

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Кафедра історії України, економічної теорії та туризму

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ
ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ГЕОГРАФІЯ
СФЕРИ ПОСЛУГ»**

**(для студентів II курсу факультету економіки та менеджменту
спеціальності «Туризм»)**

Методичні вказівки до семінарських занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Географія сфери послуг» (для студентів другого курсу факультету економіки та менеджменту спеціальності 242 «Туризм») / О. В. Терлецька. Львів, 2019. 27с.

Рецензент: доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України Львівського національного університету ім. Івана Франка **Лозинський Роман Мар'янович.**

Програма затверджена на засіданні кафедри історії України, економічної теорії та туризму протокол № 8-2 від 30.08.2019 р.

Рекомендовано до друку методичною комісією факультету економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

ВСТУП

У сучасному світовому господарстві відбуваються радикальні зміни у співвідношенні сфер матеріального виробництва і послуг, які називають революцією послуг. Ще донедавна послугам відводилась другорядна роль, пріоритет надавався виробничій сфері. Однак, на початку ХХІ ст. роль сфери послуг зростає. Частка населення, зайнятого у цій сфері, непинно зростає. Найбідніші країни мають примітивну сферу послуг, в якій зайнято менше 10-15% населення (Ефіопія – 13%, Нігер – 6%). У високорозвинених країнах у сфері послуг зайнято вже 65-75% населення і ця частка постійно збільшується. Послуги стали головним продуктом світової торгівлі.

Розвинена сфера послуг – обов'язкова складова сучасного суспільства і важлива передумова його поступального розвитку. Без сфери послуг та обслуговування неможливий сам процес виробництва. Вона заощаджує витрати робочого часу населення на задоволення власних потреб і збільшує вільний час людей. Висока частка сфери послуг – ознака значного соціально-економічного розвитку регіону чи країни.

Метою даного курсу є надання студентам знань з суспільно-географічних досліджень сфери послуг та формування навичок практичної діяльності зі збору первинної інформації, її представлення та аналізу, визначення складових територіальної організації і рівня обслуговування населення послугами окремих галузей та рівня розвитку сфери послуг в цілому.

Завдання курсу:

- охарактеризувати сутність сфери послуг;
- дати характеристику територіальних систем послуг;
- розкрити особливості розвитку підсистем сфери послуг.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

знати:

- понятійний апарат предмету географії сфери послуг;
- наукові основи географії сфери послуг;
- закономірності, принципи та фактори територіального розвитку сфери послуг;
- особливості розвитку сфери послуг;

вміти:

- прогнозувати і планувати територіальний розвиток сфери послуг;
- аналізувати ринок послуг в Україні;
- робити аналіз регіонального ринку послуг.

Структуру курсу побудовано таким чином, щоб поєднати теоретичне навчання з отриманням певних вмінь і навичок під час семінарських занять, спрямованих на активізацію пізнавальної діяльності студентів не тільки в аудиторний час, а й у процесі самостійної роботи.

Загальні положення для виконання самостійної роботи

Самостійна робота є однією з форм навчального процесу і охоплює як аудиторну, так і поза аудиторну роботу студентів.

Однією з форм самостійної роботи студентів є вивчення матеріалів з літературних джерел, періодичних видань, законодавчих документів. Для раціонального запам'ятовування матеріалу потрібно скласти конспект основних тез або посилань на конкретні сторінки, що дозволить швидко знайти потрібний матеріал.

Готуючись до лекції, студенту треба опрацювати матеріал попередньої, користуючись додатково підручниками зі списку рекомендованої літератури. Це має особливе значення, оскільки в лекціях висвітлюється не весь матеріал, а лише основні теоретичні положення, найактуальніші проблеми.

Другою формою самостійної роботи є підготовка до семінарських занять, яка починається після опрацювання лекційного матеріалу. Студент повинен уважно вивчити теоретичні положення теми для відповіді на контрольні питання, які наведено у даних методичних вказівках. Метою проведення семінарського заняття є здійснення контролю опанування матеріалу студентами.

Наступною формою самостійної роботи для студентів заочної форми навчання є написання контрольних робіт з окремих тем чи розділів навчального курсу. Вони є важливим засобом перевірки знань студентів та використовуються під час підсумкового контролю.

Теми контрольних робіт обираються кожним студентом самостійно із числа запропонованих. Разом із тим, студенти можуть вносити свої пропозиції щодо тематики.

Однією з форм контролю є підготовка рефератів з основних питань тем. Написання реферату дає студентам можливість глибше вивчити проблемні питання. Студенти набувають навичок самостійної роботи з літературою, нормативними

документами, вміють систематизувати матеріали і викладати його в письмовій формі.

Головні вимоги до змісту реферату – творчий підхід щодо підбору та викладення матеріалу. Реферат включає титульний аркуш, план, висновки, список використаної літератури. Обсяг реферату – не більше 10 сторінок друкованого тексту.

Формою самостійної роботи є також підготовка до іспиту. Вона пов'язана з систематичним вивченням питань та вмінням логічно викладати суть питання.

Тематика семінарських занять

I. Сфера послуг та її місце в світовій економіці.

Класифікація послуг.

План

1. Поняття «Послуга» і «Сфера послуг»

«Послуга» – особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства. Особливістю послуг як товару (порівняно зі звичайним товаром (втіленим у речі), з матеріальними благами) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність; – специфічний продукт праці, який не набуває речової форми і споживча вартість якого на відміну від речового продукту праці полягає в корисному ефекті живої праці; – підприємницька діяльність, що на відміну від виробництва продукції полягає у постачанні на ринок таких цінностей, які не мають матеріального характеру; Також існує багато інших підходів щодо визначення поняття «послуга».

2. Секторна модель економіки, місце у ній сфери послуг.

Сфера послуг та її місце у світовій економіці.

В економічній теорії існує поняття “секторальної структури” економіки, в основі якого є поділ економіки на сектори за моделлю Фішера-Кларка. Відповідно до цієї моделі, до первинного сектора належить діяльність, що пов’язана з одержанням первинних ресурсів, асоційованих із чинниками виробництва на зразок “земля” (сільське й лісове господарство, рибальство, гірничодобувна промисловість), а до вторинного сектора – галузі обробної промисловості. Третинний сектор охоплює сферу послуг (які Фішер зараховував до “нематеріального” виробництва).

Сфера послуг представляє собою сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення.

Останні десятиліття характеризуються збільшенням ролі сфери послуг у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, спостерігається зростання числа зайнятих у цій сфері. У національних економіках розвинутих країн сфера послуг за значущістю посідає головне місце.

3. Зв'язок сфери послуг з іншими сферами світової економіки.

Сфера послуг почала розвиватися швидкими темпами, залучаючи все більше підприємців та створюючи нові робочі місця. Основною перевагою сфери послуг, на

думку підприємців, є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

Останні десятиріччя характеризуються посиленням ролі сфери послуг у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, простежується зростання числа зайнятих у цій сфері. В умовах сучасного суспільства для сфери послуг характерні такі особливості, як високий динамізм, територіальна сегментація, висока швидкість обороту капіталу, значна чутливість до ринкової кон'юнктури у зв'язку з неможливістю транспортування й складування послуги, індивідуальність і нестандартність наданих послуг, висока диференціація продукту в одній галузі, невідповідність інформації у виробника та споживача.

З'явилися нові види послуг, зокрема бухгалтерські, аудиторські, консалтингові та ін. Сфера послуг почала розвиватися швидкими темпами, залучаючи все більше підприємців та створюючи нові робочі місця. Основною перевагою сфери послуг, на думку підприємців, є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

4. Класифікація послуг.

Класифікація послуг - процес розподілу видів, різновидів послуг на відокремлені класи і категорії.

Класифікація послуг

| Основні класи послуг | Сфери послуг |
|---|---|
| 1. Відчутні дії, спрямовані на тіло людини | Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе |
| 2. Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти | Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги |
| 3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини | Освіта, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї |
| 4. Невідчутні дії з невідчутними активами | Банки, юридичні і консультаційні послуги |

5. Комерційні й некомерційні послуги.

Залежно від мети обміну, результатів тієї чи іншої діяльності розрізняють комерційні і некомерційні послуги. Комерційні послуги здійснюються в організаціях, метою яких є отримання прибутку. Тому іноді комерційні послуги називають маркетингом прибуткових організацій. А маркетинг неприбуткових утворень і організацій (наприклад, організації муніципального рівня, міста, регіону, школи, клініки і лікарні, різні партії) називають некомерційним послугами.

6. Виробничі і невиробничі послуги.

Виробництво послуг має свої особливості. Воно може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді. У зв'язку з цим розрізняють два види послуг:

- виробничі (матеріальні);
- невиробничі (нематеріальні).

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке «послуга» та «сфера послуг»?

Важливо визначити сутність поняття “послуга”. Існують два підходи до визначення послуги:

- 1) “послуга” як дія, що приносить користь, допомогу іншому;
- 2) “послуга” як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства.

В науковій літературі трапляються такі значення: послугу необхідно розуміти як особливу споживчу вартість, отриману певною працею, як і будь-який інший товар; особливість споживчої вартості послуги полягає в тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність (К. Маркс); послуга – процес, що складається із серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг (К. Гренрос).

2. Яка різниця між матеріальними та нематеріальними послугами?

Структура сфери послуг є такою:

- виробництво матеріальних послуг (транспорт, торгівля, житлово-побутове обслуговування та ін.);

– виробництво нематеріальних послуг (управління, діяльність армії й органів безпеки, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, шоу-бізнес, соціальне обслуговування, маркетинг, аудит, кредитування, страхування та ін.).

3. Що, на вашу думку, впливає на якість послуги?

На якість послуги впливає досить багато чинників, такі як: персонал та його кваліфікаційний рівень, стан здоров'я, настрій та інші характерні особливості виробника послуг. На оцінку якості послуг споживачем також впливають людські якості.

4. Як класифікують послуги?

У процесі класифікації послуг використовують різні критерії, найпоширенішими серед яких є:

а) специфіка поняття "послуга":

- - товар як об'єкт комерційної діяльності (платні послуги);
- - дія, спрямована на те, щоб принести користь споживачу (безоплатні послуги);

б) місце послуги у суспільному виробництві:

- - послуги, скеровані на виробниче споживання (транспортне перевезення вантажів, інжиніринг та ін.);
- - послуги, скеровані на особисте споживання (туризм, готельний сервіс та ін.);

5. Яку роль у розвитку економіки країни виконує сфера послуг?

Сьогодні ринок насичений великою кількістю і широким асортиментом товарів, що, відповідно, призводить до зростання попиту на послуги. Все це впливає на структурні зміни в економіці країн, свідчить про позитивні зміни у виробництві та розвитку сфери послуг, структурі зайнятості населення. Слід зазначити, що третинний сектор економіки вносить вагомий внесок у збільшення добробуту багатьох країн економічно ефективного виду вкладення капіталу.

6. Яка різниця між комерційними та некомерційними організаціями?

Відмінності між комерційною та некомерційною організаціями істотні, а найголовнішою ознакою класифікації є отримання прибутку. Так, комерційна

організація ґрунтується лише для того, щоб отримувати грошові кошти від своєї діяльності. Але некомерційна організація переслідує зовсім іншу мету - не отримувати прибуток, але представляти інтереси населення для створення суспільно значущих благ для людства. Крім того, організатори комерційної компанії отримують дохід у вигляді дивідендів або відсотків від чистого прибутку, в той час як засновники некомерційного об'єднання працюють на добровільних засадах.

ЗАВДАННЯ

1. До **матеріальних послуг** можемо віднести:

- а) послуги підприємств і організацій, які задовольняють матеріальні потреби споживача;
- б) послуги, які задовольняють соціально-культурні потреби споживача, інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти та ін.

2. Заповніть таблицю.

Основна класифікація послуг

| Основні класи послуг | Сфери послуг |
|----------------------|--------------|
|----------------------|--------------|

3. Чи згодні ви з тим, що сфера послуг в Україні ще недостатньо розвинена?
(Обґрунтуйте свою думку)

Література до теми I:

1. Абрамов М.А. География сервиса. Сфера обслуживания в СССР. М.: Мысль, 1985. 255 с.
2. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. 350 с.
3. Алексеев А.И. География сферы обслуживания: основные понятия и методы. Тверь: Твер. гос. ун-т., 1991. 117 с.
4. Барановський М.О. Економічна та соціальна географія України: практикум: навч.метод. посібн. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя. 2012. 75 с.
5. Блажко Н.И. Системный подход к исследованию сферы обслуживания. Вопросы географии. 1972. № 91. С. 67–81.
6. Блажко Н.И. Типизация поселений по признаку их места в региональных системах обслуживания. Экономическая география. 1981. Вып. 30. С. 44–49.

II Географія сфери послуг: предмет, завдання, структура, методи.

План

1. Географія як наука, місце у ній географії сфери послуг.

Сфера обслуговування населення — це сфера суспільної діяльності, в якій здійснюється виробництво послуг, доведення їх до споживачів, а також обслуговування процесу споживання для задоволення потреб населення. Сфера послуг становить сукупність галузей народного господарства, продукція яких має вигляд послуг.

2. Предмет і завдання географії сфери послуг, її зв'язок з іншими науками.

Предметом вивчення географії сфери послуг є загальні засади розвитку організаційно-економічних процесів, а також характерні для сфери послуг принципи, механізми і форми організації процесів управління виробництвом та реалізацією послуг.

Роль сфери обслуговування в процесі суспільного виробництва й відтворення визначається тим, що, по-перше, без сфери обслуговування неможливий сам процес виробництва й відтворення, по-друге, розвиток сфери сприяє збільшенню вільного часу людини і, по-третє, забезпечує матеріальні потреби людей, духовні блага й соціальні послуги.

3. Структура географії сфери послуг.

Незважаючи на те, що понині немає загальноприйнятої (єдиної) класифікації СП, ми дотримуємося функціонального групування галузей (видів діяльності), які задовольняють потреби населення у певному виді послуг. Під цим кутом зору можна виокремити такі види послуг: торгівля й громадське харчування; транспорт і зв'язок з обслуговування населення; житлово-комунальне господарство; побутове обслуговування; охорона здоров'я; рекреаційне обслуговування; народна освіта, культура, мистецтво; кредитування й страхування, апарат управління тощо.

4. Методологія і методи досліджень в географії сфери послуг.

Методика. Процес дослідження соціальної інфраструктури умовно можна поділити на чотири етапи.

На першому етапі дослідження потрібно ознайомитися із станом досліджуваної проблеми, визначити об'єкт та предмет дослідження, що пов'язаний в першу чергу з ознайомленням із понятійним апаратом та аналізом методичних підходів.

Другий етап складається з проведення аналізу рівня розвитку соціальної інфраструктури та дослідження впливу різноманітних чинників на її розвиток та розміщення.

Третій етап полягає у виявленні тенденцій розвитку соціальної інфраструктури та напрямів удосконалення її розвитку та розміщення; аналізу основних засад державного регулювання розвитку та механізму вдосконалення територіальної організації соціальної інфраструктури.

Четвертий етап базується на визначенні перспектив розвитку соціальної інфраструктури та розробці прогнозів, на основі яких розробляються соціально-економічні програми розвитку.

5. Джерела вивчення географії сфери послуг.

Соціальна географія вирізняється в першу чергу через те, що досліджує інтереси людини, мотивацію її поведінки, взаємодію і взаємозв'язки людини з соціальними та іншими групами суспільства в територіальному аспекті. Тобто центральним об'єктом дослідження соціальної географії є людина, людський соціум, суспільні групи, територіальні та інші спільності людей. Об'єктом дослідження соціальної географії є також соціальна сфера в просторовому вимірі.

6. Найважливіші поняття і терміни географії сфери послуг.

Сфера послуг. Послуга. Географія сфери послуг. Класифікація послуг. Соціальна географія. Соціум. Секторальна модель економіки.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що є об'єктом дослідження соціальної географії?

Об'єктом дослідження соціальної географії є соціальна сфера в просторовому вимірі.

2. Які установи та підприємства входять до сфери послуг?

До сфери послуг (СП) належать заклади, установи, підприємства, що виконують специфічні суспільні функції, безпосередньо спрямовані на задоволення особистих матеріальних і духовних потреб людей (населення) з метою підвищити їхній життєвий рівень.

3. Перелічіть основні функції сфери послуг.

Роль сфери обслуговування в процесі суспільного виробництва й відтворення визначається тим, що, по-перше, без сфери обслуговування неможливий сам процес виробництва й відтворення, по-друге, розвиток сфери сприяє збільшенню вільного

часу людини і, по-третє, забезпечує матеріальні потреби людей, духовні блага й соціальні послуги.

4. Що є предметом вивчення географії сфери послуг?

Предметом вивчення географії сфери послуг є загальні засади розвитку організаційно-економічних процесів, а також характерні для сфери послуг принципи, механізми і форми організації процесів управління виробництвом та реалізацією послуг.

5. Що таке територіальна система сфери послуг?

Територіальна система сфери обслуговування — це комплекс різних видів підприємств сфери послуг, єдиних за функціональним призначенням, покликаних забезпечити необхідні умови для відтворення і всебічного розвитку певної територіальної спільності населення.

6. Перелічіть та охарактеризуйте основні категорії послуг.

Категорії послуг диференціюються відповідно до їхнього значення й частоти попиту. Перша, або низька, категорія послуг задовольняє повсякденні життєві потреби населення. Вони поширені повсюдно й досить пропорційно щодо населення (житло, гастрономи, громадське харчування, початкові школи тощо). Друга категорія послуг задовольняє періодичні потреби людини (бібліотеки, кінотеатри, аптеки тощо). Третя категорія — епізодичні потреби (театр, спеціалізовані медичні центри тощо).

