	Функції менеджменту	Соціальне партнерство як вид управлінської діяльності, який здійснюють спеціалісти по спеціальному партнерству.
4.	Методи менеджменту	Соціальне партнерство як метод впливу на управлінські об'єкти.
5.	Організаційна структура	Соціальне партнерство має знаходити своє вираження у ланках, рівнях менеджменту з необхідністю здійснення зв'язку для реалізації соціального партнерства.

Прихід іноземного капіталу має найважливіше значення для перебудови сфери послуг. Вітчизняні виробники одержують не тільки дефіцитні фінансові вливання, що важливо само по собі, але і шанс подолати велике відставання в рівні технологій, організації та управлінні, методах обслуговування. Вони мають можливість прилучитися до високих стандартів сервісу, ділової культури і т.п. Великий ефект, у тому числі демонстраційний, має діяльність на вітчизняних ринках відповідних послуг таких підприємств як Auchan, Spar, Metro Cash and Carry, Citibank, Raiffaisenbank, Societe Generale, Marriott, Accor, Morgan Stanley, McDonalds, «Велика четвірка» аудиторсько-консалтингових фірм і багатьох інших. Вітчизняний бізнес одержує наочне уявлення про першорядну значимість для успіху і конкурентоздатності нематеріальних, непомітних, «м'яких» факторів — організаційно-управлінських, якості робочої сили і трудових відносин, вивчення і формування попиту і ринку, а також культури, традицій і репутації фірми, розробки і підтримки брендів, побудови ефективних моделей взаємодії з клієнтурою, громадськістю і т. д.

З позицій становлення ринкових відносин у соціальній сфері особливо важлива роль зарубіжних інвесторів у розвитку конкуренції на ринках послуг, з огляду на досить високий з ряду причин ступінь їх монополізації. Конкурентний тиск прискорював вихід вітчизняних виробників на перспективні ринки. У суперництві і, що не менш важливо, у різних формах співробітництва з іноземцями вітчизняний бізнес проходив хорошу школу підприємництва, накопичував знання, досвід і ресурси для подолання прірви, що відокремлювала його від сервісу в західних країнах. У результаті більш активно демонтувалася колишня модель організації виробництва та надання послуг.

Трансформація соціальної сфери суттєво впливає на процес модернізації економіки в цілому, коли цілий ряд її галузей лідирував у становленні нової системи відносин. З компаній соціальної сфери сформувався кістяк нового приватного сектору, склад якого в останні роки більш активно поповнюється промисловим бізнесом. При вирішальній часті виробників послуг створювався корпоративний сектор.

У той же час трансформаційні процеси у соціальній сфері, як і в інших сферах діяльності, здійснювалися вкрай нерівномірно і хаотично, повною мірою відображаючи складні умови переходу до нового господарського порядку. Проте уже в кінці 90-х років модифікувався човниковий бізнес: частина колишніх «коробейників» інтегрувалася у більш здорове господарське середовище. Але широкі ринкові можливості спонукали виробників до змін, нерідко багаторазових, і диверсифікованості сфер діяльності.

За характером ділового середовища, господарських механізмів і результатів діяльності у рамках соціальної сфери можна виділити кілька сегментів. До цивілізованого ринку найбільшою мірою наближається знову створений бізнес і, як правило, у нових послугах. Він найчастіше націлений на ринкову експансію, підвищення прибутків, ефективності і конкурентоспроможності, працює на перспективу і займає порівняно значні позиції в послугах телекомунікацій, консалтингу, бухгалтерсько-аудиторських й інформаційних, туризму, маркетингу і реклами. У цей сегмент входять медіабізнес, а також мережеві торгові компанії, зростає його частка в системі ресторанного господарства, рекреації, кінопрокату і навіть побутового сервісу — одного з найбільш застійних до останнього часу видів послуг.

Більш повільним і хворобливим був процес перебудови приватизованих підприємств і організації. Їх нові власники (у більшості випадків адміністрації чи трудові колективи) практикували звичні методи організації і керування, орієнтуючись в основному на виживання, збереження зайнятості, зростання доходів і заробітної плати. Такого роду управлінська практика найчастіше завершувалася ліквідацією, продажем чи перепрофілюванням підприємств.

