

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**Кафедра товарознавства біотехнологій,  
експертизи та митної справи**

# **ТОВАРОЗНАВСТВО (ПОСЛУГИ)**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

**для самостійного вивчення навчальної дисципліни  
студентами спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність освітня програма  
«Товарознавство і торговельне підприємництво»  
ступеня бакалавра**

**ПОЛТАВА  
ПУЕТ  
2018**

**Автори:** *Н. М. Тягунова*, к. е. н., доцент;  
*О. А. Спориш*, к. е. н., доцент;  
*В. В. Лісіца*, к. е. н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*Т. Є. Іщейкін*, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*І. В. Нартова*;  
*Л. В. Іржавська*, асистент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*А. О. Брацун*, асистент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Рецензенти:** *Т. А. Костишина*, д. е. н., професор кафедри управління персоналом і економіки праці Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*О. М. Михайленко*, к. е. н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

*Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в освітньому процесі на засіданні кафедри комерційної діяльності та підприємництва 30 серпня 2013 р., протокол № 1*

Товарознавство (послуги) : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство і торговельне підприємництво» ступеня бакалавра / Н. М. Тягунова, О. А. Спориш, В. В. Лісіца та ін. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 172 с.

Відповідальні за зміст навчально-методичного видання автори, рецензенти та завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва  
**П. Ю. Балабан**

Повне чи часткове відтворення, тиражування, передрук та розповсюдження цього видання без дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» **ЗАБОРОНЕНО**

## ВСТУП

*Навчальна дисципліна «Товарознавство (Послуги)» орієнтована на підготовку кваліфікованих спеціалістів підприємницького типу.*

*Дисципліна тісно пов'язана з іншими предметами, що вивчають студенти.*

***Головна мета** полягає у вивченні студентами правил організації та технології надання послуг основних нормативно-технічних матеріалів, що регламентують їх роботу.*

***Завданням навчальної дисципліни** є формування основ наукового світогляду на підприємництво та проблеми бізнесу, засвоєння основних термінів та понять підприємництва на рівні їх відтворення і тлумачення; здобуття навичок та елементарних умінь застосовувати їх у практичній діяльності для підвищення конкурентоспроможності фахівця в підприємницькій сфері.*

***Вищевказана мета зумовила такі завдання:***

- визначення економічного змісту та сутності послуги як специфічного товару;*
- ознайомлення з особливостями класифікації послуг;*
- вивчення основних нормативно-технічних документів, що регламентують їх надання.*

*Під час вивчення дисципліни використовують як традиційні форми навчального процесу, так і певні засоби його активізації, як-то: розв'язання ситуаційних завдань, проведення ділових ігор, виконання рефератів та наукових доповідей, широке застосування ПК.*

***Предметом навчальної дисципліни** є принципи класифікації послуг, визначення їх місця в загальногосподарській сфері, підходів до оцінки якості певних послуг у ринкових умовах з урахуванням чинної законодавчої бази, у тому числі вміння створювати або вдосконалювати послуги з метою захисту інтересів споживачів.*

# НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## МОДУЛЬ 1. РИНОК ПОСЛУГ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

### *Тема 1. Послуга як специфічний товар*

Поняття та сутність послуги як товару. Роль послуги в соціально-економічному житті держави. Властивості послуг: невідчутність; невіддільність, нерозривність виробництва та споживання; непостійність, мінливість якості; недовговічність, нездатність до зберігання; відсутність володіння; взаємозамінюваність послуг товарами, що мають матеріальну форму. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.

Склад і структура сфери послуг. Фактори, що впливають на формування властивостей послуги. Класифікація потреб у послугах і сервісному обслуговуванні.

Особливості класифікації послуг (класифікація ВТО, класифікація ЮНКТАД, класифікація МВФ). Галузева класифікація послуг. Класифікація послуг за функціональною спрямованістю. Загальнодержавні класифікатори послуг населенню.

### *Тема 2. Послуги у міжнародній торгівлі*

Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС). Основна мета угоди. Структура та основні елементи ГАТС. Види послуг, на які розповсюджується ГАТС. Динаміка міжнародної торгівлі послугами. Структура світової торгівлі послугами.

Україна на світовому ринку послуг.

Пріоритети розвитку сфери послуг в Україні в умовах глобалізації. Проблеми та перспективи розвитку ринку транспортних послуг в Україні. Потенціал України щодо розвитку міжнародного туризму, ринку консалтингових, освітніх та інших видів послуг. Пропозиція міжнародних інформаційних послуг в Україні.

### *Тема 3. Якість, безпека та конкурентоспроможність послуг*

Мета державного регулювання соціально-економічних процесів у сфері послуг. Передумови втручання держави у сферу послуг. Проблеми регулювання сфери послуг на державному рівні. Дозвільні документи на надання послуг.

Культура надання послуг. Етичні основи, діловий етикет та естетичні аспекти сервісної діяльності. Проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу. Управління якістю послуг, контроль якості та безпека обслуговування. Сертифікація в управлінні якістю послуг. Якість послуг у сервісній діяльності. Особливості оцінки конкурентоспроможності послуг.

## **МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ**

### ***Тема 4. Побутові послуги та умови їх надання***

Роль побутових послуг, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів побутових послуг: ремонт, фарбування та пошиття взуття; ремонт та пошиття швейних, хутрових та шкіряних виробів, головних уборів та виробів текстильної галантереї; ремонт, пошиття та плетіння трикотажних виробів; ремонт і технічне обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів; ремонт і виготовлення металовиробів; виготовлення і ремонт меблів; хімічна чистка та фарбування, послуги пральні; будування житла та інших будівель; технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів; послуги фотоательє, фото- та кіно лабораторій; транспортно-експедиційні послуги; послуги лазень і душових; перукарські послуги; послуги прокату; ритуальні та обрядові послуги.

Шляхи вдосконалення побутових послуг та підвищення їх ефективності.

Повнота надання побутових послуг та контроль їх якості.

### ***Тема 5. Послуги пасажирського транспорту***

Роль послуг пасажирського транспорту, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту: послуги залізничного транспорту; послуги річкового транспорту; послуги морського транспорту; послуги повітряного транспорту; послуги автомобільного транспорту; послуги міського транспорту.

Шляхи вдосконалення послуг пасажирського транспорту та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг пасажирського транспорту та контроль їх якості.

### ***Тема 6. Послуги зв'язку***

Роль послуг зв'язку, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг зв'язку: послуги поштово-телеграфного зв'язку; послуги телефонного зв'язку; послуги щодо ремонту телефонних апаратів; послуги радіофікації; послуги телебачення.

Шляхи вдосконалення послуг зв'язку та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг зв'язку та контроль їх якості.

### ***Тема 7. Житлово-комунальні послуги***

Роль житлово-комунальних послуг, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг: житлові послуги; послуги готелів та інших місць проживання; комунальні послуги.

Шляхи вдосконалення житлово-комунальних послуг та підвищення їх ефективності.

Повнота надання житлово-комунальних послуг та контроль їх якості.

### ***Тема 8. Послуги установ культури***

Роль послуг установ культури, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг установ культури: послуги установ кіно та кінопрокату; послуги театрально-масових підприємств; послуги концертних організацій і колективів філармонії; послуги циркових підприємств і зоопарків; послуги виставкового характеру та художнього оформлення; послуги музеїв; послуги парків (садів) культури та відпочинку; послуги музичних, художніх і хореографічних шкіл; послуги клубних установ; послуги бібліотек.

Шляхи вдосконалення послуг установ культури та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг установ культури та контроль їх якості.

### ***Тема 9. Туристичні та екскурсійні послуги***

Роль туристичних та екскурсійних послуг, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів туристичних та екскурсійних послуг: послуги турбюро, турагенств, бюро мандрівників; туристичний відпочинок і мандрівки за туристичними маршрутами; туристичні походи вихідного дня; послуги ділового туризму; рекламно-інформаційні послуги туристичних підприємств та організацій; послуги з надання місць проживання; екскурсійні послуги.

Шляхи вдосконалення туристичних та екскурсійних послуг і підвищення їх ефективності.

Повнота надання туристичних та екскурсійних послуг і контроль їх якості.

### ***Тема 10. Послуги фізичної культури і спорту***

Роль послуг фізичної культури і спорту, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг фізичної культури і спорту: проведення занять з фізичної культури і спорту; проведення спортивно-масових заходів; надання об'єктів фізичної культури і спорту населенню.

Шляхи вдосконалення послуг фізичної культури і спорту та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг фізичної культури і спорту та контроль їх якості.

### ***Тема 11. Медичні, санаторно-оздоровчі, ветеринарні послуги***

Роль медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг: послуги стаціонарних лікувальних установ; послуги, що надаються в поліклініках; послуги, що надаються медперсоналом вдома; стоматологічні послуги; косметичні послуги; санаторно-профілактичні послуги; санаторно-оздоровчі послуги; ветеринарні послуги.

Шляхи вдосконалення медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та підвищення їх ефективності.

Повнота надання медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та контроль їх якості.

### ***Тема 12. Послуги правового характеру***

Роль послуг правового характеру, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг правового характеру: послуги, що надаються органами державного нотаріату; послуги, що пов'язані з адвокатурою.

Шляхи вдосконалення послуг правового характеру та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг правового характеру та контроль їх якості.

### ***Тема 13. Послуги банків***

Роль послуг банків, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг банків: послуги за вкладками населення; приймання різних видів платежів; послуги щодо видачі кредитів, чеків, ощадних книжок та позик; послуги щодо операцій з цінними паперами; послуги з розміщення лотерей; послуги з операцій з вільноконвертованою валютою.

Шляхи вдосконалення послуг банків та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг банків та контроль їх якості.

### ***Тема 14. Послуги у галузі освіти***

Роль послуг освіти, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг у галузі освіти: послуги в галузі дошкільного виховання; послуги в галузі середньої освіти; послуги в галузі вищої освіти; послуги в галузі технічної підготовки кадрів, навчання населення на курсах.

Шляхи вдосконалення послуги в галузі освіти та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг у галузі освіти та контроль їх якості.

### ***Тема 15. Послуги торгівлі, громадського харчування, послуги ринків***

Роль послуг торгівлі та громадського харчування, послуги ринків, їх структура та значення для населення.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуги ринків: послуги роздрібної торгівлі; послуги оптової торгівлі; закупочні послуги; послуги маркетингу; послуги харчування; послуги щодо виробництва кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції; послуги з організації дозвілля; послуги сільськогосподарських ринків; послуги речових ринків.

Шляхи вдосконалення послуг торгівлі та громадського харчування, послуги ринків та підвищення їх ефективності.

Повнота надання послуг торгівлі та громадського харчування, послуги ринків та контроль їх якості.

### ***Тема 16. Окремі види послуг населенню***

Характеристика окремих видів послуг: послуги з фінансового посередництва; послуги зі страхування життя; послуги зі страхування майна; послуги, що пов'язані з операціями на ринку майна (нерухомості); послуги з оренди; послуги щодо роботи на обчислювальній техніці та пов'язане із цим обслуговування, послуги щодо складання балансів; консультації з питань податків, управління виробництвом; послуги в галузі реклами; послуги в науковій галузі; послуги щодо встановлення охоронної сигналізації та охорони житла; митні послуги.

Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Шляхи вдосконалення окремих видів послуг та підвищення їх ефективності.

Повнота надання окремих видів послуг та контроль їх якості.  
Закордонний досвід надання окремих видів послуг.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ТОВАРОЗНАВСТВО (ПОСЛУГИ)»  
(денна форма навчання)**

№ з/п	Назва розділу, модуля, теми	Кількість годин, за видами занять				
		аудиторні			позааудиторні	
		всього	лекції	практичні	самостійна робота студента	індивідуально-консультативна робота
<b>МОДУЛЬ 1. РИНОК ПОСЛУГ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ</b>						
1	<b>Тема 1.1.</b> Послуга як специфічний товар	8	2	2	4	–
2	<b>Тема 1.2.</b> Послуги у міжнародній торгівлі	8	1	2	4	1
3	<b>Тема 1.3</b> Якість, безпека та конкурентоспроможність послуг	8	1	2	4	1
5	<b>Підсумкова модульна робота (ПМР)</b>	4	–	–	4	–
6	<b>Всього</b>	28	4	6	16	2
<b>МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ</b>						
7	<b>Тема 2.1.</b> Побутові послуги та умови їх надання	6	1	2	2	1
8	<b>Тема 2.2.</b> Послуги пасажирського транспорту	6	1	2	2	1
9	<b>Тема 2.3.</b> Послуги зв'язку	6	1	2	2	1
10	<b>Тема 2.4.</b> Житлово-комунальні послуги	6	1	2	2	1
11	<b>Тема 2.5.</b> Послуги установ культури	4	1	–	2	1
12	<b>Тема 2.6.</b> Туристичні та екскурсійні послуги	6	1	2	2	1
13	<b>Тема 2.7.</b> Послуги фізичної культури і спорту	6	1	2	2	1
14	<b>Тема 2.8.</b> Медичні, санаторно-оздоровчі, ветеринарні послуги	6	1	2	2	1
15	<b>Тема 2.9.</b> Послуги правового характеру	4	1	–	2	1
16	<b>Тема 2.10.</b> Послуги банків	6	1	2	2	1
17	<b>Тема 2.11.</b> Послуги у галузі освіти	6	1	2	2	1
18	<b>Тема 2.12.</b> Послуги торгівлі, громадського харчування, послуги ринків	9	2	4	2	1
19	<b>Тема 2.13.</b> Окремі види послуг населенню	5	1	2	2	–
20	<b>Підсумкова модульна робота (ПМР)</b>	4	–	–	4	–
21	<b>Всього</b>	80	14	24	30	12
22	<b>Всього годин</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>76</b>	<b>14</b>

# МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## МОДУЛЬ 1. РИНОК ПОСЛУГ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

### ТЕМА 1. Послуга як специфічний товар

У цій темі необхідно дослідити характер і зміст дисципліни.

Визначити поняття і сутність дисципліни, мету та головні завдання навчальної дисципліни.

Розглянути поняття і сутність послуги як товару, роль послуг у соціально-економічному житті держави, властивості послуг.

Визначити склад і структуру сфери послуг, особливості класифікації послуг.

#### Методичні рекомендації щодо вивчення теми

Торгівля послугами є комплексом різнорідних видів економічної діяльності. Історично економісти намагалися з'ясувати сутність послуг та їхню роль, виходячи з різних аспектів. Часто послуга визначалась як щось невідчутне, невидиме, таке, що не є предметом торгівлі, або як категорія, що неможливо пояснити і яка охоплює майже все, в той час як товари відчутні, видимі, постійні й ними можна торгувати.

Характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності та предметом торгівлі.

Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують такі особливості:

- на відміну від товарів народного споживання послуги виробляються і споживаються переважно одночасно і не підлягають зберіганню;
- торгівля послугами взаємопов'язана з торгівлею товарами народного споживання і суттєво впливає на неї;
- ринок послуг більш захищений державою від іноземної конкуренції, порівняно із сировинним ринком, ринком товарів народного споживання та ін.;
- не всі послуги, на відміну від інших об'єктів комерційної діяльності, придатні до широкого залучення в міжнародний господарський обіг.

Розрізняють послуги матеріальні (послуги, на які затрачається праця, наслідком якої є створення певних матеріальних благ) і нематеріальні (послуги, скеровані у сферу особистого споживання). Характерними особливостями нематеріальних послуг є невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність виробництва і споживання, неоднорідність (змінюваність), непридатність для зберігання.

**Невідчутність** (нематеріальний характер) послуг. Ця якість послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, бачити, спробувати, транспортувати, зберігати, упаковувати або вивчати до моменту отримання.

**Невіддільність виробництва та споживання послуг.** Специфіка виробництва нематеріальних послуг полягає в тому, що, на відміну від матеріальних, їх неможливо попередньо виготовляти, накопичувати і зберігати.

