

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ОЛЕСЯ ГОНЧАРА**

Кафедра економіки, підприємництва та управління підприємствами

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ»
ДЛЯ СТУДЕНТІВ НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ
6.0305040 ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА,
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 076 ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ
ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Дніпро – 2017 рік

УДК 336
ББК 65
М 43

Рекомендовано до друку Вченою радою економічного факультету
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(протокол № 1 від 12.09.2017 р.)

Рецензенти:

Курінний О. В., к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та регіональної економічної політики Дніпропетровського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України;

Бикова В. Г., к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Укладач:

Тімар І. В., ст. викладач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами

М 43 Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Економіка підприємств сфери послуг» для студентів напряму підготовки 6.030504 Економіка підприємства і спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / укл.: І. В. Тімар. – Дніпро, 2017. – 64 с.

Визначено тематику та зміст практичних занять, надано методичні рекомендації щодо підготовки до практичних занять наведено питання для обговорення, практичні завдання, перелік рекомендованої літератури.

Для студентів напряму підготовки 6.030504 Економіка підприємства та спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

УДК 336
ББК 65

©Тімар І. В., 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Змістовий модуль 1. СФЕРА ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	5
Тема 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ ЯК ТОВАРУ	5
Тема 2. РИНОК ПОСЛУГ УКРАЇНИ	12
Тема 3. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ	20
Змістовий модуль 2. СПЕЦИФІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПОСЛУГ	22
Тема 4. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	22
Тема 5. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	29
Тема 6. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ ТА ЗВ'ЯЗКУ	41
Тема 7. ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСАЛТИНГОВІ ТА ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ	49
Тема 8. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ	54
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	60
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	62

ВСТУП

Інструктивно-методичні матеріали розроблено для підготовки студентами напряму підготовки 6.030504 Економіка підприємства і спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, які вивчають дисципліну «Економіка підприємств сфери послуг», до практичних занять. Метою методичних вказівок є надання студентам практичної допомоги в теоретичному опануванні дисципліни; формування навичок застосування набутих знань в майбутній професійній діяльності; мотивація щодо вивчення дисципліни та як наслідок підвищення активності на практичних заняттях.

Основною метою практичних занять є засвоєння та закріплення важливих теоретичних понять дисципліни. Студентам необхідно проявити теоретичні знання та уміння їх використовувати на практиці. Підготовку до практичних занять доцільно починати з уважного ознайомлення з конспектом лекцій та рекомендованою літературою. На практичних заняттях розглядаються питання, які було викладено на лекціях та ті, які студентам необхідно розглянути самостійно. Студенти за власним бажанням можуть демонструвати поглиблені знання з дисципліни у вигляді доповіді або усного повідомлення. Вивчаючи теоретичний матеріал доцільно звертати увагу на можливість його практичного використання як в професійній діяльності так і у повсякденному житті. При підготовці відповіді на питання, що виносяться на розгляд на практичному занятті, студентам потрібно самостійно наводити приклади, які відбивають зміст теоретичних понять. На практичних заняттях можливе не тільки усне обговорення, а й письмові відповіді на окремі питання та тестовий контроль набутих знань.

Змістовий модуль 1

СФЕРА ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Тема 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ ЯК ТОВАРУ

***Мета заняття:** Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на поняття послуги, їх класифікації, визначення ролі сфери послуг в економічній системі держави, ознайомлення з особливостями функціонування підприємств сфери послуг.*

***Основні терміни:** Сфера послуг, функції сфери послуг, послуга, невідчутність послуги, нездатність до зберігання послуги, невіддільність виробництва послуги від її споживання, мінливість послуг, стандарт обслуговування, класифікація послуг, сервісне підприємство.*

План:

1. Значення сфери послуг у розвитку економічної системи країни.
2. Основний зміст та поняття послуги. Специфіка послуг як особливого виду товару
3. Класифікація послуг за основними класифікаційними ознаками.
4. Особливості підприємств сфери послуг як соціально-економічної системи.

Рекомендована література:

[2; 6; 7; 9; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Підготовку до практичного заняття потрібно розпочати з визначення ролі сфери послуг у розвитку економічної системи країни. Останні роки сфера

послуг, як у всьому світі так і в Україні, динамічно розвивається, що пов'язано з низкою причин та факторів, які слід розглянути. При цьому, необхідно звернути увагу на те, що уся фактори поєднують у чотири групи:

- економічні;
- науково-технічні;
- психологічні;
- соціально-демографічні.

Сфера послуг виконує певні функції, які поділяють на економічні та соціальні, зміст та сутність яких необхідно опанувати при підготовці до практичного заняття (рис. 1).

Далі необхідно звернути увагу на те, що сферу послуг поділяють на два підсфери у залежності від того, як саме проявляються послуги, а саме на підсферу матеріальних та підсферу нематеріальних послуг.

Також, сферу послуг поділяють на три сектори:

- інфраструктурний;
- розподільчо-обмінний;
- соціально-управлінський.

Розглядаючи наступне питання, студентам необхідно зрозуміти сутність категорії «послуга», та її особливості як специфічного товару.

Термін «послуга» нараховує десятки визначень та тлумачень. Проаналізувавши їх можливо виділити наступні підходи до визначення категорії «послуга»:

- 1) трактування «послуги» як дії, яка приносить користь, допомогу іншим;
- 2) трактування «послуги» як продукту (результату) діяльності підприємств, що функціонують в сфері послуг.

Основними специфічними відмінностями послуги як товару є наступні:

- невідчутність;
- невіддільність виробництва від споживання;
- неможливість зберігання та транспортування;
- високий рівень невизначеності та мінливості.

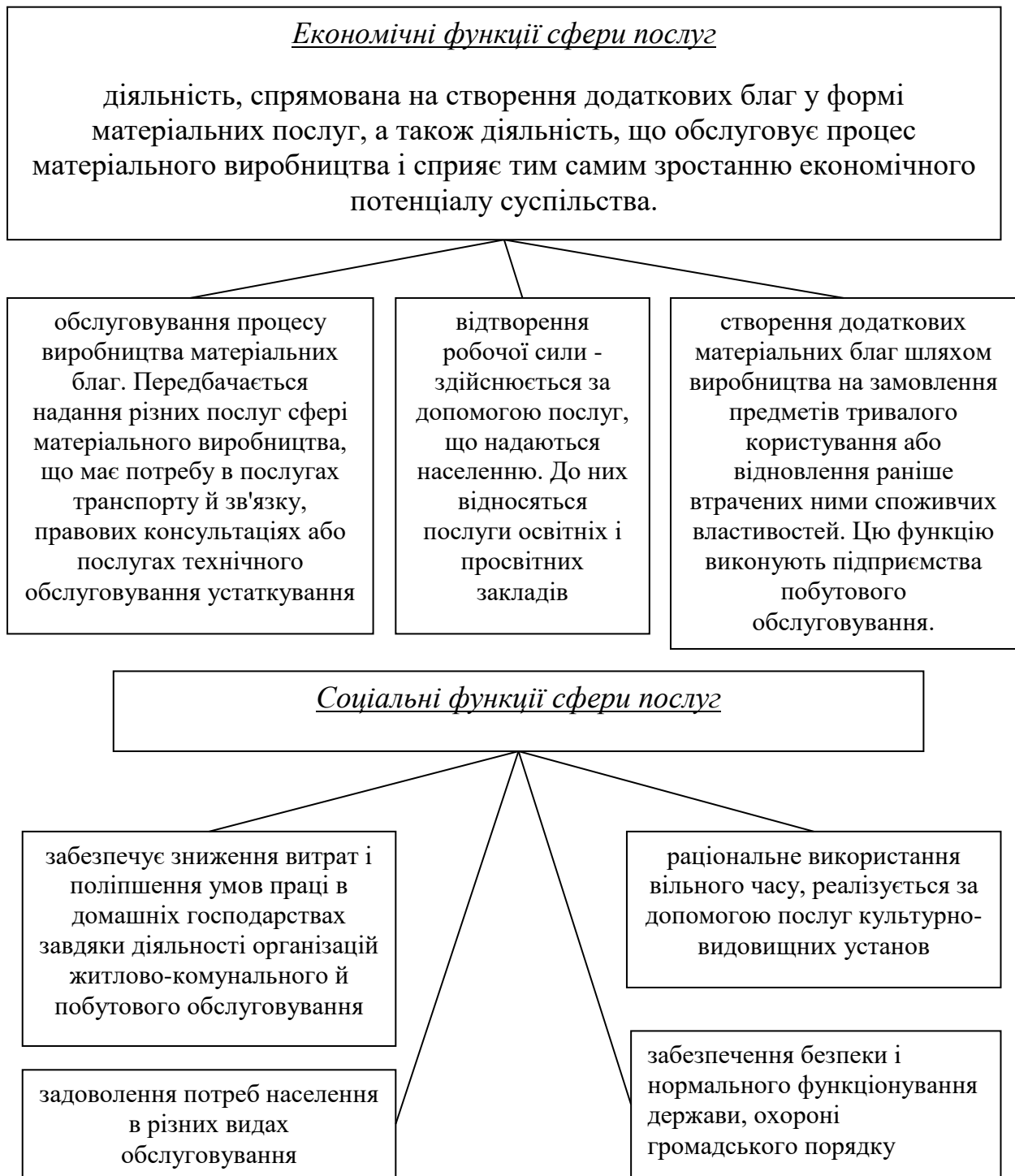


Рисунок 1 – Економічні та соціальні функції сфери послуг

Саме через невизначеність а мінливість сфера послуг потребує додаткової пильної уваги з боку держави в частині регулювання діяльності підприємств галузі, що потребує застосування різних методів та інструментів, зокрема запровадження стандартів обслуговування. Особливого значення стандарти обслуговування набувають у таких галузях, як освіта, фінансові послуги,

охорона здоров'я, послуги зв'язку, тощо. Стандартом обслуговування встановлюються критерії, за якими оцінюється рівень обслуговування споживачів та професійна майстерність працівників сервісного підприємства.

Наступне питання вимагає вивчення основних підходів до класифікації послуг. Один із основних підходів, запропонований Ловелоком передбачає розподілення послуг на основні класи в залежності від того на кого (або що) направлені послуги та від ступеню їх відчутності (рис. 2).

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

Рисунок 2 – Класифікація послуг у сфері нематеріального виробництва за Ловелоком

Класифікація послуг за певними критеріями наведена на рисунку 3.

Класифікацією послуг є їх розподілення на окремі класи або групи, категорії, а це викликає необхідність досліджень функціональної специфіки сфери послуг з метою їх систематизації. Класифікація послуг надає можливість більш глибокого розуміння їх змісту та сутності, виділяти певні риси окремих видів послуг, визначати особливості управління.