ЗАВДАННЯ

1. Проаналізуйте дані табл. 1. та охарактеризуйте зміни в обсязі надання послуг населенню. Кількість яких послуг зроста порівняно з 2009 р. Які можна зробити висновки на основі аналізу таблиці?

Таблиця 1

Обсяг послуг реалізованих населенню (%)

| | 2009 | 2010 |
|--|------|------|
| Загальний обсяг послуг реалізований населенню | 24 | 23.2 |
| Послуги пошти та зв'язку | 32.5 | 30 |
| Проведення операцій з нерухомим майном | 10.9 | 11.2 |
| Послуги охорони здоров'я | 5.9 | 6.3 |
| Послуги освіти | 5.2 | 5 |
| Послуги у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг | 5.2 | 4.3 |
| Послуги готелів | 3.3 | 3.7 |

2. Розробіть ієрархію центрів обслуговування для свого регіону. Проаналізуйте наявність видів обслуговування в виділених центрах. Нанесіть на контурну карту центри обслуговування різних рангів. Які на вашу думку, варто послуги розвивати в тих чи інших центрах обслуговування? Обґрунтуйте свою відповідь.

Література до теми II:

1. Дудник І.М. Територіальна організація послуг. Курс лекцій. Полтава: ПІБ МНТУ, 2002. 100 с.
2. Иванов Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления. СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 2000. 22 с.
3. Корнус О.Г. Сфера обслуговування населення Сумської області: суспільно-географічні аспекти: [монографія]. Харків – Суми. 2009. 228 с.
4. Куценко В.І. Трансформації соціальної сфери України: регіональний аспект: [монографія]. К.: Оріони, 2005. 400 с.
5. Леонтєва Г.Г. Географія сфери обслуговування населення (факультативний курс): [навчальний посібник]. Суми: Слобожанщина, 1998. 64 с.
6. Леонтєва Г.Г. Географія Сумської області: населення і господарство: [навчальний посібник]. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2006. 72 с.

III Географія фінансових послуг.

План

1. Сутність фінансових послуг.

Фінансові послуги — операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, — і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

2. Види фінансових послуг.

Фінансові послуги можна певним чином класифікувати з огляду на особливості їх надання клієнтам. Так, за спрямованістю на задоволення потреб клієнтів виокремлюють:

- — прямі послуги, що безпосередньо спрямовані на задоволення відповідних інтересів клієнта (платіжні, комерційні, інвестиційні, страхові);
- — непрямі, або супутні, послуги без отримання клієнтом додаткового доходу (як правило, полегшують надання прямих послуг: клірингові послуги, телефонне

управління рахунком, видача плас-тикових карток на основі депозитного рахунку та ін.);

- — непрямі послуги, що дають клієнту додатковий дохід або знижують витрати при отриманні прямих послуг (інвестування залишків на поточних рахунках в одноденні депозити тощо).

3. Види підприємств фінансової сфери.

Залежно від основних форм власності (приватна, колективна, державна) розрізняють такі організаційні види підприємств - одноосібне володіння, партнерство, або товариство, корпорація (акціонерне товариство), державне підприємство.

4. Історико-географічні особливості розвитку сфери фінансових послуг.

Географічне положення - це розміщення держави стосовно поверхні Землі, а також стосовно інших держав, із якими вона взаємодіє. Географічне положення надає уявлення про природні і соціально-економічні-умови та про їх особливості їх в різних районах країни.

Порівняння країн за природними умовами і ресурсами передбачає зіставлення їх територій, мінерально-сировинних баз, водних, земельних і кліматичних ресурсів. Населення і трудові ресурси оцінюють за демографічними показниками (народжуваність, смертність, тривалість життя, приріст населення, статеві віковий склад, механічний рух); національним і релігійний складом, соціальною, освітньою і фаховою структурою, якістю робочої сили.

Спеціалізацію промисловості і сільського господарства порівнюють, розглядаючи галузеву і територіальну структури.

5. Чинники розвитку фінансових послуг на певній території.

Географічне положення - це розміщення держави стосовно поверхні Землі, а також стосовно інших держав, із якими вона взаємодіє. Географічне положення надає уявлення про природні і соціально-економічні-умови та про їх особливості їх в різних районах країни.

Порівняння країн за природними умовами і ресурсами передбачає зіставлення їх територій, мінерально-сировинних баз, водних, земельних і кліматичних ресурсів. Населення і трудові ресурси оцінюють за демографічними показниками (народжуваність, смертність, тривалість життя, приріст населення, статеві віковий склад, механічний рух); національним і релігійний складом, соціальною, освітньою і фаховою структурою, якістю робочої сили.

Спеціалізацію промисловості і сільського господарства порівнюють, розглядаючи галузеву і територіальну структури.

6. Головні світові центри фінансових послуг.

В операціях світового фінансового ринку, беруть участь національні валютні, кредитні й фондові ринки, які тісно переплітаються з аналогічними світовими ринками. При цьому на основі величезних національних ринків, що виконують міжнародні операції, склалися світові фінансові центри: Нью-Йорк, Лондон, Цюрих, Люксембург, Франк-фурт-на-Майні, Сінгапур, Гонконг, Багамські Острови, Панама, Бахрейн та ін. У цих центрах зосереджені міжнародні банки, банківські консорціуми, фондові біржі, які здійснюють міжнародні валютні, кредитні операції, а також операції з цінними паперами й золотом.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке фінансові послуги?

Фінансова операція — це будь-яка операція, пов'язана зі здійсненням або забезпеченням здійснення платежу суб'єктом фінансового моніторингу.

Фінансові послуги є результатом діяльності фінансових посередників з фінансовими активами. Фінансові послуги платні, а мета їх надання полягає в одержанні фінансовою установою прибутку.

2. Назвіть ти основні ознаки фінансової послуги.

Визначають три головні ознаки будь-якої фінансової послуги, а саме:

- 1) операції здійснюються на користь третіх осіб, тобто мають посередницький характер;
- 2) предметом операції є фінансові активи;
- 3) мета операції — одержання прибутку або збереження реальної вартості фінансового активу.

3. Що таке фінансова операція?

Фінансова операція — це будь-яка операція, пов'язана зі здійсненням або забезпеченням здійснення платежу суб'єктом фінансового моніторингу.

4. Назвіть, що згідно Закону України "Про фінансові послуги та державне

регулювання ринків фінансових послуг" належить до фінансових послуг?

Відповідно до Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" від 12 липня 2001 р. № 2664-ІІ, фінансові послуги — операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених

законодавством, — і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

5. Які ви знаєте види фінансових послуг?

Фінансові послуги можна певним чином класифікувати з огляду на особливості їх надання клієнтам. Так, за спрямованістю на задоволення потреб клієнтів виокремлюють:

— прямі послуги, що безпосередньо спрямовані на задоволення відповідних інтересів клієнта (платіжні, комерційні, інвестиційні, страхові);

— непрямі, або супутні, послуги без отримання клієнтом додаткового доходу (як правило, полегшують надання прямих послуг: клірингові послуги, телефонне управління рахунком, видача плас-тикових карток на основі депозитного рахунку та ін.);

— непрямі послуги, що дають клієнту додатковий дохід або знижують витрати при отриманні прямих послуг (інвестування залишків на поточних рахунках в одноденні депозити тощо).

6. Чим являється товариство з обмеженою відповідальністю?

У товариствах з обмеженою відповідальністю майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проектів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

ЗАВДАННЯ

1. Зробіть порівняльну характеристику двох на вибір фінансових центрів світу.
2. Зобразіть у вигляді таблиці класифікацію фінансових послуг за рівнем складності.

Література до теми III:

1. Мазаракі А.А. Світовий ринок товарів та послуг: регіональна структура: [навчальний посібник]. К.: Видавничий центр КДТЕУ, 1998. 168 с.
2. Меркушева Л.А. География сферы обслуживания населения (теория и методология): [монографія]. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1989. 184 с.
3. Новіков В.М. Організація і розвиток соціальної сфери (зарубіжний і вітчизняний досвід). К.: ІЕ НАН України, 2000. 247 с.

4. Пилипенко І.О. Методика суспільно-географічних досліджень (на матеріалах Херсонської області): [навчальний посібник]. Херсон: ПП Вишемирський В. С., 2007. 112 с.
5. Территориальная организация производства товаров и услуг: [монография в 2 т.]. К.: Наукова Думка, 1987. Т. 2. «Производство и потребление услуг». 223 с.

IV Географія торгівельних послуг.

План

1. Сутність торгівельних послуг.

Різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям в процесі придбання або споживання товарів є торговельними послугами. Ці послуги мають споживчу вартість, яка може виражатися в матеріальній і нематеріальній формах.

2. Види торгівельних послуг.

Для правильної організації надання торговельних послуг їх необхідно правильно класифікувати.

Так, залежно від характеру участі галузей народного господарства в процесі надання послуг можна виділити послуги, які надаються силами працівників торгівлі (наприклад, дрібна переробка швейних виробів, придбаних у магазині); послуги, які надаються силами працівників підприємств побутового обслуговування (наприклад ремонт годинників); послуги, які надаються силами працівників підприємств інших галузей народного господарства (перевезення товарів засобами транспортних підприємств, обмін валюти обмінним пунктом комерційного банку тощо).

3. Види підприємств торгівельної сфери.

У сфері оптової торгівлі виділяють такі підприємства:

- склад товарний (універсальний, спеціалізований, змішаний);
- магазин-склад;

у сфері роздрібною торгівлі:

- магазин, який може бути: продовольчим, непродовольчим, змішаним (за товарною спеціалізацією), універсальним, спеціалізованим, вузькоспеціалізованим, комбінованим, неспеціалізованим (за товарним асортиментом), з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками, торгівлею за замовленням (за методом продажу товарів);

- павільйон;
- кіоск, ятка;
- палатка, намет;
- лоток, рундук;
- склад товарний;
- крамниця-склад, магазин-склад.

4. Історико-географічні особливості розвитку торгівлі.

Торговельна діяльність в Україні на сьогодні є однією з найпоширеніших форм підприємництва. У статутних документах будь-якого підприємства як вид підприємницької діяльності найчастіше зазначається торгівля.

Для того щоб з'ясувати, що означають поняття торговельної діяльності, оптової торгівлі, роздрібною торгівлі та інші терміни, пов'язані з торговельною діяльністю, слід звернутися до законодавства.

5. Головні світові центри торговельних послуг.

Світова організація торгівлі (СОТ) – єдина міжнародна організація, що опікується глобальними правилами торгівлі між країнами. Її головна функція – забезпечувати, щоб торгівля відбувалася настільки легко, передбачувано і вільно, наскільки можливо. СОТ стала наступницею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), укладеної після Другої світової війни. Тож попри те, що СОТ – одна з наймолодших міжнародних організацій, багатосторонній торговельній системі, початково закладеній ГАТТ, вже понад 60 років.

6. Найбільші торговельні компанії світу.

Згідно з даними агентства Bloomberg, перше місце за величиною наразі займає американський нафтовиробник Exxon Mobil з капіталізацією за підсумками торгів 28 грудня в \$ 370,22 млрд (зростання за рік на 13%).

У минулому році на аналогічну дату перші два місця зайняла китайська нафтова компанія Petro China і Exxon Mobil, ринкова вартість яких становила відповідно \$ 346,66 млрд і \$ 327,94 млрд.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке торговельні послуги?

Послуги, які в підприємствах роздрібною торгівлі надаються безпосередньо покупцям, дістали назву торговельних послуг. Торговельні послуги — це різноманітні види корисних дій, які додатково надаються торговельними підприємствами гуртовим і роздрібним покупцям у ході здійснення ними купівлі або Споживання товарів.

2. В чому полягає різниця між торгівельними та торговельно-посередницькими послугами?

Торговельно-посередницькі послуги, які представляють собою комерційну, представницьку діяльність фізичних та юридичних осіб щодо здійснення окремих стадій торговельного обігу на договірній основі. Вони охоплюють всі операції щодо купівлі-продажу сировини, обладнання, нерухомості, товарів і послуг, цінних паперів, а також операції, пов'язані з організацією просування товарів на ринку.

3. Основні види торгівельних послуг.

Пов'язані з купівлею товару (приймання замовлень на товари, надання компетентних консультацій, інформування про розташування комплексів і відділів, секцій, салонів, товарних груп і окремих видів товарів у торговому залі, про торговельні послуги, які надаються в магазині, демонстрація технічно складних товарів у дії, упакування товарів і їх доставка додому покупцеві). Для організації такого виду послуг, як правило, не потрібно великих додаткових витрат, виділення окремих приміщень і спеціально підготовлених працівників.

Послуги, які надаються покупцям після придбання товарів, — підгонка костюмів та інших видів швейних виробів під фігуру клієнта, розкрій куплених тканин, доставка товарів за вказаною адресою, переробка (облагороджування) деревини, виготовлення виробів із дерева, залізобетону, гасіння вапна, нарізання скла, настроювання музичних інструментів, заточування ножів і ножиць, доставка, установлення і налагодження вдома в покупця окремих видів відносно складних видів електронної техніки (комп'ютерів, телефонів, музичних центрів). Ці послуги в основному створюють зручності покупцям поза магазинами або полегшують експлуатацію придбаних виробів. Такі послуги, як правило, повинні оплачувати покупці.

Послуги, які сприяють ефективній реалізації товарів — створення сприятливої й затишної атмосфери з високою культурою обслуговування, організація буфетів, кафе типу "бістро", кімнат відпочинку та дитячих кімнат, а також камер схову, гардеробів, відділів зв'язку, телефонів-автоматів, пунктів обміну валюти, стоянок для автомобілів зі зручним паркуванням поблизу торговельного підприємства, організація ремонтних майстерень, довідкового бюро та ін. Ці послуги мають переважно культурно-побутовий характер, вони забезпечують створення різноманітних зручностей для покупців, у тому числі потенційних, під час їх перебування в магазині.

4. Що таке «експорт» та «імпорт»?

Експорт означає, що товари та послуги, вироблені в одній країні, реалізуються поза її межами. Як правило, вивозяться товари, внутрішні ціни яких нижчі, ніж ціни на світовому ринку. Розрізняють видимий і невидимий експорт.

Імпорт - це товари та послуги, вироблені поза межами даної країни, але ввезені і спожиті у ній. Імпортують, як правило, товари, ціни яких на світовому ринку нижчі за ціни внутрішнього ринку.

5. Якими основними напрямками здійснюється міжнародна торгівля?

Міжнародна торгівля здійснюється двома основними напрямками: напряму і через посередників. При торгівлі напряму немає комісійних витрат на послуги посередників, що скорочує трансакційні витрати і прискорює торгівлю. Але для здійснення такої торгівлі необхідні ґрунтовні знання партнера, висока кваліфікація та досвід. Торгівля через посередників простіша для її суб'єктів, але вимагає більше трансакційних витрат. Тут головну роль відіграють міжнародні біржі, ярмарки, виставки і аукціони.

6. Що таке світова ціна або ціна світового ринку?

Важливим елементом міжнародної торгівлі є світова ціна, або ціна світового ринку. Це грошове вираження інтернаціональної вартості товару відповідної якості. Її рівень визначається рядом факторів: рівнем затрат на виготовлення одиниці продукції, ступенем конкурентоздатності товарів на світовому ринку, мірою і характером впливу держави на зовнішньоекономічну діяльність, коливанням валютних курсів. Характерною ознакою світових цін є їх множинність на однорідний товар.

7. Назвіть найбільші торгівельні компанії світу.

Між тим, зі списку лідерів пішли американські компанії Johnson & Johnson і JPMorgan Chase & Co., котрі опустилися на 21-е місце з 15-го і на 22-е з 19-го відповідно. Також вийшла з двадцятки британська нафтогазова компанія BP, яка зараз вона посідає 34-й рядок з ринковою вартістю в \$ 137,02 млрд.

У двадцятку найбільших компаній світу входять шість представників телекомунікаційної та комп'ютерної галузей (в порядку позицій списку: Apple, Microsoft, China Mobil, Google, IBM і AT & T), п'ять нафтовиробників (Exxon, PetroChina, Petrobras, Royal Dutch Shell, Chevron), чотири фінансові інститути (ICBC, China Construction Bank, Berkshire Hathaway, HSBC Holdings), три компанії, орієнтовані на споживачів (Nestle, Wal-Mart, Procter & Gamble), а також BHP Billiton і General Electric.

ЗАВДАННЯ

1. За даними табл. 2 порівняйте структуру продажу продовольчих товарів за 1990-2010 роки. Яких змін вона зазнала за вказаний період? Чим це можна пояснити?

Таблиця 2

Продаж продовольчих товарів через торгову мережу підприємств, тис. т

| | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 |
|---|-------|------|------|------|------|
| М'ясо та м'ясопродукти | 2384 | 562 | 236 | 325 | 452 |
| Масло вершкове | 318 | 84 | 24 | 32 | 31 |
| Олії рослинні | 228 | 50 | 34 | 66 | 122 |
| Сири різного типу | 147 | 34 | 16 | 42 | 67 |
| Цукор | 1802 | 262 | 118 | 129 | 143 |
| Кондитерські вироби | 997 | 239 | 155 | 225 | 268 |
| Чай | 24 | 10 | 3 | 7 | 11 |
| Борошно, хлібобулочні та макаронні вироби | 7568 | 3222 | 1493 | 953 | 807 |
| Картопля | 1372 | 209 | 73 | 78 | 93 |
| Овочі | 2342 | 397 | 139 | 151 | 253 |
| Плоди: ягоди, виноград | 449 | 94 | 70 | 148 | 332 |
| Усього | 17631 | 2579 | 5163 | 2361 | 2156 |

2. Напишіть реферат про одну з найбільших торговельних компаній світу.