**Неоднорідність (змінюваність) послуг.** Ця якість послуг є прямим наслідком одночасності їх виробництва та споживання. Залежить вона від існуючих на підприємстві стандартів системи обслуговування, сукупності підсистем та елементів, що її утворюють, тобто від рівня сервісу на конкретному підприємстві.

**Нездатність послуг до зберігання.** Більшість послуг неможливо зберігати для подальшої реалізації. Наприклад, незайняті кімнати в готелі, непродані авіаквитки не можуть бути відновленими.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Сутність послуги як товару.
2. Послуги в соціально-економічному житті держави.
3. Характеристика властивостей послуг.
4. Сфера послуг: структура і склад.
5. Класифікація послуг: види та характеристика.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тестові завдання:

1. *На які категорії поділяють послуги:*
  - а) матеріальні та нематеріальні;
  - б) нематеріальні та невідчутні;
  - в) матеріальні та речові.

2. *Що являє собою послуга?*
- а) послуга – це дія, що приносить користь;
  - б) послуга – це продукт (результат) діяльності сервісного підприємства;
  - в) види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий, що раніше не існував матеріально-речовинний продукт, але змінюється якість уже наявного, створеного продукту;
  - г) усі відповіді правильні.
3. *У які групи об'єднують послуги?*
- а) виробничі та розподільчі;
  - в) масові та суспільні;
  - б) професійні та споживчі;
  - г) усі відповіді правильні.
4. *Якою є частка послуг у ВВП розвинених країн, %?*
- а) 20;
  - в) 70;
  - б) 50;
  - г) 80.
5. *Якою є частка послуг у ВВП України, %?*
- а) 20;
  - в) 60;
  - б) 40;
  - г) 70.
6. *Чи правильним є твердження, що рівень розвитку сфери послуг є одним із найважливіших показників соціально-економічного стану країни?*
- а) так;
  - б) ні;
  - в) не знаю.
7. *Яка частка працездатного населення світу зайнята у сфері послуг, %?*
- а) менше 20;
  - в) менше 50;
  - б) більше 20;
  - г) більше 50.
8. *Яка частка працездатного населення України зайнята у сфері послуг, %?*
- а) менше 20;
  - в) менше 55;
  - б) більше 20;
  - г) більше 55.
9. *На які підсектори поділяють сферу обслуговування?*
- а) виробництво матеріальних послуг;

- б) виробництво нематеріальних послуг;
- в) усі відповіді правильні.

10. Скільки різновидів послуг виділяють згідно з класифікацією ГАТТ?

- а) понад 200;
- б) понад 400;
- в) понад 600.

11. Серед особливостей послуг як товару виокремлюють:

- а) невідчутність;
- б) видимість;
- в) неможливість збереження.

12. Ринок послуг – це:

- а) система ринкових відносин, що забезпечує акумуляцію та перерозподіл капіталу між кредиторами та позичальниками через посередників на основі попиту і пропозиції на капітал;
- б) форма інтернаціоналізації господарського життя, що передбачає зближення та взаємоприспосування всіх структур національних господарств;
- в) диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той чи інший спосіб беруть усі країни;
- г) розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків послуг;
- д) жодна з відповідей неправильна.

13. Під сферою послуг розуміють:

- а) сукупність підприємств, організацій, установ та їх підрозділів, для яких надання послуг є основним або побічним видом діяльності;
- б) зведену узагальнюючу категорію, що включає надання різноманітних видів послуг, що здійснюють юридичні або фізичні особи;
- в) жодна з відповідей неправильна.

14. Послуга – це:

- а) цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається в термінах споживчої вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини;

- б) економічна діяльність одного відособленого та незалежного суб'єкта на користь та за згодою іншого за певну винагороду з його боку;
- в) зміна у становищі інституційної одиниці, що відбулася в результаті дій та за взаємною згодою з іншою інституційною одиницею;
- г) усі відповіді правильні;
- д) жодна з відповідей неправильна.

**Завдання 2.** Які особливості характеризують послугу як об'єкт комерційної діяльності?

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_

**Завдання 3.** Назвіть основні особливості нематеріальних послуг:

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_

**Завдання 4.** Поясніть сутність понять:

- 1. Невідчутність послуг: \_\_\_\_\_
- 2. Невіддільність виробництва та споживання: \_\_\_\_\_
- 3. Неоднорідність: \_\_\_\_\_
- 4. Непридатність до зберігання: \_\_\_\_\_

**Завдання 5.** Дайте визначення понять:

- Послуга \_\_\_\_\_
- Сфера послуг \_\_\_\_\_
- Ринок послуг \_\_\_\_\_

**Завдання 6.** Назвіть основні функції сфери послуг:

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_

**Завдання 7.** Назвіть основні критерії класифікації послуг.

**Завдання 8.** Як здійснюється систематизація послуг залежно від сфери споживання?

**Завдання 9.** Назвіть групи послуг, що належать до виробничого споживання:

- 1. \_\_\_\_\_

- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

**Завдання 10.** Назвіть групи послуг, що належать до особистого споживання:

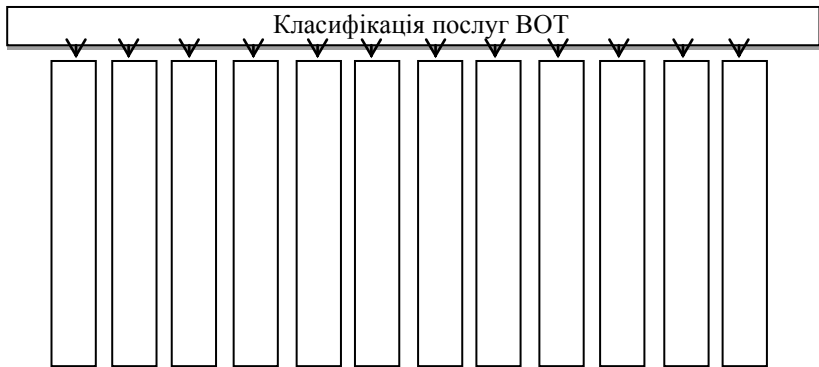
- 1
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

**Завдання 11.** Сформулюйте, в чому проявляється вплив факторів на формування властивостей послуги?

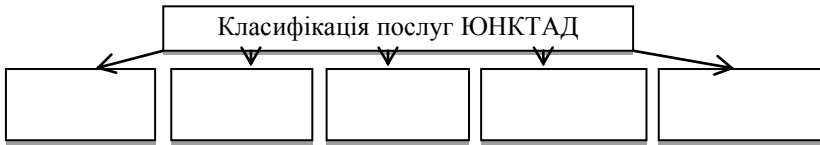
**Завдання 12.** Визначте відмінності товарів від послуг. Відповідь запишіть за нижченаведеною формою.

ТОВАР	ПОСЛУГА

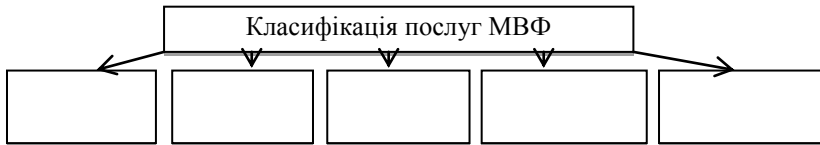
**Завдання 13.** Визначте класифікацію послуг ВОТ, заповнивши схему, подану нижче.



**Завдання 14.** Дайте класифікацію послуг відповідно до ЮНКТАД.



**Завдання 15.** Подайте класифікацію послуг відповідно до МВФ, заповнивши дані за нижченаведеною схемою.



### ***Питання для самостійного вивчення***

1. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
2. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.
3. Фактори, що впливають на формування властивостей послуги.
4. Класифікація потреб у послугах і сервісному обслуговуванні.

### ***Тематика рефератів***

1. Поняття і сутність послуги як товару.
2. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
3. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.

***Інформаційні джерела: 1, 3, 5, 7, 9.***

## **ТЕМА 2. Послуги у міжнародній торгівлі**

У цій темі необхідно дослідити міжнародну торгівлю послугами, класифікацію послуг. Послуги міжнародного транспорту. Міжнародні поїздки. Послуги зв'язку. Будівництво. Фінансові послуги. Страхування. Інформаційні послуги. Бізнес-послуги. Інтелектуальна власність (авторські права, патенти, промисловий дизайн, товарні знаки тощо) та її захист. Інші види послуг. Міжнародне регулювання.

## Методичні рекомендації щодо вивчення теми

Міжнародне регулювання торгівлі послугами відбувається на рівні двосторонніх угод (наприклад, про транспортне сполучення, перевезення та комунікації), багатосторонніх угод у межах об'єднань країн (ЄС) або на рівні міжнародних організацій, передусім ВТО.

ГАТС спрямована на «сприяння економічному зростанню всіх торговельних партнерів та розвитку країн, що розвиваються» через розширення торгівлі послугами.

Генеральна угода про торгівлю послугами застосовує основні правила торгівлі товарами до торгівлі послугами.

До найважливіших загальних зобов'язань, що містяться в тексті угоди, належать такі:

- прозорість правил;
- взаємне визнання кваліфікації, необхідної для надання послуг;
- правила щодо монополій, ексклюзивних постачальників послуг та іншої ділової практики, що обмежує конкуренцію;
- поширення режиму найбільшого сприяння;
- заходи, спрямовані на лібералізацію торгівлі, зокрема, на забезпечення більшої участі країн, що розвиваються.

Зважаючи на важливість адекватного регулювання плинного ринку послуг, оптимізації параметрів його функціонування та розвитку, на національному та міжнародному рівнях розробляються класифікаційні критерії послуг та методики контролю за ринком послуг.

Торгівля послугами пов'язана з торгівлею товарами, причому особливо тісний зв'язок існує між торгівлею послугами та високотехнологічними товарами.

Специфіку окремих видів послуг визначає характер учасників ринку послуг і порядок їх взаємодії, технологія надання послуг та їх природа і мета. Інакше кажучи, об'єктивними критеріями класифікації послуг є характер їх учасників і факторів, а саме:

- суб'єктів послуг;
- предметів та об'єктів послуг;

- взаємин між учасниками ринку послуг;
- механізм реалізації послуг.

Ураховуючи викладене, послуги, зокрема міжнародні, згідно з критеріями наявності чи відсутності зв'язку з товарною торгівлею та рухом капіталів і процесами виробничого кооперування, можна класифікувати таким чином:

- послуги, пов'язані з торгівлею: транспортні послуги, технічне обслуговування, страхування та ін.;
- послуги, пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією: передавання технологій, готельні, професійні послуги та ін.;
- послуги, водночас пов'язані і з інвестиціями та виробничою кооперацією, і з торгівлею: зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання та ін.;
- послуги, які мають автономний характер: інформаційні послуги, особисті, культурні, рекреаційні послуги тощо.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг. Класифікація послуг.
2. Міжнародні угоди у сфері послуг.
3. Регулювання світової торгівлі послугами.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на питання:

1. *До загальних зобов'язань у межах ГАТС належать:*
  - а) прозорість законодавства, взаємне визнання кваліфікації, поширення режиму найбільшого сприяння, правила щодо монополій;
  - б) зобов'язання щодо доступу на ринок, національного режиму, кваліфікаційних вимог, стандартів;
  - в) прозорість законодавства, взаємне визнання кваліфікації, поширення режиму найбільшого сприяння, доступ на ринок.
2. *До конкретних зобов'язань у межах ГАТС належать:*
  - а) заходи, спрямовані на лібералізацію торгівлі, правила щодо ексклюзивних постачальників, доступ на ринок;
  - б) правила щодо ділової практики, монополії, національного режиму, режиму найбільшого сприяння;

- в) зобов'язання щодо доступу на ринок, національного режиму, кваліфікаційних вимог, стандартів.
3. *До заходів державного регулювання доступу на ринок послуг є:*
- а) обмеження на торгівлю послугами, введення кількісних квот на імпорт послуг, обмеження на створення філій іноземних компаній, митні тарифи;
  - б) обмеження на торгівлю послугами, обмеження на створення філій іноземних компаній, обмеження на пересування споживачів і постачальників послуг;
  - в) обмеження на торгівлю послугами, обмеження на створення філій іноземних компаній, обмеження на пересування постачальників послуг, обмеження на пересування споживачів, обмеження на використання національного режиму.
4. *Угодою про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності передбачається:*
- а) укладання нових міжнародних угод щодо охорони винаходів, реєстрації товарних знаків, підготовки кадрів;
  - б) надання пільгових умов для патентованих винаходів, промислових зразків, реєстрації товарних знаків;
  - в) захист прав на патенти, товарні знаки, промислові зразки, «ноу-хау».

**Завдання 2.** Дайте відповіді на тести:

1. *Розташуйте наведені консалтингові послуги, що мають місце у світовій практиці, за значущістю для українських споживачів:*
- а) аудиторська діяльність;
  - б) консультації щодо застосування інформаційних технологій;
  - в) бізнес-планування;
  - г) інвестиційне проектування;
  - д) консультації щодо зменшення податкового тягаря;
  - е) перед- та післяприватизаційна підтримка;
  - є) оціночна діяльність.
2. *Які з наведених видів туристичних операцій належать за формою співробітництва до міжнародного туризму:*
- а) валютний обмін туристичними групами;

- б) стаціонарний туризм;
- в) молодіжний туризм;
- г) безвалютний обмін туристичними групами;
- д) організований туризм;
- е) короткостроковий туризм.

3. *Розташуйте перелічені транспортні послуги в порядку значущості для надходження коштів, що фіксується у платіжному балансі України:*

- а) послуги залізничного транспорту;
- б) послуги автомобільного транспорту;
- в) послуги авіатранспорту;
- г) послуги трубопровідного транспорту;
- д) послуги морського транспорту;
- е) послуги річкового транспорту.

4. *Які перспективи в Україні для розвитку міжнародних послуг зв'язку (оберіть правильні відповіді):*

- а) інтернет-телефонія (ІР-телефонія);
- б) міжнародні телефонні переговори;
- в) розвиток мобільного зв'язку;
- г) розвиток пейджингового зв'язку;
- д) прокладка аналогових АТС;
- е) упровадження цифрових АТС.

**Завдання 3.** Дайте відповіді на тести:

1. *До ринкових послуг (тобто послуг, що торгуються) належать:*

- а) транспорт, комунальні послуги, зв'язок, будівництво, страхування, фінансові, комп'ютерні та інформаційні, побутові послуги, бізнес-послуги, особисті та рекреаційні, культурні, урядові;
- б) транспорт, подорожі, зв'язок, страхування, фінансові, комп'ютерні, інформаційні, роялті та ліцензійні платежі, бізнес-послуги, особисті та рекреаційні, культурні, урядові;
- в) роялті та ліцензійні платежі, бізнес-послуги, особисті та рекреаційні, культурні та урядові, комунальні.

2. *Транспорт, комп'ютерні та інформаційні послуги потребують:*

- а) нерухомості постачальника та споживача;

- б) мобільності постачальника та нерухомості споживача;
- в) мобільності споживача та нерухомості постачальника.

3. *Турист – це:*

- а) мандрівник, який провів у країні перебування хоча б одну добу;
- б) мандрівник, який провів у країні перебування хоча б одну ніч;
- в) особа, яка перебуває менше року в країні, де вона не є резидентом, якщо вона не є співробітником урядової установи іншої країни або членом його сім'ї та не працює на резидента.

4. *Туризм, освіта та медичні послуги потребують:*

- а) нерухомості постачальника та споживача;
- б) мобільності постачальника та нерухомості споживача;
- в) мобільності споживача та нерухомості постачальника.

5. *До міжнародних транспортних послуг згідно із класифікацією СОТ належать:*

- а) пасажирські та вантажні перевезення, оренда перевізника з екіпажем, оренда перевізника без екіпажу, допоміжні послуги;
- б) пасажирські та вантажні перевезення, оренда перевізника з екіпажем, оренда перевізника без екіпажу, допоміжні послуги, ремонт транспортного судна;
- в) пасажирські та вантажні перевезення, оренда перевізника з екіпажем, допоміжні послуги.