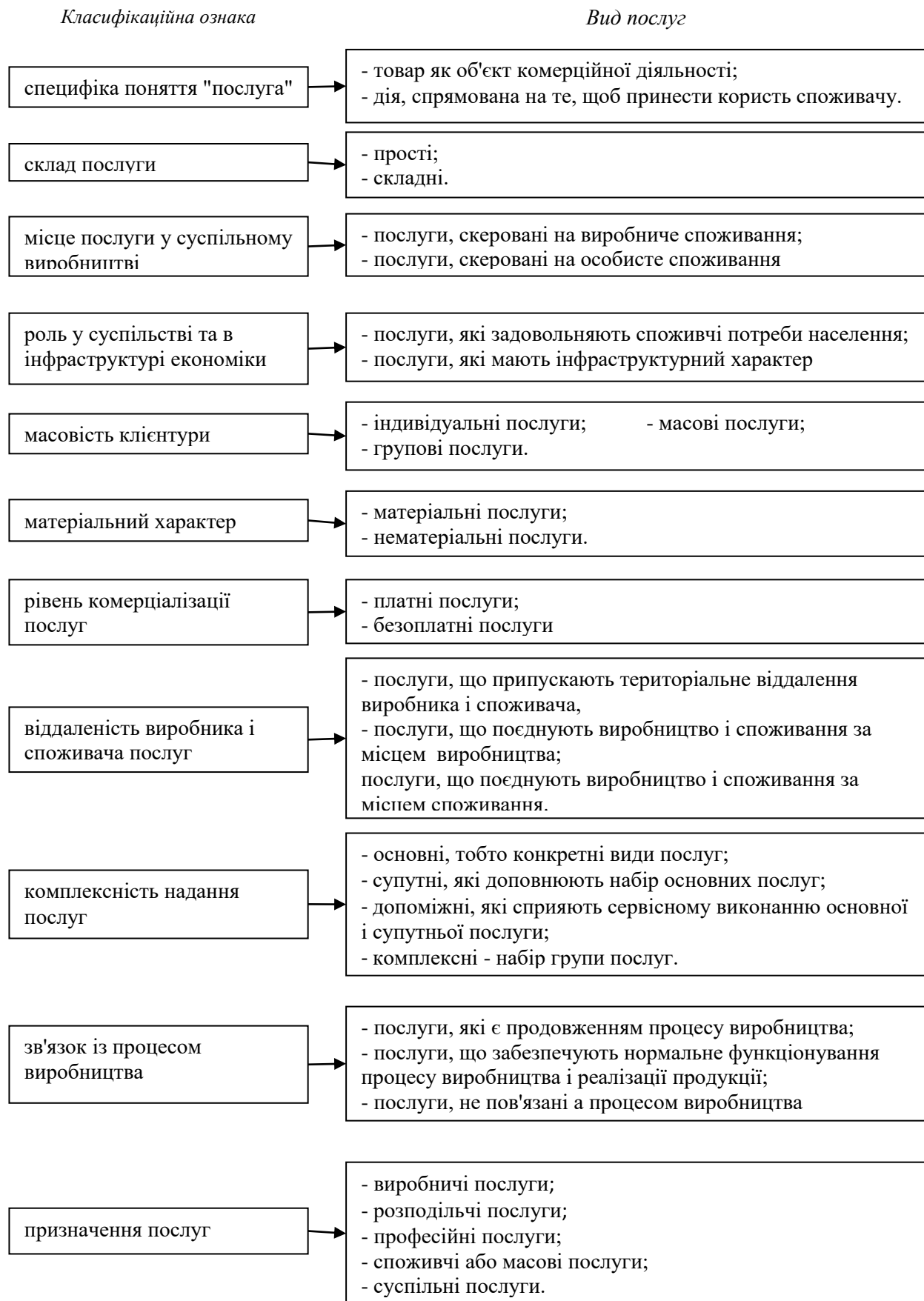


Рисунок 3 – Класифікація послуг за різними класифікаційними ознаками

Розглядаючи види послуг, які класифікують за різними класифікаційними ознаками, слід навести приклади послуг, які відповідають зазначеним видам.

Питання для обговорення:

1. Розкрийте економічну сутність послуг.
2. Визначте основні особливості змісту послуг та технологій їх надання.
3. В чому полягає економічна і організаційна сутність торгівлі послугами?
4. Назвіть специфічні функції торгівлі послугами.
5. Назвіть основні відмінності між матеріальними і нематеріальними послугами.
6. Що таке стандарт обслуговування, яку роль він відіграє в організації обслуговування?
7. Які види послуг за різними класифікаційними ознаками Ви знаєте?
8. Які фактори впливають на розвиток матеріальних і нематеріальних послуг?

Практичні завдання:

1. Розподіліть послуги на матеріальні і нематеріальні за мірою їх сприйняття: ремонт машин; прибирання; послуги громадського харчування; туристичні послуги; лікарні; перукарні; готелі; консультації; ритуальні послуги.

2. Економічний диктант

Розподіліть сфери послуг за класифікацією Ловелока.

(Під час диктанту необхідно в правому стовпчику поставити номер сфери послуг відповідно до його класу)

- 1) медичні послуги;
- 2) прибирання, підтримання порядку;
- 3) пасажирські перевезення;

- 4) освітні послуги;
- 5) юридичні послуги;
- 6) вантажні перевезення;
- 7) телебачення, кіно;
- 8) СПА-салон;
- 9) банківські та страхові послуги;
- 10) охорона;
- 11) громадське харчування;
- 12) консалтингові послуги;
- 13) спортивні заклади;
- 14) хімчистки;
- 15) театри, музеї;
- 16) ветеринарні послуги;
- 17) інформаційні послуги.

1. Відчутні дії, спрямовані на тіло людини	
2. Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	
3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини	
4. Невідчутні дії з невідчутними активами	

Тема 2. РИНОК ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Мета заняття: Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на поняття ринку послуг, їх класифікації, ознайомлення з особливостями функціонування ринку послуг.

Основні терміни: ринок послуг; функції ринку послуг; інфраструктура ринку послуг; функції інфраструктури ринку послуг; класифікація інфраструктури ринку послуг; конкуренція на ринку послуг; конкурентоспроможність послуг.

План:

1. Теоретичні аспекти функціонування ринку послуг, його специфіка.
2. Значення та основні складові інфраструктури ринку послуг.
3. Особливості конкуренції на ринку послуг.
4. Державна регуляторна політика у сфері послуг.
5. Тенденції розвитку сфери послуг в Україні.

Рекомендована література:

[2; 6; 7; 9; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

При підготовці до практичного заняття студентам слід розпочати вивчення теми з опанування теоретичних аспектів функціонування ринку послуг.

По-перше, слід усвідомити, що *ринок послуг*– це сукупність динамічних у часі і локалізованих у просторі соціально-економічних відносин, що формуються і реалізуються в процесі задоволення платоспроможного попиту реальних і потенційних споживачів пропозицією послуг, забезпечують пропорційність їх відтворення. Ринок послуг невіддільний у функціонуванні від

ринків товарів, трудових ресурсів, сировинних, фінансових, тощо. Основними передумовами формування та функціонування ринків послуг є розвиток економіки, вплив науково-технічного прогресу та зростання життєвого рівня населення.

Ринок послуг класифікують за певними ознаками, основні з яких зображено на рисунку 4.

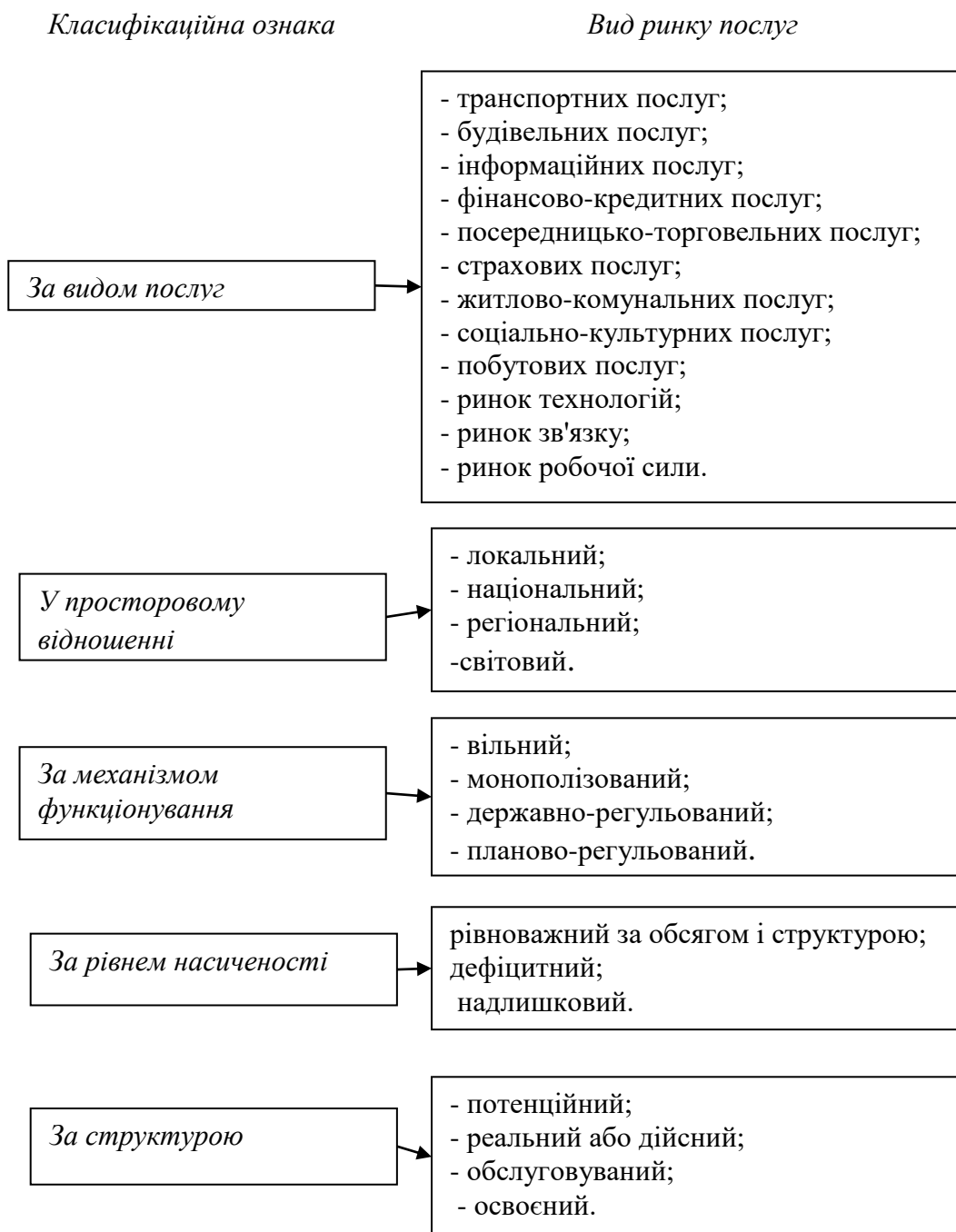


Рисунок 4 – Класифікація ринку послуг за різними класифікаційними ознаками

Вивчаючи теоретичні аспекти функціонування ринку послуг, необхідно звернути увагу на функції, які він виконує (рис. 5).

<i>Назва функції</i>	<i>Зміст функції</i>
розподілу та обміну	розподіл і обмін створюваних продуктів праці між соціальними групами суспільства
забезпечення структурної пропорційності	встановлення відповідності між виробництвом і споживанням
санування ринкового середовища	через механізм конкурентної боротьби відбувається очищення ринку від неконкурентоспроможних підприємств
стимулювання ефективного господарювання, раціонального використання природних ресурсів людиною і суспільством	механізм рівноважних цін зумовлює оптимальне формування структурних пропорцій та обсягів виробництва послуг, забезпечує раціональний розподіл обмежених виробничих ресурсів, впровадження сучасних технологій надання послуг, мінімізацію
інформаційна	поширення інформації, необхідної людині в ринкових умовах
посередницьку	обмін результатами праці економічно відособлених виробників

Рисунок 5 – Функції ринку послуг

Ринок послуг функціонує в єдності з товарним ринком, але має

специфічні риси, які потребують особливих підходів до організації бізнесу на таких ринках. Основні відмінності та особливості ринку послуг зображені на рисунку 6.



Рисунок 6 – Особливості ринку послуг

Розгляд другого питання необхідно розпочати з вивчення поняття «інфраструктура ринку». Інфраструктура - сукупність галузей, підгалузей і служб, які створюють загальні умови для ефективного функціонування всього відтворювального процесу і відтворення робочої сили.

Класифікація інфраструктури ринку послуг наведена на рисунку 7.



Рисунок 7 – Класифікація інфраструктури ринку послуг

Інфраструктура ринку послуг виконує певні функції, які зображені на рисунку 8.