Література до теми IV:

1. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: [навчальний посібник]. Одеса: Астропринт, 2001. 560 с.
2. Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: [навчальний посібник]. Одеса: Астропринт, 2005. 632 с.
3. Юрковский В.М. География сферы обслуживания: [учебное пособие]. Киев: УМК ВО, 1989. 82 с.
4. Юрченко С.А. География инфраструктуры: [учебное пособие]. Х.: ХНУ им. В. Н. Каразина, 2003. 180 с.
5. Баркова Г.А. Суспільно-географічний аналіз системи охорони здоров'я населення України: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Харк. нац. ун-ту. 2005. № 704. С. 3–10.
6. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: [учебное пособие]. М.: КНОРУС, 2007. 328 с.

V Географія будівельних послуг.

План

1. Сутність будівельних послуг.

Будівництво - вид економічної діяльності, який забезпечує створення нових, розширення, реконструкцію і ремонт діючих будівель і споруд.

Кінцевим результатом більшості видів будівельних робіт є продукція будівництва.

2. Види будівельних послуг.

Нове будівництво, розширення або реконструкція діючих будівель чи споруд здійснюються у процесі будівельних робіт. Відповідно до Центральної статистичної класифікації продукції за видами економічної діяльності, до *будівельних робіт* належать:

- роботи з підготовки будівельних ділянок;
- загальнобудівельні роботи зі зведення об'єктів цивільного будівництва;
- монтажні та спеціальні роботи з обладнання будівель і споруд;
- роботи із завершення будівництва та оренди будівельної техніки з оператором.

3. Види підприємств сфери будівництва.

Господарські товариства можуть створюватись у формі повного товариства або товариства на вірі.

Акціонерні товариства, статутний капітал якого розділено на певну кількість акцій.

Відкрите акціонерне товариство – учасники можуть відкликати свої акції без згоди акціонерів.

Товариство з обмеженою відповідальністю. Засноване однією або кількома особами товариства, статутний капітал розділено на частки.

Товариство з додатковою відповідальністю. Акціонери солідарно несуть відповідальність за його зобов'язаннями в однаковому для всекратному розмірі до витрат їх внесків (своїм майном).

4. Історико-географічні особливості розвитку будівництва.

Сучасна будівельна індустрія України випускає матеріали, вироби, деталі і конструкції для всіх видів будівництва. До основної її продукції належать: стінові матеріали (цегла, панелі гіпсові і бетонні, шлакоблоки), в'язучі (вапно, цемент, будівельний гіпс), покрівельні матеріали (шифер, черепиця, руберойд, толь), будівельне скло, різноманітні ізоляційні, облицювальні, оздоблювальні матеріали, будівельна кераміка і фаянс, санітарно-технічні вироби тощо.

Забезпечує будівництво необхідними матеріалами хімічна промисловість, яка дає фарби, лаки, оліфи, клеючі речовини, лінолеум, пластмаси, смоли тощо.

5. Чинники розвитку будівництва на певній території.

Географія ресурсів будівництва.

Сучасне розміщення підприємств примисловості будівельних матеріалів склалося переважно під впливом двох чинників: сировинного і споживчого. На сировину орієнтуються видобувні виробництва. Вони зайняті видобутком і первинною переробкою піску, щебеню, гравію, виробництвом цементу, вапна, гіпсу і стінових матеріалів. До споживача тяжіють виробництва залізобетонних конструкцій, будівельного і віконного скла, шиферу тощо.

6. Найбільші будівельні компанії України.

Згідно з даними рейтингу “ТОП-100. Найбільші компанії України”, найбільшою будівельною компанією України (житлове та комерційне будівництво) за підсумками 2013 залишається “Київміськбуд”, чистий дохід якого за вказаний період склав 2,07 млрд грн (падіння на 12,05 % порівняно з 2012 роком). На другому місці рейтингу “К.А.Н Строй” з чистим доходом 1,24 млрд грн, що на 18,10% менше показника 2012 року. Замикає трійку лідерів “Концерн АВЕК і КО”, чистий дохід якого впав у 2013 році на 16,59% до 629 млн грн.

7. Найвідоміші будівельні проекти сучасності.

Сучасна архітектура не стоїть на місці, і ми кожного дня можемо спостерігати, як змінюються міста і простори завдяки найкращим архітектурним студіям світу.

Мандрівників, які приїжджають до якого міста, найчастіше цікавлять не старовинні пам'ятки, а нові або відносно нові будівлі. Туристів можна зрозуміти: часто сучасні архітектори в заочній суперечці з класиками намагаються перевершити один одного і створюють воістину неймовірні конструкції.

8. Географія промисловості будівельних матеріалів.

Промисловість будівельних матеріалів охоплює галузі й виробництва, що виготовляють різноманітні будівельні матеріали. Для свого розвитку вони використовують мінеральні ресурси (вапняк, гіпс, глину, пісок, каміння та ін.), відходи від галузей промисловості (золу, шлаки тощо). Видобуток природної

сировини здійснюється на всій території України, оскільки усі її регіони багаті на будівельні корисні копалини.

При розміщенні підприємств галузі насамперед враховується сировинний і споживчий чинники, адже будівельні матеріали використовуються будівництвом у великих кількостях. Оскільки природна сировина та споживач є всюди, то й підприємства промисловості будматеріалів розташовані по всій території.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке будівельні послуги?

Будівельна галузь посідає одне з основних місць в економіці держави та є сукупністю організацій, що характеризуються єдністю економічного призначення продукції, що виробляється для функціонування всіх галузей національної економіки країни, забезпечення побутових, соціально-культурних потреб населення, однорідністю матеріалів, що використовуються, спільністю технологічної бази і технологічних процесів, особливим професійним складом кадрів, специфічними умовами праці.

2. Назвіть суб'єкти та об'єкти будівельного ринку.

Із мікроекономічної точки зору будівельний ринок – це багатогалузева система виробництва, розподілу, обміну і споживання будівельної продукції та послуг будівельного комплексу.

Будівельний ринок як система до свого складу включає:

- суб'єкти будівельного ринку;
- об'єкти ринкових відносин;
- інфраструктуру ринку будівельного комплексу;
- ринковий механізм;
- державний контроль;
- регулювання та саморегулювання ринку.

3. Що таке будівельна організація?

Будівельна організація – це відособлена виробничо-господарська одиниця, основою якої є професійно організований трудовий колектив, здатний за допомогою наявних у його розпорядженні засобів виробництва виготовляти будівельну продукцію у вигляді: будівельних споруд, будівельних робіт і послуг відповідного призначення, профілю та типу.

4. Перелічіть основні риси сучасної будівельної організації.

Основні риси сучасної будівельної організації (підприємства):

- Організаційна єдність: будівельна організація – це певним чином організований постійний колектив зі своєю внутрішньою виробничою структурою та порядком управління і базується на ієрархічному принципі організації економічної діяльності.
- Майнова відповідальність: будівельна організація несе повну відповідальність усім своїм майном за різних обставин.
- Будівельна організація передбачає єдиноначальність і ґрунтується на прямих і адміністративних формах управління.
- Вступає у господарські відносини від власного імені, має самостійний баланс, розрахунок та інші розрахунки в банках і круглу печатку, дозвіл на виробництво будівельно-монтажних робіт і реалізацію своєї продукції, тобто кожна будівельна організація має бути ліцензованою.
- Оперативно-господарська і економічна самостійність – будівельна організація самостійно укладає різного роду угоди і здійснює операції, забезпечує прибуток або зазнає збитків, за рахунок прибутку забезпечує стабільне фінансове становище і подальший розвиток виробництва та власної інфраструктури.

5. Які види будівельних послуг вам відомі?

До будівельних послуг належать:

- - роботи з підготовки будівельних ділянок;
- - загальнобудівельні роботи зі зведення об'єктів цивільного будівництва;
- - монтажні та спеціальні роботи з обладнання будівель і споруд;
- - роботи із завершення будівництва та оренди будівельної техніки з оператором.

6. З яких трьох етапів складається будівельний процес?

Будівельний процес складається з трьох етапів:

1. Підготовка будівництва: техніко-економічне дослідження доцільності будівництва об'єкта, проектування об'єкта та інженерно-технічна підготовка до будівництва.

2. Будівництво: на будівельному майданчику відбувається з'єднання усіх технологічних елементів будівельного процесу, в результаті функціонування яких утворюється будівельна продукція; на даному етапі формуються сукупні фактичні витрати будівельного виробництва, матеріально-речовинні елементи будинків і споруд, їх архітектурно-будівельна виразність і якість.

3. Реалізація будівельної продукції: відбувається введення закінчених будівництвом об'єктів в експлуатацію і передача їх замовнику як основні фонди.

ЗАВДАННЯ

1. Складіть та заповніть таблицю.

Групування продукції будівництва за функціональним призначенням.

| | |
|-----------------------|--|
| Продукція виробництва | |
| | |
| | |

2. Напишіть реферат про один з найвідоміших будівельний проект сучасності.

Література до теми V:

1. Жовнір С.М. Суспільна та територіальна організація сфери послуг регіону в умовах ринкової трансформації (на прикладі Вінницької області): автореф. дис. канд. географ. наук. 11.00.02. НАН України, Ін-т географії. К., 2008. 20 с.
2. Жовнір С.М. Теоретичне дослідження сфери послуг: сутність та суспільна природа послуг. Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. праць. Вип. 238: Географія. Чернівці. Рута, 2004. С. 171–180.
3. Запотоцький С.П. Географія сфери обслуговування населення: аспекти понятійнотермінологічного апарату. Україна: географічні проблеми сталого розвитку. Т.3. К.: Обрії, 2004. С. 88–91.
4. Ковалев С.А. География сферы обслуживания как особая экономико-географическая дисциплина. География обслуживания. Сер. География СССР. 1974. Т. 11. С. 8 – 36.
5. Ковалев С.А. О географическом изучении сферы обслуживания. Вестник МГУ. Сер. География. 1973. № 6. С. 3–12.
6. Комплексний атлас України / за ред. Л.М. Веклич. К.: ДНВП «Картографія», 2005. 96 с.

VI Географія транспортних послуг

План

1. Сутність транспортних послуг.

Транспортні послуги - послуги, пов'язані з перевезенням готової продукції, сировини та напівфабрикатів із місць виробництва до пунктів споживання або подальшого перероблення. Надають їх як безпосередні виробники продукції, так і спеціалізовані фірми.

2. Види транспорту.

Найважливіша функція транспорту – переміщення людей і вантажів. Звідси очевидно розділення транспорту за об'єктами переміщення на пасажирський і вантажний. За середовищем переміщення виділяють сухопутний, водний і повітряний транспорт. Вищезазначені види транспорту можна розділити за засобами переміщення. У сухопутному транспорті – це автомобільний, залізничний і трубопровідний транспорт. У водному – річковий і морський. Повітряний подано одним видом – авіаційним. Тобто виділяється п'ять основних видів транспорту: залізничний, автомобільний, повітряний, водний (морський і річковий) і трубопровідний.

3. Види підприємств транспортної сфери.

У межах транспортних систем усі види транспорту тісно пов'язані та доповнюють один одного. До складу транспортної системи входять шляхи сполучення, рухомий склад і технічне обладнання, що забезпечує роботу транспорту.

Транспорт об'єднує територію окремої країни в єдину господарську систему, а національні господарства — у єдине світове господарство.

4. Історико-географічні особливості розвитку транспорту у світі і в Україні.

Україна завдяки своєму геополітичному розташуванню є монополістом на міжнародних комунікаціях Росії та центрально-азійських держав. Нафтопровід «Дружба» та три потужні магістральні газопроводи, що проходять по її території, не мають альтернативи. Проте спроба максимізувати доходи від транзитних послуг шляхом підвищення тарифів та введення різних додаткових платежів для іноземних транспортних засобів призвела до переорієнтації частини вантажопотоків на більш дешеві варіанти. Вантажообіг портів України протягом 90-х років скоротився майже втричі.

5. Чинники розвитку транспортних послуг на певній території.

Конкуренція сприяє підвищенню якості послуг і деякого зниження транспортних витрат. За цими ознаками можна виділити п'ять типів транспортних систем. Перший тип — це транспортна система Північної Америки, другий — транспортні системи країн Західної Європи та Японії. Характерними особливостями цих типів систем є високий рівень розвитку:

наявність усіх видів сучасного транспорту і самостійної промисловості з виробництва транспортних засобів, розвинута транспортна інфраструктура, велике значення транспорту в економічному житті, що забезпечує адекватне обслуговування як вантажних, так і пасажирських перевезень.

6. Транспортне машинобудування та його центри.

Сировинний чинник є досить важливим для виробництва транспортних засобів, особливо вантажних вагонів, цистерн, локомотивів, тракторів. Україна має досить сприятливі умови для розвитку названих галузей машинобудування, що і сприяло концентрації їх виробництва на її території ще за часів Радянського Союзу. Тепловози виробляють на двох кооперованих підприємствах у Луганську і Харкові. Промислові електровози випускають у Дніпропетровську. Тут же, а також у Луганську можливе створення виробництва магістральних електровозів, для збуту яких Україна має власний великий ринок. У крупних залізничних вузлах — Львові, Києві, Полтаві, Дніпропетровську, Запоріжжі, Одесі, Дружківці і Конотопі є підприємства для ремонту тепловозів.

7. Найбільші транспортні компанії світу.

Найбільша кількість автомобілів в Європі (40%), США (32%) і Азії (21%). Автомобільний транспорт активно розвивається за рахунок удосконалення характеристик транспортних засобів, впровадження високоефективних технологій та розширення мережі автомагістралей. Спостерігається світова тенденція поступового переходу на екологічні види палива.

Фахівці прогнозують зниження відносної частки автотранспорту в розвинених країнах за рахунок збільшення його кількості в Росії, Україні, Китаї, Бразилії та Індії. Експерти припускають щорічне збільшення на 1,5-2% чисельності вантажного автотранспорту в Європейських країнах до 2020 року. Світовий щорічний приріст протяжності автомобільних доріг можна порівняти з ростом чисельності автотранспорту.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке транспортні послуги?

Транспорт, будучи однією з найважливіших галузей народного господарства, забезпечує виробничі і невиробничі потреби економіки і населення в усіх видах перевезень, внаслідок чого він взаємодіє з усіма її галузями. Класифікують його за сферами використання (загального користування, відомчий, особистий), видами перевезень (пасажирський, вантажний), видами засобів перевезення (автомобільний, авіаційний,

залізничний, морський, річковий, міський електротранспорт, у т. ч. метрополітен).

2. Перелічіть всі функції транспорту.

Найважливіша функція транспорту – переміщення людей і вантажів. Звідси очевидно розділення транспорту за об'єктами переміщення на пасажирський і вантажний.

Транспорт об'єднує територію окремої країни в єдину господарську систему, а національні господарства — у єдине світове господарство.

3. Які види транспорту вам відомі?

Основні види сучасного транспорту: залізничний, автомобільний, водний, повітряний, трубопровідний. Ефективність роботи видів транспорту характеризується обсягом перевезень, вантажо- та пасажирообігом.

Важливими складовими транспортної системи будь-якої країни, регіону, світу є транспортні вузли й транспортні магістралі.

4. У чому найбільша перевага водного транспорту?

Водний транспорт – найдавніший вид транспорту. Як мінімум до появи трансконтинентальних залізниць (друга половина XIX століття) був найважливішим видом транспорту. Водний транспорт досі зберігає важливе значення. Завдяки своїм перевагам (водний транспорт – найдешевший після трубопровідного), водний транспорт нині охоплює 60—67 % всього світового вантажообігу. По внутрішніх водних шляхах перевозять переважно масові вантажі – будівельні матеріали, вугілля, руду, перевезення яких не вимагає значної швидкості (тут позначається конкуренція з швидшими автомобільним і залізничним транспортом).

На перевезеннях через моря і океани у водного транспорту конкурентів немає (авіаперевезення дорожчі і їхня сумарна частка у вантажоперевезеннях незначна), тому морські судна перевозять різні види товарів, але велику частину вантажів становлять нафта і нафтопродукти, зріджений газ, вугілля, руда.

5. Назвіть основні центри транспортного машинобудування в Україні.

Україна має досить сприятливі умови для розвитку названих галузей машинобудування, що і сприяло концентрації їх виробництва на її території ще за часів Радянського Союзу. Тепловози виробляють на двох кооперованих підприємствах у Луганську і Харкові. Промислові електровози випускають у

Дніпропетровську. Тут же, а також у Луганську можливе створення виробництва магістральних електровозів, для збуту яких Україна має власний великий ринок. У крупних залізничних вузлах — Львові, Києві, Полтаві, Дніпропетровську, Запоріжжі, Одесі, Дружківці і Конотопі є підприємства для ремонту тепловозів.

Вантажні вагони виробляють у Кременчуці, Дніпродзержинську, Києві — на Дарницькому вагоноремонтному заводі, великовантажні вагони — у Стаханові, цистерни — у Маріуполі. У Кременчуці доцільно було б налагодити виробництво вітчизняних пасажирських вагонів, для чого є всі передумови, в тому числі великий ринок збуту. Вагоноремонтні заводи розміщуються, крім Києва, у Львові, Харкові, Одесі, Полтаві, Запоріжжі, Дніпропетровську, Конотопі і Попасній (Донецька обл.).

6. Що таке транспортна система?

Для забезпечення роботи господарства країни всі види транспорту повинні бути взаємопов'язані, працювати злагоджено. Сукупність усіх видів транспорту, об'єднаних між собою транспортними мережами (дорогами) і вузлами, в яких відбувається обмін вантажами і пасажирами, називається транспортною системою.