**Питання для самостійної підготовки до  
практичного заняття**

1. Що таке послуги і чим вони відрізняються від товарів?
2. Якими специфічними рисами характеризується торгівля послугами порівняно із традиційною міжнародною торгівлею товарами?
3. Назвіть основні види послуг.
4. Особливості надання транспортних послуг.
5. Які основні тенденції розвитку міжнародного транспорту?
6. Сутність поняття страхування, його види та особливості.

7. Поняття ринку інформаційних послуг.
  8. Особливості надання освітніх послуг.
  9. Функціонування міжнародного ринку фінансових послуг.
- У чому полягають особливості регулювання світової торгівлі послугами.

### **Тематика рефератів**

1. Характеристика транспортних перевезень.
2. Сучасні тенденції розвитку міжнародного транспорту.
3. Туризм як провідний напрям розвитку ринку послуг.
4. Проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні.
5. Особливості страхування ризиків у міжнародній торгівлі.
6. Сучасні тенденції розвитку сфери інформації в Україні.
7. Ринок освітніх послуг та його характерні риси.
8. Лізинг як різновид фінансових послуг.

*Інформаційні джерела: 1, 2, 5, 10.*

### **ТЕМА 3. Якість, безпека та конкурентноспроможність послуг**

У цій темі необхідно дослідити мету державного регулювання соціально-економічних процесів у сфері послуг та передумови втручання держави у сферу послуг.

Визначити проблеми регулювання сфери послуг на державному рівні.

Розглянути: дозвільні документи на надання послуг, культуру надання послуг, етичні основи, діловий етикет та естетичні аспекти сервісної діяльності, проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу, управління якістю послуг, контроль якості та безпеку обслуговування, сертифікацію в управлінні якістю послуг, сутність якості послуг у сервісній діяльності та особливості оцінки конкурентоспроможності послуг.

#### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Організаційно-правове регулювання взаємодії суб'єктів бізнесу на ринку послуг є системою державних заходів, спрямова-

них на розвиток, вдосконалення та упорядкування підприємницької діяльності, а також створення правових механізмів їх реалізації в реальній економічній ситуації.

Основні функції державного регулювання ринку послуг.

**Економічні функції** державного регулювання полягають у створенні та запровадженні сукупності економічних форм і методів регулювання ринкових процесів у сфері послуг.

**Конкурентоспроможність товарів** – це здатність товарів відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку.

Інакше кажучи, під конкурентоспроможністю розуміють комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто переваги цього товару порівняно з іншими пропозиціями конкурентних товарів-аналогів.

Для оцінки конкурентоспроможності послуги можна використовувати такі методи: балова оцінка; балова оцінка з урахуванням значущості показників; метод інженерного прогнозування.

**Комплексні функції** державного регулювання полягають у застосуванні всіх засобів впливу на розвиток бізнесу на ринку послуг.

**Ліцензія** – дозвіл, виданий державними органами юридичним і фізичним особам на право здійснення певного виду діяльності або операцій.

**Непрямі (опосередковані) функції** державного регулювання передбачають застосування законодавчих і нормативно-орієнтуючих регуляторів, які розмежовують законний і тіньовий бізнес, визначають правові норми взаємовідносин учасників бізнесу, обсяги їхньої відповідальності, містять прийняті у країні економічні важелі стимулювання, підтримки і захисту законного бізнесу.

Регулювання ринку послуг здійснюється на національному рівні двосторонньому та багатосторонньому рівнях.

Окремі види господарської діяльності щодо виробництва, надання (продажу) послуг потребують ліцензування і патенту-

вання, які регулюють закони України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (2000) і «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» (1996).

**Обмежуючі функції** державного регулювання ґрунтуються на запровадженні заходів, які частково обмежують функціонування суб'єктів на ринку послуг.

**Організаційні функції** державного регулювання забезпечують формування умов для сприяння розвитку бізнесу на ринку послуг на основі створення і функціонування відповідних організаційно-правових структур (міністерства, відомства, податкової адміністрації); розроблення державних програм розвитку ринку послуг; створення й налагодження роботи лабораторій із перевірки якості послуг.

**Патент** – це документ, виданий компетентним державним органом, що засвідчує авторство винаходу та виключні права на нього, а також документом, який засвідчує право на певну діяльність.

**Підтримуючі функції** державного регулювання спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку суб'єктів бізнесу на ринку послуг.

**Правові функції** державного регулювання спрямовані на формування законодавчої бази, покликаної сприяти та регулювати розвиток бізнесу на ринку послуг, формувати механізми їх реалізації в реальній економічній ситуації.

**Прямі функції** державного регулювання полягають у безпосередньому втручанні органів державної влади у підприємницьку діяльність суб'єктів бізнесу на ринку послуг.

**Регулюючі функції** державного регулювання полягають у розробленні та впровадженні стратегічних програм розвитку сфери послуг, окремих її сегментів, а також наданні функціональних повноважень відповідним державним структурним підрозділам щодо втілення їх у практичну діяльність.

**Управління якістю** – це дії, що здійснюються під час створення та експлуатації або споживання продукції з метою встановлення, забезпечення та підтримання необхідного рівня її якості.

Відповідно до стандартів ІСО життєвий цикл продукції, який у зарубіжних інформаційних джерелах позначається як «петля якості», включає в себе 11 станів.

За допомогою «петлі якості» здійснюється взаємозв'язок виробника зі споживачем, з усією системою, що забезпечує розв'язання завдання управління якістю продукції.

Відповідно до визначення міжнародної організації стандартизації (ІСО), яке підтримують фахівці багатьох країн, у тому числі й України.

**Якість** – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти зумовлені потреби або потреби, які передбачаються. Перебуваючи продуктом праці, якість товару – категорія нерозривно пов'язана як із вартістю, так і зі споживчою вартістю.

### План практичного заняття (2 год)

1. Державне регулювання сфери послуг.
2. Характеристика дозвільних документів на надання послуг.
3. Якість послуг: сутність, забезпечення, методи оцінки.
4. Безпечність послуг: сутність та методи визначення.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести.

1. У чому полягає суть процедури ліцензування діяльності щодо надання і торгівлі послугами?
2. Розкрийте основні принципи державної політики у сфері ліцензування на ринку послуг.
3. Чим зумовлена необхідність отримання торгового патенту для здійснення торгівлі послугами?
4. З'ясуйте суть і значення комерційного підприємництва на ринку послуг.
5. Охарактеризуйте основні комерційні операції на ринку послуг.
6. Чим зумовлена необхідність використання економіко-математичної моделі оптимізації комерційної діяльності на ринку послуг?
7. Висвітліть основні напрями державного регулювання ринку послуг.

8. Чому, на Вашу думку, не відповідають сучасним економічним реаліям нормативні акти України, що регулюють комерційне підприємництво на ринку послуг?

**Завдання 2.** Визначте загальну ціну торгового патенту та щомісячну плату на здійснення діяльності з надання побутових послуг для підприємства, що займається хімічним чищенням одягу в обласному центрі. Термін дії торгового патенту становитиме 3 роки.

**Завдання 3.** Визначте економічний ефект від надання торговельної послуги за таких умов: протягом 1 кварталу поточного року в універмазі надають безоплатні консультаційні послуги покупцям із питань, що стосуються асортименту товарів, які є у продажу. Обсяг роздрібного товарообігу відділу «Тканини» становить 397,5 тис. грн за 1 квартал поточного року проти 325,4 тис. грн аналогічного періоду попереднього року. Реалізоване збільшення сягає 10 %.

**Завдання 4.** Із метою отримання додаткових конкурентних переваг інженерно-консультативна фірма приймає рішення про зниження ціни на пропоновані послуги на 6 %. Визначте необхідний приріст обсягу продажу послуг для фірми, щоб утримати на попередньому рівні дохід, за умови 12 % рентабельності продажів.

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Культура надання послуг.
2. Етичні основи, діловий етикет та естетичні аспекти сервісної діяльності.
3. Контроль якості та безпека обслуговування.
4. Якість послуг у сервісній діяльності.

### **Тематика рефератів**

1. Оцінка конкурентоспроможності послуг.
2. Сертифікація в управлінні якістю послуг.
3. Дозвільні документи на надання послуг.
4. Проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу.
5. Проблеми регулювання сфери послуг на державному рівні.

**Інформаційні джерела: 1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 14.**

## **МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ**

### **ТЕМА 4. Побутові послуги та умови їх надання**

У цій темі необхідно дослідити роль побутових послуг, їх структуру та значення для населення. Розглянути основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання побутових послуг. Охарактеризувати основні види побутових послуг. Визначити повноту надання побутових послуг і контроль їх якості.

#### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Побутове обслуговування як система складається із двох взаємопов'язаних частин. Перша частина охоплює процес організації обслуговування, друга – процеси виробництва робіт та послуг.

Діяльність із надання побутових послуг регулюється Цивільним кодексом України, Законами України «Про захист прав споживачів», «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності», «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», іншими нормативно-правовими актами, Правилами побутового обслуговування населення, затвердженими Постановою КМУ № 313 від 16. 05. 1994 р.

Послуги перукарень. Відповідно до ГОСТ 50646-94 «Послуги населенню. Терміни та визначення» за функціональним призначенням послуги належать до соціально-культурних, оскільки задовольняють естетичні та соціальні потреби людини і сприяють підтриманню її нормальної життєдіяльності.

Послуги перукарень мають суто особистісний характер, процес надання послуги практично збігається із процесом її споживання, виконання послуги відбувається у присутності клієнта у тісній співпраці з ним; на відміну від матеріальних послуг, результати послуги перукарень не можна відокремити від клієнта, який отримав її, не можна їх зберігати і транспортувати.

Якщо розглядати перукарню з точки зору надання послуг, то доцільно говорити про класифікацію саме послуг. Відповідно до стандарту виділяють класифікацію послуг перукарень за технологічною ознакою, місцем виконання робіт і рівня обслуговування клієнтів.

1. За технологічною ознакою послуги перукарень поділяють на:

- послуги з догляду за волоссям;
- послуги з догляду за шкірою обличчя й тіла;
- послуги з догляду за нігтями і шкірою кистей рук і стоп ніг (манікюр, педикюр).

2. За місцем виконання робіт послуги перукарень поділяють на:

- послуги, що надаються в організації (стаціонарно);
- послуги, що надаються на базі клієнта (виїзні послуги).

3. За рівнем якості послуги перукарень поділяють на:

- послуги салонів краси (салонів-перукарень «Люкс»);
- послуги салонів-перукарень;
- послуги перукарень.

Послуги ломбардів. Ломбард – це небанківська кредитно-фінансова установа, видом діяльності якої є надання на власний ризик фінансових кредитів фізичним особам за рахунок власних або залучених коштів, під заставу майна на визначений термін і під відсоток, зберігання речей та надання супутніх послуг, пов'язаних із діяльністю ломбарду.

Ломбард може надавати послуги самостійно або через мережу відокремлених підрозділів.

Супутні послуги ломбарду – це послуги, які є передумовою надання фінансового кредиту або впливають з його надання. До таких послуг належать:

- оцінка заставленого майна та майнових прав;
- надання посередницьких послуг зі страхування предмета застави на підставі агентської угоди зі страховою компанією;
- купівля у фізичних осіб виробів із дорогоцінних металів і каміння;
- прийом на відповідальне зберігання будь-якого рухомого та нерухомого майна;

- виготовлення, ремонт та переробка ювелірних виробів і виробів із дорогоцінних металів;
- оптова торгівля ювелірними виробами та предметами застави.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Суть і види побутових послуг.
2. Характеристика надання основних видів побутових послуг.
3. Повнота надання побутових послуг та підвищення їх ефективності.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *До побутових послуг не належать:*
  - а) послуги з ремонту взуття;
  - б) послуги з ремонту житла;
  - в) послуги з виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням;
  - г) послуги з ремонту автомобілів;
  - д) правильної відповіді немає.
2. *Постанова Кабінету Міністрів України, що встановлює правила побутового обслуговування, має назву:*
  - а) «Про надання побутових послуг населенню»;
  - б) «Правила побутового обслуговування населення»;
  - в) «Норми та правила побутового обслуговування»;
  - г) «Про затвердження стандартів обслуговування населення».
3. *Споживач має право відмовитися від угоди про надання послуги у випадку:*
  - а) якщо роботи виконуються надто повільно для завершення їх у строк;
  - б) якщо споживач просто змінив свою думку;
  - в) споживач знайшов іншого постачальника послуг;
  - г) правильної відповіді немає.
4. *Неустойка – це:*
  - а) штраф за передчасне розірвання договору споживачем;
  - б) грошова компенсація за зіпсоване майно споживача;
  - в) сума штрафу, яку боржник має сплатити кредиторі за неналежного виконання ним договірних зобов'язань.

5. Угода на виконання робіт не може бути оформлена у вигляді:
- а) договору;
  - б) квитанції;
  - в) товарного чеку;
  - г) касового чеку;
  - д) правильної відповіді немає.
6. Норма часу на виконання одиниці послуги складається з:
- а) оперативного, підготовчо-завершального, та часу на проїзд до замовника;
  - б) оперативного, підготовчо-завершального, часу на обслуговування робочого місця, на відпочинок, часу на проїзд до замовника;
  - в) оперативного, додаткового, часу на обслуговування робочого місця, на відпочинок, часу на проїзд до замовника.
7. До методу визначення оперативного часу не належить:
- а) аналітико-розрахунковий;
  - б) аналітико-дослідний;
  - в) дослідно-статистичний;
  - г) розрахунково-статистичний;
  - д) правильної відповіді немає.
8. Підприємство побутового обслуговування має право після письмового нагадування реалізувати виріб через:
- а) 3 місяці;
  - б) 6 місяців;
  - в) 12 місяців;
  - г) 24 місяці.
9. До компонентів експертизи побутових послуг не належить:
- а) об'єкт;
  - б) суб'єкт;
  - в) методи;
  - г) характеристики;
  - д) критерії.
10. Яку експертизу проводять у процесі розгляду справ про фальсифікацію послуги або встановлення собівартості:
- а) економічну;
  - б) технологічну;
  - в) судово-правову;
  - г) товарну.

11. Собівартість послуги визначається за формулою:
- а)  $C_{п} = V_{нг} \times T_{п} + M$ ;
  - б)  $C_{п} = V_{нг} \times T_{п}$ ;
  - в) усі відповіді правильні;
12. Визначити ціну на побутову послугу, якщо собівартість складає 15 грн, плановий прибуток 5 грн, підприємство сплачує єдиний податок 10 % і не є платником ПДВ:
- а) 22 грн;
  - б) 28,3 грн;
  - в) 22,22 грн;
  - г) 25 грн.
13. У якому документі зазначений перелік груп складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту (обслуговуванню) або гарантійній заміні:
- а) ЗУ «Про затвердження Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів»;
  - б) Постанова КМУ «Про затвердження Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів»
  - в) ЗУ «Про захист прав споживачів».
14. Термін, протягом якого гарантується використання товару, називається:
- а) гарантійний термін зберігання;
  - б) гарантійний термін експлуатації.
15. Яким чином обчислюється гарантійний термін експлуатації товару, що реалізовано через торговельну мережу:
- а) від дати його продажу споживачеві;
  - б) від моменту його встановлення;
  - в) від моменту до ставки.
16. Експлуатаційні документи повинні відповідати:
- а) ДСТУ 2.601-95 «Эксплуатационные документы»;
  - б) ТУ «Эксплуатационные документы»;
  - в) ГОСТу 2.601-95 «Эксплуатационные документы».