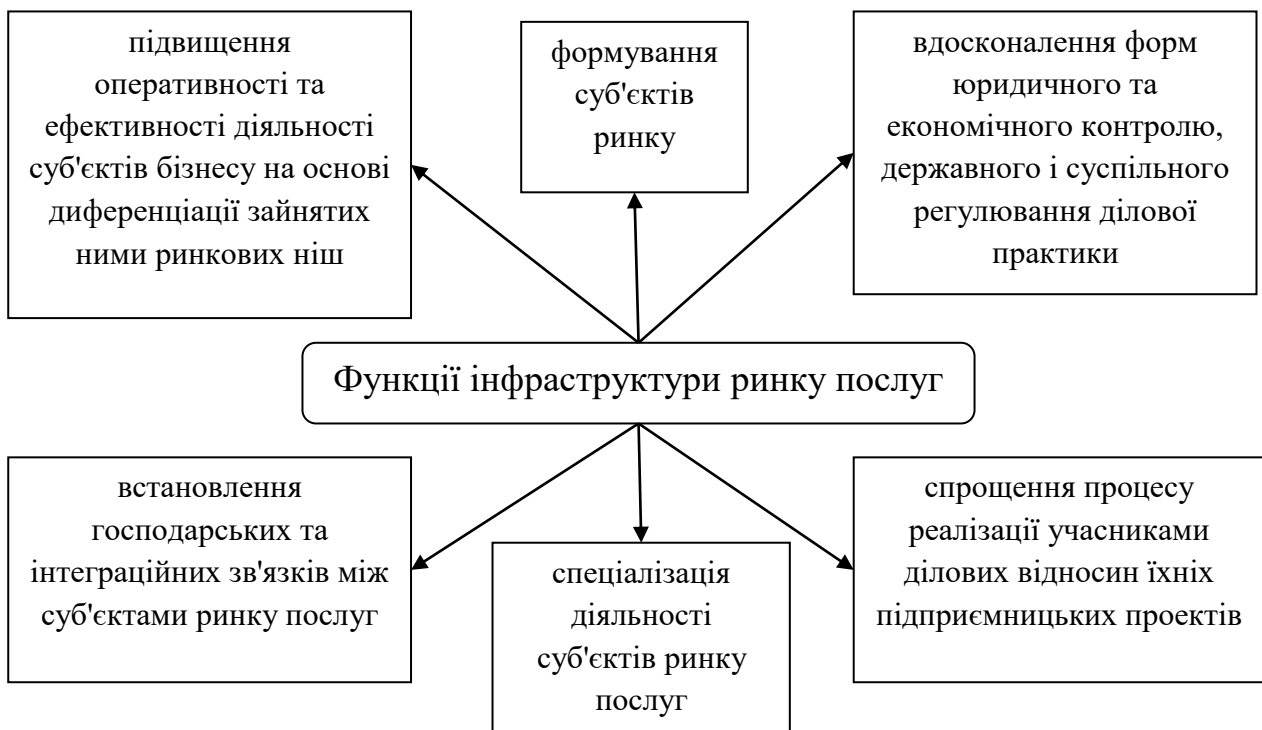


Рисунок 8 – Функції інфраструктури ринку послуг

Питання для обговорення:

1. Які чинники сприяли швидкому розвитку сфери послуг в останні часи?
2. Назвіть основні класифікаційні ознаки та види ринку послуг?
3. Назвіть основні функції ринку послуг в процесах суспільного відтворення?
4. Назвіть основні функції інфраструктури ринку послуг?
5. Назвіть найважливіші параметри конкурентоспроможності послуги.
6. Назвіть найважливіші показники конкурентоспроможності послуги.
7. Назвіть основні функції конкуренції на ринку послуг.
8. Назвіть основні методи конкурентної боротьби у сфері послуг.

Практичне завдання

Виконати огляд ринку послуг України або регіону України за обраним видом послуг. Орієнтовні теми:

1. Сфера послуг в економічній системі України.
2. Сфера послуг Дніпропетровської області.
3. Сфера послуг м. Дніпро.
4. Роздрібна торгівля м. Дніпро (за товарними групами):
 - продукти харчування;
 - одяг, взуття;
 - побутова техніка, електроніка;
 - побутова хімія, косметика;
 - меблі;
 - будівельні матеріали;
 - інше.
5. Послуги громадського харчування м. Дніпро.
6. Готельний бізнес:
 - Україна;
 - Дніпропетровська область або м. Дніпро;

- Інші області (регіони) (наприклад, Західна Україна, Південний регіон).
- 7. Туристичні послуги:
 - Україна;
 - Дніпропетровська область або м. Дніпро;
 - Інші області (регіони) (наприклад, Західна Україна, Південний регіон).
- 8. Транспорт України.
- 9. Залізничний транспорт України.
- 10. Повітряний транспорт України.
- 11. Водний транспорт України.
- 12. Пасажирський транспорт України.
- 13. Вантажний транспорт України.
- 14. Послуги вантажних перевезень м. Дніпро.
- 15. Послуги пасажирських перевезень м. Дніпро.
- 16. Послуги зв'язку Україна.
- 17. Послуги мобільного зв'язку:
 - Україна;
 - Дніпропетровський регіон;
- 18. Послуги поштового зв'язку:
 - Україна;
 - Дніпропетровський регіон.
- 19. Страхові послуги:
 - Україна;
 - Дніпропетровський регіон.
- 20. Фінансові послуги (за видами):
 - Україна;
 - Дніпропетровський регіон;
- 21. Консалтингові послуги:
 - Україна;

- Дніпропетровський регіон;
- 22. Юридичні послуги Дніпропетровський регіон;
- 23. Медичні послуги м. Дніпро (можливо за видами, наприклад, діагностичні, косметологічні, стоматологічні, інші за вибором студента)
- 24. Комунальні послуги м. Дніпро.
- 25. Побутові послуги м. Дніпро.
- 26. Послуги в сфері розваг та дозвілля м. Дніпро.
- 27. Освітні послуги м. Дніпропетровськ (можливо за видами за вибором студента).
- 28. Послуги в сфері фізичної культури та спорту м. Дніпро (можливо за видами за вибором студента).
- 29. Інші види послуг а вибором студента та за узгодженням з викладачем.

Критерії оцінювання практичного завдання

№ з/п	Зміст роботи	Бали
1.	Якість та повнота статистичного матеріалу:	
	- повнота статистичних даних, кількість показників	0-2
	- період аналізу (кількість років або періодів аналізу)	0-2
	- актуальність статистичних даних	0-2
2.	Аналітичні висновки за опрацьованим матеріалом	0 - 5
	Разом (максимальна кількість балів)	11

Тема 3. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

***Мета заняття:** Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність і зміст управління на підприємствах сфери послуг, його основну мету і завдання, види та типи організаційних структур управління підприємствами сфери послуг.*

***Основні терміни:** управління, мета управління, завдання управління, функції управління, організаційна структура управління, об'єкт управління, суб'єкт управління.*

План:

1. Мета і завдання управління на підприємстві сфери послуг
2. Організаційні системи управління підприємствами сфери послуг

Рекомендована література:

[2; 6; 7; 9; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Розгляд першого питання слід розпочати з вивчення основної мети та завдань управління підприємством сфери послуг. Головна мета управління підприємством сфери послуг – забезпечення прибутковості функціонування підприємства, через ефективне використання кадрового потенціалу і раціональну організацію процесу обслуговування, яке націлене на виявлення й задоволення вимог та потреб споживачів. Основними завданнями управління підприємством сфери послуг є наступні:

- формування цілей та складання планів їх досягнення;
- організація процесу виробництва та надання послуг;
- забезпечення належної якості послуг та обслуговування;

- формування та реалізація ефективного комунікативного зв'язку між підприємством та споживачами;
- підготовка, розвиток, оцінка персоналу, підвищення ефективності використання кадрового потенціалу;
- формування корпоративної культури та іміджу підприємства.

Система управління на підприємстві сфери послуг представляє собою сукупність взаємозалежних елементів, які знаходяться у тісному зв'язку між собою, основними з яких є наступні: функції, процес, структура, механізм, суб'єкт, об'єкт.

Функція управління – вид діяльності управлінців у процесах управління. Основними функціями управління є планування, організація, мотивація, контроль.

Процесом управління вважають поєднання функцій і структури шляхом застосування певного механізму.

Структурою управління є сукупність, взаємозалежність, взаємозв'язок і підпорядкованість окремих елементів, ланок і рівнів управління підприємством.

Механізмом управління є сукупність певних елементів, які націлені на організацію процесу та забезпечення взаємозв'язку його підсистем. Основними елементами механізму управління є функції, важелі, методи, інструменти та стимули управління.

Об'єкт управління або керована підсистема – це те, на що направлене управління.

Суб'єкт управління або керуюча підсистема – особа або група осіб, які здійснюють управління.

Питання для обговорення:

1. Розкрийте мету і завдання управління підприємством сфери послуг.
2. Назвіть головні функції управління на підприємстві сфери послуг.
3. Розкрийте суть сервісного менеджменту?
4. Поясніть зміст, структуру і технології процесів управління на

сервісному підприємстві.

Змістовий модуль 2.

СПЕЦИФІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПОСЛУГ

Тема 4. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

***Мета заняття:** Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на економічну сутність, форми, роль та значення торгівлі, особливості економіки підприємств роздрібної та оптової торгівлі, підприємств громадського харчування.*

***Основні терміни:** Торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, товарообіг, канал збуту, оптовий посередник, громадське харчування.*

План:

1. Економічна сутність, соціально-економічні форми, роль і значення торгівлі в народногосподарському комплексі країни.
2. Особливості економіки підприємств роздрібної торгівлі.
3. Особливості економіки підприємств оптової торгівлі.
4. Види підприємств громадського харчування, їх особливості та класифікація.
5. Особливості економіки підприємств громадського харчування.

Рекомендована література:

[1; 6; 7; 9; 16; 19; 21, 23]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Вивчення теми слід розпочати з вивчення місця та ролі торгівлі в

економіці країни, її економічного змісту, основних функцій. Слід звернути увагу на те, що сучасна економічна наука не має загальноприйнятого трактування терміну «торгівля», який по-різному визначається різними авторами в різних джерелах. В загальному розумінні торгівля – це специфічний вид діяльності, який пов'язаний з продажем, купівлею та обігом товарів. Основні функції торгівлі відображено на рисунку 9.

Основними видами торгівлі є:

– оптова торгівля, яка представляє собою продаж товарів зазвичай великими партіями, з метою їх подальшого перепродажу або переробки. В процесі оптового обороту товар в кінцеве споживання не надходить;

– роздрібна торгівля, яка представляє собою продаж товарів кінцевим споживачам, отже є завершальною ланкою руху товарів у сфері обігу.

Вивчаючи друге питання потрібно усвідомити, що основним показником розвитку роздрібною торгівлі є роздрібний товарооборот. Роздрібний товарооборот – це реалізація товарів населенню для особистого споживання в обмін на його грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям і установам для колективного споживання та задоволення їх господарських потреб.

Обсяг роздрібного товарообороту залежить від наступних факторів:

- економічних;
- організаційно-технічні;
- соціальні.

Економічні фактори у свою чергу поділяють на:

- зовнішні (екзогенні, незалежні від зусиль підприємства);
- внутрішні (ендогенні, залежні від зусиль підприємства).

До організаційно-технічних факторів відносять організаційний, технічний, технологічний рівні торгівельної діяльності; дислокацію торгівельної мережі; рівень організації менеджменту, маркетингу, комерційної роботи.

Соціальні фактори – це насамперед демографічні показники, а саме чисельність, структура, міграційний рух населення; рівень грошових доходів;

рівень задоволення потреб за рахунок власних господарств; особливості побуту, традицій, моди; морально-психологічні фактори; інші.



Рисунок 9 – Функції торгівлі

Розглядаючи третє питання слід звернути увагу на те, що основним завданням оптової торгівлі є доведення товару від підприємств-виробників до суб'єктів роздрібною торгівлі або споживачів.

В оптовій торгівлі за статусом бувають:

- постачальники – виробники;
- постачальники – посередники.

Слід звернути увагу на поняття каналу розподілу (збуту), який являє собою сукупність суб'єктів, що беруть участь у просуванні товарів від виробника до кінцевого споживача. Основним параметром каналів розподілу – є їх протяжність, яка характеризується кількістю проміжних ланок між виробником та споживачем (рис. 10).

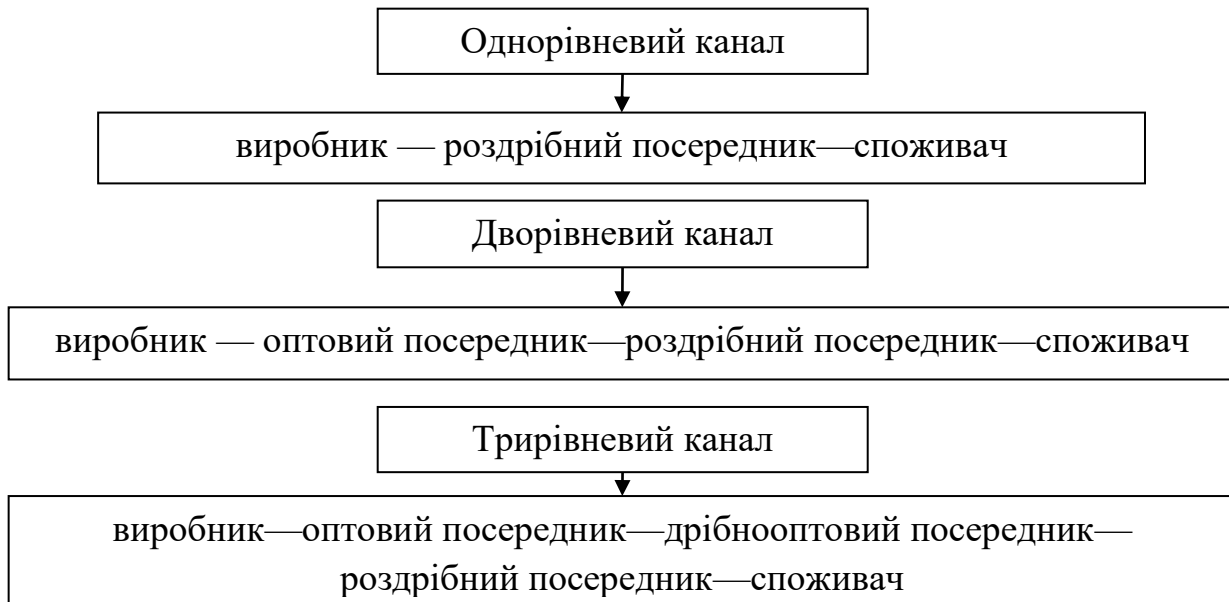


Рисунок 10 – Протяжність каналів розподілу

Основними посередниками в оптовій торгівлі є наступні:

- дистриб'ютори;
- дилери;
- агенти;
- комісіонери;
- брокери.