ЗАВДАННЯ

1. Написати реферат про один з видів транспорту, показавши всі його переваги та недоліки.
2. Опрацювати статистичні дані щодо кількості перевезених пасажирів за останні роки різними видами транспорту та згрупувати дані в таблицю. Проаналізувати чому так склалась ситуація та чим вона зумовлена.

Література до теми VI:

1. Бандур С. І., Заяць Т. А., Куценко В. І. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи. За заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. Черкаси: Брама-Україна, 2006. 760 с.
2. Блажко Н.И. Типизация поселений по признаку их места в региональных системах обслуживания. Экономическая география. 1981. Вып. 30. С. 44–49.
3. Дудник І.М. Територіальна організація послуг. Курс лекцій. Полтава: ПІБ МНТУ, 2002. 100 с.
4. Кочерга А.И. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы. К.: Наукова думка, 1980. 424 с.

5. Рутгайзер В.М. Социальная сфера: проблемы планирования. М.: Экономика, 1989. 239 с.
6. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Підручник. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 444 с.
7. Иванов Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления. СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 2000. 22 с.

VII Географія інформаційних послуг.

План

1. Сутність інформаційних послуг.

Інформаційні послуги (англ. Information services) — послуги, орієнтовані на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом надання інформаційних послуг. Дії суб'єктів (власників) щодо забезпечення користувачів програмними продуктами. Це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

2. Види інформаційних послуг.

Вся сукупність інформації може бути поділена на 3 види:

- - інформація, яка правильно відображає дійсність і є необхідною для прийняття конкретного рішення;
- - інформація, яка неправильно відображає дійсність (неточна, неповна або вигадана);
- - інформація, в якій немає необхідності в даній ситуації, тобто яка або не має відношення до справи, або є надлишковою.

3. Історико-географічні особливості інформаційної сфери.

В історії розвитку інформаційної сфери економіки України як галузі народного господарства заведено виділяти декілька етапів, що різняться організаційними формами використання обчислювальної техніки (ОТ).

На **першому етапі** (1949-1962 рр.) ЕОМ використовувалися в основному в наукових дослідженнях для автоматизації розрахунків.

Другий етап (1962-1964 рр.) поклав початок централізованому плануванню впровадження ОТ у народне господарство та використанню її для автоматизованого управління економіко-організаційними процесами.

На **третьому етапі** (1964-1970 рр.) утворено органи, що керували створенням і використанням ОТ у народному господарстві.

Четвертий етап (1970-1976 рр.) характеризується формуванням державного підходу до використання ОТ.

На **п'ятому етапі** (1976-1980 рр.) намічено до виконання низку важливих заходів щодо подальшого вдосконалення організації створення та використання ОТ.

Початок **шостого етапу** розвитку інформаційної сфери економіки (1981-1985 рр.) пов'язаний з революційними змінами в елементній базі засобів ОТ - з виробництвом великих і над великих інтегральних схем і появою мікропроцесорів і мікро-ЕОМ.

4. Чинники розвитку інформаційних послуг.

Основним фактором інформатизації суспільства є розвиток інформаційного ринку як підсистеми ринкових відносин. Від його функціонування багато в чому залежить успіх розвитку ринкової економіки в цілому. Більше того, інформаційний ринок стає системоутворюючим фактором світової економіки.

5. Головні світові центри інформаційних послуг.

За підсумками 2018 року обсяги загальносвітових витрат на продукти та послуги у сфері інформаційних технологій складуть \$3,7 трлн та продемонструють зростання на 6,2%, у порівнянні з минулим роком. Це навіть вище за темпи росту світового ВВП», – цитують дослідники прогнози Gartner. Разом із загальним зростанням ринку збільшується і частка ІТ-аутсорсингу: послуги з розробки програмного забезпечення, створення інфраструктурних рішень для замовників. Обсяг виручки даного сегменту за підсумками 2017 року склав \$64,3 млрд. Подальший розвиток сегменту стимулюється стабільно високим попитом, який і надалі зростатиме завдяки всюдисущій «цифровій трансформації», що дедалі активніше проникає як у приватний, так і в державний сектори.

6. Найбільші ІТ- компанії світу.

Software 500 – це щорічний рейтинг, який уже 36 років складає один із найавторитетніших видань про ІТ Software Magazine. Сюди входять найбільші світові виробники програмного забезпечення та постачальники послуг ІТ. Компанії оцінювали на основі інформації про доходи за рік, як від продажу ліцензій, так і від послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке інформаційні послуги?

Інформаційні послуги (англ. *Information services*) — послуги, орієнтовані на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом

надання інформаційних послуг. Дії суб'єктів (власників) щодо забезпечення користувачів програмними продуктами. Це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

2. Перелічіть основні характеристики інформаційних послуг.

Інформаційні послуги як і будь які інші послуги мають свої основні характеристики: мінливість якості послуг, неможливість збереження та зберігання, невіддільність послуг від виробника, невловимість послуги.

3. Які види інформаційних послуг вам відомі?

Можемо виділити такі види інформаційних послуг: інформаційні послуги, сервісні послуги, маркетингові послуги, навчальні послуги, консалтингові послуги, інтернет послуги.

4. Як проходить рух інформації в суспільстві?

Рух інформаційної діяльності, а разом з нею і інформації в суспільстві проходить в декількох формах. Першою формою є **пошук** інформації.

Наступною формою руху інформації є її обробка. Формою існування, точніше, руху інформації, є і її передача. Різновидом передачі інформації є **обмін**. Останньою формою руху інформації є її використання.

5. Розкажіть про розвиток інформаційної сфери України в історичному аспекті.

Нині можна впевнено говорити, що ми переживаємо переломний період розвитку цивілізації. Висновок В. Вернадського про превалювання у XX столітті загальнопланетарного розуму стає у XXI столітті реалією: техногенну діяльність людства можна порівняти з найгрізнішими геологічними процесами.

В останній чверті XX століття людство вступило в нову стадію розвитку: настала епоха інформаційного суспільства.

ЗАВДАННЯ

1. Написати реферат про одну з найвідоміших ІТ компанію світу.

2. Проведіть невеличке соціологічне опитування ваших друзів та рідних з приводу того, яку роль у їхньому житті відіграють послуги інформаційної сфери. (анкета повинна містити мінімум 5 запитань)

Література до теми VII:

1. Меркушева Л.А. География сферы обслуживания населения (теория и методология): [монографія]. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1989. 184 с.
2. Новіков В.М. Організація і розвиток соціальної сфери (зарубіжний і вітчизняний досвід). К.: ІЕ НАН України, 2000. 247 с.
3. Пилипенко І.О. Методика суспільно-географічних досліджень (на матеріалах Херсонської області): [навчальний посібник]. Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2007. 112 с.
4. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії: [підручник]. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 444 с.
5. Мельниченко Т.Ю. Освітній комплекс України: сучасний стан і напрями удосконалення територіальної організації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія». К., 2005. 20 с.
6. Меркушева Л.А. Системный подход к изучению географии социальной инфраструктуры. Проблемы географии сферы обслуживания. М.: МФГО СССР, 1974. С. 60–62.
7. Немец К.А. О системном подходе в управлении геопроцесом. Экологическое образование и его роль в обеспечении устойчивого развития Крыма: матер. науч.-практ. конф. Симферополь, 1996. С. 32–39.

VIII Географія освітніх і наукових послуг.

План

1. Сутність освітніх і наукових послуг.

Освітня послуга – це комплекс навчальної та наукової інформації, переданої громадянину у вигляді суми знань загальноосвітнього та спеціального характеру, а також практичних навичок для наступного застосування.

Послуги освіти часто відносять до категорії змішано-суспільних благ, тому що їх використання окремим споживачем обумовлено низкою обставин: рівнем здібностей і знань, рівнем освіти.

2. Види освітніх і наукових послуг.

Особа реалізує своє право на освіту впродовж життя шляхом формальної, неформальної та інформальної освіти. Держава визнає ці види освіти, створює умови для розвитку суб'єктів освітньої діяльності, що надають відповідні освітні послуги, а також заохочує до здобуття освіти всіх видів.

3. Види підприємств освітньо-накової сфери.

Юридична особа має статус закладу освіти, якщо основним видом її діяльності є освітня діяльність.

Освітня діяльність вважається основним видом діяльності, якщо надходження на цей вид діяльності та/або від цього виду діяльності перевищують половину загальних надходжень цієї юридичної особи (фізичної особи - підприємця).

4. Історико-географічні особливості розвитку сфери освіти і науки.

Можна стверджувати, що на першому історико-географічному зрізі, а саме до половини XVII ст. в Україні сформувався науковий простір.

Розвиток наукової діяльності в Україні на другому історико-географічному зрізі призвів до посилення ролі провідних центрів науки – Києва, Львова, диференціації наукових напрямів дослідження, та посилення фахових зв'язків між традиційними та новими (Перемишль, Стародуб, Харків та ін.) науковими осередками.

На третьому історико-географічному зрізі відбулось посилення спеціалізації наук, їх дальшу диференціацію, появу нових галузей наукових знань. Водночас характерною особливістю розвитку науки ставав процес взаємопроникнення окремих її галузей, формування науково-територіальних комплексів.

5. Головні світові центри наукових і освітніх послуг.

Міжнародний ринок вищої освіти становить близько 100 млрд доларів. За даними ЮНЕСКО, на світовому ринку освітніх послуг присутні вищі навчальні заклади (ВНЗ) понад 140 країн. За статистикою іноземний студент витрачає приблизно п'яту частину власних витрат в країні перебування на навчання, і чотири п'ятих – на проживання, харчування, розваги тощо.

6. Особливості розвитку сфери освітніх і наукових послуг і різних частинах світу: Європа, Азія, Америка, Африка, Австралія і Океанія.

Французькі, німецькі, англійські, італійські та іспанські вищі навчальні заклади пропонують безпрецедентні можливості для одержання освіти і ведення наукової діяльності - незалежно від предмету дослідження. Саме тому багато студентів, вибираючи місце навчання, обирають Європу.

У США вища освіта – п'ята у грошовому обчисленні стаття експорту американської економіки, яка інколи перевищує обсяг надходжень від експорту зброї. В Австралії освітня галузь є третім найбільшим джерелом бюджетних надходжень в економіку країни.

У 2014 р. канадський уряд визнав міжнародну освіту ключовим фактором у створенні нових робочих місць та покращенні добробуту і планує до 2022 р. вдвічі збільшити кількість іноземних студентів – до 450 тис. осіб. Це призведе до зростання витрат іноземних студентів у країні до 16,1 млрд доларів і дозволить створити в Канаді, щонайменше, 86,5 тис. нових робочих місць.

7. Географія освітніх наукових послуг в Україні.

Українські ВНЗ мають достатній потенціал для боротьби за частку ринку освітніх послуг. За даними МОН України, у 187 ВНЗ України здобувають освіту 65 тис. студентів зі 146 країн світу. Частка України на міжнародному ринку освіти за чисельністю іноземних студентів становить 1,5 %. За останні роки кількість іноземних студентів значно збільшилась. Фінансові надходження від них у 2012/2013 рр. склали 4,3 млрд грн. Вагомі надходження коштів мають ВНЗ, у яких навчається значна частка іноземних студентів. Так, у 2012/13 навчальному році 40 % свого бюджету Харківський національний університет радіоелектроніки отримав завдяки іноземцям-контрактникам. Надання освітніх послуг іноземним громадянам у 2012/2013 навчальному році дозволило забезпечити роботою 5 тис. викладачів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке освітні і наукові послуги?

Освітня послуга – це комплекс навчальної та наукової інформації, переданої громадянину у вигляді суми знань загальноосвітнього та спеціального характеру, а також практичних навичок для наступного застосування.

2. Перелічіть види освітніх і наукових послуг.

Формальна освіта. Неформальна освіта. Інформальна освіта (самоосвіта).

3. Які функції виконує ринок освітніх послуг?

Ринок освітніх послуг виконує наступні *функції* :

- забезпечує конкурентоспроможність освітніх послуг і диференціацію їх виробників;
- сприяє збалансованому відтворенню та перерозподілу висококваліфікованих кадрів в умовах структурних змін економіки;
- враховує суспільно необхідні витрати на виробництво освітніх послуг і визначає ціни;
- створює умови для збалансованого попиту і пропозиції на освітні послуги.

4. Перелічіть та охарактеризуйте рівні загальної освіти.

Рівнями освіти є:

1. дошкільна освіта;
2. початкова освіта;
3. базова середня освіта;
4. профільна середня освіта;
5. перший (початковий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти;
6. другий (базовий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти;
7. третій (вищий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти;
8. фахова передвища освіта;
9. початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти;
10. перший (бакалаврський) рівень вищої освіти;
11. другий (магістерський) рівень вищої освіти;
12. третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень вищої освіти;
13. науковий рівень вищої освіти.

5. Яка різниця між політехнічною та професійною освітою?

Політехнічна освіта - дає знання основ виробництва і навички оволодіння найпростішими знаряддями виробництва.

Професійна освіта - знання і навички, необхідні для виконання робіт, передбачених даною професією, причому в такій мірі, яка необхідна для забезпечення належної продуктивності праці. Внаслідок професійного навчання набувають певної спеціальності та кваліфікації.

6. Перелічіть основні принципи у формуванні освітньої політики.

7. Серед них виділяють такі:

- 1) сприяння сталому розвитку суспільства шляхом підготовки конкурентоспроможного людського капіталу і створення умов для освіти протягом життя;
- 2) доступності вищої освіти;

- 3) незалежності здобуття вищої освіти від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів);
- 4) міжнародної інтеграції та інтеграції системи вищої освіти України в Європейській простір вищої освіти за умови збереження й розвитку досягнень і прогресивних традицій національної вищої школи;
- 5) наступності процесу здобуття вищої освіти;
- 6) державної підтримки підготовки фахівців з вищою освітою для пріоритетних галузей економічної діяльності, напрямів фундаментальних і прикладних наукових досліджень, науково-педагогічної та педагогічної діяльності;
- 7) державної підтримки освітньої, наукової, науково-технічної й інноваційної діяльності університетів, академій, інститутів, коледжів, зокрема, шляхом надання пільг зі сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів вищим навчальним закладам, що провадять таку діяльність;
- 8) сприяння здійсненню державно-приватного партнерства у сфері вищої освіти;
- 9) відкритості формування структури й обсягу освітньої та професійної підготовки фахівців з вищою освітою.

ЗАВДАННЯ

1. **Гуманістична спрямованість процесу надання освітніх послуг.** Зміст цього принципу полягає в
 - а) тому, що навчальний процес повинен бути зорієнтований на створення умов для особи в набутті нею необхідної компетентності через здобуття знань, умінь і навичок, яка буде потрібна особі для того, щоб бути активним учасником суспільних відносин;
 - б) наявності розгалуженої мережі закладів, спроможних надавати освітні послуги, тобто забороненими є будь-які спроби сконцентрувати освітню діяльність в одному навчальному закладі, монополізувати її;
 - в) орієнтації освітньої діяльності так, щоб вона відповідала потребам суспільства й держави, а також можливостям самої особи.
2. Напишіть реферат про розвиток та рівень освітніх і наукових послуг в країнах Європи. (вибрати одну країну)

Література до теми VIII:

1. Бандур С.І., Заяць Т.А., Куценко В.І. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи. Черкаси: Брама-Україна, 2006. 760 с.
2. Мельниченко Т.Ю. Освітній комплекс України: сучасний стан і напрями удосконалення територіальної організації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія». К., 2005. 20 с.
3. Рутгайзер В.М. Социальная сфера: проблемы планирования. М.: Экономика, 1989. 239 с.
4. Шаблій О.І. Сфера обслуговування населення: регіональні проблеми. К.: Наукова думка, 1980. 424 с. 18.
5. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії: Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 444 с.

IX Географія медичних послуг

1. Сутність медичних послуг.

Медична послуга полягає у конкретній діяльності медичного персоналу щодо здійснення конкретних заходів профілактики, діагностики, лікування, адміністративно-господарських, управлінських та інших дій, спрямованих на збереження, зміцнення, поліпшення, відтворення індивідуального та громадського здоров'я.

2. Види медичних послуг.

Існує кілька видів послуг. Мова йде про прості, складні і комплексні послуги.

3. Види підприємств медичної сфери.

Заклади охорони здоров'я поділяються на відповідні види за формами власності, за організаційно-правовими формами, за типами, за видами надання медичної допомоги.

4. Історико-географічні особливості розвитку медицини. Чинники розвитку медичних послуг на певній території.

Для пошуку альтернативних джерел доходу, шляхів зниження витрат зі збереженням високої якості медичних послуг необхідно постійно створювати умови для розвитку платних медичних послуг. Ці послуги дадуть можливість бюджетній медичній установі легально отримувати дохід від медичної діяльності. Через платні послуги пацієнти отримують у комфортніших умовах якіснішу медичну допомогу, причому за нижчими цінами, ніж у комерційних клініках.

5. Головні світові центри медичних послуг.

Державна система охорони здоров'я розвивається як напрям соціальної політики. У результаті держава посилює свій вплив і контроль над діяльністю медичних і страхових організацій. Медична галузь у Німеччині, США, Англії та Австрії.

6. Географія медичних послуг в Україні. Львів як центр надання медичних послуг.

Важливою умовою розвитку ринку медичних послуг в Україні є зміцнення інноваційного потенціалу системи охорони здоров'я. Під ним розумітимемо сукупність науково-технічних, технологічних, інфраструктурних, фінансових, правових, соціокультурних та інших можливостей, які забезпечують сприйняття й реалізацію нововведень. Отже, поняття інноваційного потенціалу є концептуальним відображенням розвитку інноваційних процесів, без яких не мислиться будь-який національний ринок медичних послуг.