17. *За чий рахунок здійснюється експертиза в разі виникнення потреби у визначенні причини втрати якості товару, гарантійний термін якого не вичерпався:*
- а) споживача;
  - б) продавця.
18. *Чи зобов'язаний продавець під час продажу товару, що підлягає гарантійному обслуговуванню, здійснити перевірку споживчих властивостей товару?*
- а) так;
  - б) ні.
19. *Які товари приймаються на гарантійне обслуговування?*
- а) вітчизняного виробництва;
  - б) іноземного виробництва;
  - в) обидві відповіді правильні.
20. *Чи може бути технічне обслуговування підставою для заміни товару?*
- а) так;
  - б) ні;
  - в) у разі домовленості із сервісним центром.
21. *Назвіть розмір неустойки за затримку усунення недоліків понад установлений термін:*
- а) 1 % вартості товару за кожний день;
  - б) 20 % вартості товару за кожний день;
  - в) відповідно до договору між виконавцем і споживачем.
22. *Товари вагою понад 5 кг доставляються на ремонт та повертаються споживачеві силами й засобами:*
- а) споживача;
  - б) продавця, виробника, виконавця;
  - в) продавця.
23. *Чи допускається надання перукарських послуг з використанням матеріалів, наданих замовником:*
- а) так;
  - б) ні.

24. Ціни на перукарські послуги встановлюються:
- а) державними органами управління;
  - б) місцевими органами управління;
  - в) замовником послуги;
  - г) відповідно до переліку, затвердженим виконавцем.
25. Перукарські, манікюрні та педикюрні послуги надаються відповідно до вимог:
- а) побутового обслуговування;
  - б) правил побутового обслуговування населення;
  - в) правил охорони праці в перукарні;
  - г) Державних санітарних правил та норм для перукарень різних типів.

**Завдання 2.** Дайте відповідь-коментар на запитання.

У які дні та години забороняється виконання ремонтних робіт, що супроводжуються шумом? Як регулюється вирішення питання в разі перевищення санітарних норм шумом, що утворюється під час виконання будівельних робіт?

**Завдання 3.** Визначте собівартість послуги на будівництво будинку.

Планується будівництво двоповерхового будинку. Норми часу на виконання кладки цегли складає 42 шт./год. Вартість норми часу становить 1,2 грн (без ПДВ).

Визначте собівартість двоповерхового будинку, якщо необхідно 58 000 шт. цегли. Скільки днів необхідно для будівництва двоповерхового будинку.

### **Методичні рекомендації**

Собівартість послуги є економічною основою ціни. Стрижнем її розрахунку є вартість нормо-години на виконання послуг і трудомісткість робіт. До собівартості виконання послуг зараховують вартість матеріалів, передбачених нормами їх витрат. Розраховується собівартість за такими формулами:

а) якщо вартість матеріалів включається до собівартості виконання послуги:

$$C = BT + M,$$

де  $B$  – вартість нормо-години на виконання послуги;

$T$  – норма часу на виконання послуги;  
 $M$  – вартість матеріалів, препаратів, фурнітури, що постійно використовуються під час виконання послуги.

б) якщо вартість матеріалів не включається до собівартості виконання послуги:

$$C = BT.$$

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Які існують види правової відповідальності підприємств побутового обслуговування? Охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте порядок анулювання замовлення на надання побутових послуг?
3. Які особливості притаманні виконанню замовлень на побутові послуги?
4. Проаналізуйте основні права та обов'язки підприємств побутового обслуговування?
5. Проаналізуйте нормативні акти, що забезпечують процес надання побутових послуг?

### **Тематика рефератів**

1. Побутове обслуговування населення в умовах ринкової економіки України.
2. Аналіз ринку перукарських послуг.
3. Маркетинг побутових послуг.
4. Повнота надання побутових послуг та контроль їх якості.

**Інформаційні джерела: 1, 5, 9, 10, 11, 12, 14.**

## **ТЕМА 5. Послуги пасажирського транспорту**

У цій темі необхідно дослідити роль послуг пасажирського транспорту, структуру та значення для населення.

Визначити основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

Дати характеристику основним видам послуг пасажирського транспорту та визначити шляхи вдосконалення.

## **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Транспортну систему України утворюють транспорт загального користування, промисловий залізничний транспорт, відомчий транспорт, трубопровідний транспорт, шляхи сполучення загального користування. Вона повинна відповідати вимогам суспільного виробництва й національної безпеки, мати розгалужену інфраструктуру для надання всього комплексу транспортних послуг, у т. ч. для складування та технологічної підготовки вантажів до транспортування, забезпечувати зовнішньоекономічні зв'язки держави. Підприємства транспорту надають у своїй діяльності основні й додаткові послуги.

Основні послуги транспортних підприємств охоплюють внутрішні та міжнародні перевезення пасажирів, багажу із вантажів; збереження вантажів і багажу із часу їх прийняття для перевезення та до моменту видання одержувачам, якщо інше не передбачено договором; забезпечення надійності перевезень.

Додаткові послуги транспортних підприємств стосуються обслуговування пасажирів під час довготривалих перевезень доброякісною питною водою, харчуванням, задоволення інших біологічних потреб; надання умов для відпочинку і сну; бронювання квитків; сезонних знижок цін на послуги перевезення; організації індивідуальних рейсових маршрутів, чартерних рейсів; пільгового перевезення окремих категорій громадян; спеціальної охорони вантажів і багажу під час перевезень; охорони громадського порядку, особистої безпеки громадян, захисту їхніх прав, свобод і законних інтересів, запобігання і припинення правопорушень, виявлення та розкриття злочинів, розшук осіб, які їх вчинили, захисту власності від злочинних посягань під час перевезень; забезпечення культури обслуговування пасажирів; реалізація книг, періодичних видань тощо. Пасажирські послуги надають усі види транспорту загального, відомчого та приватного користування: залізничний, водний (морський, річковий), повітряний, автомобільний, міський електротранспорт.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Сутність послуг пасажирського транспорту, їх структура та значення.

2. Документи, що регламентують надання послуг пасажирського транспорту.

3. Характеристика основних послуг пасажирського транспорту.

**Завдання 1.** Дайте відповідь на тести:

1. *До основних послуг транспортних підприємств не належать:*
  - а) бронювання квитків;
  - б) міжнародні перевезення пасажирів;
  - в) збереження вантажів;
  - г) забезпечення надійності перевезень.
2. *На сьогодні одним із пріоритетних напрямів розвитку залізничного транспорту є:*
  - а) відновлення наявного рухомого складу;
  - б) забезпечення низької вартості перевезень;
  - в) підвищення швидкості руху;
  - г) відновлення залізничних станцій та вокзалів.
3. *Відповідно до міжнародної класифікації автобуси сертифікують за:*
  - а) класами;
  - б) категоріями;
  - в) рівнями.
4. *Державний орган, що здійснює регулювання в галузі транспорту:*
  - а) Міністерство транспорту України;
  - б) Міністерство транспорту і зв'язку України;
  - в) Міністерство транспортної системи України.
5. *До єдиної транспортної системи України не належить:*
  - а) промисловий залізничний транспорт;
  - б) шляхи сполучення загального користування;
  - в) відомчий транспорт;
  - г) трубопровідний транспорт;
  - д) правильної відповіді немає.

**Завдання 2.** Назвіть та охарактеризуйте структурні підрозділи, які надають послуги пасажирських перевезень.

**Завдання 3.** Назвіть та охарактеризуйте класифікаційні ознаки цінової політики на транспортні послуги.

**Завдання 4.** Назвіть та охарактеризуйте основні й додаткові послуги транспортних підприємств.

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Проаналізуйте вимоги до підприємства перевізника?
2. Визначте природу транспортних послуг, відмінність міжнародних транспортних перевезень від національних?
3. У чому полягають основні тенденції розвитку транспорту, транспортних мереж та транспортної інфраструктури?
4. Охарактеризуйте геостратегічний контекст розвитку транспорту в Україні.
5. Якою мірою окремі види транспорту поширені в Україні?
6. Якими є основні комерційні критерії вибору виду транспорту?

### **Тематика рефератів**

1. Проблеми та перспективи розвитку місцевого пасажирського транспорту.
2. Аналіз ринку послуг пасажирського транспорту.
3. Послуги залізничного транспорту.
4. Послуги автомобільного транспорту.

**Інформаційні джерела: 1, 6, 9, 10, 14.**

## **ТЕМА 6. Послуги зв'язку**

У цій темі необхідно визначити роль послуг зв'язку, їх структуру та значення для населення. Вивчити основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання, охарактеризувати основні види послуг зв'язку.

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Сфера зв'язку є особливо важливою у забезпеченні функціонування економічної, соціальної та іншої сфер суспільства, що обумовлює особливу значущість (економічну, соціальну) послуг зв'язку.

Національна система зв'язку складається з електричного, у т. ч. стільникового (мобільного, супутникового, пейджингово-

го), телеграфного, Інтернет-зв'язку, а також поштового, спеціального, фельд'єгерського зв'язку.

Електричний зв'язок забезпечує передавання, випромінювання, приймання знаків, сигналів, письмового тексту, зображень і звуків або будь-яких повідомлень радіо, провідниковими, оптичними та іншими електромагнітними системами.

Поштовий зв'язок має завданням приймання, оброблення, перевезення і доставку письмових відправлень, матеріальних цінностей, виконання доручень фізичних і юридичних осіб щодо грошових переказів, банківських операцій.

Спеціальний зв'язок забезпечує інтереси держави, урядових підрозділів у сфері зв'язку.

Фельд'єгерський зв'язок – оперативний військово-кур'єрський зв'язок, завданням якого є доставка важливих, переважно таємних, документів до Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, посольств, дипломатичних представництв і консульств.

Мобільний зв'язок забезпечує відправлення і приймання інформації в будь-якому місці, де він функціонує.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Роль послуг зв'язку, їх структура та значення для населення.

2. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

3. Характеристика основних видів послуг зв'язку.

**Завдання 1.** Дайте відповідь на тести:

1. *Фельд'єгерський зв'язок:*

- а) забезпечує інтереси держави;
- б) виконує доставку важливих, переважно таємних, документів;
- в) забезпечує приймання інформації в будь-якому місці;
- г) усі відповіді правильні.

2. *Споживачем послуг зв'язку є:*

- а) агент;
- б) абонент;
- в) резидент.

3. *Управління єдиною національною системою зв'язку здійснює:*
  - а) Кабінет Міністрів України;
  - б) Верховна Рада України;
  - в) Президент України.
4. *Національна система зв'язку не містить:*
  - а) електричного;
  - б) телеграфного;
  - в) спеціального;
  - г) альтернативного.
5. *Назвіть основні суб'єкти системи зв'язку:*
  - а) підприємство (оператор) зв'язку;
  - б) споживачі;
  - в) технічні засоби.
6. *Визначте із цього переліку засоби зв'язку:*
  - а) мобільний телефон;
  - б) технічне обладнання;
  - в) кабелі зв'язку.
7. *Мережа зв'язку охоплює:*
  - а) первинну мережу зв'язку;
  - б) місцеву первинну мережу зв'язку;
  - в) правильні відповіді а) та б).

**Завдання 2.** Дайте визначення таких понять:

послуга зв'язку \_\_\_\_\_

адресат \_\_\_\_\_

Відправлення «SMS» \_\_\_\_\_

**Завдання 3.** Перерахуйте послуги внутрішніх поштових відправлень, що надаються операторами поштового зв'язку.

**Завдання 4.** Перерахуйте послуги міжнародних поштових відправлень, що надаються операторами поштового зв'язку.

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Які напрями розвитку торгівлі послугами зв'язку є пріоритетними в сучасних умовах?

2. У чому полягають взаємні права й обов'язки підприємств сфери зв'язку та їхніх споживачів?

3. Охарактеризуйте особливості конкуренції на ринку послуг зв'язку.

4. Які послуги зв'язку мають, на ваш погляд, найбільшу перспективу? Обґрунтуйте свої міркування.

### **Тематика рефератів**

1. Стан розвитку сучасних послуг зв'язку.

2. Стан та перспективи розвитку ринку мобільного стільникового зв'язку в Україні.

*Інформаційні джерела: 5, 11, 12, 13, 14.*

## **ТЕМА 7. Житлово-комунальні послуги**

У цій темі необхідно розглянути роль житлово-комунальних послуг, їх структуру та значення для населення. Охарактеризувати основні види житлово-комунальних послуг. Визначити повноту надання житлово-комунальних послуг та контроль їх якості.

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Ринок житлово-комунальних послуг є невід'ємною складовою ринкової системи господарювання, тому вивчення цієї теми є надзвичайно актуальним. Дослідження цієї теми необхідно розпочати з визначення ролі житлово-комунальних послуг, їх структури та значення для населення; ознайомлення з основними нормативно-технічними документами, що регламентують надання житлово-комунальних послуг; характеристики основних видів житлово-комунальних послуг; пошуку шляхів і резервів підвищення ефективності та вдосконалення житлово-комунальних послуг.

Серед усієї сукупності існуючих послуг житлово-комунальні мають суспільний характер і є соціально значущими, оскільки належать до сфери життєзабезпечення населення.

Порядок надання житлово-комунальних послуг регламентується державними та міждержавними законодавчими актами. До них належать: Закони України «Про житлово-комунальні послуги»; «Про воду і питне водопостачання»; «Про благоустрій на-

селених пунктів»; «Про електроенергетику»; «Про теплопостачання» та інші. На особливу увагу заслуговують чинні міжнародні законодавчі акти, що зумовлено стратегічними цілями України, пов'язаними з інтеграцією до Європейського Союзу та особливою вимогою щодо поділу діяльності у сферах енерго-, тепло- та газозабезпечення кінцевих споживачів – населення.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» *житлово-комунальні послуги* – це результати господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання та перебування осіб у жилих і нежилых приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків та правил.

Ознаками та особливостями житлово-комунальних послуг є те, що вони:

- 1) являють собою дії або діяльність;
- 2) не є результатом діяльності, оскільки самі є діяльністю;
- 3) направлені на фізичні об'єкти і, отже, належать до матеріальних;
- 4) направлені на забезпечення сприятливих умов для забезпечення життєдіяльності фізичної особи;
- 5) неможливі до заміни іншими послугами;
- 6) є платними.

Необхідно відзначити, що є певні відмінності у визначенні термінів «*житлові послуги*» та «*комунальні послуги*». Так, під *житловими послугами* слід розуміти діяльність щодо організації технічного обслуговування житлового фонду, що включає утримання та експлуатацію конструктивних елементів житлових будинків, місць загального користування та прибудинкової території, утримання та ремонт ліфтового обладнання, сміттєпроводу, збір та вивезення сміття, побутових та продовольчих відходів. До складу *комунальних послуг* належать: забезпечення холодною та гарячою водою, каналізація (водовідведення), подача електричної енергії та газу, опалення, вивіз побутових відходів. Тобто під *комунальною послугою* слід розуміти діяльність, що забезпечує реалізацію послуги безпосередньо споживачеві, а також забезпечення подальшої експлуатації та відновлення інженерних систем з каналізування, водо-, тепло-, електро- та газозабезпе-

чення. Таким чином, споживачеві можуть надаватися такі види комунальних послуг:

- холодне водопостачання – цілодобове забезпечення споживача холодною питною водою належної якості, що подається в необхідних обсягах приєднаною мережею в житлове приміщення або водорозбірної колонки;

- водовідведення – відведення побутових стоків із житлового приміщення приєднаною мережею;

- гаряче водопостачання – цілодобове забезпечення споживача гарячою водою належної якості, що подається в необхідних обсягах приєднаною мережею в житлове приміщення;

- електропостачання – цілодобове забезпечення споживача електричною енергією належної якості, що подається в необхідних обсягах приєднаною мережею в житлове приміщення;

- газопостачання – цілодобове забезпечення споживача газом належної якості, що подається в необхідних обсягах приєднаною мережею в житлове приміщення, а також продаж побутового газу в балонах;

- опалення – підтримка в житловому приміщенні, опалюваному приєднаною мережею, температури повітря виходячи з характеристик приміщення (житлове, кутове тощо), а також продаж твердого палива за наявності пічного опалення.

Для ефективності та підвищення якості надання житлово-комунальних послуг необхідно вміти їх ідентифікувати. Тому важливим є питання їх класифікації.

Так, за критерієм функціонального призначення житлово-комунальні послуги поділяють на:

- комунальні послуги;
- послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій;

- послуги з управління будинком, спорудою або групою будинків;

- послуги з ремонту приміщень, будинків, споруд.