Розглядати наступне питання слід розпочати з визначення поняття «громадського харчування», яке являє собою особливу виробничо-торгівельну діяльність, направлену на виробництво й продаж продукції власного виробництва та закуплені товари, що призначаються для споживання на місці.

Підприємством громадського харчування є заклад або декілька закладів, що як самостійні суб'єкти господарської діяльності виготовляють, догодовують та продають кулінарну продукцію.

Підприємством громадського харчування є: фабрика-кухня; фабрика-заготівник; ресторан; бар; кафе; їдальня; закусошна; буфет; магазин-кулінарія; відкрита літня площадка; кіоск та інші об'єкти.

Відповідно до націночної категорії виділяють п'ять видів закладів громадського харчування:

- класу люкс;
- вищої категорії;
- першої категорії;
- другої категорії;
- третьої категорії.

За методами обслуговування виділяють заклади:

- із самообслуговуванням;
- із обслуговуванням офіціантами;
- із комбінованим обслуговуванням.

Вивчення останнього питання потребує розгляду особливостей функціонування підприємств громадського харчування. Зокрема підприємствами громадського харчування виконуються три взаємопов'язані функції:

- виготовлення кулінарної продукції;
- реалізація кулінарної продукції;
- організація споживання кулінарної продукції.

Іншими особливостями функціонування підприємств громадського харчування є наступні:

- широкий асортимент та різноманітність вироблюваної продукції;
- досить обмежений термін реалізації виготовленої продукції, іноді декілька годин, що потребує виготовлення партій продукції по мірі їх споживання;
- залежність режиму роботи підприємства громадського харчування від режиму роботи та відпочинку споживачів;
- залежність попиту на продукцію підприємства громадського харчування від сезону, днів тижня, святкових днів, годин протягом доби;
- значна залежність ефективності господарювання від місця розташування підприємства громадського харчування.

Питання для обговорення:

1. Яку роль відіграє торгівля в національній економіці?
2. Що таке роздрібна торгівля?
3. Що таке оптова торгівля?
4. Які типи оптових посередників Ви знаєте?
5. Що таке громадське харчування?
6. В чому полягає соціально-економічне значення громадського харчування?
7. Які види підприємств громадського харчування Ви знаєте?
8. Скільки націночних категорій встановлено для підприємств громадського харчування?
9. Що відносять до складу роздрібно-товарообігу підприємства громадського харчування?

Тести для перевірки:

1. Визначальним при віднесенні до оптової чи роздрібно-торгівлі є:

- | | |
|---------------------------|--|
| а) розмір партії покупки; | б) кому і для чого реалізується товар; |
| в) форма розрахунків; | г) всі відповіді правильні. |

2. Дилери, агенти, дистриб'ютори це:

- | | |
|---|--------------------------------|
| а) особи, що займаються роздрібною реалізацією товарів; | |
| б) оптові посередники; | |
| в) правильні відповіді а,б; | г) немає правильної відповіді. |

3. Роздрібний посередник не приймає участі в наступному каналі збуту:

- | | |
|-------------------|--------------------------------|
| а) однорівневому; | б) дворівневому; |
| в) трирівневому; | г) немає правильної відповіді. |

4. Кількість проміжних ланок між виробником та споживачем визначає:

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| а) глибину каналу збуту; | б) довжину каналу збуту; |
|--------------------------|--------------------------|

Тема 5. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Мета заняття: Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на економічний зміст туризму, поняття туристичної послуги та туристичного продукту, класифікацію туризму, сутність та специфіку готельних послуг, види засобів розміщення.

Основні терміни: Туризм, туристична послуга, туристичний продукт, тур, готельна послуга, готель, готельне господарство, категоризація готелів.

План:

1. Економічний зміст туризму. Сутність категорії туристична послуга та туристичний продукт.
2. Класифікація туризму
3. Сутність та особливості готельних послуг
4. Форми і види засобів розміщення. Система класифікації готелів у світі.

Рекомендована література:

[4; 10; 12; 13; 15; 17; 20]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Розпочати підготовку до практичного заняття студентам доцільно з опанування змісту туризму як специфічного виду підприємницької ті господарської діяльності. Для цього необхідно засвоїти сутність та зміст категорії туристична послуга та туристичний продукт.

В загальному розумінні туристична послуга є результатом діяльності туристичного підприємства в частині задоволення вимог та потреб туристів.

Туристичні послуги бувають основними та додатковими (рис. 11).



Рисунок 11 – Основні та додаткові туристичні послуги

Але наведений розподіл можна вважати умовним, так як суттєвих відмінностей, з точки зору їх споживчих властивостей, не існує. Зазвичай ті послуги, які включено в основну програму або тур вважають основними. Додаткові послуги, як правило, не входять в основну оплату та замовляються туристом додатково, самостійно і здебільшого вже у місці подорожі.

Найчастіше основними туристичними послугами є транспортні послуги, послуги розміщення та харчування. Але у випадках організації специфічних подорожей, послуги, які зазвичай вважають додатковими, можуть стати основною частиною туру.

Отже, різницю між основними і додатковими послугами доцільно встановлювати на основі їх співвідношення із замовленим туристичним пакетом.

Класифікація туризму за різними класифікаційними ознаками має велике значення, так як сприяє усвідомленню комплексності та багатогранності туристичних послуг. Види туризму, які виділяють відносно цілі подорожі,

категорії подорожуючих та об'єктів, які відвідують під час подорожі наведено на рисунку 12.

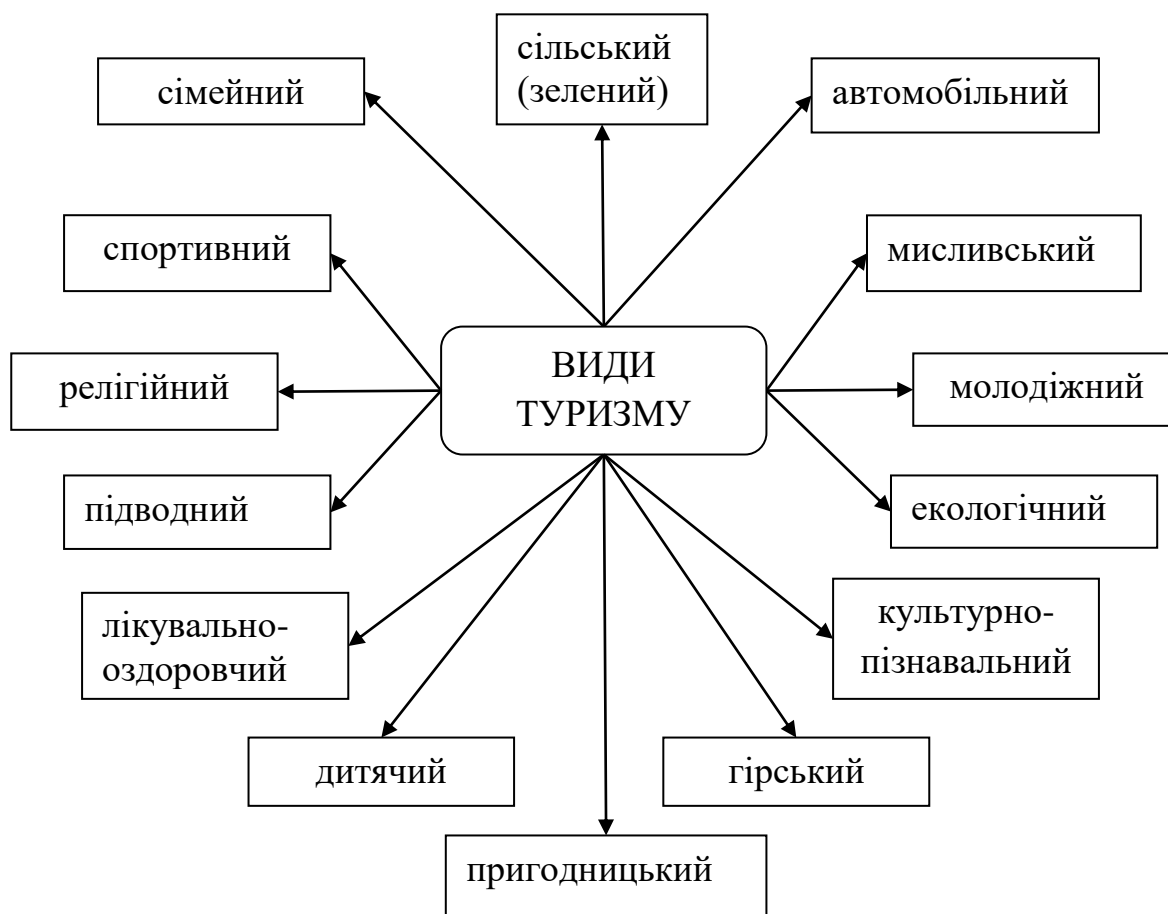


Рисунок 12 – Види туризму в залежності від цілей, об'єктів, які відвідуються чи використовуються

На рисунку 13 представлена класифікація туризму за основними класифікаційними ознаками, а саме за географічним принципом, напрямком туристичного потоку, метою поїздки, джерелами фінансування, засобами та способами пересування, кількістю учасників, тривалістю подорожі, інтенсивністю туристичного потоку, рівнем організації.

Туристичним продуктом є сукупність певних елементів, які задовольняють потреби туриста під час подорожі, здебільшого є результатом діяльності декількох суб'єктів туристичного бізнесу.



Рисунок 13 – Класифікація туризму за різними класифікаційними ознаками

Тур – це сформований комплекс основних і додаткових послуг, який надається туристам в залежності від мети подорожей.

Готуючись до практичного заняття студентам необхідно вивчити сутність та зміст кожного виду туризму, які виділено у межах різних класифікаційних ознак.

Наступне питання потребує вивчення сутності та особливостей готельних послуг. Студентам слід усвідомити, що сфера готельних послуг є ключовою у туристичному бізнесі, так як задовольняє потреби туристів у розміщенні та проживанні під час подорожей.

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. Готельні послуги бувають основними та додатковими (рис. 14).

Основні готельні послуги, включені у вартість номера, тому надаються споживачеві без додаткової оплати. Перелік основних послуг, включених у вартість номера, визначається кожним суб'єктом готельного бізнесу самостійно на власний розсуд, але обов'язковими є послуги з надання місця розміщення, постільної білизни (рушників) та прибирання номерів.

Перелік додаткових послуг та їх вартість також встановлюється готелем самостійно. Саме додаткові готельні послуги створюють конкурентні переваги конкретного готелю, підвищують його ринкову привабливість. Саме додаткові послуги створюють неповторний образ суб'єкту готельного бізнесу.

Готельним продуктом є результат господарської діяльності суб'єкту готельного бізнесу, який може бути представлений у матеріальній (номери, меблі, обладнання, харчування, тощо) і нематеріальній (сервіс, атмосфера) формах або у формі виконаних робіт.

Вивчаючи останнє питання, студентам слід зупинитись на підходах до класифікації готелів, які застосовуються у світовій практиці.



Рисунок 14 – Основні та додаткові готельні послуги

Класифікація (в деяких системах використовують термін сертифікація, в інших країнах – категоризація) – це процес отримання суб'єктом готельного бізнесу документу, який підтверджує відповідність даного суб'єкта вимогам щодо певної категорії (класу). Для проведення категоризації існують різноманітні системи, які діють на певних територіях, в окремих країнах або в межах певних асоціацій (об'єднань), мають формалізовані критерії (вимоги) та умови перевірки їх додержання, встановлюють ступень обов'язковості та рівень відповідальності за виконання затверджених умов, визначають суб'єктів процесу. Результатом категоризації є отримання сертифікату або іншого документу, який підтверджує приналежність готелю до певної категорії. Основними завданнями категоризації вважають забезпечення безпеки та якості послуг в готельному бізнесі, через механізм встановлення стандартів

обслуговування. Крім цього, розповсюдженою є точка зору, що категоризація допомагає споживачеві послуг орієнтуватись в великій кількості пропозицій на ринку, формувати уяву про готель та сприяти вибору того, чиїми послугами скористатись.