Приватні та державні медичні заклади Львова.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке медичні послуги?

Медичні послуги - вид корисної діяльності, не створює матеріальних цінностей, вони, як правило, не приводять до володіння чим-небудь.

2. Перелічіть основні характерні особливості медичних послуг.

Основні особливості медичних послуг:

1. Невідчутність.
 2. Невіддільність від джерела.
 3. Непостійність якості, що залежить від постачальників і місця надання послуги.
 4. Незбереженість.
 5. Неможливість демонстрації.
 6. Відсутність посередників.
 7. Обмеження транспортування більшості послуг.
 8. Для надання медичних послуг потрібна відповідна кваліфікація персоналу.
3. Назвіть основні фактори, що впливають на збут медичних послуг.

Серед факторів, що впливають на збут послуги, слід виділити групу, що включає:

1. Ціну даної послуги та її відмінність від цін конкурентних послуг. Слід зазначити, що ціни лікувально-профілактичних установ однаковою організаційно-правової форми не будуть сильно відрізнятися.
2. Взаємозамінність послуг.
3. Залежність від необхідного для надання послуги устаткування.
4. Рівень платоспроможного попиту на послугу.
5. Місце лікувально-профілактичного закладу на ринку медичних послуг.
6. Тиск конкуренції.
7. Престиж установи.
8. Асортимент послуг.
9. Загальна ємність ринку.
10. Співвідношення сил лікувально-профілактичного закладу та його конкурентів.
11. Нееластичність попиту на медичні послуги.
12. Сегментація ринку.

4. Які вам відомі види медичних послуг?

Проста медична послуга. Складна медична послуга. Комплексна медична послуга.

5. В чому полягає різниця між складною та комплексною медичною послугою?

При складній медичній послугі застосовується формула "пацієнт + комплекс обладнання", яка дорівнює одному з декількох етапів проведення лікування або діагностики.

При наданні комплексної медичної послуги отримуємо результат певного етапу за формулою "пацієнт + проста + складна послуга".

6. Назвіть основні критерії якості медичних послуг.

До основних, на наш погляд, критеріїв якості медичних послуг належать такі:

1. Доступність медичної послуги;
2. Адекватність медичної послуги;
3. Наступність і безперервність медичної послуги;
4. Ефективність і дієвість;
5. Орієнтованість на пацієнта;
6. Безпека процесу лікування;
7. Своєчасність медичної послуги;

8. Відсутність (мінімізація) лікарських помилок;
9. Науково-технічний рівень.

ЗАВДАННЯ

1. Складна медична послуга – це...

- а) це набір складних або простих послуг, які закінчуються проведенням профілактики або встановленням діагнозу;
- б) набір простих медичних послуг, які вимагають певного персоналу або ж спеціального оснащення, а також використання лікарських приміщень;
- в) набір елементарних послуг, які не діляться на певну кількість етапів. В якості них може проводитися закінчений цикл профілактики або діагностики/лікування.

2. Як ви ставитесь до нової медичної реформи в Україні. Вкажіть позитивні та негативні, на вашу думку, моменти та згрупуйте їх в таблицю.

Література до теми ІХ:

1. Багров Н.В. География в информационном мире. К.: Лыбитель, 2005. 184 с.
2. Гукалова І.В., Мальчікова Д.С. Вступ до фаху: географія і суспільство. Навч. посіб. Херсон:ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 268 с.
3. Державне управління реформуванням системи охорони здоров'я в Україні. М.М. Білинська, Я.Ф. Радиш, І.В. Рожкова; Львів: НАДУ, 2012. 240 с.
4. Закон України «Про страхування» від 07 березня 1996 р. N 85/96-ВР // ВВР України, 1996, № 18, С. 78.
5. Кузишин А.В. Регіональна географія України: курс лекцій. Тернопіль: Вектор, 2012. 340 с.
6. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): Монографія / За наук. Ред. Б.М. Данилишина. Ніжин: ТОВ «Видавництво «АспектПоліграф», 2008. 818 с.
7. Куценко В.І., Осафійчук Я.В. Трансформація соціальної сфери України: регіональний аспект: Монографія / За ред. С.І. Дорогунцова. К.:Оріяни, 2005. 400 с.
8. Немець Л.М. Стійкий розвиток: соціально-географічний аспект (на прикладі України): Монографія. Х.: Факт, 2003. 383 с.

Х Географія туристичних послуг

План

1. Сутність туристичних послуг.

Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає як у організації всієї подорожі і в організації окремих послуг.

2. Види туристичних послуг.

Види туристичних послуг, фіксуються в договорах і пропонованих в якості товару на ринку, досить різноманітні:

- послуги по розміщенню (в готелях, мотелях, пансіонатах, кемпінгах);
- послуги з переміщення до країни призначення і по країні різними видами пасажирського транспорту;
- послуги щодо забезпечення харчуванням (в ресторанах, кафе, барах, пансіонатах);
- послуги, спрямовані на задоволення культурних потреб туристів (відвідування театрів, концертних залів, музеїв, картинних галерей, заповідників, пам'яток, фестивалів, спортивних змагань);
- послуги, спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь в конгресах, симпозіумах, наукових конференціях, ярмарках і виставках);
- послуги торгових підприємств (продаж сувенірів, подарунків, листівок, діапозитивів);
- послуги з оформлення документації (паспорта, візи та ін).

3. Види підприємств туристичної сфери.

Туристичні підприємства є третім важливим компонентом, який створює туристичну пропозицію в підсистемі "об'єкт туризму". В туристичній галузі функціонують різноманітні підприємства. Одні надають клієнтам виключно туристичні послуги, а для інших туризм — це один з кількох напрямів їх комерційної діяльності. Підприємства, які діють лише у сфері туризму, називаються туристичними підприємствами первинних послуг, а підприємства, що отримують прибуток не тільки від туристичної діяльності — туристичними підприємствами вторинних послуг.

4. Історико-географічні особливості розвитку туризму. Чинники розвитку туризму на певній території.

Так в географії туризму склалась ресурсна парадигма, згідно якої зазначався примат ресурсів (перш за все природно-рекреаційних) як визначального чинника розвитку туризму на певній території. Характер цих ресурсів, їх поєднання з культурно-історичними та інфраструктурним забезпеченням території визначають рівень та масштаби ТРС, її спеціалізацію.

5. Географія найвідоміших туристичних ресурсів.

Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

6. Головні регіони, ареали та центри розвитку туризму.

В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.).

Площа освоєних та потенційних рекреаційних територій в Україні (без радіаційне забруднених) становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей семи рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський, Кримський.

7. Найбільші туроператорські компанії світу.

Важливу роль в організації туристичного бізнесу відіграють туроператори, діяльність яких направлена на організацію та забезпечення створення туристичного продукту, реалізацію та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

8. Географія туризму в Україні. Львів як столиця туризму в Україні. Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки йому ми можемо поліпшити соціально-економічну ситуацію.

Україна розташована у центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, до того ж вона має сприятливі природнокліматичні умови (Карпати, Крим, Чорноморське та Азовське узбережжя, басейни Дніпра, Десни, Дунаю, Дністра, Західного Бугу), багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, багату історико-культурну спадщину, людські та матеріальні ресурси.

Львів - єдине українське місто, яке входить до сотні найпопулярніших туристичних напрямків світу. Тут знаходиться найбільша кількість пам'яток архітектури в Україні, а також відбувається чимало цікавих заходів та фестивалів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке туристичні послуги?

Туристичні послуги - послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

2. Які види туристичних послуг вам відомі?

Туристичні послуги є: основні, додаткові та супутні.

3. Що в себе включають додаткові туристичні послуги?

До додаткових послуг відносяться:

- послуги по організації екскурсій;
- послуги по страхуванню туристів;
- послуги гідів-перекладачів;
- послуги по перевезенню туриста від місця його прибуття в країну (місце його тимчасового перебування) до місця розміщення і назад (трансфер), а також будь-якому іншому перевезенню в межах країни (місця тимчасового перебування), передбаченої умовами подорожі;
- послуги з ремонту техніки;
- послуги з прокату;
- обмін валюти;
- телефон;
- пошта,
- послуги побутового обслуговування;
- право користування пляжем т. п.

4. Що таке «інклюзив-тур» та «пекідж-тур»?

Пекідж-тур - це ширший порівняно з інклюзивом-туром набір послуг, що передбачає, поряд із традиційним обслуговуванням, розміщенням, харчуванням, екскурсіями, ще й спортивно-оздоровчі, культурно-розважальні та інші послуги.

Інклюзив-тур - це надання на вибір туриста окремих послуг транспорту, харчування, розміщення, екскурсійного й іншого обслуговування. Здобуваючи мінімальний набір послуг, турист, у міру необхідності, може одержати і додаткове обслуговування.

5. Що є об'єктом вивчення географії туризму?

Об'єктом вивчення географії туризму є людина, групи людей, суспільство та сфера туризму з усіма можливими взаємозв'язками і взаємовідношеннями між ними.

6. Назвіть основні завдання географії туризму.

Основними завданнями географії туризму є визначення:

- *кола умов та чинників*, що впливають на формування попиту та пропозиції, їх просторово-часової структури, динаміки, диференціації, напрямків та сили впливу з метою прогнозування розвитку та моделювання процесу;

- *впливу та проявів* загальносвітових закономірностей розвитку туризму в конкретних умовах національного ринку з метою розробки принципів його територіальної організації;

- *місця і ролі національного туристичного ринку* в глобальному та регіональному туристичному процесі, в формуванні глобальних геопросторових структур;

- *просторово-часової структури* та територіальної диференціації туристичного споживання, яке відтворює рівень сформованості внутрішньому ринку, що функціонує в формі міжгалузевого комплексу - індустрії туризму;

- *рівня сформованості*, комплексно-пропорційного розвитку індустрії туризму, її відповідності обсягу та структурі попиту, форм територіального зосередження попиту та територіальної організації індустрії туризму.

7. Дайте визначення «туристичне країнознавство» - це...

Туристичне країнознавство - відносно нове поняття, виникнення якого пов'язане з практичними потребами працівників турбізнесу. Менеджер з туризму, що реалізовує тури в різні країни, і екскурсивод зобов'язані знати географічну номенклатуру, особливості тих країн і регіонів, по яких вони працюють. Від цих знань безпосередньо залежить успіх їх комерційної діяльності.

ЗАВДАННЯ

1. Виберіть один з найпривабливіших туристичних об'єктів вашого регіону та опишіть його, відтворивши це у вигляді презентації. (15-20 слайдів)
2. Напишіть реферат про одну з найвідоміших туроператорську компанію світу.

Література до теми X:

1. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2011. 462 с.
2. Бейдик О.О. Унікальна Україна: географія та ресурси туризму: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2013. 572 с.
3. Безвинний В.П., Білецький С.В., Бобров О.Б. Геологічні пам'ятки України: у 3-х т. К.: ДІА, 2006. Т. 1. 320 с.
4. Мазаракі Є.М., Воронова, І.В. Світовий ринок товарів та послуг: Підручник. У 2-х ч. Х.: Вид-во «Ранок», 2008. 240 с.
5. Ровенчак І.І. Географія культури: проблеми теорії, методології та методики дослідження: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 240 с.
6. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: підручник для студ. географ. Спеціальностей вищих навч. закладів. Одеса: Астропритн, 2009. 544 с.

XI Географія готельних послуг

План

1. Сутність готельних послуг.

Готельна послуга - це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.

2. Види готельних послуг.

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні і додаткові. Вони можуть бути безкоштовними і платними. До основної послуги готелю відноситься проживання. Без додаткової оплати гостям можуть бути надані такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- користування медичною аптечкою;
- доставка в номер кореспонденції по її одержанні;
- будіння до певного часу;
- надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.

3. Види засобів розміщення туристів.

Засоби розміщення туристів, згідно типології Всесвітньої туристичної організації (ВТО) поділяються на дві категорії - колективні та приватні. Колективні включають готелі та аналогічні засоби розміщення, комерційні і соціальні, спеціалізовані засоби розміщення.

4. Історико-географічні особливості розвитку готелярства. Чинники розвитку готелярства на певній території.

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників:

- економічна криза;
- недоліки в роботі фінансово-банківської системи;
- обмежена платоспроможність населення;
- недосконала податкова система.

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи число великих готелів становить 15 -25% загальної кількості готельних господарств, 75 -85% - мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства України, такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті.

Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткової кількості робочих місць.

5. Найвідоміші готельні ланцюги та мережі, географія їх закладів.

Велику роль у сучасній індустрії гостинності відіграють міжнародні готельні ланцюги, за допомогою яких на світовому туристичному ринку діють високі стандарти обслуговування.

Варто зазначити, що готельні мережі впливають на поширення та підвищення рівня організації виробництва і обслуговування туристів, а також створюють певні норми та стандарти готельного обслуговування.

6. Найвідоміші креативні готелі світу.

Багато готелів обіцяють гостям неповторний відпочинок та унікальну гостинність, але більшість з них насправді є досить звичайними, а іноді навіть нудними мережевими закладами.

Саме для туристів з таким смаком існують літаки, поїзди, крижані печери та інші об'єкти перетворені у готелі.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке готельні послуги?

Готельна послуга - дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та

додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю.

2. Які види готельних послуг вам відомі?

Види готельних послуг:

- зустріч гостя при вході в готель;
- реєстрація, оформлення документів і розміщення гостя;
- обслуговування в номері;
- обслуговування при наданні послуг харчування;
- задоволення культурних запитів, спортивне, оздоровче і фітнес-обслуговування;
- оформлення виїзду, проведення при від'їзді.

3. Що таке готельне господарство?

Готельне господарство - сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

4. Які ви знаєте види засобів розміщення туристів?

До закладів розміщення туристів належать: готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало та інші. За міжнародними рекомендаціями (ВТО) заклади розміщення поділяють на чотири групи:

готелі й аналогічні заклади розміщення;

комерційні та соціальні заклади розміщення;

спеціалізовані заклади розміщення;

приватні туристичні заклади розміщення;

Готелі й мотелі - основні заклади розміщення, а всі інші - додаткові.

5. Як класифікують готелі за метою перебування клієнтів?

За метою перебування клієнтів готелі класифікуються:

- - для ділових клієнтів (загального типу, відомчі, конференц-готелі та ін);
- - для відпочинку (туристичні, курортні, мотелі, кемпінги та ін.);
- - для транзитних клієнтів (готелі при важливих транспортних об'єктах - вокзалах, для молоді, спортсменів та ін.).

6. Назвіть найвідоміші готельні ланцюги та мережі світу.

Історія готельних мереж бере свій початок з 50-х років ХХ століття. Тенденція створювати готельні об'єднання набула бурхливого розвитку у США, хоча першим готельним ланцюгом у світі прийнято вважати європейську мережу «Cesar Ritz».

Протягом 1950-1960-х років почали свою діяльність найбільші готельні ланцюги світу та були впроваджені перші готельні стандарти обслуговування клієнтів. Так, наприклад, «Holiday Inn» зарекомендував себе як перший готельний ланцюг, що активно використовував телеконференцію; великі фойє з елементами планування атріуму та скляні ліфти – назавжди залишаться «ноу-хау» готелів корпорації «Hyatt».

7. Як поділяють готелі за формою власності, та яка між ними різниця?

За формою власності готелі поділяються на:

- - приватні (орендовані);
- - державні;
- - муніципальні.

ЗАВДАННЯ

1. Виберіть один з найцікавіших готельних комплексів у вашому регіоні та опишіть його, відтворивши це у вигляді презентації. Зробіть власні висновки на рахунок його привабливості. (15-20 слайдів)
2. Напишіть реферат про найкреативніші готелі світу.

Література до теми XI:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл./Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Знання України, 2002. 360 с.
2. Агеева О.А., Двориченко В.В, Забаев Ю.В. Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма. М.: Вестник, 1998. 246 с.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Аспект Прес, 2001. 324 с.
4. Анисимов В.М. Кадровая служба и управление персоналом организации: Практическое пособие кадровика. М.: Экономика, 2003. 703 с.

5. Апонін В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг. Навч. посібник. К.: Видавничий центр "Академія", 2006. 311 с.
6. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация. К.: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. 207 с.
7. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб. пособие. 2-е изд. К.: Дакор, 2006. 288 с.

ХІІ Географія послуг ресторанного господарства

План

1. Сутність послуг ресторанного господарства.

Підприємства харчування поєднують функції виробництва, реалізації продукції та організації її споживання. Це вимагає постійної координації виробничої та торговельної діяльності з урахуванням потоку споживачів, який є нерівномірним протягом дня, тижня.

2. Види послуг ресторанного господарства.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, що за своїм змістом поділяються на такі:

- - послуги харчування;
- - послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- - послуги з реалізації продукції;
- - послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- - послуги з організації дозвілля;
- - інформаційно-консультативні послуги;
- - інші послуги.

3. Історико-географічні особливості розвитку ресторанного господарства.

Чинники розвитку ресторанного господарства на певній території.

Варто наголосити на тому, що в столиці переважають заклади середнього цінового сегмента (середній чек – 50–70 грн на людину), тоді як відкриття нових елітних закладів значно сповільнило темпи зростання. Позначився вплив макроекономічних чинників – великий бізнес із мільйонними доходами не зростає так активно, як дрібний і середній, тобто не розширюється елітна аудиторія. Сегмент споживачів, який користується послугами елітних ресторанних закладів, майже залишається незмінним. Заклади елітного сектора можуть лише ділити одну

і ту саму клієнтуру, «переманювати» її один в одного, але не формують нову. А тому ризик створення закладу із середнім чеком 150–200 грн набагато вищий, ніж організація ресторанного бізнесу із середньоціновим сегментом.