За порядком затвердження цін або тарифів житлово-комунальні послуги поділяють на три групи:

- 1) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які затверджують спеціально уповноважені центральні органи виконавчої влади;

2) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які затверджують органи місцевого самоврядування для надання на відповідній території;

3) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які визначаються виключно за договором (домовленістю сторін).

За часом дії житлово-комунальна послуга може мати постійний та тимчасовий характер.

Деякі науковці до основних видів житлово-комунальних послуг зараховують послуги готелів та інших місць проживання. Готельні послуги виступають особливим, специфічним товаром. Переважно готельні господарства надають чотири групи послуг:

- розміщення;
- харчування;
- відпочинок;
- побутове обслуговування.

Унаслідок цього їх прийнято поділяти на:

- основні послуги;
- додаткові послуги;
- периферійні послуги.

Особливістю послуг готелів є те, що *основна послуга* характеризується наданням можливості короткострокового проживання. Вагомим показником якості обслуговування, джерелом отримання прибутків, дієвим способом підвищення конкурентоспроможності готельного господарства є асортимент додаткових послуг. Перелік *додаткових послуг* українських готелів та інших місць для тимчасового проживання значно скромніший, ніж у більшості готелів Європи, які пропонують своїм клієнтам понад 80 найменувань додаткових послуг. *Периферійні послуги* окремо не замовляються й не оплачуються гостями.

Основним критерієм управління об'єктами житлово-комунального господарства є якість житлово-комунальних послуг. Поєднання результатів діяльності підприємств, що постачають житлово-комунальні послуги, з досягненням необхідних соціальних стандартів життєзабезпечення і життєдіяльності населення й визначає якість наданих послуг. Створення системи управління якістю додасть ринку житлово-комунальних послуг ци-

вілізований характер, звільняючи його від неорганізованості у відносинах постачальника і споживача послуг, з одного боку, зайвої авторитарності, з іншого. Якість житлово-комунальних послуг є результатом взаємодії органів державного управління, підприємств та організацій житлово-комунального господарства. Стандарти якості житлово-комунальних послуг повинні характеризуватися кінцевими параметрами послуги, тобто, гарантувати споживачу стабільну якість послуг може тільки сертифікована система управління якістю, запроваджена на підприємствах житлово-комунальної галузі.

*Якість житлово-комунальних послуг* це сукупність характеристик послуг, що визначають її здатність задовольняти визначені або прогнозовані потреби споживачів.

Аналізуючи поняття «*якість житлово-комунальних послуг*» та «процес управління якістю наданих послуг», можна визначити, що на дотримання належної якості житлово-комунальних послуг впливають такі аспекти, а саме:

- інструкції, стандарти якості послуг, у тому числі стандарти якості ISO 9000;
- самі комунальні підприємства, що мають добросовісно ставитися до своєї роботи та виконувати її якісно;
- вимоги споживачів житлово-комунальних послуг та активних громадян, які будуть відігравати роль свого роду контролера.

Відповідно до ст. 18 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» в разі не забезпечення виконавцем якості житлово-комунальних послуг або порушення ним умов договору споживач має право викликати його представника для складення та підписання акту-претензії споживача, в якому зазначаються строки, види, показники порушень тощо. Представник виконавця повинен з'явитися на виклик споживача не пізніше строку, визначеного договором. Акт-претензія складається споживачем житлово-комунальних послуг та представником виконавця і скріплюється підписами. У разі неприбуття представника виконавця в погоджений умовами договору строк або необґрунтованої відмови від підписання акту-претензії він вважається дійсним, якщо його підписали не менш як два споживачі житлово-кому-

нальних послуг. Коли акт-претензія споживача подається виконавцю, він протягом трьох робочих днів вирішує питання про перерахунок платежів або видає письмово споживачу обґрунтовану письмову відмову в задоволенні його претензій. Спори щодо задоволення претензій споживачів вирішуються в судовому порядку. Споживач має право на досудове вирішення спору шляхом задоволення пред'явленої претензії.

Проблеми, які супроводжують контроль за якістю житлово-комунальних послуг полягають у тому, що можливості такого контролю з боку споживачів є лише для окремих, зазвичай, разових послуг переважно у квартирах, а оплата за ці послуги громадянами здійснюється тричі:

- у вигляді оплати за встановленими тарифами;
- у вигляді податків, що спрямовуються в тому числі й на комунальні підприємства;
- у вигляді неофіційної винагороди.

Інша проблема полягає в тому, що не для всіх видів житлово-комунальних послуг, що надаються, встановлені стандарти і критерії їх якості. Найбільш урегульованими є питання забезпечення і контролю якості водопостачання та опалення квартир, що регламентуються «Правилами надання послуг із централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення» та Програмою «Питна вода». Правилами визначені критерії якості житлово-комунальних послуг та відповідні показники зменшення оплати за них.

Шляхами вдосконалення житлово-комунальних послуг та підвищення їх ефективності та якості мають стати:

- зростання професійного рівня персоналу, вдосконалення системи відбору співробітників;
- збільшення переліку житлово-комунальних послуг;
- стандартизація якості житлово-комунальних послуг;
- упровадження енергозберігаючих та інших інноваційних технологій;
- використання нових інформаційних технологій для економії часу та зниження трансакційних витрат.

Процес підвищення якості житлово-комунальних послуг пов'язаний із їх безпекою, що забезпечується в межах нормативно-правового поля.

## План практичного заняття (2 год)

1. Сутність житлово-комунальних послуг та їх значення для населення.

2. Основні положення Закону України «Про житлово-комунальні послуги».

3. Класифікація житлово-комунальних послуг.

4. Послуги готелів та інших місць проживання: сутність і характеристика.

5. Критерії, що враховуються для оцінки якості житлово-комунальних послуг.

**Завдання 1.** Приведіть у відповідність згідно зі ст. 1 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» визначення та їх тлумачення:

1. Балансоутримувач будинку, споруди, житлового комплексу або комплексу будинків і споруд	а) результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання та перебування осіб у жилих і нежилих приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків та споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил
2. Утримання будинків і прибудинкових територій	б) пошкодження інженерних мереж, обладнання або конструктивних елементів споруд, що виникло з техногенних або природних причин, що перешкоджають їх подальшій експлуатації відповідно до технічних умов
3. Власник приміщення, будинку, споруди, житлового комплексу або комплексу будинків і споруд	в) суб'єкт господарювання, який виробляє або створює житлово-комунальні послуги
4. Управитель	г) Фізична або юридична особа, якій належить право володіння, користування та розпоряджання приміщенням, будинком, спорудою, житловим комплексом або комплексом будинків і споруд, зареєстроване в установленому законом порядку
5. Житлово-комунальні послуги	д) мережі, арматура на них, прилади та обладнання, засоби обліку та регулювання споживання житлово-комунальних послуг, які знаходяться в межах будинку, споруди
6. Виконавець	е) прилад, технічний пристрій для обліку кількісних та/або якісних показників житлово-комунальної послуги, який має нормовані метрологічні характеристики

7. Внутрішньобудинкові системи	є) одиниця виміру для обчислення обсягу отриманої споживачем послуги, визначена відповідно до вимог нормативів, норм, стандартів, порядків і правил згідно із законодавством
8. Аварія	ж) дія надзвичайної ситуації техногенного, природного або екологічного характеру, що унеможливає надання відповідної послуги відповідно до умов договору
9. Засіб обліку	з) суб'єкт господарювання, предметом діяльності якого є надання житлово-комунальної послуги споживачу відповідно до умов договору
10. Норми споживання	и) власник або юридична особа, яка за договором з власником утримує на балансі відповідне майно, а також веде бухгалтерську, статистичну та іншу передбачену законодавством звітність, здійснює розрахунки коштів, необхідних для своєчасного проведення капітального й поточного ремонтів та утримання, а також забезпечує управління цим майном і несе відповідальність за його експлуатацію згідно із законом
11. Споживач	і) місце передачі послуги від однієї особи до іншої, облаштоване засобами обліку та регулювання
12. Кількісний показник житлово-комунальних послуг	ї) результат господарської діяльності, спрямованої на задоволення потреби фізичної чи юридичної особи у забезпеченні холодною та гарячою водою, водовідведенням, газо- та електропостачанням, опаленням, а також вивезення побутових відходів у порядку, встановленому законодавством
13. Якість житлово-комунальної послуги	й) фізична чи юридична особа, яка отримує або має намір отримати житлово-комунальну послугу
14. Непереборна сила	к) особа, яка за договором із власником чи балансоутримувачем здійснює управління будинком, спорудою, житловим комплексом або комплексом будинків і споруд та забезпечує його належну експлуатацію відповідно до закону та умов договору
15. Комунальні послуги	л) господарська діяльність, спрямована на задоволення потреби фізичної чи юридичної особи щодо забезпечення експлуатації та/або ремонту жилих та нежилых приміщень, будинків і споруд, комплексів будинків і споруд, а також утримання прилеглої до них (прибудинкової) території відповідно до вимог нормативів, норм, стандартів, порядків і правил згідно із законодавством

16. Виробник	м) сукупність нормованих характеристик житлово-комунальної послуги, що визначає її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача відповідно до законодавства
17. Точка розподілу	н) кількісні показники споживання житлово-комунальних послуг, затверджені згідно із законодавством відповідними органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування

**Завдання 2.** Наведіть класифікацію житлово-комунальних послуг та дайте їм характеристику за нижченаведеною формою.

<i>Класифікаційна ознака</i>	<i>Види послуг та їх характеристика</i>
За видом	
За функціональним призначенням	
За порядком затвердження цін (тарифів)	

**Завдання 3.** На основі нижченаведеної інформації розрахуйте вартість комунальних послуг за січень, що отримав громадянин Іванов В. В., який мешкає в м. Полтава.

<i>№ з/п</i>	<i>Виробник послуг</i>	<i>Показники лічильника</i>	<i>Тарифи, грн</i>	<i>Вартість послуги, грн</i>
1	ОКВПТГ «Полтавтеплоенерго»: – опалення, за 1 м <sup>2</sup> загальної площі на місяць; – підігрів води, за 1 м <sup>3</sup>	61,9	3,04	
		12,0	13,12	
2	ПАТ «Полтаваобленерго», за 1 кВт	120,0	28,02	
3	ОП «Полтававодоканал»: – вода, за 1 м <sup>3</sup> ; – стоки, за 1 м <sup>3</sup>	15,0	3,096	
		27,0	1,74	
4	ВАТ «Полтавагаз», за 1 м <sup>3</sup>	6,0	0,7254	

5	ПКАТП 1628: – за вивезення сміття	–	3,40	
6	ТОВ УЖК: – квартирна плата, за 1 м <sup>2</sup> загальної площі	61,9	0,70	
	Разом:	X	X	

**Завдання 4.** Дайте визначення понять:

- житлово-комунальна послуга – \_\_\_\_\_
- споживач – \_\_\_\_\_
- якість житлово-комунальних послуг – \_\_\_\_\_
- норми споживання – \_\_\_\_\_

**Завдання 5.** Розв'яжіть ребуси.

а)



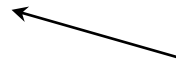
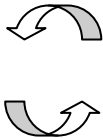
б)



, 3 ЧНА



Е Г Р ,



І = Я

**Завдання 6.** Творче завдання.

Складіть за темою кросворд, який містить не менше ніж 20 термінів за горизонталлю та 20 термінів за вертикаллю.

**Завдання 7.** Дайте відповіді на тести:

1. *Основним нормативно-правовим актом щодо надання послуг у житлово-комунальній сфері є:*
  - а) Закон України «Про захист прав споживачів»;
  - б) Закон України «Про житлово-комунальні послуги»;
  - в) Правила побутового обслуговування населення;
  - г) Цивільний кодекс України;
  - д) Житловий кодекс України.
2. *За критерієм функціонального призначення житлово-комунальні послуги поділяють на:*
  - а) комунальні послуги;
  - б) послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій;
  - в) послуги з управління будинком, спорудою або групою будинків;
  - г) послуги з ремонту приміщень, будинків, споруд;
  - д) усі відповіді правильні.
3. *За часом дії житлово-комунальна послуга може мати:*
  - а) короткостроковий характер;
  - б) тривалий характер;
  - в) разовий;
  - г) постійний та тимчасовий характер.
4. *За порядком затвердження цін або тарифів житлово-комунальні послуги поділяють на:*
  - а) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які затверджують спеціально уповноважені центральні органи виконавчої влади;
  - б) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які затверджують органи місцевого самоврядування для надання на відповідній території;
  - в) житлово-комунальні послуги, ціни, тарифи на які визначаються виключно за договором (домовленістю сторін);
  - г) усі відповіді правильні.
5. *Якість житлово-комунальних послуг це:*
  - а) здатність задовольняти встановлені потреби споживача відповідно до законодавства;

- б) сукупність нормованих характеристик житлово-комунальної послуги, що визначає її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача відповідно до законодавства;
  - в) здатність задовольняти передбачувані потреби споживача відповідно до законодавства;
  - г) немає правильної відповіді.
6. *Послуга готелю, що надає можливість короткострокового проживання, це:*
- а) основна послуга;
  - б) додаткова послуга;
  - в) периферійна послуга;
  - г) немає правильної відповіді.
7. *Який документ регулює відносини між виробником і споживачем житлово-комунальних послуг:*
- а) акт-претензія;
  - б) договір;
  - в) стандарт;
  - г) усі відповіді правильні.
8. *Які показники характеризують якість послуг водопостачання та водовідведення:*
- а) доступ до послуг;
  - б) доступ до послуг, тиск;
  - в) доступ до послуг, порядок надання послуг, тиск, якість;
  - г) порядок надання послуг, тиск, якість.
9. *Фактори, що впливають на якість надання житлово-комунальних послуг:*
- а) відповідність якості наданих послуг встановленим стандартам, рівень задоволеності споживачів послуг;
  - б) відповідність якості наданих послуг установленим стандартам;
  - в) рівень задоволеності споживачів послуг;
  - г) інструкції, стандарти якості послуг, у тому числі стандарти якості ISO 9000.
10. *Готельні господарства надають послуги:*
- а) розміщення, відпочинок, побутове обслуговування;

- б) розміщення, харчування, відпочинок, побутове обслуговування;
- в) розміщення, харчування, побутове обслуговування;
- г) розміщення, відпочинок.

### **Питання для самопідготовки до практичного заняття**

1. Житлово-комунальні послуги: роль, їх структура та характеристика.
2. Які документи законодавчо регулюють забезпечення житлово-комунальних послуг?
3. Які основні розділи містить договір на надання житлово-комунальних послуг?
4. Які права та обов'язки виконавця і споживача житлово-комунальних послуг?
5. Які фактори впливають на якість житлово-комунальних послуг?
6. Шляхи вдосконалення житлово-комунальних послуг та підвищення їх ефективності.

### **Тематика рефератів**

1. Пріоритети розвитку житлово-комунального господарства в соціально-економічній політиці України.
2. Тенденції та перспективи розвитку ринку житлово-комунальних послуг України.
3. Особливості розвитку ринку послуг житлово-комунального господарства України.
4. Засади функціонування ринку житлово-комунальних послуг України.
5. Управління якістю житлово-комунальних послуг в Україні.

*Інформаційні джерела: 2, 3, 7, 8, 10.*

## **ТЕМА 8. Послуги установ культури**

У цій темі необхідно визначити роль послуг установ культури, їх структуру та значення для населення. Дати характеристику основних видів послуг установ культури. Проаналізувати основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

## Методичні рекомендації щодо вивчення теми

Культура – історично зумовлений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражених у типах і формах організації її діяльності. Діяльністю у сфері культури є створення, розповсюдження і популяризація творів літератури і мистецтва; збереження і використання культурних цінностей; естетичне виховання, організація спеціальної освіти, відпочинку і дозвілля громадян.