Час, однак, працює на ринок, і з переходом власності в руки ефективних власників і в цьому сегменті утверджуються ринкові механізми, закони, правила і норми господарської поведінки. У торгівлі, наприклад, одні компанії будують власні мережі, інші інтегруються до складу нових гравців, треті закріплюються в перспективних ринкових нішах і т. д. В останні роки реструктуризація охоплює практично всі ланки цього сектора. Досить глибокі в минулому розходження між зазначеними сегментами помітно згладжуються, і кожний з них після різких, а часом хаотичних переміщень на початку реформ еволюціонує в напрямку більшої стабільності і системних змін.

Інша ситуація складається в інфраструктурних галузях, насамперед соціально-культурних. Нові принципи і форми господарювання приживаються й у цій сфері діяльності. Однак основна частина підприємств працює по моделі ще радянських часів, що не дозволяє ефективно використовувати навіть скромні обсяги бюджетного фінансування.

У більшості галузей соціального призначення трансформаційна криза набувала менших хворобливих форм. У цілому зниження обсягів виробництва послуг є значно меншим, аніж у сфері матеріального виробництва. Співвідношення в об'ємах падіння загального обсягу виробництва складає 1 : 4,5 на користь соціальної сфери. Помітно зростає частка послуг у ВВП, значно зміцнілася ресурсна база соціальної сфери та питома вага послуг у загальному обсязі капіталовкладень.

Дуже динамічно змінювалися структурні пропорції. Високий динамізм структурних зрушень властивий послугам. Особливо рельєфно прослідковується диверсифікація виробництва послуг за рахунок нових видів сервісу. У галузевій структурі, як уже відзначалося, чітко виражені зрушення в напрямку нових послуг, у тому числі високотехнологічних, орієнтованих переважно на потреби виробництва. Позиції новачків у продукції сфери послуг до середини першого десятиліття збільшилися приблизно до 20 %.

**Таблиця 3. Середньомісячна оплата праці, грн.**

Показник	2002	2003	2004	2005	2006	2009
Середньомісячна номінальна заробітна плата працівників, грн.	376	462	589	806	1041	1906

Темпи зростання у % до середньомісячної номінальної заробітної плати за попередній рік	121,0	122,8	127,5	136,7	129,2	129,7
Індекс реальної середньомісячної зарплати працівників, %	118,2	115,2	123,8	120,3	118,3	112,5

Джерело: [5, с. 61].

Новітні послуги, як правило позитивно впливають на ефективність не лише самих послуг, але й економіки в цілому. А це крок до зростання оплати праці (табл. 3).

По-різному склалися структурні співвідношення традиційних галузей. При помітному скороченні частки транспорту, побутових і комунальних послуг на одне з перших місць вийшла торгівля. Основна причина вражаючої динаміки — ускладнення функцій в умовах ринку. З примітивного розподільного механізму вона виростає в активного учасника процесу реалізації, виконує функції вивчення і формування попиту, передачі ринкових сигналів виробництву, оперативній реалізації в часі і просторі товарних потоків, що, безупинно, зростають по масштабах і розмаїтості.

Галузеві пропорції сфери послуг свідчать про кризову ситуацію в сферах освіти, охорони здоров'я, культури, питома вага яких у її продукції за останні 1,5 десяти років скоротилася. Вона підтверджується і відносно динамікою ринкових і неринкових послуг у ВВП. Включення в ринковий обіг у ході реформ зростаючих обсягів послуг — явище законне. Не відповідає ця пропорція і практиці західних країн, де рамки ринку в інфраструктурних галузях обмежені, і значна частина послуг з ряду причин — так званих провалів ринку, соціальних гарантій держави і т. д. — реалізується в суспільному і некомерційному секторах. Серед головних жертв реструктуризації — сфера наукових досліджень\*.

Незважаючи на складність і безліч проблем, на загальногосподарському тлі розглянута сфера виділяється очевидним прогресом по ряду напрямків модернізації. Істотні перетворення в матеріальній базі багатьох галузей, де концентрується нове будівництво, орієнтоване, як правило, на світові стандарти в області технологій, архітектурно-планувальних рішень, внутрішнього дизайну, комфорту і зручності для споживачів. У результаті в країні з'явилися підприємства раніше не відомих типів і форматів: супермаркети, міні- і гіпермаркети, торгові і багатоцільові торгово-розважальні й офісні центри, багатозальні кінотеатри, виставочні і концертні комплекси, багатопрофільні спортивно-оздоровчі установи тощо. На основі нових технологій, у першу чергу інформаційно-комунікаційних технологій (КТ), нині працюють телекомунікації, просунутий сегмент торгівлі, ділові, професійні, фінансові послуги; розширюється їхнє застосування в медицині, освіті, на транспорті і навіть у таких далеких від техніки видах діяльності, як музеї, бібліотеки, сценічне мистецтво і т. д.