Проведені дослідження доводять, що за категорією споживач може обрати готель, але рівень його задоволеності залежить не від категорії готельного підприємства, а від рівня задоволення його очікувань і сподівань. Отже, у боротьбі за клієнта суб'єктам готельного бізнесу необхідно направляти зусилля на задоволення споживача, та як наслідок формування постійних та лояльних клієнтів, в тому числі шляхом забезпечення відповідності реального іміджу готельного підприємства очікуванням споживача. У зв'язку з цим постає завдання дослідити ефективність механізму категоризації готельних підприємств з точки зору впливу на формування споживачем уявлення про готель, яке є максимально наближеним до реалій.

З цією метою було проаналізовано світовий досвід та тенденції застосування систем класифікації (категоризації) готельних підприємств. Проведене дослідження показало, що на сьогодні не існує уніфікованих правил, критеріїв та вимог до встановлення категорій готелям (в світі є щонайменше три десятки систем, які застосовуються в різних країнах).

Здебільшого назва категорії позначається певним символом, найбільш розповсюдженим є зірка, також використовують діаманти, розряди, ключі, корони, букви, тощо (рис.15).

Різні системи не тільки відрізняються символами, але й висувають різні вимоги до певних категорій. Це призводить до того, що один і той же готель за різними системами може отримати різні категорії. Крім цього, навіть в межах окремих країн використовуються різні системи і символи (США, Велика Британія).

В різних країнах світу відрізняються не тільки системи та правила категоризації, а й підходи до визначення її обов'язковості та суб'єктів виконання і контролю (рис. 16).

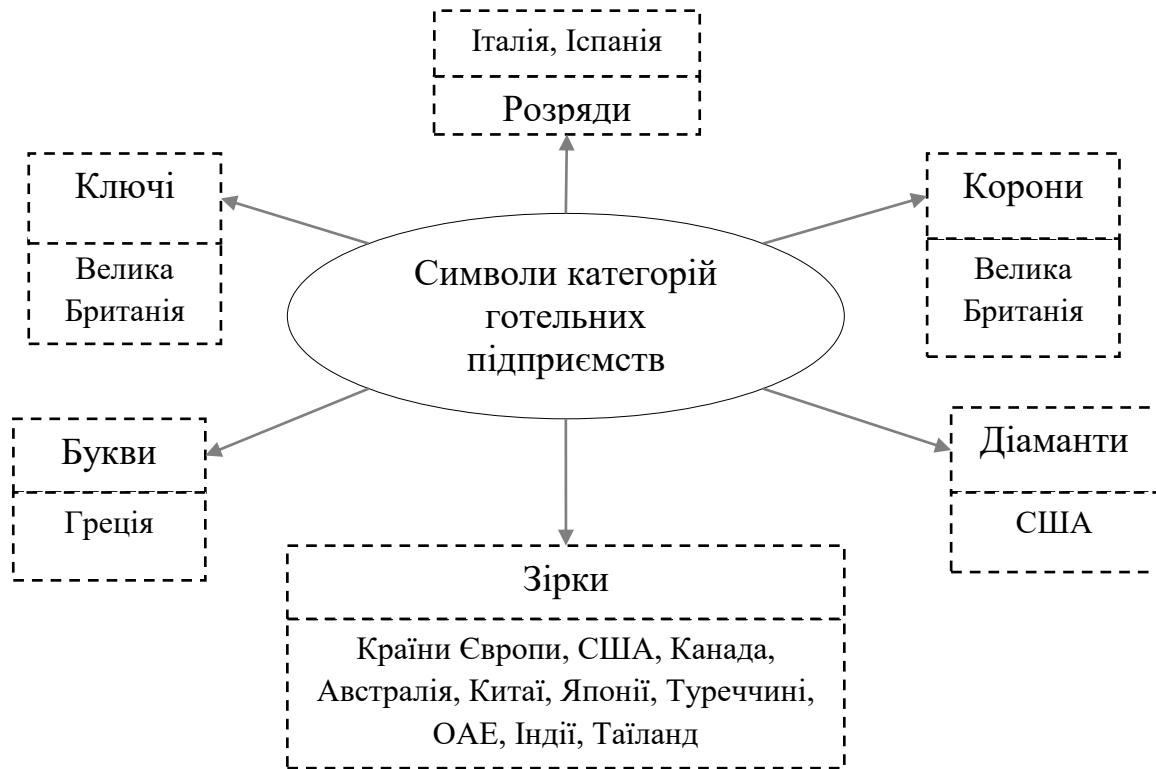


Рисунок 15 – Символи в системах категоризації готельних підприємств різних країн світу

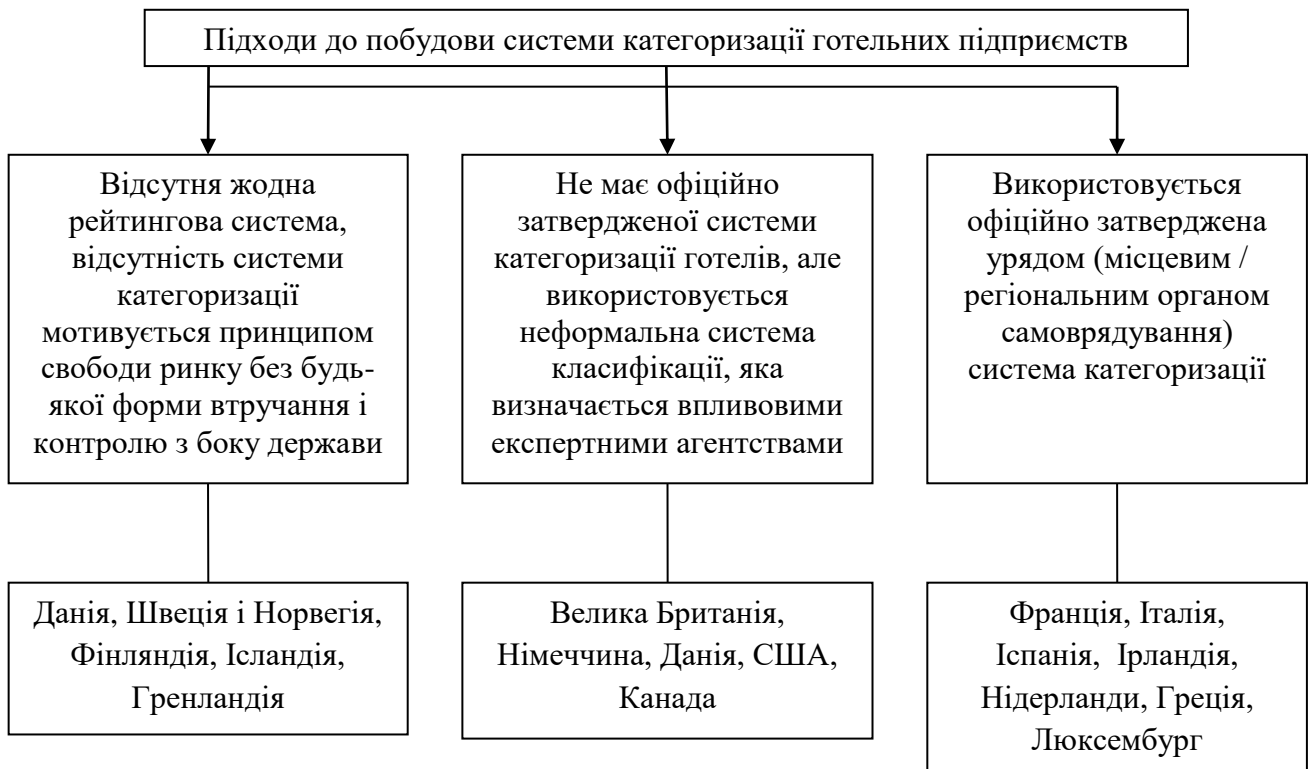


Рисунок 16 – Підходи до побудови системи категоризації готельних підприємств в різних країнах

Як бачимо, існує три принципових підходи, які застосовуються у різних країнах: 1) категоризація не є обов'язковою; 2) категоризація обов'язкова, але її проводять незалежні (недержавні) установи 3) категоризація є обов'язковою і її проводять державні органи влади та інституції.

В Україні застосовується третій підхід, за яким на законодавчому рівні встановлено, що проведення категоризації та отримання зірок є обов'язковою умовою функціонування готельних підприємств і проводять її спеціально уповноважені державні органи.

Питання для обговорення:

1. Які показники роздрібного товарообороту Ви знаєте?
2. Класифікація товарообороту роздрібних торгових підприємств.
3. Які показники оптового товарообороту Ви знаєте?
4. Охарактеризуйте сучасні тенденції розвитку туристичної галузі.
5. У чому полягають особливості сучасного стану туризму і готельного господарства в Україні?
6. Охарактеризуйте історію розвитку готельної сфери в Україні.
7. Що таке туристично-готельний бізнес?
8. У чому проявляється сутність туристичної послуги?
9. Дайте визначення туризму.
10. Які характерні ознаки відрізняють туристів від інших осіб, що подорожують?
11. Які риси властиві туристичним послугам?
12. Дайте визначення категорії «готель».
13. Назвіть головні чинники становлення і розвитку сфери гостинності.

Практичні завдання

1. На підставі дослідження ринку туристичних послуг в обраному регіоні України визначити, які види туристичних послуг пропонують підприємства туристичного бізнесу.

2. Провести дослідження ринку готельних послуг в обраному регіоні України та визначити види засобів розміщення та категорійність готелів в досліджуваному регіоні.

Тести для перевірки:

1. До колективних засобів розміщення не відносять:

- а) міні-готелі місткістю до 10 місць;
- б) приватні засоби розміщення готельного типу;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

2. Сукупність складних елементів, що задовольняє потреби туристів під час подорожей, і яка являє собою результат зусиль багатьох підприємств це:

- а) тур;
- б) туристичний продукт;
- в) туристична послуга;
- г) немає правильної відповіді.

3. Туризм не класифікують за:

- а) інтенсивністю туристичного потоку;
- б) тривалістю перебування;
- в) метою поїздки;
- г) немає правильної відповіді.

4. Суб'єкти господарювання, що надають готельні послуги бувають:

- а) колективні та індивідуальні;
- б) приватні та комунальні;
- в) в формі юридичної особи та ФОП;
- г) всі відповіді правильні.

5. В світовій практиці класифікація готелів в залежності від рівня комфорту здійснюється за системою

- а) «зірок»;
- б) «букв»;
- в) «корон»;
- г) всі відповіді правильні

6. До основних туристичних послуг не відносять:

- а) організацію харчування;
- б) організацію розміщення;
- в) страхування туристів;
- г) немає правильної відповіді.

7. Сформований комплекс основних і додаткових послуг, наданих туристу залежно від цілей подорожі це:

- а) тур;
- б) туристичний продукт;
- в) туристична послуга;
- г) немає правильної відповіді.

8. Поділ туристичних послуг на основні та додаткові ґрунтується на:

- а) співвідношенні послуг із придбаним пакетом послуг;
- б) чіткому розмежуванні;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

9. За яким критерієм туризм поділяють на соціальний та комерційний:

- а) за джерелом фінансування;
- б) за статусом туриста;
- в) за формою власності туристичної компанії;
- г) немає правильної відповіді

10. В'їзний та виїзний туризм виділяють за:

- а) географічним принципом;
- б) метою поїздки;
- в) розташуванням туристичного місця;
- г) немає правильної відповіді.

11. До екзотичного туризму не відносять:

- а) дайвінг;
- б) рафтинг;
- в) банджі-джампінг;
- г) немає правильної відповіді.

12. Додаткові переваги конкурентних аналогічних продуктів готельному продукту надає:

- а) основний продукт;
- б) додатковий продукт;
- в) супутній продукт;
- г) немає правильної відповіді.

13. Система «ключів» при класифікації готелів за рівнем комфорту використовується:

- а) у Великобританії;
- б) у Франції ;
- в) в Індії;
- г) такої системи не існує.

14. Колективний засіб розміщення не може мати наступну організаційно-правову форму:

- а) ТОВ;
- б) акціонерне товариство;
- в) ФОП;
- г) немає правильної відповіді.