Продуктування та реалізацію культурних послуг здійснюють культурно-освітні заклади (клуби, бібліотеки, музеї, парки, центри відпочинку); виставкові зали; театральні-видовищні організації (театри, концертні організації, цирки); навчальні заклади позашкільної естетичної освіти (дитячі музичні, художні, хореографічні школи, школи мистецтв); вищі та середні спеціальні навчальні заклади (консерваторії, інститути культури, кінематографії, хореографічні училища); кіномережа (кінотеатри, кіноустановки, відеотеки); бази і контори прокату; кіностудії; видавництва; редакції газет і журналів; радіо-, телестудії та телевізійні технічні центри; студії звукозапису; підприємства з виробництва компакт-касет і компакт-дисків; спеціалізовані реставраційні підприємства і майстерні; підприємства з виробництва кіноапаратури, музичних інструментів, світло- і звукотехніки, атракціонів, спеціалізованого технологічного обладнання для оснащення закладів культури, відпочинку, засобів масової інформації; підприємства народних художніх промислів. До суб'єктів бізнесу у сфері культури зараховують організації туризму та екскурсійного обслуговування; організації шоу-бізнесу; грального бізнесу; модельні агентства; рекламні майстерні та агентства.

Суб'єктами діяльності у сфері культури є: професійні творчі працівники, професійні творчі колективи, працівники культури, окремі громадяни; державні та приватні заклади, підприємства, організації та установи; творчі спілки, національно-культурні товариства, фонди, асоціації, інші громадські об'єднання, їх підприємства; держава в особі її органів влади та управління.

Суттєвою особливістю послуг у сфері культури є неможливість придбати їх про запас (концерти, циркові програми не-

можливо зберігати на складах), переміщувати (зіграний на різних сценах і різними акторськими трупамі спектакль щоразу є окремим продуктом). Окремі послуги у сфері культури можуть мати й матеріальний характер (реставрація, відео- та аудіозапис). Нематеріальні послуги сфери культури за функціональними особливостями класифікують на послуги, що безпосередньо виконують культурну функцію (послуги, які надають актори, читці, музиканти, співаки під час концертів, шоу, спектаклів, лекцій, екскурсій, а також послуги, які надають диригенти, балетмейстери, хормейстери, режисери та ін.), і послуги, що виконують функцію «поширювального механізму» (видача книжок у бібліотеках, показ фільмів у кінотеатрах, прокат відеокaset, театральних костюмів і реквізиту, продаж предметів художнього мистецтва: картин, скульптур, антикваріату, виробів народних промислів і сувенірів, книг).

Матеріальні послуги сфери культури за функціональним призначенням поділяють на: виробничі засоби культури; інформаційні засоби культури. З огляду на функції організацій культури і мистецтва, послуги у сфері культури класифікують на такі групи: культурно-професійна освіта; художня творчість; відпочинок і розваги населення, які надають організації шоу-бізнесу, грального бізнесу та інші розважальні заклади. Особливостями фінансового планування діяльності організацій сфери культури є пріоритетність короткострокового планування та його багаторівневий характер.

*Інформаційні джерела: 1, 2, 9, 10.*

## **ТЕМА 9. Туристичні та екскурсійні послуги**

У цій темі необхідно дослідити роль туристичних та екскурсійних послуг, їх структуру та значення для населення. Розглянути основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання туристичних та екскурсійних послуг. Охарактеризувати основні види туристичних та екскурсійних послуг.

## Методичні рекомендації щодо вивчення теми

Туризм є однією з найдинамічніших форм міжнародної торгівлі послугами, а в багатьох державах – одним з основних джерел грошових надходжень, факторів забезпечення зайнятості населення, розширення міжособистісних контактів. Інвестиції в індустрію туризму є високорентабельними.

Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю.

За цілями поїздки туризм класифікують на курортний (з метою відпочинку і лікування), екскурсійний (ознайомлення з визначними природними, історичними та культурними пам'ятками), діловий (для проведення ділових переговорів), науковий (ознайомлення з досягненнями науки і техніки, участь у наукових конгресах, конференціях), етнічний (поїздки для зустрічі з рідними);

за формою участі – груповий, індивідуальний, сімейний, місцевий, прикордонний; за географією – міжконтинентальний, міжнародний (міжрегіональний), регіональний;

за віком туристів – зрілий, молодіжний, дитячий, змішаний;

за терміном дії – одноденний, багатоденний, транзитний; за сезонністю – активний туристичний сезон, міжсезонний, несезонний; за способом пересування – пішохідний, із застосуванням традиційних транспортних засобів, із застосуванням екзотичних видів транспорту (канатна дорога, фунікулер, дирижабль, повітряна куля, дельтаплан);

за методом здійснення – організований (влаштований туристичними фірмами або добровільними організаціями) та неорганізований (група туристів самостійно планує та організовує свою поїздку, не використовуючи послуг туристичних фірм), плановий (за завчасно розробленим та узгодженим із країною відвідування маршрутом) та самодіяльний (відвідування певних місцевостей без узгодженої програми).

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів

культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні послуги наділені специфічними соціально-оздоровчими особливостями (забезпечують відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участь у культурно-масових заходах та ін.). Завдяки цьому вони поєднують у собі економічні, соціальні, гуманітарні, виховні та естетичні якості.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Сутність туристичних та екскурсійних послуг.
2. Характеристика основних видів туристичних та екскурсійних послуг.
3. Повнота надання туристичних та екскурсійних послуг і контроль їх якості.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *На які види поділяють туристичні послуги за призначенням;*
  - а) основні та додаткові;
  - б) основні, супутні, тимчасові;
  - в) основні, додаткові та супутні.
2. *Надання клієнту всіх необхідних послуг, однак він може не включати транспортні витрати:*
  - а) інклюзив-тури;
  - б) пекідж-тур.
3. *Туристична оптова фірма, що діє як посередник між підприємствами туристичної індустрії та турагентствами:*
  - а) туристичне агентство;
  - б) туроператорська фірма;
  - в) туристичні корпорації.
4. *Об'єднання задля спільної діяльності причетних до надання туристичних послуг підприємств у самостійну господарську одиницю:*
  - а) туристичне агентство;
  - б) туроператорська фірма;
  - в) туристичні корпорації.

5. *Договір між особою, яка наймає агента, й агентом, відповідно до якого агенту доручається на певних умовах виконання від імені та в інтересах наймача певних послуг, дій, обов'язків:*
- а) договір купівлі-продажу;
  - б) агентська угода;
  - в) бартер.
6. *Основні туристичні послуги регламентуються:*
- а) путівкою;
  - б) договором;
  - в) чеком;
  - г) договором на туристичне обслуговування та путівкою.
7. *Супутні послуги сприяють:*
- а) ціні путівки;
  - б) сервісному обслуговуванню;
  - г) споживчому попиту.
8. *Роздрібна фірма, яка є посередником між туроператорськими фірмами або обслуговувальними підприємствами та клієнтами-туристами – це:*
- а) агентство;
  - б) туроператорська фірма;
  - в) туристичне агентство.
9. *Туроператорські фірми за профілем діяльності поділяють на:*
- а) на такі, що організують тури з використанням: спеціально орендованих (чартерних) літаків; автобусних екскурсій; залізничних екскурсій; морських круїзів; подорожей у будь-яку країну;
  - б) на такі, що організують тури з використанням: спеціально орендованих (чартерних) літаків; автобусних екскурсій; залізничних екскурсій;
  - в) на такі, що організують тури з використанням: спеціально орендованих (чартерних) літаків задля подорожей у будь-яку країну;
  - г) на такі, що організують тури з використанням автобусних екскурсій; залізничних екскурсій; подорожей у будь-яку країну.

10. Обмінний ордер, виданий туристичним агентством туристу на підтвердження оплати конкретних видів послуг, який є основою для їх отримання, – це:

- а) чек;
- б) туристичний ваучер;
- в) договір-доручення.

11. Турист – це:

- а) особа, яка здійснює подорож;
- б) подорожуюча особа, яка зобов'язана покинути країну чи місце перебування у зазначений термін;
- в) особа, яка здійснює подорож Україною або до іншої держави;
- г) відповіді доповнюють одна одну.

12. Відповідно до Закону України «Про туризм» туристом вважається той, хто здійснює подорож терміном:

- а) від 1 години до невизначеного терміну;
- б) від 1 години до 1 року;
- в) від 24 годин до 1 року;
- г) від 12 годин до невизначеного терміну.

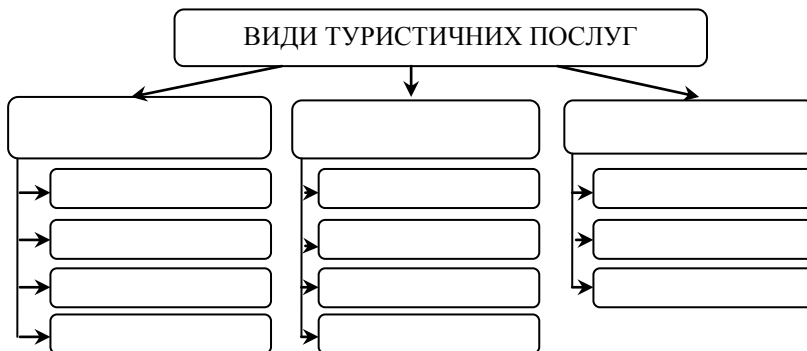
**Завдання 2.** Дайте визначення понять:

Туристична послуга – \_\_\_\_\_

Туристичний центр – \_\_\_\_\_

Послуги розміщення – \_\_\_\_\_

**Завдання 3.** Визначте види туристичних послуг, заповнивши блок-схему, подану нижче.



### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Нормативно-технічні документи, що регламентують послуги ділового туризму.
2. Нормативно-технічні документи, що регламентують рекламно-інформаційні послуги туристичних підприємств.
3. Характеристика послуг з надання місць проживання.
4. Характеристика екскурсійних послуг.

### **Тематика рефератів**

1. Сучасний ринок туристичних послуг.
2. Туристичні послуги: правові основи, придбання та продаж путівок.
3. Класифікація видів туристичної та екскурсійної діяльності.
4. Організація надання екскурсійних послуг.

*Інформаційні джерела: 1, 5, 6, 15, 16, 18, 21, 24.*

## **ТЕМА 10. Послуги фізичної культури і спорту**

У цій темі необхідно дослідити послуги фізичної культури і спорту, їх класифікацію послуг. Розглянути основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання цих послуг. Проведення занять з фізичної культури, спортивно-масових заходів.

Шляхи вдосконалення послуг фізичної культури і спорту та підвищення їх ефективності.

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Фізична культура є складовою загальної культури суспільства, засобом зміцнення здоров'я, розвитку фізичних, морально-вольових, інтелектуальних здібностей та гармонійного формування особистості людини. Органічною частиною фізичної культури є спорт, соціальна цінність якого обумовлена його стимулюючим впливом на поширення його серед різних верств населення.

Масові оздоровчі, фізкультурні та спортивні послуги, спрямовані на широке залучення населення, особливо молоді, до ре-

гулярних занять фізичною культурою і спортом, сприяють зміцненню його здоров'я, підвищенню розумової й фізичної працездатності тощо. Більшість із них є платними, найпопулярнішими – гімнастика, легка атлетика, плавання, лижний, велосипедний спорт, спортивний туризм, спортивні ігри, стрільба та ін.

**Фізкультурно-спортивні послуги** – це організація та проведення суб'єктами сфери фізичної культури і спорту фізкультурно-оздоровчої діяльності та/або фізкультурно-спортивної реабілітації інвалідів або підготовки спортсменів до змагань із видів спорту, визнаних в Україні.

Система послуг і заходів, що надаються організаціями фізкультурно-оздоровчої, спортивно-масової роботи, охоплює:

1. **Обов'язкові фізкультурно-оздоровчі послуги:**

– урок (заняття) з фізичної культури (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);

– ранкова гімнастика (дошкільні навчальні заклади, школи-інтернати);

– фізкультурні хвилинки, фізкультурні паузи під час навчального процесу (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);

– години фізичної культури у групах подовженого дня (загальноосвітні навчальні заклади);

– заняття з дітьми, які зараховані за станом здоров'я до спеціальної медичної групи (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);

– заняття з плавання (навчальні заклади, що мають відповідні умови);

– дні здоров'я і фізичної культури (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);

2. **Спортивно-масові послуги:**

– змагання «Перші кроки» (дошкільні навчальні заклади);

– Всеукраїнські спортивні ігри школярів «Старти надій» (загальноосвітні навчальні заклади);

– Всеукраїнські змагання за комплексними тестами оцінки стану фізичної підготовленості «Зміна» (загальноосвітні навчальні заклади);

– Всеукраїнські змагання з футболу на призи клубу «Шкіряний м'яч» (загальноосвітні навчальні заклади);

– Всеукраїнська спартакіада для дітей-сиріт і дітей, які залишились без піклування батьків (школи-інтернати);

3. Спортивні заходи:

– навчально-тренувальні заняття (позашкільні навчальні заклади);

– навчально-тренувальні збори (позашкільні навчальні заклади);

– Всеукраїнська спартакіада школярів (загальноосвітні та позашкільні навчальні заклади);

– Всеукраїнська спартакіада учнів професійно-технічних навчальних закладів (професійно-технічні та позашкільні навчальні заклади);

– Всеукраїнські змагання «Повір у себе» (школи-інтернати для дітей, які потребують корекції фізичного або розумового розвитку);

– змагання з різних видів спорту районного (міського), обласного, республіканського, міжнародного рівнів (позашкільні навчальні заклади).

Надання цих послуг відбувається у вільний від роботи, навчальних занять час, у вихідні та святкові дні, у санаторно-курортних закладах, оздоровчо-спортивних таборах.

Сфера оздоровчих, фізкультурно-спортивних послуг останнім часом набуває динамічного розвитку, що свідчить про неабияке її майбутнє. Однак наявна матеріальна база за багатьма параметрами не відповідає характеру і масштабу попиту. Крім того, у багатьох верствах населення бракує належного розуміння важливості цієї справи, формуванню якого мали б прислужитися система виховання, соціальна реклама, активна діяльність суб'єктів бізнесу щодо просування своїх послуг на ринок.

### **План практичного заняття**

1. Структура та значення послуг фізичної культури і спорту для населення.

2. Документи, що регламентують їх надання.

3. Якість їх надання послуг фізичної культури і спорту та шляхи їх удосконалення.

**Завдання 1.** Дати характеристику специфіки управління фізичною культурою та спортом на регіональному рівні.

**Завдання 2.** Охарактеризувати механізм надання послуг з проведення занять із фізичної культури і спорту населенню.

**Завдання 3.** Перерахувати основні фізкультурно-оздоровчі послуги та дати їм детальну характеристику.

**Завдання 4.** Проведіть самооцінку Вашого здоров'я за Войтенком В. П.

Питання	Відповідь	Оцінка
1. Чи турбує Вас головний біль?		
2. Чи можна сказати, що Ви легко прокидаєтесь від будь-якого шуму?		
3. Чи турбує Вас біль в області серця?		
4. Чи вважаєте Ви, що у Вас погіршився зір?		
5. Чи вважаєте Ви, що у Вас погіршився слух?		
6. Чи намагаєтесь Ви вживати кип'ячену воду?		
7. Чи турбує Вас біль у суглобах?		
8. Чи впливає на Ваше почуття зміна погоди?		
9. Чи бувають у Вас періоди, коли після хвилювання важко заснути?		
10. Чи турбує Вас затвердіння?		
11. Чи турбує Вас біль в області печінки?		
12. Чи буває у Вас запаморочення?		
13. Чи стало Вам важче зосереджуватися, ніж раніше?		
14. Чи турбує Вас послаблення пам'яті?		
15. Чи відчуваєте Ви в різних областях тіла поколювання, «повзання мурашок»?		
16. Чи турбує Вас дзвін або шум у вухах?		
17. Чи тримаєте Ви для себе в домашній аптечці один із таких медикаментів: нітрогліцерин, валідол, серцеві краплі?		
18. Чи бувають у Вас на ногах набряки?		
19. Чи доводиться Вам відмовлятися від деяких страв?		
20. Чи буває у Вас задуха під час швидкої ходьби?		
21. Чи турбує Вас біль в області попереку?		