Істотно змінюється ділова практика, виробники переходять на нові організаційно-управлінські моделі і механізми. По всьому спектрі галузей послуг — від роздрібною торгівлі до медицини — поширюється мережева модель організації з більш високими стандартами обслуговування і показниками ефективності. Пропозиція послуг диференціюється в залежності від рівня доходів, смаків і переваг споживачів, бізнес закріплюється в нішах того чи іншого ринкового сегменту. Намічаються зрушення в усуненні хронічного дефекту радянського сервісу — низької якості і культури обслуговування; укорінюється новий стиль відносин виробників із клієнтурою і контрагентами. На вітчизняний ґрунт переносяться вдалі варіанти модернізації соціальної сфери, характерні для інших держав. Зокрема, бездіяльні промозони і заводські території, застарілі склади, транспортні та інші споруди перебудовуються в об'єкти сервісу, офісні і виставкові приміщення, картинні галереї, концертні і театральні зали, торгові, спортивно-рекреаційні і культурні центри і т. п. Відбувається багатопланове відновлення ряду послуг. І це диктується не командами зверху, а економічними вимогами і закономірностями, глобальною конкуренцією, йде в руслі основних напрямів світогосподарського розвитку.

Важливу роль у подальшій модернізації соціальної сфери відіграє впровадження інновацій не лише в дану сферу в цілому, але й в її ланки.

В інноваційній діяльності робиться перенесення акценту на поширення послуг. І тут велика роль належить франчайзингу — тобто спільна діяльність навчальних закладів щодо формування пропозиції, виробництва, надання і просування освітніх і супутніх послуг на ринку. При цьому послуги мають відповідати ліцензії освіти закладів на право освітньої діяльності та освітній франшизі. Франшизою є комплекс виключених прав щодо реалізації освітніх послуг під фірмовою назвою, торговою маркою і торговим знаком франчайзера на певних умовах.

В освітню франшизу можуть бути включені правила формування контингенту абітурієнтів, принципи організації прийому студентів, організації навчального процесу (передачі, засвоєння та контролю знань), навчально-методична література, форми і порядок проведення проміжної атестації.

Сутність освітнього франчайзингу полягає в тому, що між навчальними закладами (франчайзером і франчайзі) укладається договір, в якому оговорюються всі основні умови співробітництва, фінансові особливості інноваційної освітньої діяльності. Навчання учнів (слухачів), зарахованих як слухачів, і студентів ВНЗ — франчайзі здійснюється за навчальними планами та програмами з урахуванням допущених франчайзером до навчальних занять тьюторів.

Франчайзер являє собою ВНЗ, здійснюючий адміністративну, навчально-методичну, інформаційну, технічну та правову координацію освітніх структур — франчайзі. Франчайзер організовує навчальний процес; формує, ліцензує та здійснює акредитацію освітніх програм; видає навчальні матеріали; веде науково-методичну роботу, підготовку викладачів, тьюторів, їх атестацію; проводить реєстрацію студентів, слухачів; веде адміністративний супровід, проміжну та підсумкову атестацію, здійснює видачу документів.

До особливостей освітнього франчайзингу як форми виходу ВНЗ-інноватора на ринок послуг вищої освіти доцільно віднести наступне:

- від ВНЗ — франчайзера освітнім організаціям — франчайзі (як правило, ВНЗ, коледжам) передаються;
- апробована система навчання, апробовані в освітньому процесі і позитивно оцінені ринком інновації;
- сторонами франчайзинга використовуються лише офіційні, термінологічно єдині юридичні узгодження та організаційно-фінансові домовленості;
- франчайзером встановлюються єдині стандарти вузької підготовки спеціалістів у ВНЗ-франчайзи, використовуються єдині освітні програми, здійснюється контроль за якістю їх виконання;
- у рамках інноваційної франчайзингової взаємодії ВНЗ здійснюється проведення спільних систематичних програм щодо підвищення професорсько-викладацького складу;
- у випадку включення у франчайзингові взаємовідносини навчальних закладів I–II р. а. відбувається включення в їх навчальні плани університетських предметів, з чіткою орієнтацією на університетську освіту;
- можливість використання ресурсів розширення і поширення доступу до університетської освіти, прямої взаємодії ВНЗ I–II та III–IV р. а. у відповідності з освітніми потребами регіону;
- зближення вищої післядипломної освіти, що дає більше можливості вдосконалення для студентів і більш широкого фінансування [2, с. 99–101].