15. За кількістю учасників виділяють:

- а) сімейний туризм;
- б) груповий туризм;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді

Тема 6. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ ТА ЗВ'ЯЗКУ

***Мета заняття:** Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на поняття транспортної послуги, їх особливості і класифікацію, сутність та особливості ринку транспортних послуг, специфіку та особливості діяльності підприємств зв'язку.*

***Основні терміни:** Транспортні послуги, транспортна діяльність, транспорт, перевезення, послуги зв'язку, види зв'язку.*

План:

1. Транспортні послуги. Ринок транспортних послуг
2. Специфіка та особливості господарської діяльності підприємств зв'язку

Рекомендована література:

[6; 7; 8; 9; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Транспорт є важливою сферою економіки, виконуючи завдання забезпечення виробничих та невиробничих потреб юридичних та фізичних осіб у різноманітних видах перевезень. Це призводить до взаємодії транспорту з усіма галузями та сферами господарювання.

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.

Класифікація транспорту за різними ознаками наведена на рисунку 17.

Транспортні послуги бувають основними та додатковими (рис. 18).

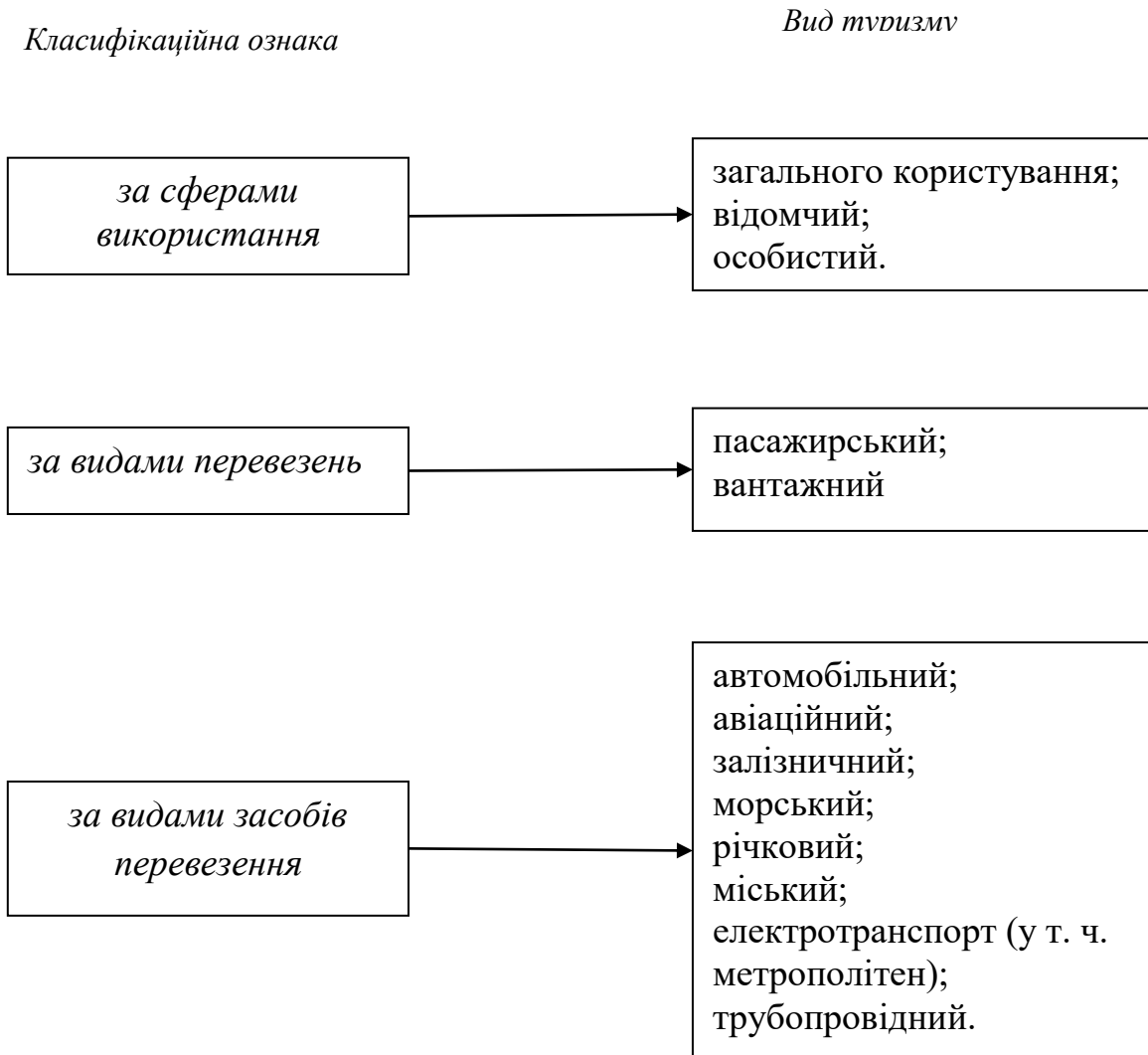


Рисунок 17 – Класифікація транспорту за різними класифікаційними ознаками

Транспортна діяльність будь якого суб'єкта господарювання пов'язана із транспортуванням, яке має специфічні особливості, основні з яких зображені на рисунку 19.

Будь яка транспортна діяльність безпосередньо пов'язана із транспортуванням, але не обмежується ним, так як складається з наступних елементів: транспортування, посередницької діяльності, державного управління загальнонаціональною транспортною системою, оперативного господарського управління, режимоутворюючої діяльності на транспорті (рис. 20).

Вивчаючи друге питання студентам слід усвідомити, що послуги зв'язку виконують важливу роль у забезпеченні функціонування економічної,

соціальної та інших суспільних сфер.

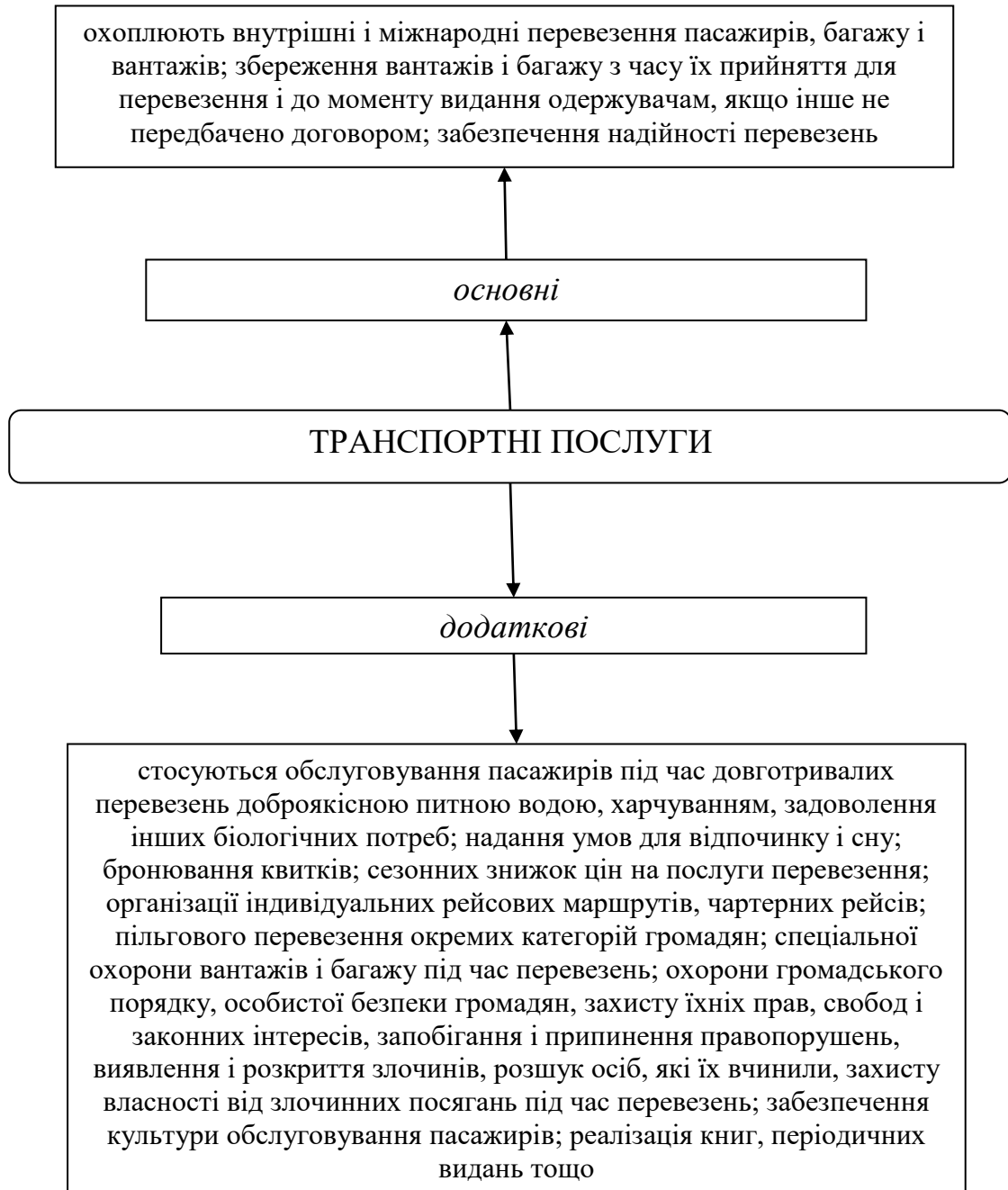


Рисунок 18 – Основні та додаткові транспортні послуги

Загальнонаціональна система зв'язку будується з таких видів зв'язку, як електричний, в тому числі стільниковий; телеграфний; інтернет-зв'язок; поштовий; спеціальний, фельд'єгерський (рис. 21).



Рисунок 19 – Особливості транспортування як виду діяльності



Рисунок 20 – Зміст та особливості транспортної діяльності



Рисунок 21 – Види зв'язку, що складають загальнонаціональну систему

Основний продукт діяльності суб'єктів господарювання в системі зв'язку – це послуга зв'язку, а саме результат діяльності оператора зв'язку, направлений на задоволення вимог та потреб споживачів.

Питання для обговорення:

1. Назвіть основні види послуг залізничного, автомобільного, водного та повітряного транспорту.
2. В чому полягає специфіка технології надання транспортних послуг?

3. Які основні вимоги до транспортних послуг Ви знаєте?
4. Розкрийте специфіку послуг зв'язку та назвіть основні їх види.
5. В чому полягає специфіка загальнонаціональної системи зв'язку.
6. Назвіть найважливіші вимоги щодо організації обслуговування підприємствами електрозв'язку.
7. Назвіть найбільш пріоритетні напрямки торгівлі послугами зв'язку у сучасних умовах.
8. Охарактеризуйте специфіку конкурентної боротьби на ринку послуг зв'язку.
9. Які види послуг зв'язку, на вашу думку, є найбільш перспективними? Аргументуйте.

Тести для перевірки

1. Транспорт на автомобільний, водний, повітряний розподіляють за:

- а) сферами використання;
- б) видами перевезень;
- в) видами засобів перевезень;
- г) всі відповіді правильні.

2. Пасажирські та вантажні перевезення можуть бути здійснені:

- а) всіма видами засобів перевезення;
- б) всіма за винятком одного виду засобу перевезення;
- в) всіма за винятком двох видів засобів перевезення;
- г) немає правильної відповіді.

3. Мобільний зв'язок відносять до наступного виду зв'язку:

- а) Інтернет зв'язку;
- б) електричного;
- в) фельд'єгерського;
- г) немає правильної відповіді.

4. Автомобільні перевезення бувають:

- а) вантажні та пасажирські;
- б) загального користування та особисті;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

5. До основних видів транспортної діяльності не відносять:

- а) транспортування;
- б) державне управління транспортною системою;
- в) здійснення державної транспортної політики;
- г) немає правильної відповіді.

6. Митне оформлення перевезень та страхування транспортних ризиків

- а) відносять до режимоутворюючої діяльності на транспорті;
- б) відносять до державної транспортної політики;
- в) не відносять до транспортної діяльності взагалі;
- г) немає правильної відповіді.

7. Підприємства транспорту надають у своїй діяльності такі послуги

- а) основні та додаткові;
- б) основні та супутні;
- в) додаткові та супутні;
- г) немає правильної відповіді.

8. Транспорт на пасажирський та вантажний розподіляють за:

- а) сферами використання;
- б) видами перевезень;
- в) видами засобів перевезень;
- г) всі відповіді правильні.