4. Національні і регіональні кухні.

Українська кухня відрізняється своєю неповторністю та оригінальністю. Іноземні туристи їдуть до України, щоб почастувати страви, які не зустріти у жодній країні світу. Кожен регіон відрізняється своїми стравами.

5. Найвідоміші ресторани ланцюги й географія їх закладів.

Основною рисою мережі ресторанів є сам принцип існування закладів, що знаходяться в різних точках міста, країни, світу: єдність сповідуваної кухні, асортименту пропонованих страв, рівня обслуговування, вигляду ресторану з одного боку, і індивідуальність і неповторність ресторанів, об'єднаних однією мережею, з іншого. І ця унікальність, мов прапор корабля, виділяє мережу в море ресторанного бізнесу, зтягаючи у неї клієнтів, роблячи з них постійних гостей і друзів ресторанної мережі.

Найвідоміші компанії, що спеціалізуються на управлінні підприємствами громадського харчування, - "АРА", "Маріотт", "Сага", "Бест Вестерн", "Френдшип Іннз". У 1965 р. в США операції в ланцюгах ресторанів становили 32% від усього обсягу операцій в громадському харчуванні, у 1975 р. - 42%, у 1985 р. - 51%.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке сфера ресторанного господарства?

Сфера ресторанного господарства — це сфера надання послуг. Послуга харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямованої на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей.

2. Які види послуг ресторанного господарства вам відомі?

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, що за своїм змістом поділяються на такі:

- - послуги харчування;
- - послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- - послуги з реалізації продукції;
- - послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- - послуги з організації дозвілля;
- - інформаційно-консультативні послуги;
- - інші послуги.

3. Які ви знаєте додаткові послуги ресторанного господарства?

Додаткові послуги, які надають ресторани, поділяються на три групи:

- з реалізації та організації споживання продукції та послуг;
- зі створення зручностей для споживачів;
- з організації дозвілля.

4. Що таке тематичний ресторан та чим він вирізняється з-поміж інших?

Тематичний ресторан прагне створити такий психологічний контекст, в якому гості відчують не просто комфорт, а відчують причетність того, що відбувається. Це передається за допомогою інтер'єру, уніформи офіціантів, типу обслуговування, музичного супроводу, ну і звичайно кухні.

5. Як класифікують регіональні кухні?

Гастрономічні звички і пристрасті кожного народу склалися протягом багатьох століть. Поступово створювалися національні кухні, які є невід'ємною частиною будь-якої національної культури. Сьогодні у кожного народу є своя національна кулінарія, для якої характерні свої, відмінні від інших, національні страви. Це зовсім не означає, що національна кухня є щось замкнуте, застигле раз і назавжди.

Національна кухня виокремлює особливості кулінарних традицій і технологій, прийнятних для кожної країни або народу. Історичні передумови є особливістю будь-якої національної кухні. Велика частина страв, які відносяться до національних в тій чи іншій місцевості, готували до цього кілька століть назад.

6. Назвіть найвідоміші ресторани ланцюги та мережі світу.

Новими напрямками сучасної кулінарії є фьюжн і молекулярна кулінарія.

Найвідомішим практиком і популяризатором молекулярної кухні став шеф-кухар Хестон Блюменталь - засновник і власник одного з найкращих ресторанів світу The Fat Duck ("Масна качка") у Великій Британії. Серед послідовників нового вчення й такі відомі кухарі, як Ферран Адрія (ресторан El Bulli, Іспанія), П'єр Ганьєр (ресторан Pierre Gagnaire, Франція), Мішель Брас (ресторан Michel Bras, Франція) і Анатолій Комм (ресторан Anatoly Komm, Росія).

ЗАВДАННЯ

1. Опишіть найцікавіший ресторан в якому ви побували та вкажіть його особливості. (15-20 слайдів)
2. Напишіть реферат про ресторан своєї мрії (опираючись на зразки уже існуючих об'єктів).

Література до теми XII:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 280 с.
2. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. К.: Фірма "ІНКОС", Центр навчальної літератури, 2007. 382 с.
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. К.: ВИРА-Р; "Альтерпрес", 2004. 208 с.
4. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания: Учебное пособие. М.: Изд. центр "Академия", 2004. 224 с.
5. Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. Ростов- н/Д: Феникс, 2001. 352.
6. Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанное хозяйство: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд. Минск: БГЭУ, 2001. 653 с.
7. Борисова Ю.Н. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. М.: РИБ "Турист", 1997. 264 с.
8. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент. М.: Книжный мир, 2001. 165 с.

XIII Географія послуг індустрії розваг

План

1. Сутність послуг індустрії розваг.

Сфера послуг дозвілля і розваг - складне, багатоаспектне і неоднозначне поняття і, на жаль, мало вивчений науковцями з економічної точки зору об'єкт

дослідження, особливо щодо законів і механізмів розвитку. Аналіз теоретико-методологічних підходів до визначення суті "сфери послуг дозвілля і розваг" показав, що існують різноманітні погляди науковців на її економічну природу.

Одні з найбільш поширених понять такі, як "невиробнича сфера", "нематеріальне виробництво", "сфера обслуговування", "сфера послуг", "соціальна інфраструктура", "соціально-культурна сфера", "індустрія дозвілля", "дозвіллево-рекреаційна сфера" - у США та Великобританії, "сфера вільного часу" - в Німеччині, "анімація" - в Італії, Туреччині, Франції, а також на даний час в зарубіжній науковій літературі вживаються терміни "економіка культури", "креативна економіка".

2. Види послуг індустрії розваг.

Види діяльності, здійснювані під час розваг та дозвілля, можуть бути найрізноманітнішими: фізичні навантаження (прогулянки, спорт), аматорські заняття (збирання ягід, грибів, мисливство, риболовля), зацікавлення світом мистецтв (відвідування театрів, кіно, музеїв тощо), інтелектуальна діяльність, спілкування за інтересами на основі вибору, розваги (активні, пасивні), подорожі заради задоволення тощо.

3. Види підприємств індустрії розваг.

До індустрії дозвілля відносяться підприємства (організації, заклади), що мають за мету створити умови для ефективного відпочинку. Такими одиницями є підприємства з яскраво вираженим розважальним характером діяльності - цирки, зоопарки, атракціони, парки відпочинку тощо. Різноманітні видовищні підприємства - театри, кінотеатри, концертні зали.

Багато людей проводить вільний час займаючись спортом та відвідуючи спортивно-видовищні заходи, що відбуваються на стадіонах, в спортивних залах, басейнах; інші долучаючись до культурних цінностей (в бібліотеках, музеях, на виставках).

4. Історико-географічні особливості розвитку індустрії розваг. Чинники розвитку індустрії розваг на певній території.

Останнім часом індустрія розваг стрімко розвивається в усьому світі і в Україні, що пояснюється модними тенденціями щодо відпочинку і розвитку особистості. Ринок розважальних послуг України активно почав формуватися у 2005 році, коли почали створюватися повноцінні розважальні заклади.

У другій половині 2000-х рр. в українських містах виникло безліч нових комунікативних практик різного ступеня популярності. Деякі з них одержали досить широке поширення (фрімаркети, буккросинг, активні міські ігри,

квартирні квести). Головна принципова відмінність ринку розваг в Україні в тому, що її фінансування здійснюється лише власними коштами.

Індустрія розваг є соціально спрямованою, а тому доступність розваг є для людини індикаторами його соціального положення. У зв'язку з цим виникає необхідність аналізувати показники розвитку індустрії розваг України.

5. Головні світові центри послуг індустрії розваг.

В туристичному продукті об'єкти розваг можуть виступати як основний компонент туристської мотивації (подорожі в тематичні парки, на карнавали, фестивалі тощо), як програмні заходи з метою кращого ознайомлення з дестинацією, емоційного забарвлення подорожі.

Особливе місце в індустрії розваг займають тематичні парки і парки розваг (theme parks and amusement parks). Цей вид об'єктів виступає як найбільш привабливий для туристського відвідування та є одним з перспективних напрямів анімаційних туристських маршрутів.

Тематичні парки відрізняються від парків розваг тим, що структурно мають тематичні зони (землі), які разом нібито розповідають певну історію. Наприклад, першим власне тематичним парком вважають парк Діснейленд, що було відкрито у 1955 році в містечку Анахайм штат Каліфорнія, США. «Земля, де мрії стають реальністю» - сказав Уолт Дісней про тематичні парки. Модель Діснейленду поширилась у багатьох країнах світу: DisneyWorld в Орландо (США, Флорида), Euro Disneyland в Марн-ла-Вале (Франція), Токіо Діснейленд та «Парк Діснея на воді» (DisneySea) в Японії, Діснейленд в Гонконзі.

6. Найвідоміші казино, аквапарки, тематичні парки розваг світу.

Притягальною силою для туристів володіють установи грального бізнесу, такі як казино. У світі відкрито багато казино, але столицею грального бізнесу по праву вважається Лас-Вегас (США, штат Невада). Щорічно цей місто посеред пустелі відвідує близько 30 млн чоловік. Славу центрів азартних ігор і розваг здобули американські міста Атлантик-Сіті (штат Нью-Джерсі) і Маямі (штат Флорида). На Європейському континенті «великою грою» відомий Монте-Карло (Монако). Казино в Монте-Карло - перше в Європі, воно ґрунтується в 1863 р. На початку ХХ в. тут бували відомі люди: Дягілев, Шаляпін, Карузо, представники царюючих будинків Європи.

Уявити літо без води неможливо. Влітку питання екстремального відпочинку набуває все більшої актуальності. Для багатьох таким місцем є аквапарк.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що таке індустрія розваг?

Індустрія розваг - ще досить молода галузь, тому питання економіки, організації, управління підприємствами, які забезпечують процес розваг, ще недостатньо вивчені. Однак кількість підприємств, діяльність яких спрямовано на організацію розважальних заходів, вже досить значна. До індустрії розваг належать підприємства, основна діяльність яких пов'язана з задоволенням потреб людини в розвагах, має яскраво виражений розважальний характер: цирки, зоопарки, атракціони, ігротеки, парки тощо.

2. Які види послуг індустрії розваг вам відомі?

Види діяльності, здійснювані під час дозвілля, можуть бути найрізноманітнішими: фізичні навантаження (прогулянки, спорт), аматорські заняття (збирання ягід, грибів, мисливство, риболовля), зацікавлення світом мистецтв (відвідування театрів, кіно, музеїв тощо), інтелектуальна діяльність, спілкування за інтересами на основі вибору, розваги (активні, пасивні), подорожі заради задоволення тощо.

3. Назвіть основні принципи організації процесу розваг.

Організація процесу розваг будується за певними принципами:

- добровільний вибір розваг;
- попередня підготовленість до споживання розваг;
- необмежений перелік видів розваг;
- зміна видів розваг;
- дотримання періодичності споживання розваг;
- комбінування розваг з іншими заняттями.

4. Перелічіть фактори, що обумовлюють вибір розваг.

Фактори, що обумовлюють вибір розваг: демографічні; наявність вільного часу; рівень доходів населення; спосіб життя людини; рівень культури людини; психологічні особливості людини; рівень розвитку індустрії дозвілля; соціально-групові; рівень інформованості населення.

5. Як поділяються підприємства дозвілля і розваг?

Підприємства дозвілля і розваг можна поділити на: спортивно-видовишні підприємства; розважальні підприємства; видовишні підприємства; культурно-просвітницькі підприємства.

6. Назвіть головні світові центри послуг індустрії розваг.

Головними світовими центрами індустрії розваг є США, Англія, Франція, Японія, Іспанія, Фінляндія та інші.

ЗАВДАННЯ

1. Зробіть презентацію (15-20 слайдів) на тему «Мої улюблені види розваг влітку».
2. Напишіть реферат про один з найвідоміших центрів індустрії розваг світу.

Література до теми XIII:

1. Бочелюк В.И., Бочелюк В.В. Дозвильознавство. М.: Центр учебной литературы, 2006. 208 с.
2. Горишевский П., Дейнега М., Кузнецов М., Мельник В., Рега Н. Основы музееведения, маркетинга и рекламно-информационной деятельности музеев. Институт туризма и менеджмента Прикарпатского национального университета им. Василя Стефаника; Региональный туристический информационный центр; Совет по туризму Карпатского региона. Ивано-Франковск: Плай, 2005. 64с.
3. Ковтун В.Д. Современные модели парков: зарубежный и отечественный опыт [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://tourlib.net/statti_ukr/kovtun.htm
4. Копиевская А.Р. Социально-культурные аспекты организации деятельности парков в странах зарубежья. Дис. канд. пед. Наук. 1999. 175 с.5.
5. Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. Ростов- н/Д: Феникс, 2001. 352.
6. Смаль И.В. Основы географии рекреации и туризма: Учеб. пособие. Нежин: В-во НДПУ имени Николая Гоголя, 2004. 264 с.
7. Туризм в Украине. М.: Госкомстат Украины, 2008. 216 с.

XIV Проблеми розвитку сфери послуг

План

1. Проблеми державного регулювання сфери послуг.

Питання державного регулювання економіки, в тому числі у сфері послуг, знаходяться в центрі уваги багатьох науковців. Україна, як і більшість країн, що розвиваються, рухається у напрямку переваження сфери послуг над виробничою у

загальній структурі економіки (за даними на кінець 2012 р. у загальному ВВП країни сфера послуг займає 56,8%, виробнича сфера 32,8%, сільське господарство 10,4%)[1]. Саме тому проблема регулювання сфери послуг на державному та регіональних рівнях стала надзвичайно актуальною, проте не достатньо дослідженою.

2. Проблеми якості надання послуг.

Стан справ в області управління якістю для підприємств України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме по якості. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління витратами на забезпечення якості продукції.

На сучасному етапі якість обслуговування на підприємствах індустрії гостинності України є об'єктом вивчення й аналізу, планування та управління як на рівні підприємства, так і на державному та міжрегіональному рівнях. Одним з основних методів державного контролю якості послуг їх є стандартизація та сертифікація.

3. Проблеми зайнятості у сфері послуг.

Сучасний стан ринку праці ускладнюється негативними демографічними процесами (зростає смертність і знижується народжуваність внаслідок міграції молодих людей і молодих сімей за кордон), що викликає негативні структурні зміни у сфері трудових ресурсів.

Зараз ситуація на ринку праці показує, що: а) став високим рівень безробіття; б) його термін збільшився від 4-х місяців до року (через відсутність робочих місць); в) зросла кількість заявок на робочі професії (бетонників, дорожніх робітників, мулярів-каменярів, електрогазозварників, токарів, сантехніків, швачок, слюсарів, електромонтерів, водіїв тощо).

4. Екологічні проблеми і сфера послуг.

В Україні екологічна ситуація має особливо важливе значення. Адже останнім часом в нашій країні активно розвивається сільський зелений туризм. Жителі міст їдуть у село, щоб подихати там свіжим повітрям, поїсти чисті продукти харчування, попиту чисту воду. Однак, як свідчать результати досліджень фахівців Інституту агроєкології УААН, значна частина сільськогосподарської продукції не відповідає стандартам якості. Питна вода забруднена нітратами, хлоридами, що негативно впливає не лише на якість життя і стан здоров'я жителів села, але і на масштаби залучення до села туристів (хоча достовірна інформація про агроєкологічний стан ґрунтів, зокрема, присадибних земельних ділянок в Україні практично відсутня).

5. Фінансово-інвестиційні проблеми розвитку сфери послуг.

Одним із макроекономічних інструментів прискорення економічного зростання є створення сприятливих умов для інвестиційної привабливості території. Стала досить гостра проблема притягувати засоби і кошти для здійснення інвестиційних

проектів з боку держави чи країн ближнього і дальнього зарубіжжя з метою створення умов для стійкого економічного розвитку.

Інвестиційна привабливість території формується з урахуванням цілого комплексу факторів, найбільш вагомими серед яких є: 1) доступність кредитних ресурсів для інвесторів; 2) зниження витрат (податкові пільги, ставки оренди землі і нерухомості, мінімізація тарифів на послуги природних монополій); 3) підготовка та перекваліфікація кадрів; 4) будівництво житла і об'єктів соціальної структури; 5) інформування інвесторів про інвестиційні можливості даної території; 6) сприятливість інвестиційно-правового клімату тощо.

6. Інноваційні технології розвитку сфери послуг. Сфера послуг і НТР.

До недавнього часу, економічна література з інноваційної діяльності та міжнародної торгівлі, зосереджувалася майже виключно на виробничому секторі. Це не дивно, тому що основна частина міжнародної торгівлі відбувалася промисловими та сировинними товарами, а інновації традиційно асоціювалися з новими чи покращеними якісними характеристиками товарами.

Сектор послуг ігнорувався, оскільки виробництво і споживання послуг, відбувалося в більшій мірі в національних кордонів, ніж на світовому ринку. Також це відбувалося певною мірою через складність визначення об'єму інновацій у цій сфері, різноманітність галузей сфери послуг зі значними відмінностями у інноваційних процесах.

7. Поява нових видів послуг і потреба у їх задоволенні.

Поява нових або активне відокремлення і виділення в самостійні галузі цілого ряду видів послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий допоміжний характер тепер є досить актуальним. Це стосується реклами, аудиту, маркетингових, бухгалтерських, юридичних та багатьох інших видів послуг, які стали самостійними сферами бізнесу. Тому дуже важливо навчитись якісно їх надавати та користуватись ними.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Що являє собою регулювання ціноутворення та як воно працює в Україні?