Водночас нерідко мають місце і такі факти, коли за порівняно більш благополучним фасадом виявляються глибокі контрасти і серйозні проблеми. Характерна риса модернізації — нерівномірність цього процесу як у галузевому розрізі, так і по багатьох параметрах. Значні міжгалузеві розходження в глибині і темпах приросту, рівнях технологій, якості організації, управління і сервісу. Одні галузі вирвалися вперед, інші до цього часу перебувають у кризовому чи застоїному стані; чітко виражений дисбаланс наукомістких і традиційних послуг; аномально великих розмірів досягають охоронний бізнес, деякі види розваг і рекреації і т. д. Існують великі регіональні контрасти. Столиця швидко здобуває постіндустріальний вигляд, великі міста і центральні райони країни в рівнях і стандартах обслуговування набагато перевершують периферію, що найчастіше живе по-старому. У споживанні послуг особливо яскраво виражена сама небезпечна хвороба нашого суспільства — величезний розрив у рівнях доходів населення. У цілому ряді галузей склався невеликий процвітаючий оазис, що обслуговує потреби забезпечених верств населення в сервісі високої якості і навіть світового рівня, тоді як у споживчому кошику основної маси населення частка послуг (крім житлово-комунальних) продовжує залишатись вкрай низькою.

Значною є диференціація обсягу послуг (реалізованих) у розрахунку на одну особу в регіональному розрізі. Якщо, скажімо, у 2007 р. у середньому по Україні він склав 932 грн., то в Тернопільській області — всього лише 303 грн. У Києві на одного жителя реалізується послуг у 6 разів більше, ніж у середньому по Україні і у 18,5 разів — ніж у Тернопільській області.

Таким чином, модернізація соціальної сфери — це основа її стійкого розвитку, це узгоджена реалізація ряду взаємопереплетених процесів, до найважливіших з яких слід віднести:

- по-перше, технологічну модернізацію, пов'язану зі змінами того набору способів, із допомогою яких вирішуються проблеми забезпеченості населення відповідними благами й ресурсами;
- по-друге, соціальну модернізацію, що передбачає зміну професійної, соціальної та освітньої структур суспільства у відповідь на вимоги, що ставляться технологічною модернізацією;
- по-третє, інституційну модернізацію, пов'язану зі зміною економічних і правових механізмів регулювання інвестування та виробництва продукту, виходячи

із вимог, що пред'являються технологічною модернізацією;

- по-четверте, політичну модернізацію, направлену на створення в країні сприятливих умов для розвитку інвестиційних взаємозв'язків, покращення інвестиційного клімату.

Тому подальша трансформація соціальної сфери має бути направлена не лише на зростання обсягу, розширення асортименту, підвищення якості, але і на зближення показників у регіональному розрізі.

#### Список використаних джерел :

1. Бюлетень Національного банку України: [стат. бюл.]. — 2008. — № 6 (183). — 178 с.
2. Журавская Н. Т. Франчайзинговая форма продвижения инноваций вузов на образовательном рынке / Н. Т. Журавская, Ю. А. Журавский // Вестник Томского государственного университета. Экономика: [сб. науч. трудов]. — 2007. — № 1. — С. 99–101.
3. Куценко В.І. Вища і післядипломна освіта в ринкових умовах / В.І. Куценко. – К.: РВПС України НАН України. – 2009. – 224 с.
4. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України у 2008 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України): [стат.зб.]. – К.: Дежкомстат, 2008. – С. 52
5. Статистичний щорічник України за 2009 рік: [стат. зб.]. – К.: Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010. – 566 с.

*Стаття надійшла до редакції 6 квітня 2011 року.*

\* Для поліпшення ситуації в науковій сфері у 2008 р. Президент України видав відповідний Указ.



ТОВ "ДКС Центр"