9. *За видами засобів перевезень транспорт буває:*

- а) відомчий;
- б) пасажирський;
- в) трубопровідний;
- г) немає правильної відповіді.

10. *Пасажирські перевезення не можуть здійснювати:*

- а) водний транспорт;
- б) електротранспорт;
- в) авіатранспорт;
- г) немає правильної відповіді.

11. *В транспортній сфері не здійснюють:*

- а) режимоутворюючу діяльність;
- б) посередницьку діяльність;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді

12. *Національна система зв'язку складається з:*

- а) системи урядового зв'язку, відомчої мережі та мережі зв'язку загального користування;
- б) системи урядового зв'язку та мережі зв'язку загального користування
- в) відомчої мережі та мережі зв'язку загального користування
- г) немає правильної відповіді.

13. *Послуги пошти відносять до послуг:*

- а) транспортних;
- б) зв'язку;
- в) виділяють в окремий вид послуг;
- г) немає правильної відповіді

Тема 7. ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСАЛТИНГОВІ ТА ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Мета заняття: Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на особливості ринку інформаційних, консалтингових, фінансових послуг, основні види консалтингових послуг і особливості їх надання.

Основні терміни: ринок інформаційних послуг, ринок консультативних послуг, ринок фінансових послуг, інформаційні послуги, консалтингові послуги, фінансові послуги, інформація, консультування.

План:

1. Особливості ринку інформаційно-консультативних послуг
2. Основні види консалтингових послуг і особливості їх надання
3. Основні види фінансових послуг.

Рекомендована література:

[5; 6; 7; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Ринкові умови господарювання потребують різноманітної інформації стосовно умов діяльності, партнерів по бізнесу, споживачів, факторів зовнішнього середовища, тощо. Отримання необхідної інформації може здійснюватися через певні інформаційні продукти, які можливо придбати на ринку інформаційних послуг.

Ринок інформаційних послуг – це економічні відносини, які виникають щодо збору, обробки, систематизації, продажу, придбання інформаційних послуг, інформаційного продукту.

Основні види інформаційного ринку представлені на рисунку 22.

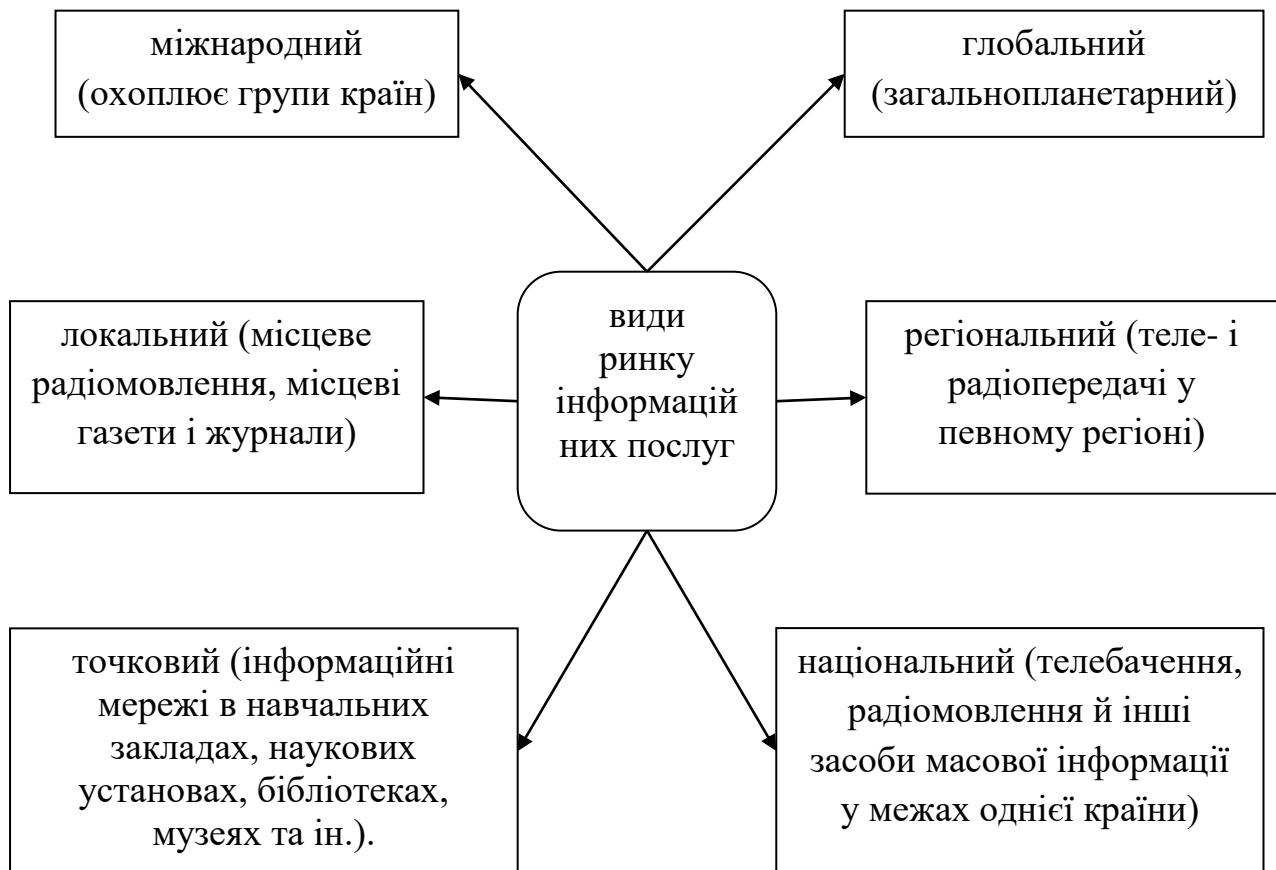


Рисунок 22 – Види ринку інформаційних послуг

Основними складовими інформаційного ринку є наступні елементи

- інформація;
- електронні договори;
- електронні комунікації.

Інформація на ринку інформаційних послуг буває наступних видів:

- ділова (біржова, фінансова, економічна, статистична, демографічна, соціальна, комерційна);
- юридична (нормативна, законодавча);
- масова (інформація про різні аспекти життєдіяльності людини, що адресована для широкого кола користувачів).

Інформаційний продукт є сукупністю даних, що сформовані їх виробниками з метою поширення та продажу, виступає як в матеріальній так і в нематеріальній формах.

Вивчаючи друге питання студентам слід звернути увагу на консалтинг як

особливий вид послуг з широкою сферою застосування.

Консалтингові послуги – це здебільшого надання клієнтам всебічної обґрунтованої інформації на актуальні теми й проблеми. Основними видами консалтингових послуг є загальне управління, адміністрування, фінансове управління, управління персоналом, маркетинг, виробництво, інформаційні технології, спеціалізовані сфери діяльності та ін.

Суб'єкти консалтингового бізнесу в сучасних умовах використовують наступні методи:

- експертне консультування;
- активна взаємодія з клієнтами на всіх стадіях реалізації проектів;
- навчальне консультування (тренінги для персоналу фірм).

Вибір методу консультування залежить від можливостей і потреб клієнтів у конкретних послугах (аудит, маркетинг, інжиніринг, правова допомога та ін.), а також можливостей суб'єкта консалтингової діяльності.

Одним з найпоширеніших видів консалтингових послуг є бізнес-планування, що користується попитом у суб'єктів підприємницької діяльності на стадії виходу на ринок.

Питання для обговорення:

1. Розкрийте сутність та роль сфери інформаційних та консультативних послуг?
2. Охарактеризуйте тенденції розвитку сфери ринку інформаційних послуг.
3. Охарактеризуйте специфіку діяльності у сфері інформаційно-консультативних послуг?
4. Охарактеризуйте проблеми становлення інституту консалтингу в Україні.
5. Консалтинг як професія та ділова активність.

Тести для перевірки:

1. Економічні відносини з приводу збирання, оброблення, систематизації, купівлі-продажу інформації – це:

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| а) інформаційні послуги; | б) консалтингові послуги; |
| в) ринок інформації; | г) немає правильної відповіді |

2. Сукупність даних, сформована їх виробниками для подальшого поширення це:

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| а) інформаційний продукт; | б) база даних; |
| в) правильні відповіді а,б; | г) немає правильної відповіді. |

3. Консалтингові послуги щодо послуг пов'язаних з тестуванням товарів, дослідженням їх споживчих переваг, аналізом аналогічних досліджуваних товарів і послуг, а також їх заміників – це завдання:

- | |
|---|
| а) консалтингу із питань реструктуризації підприємств; |
| б) консалтингу щодо оптимізації споживчих якостей товарів і послуг; |
| в) консалтингу щодо організації служби маркетингу на підприємстві; |
| г) немає правильної відповіді. |

4. Загальне управління, адміністрування, фінансове управління, управління персоналом, маркетинг

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| а) інформаційні послуги; | б) інжинірингові послуги; |
| в) консалтингові послуги; | г) немає правильної відповіді |

5. Консалтинговий бізнес може бути:

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| а) в колективному володінні; | б) в одноосібному володінні; |
| в) правильні відповіді а,б; | г) немає правильної відповіді. |

6. Споживачами фінансових послуг в Україні можуть бути:

- | | |
|------------------------|---------------------|
| а) фінансові установи; | б) державні органи; |
|------------------------|---------------------|

- в) фізичні та юридичні особи; г) всі відповіді є правильними.

7. Дані про ситуацію на ринку товарів і послуг у розрізі галузей, підприємств, про асортимент продукції, поведінку споживачів – це:

- а) фінансова інформація; б) юридична інформація;
в) комерційна інформація; г) немає правильної відповіді.

8. Консалтингові фірми надають послуги з:

- а) дослідження, оцінювання, прогнозування процесів і явищ;
б) моделювання поведінки клієнтів у певних ситуаціях;
в) правильні відповіді а,б;
г) немає правильної відповіді.

9. Діагностуванні консалтинговою фірмою проблемної ситуації, розробленні рішень і рекомендацій для їх впровадження – це:

- а) навчальне консультування; б) експертне консультування;
в) правильні відповіді а,б; г) немає правильної відповіді.

10. Розроблення і створення установчих документів підприємств та організацій, їх реєстрація і внесення змін до них, ліквідація існуючих підприємств; одержання ліцензій на види діяльності підприємств це завдання:

- а) консалтингу із питань реструктуризації підприємств;
б) консалтингу щодо оптимізації споживчих якостей товарів і послуг;
в) консалтингу щодо організації служби маркетингу на підприємстві;
г) немає правильної відповіді.

Тема 8. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ

***Мета заняття:** Закріплення і систематизація теоретичних знань про сутність, зміст і точки зору на значення, зміст та специфіку соціально-культурних послуг, їх основні види та підходи до класифікації, особливості надання житлово-комунальних послуг.*

***Основні терміни:** Соціально-культурні послуги, культура, мистецтво, охорона здоров'я, освіта, наука, фізкультура і спорт, санаторно-курортні, оздоровчі, житлово-комунальні послуги.*

План:

1. Значення, зміст та специфіка соціально-культурних послуг
2. Види соціально-культурних послуг
3. Особливості надання послуг житлово-комунального господарства

Рекомендована література:

[6; 7; 16; 19; 21]

Методичні рекомендації з підготовки до практичного заняття

Соціально-культурна сфера є сукупністю галузей, що надають послуги направлені на задоволення соціально-культурних вимог та потреб населення. Діяльність суб'єктів господарювання у даній сфері носить соціокультурний та економічний аспекти.

Сфера соціально-культурних послуг має важливу особливість, а саме високу частку безоплатних послуг у загальному їх обсязі, що не дозволяю у повній мірі використовувати ринкові механізми у даній сфері.

Основні види соціально-культурних послуг відображено на рисунку 23. Як

видно з рисунку, основними соціальними послугами є послуги з охорони здоров'я, освіти та науки, санаторно-курортні, оздоровчі послуги, послуги в сфері фізичної культури та спорту.

Житлово-комунальне господарство є важливою соціальною галуззю народного господарства, яка задовольняє потреби населення, підприємства та організації в житті, розв'язанні комунальних проблем.