Регулювання сфери послуг слід розглядати у декількох аспектах. Одним з них є регулювання ціноутворення. У певних галузях сфери послуг, таких як, наприклад, комунальні послуги, транспортне забезпечення, телекомунікації та інші державне регулювання ціноутворення розглядається з точки зору впровадження антимонопольних заходів, а саме прийняття антимонопольного законодавства (насамперед, закони України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та «Про захист економічної конкуренції») та створення певних організаційних структур (Антимонопольний комітет України).

2. Що таке монополія та її осоловості?

Монополія (від грецьких слів «mono» — один, «poleo» — продаю) — виключне право (виробництва, торгівлі, промислу тощо), що належить одній особі, групі осіб чи державі, а також встановлення підприємцем або групою підприємців контролю над однією чи кількома галузями виробництва з метою збільшення прибутків і ліквідації конкуренції.

Товар, який виробляє монополіст, не має близького замітника. Практично немає таких товарів, які не можна було б замінити на щось інше. Однак щодо товару монополіста справедливим буде припущення, що у споживача існує лише два можливих варіанти поведінки: або взагалі відмовитися від споживання цього товару, або придбати його у монополіста.

3. Якою на вашу думку є якість послуг в Україні?

Система управління якістю продукції та послуг являє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, що направлений на забезпечення необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації. Вона є невід'ємною частиною системи управління виробництвом та призначена для посилення впливу механізму управління на підвищення якості роботи та ефективність виробництва за рахунок концентрації зусиль на найбільш важливих на даний час, ключових трудових процесах та виробничих функціях.

4. Яка система управління якістю продукції існує в Україні?

На основі положень Закону України «Про туризм». Указу Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», Постанови Кабінету Міністрів України «Програма розвитку туризму в Україні до 2005 року» та Постанови Кабінету Міністрів заходи щодо подальшого розвитку туризму», Міністром України (15 квітня 1999 р. були зареєстровані «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг», якими запроваджена обов'язкова сертифікація готельних послуг, що надаються суб'єктами туристичної індустрії, 1 жовтня 1999 р.

5. Як саме в Україні здійснюється сертифікація установ готельного та ресторанного господарств?

В закладах готельно–ресторанного господарства повинна бути розроблена, документально оформлена, впроваджена, підтримуватися в робочому стані і постійно поліпшуватися система менеджменту якості відповідно до рекомендацій міжнародних стандартів ISO серії 9000:2007 і вимогами ISO 9001-2009 «Система управління якістю. Вимоги».

6. Назвіть два підходи в стандартизації та сертифікації послуг закладів гостинності.

У міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг закладів гостинності на сучасному етапі існують два підходи:

- Кількісний підхід (при віднесенні готелю до певної категорії беруться до уваги нормативи площі приміщень, відсоткового співвідношення кількості номерів з санвузлом, телефоном та іншими зручностями у загальній кількості місць, наявність відповідного асортименту послуг.)

- Якісний підхід (оцінюється місце розташування готелю відповідно його призначення, якісні показники процесу надання послуг, санітарний стан території та будівлі, досконалість меблів та обладнання, рівень кваліфікації персоналу тощо. У цьому разі дається оцінка у певній кількості балів. Але, на жаль, часто застосовуються недостатньо конкретні критерії оцінки, такі як «гарний район», «зручні ліжка», «доброякісне харчування», «досвідчений персонал».)

7. В чому на вашу думку полягає проблема зайнятості населення у сфері послуг?

8. Яким чином екологічна ситуація впливає на розвиток туристичної сфери?

9. Яку роль у розвитку сфери послуг відіграє інноваційна діяльність?

Формування інноваційної політики в сфері послуг має здійснюватися у відповідності з теорією життєвого циклу послуг. Початком життєвого циклу будь-якої послуги служить інноваційна стадія (або стадія розробки), по завершенню якої підприємницькі структури приступають до впровадження послуги на ринок, використовуючи для цього заходи маркетингового впливу і, зокрема, проводячи активну інформаційно-рекламну кампанію щодо послуги-новинки.

У міру досягнення необхідної інформаційної насиченості (і за умови повної відповідності характеристик товару споживчому попиту) спочатку поступово, а потім із зростаючими темпами починають збільшуватися показники-індикатори економічних змін.

ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на тему «Розвиток екологічного туризму та його вплив на зайнятість населення у сфері послуг».
2. У вигляді презентації покажіть вплив інноваційних технологій на розвиток сфери послуг (на конкретному прикладі).

Література до теми XIV:

1. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг. К.: Академія, 2006. 312 с.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. М.; СПб. ; Киев: Вильямс, 2005. 484 с.
4. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручн. К.: КНЕУ, 2002. 337с.
5. Балабанова Л. В. Управління персоналом. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.
6. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика: Навчальний посібник.: Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.
7. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики. 1998. № 4. С. 17–19.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ З КУРСУ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамов М. А. География сервиса : Сфера обслуживания в СССР / М. А. Абрамов. – М. : Мысль, 1985. – 255 с.
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл./Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Знання України, 2002. - 360 с.
3. Агеева О.А., Двориченко В.В, Забаев Ю.В. и др. Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма / Под общ. ред. А.Л.Лесникова, И.П.Мащицкого, А.В.Чернышева.- М.: Вестник, 1998.
4. Алаев Э. Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь / Э. Б. Алаев. – М. : Мысль, 1983. – 350 с.
5. Александрова А.Ю. Международный туризм / Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Прес, 2001.
6. Алексеев А. И. География сферы обслуживания : основные понятия и методы / А. И. Алексеев, С. А. Ковалев, А. А. Ткаченко. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 1991. – 117 с.
7. Анисимов В.М. Кадровая служба и управление персоналом организации: Практическое пособие кадровика. - - М.: Экономика, 2003. - 703 с.
8. Апонін В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг. Навч. посібник за редакцією професора В.В. Апоніна. - К.: Видавничий центр "Академія", 2006. -311 с.

9. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / В.В. Апопій [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
10. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 280 с.
11. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. - К.: Фірма "ІНКОС", Центр навчальної літератури, 2007. - 382 с.
12. Багров Н.В. Географія в інформаційному мирі. – К.: Лыбитель, 2005. –184с.
13. Байлик СИ. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация. - К.: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. - 207 с.
14. Байлик СИ. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - К.: Дакор, 2006. - 288 с.
15. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р; "Альтерпрес", 2004. - 208 с.
16. Балабанова Л. В. Управління персоналом / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
17. Барановський М. О. Економічна та соціальна географія України : практикум : навч.метод. посібн. / М. О. Барановський. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2012. – 75 с.
18. Баркова Г. А. Суспільно-географічний аналіз системи охорони здоров'я населення України : проблеми та перспективи розвитку / Г. А. Баркова // Вісник Харк. нац. ун-ту. – 2005. – № 704. – С. 3–10.
19. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. О. О. Бейдик. — К. : Альтерпрес, 2011. — 462 с.
20. Бейдик О. О. Унікальна Україна: географія та ресурси туризму : навч. посіб. О. О. Бейдик, Н. О. Новосад. — К. : Альтерпрес, 2013. — 572 с.
21. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания: Учебное пособие. - М.: Изд. центр "Академия", 2004. - 224 с.
22. Блажко Н. И. Типизация поселений по признаку их места в региональных системах обслуживания / Н. И. Блажко, К. С. Розина // Экономическая география. – 1981. – Вып. 30. – С. 44–49.
23. Блажко Н. И. Системный подход к исследованию сферы обслуживания / Н. И. Блажко, К. С. Розина // Вопросы географии. – 1972. – № 91. – С. 67–81.
24. Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанное хозяйство: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд. - Минск: БГЭУ, 2001.
25. Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. [Сер. Учебники и учебные пособия]. - Ростов- н/Д: Феникс, 2001. - 352.
26. Борисова Ю.Н. и др. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. - М.: РИБ "Турист", 1997.

27. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент. - М.: Книжный мир, 2001. - 165 с.
28. Бочелюк В.И., Бочелюк В.В. Дозвильознавство: Учеб. пособие. [Текст] / В.И. Бочелюк, В.В. Бочелюк. - М.: Центр учебной литературы, 2006. - 208 с.
29. Бурменко Т. Д. Сфера услуг : экономика : [учебное пособие] / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко / Под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.
30. Геологічні пам'ятки України: у 3-х т. В. П. Безвинний, С. В. Білецький, О. Б. Бобров [та ін.]; за ред. В. І. Калініна, Д. С. Гурського, І. В. Антакової. — К.: ДІА, 2006. — Т. 1. — 320 с.
31. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика: Навчальний посібник / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – К.: КондорВидавництво, 2012. – 436 с.
32. Горишевский П., Дейнега М., Кузнецов М., Мельник В., Рега Н. Основы музееведения, маркетинга и рекламно-информационной деятельности музеев [Текст] / Институт туризма и менеджмента Прикарпатского национального университета им. Василия Стефаника; Региональный туристический информационный центр; Совет по туризму Карпатского региона / В. Великочий (ред.), Н. Гасюк (ред.). - Ивано-Франковск: Плай, 2005.-64с.
33. Гукалова І.В., Мальчікова Д.С. Вступ до фаху: географія і суспільство. Навч. посіб. / І.В. Гукалова, Д.С. Мальчікова. – Херсон:ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 268 с.
34. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
35. Дудник І. М. Територіальна організація послуг. Курс лекцій / І. М. Дудник. – Полтава : ПБ МНТУ, 2002. - 100 с.
36. Жовнір С. М. Суспільна та територіальна організація сфери послуг регіону в умовах ринкової трансформації (на прикладі Вінницької області) [Текст] : автореф. дис. ... канд. географ. наук. 11.00.02 / Жовнір С. М. ; НАН України, Ін-т географії. - К., 2008. - 20 с.
37. Жовнір С. М. Теоретичне дослідження сфери послуг: сутність та суспільна природа послуг / С. М. Жовнір // Науковий вісник Чернівецького університету : Зб. наук. праць. Вип. 238: Географія. – Чернівці : Рута, 2004. – С. 171– 180.
38. Запотоцький С. П. Географія сфери обслуговування населення : аспекти понятійнотермінологічного апарату / Сергій Петрович Запотоцький, Ірина Василівна Запотоцька // Україна : географічні проблеми сталого розвитку. – Т.3. – К. : Обрії, 2004. – С. 88–91.
39. Иванов Н. Н. Сфера услуг как объект исследования и управления / Н. Н. Иванов. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 2000. – 22 с.
40. Ковалев С. А. О географическом изучении сферы обслуживания / С. А. Ковалев // Вестник МГУ. Сер. География. – 1973. – № 6. – С. 3–12.

41. Ковалев С. А. География сферы обслуживания как особая экономико-географическая дисциплина / Сергей Александрович Ковалев, Вадим Вячеславович Покшишевский // География обслуживания. Сер. География СССР. – 1974. – Т. 11. – С. 8 – 36.
42. Ковтун В.Д. Современные модели парков: зарубежный и отечественный опыт [Электронный ресурс]. -Режим доступа: https://tourlib.net/statti_ukr/kovtun.htm .
43. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручн. /А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337с.
44. Комплексний атлас України / за ред. Л.М. Веклич. – К. : ДНВП «Картографія», 2005. – 96 с.
45. Копиевская А.Р. Социально-культурные аспекты организации деятельности парков в странах зарубежья. Дис. канд. пед. наук / КНУКиИ. - 1999. - 175 с.5.
46. Корнус О. Г. Сфера обслуговування населення Сумської області: суспільно-географічні аспекти : [монографія] / О. Г. Корнус, К.А. Немець, Л. М. Немець, А.О. Корнус. – Харків – Суми. – 2009. – 228 с.
47. Кузишин А.В. Регіональна географія України: курс лекцій / А.Кузишин. – Тернопіль: Вектор, 2012. – 340 с.
48. Куценко В. І. Трансформації соціальної сфери України: регіональний аспект : [монографія] / В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук; За ред. С.І.Дорогунцова. – К. : Оріони, 2005. – 400 с.
49. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): Монографія / За наук. Ред. Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «АспектПоліграф», 2008. – 818 с.
50. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.
51. Леонтьєва Г. Г. Географія сфери обслуговування населення (факультативний курс) : [навчальний посібник] / Г.Г. Леонтьєва. – Суми : Слобожанщина, 1998. – 64 с.
52. Леонтьєва Г. Г. Географія Сумської області : населення і господарство : [навчальний посібник] / Г. Г. Леонтьєва, А. О. Корнус. – Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2006. – 72 с.
53. Мазаракі А. А. Світовий ринок товарів та послуг: регіональна структура : [навчальний посібник] / А. А. Мазаракі, Н. П. Ващенко, Є. М. Воронова, І. К. Гоголан, М. Г. Іванова ; За заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Видавничий центр КДТЕУ, 1998. – 168 с.
54. Мельниченко Т. Ю. Освітній комплекс України : сучасний стан і напрями удосконалення територіальної організації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія» / Т. Ю. Мельниченко. – К., 2005. – 20 с.

55. Меркушева Л. А. География сферы обслуживания населения (теория и методология) : [монографія] / Л. А. Меркушева. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1989. – 184 с.
56. Меркушева Л. А. Системный подход к изучению географии социальной инфраструктуры / Л. А. Меркушева // Проблемы географии сферы обслуживания. – М. : МФГО СССР, 1974. – С. 60–62.
57. Немець Л.М. Стійкий розвиток: соціально-географічний аспект (на прикладі України): Монографія. – Х.: Факт, 2003. – 383 с.
58. Немец К. А. О системном подходе в управлении геопроцесом / К. А. Немец // Экологическое образование и его роль в обеспечении устойчивого развития Крыма : матер. науч.-практ. конф. – Симферополь, 1996. – С. 32–39.
59. Новіков В.М. Організація і розвиток соціальної сфери (зарубіжний і вітчизняний досвід). К.: ІЕ НАН України, 2000. – 247 с.
60. Організація і технологія надання послуг: навч. посібник / В.В. Апопій, І.І. Олексин, Н.О. Шутовська, Т.В. Футало / за ред. В.В. Апопія. – Київ : Академія, 2006. – 312 с.
61. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики / Н. Панкратьева // Вопросы статистики. – 1998. – № 4. – С. 17–19.
62. Пилипенко І. О. Методика суспільно-географічних досліджень (на матеріалах Херсонської області) : [навчальний посібник] / І. О. Пилипенко, Д. С. Мальчикова. – Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2007. – 112 с.
63. Покшишевский В. В. География обслуживания, ее предмет, содержание и место среди экономико-географических дисциплин / В. В. Покшишевский // Вопросы географии. – 1972. – № 91. – С. 6–26.
64. Ровенчак І.І. Географія культури: проблеми теорії, методології та методики дослідження: Монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 240 с.
65. Рутгайзер В. М. Социальная сфера : проблемы планирования / Валерий Максович Рутгайзер. – М. : Экономика, 1989. – 239 с.
66. Світовий ринок товарів та послуг: Підручник. У 2-х ч. – Ч.2 / А.А. Мазаракі, Є.М. Воронова, І.В. Чаус та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Х. Вид-во «Ранок», 2008. – 240 с.
67. Смаль И.В. Основы географии рекреации и туризма [Текст]: Учеб. пособие. / И.В.Смаль. - Нежин: В-во НДПУ имени Николая Гоголя, 2004.
68. Соціальний розвиток України : сучасні трансформації та перспективи / [Бандур С. І., Заяць Т. А., Куценко В. І. та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 760 с.
69. Соціальний розвиток України : сучасні трансформації та перспективи / [Бандур С. І., Заяць Т. А., Куценко В. І. та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 760 с.

70. Сфера обслуговування населення : регіональні проблеми / [под ред. А. И. Кочерги]. – К. : Наукова думка, 1980. – 424 с.
71. Сфера обслуговування населення : регіональні проблеми / [под ред. А. И. Кочерги]. – К. : Наукова думка, 1980. – 424 с. 18. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії : [підручник] / Олег Іванович Шаблій. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 444 с.
72. Территориальная организация производства товаров и услуг. : [монография в 2 т.] / А. И. Кочерга, В. И. Куценко, Ф. С. Пятакова и др. ; Под ред. А.И.Кочерги. – К. : Наукова Думка, 1987. – Т. 2. « Производство и потребление услуг». – 223 с.
73. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: підручник для студ. географ. Спеціальностей вищих навч. закладів / О.Г. Топчієв. – Одеса: Астропринт, 2009. – 544 с.
74. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії : [навчальний посібник] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2001. – 560 с.
75. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження : методологія, методи, методики : [навчальний посібник] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2005. – 632 с.
76. Туризм в Україні [Текст]. - М. : Госкомстат України, 2008. - 216 с.
77. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик. – СПб., 2002. – 752 с.
78. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії : [підручник] / Олег Іванович Шаблій. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 444 с.
79. Юрковский В. М. География сферы обслуживания : [учебное пособие] / В. М. Юрковский. – Киев : УМК ВО, 1989. – 82 с.
80. Юрченко С. А. География инфраструктуры : [учебное пособие] / С. А. Юрченко. – Х. : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2003. – 180 с.

МЕТОДИЧНІ ПОРАДИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «Географія сфери послуг» студентам заочної форми навчання у міжсесійний період, підготовки та написання контрольних робіт

Перелік тем для написання контрольних робіт:

1. Предмет завдання вивчення курсу «Географія сфери послуг».
2. Поняття «послуга» і «сфера послуг».
3. Класифікація послуг.
4. Значення та види фінансових послуг.
5. Види підприємств фінансової сфери.