22. Чи вживаєте Ви в лікувальних цілях мінеральну воду?		
23. Чи можна сказати, що Вам не важко за певної ситуації розплакатись?		
24. Чи ходите Ви на пляж?		
25. Чи бувають у Вас періоди, коли Ви відчуваєте себе радісно, збудженим, щасливим?		
26. Чи вважаєте Ви, що зараз Ви також працездатні, як і раніше?		
27. Як Ви оцінюєте стан свого здоров'я?		

На перші 26 запитань передбачені відповіді «так» або «ні», на останнє «добрий», «задовільний», «поганий», «дуже поганий». За перші 26 запитань респонденту нараховується 1 бал за кожну несприятливу відповідь, якщо відповідь сприятлива – 0 балів. Підсумкова цифра дає кількісну самооцінку здоров'я. Відповідно, якщо на останнє питання дана відповідь «поганий», «дуже поганий», додається 1 бал. Оцінка анкети визначається за таблицею.

**Таблиця 1 – Оцінка анкети на предмет здоров'я**

Кількість балів	Стан здоров'я
0–3	Ідеальний
4–7	Добрий
8–13	Посередній
14–20	Задовільний
21–27	Незадовільний

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Охарактеризувати фізкультурно-спортивну діяльність як один із напрямів гуманітарної політики держави.
2. Пояснити роль державного регулювання та забезпечення розвитку фізичної культури та спорту.
3. Висвітлити зарубіжний досвід організації фізичної культури та спорту за кордоном.
4. Охарактеризувати нормативно-правову базу щодо надання послуг фізичної культури та спорту.

5. Основні напрями оптимізації управління сферою фізичної культури і спорту в Україні загалом та Полтавської області зокрема.

### **Тематика рефератів**

1. Фізична культура і спорт як галузь невиробничої сфери: стан та перспективи розвитку.

2. Соціально-культурні послуги як основний продукт галузі «фізична культура і спорт».

3. Класифікація соціально-культурних послуг галузі «фізична культура і спорт».

4. Пропозиція і попит на ринку послуг галузі «фізична культура і спорт».

5. Маркетингове дослідження попиту населення на фізкультурно-спортивні послуги.

*Інформаційні джерела: 1, 2, 6, 9, 11.*

## **ТЕМА 11. Медичні, санаторно-оздоровчі, ветеринарні послуги**

У цій темі необхідно дослідити роль медичних, санаторно-оздоровчих та ветеринарних послуг, їх структуру та значення. Охарактеризувати основні види медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг: послуги стаціонарних лікувальних закладів, послуги, що надаються у поліклініках; стоматологічні послуги; косметичні послуги; санаторно-профілактичні послуги; ветеринарні послуги.

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Специфіка надання медичних послуг, порівнюючи з іншими різновидами подібного бізнесу, особлива. Особливість полягає в тому, що медичні послуги пов'язані з охороною найбільш важливої цінності людини – її життя та здоров'я.

Як відомо, послуга – це специфічна форма виробничої діяльності, результатом якої є не створення матеріального блага, а певного корисного ефекту, втіленого в матеріальному об'єкті (матеріальна послуга) або спрямованого безпосередньо на саму людину (чиста послуга). Економічна теорія доводить, що діяль-

ність лікаря є саме чистою послугою, в основі якої покладено ефект збереження та зміцнення здоров'я. Цю послугу не можна побачити, спробувати, дізнатися до моменту її набуття. Пацієнт, який прийшов на прийом до лікаря, не може заздалегідь знати результат відвідин. Він повинен вірити лікареві на слово. Цю послугу не можна демонструвати, її не можна здійснювати через посередників, оскільки на прийом повинен прийти безпосередньо той, хто потребує цієї послуги. Такий різновид послуг обмежений у транспортуванні (хірургічні операції практично не виконуються вдома, а ін'єкції медпрацівник може виконати й на виїзді). Інакше кажучи, ринок надання медичних послуг специфічний.

Ринок медичних послуг особливий. По-перше, надання багатьох різновидів медичної допомоги не пов'язане з великими первинними витратами та наявністю значного стартового капіталу. По-друге, попит на цьому ринку може активно приваблювати в цю сферу як нових спеціалістів, так і псевдофахівців. Тому абсолютно зрозуміле прагнення вже існуючих гравців на ринку всіма можливими засобами мінімізувати можливість появи на ринку нових гравців, обмежити попит, підняти ціни та максимізувати прибутки.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Роль медичних послуг, їх структура та значення.
2. Роль ветеринарних послуг, їх структура та значення.
3. Роль санаторно-оздоровчих послуг, їх структура та значення.
4. Аналіз основних нормативно-технічних документів, що регламентують їх надання.

**Завдання 1.** Дайте відповідь на тести:

1. *Визначте дві основні складові медичної послуги:*
  - а) професійна, сервісна;
  - б) інноваційна, соціальна;
  - в) сервісна, соціальна.
2. *Чи зобов'язані надавати першу невідкладну допомогу в нещасних випадках і гострих захворюваннях медичні працівники:*
  - а) так;
  - б) ні.

3. Система заходів, спрямованих на забезпечення збереження і розвитку фізіологічних і психологічних функцій, оптимальної працездатності та соціальної активності людини за максимальної біологічно можливої індивідуальної тривалості життя – це:
- а) здоров'я;
  - б) охорона здоров'я;
  - в) заклади охорони здоров'я.
4. Стан повного фізичного, душевного та соціального благополуччя, а не тільки відсутність хвороб і фізичних дефектів.
- а) здоров'я;
  - б) охорона здоров'я;
  - в) заклади охорони здоров'я.
5. Соціальна система фінансування охорони здоров'я базується на внесках:
- а) підприємців;
  - б) працівників;
  - в) на самих лише державних субсидіях.
6. У якому співвідношенні перебувають страхова медицина і медичне страхування?
- а) не пов'язані між собою;
  - б) медичне страхування – це складова страхової медицини;
  - в) страхова медицина – це складова медичного страхування.
7. обов'язкова форма медичного страхування передбачає, що сплата страхових внесків покладається на:
- а) роботодавців;
  - б) працівників;
  - в) усіх застрахованих.
8. Суб'єкти обов'язкового медичного страхування:
- а) страховики;
  - б) вигодонабувачі;
  - в) застраховані.
9. Медична установа як суб'єкт обов'язкового медичного страхування повинна:
- а) мати лише ліцензію на право надання медичних послуг у системі обов'язкового медичного страхування;

- б) пройти саму тільки акредитацію на відповідність установленим професійним стандартам;
- в) мати ліцензію на право надання медичних послуг у системі обов'язкового медичного страхування і пройти акредитацію на відповідність установленим професійним стандартам.

10. Договір добровільного медичного страхування може бути:

- а) індивідуальним;
- б) колективним;
- в) лише індивідуальним.

11. Під час укладення договору добровільного медичного страхування програма страхування обирається:

- а) страховиком;
- б) страхувальником;
- в) лише застрахованим.

12. Страхові внески, які сплачуються страхувальником згідно з договором добровільного медичного страхування, залежать:

- а) від строку страхування;
- б) фінансових можливостей страхувальника;
- в) програми медичного страхування.

13. Страхова організація не відшкодовує вартості медичних послуг, наданих застрахованому медичною установою, якщо сталося таке:

- а) умисне заподіяння страхувальником тілесних пошкоджень самому собі;
- б) одержання медичних послуг, які не передбачені договором;
- в) тимчасові фінансові проблеми страховика.

**Завдання 2.** Визначте перелік платних послуг, що надають державні та комунальні заклади охорони здоров'я.

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Охарактеризуйте взаємозв'язок понять «послуга» та «медична послуга».
2. Якими документами визначається порядок та умови надання платних медичних послуг?

3. Які послуги можуть бути платними? Які з них, на Ваш погляд, користуються найбільшим попитом?

4. Які права й обов'язки має споживач платних медичних послуг?

5. Яку відповідальність перед споживачами і за що несуть медичні заклади?

6. Що Ви знаєте про медичне страхування? Які його переваги? Чи існує в Україні медичне страхування?

### **Тематика рефератів**

1. Правове регулювання та особливості договорів про надання медичних послуг.

2. Аналіз ринку медичних послуг у регіоні.

3. Аналіз ринку косметичних послуг у регіоні.

4. Аналіз ринку санаторно-оздоровчих послуг в Україні.

*Інформаційні джерела: 1, 6, 9, 10, 11.*

## **ТЕМА 12. Послуги правового характеру**

У цій темі необхідно дослідити роль послуг правового характеру, їх структуру та значення для населення. Вивчити основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання. Охарактеризувати основні види послуг правового характеру.

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

В Україні на законодавчому рівні поняття «правова допомога» не визначене. Конституція України у ст. 59 лише закріплює право кожного на правовому допомогу, але не розкриває його змісту.

У довідковій літературі наводиться тлумачення права на правову допомогу – одного з конституційних прав громадян, покликане забезпечити правовий захист прав людини в судовому та інших процесах, надається кожному, хто потребує правової допомоги і звертається за нею та здійснюється у формі: надання юридичних консультацій і роз'яснень з юридичних питань, усних і письмових довідок щодо законодавства; складання заяв, скарг та інших документів, що мають юридичну силу; засвідчен-

ня копій відповідних документів; здійснення представництва в суді та інших державних органах; правове забезпечення підприємницької діяльності громадян тощо.

Перед тим, як перейти до з'ясування змісту терміна «правова допомога», доречно зазначити, що на сьогодні в законодавстві України вживаються різні терміни: так, у Конституції України, зокрема у ст. 59, використовується термін «правова допомога», а в Кримінально-процесуальному кодексі України та Законі України «Про адвокатуру» – «юридична допомога» (наприклад, ст. 44 КПК України, ст. 1 Закону України «Про адвокатуру»). З аналізу змісту наведених норм можна зробити висновок, що ці два терміни вживаються законодавцем як синонімічні. Оскільки всі законодавчі акти України повинні відповідати нормам Конституції України й не можуть їм суперечити, доцільно у відповідних законах уживати той термін, який зазначений у нормах Конституції України – «правова допомога», це дозволить уникнути плутанини під час з'ясування його змісту.

Правова допомога розглядалася як договірні відносини між державами з питань співробітництва установ юстиції щодо надання правової допомоги у цивільних, сімейних і кримінальних справах.

Взаємопов'язаним із термінами «правова допомога» та «юридична допомога» є термін «юридична послуга».

Закон України «Про соціальні послуги» від 19 червня 2003 р. надає право фізичним особам здійснювати весь спектр юридичних послуг, у тому числі адвокатської допомоги під час отримання ними відповідної освіти у сфері соціальної роботи або іншої відповідної спеціальної освіти.

Юридичні послуги згідно із цим законом є різновидом соціальних послуг, які, своєю чергою, є комплексом правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги (особи, що потребують соціальних послуг), із метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя.

Юридичні послуги законодавець визначає як надання консультацій з питань чинного законодавства, здійснення захисту прав та інтересів осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах, сприяння застосуванню державного примусу та реалізації юридичної відповідальності осіб, що вдаються до протиправних дій стосовно цієї особи (оформлення правових документів, адвокатська допомога, захист прав та інтересів особи тощо).

У ст. 1 проекту Закону України «Про правову допомогу» зазначається, що кожен має право на правову допомогу, яке включає в себе послуги правового характеру, метою яких є реалізація й захист прав, свобод та законних інтересів особи, її представництво в судах, інших органах державної влади, органах місцевого самоврядування, перед іншими особами та забезпечення права на захист від обвинувачення.

Отже, в широкому розумінні правова допомога – це діяльність, спрямована на реалізацію та захист прав, свобод та законних інтересів заінтересованих суб'єктів, яка здійснюється вповноваженими на те особами чи органами в порядку та у видах, не заборонених законодавством, пов'язана із застосуванням правових норм; у вузькому розумінні – це правові заходи, що здійснюються вповноваженими суб'єктами, спрямовані на конкретну особу, яка перебуває у складних життєвих обставинах та потребує сторонньої допомоги з метою правильної орієнтації в чинному законодавстві, виховання звички свідомого виконання правових норм, що сприяє поліпшенню її життєдіяльності та соціальної адаптації.

Відповідно до ст. 5 Закону України «Про адвокатуру» юридична допомога адвокатів включає консультації та роз'яснення з юридичних питань, усні й письмові довідки щодо законодавства; складання заяв, скарг та інших документів правового характеру; посвідчення копії документів у справах, які вони ведуть; здійснення представництва в суді, інших державних органах, перед громадянами та юридичними особами; надання юридичної допомоги підприємствам, установам, організаціям; здійснення правового забезпечення підприємницької та зовнішньоекономічної діяльності громадян і юридичних осіб, виконання своїх обов'язків відповідно до кримінально-процесуального законодавства у процесі дізнання та попереднього слідства.

Правова консультація передбачає забезпечення особам, які перебувають в економічно несприятливому становищі, можливість одержати необхідну правову консультацію з усіх питань, що можуть стосуватися їхніх прав та інтересів.

Отже, зміст правової допомоги становлять:

*по-перше*, консультативні види правової допомоги (надання консультацій та роз'яснень із правових питань, усних і письмових довідок щодо положень чинного законодавства України, складання заяв, скарг та інших документів правового характеру);

*по-друге*, представницько-захисні види правової допомоги (здійснення представництва інтересів осіб, що мають право на державну безоплатну правову допомогу в суді, інших державних органах, органах місцевого самоврядування, перед іншими особами; забезпечення захисту осіб у кримінальному процесі).

Відповідно до ст. 6 проекту Закону України «Про безоплатну правову допомогу» суб'єктами надання державної безоплатної правової допомоги є:

1) органи державної влади відповідно до законодавства України в межах їх відомчої компетенції: прокуратура України, міністерства та відомства, їх територіальні органи, місцеві державні адміністрації;

2) адвокати, а також особи, які є фахівцями в галузі права і за законом мають право на надання правової допомоги особисто чи за дорученням юридичної особи.

Відповідно до Цивільно-процесуального кодексу України правову допомогу може надавати особа, яка є фахівцем у галузі права і за законом має право на надання правової допомоги.

***Інформаційні джерела: 1, 4, 5, 11.***

### **ТЕМА 13. Послуги банків**

У цій темі необхідно дослідити структуру та значення для населення банківських послуг. Охарактеризувати основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

#### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Пріоритетний розвиток банківської системи України та становлення інших кредитно-фінансових інститутів відіграє ключо-

ву роль у формуванні ринків грошей і капіталів через механізми та інструменти банківських і небанківських послуг фінансового характеру. Однак для побудови конкурентної стратегії банку й успішного позиціонування на ринку необхідно чітко виділяти об'єкт управління. Банк не лише надає послуги, а й виконує певні операції, реалізує банківські продукти. Правильне усвідомлення відмінностей згаданих елементів дозволить визначити їх пріоритетність із позиції економічної значущості й ефективно ними управляти.

Ученими широко висвітлюються різноманітні підходи до визначення сутності поняття «банківська послуга», однак у науковій літературі відсутній підхід, що дозволив би виявити всі основні характеристики цього поняття.

Так, аналіз досліджень та публікацій із цієї проблеми дозволяє виділити різноманітні трактування цієї суперечливої категорії (табл. 2).

**Таблиця 2 – Теоретичні підходи до сутності «банківська послуга»**

Автор	Сутність	Джерело
Брегед О. А.	«Банківська послуга» як набір упорядкованих дій банку, які безпосередньо не є пов'язаними із формуванням і використанням ресурсів банку і не несуть ризику їх втрати	Брегед О. А. Риннок банківських послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / О. А. Брегеда. – К., 2002. – 16 с.
Іванов О. М.	«Банківська послуга» – комплексна діяльність банку, спрямована на створення оптимальних умов для залучення тимчасово вільних ресурсів і задоволення потреб клієнтів під час здійснення банківських операцій та отримання прибутку	Іванов А. Н. Инвестиционные и консультационные услуги иностранных банков / А. Н. Иванов // Деньги и кредит. – 2009. – № 5. – С. 61–65.