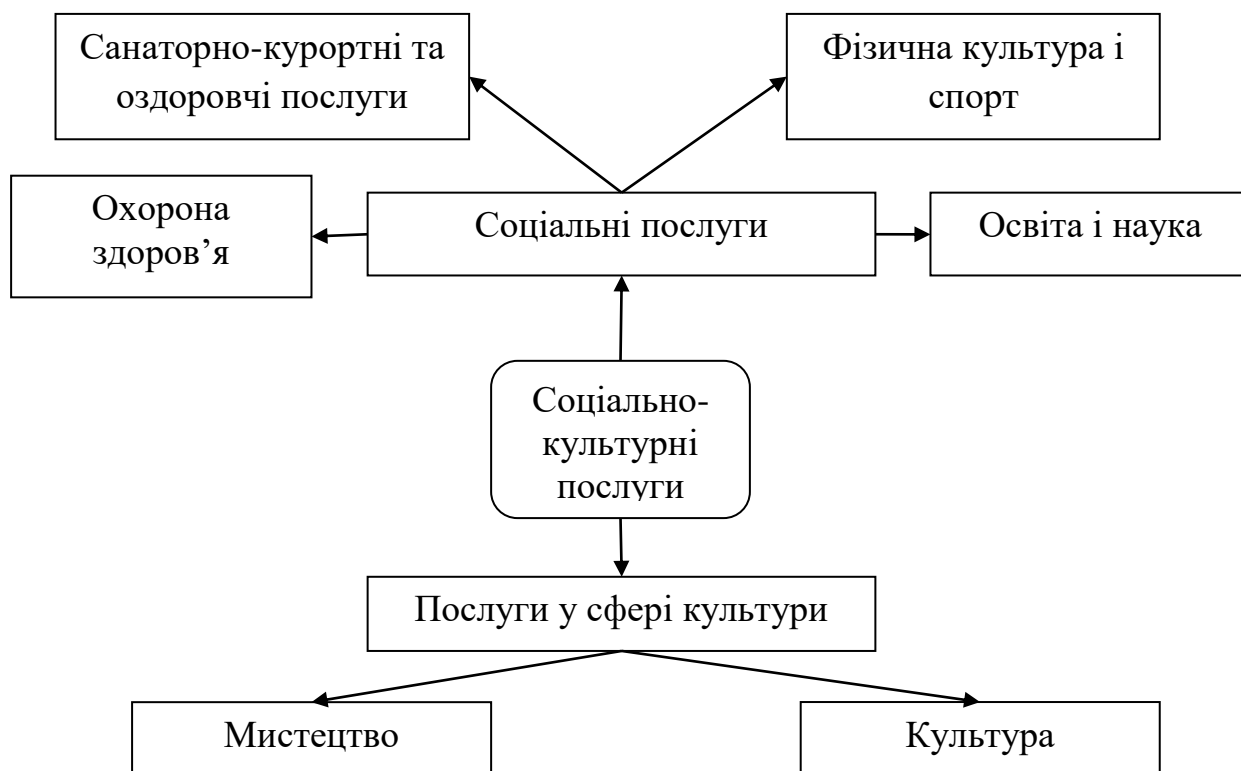


Рисунок 23 – Види соціально-культурних послуг

Житлово-комунальне господарство— комплекс самостійних служб, покликаних задовольняти потреби територіальної громади у комунальних послугах (санітарно-технічних, енергетичних, транспортно-комунальних, готельних).

Комунальні підприємства поділяють на такі види:

1) комунальні підприємства, які надають населенню індивідуальні послуги, постачають йому переважну частину своєї продукції або виконують роботи в інтересах інших комунальних підприємств;

2) комунальні підприємства, які на засадах самофінансування обслуговують індивідуальних споживачів;

3) комунальні підприємства, що виробляють неподільну продукцію загального користування і фінансуються переважно з місцевого бюджету.

Основним продуктом діяльності комунальних підприємств є житлово-комунальні і комунальні послуги.

Житлово-комунальні послуги - результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання і перебування осіб у жилих і нежилих приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил.

Якість цих послуг означає їх відповідність певній сукупності нормативних характеристик, що визначає їх здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до законодавства.

Комунальні послуги – результат господарської діяльності, спрямованої на задоволення потреб фізичних, юридичних осіб у забезпеченні холодною та гарячою водою, водовідведенням, газо- та електропостачанням, опаленням, а також вивезення побутових відходів у порядку, встановленому законодавством.

Питання для обговорення:

1. У чому полягають характерні особливості соціально-культурних послуг? Охарактеризуйте їх види.

2. У чому полягає значення санаторно-курортних послуг для населення країни?

3. У чому полягають суть і значення послуг фізкультури і спорту?

4. Розкрийте суть та види послуг у сфері освіти, науки і науково-технічного обслуговування.

5. На яких принципах формується система послуг у закладах освіти?

6. Яку функціональну роль відіграють організації і заклади у сфері культури?

Тести для перевірки:

1. Послуги у сфері науки поділяють в залежності від методу дослідження на:

- а) фундаментальні та прикладні дослідження;
- б) державні та приватні послуги;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

2. Наукові та науково-технічні послуги не можуть надавати:

- а) технопарки;
- б) технополіси;
- в) бізнес-інкубатори;
- г) немає правильної відповіді.

3. Ціни на освітні послуги держава:

- а) встановлює;
- б) регулює;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді

4. Основним фактором конкурентоспроможності освітніх послуг є:

- а)ціновий;
- б) техніко-технологічний;
- в) організаційний;
- г)соціальний.

5. Якість освітніх послуг не оцінюється за:

- а) репутацією закладу;
- б) кадровим складом;
- в) доступністю;
- г) немає правильної відповіді.

6. Послуги в сфері культури не можуть надавати:

- а) державні установи;
- б) комерційні структури;
- в) окремі громадяни;
- г) немає правильної відповіді.

7. Діяльність у сфері культури здійснюється на:

- а) професійній основі;
- б) аматорській основі;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

8. Результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання і перебування осіб у жилих і нежилых приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил – це:

- а) житлово-комунальні послуги;
- б) комунальні послуги;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

9. Послуги з утримання та управління будинками це послуги класифіковані за:

- а) видами і порядком затвердження тарифів;
- б) видами діяльності;
- в) за видами послуг;
- г) немає правильної відповіді.

10. Тарифи на комунальні послуги не можуть встановлювати:

- а) центральні органи виконавчої влади;
- б) місцеві органи виконавчої влади;
- в) договірні відносини між споживачем та комунальним підприємством;
- г) немає правильної відповіді.

11. В сфері медичних послуг ліцензуванню підлягають:

- а) всі без винятку види послуг;
- б) окремі види послуг;
- в) всі види послуг крім діагностичних;
- г) немає правильної відповіді.

12. Послуги у сфері освіти та науки відносяться до:

- а) соціальних послуг;
- б) культурних послуг;
- в) оздоровчих послуг;
- г) немає правильної відповіді.

13. До рекреаційних послуг не відносять:

- а) санаторні послуги;
- б) курортні послуги;
- в) правильні відповіді а,б;
- г) немає правильної відповіді.

14. В сфері освіти ліцензування є:

- а) бажаним;
- б) обов'язковим;
- в) обов'язковим для окремих видів діяльності та видів послуг;
- г) немає правильної відповіді

15. Послуги фізичної культури і спорту відносяться до:

- а) соціальних послуг;
- б) культурних послуг;
- в) оздоровчих послуг;
- г) немає правильної відповіді.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичні заняття вимагають від студентів ретельної підготовки. Готуючись, студент має ознайомитися з планом практичного заняття, рекомендованою літературою. Спочатку треба ознайомитися з навчальними матеріалами за темою практичного заняття, які було викладено на лекційному занятті. Це допоможе створити загальне уявлення про зміст теми, яку винесено на практичне заняття. Після опрацювання лекційного матеріалу необхідно розглянути матеріали з заданої теми в рекомендованих навчальних та наукових літературних джерелах, тобто тільки після засвоєння лекційного матеріалу доцільно переходити до вивчення першоджерел.

Важливу роль при підготовці до практичного заняття відіграє підготовка безпосередньо до виступу з кожного питання. Студентам потрібно привчати себе до виступу не зачитуючи готові тексти, а перекладаючи вивчений матеріал своїми словами, при цьому допускається користування планом доповіді (виступу).

Готуючись до таких виступів студенту необхідно до кожного питання скласти окремий короткий план, помічаючи потрібні цифри, записуючи окремі цитати і визначення, конкретні факти. Таким чином, студенти навчатимуться самостійності під час доповіді та виступів в аудиторії.

Індивідуальні завдання, які студенти виконують самостійно, потрібно готувати у строгій відповідності до встановлених вимог та в зазначені терміни. Для виконання індивідуальних самостійних завдань студенти можуть користуватись як рекомендованою літературою, так і джерелами (друкованими та/ або розміщеними в мережі Інтернет), які студенти знаходять самостійно. При використанні статистичних даних необхідно користуватись матеріалами розміщеними на офіційному сайті державної служби статистики та інших офіційних сайтах державних органів влади.

Запропоновані питання для обговорення передбачають дискусію, до якої студенти повинні підготуватися заздалегідь, для того щоб не тільки висловлювати власні думки, а й аргументувати та відстоювати власні позиції. З цією метою студентам слід опрацювати представлені в літературних наукових джерелах точки зору та підходи різних авторів щодо дискусійних питань. На основі систематизації та узагальнення різних думок та підходів у студента має сформуватись власна точка зору на проблеми та питання, що обговорюються.

Перевірка рівня засвоєння набутих студентами знань з теми, що винесено на практичне заняття, може здійснюватись у вигляді усного опитування, письмового опитування, тестування, дискусії.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аласова Н.О. Економіка ресторанного господарства: Навчальний посібник / Н. О. Аласова. – Х.: Світ книг, 2013. – 389с.
2. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг: Навч.посібн./ В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало; за ред. В.А. Апопія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
3. Архіпов В.І. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 342с.
4. Білоус С. В. Особливості управління розвитком туристичного бізнесу / С.В. Білоус // Вісник ЛНУ імені Івана Франка. Серія міжнародні відносини. – Львів. 2012. – Вип. 29. – С. 21-27.
5. Верба В.А. Організація консалтингової діяльності: Навчальний посібник / В. А. Верба, Т. І. Решетняк. – К.: КНЕУ. 2000 – 228с.
6. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф.Покропивного. - Вид. 3-тє, без змін. - К.: КНЕУ, 2006. - 528 с.
7. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і ситуацій: Навч. посіб./ С. Ф. Покропивний, Г. О. Швиданенко, О. С. Федонін та ін. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 323 с.
8. Кашканов А. А. Економіка підприємств автомобільного транспорту: Навч. посібник для студ. спец. «Автомобілі та автомобільне господарство» / А. А. Кашканов, В. М. Ребедаило; Вінницький держ. технічний ун- т. – Вінниця: ВДТУ, 2002. – 115 с.
9. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Економіка транспорту» (для студентів 5 курсу денної та заочної форм навчання спеціальності 7.07010102, 8.07010102 – «Організація перевезень і управління на транспорті(за видами транспорту)»; 7.07010101, 8.07010101 – «Транспортні системи(за видами транспорту)») / Д. О. Пруненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва.– Х.: ХНАМГ, 2012. – 117 с.
10. Куценко В.І. Менеджмент сфери послуг / В. І. Куценко, Г. І. Трілленберг. – К., 2007. – 459 с.
11. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник /

М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.

12. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: Підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – 2-е вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

13. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: Навч. посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 241 с.

14. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: Підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368с.

15. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика: Підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.

16. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: Навч. посіб. / О. Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.

17. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч. пос. / П. Р. Пуцентейло. – К.: ЦУЛ, 2007. – 344 с.

18. Решетняк О. І. Економіка підприємства сфери послуг: Навч. посібник для студентів, що навчаються за напрямом підготовки 6.030504 – Економіка підприємства/ О.І. Решетняк.– Х.: Вид-во НУА, 2011. – 300 с.

19. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. Решетняк. – Х.: Фактор, 2008. – 544 с.

20. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. / Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

21. Сфера обслуговування в Україні: нормативні документи: збірник основних законодавчих актів / О.М. Роїна (упор.). – К.: КНТ, 2007. – 457 с.

22. Усланова Н.М. Економіка торговельного підприємства / Н. М. Усланова, Л. О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2011. – 171с.

23. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг. Навч. пос. / А. В. Шлійко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 376 с.

24. Яковлев Ю.П. Економіка торгівлі: Навчальний посібник / Ю. П. Яковлев. – Херсон: Олді- плюс, 2009. – 356 с.

Навчальне видання

Методичні рекомендації

до практичних занять з дисципліни «Економіка підприємств сфери послуг»
для студентів напряму підготовки 6.030504 Економіка підприємства і
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Укладач:

Тімар Інна Валентинівна – старший викладач кафедри економіки,
підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара

Видання друкується в авторській редакції