6. Основні чинники впливу на розвиток фінансової сфери.
7. Найбільші компанії світу з фінансових послуг.
8. Значення та види торгівельних послуг.
9. Основні підприємства торгівельної сфери.
10. Основні риси міжнародної торгівлі.
11. Найбільші торгівельні компанії світу.
- 12.. Значення та особливості будівельних послуг.
13. Основні риси сучасної будівельної організації.
14. Географія промисловості будівельних матеріалів.
15. Сутність транспортних послуг.
16. Види транспорту.
17. Транспортне машинобудування та географія основних підприємств.
18. Значення та види інформаційних послуг.
19. Історія розвитку сфери інформаційних послуг.
20. Значення та види освітніх і наукових послуг.
21. Стан освітніх і наукових послуг в Україні.
22. Особливості розвитку освітніх і наукових послуг у високо розвинутих країнах.
23. Значення та види медичних послуг.
24. Особливості запровадження Медичної реформи в Україні.
25. Сутність туристичних послуг.
26. Класифікація туристичних послуг.
27. Діяльність туроператорів та турфірм на українському ринку.
28. Найвідоміші готельні ланцюги та мережі світу.
29. Сфера послуг дозвілля і розваг.
30. Основні підприємства, що забезпечують надання послуг розваг.
31. Значення екології у географії сфери послуг.
32. Інноваційні тенденції розвитку сфери послуг.
33. Проблема зайнятості населення у сфері послуг.

З метою найбільш ефективного самостійного вивчення дисципліни студент-заочник повинен дотримуватися певних настанов та методичних порад. Слід дотримуватись наступної схеми вивчення окремих тем:

1. ознайомлення із змістом навчальної програми і методичними порадами;
2. вивчення питань тем за списком рекомендованої літератури;
3. самоперевірка отриманих знань шляхом відповідей на питання для самостійного контролю, які подані до кожної теми;
4. додаткове вивчення за навчальною літературою матеріалу, що недостатньо засвоєний.

Для впорядкування знань і кращого їх закріплення студенти й виконують домашню контрольну роботу.

Контрольна робота повинна бути написана за допомогою комп'ютерного набору (шрифт Times New Roman 14, інтервал 1,5). У кінці роботи повинен бути список використаної літератури в алфавітному порядку, оформлений відповідно до стандарту.

Відповіді на питання контрольної роботи повинні бути зрозумілими та грамотними.

На титульній сторінці повинна зазначатися назва теми, прізвище, ім'я, по-батькові студента, домашня адреса.

В кінці роботи – особистий підпис студента, дата її виконання, список літератури.

За успішно захищену контрольну роботу студент отримує до 10 балів.

Однією з важливих складових навчального процесу з фахової підготовки бакалаврів у сфері туризму є написання і захист курсових робіт. Навчальним планом напряму підготовки “Туризм” передбачено виконання студентами курсової роботи з дисципліни **“Географія сфери послуг”**.

Курсова робота є своєрідним підсумком засвоєння студентом теоретичних знань, необхідних практичних умінь і навичок. Вона засвідчує самостійність його мислення, здатність до пошуку і аналізу матеріалу, вміння робити теоретичні узагальнення і висновки на основі знань здобутих при вивченні курсу.

В процесі виконання курсової роботи студенти оволодівають методами добору, систематизації і використання літературного, картографічного, статистичного матеріалу, прийомами аналізу зібраних даних, уміннями робити відповідні висновки та узагальнення. Ця робота сприяє розвитку наукового мислення, вміння систематизувати і викладати в письмовому вигляді результати наукового дослідження.

Дані методичні рекомендації мають своєю метою допомогти студентам обрати тему курсової роботи з урахуванням особистих уподобань, скласти план

дослідження, зібрати, систематизувати та опрацювати зібраний матеріал, письмово оформити одержані результати, захистити їх на практиці у формі екскурсії.

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Розвиток сфери туристичних послуг України.
2. Львів як культурна «столиця» України.
3. Особливості медичних послуг країн Європи.
5. Сфера туристичних послуг Болгарії.
6. Особливості розвитку туристичних послуг в Індії.
7. Місце транспортних послуг у розвитку економіки України.
8. Основні центри сфери індустрії розваг у країнах Західної Європи.
9. Досягнення інформаційної сфери послуг Сполучених Штатів Америки.
10. Головні готельні мережі світу.
11. Послуги ресторанного господарства Франції.
12. Особливості національної кухні країн Близького Сходу.
13. Проблеми державного регулювання сфери послуг.
14. Найвідоміші казино Сполучених Штатів Америки.
15. Нова Медична реформа України: особливості та перспективи.
16. Найвідоміші креативні готелі світу.
17. Географія освітніх і наукових послуг в Україні.
18. Найбільші аквапарки Європи.
19. Рівень освітніх і наукових послуг в країнах Африки.
20. Вплив екології на розвиток туристичних послуг в Україні.
21. Головні світові центри торгівельних послуг.
22. Найвідоміші будівельні проекти сучасності в ОАЕ.
23. Основні риси послуг ресторанного господарства Сполучених Штатів Америки.
24. Найбільші ІТ-компанії світу.
25. Розвиток сфери послуг індустрії розваг на території України.
26. Особливості надання туристичних послуг у релігійні місця світу.

За результатами перевірки та захисту курсової роботи студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як сума оцінок за всі етапи виконання курсової роботи та оцінки за її захист.

| № | Назви виду роботи, способи набуття знань | Бали за всі етапи виконання курсової роботи |
|---|--|---|
| 1 | Грамотність, науковість, логічна послідовність у викладі матеріалу | До 10 |
| 2 | Оформлення роботи | До 10 |
| 3 | Вступ і висновки | До 20 |
| 4 | Зміст основної частини роботи | До 25 |
| 5 | Захист курсової роботи | До 35 |
| | Всього | 100 балів |

Методи навчання

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладання;
- пояснювальний метод викладання;
- словесні методи навчання: бесіда, пояснення, лекція;
- наочні методи навчання: ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження (презентації).

Методи контролю

- методи усного контролю: індивідуальне опитування;
- перевірка самостійної роботи та індивідуальних завдань;
- методи письмового контролю;
- методи тестового контролю.

Розподіл балів, які отримують студенти

- Успішність студента оцінюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю.
- Максимальна кількість балів з дисципліни «Географія сфери послуг», яку може отримати студент протягом семестру за всі види роботи, становить 100. Розподіл балів для дисципліни «Географія сфери послуг», яка завершується **екзаменом**, є таким:
 - **50 (ПК) + 50 (Е) = 100**, де:

- 50 (ПК) – 50 максимальних балів з поточного контролю (ПК), які може набрати студент за семестр.
- 50 (Е) – 50 максимальних балів, які може набрати студент за екзамен.
- Результати **поточного контролю** оцінюються за чотирибальною («2», «3», «4», «5») шкалою. В кінці семестру обчислюється середнє арифметичне значення (САЗ) усіх отриманих студентом оцінок з наступним переведенням його у бали за формулою:

- $ПК = 10 \cdot САЗ$

- Бал з поточного контролю може бути змінений за рахунок заохочувальних або штрафних балів: студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру, додається 2 бали; за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях – додається 2 бали, на міжвузівському рівні – додаються 5 балів тощо за рішенням кафедри.
- Переведення підсумкових рейтингових оцінок з дисципліни, виражених у балах за 100-бальною шкалою, у оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS здійснюється відповідно до таблиці і заноситься в додаток до диплому фахівця.

• **Шкала оцінювання: національна та ECTS**

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|---|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | зараховано |
| 82-89 | B | добре | |
| 74-81 | C | | |
| 64-73 | D | задовільно | |
| 60-63 | E | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

Заочна форма навчання

Розподіл балів для дисципліни «Географія сфери послуг», яка завершується екзаменом, є таким:

30(ПК)+70(КР+ЕК)=100, де

30(ПК) – 30 максимальних балів з поточного контролю (ПК), які може набрати студент під час настановної сесії.

Бали з поточного контролю можуть включати бали за відвідування, активність на заняттях тощо.

70 (КР+ЕК) – бали за контрольну роботу (КР) та екзамен (ЕК), які максимально можуть становити 70.

При цьому виконання контрольної роботи (КР) у міжсесійний період оцінюється у 20 балів, складання екзамену – у 50 балів.

Контрольна робота оцінюється за змістом, повнотою викладеного матеріалу, правильністю розв'язання завдання та рівнем самостійності.

Іспит з дисципліни **«Географія сфери послуг»** проводиться в усній формі. Екзаменаційні білети складаються із трьох описових питань (два по 20 балів за кожне) та одного завдання на визначення терміну (10 балів). Жодними джерелами, **окрім власного конспекту**, користуватися не дозволено. Відповідь має бути предметною, точною, обгрунтованою. Бажаючи отримати максимальну оцінку, студент має продемонструвати високий рівень фахових знань, орієнтуватися в основних термінах дисципліни, виявити розуміння суті самого поняття «сфера послуг». Екзаменатор має право поставити студенту навідне чи уточнююче запитання, поцікавитися літературою, яку він використовував в процесі підготовки до іспиту.

ОПИСОВІ ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (20 балів за кожне)

1. Сфера послуг та її місце у світовій економіці.
2. Географія як наука, місце у ній географії сфери послуг.
3. Класифікація послуг.
4. Сутність та види фінансових послуг.
5. Особливості розвитку транспортної сфери в Україні.
6. Види підприємств освітньої і наукової сфери.
7. Типи закладів ресторанного господарства.
8. Види туристичних послуг.
9. Види засобів розміщення туристів.
10. Ресторанні ланцюги й мережі, найвідоміші представники.
11. Сутність послуг ресторанного господарства.

12. Проблеми зайнятості у сфері послуг.
13. Сутність медичних послуг.
14. Чинники розвитку готельярства на певній території.
15. Проблеми державного регулювання сфери послуг.
16. Типи підприємств медичної сфери.
17. Види торгівельних послуг.
18. Сутність та види інформаційних послуг.
19. Транспортне машинобудування та його основні центри.
20. Географія найвідоміших туристичних ресурсів України.
21. Географія промисловості будівельних матеріалів.
22. Поняття «послуга» і «сфера послуг».
23. Види підприємств транспортної сфери.
24. Готельні ланцюги й мережі світу, основні представники.
25. Головні світові центри послуг індустрії розваг.
26. Національні й регіональні кухні.
27. Проблема якості надання послуг.
28. Види підприємств ресторанного господарства.
29. Виробничі і невиробничі послуги, їх характеристика.
30. Види підприємств ресторанного господарства.
31. Географія промисловості будівельних матеріалів.
32. Географія найвідоміших туристичних ресурсів України.
33. Основні риси міжнародної торгівлі.
34. Види підприємств медичної сфери.
35. Поняття «послуга» і «сфера послуг».
36. Сутність та види фінансових послуг.
37. Класифікація послуг.
38. Транспортне машинобудування та його основні центри.
39. Проблеми зайнятості у сфері послуг.
40. Основні чинники впливу на розвиток фінансової сфери.

Основні поняття та визначення в географії сфери послуг.

Сфера обслуговування населення — це сфера суспільної діяльності, в якій здійснюється виробництво послуг, доведення їх до споживачів, а також обслуговування процесу споживання для задоволення потреб населення. Сфера послуг становить сукупність галузей народного господарства, продукція яких має вигляд послуг.

Предметом вивчення географії сфери послуг є загальні засади розвитку організаційно-економічних процесів, а також характерні для сфери послуг принципи, механізми і форми організації процесів управління виробництвом та реалізацією послуг.

Послуга – особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства.

Матеріальними послугами можемо назвати діяльність підприємств і організацій, які задовольняють матеріальні потреби споживача. До таких можемо віднести: побудування будинку; комунальні послуги – водопостачання, тепlopостачання; торгівля і громадське харчування – ринки, магазини, кафе, ресторани; службою побуту – перукарні, хімчистки, ательє, пральні.

До **нематеріальних послуг** можемо віднести послуги, які задовольняють соціально-культурні потреби споживача, інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти та ін.

ОСНОВА КЛАСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ

| Основні класи послуг | Сфери послуг |
|---|---|
| 1. Відчутні дії, спрямовані на тіло людини | Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе |
| 2. Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти | Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги |
| 3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини | Освіта, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї |
| 4. Невідчутні дії з невідчутними активами | Банки, юридичні і консультаційні послуги |

Соціальна сфера – відносно самостійна сфера життєдіяльності суспільства, яка охоплює відносини між соціальними спільностями, всередині цих спільностей, між окремими особами, які займають різне положення в суспільстві й беруть неоднакову участь в його соціальному житті. Саме в цій сфері протікає соціальне життя.

Відповідно до Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" від 12 липня 2001 р. № 2664-ІІ, **фінансові послуги** — операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, — і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

Фінансова операція — це будь-яка операція, пов'язана зі здійсненням або забезпеченням здійснення платежу суб'єктом фінансового моніторингу.

Партнерство, або товариство, - форма організації бізнесу, що засновується на об'єднанні (пайовому, дольовому) майна різних власників.

Товариства, як правило, - це закриті компанії, де зміна власників паїв відбувається лише зі згоди більшості їхніх членів. Кількість членів товариства, які особисто беруть участь у їхній роботі, відносно невелика.

Схема 3



Розрізняють такі види партнерства:

- повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю);
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- змішане (командитне) товариство.

Найпоширенішим є **повне товариство** (товариство з необмеженою відповідальністю). Його учасники несуть відповідальність за роботу фірми в розмірах як свого внеску, так і своїх особистих коштів. Найчастіше статус повного партнерства використовують невеликі фірми у сфері професійних послуг (юридичних, аудиторських, медичних тощо).

У **товариствах з обмеженою відповідальністю** майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проєктів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

Змішане (командитне) товариство об'єднує частину своїх членів за принципом повної (необмеженої) відповідальності (дійсні члени), а частину - за принципом обмеженої відповідальності, майнова відповідальність яких поширюється лише на внесок, зроблений

учасником у капітал товариства. Право голосу в таких фірмах мають лише дійсні члени товариства.

Корпорація (акціонерне товариство) - провідна форма сучасного підприємства в країнах ринкової економіки. Незважаючи на те, що кількість їх невелика, у створенні валового внутрішнього продукту їм належить провідна роль.

Торгівельні послуги - різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям в процесі придбання або споживання товарів.

| | | |
|---------------------|--|---|
| ТОРГОВЕЛЬНІ ПОСЛУГИ | За характером участі галузей народного господарства у наданні послуг | <ul style="list-style-type: none"> ➤ створені силами працівників торгівлі ➤ створені силами працівників побутового обслуговування ➤ створені силами працівників інших галузей |
| | За рівнем зв'язку з процесом продажу товарів | <ul style="list-style-type: none"> ➤ зв'язані (основні) ➤ напівзв'язані (супутні) ➤ вільні (додаткові, допоміжні) |
| | За соціально-економічною значимістю | <ul style="list-style-type: none"> ➤ що забезпечують економію праці і часу покупців ➤ що забезпечують економію грошей покупців ➤ що впливають на економічні показники підприємства |
| | За матеріальним змістом | <ul style="list-style-type: none"> ➤ із частковим матеріальним змістом ➤ нематеріальні |
| | За характером затрат праці | <ul style="list-style-type: none"> ➤ що вимагають праці висококваліфікованих працівників ➤ що не вимагають праці висококваліфікованих працівників |
| | За місцем надання | <ul style="list-style-type: none"> ➤ безпосередньо в торговельному підприємстві ➤ у роздрібного торговця або вдома в покупця |
| | За часом надання | <ul style="list-style-type: none"> ➤ передпродажні ➤ що здійснюються в процесі продажу товарів ➤ післяпродажні (які полегшують споживання товарів) |
| | За термінами виконання | <ul style="list-style-type: none"> ➤ термінові ➤ з регламентованим терміном виконання |
| | За частотою надання | <ul style="list-style-type: none"> ➤ масові ➤ періодичні ➤ епізодичні |

Система торговельних послуг — це сукупність суб'єктів і об'єктів, взаємозв'язаних процесом створення, надання (продажу) та споживання до реалізаційних, супутніх реалізації і після реалізаційних послуг, що надаються торговельними підприємствами.

Будівельний ринок – це багатогалузева система виробництва, розподілу, обміну і споживання будівельної продукції та послуг будівельного комплексу.

Будівництво - вид економічної діяльності, який забезпечує створення нових, розширення, реконструкцію і ремонт діючих будівель і споруд.

Транспортні послуги - послуги, пов'язані з перевезенням готової продукції, сировини та напівфабрикатів із місць виробництва до пунктів споживання або подальшого перероблення. Надають їх як безпосередні виробники продукції, так і спеціалізовані фірми.

Освітня послуга – це комплекс навчальної та наукової інформації, переданої громадянину у вигляді суми знань загальноосвітнього та спеціального характеру, а також практичних навичок для наступного застосування.

Медичні послуги - вид корисної діяльності, не створює матеріальних цінностей, вони, як правило, не приводять до володіння чим-небудь.

Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає як у організації всієї подорожі і в організації окремих послуг.



Сфера гостинності - це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанный бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг.

Готельна справа - пов'язується з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтам, які подорожують необхідні умови для розміщення та харчування.

Готельне господарство - сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Готельна послуга - це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.

Сфера ресторанного господарства — це сфера надання послуг. Послуга харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямованої на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей.



Стандартизація продукції- це встановлення і застосування єдиних правил з метою упорядкування, узаконення й запровадження показників і норм якості продукції, а також відпрацювання у сфері виробництва технологічних процесів і операцій відповідно до цих вимог.

Сертифікація - це один із способів підтвердження відповідності продукції висунутим вимогам або оцінка продукції з погляду її відповідності вимогам стандарту.