Автор	Сутність	Джерело
Тосунян Г. А.	«Банківські послуги» – це сукупність спрямованих на задоволення потреб інших осіб і здійснюваних із метою отримання прибутку угод, виключне право на здійснення яких надається кредитним організаціям	Тосунян Г. А. Банковское право Российской Федерации. Т. 2 / Г. А. Тосунян. – М. : Юристъ, 2005. – 402 с.
Дзюблюк О.	«Банківська послуга» – це кінцевий результат функціонування банків щодо задоволення потреб клієнтів, пов'язаних із рухом грошових коштів або провадженням додаткових видів діяльності, що відображаються поза балансом; передбачає здійснення певних операцій та має на меті задоволення потреб клієнта	Дзюблюк О. Ринок банківських послуг: теоретичні аспекти організації стратегії розвитку в Україні / О. Дзюблюк // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 41–49.
Перепечай Н. М.	«Банківська послуга» це результат комплексної діяльності банку, який становить економічні блага для задоволення певних потреб людини при проведенні банківських операцій	Перепечай Н. М. Перспективи розвитку ринку нетрадиційних банківських послуг / Н. М. Перепечай // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 133–139.
Колодізева С. О.	«Банківська послуга» охоплює операції із фінансовими активами, які здійснюються на платній основі з метою задоволення потреб клієнтів у банківському обслуговуванні, ініціюють рух грошових коштів, виконуються за певною технологією, здійснення яких потребує використання сучасного інформаційного забезпечення, у результаті чого утворюється банківський продукт та формується сервісний потік для клієнтів	Колодізева С. О. Сутність поняття «банківська послуга» та основні підходи його визначення [Електронний ресурс] / С.О.Колодізева // «Економіка розвитку» (Economics of Development). – 2013. – № 1(65). – Режим доступу: <a href="http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/er131_65/e131kol.pdf">http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/er131_65/e131kol.pdf</a> . – Назва з екрана.

Автор	Сутність	Джерело
Трохименко В. І.	«Банківська послуга» – це дефініція, що пов’язана з формою мобілізації і використання фондів фінансових ресурсів.	Trokhymenko V. I. Sutnist ta struktura suchasnoho rynku bankivskykh posluh / V. I. Trokhymenko // Ekonomika. Problemy ekonomichnoho stanovlennia. – 2010. – № 2. – Pp. 76–81.

Відповідно до законів України банк є юридичною особою, яка має виключне право на підставі ліцензії Національного банку України здійснювати відповідні операції, пов’язані з наданням банками різноманітних послуг (табл. 3).

**Таблиця 3 – Законодавчі та нормативні документи, що регулюють надання банківських послуг**

Закон України «Про банки і банківську діяльність»	Визначає структуру банківської системи, економічні, організаційні та правові засади створення, діяльності, реорганізації й ліквідації банків. Метою цього Закону є правове забезпечення стабільного розвитку й діяльності банків в Україні та створення належного конкурентного середовища на фінансовому ринку, забезпечення захисту законних інтересів вкладників і клієнтів банків, створення сприятливих умов для розвитку економіки України та підтримки вітчизняного товаровиробника
Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг»	Встановлює загальні правові засади у сфері надання фінансових послуг, здійснення регулятивних та наглядових функцій за діяльністю з надання фінансових послуг. Метою цього Закону є створення правових основ для захисту інтересів споживачів фінансових послуг, правове забезпечення діяльності й розвитку конкурентоспроможного ринку фінансових послуг в Україні, правове забезпечення єдиної державної політики у фінансовому секторі України

Стратегія реформування системи захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг на 2012–2017 роки	Визначає концептуальні напрями діяльності органів, що здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг, органів виконавчої влади, спеціалізованих установ, що виконують функції на ринках фінансових послуг, громадських організацій, об'єднань учасників ринків фінансових послуг та інших заінтересованих осіб щодо реформування системи захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг із метою недопущення порушення їх законних прав та інтересів, а також підвищення рівня фінансової грамотності населення
Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»	Регулює відносини, що виникають під час розміщення, обігу цінних паперів і провадження професійної діяльності на фондовому ринку, метою забезпечення відкритості та ефективності функціонування фондового ринку
Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні»	Визначає правові засади здійснення державного регулювання ринку цінних паперів та державного контролю за випуском і обігом цінних паперів та їх похідних в Україні.
Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб»	Встановлює правові, фінансові та організаційні засади функціонування системи гарантування вкладів фізичних осіб, повноваження Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, порядок виплати Фондом відшкодування за вкладами, а також регулює відносини між Фондом, банками, Національним банком України, визначає повноваження та функції Фонду щодо виведення неплатоспроможних банків з ринку і ліквідації банків. Метою цього Закону є захист прав і законних інтересів вкладників банків, зміцнення довіри до банківської системи України, стимулювання залучення коштів у банківську систему України, забезпечення ефективної процедури виведення неплатоспроможних банків з ринку та ліквідації банків
Закон України «Про обіг векселів в Україні»	Визначає особливості обігу векселів в Україні, який полягає у видачі переказних та простих векселів, здійсненні операцій із векселями та виконанні вексельних зобов'язань у господарській діяльності

Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні»	Визначає загальні засади функціонування платіжних систем і систем розрахунків в Україні, поняття та загальний порядок проведення переказу коштів у межах України, встановлює відповідальність суб'єктів переказу, а також визначає загальний порядок здійснення нагляду за платіжними системами
Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті	Встановлює загальні правила, види і стандарти розрахунків клієнтів банків та банків у грошовій одиниці України на території України, що здійснюються за участю банків
Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними та фізичними особами	Регулює загальний порядок залучення банками України та філіями іноземних банків в Україні грошових коштів (як у національній, так і в іноземній валюті) або банківських металів від юридичних і фізичних осіб на їх поточні, вкладні (депозитні) рахунки та розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів
Правила використання готівкової іноземної валюти на території України	Установлюють порядок та умови використання готівкової іноземної валюти резидентами та нерезидентами в Україні
Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання та валютного контролю»	Установлює режим здійснення валютних операцій на території України, визначає загальні принципи валютного регулювання, повноваження державних органів і функції банків та інших фінансових установ України в регулюванні валютних операцій, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин, порядок здійснення валютного контролю, відповідальність за порушення валютного законодавства

У текстах нормативних документів зустрічається поняття «банківська послуга». Проте, вітчизняне законодавство не наводить конкретного визначення дефініції «банківська послуга» і не розкриває її сутність. У банківському законодавстві спостерігається підміна поняття «банківська послуга» поняттям «банківська операція». У Законі України «Про банки і банківську діяльність» у ст. 47 «Види діяльності банку» зазначено, що банк має право надавати банківські та інші фінансові послуги (крім послуг у сфері страхування), і наводиться перелік банківських послуг, що можуть надавати банки.

До банківських послуг згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» ст. 47 «Види діяльності банку» належать:

1) залучення у вклади (депозити) коштів та банківських металів від необмеженого кола юридичних і фізичних осіб;

2) відкриття та ведення поточних (кореспондентських) рахунків клієнтів, у тому числі у банківських металах;

3) розміщення залучених у вклади (депозити), у тому числі на поточні рахунки, коштів та банківських металів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик.

Національний банк України, коли ліцензує комерційні банки та видає їм письмові дозволи, наводить банківські операції та послуги єдиним списком, об'єднуючи їх під назвою «операції».

У ст. 47 Закону України «Про банки і банківську діяльність» у перелік операцій увійшли такі, що за змістом належать до послуг.

Зміст поняття «банківська послуга» можна розглядати через призму поняття «фінансова послуга», оскільки є її складовою. Так, Закон України «Про фінансові послуги і державну регуляцію ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 р. визначає фінансову послугу як «операції з фінансовими активами, які здійснюються на користь третіх осіб за власний рахунок або за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок притягнених від інших осіб фінансових активів з метою здобуття прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів». Таким чином, указаний Закон України також визначає поняття «послуга» через поняття «операція».

Слід зауважити, що банківські послуги за економічним змістом і за місцем у фінансовому механізмі банку істотно відрізняються від банківських операцій – активних і пасивних. Аналіз законодавчих документів, наукової періодики дозволяє виділити відмінності «банківських операцій» від «банківських послуг» (табл. 4).

Характерними ознаки, що властиві для банківської послуги, є:

- платність;
- задоволення потреб клієнтів;
- залежність від інформаційно-технологічного забезпечення банку;

- участь у формуванні руху грошових потоків;
- необхідність розроблення технологічного процесу;
- фінансовий характер.

**Таблиця 4 – Основні відмінності банківських операцій від послуг**

<b>Критерії</b>	<b>Характеристика операції</b>	<b>Характеристика послуг</b>
1. Формування та використання ресурсів	Активні операції пов'язані з використанням ресурсів банку, пасивні операції – з формуванням	Послуги, безпосередньо не пов'язані з формуванням та використанням ресурсів
2. Збільшення вимог та зобов'язань банку	Активні операції, зазвичай, збільшують вимоги, а пасивні – є зобов'язання банку щодо третіх осіб	Послуги, зазвичай, не збільшують, ані вимоги, ні зобов'язання банку
3. Ризик втрати активів банку	Під час здійснення операцій банк несе ризик втрати активів та неотримання запланованих доходів від проведення цієї операції	Ризик не притаманний. Найбільш небезпечний операційний ризик (помилки при наданні послуг)
4. Використання основних засобів	Рівень використання основних засобів, зазвичай, незначний	Значна кількість послуг передбачає використання спеціальних, часто дорогих основних засобів
5. Формування резервів	Операції потребують формування резервів	Не передбачають формування резервів
6. Вивчення контрагента і зовнішнього середовища	Активні операції обов'язково передбачають вивчення контрагента та/або ринку	Немає принципового значення
7. Відношення до ВВП	Доходи від операцій належать до проміжного споживання і лише частково включаються до ВВП	Доходи від послуг належать до кінцевого споживання і включаються у ВВП

Комерційні банки істотно відрізняються за набором операцій та послуг, що надають клієнтам. Одні з них виконують широке коло операцій, охоплюють багато секторів грошового ринку та галузей економіки, інші – лише окремі операції на ринку чи функціонують у вузькому секторі ринку банківських послуг або обслуговують окремі галузі економіки. Саме на сучасному етапі розвитку банківського сектора України постає проблема чіткого розуміння поняття «банківська послуга».

Одним із складових ринку банківських послуг є ринок депозитних або ощадних послуг для населення.

Вітчизняне законодавство не виділяє відмінностей між депозитами та вкладами. Загалом вкладні (депозитні) операції фінансово-кредитних установ та їхні відносини з вкладниками стосовно цих операцій регулюються Цивільним кодексом України (розділ 3, гл. 71–72). При цьому на практиці депозити фізичних осіб частіше називають вкладами, а говорячи про вкладення юридичних осіб називають їх депозитами.

В Україні депозитні операції банки повинні здійснювати з дотриманням вимог Положення «Про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами».

*Вкладна (депозитна) операція* – операція банку із залучення грошових коштів або банківських металів від вкладників на їх рахунки в банку на договірних засадах або депонування грошових коштів вкладниками з оформленням їх ощадними (депозитними) сертифікатами.

*Депозит* (від лат. *depositum* – річ, віддана на збереження) – це грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті або банківські метали, які банк прийняв від вкладника або які надійшли для вкладника на договірних засадах на визначений строк зберігання чи без зазначення такого строку (під процент або дохід в іншій формі) і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору.

Розрізняють такі види вкладів (депозитів) в Україні:

1. Вклади (депозити) на вимогу – це грошові кошти або банківські метали, що розміщені вкладниками в банках на умовах

видачі вкладу (депозиту) на першу вимогу вкладника або здійснення платежів за розпорядженням власника рахунку;

2. вклади (депозити) строкові – це грошові кошти або банківські метали, розміщені вкладниками в банку на визначений договором строк.

Проте банківська практика дозволяє класифікувати депозити за такими ознаками:

*За економічною сутністю:*

– активні депозити (розміщення банківських коштів на вклади в інші банки);

– пасивні депозити (це кошти, залучені банком з метою проведення активних операцій банку та забезпечення його ліквідності).

*За статусом резидентності депонента:*

– депозити резидентів;

– депозити нерезидентів.

*За об'єктом депозитних відносин:*

– депозити фізичних осіб;

– депозити юридичних осіб;

– депозити міжбанківські.

*За способом оформлення:*

– договором банківського рахунку;

– договором банківського вкладу (депозиту);

– договором банківського вкладу (депозиту) з видачею ощадної книжки;

– договором банківського вкладу (депозиту) з видачею ощадного сертифіката.

*Залежно від можливості одержання вкладником додаткових послуг та пільг:*

– депозити чисті;

– депозити із правом отримання пільгового кредиту (депозит-застава);

– депозити із правом на отримання додаткових безоплатних послуг.

*Залежно від можливостей капіталізації нарахованих відсотків:*

– депозити із простими відсотками;

– депозити зі складними відсотками (капіталізацією відсотків).

*За характером визначення суми доходу:*

- депозити з фіксованою відсотковою ставкою;
- депозити з плаваючою відсотковою ставкою;
- депозити безпроцентні (дисконтні).

*Залежно від періодичності виплати доходу:*

- за період;
- авансом;
- за запитом.

За користування грошовими коштами, що обліковуються на рахунку клієнта, банк сплачує винагороду, яка визначається на основі встановленої відсоткової ставки за вкладом. Відсотки сплачуються банком у розмірі, який зазначено в договорі банківського рахунку.

Банки можуть відповідно до умов договору банківського вкладу перераховувати фізичним особам нараховані проценти за вкладом на їх поточний рахунок, для поповнення вкладу (депозиту) або видати готівкою.

Під час визначення розміру доходу вкладника від розміщення його грошових коштів банки можуть нараховувати прості або складні відсотки на суму вкладу (депозиту).

Для визначення базового періоду нарахування суми відсотків можуть бути застосовані методи «30/360» та «фактична кількість днів вкладу/365(366)».

Нарахування простих відсотків здійснюється за формулою:

$$S \% = \frac{S_{\text{вкл.}} \cdot i \cdot T}{365 \cdot 100},$$

де  $S (\%)$  – сума відсотків за період депозиту, грн;

$S_{\text{вкл.}}$  – сума депозиту (вкладу), грн;

$i$  – розмір відсоткової ставки, % річних;

$T$  – строк депозиту, дні.

Під час використання схеми складних відсотків дохід за кожен період обчислюється не з первісної суми вкладу, а із за-

гальної суми, що включає основну (первісну) суму та нараховані відсотки за попередні періоди.

Сума, яку отримає вкладник після закінчення строку депозиту під час нарахування складних відсотків, обчислюється за формулою:

$$S_{\text{пов.}} = \frac{S_{\text{вкл.}} \cdot 1 + it}{365 \cdot 100^n},$$

де  $S_{\text{пов.}}$  – сума, яку отримає вкладник після закінчення строку дії депозиту, грн;

$S_{\text{вкл.}}$  – сума депозиту (вкладу), грн;

$i$  – розмір відсоткової ставки, % річних;

$t$  – період нарахування відсотків, дні;

$n$  – кількість періодів нарахування за період дії депозитної угоди.

Найпоширенішими і традиційними послугами банків є: акредитивні та переказні операції. За допомогою цих операцій банки виплачують певну суму особі під час виконання нею заздалегідь певних умов (акредитивна форма розрахунків); перераховують внесені до банку гроші одержувачеві шляхом надсилання йому банківського чека або переказування банку-кореспонденту (переказні операції).

*Акредитив (лат. *accre-ditivus* — довірчий)* – це документ, що містить грошове зобов'язання, відповідно до якого банк, що відкрив акредитив за дорученням клієнта (платника) і згідно з його вказівками (банк-емітент), зобов'язується здійснити платіж у разі подання одержувачем коштів або зазначеною ним особою (одержувач коштів) документів і виконання інших умов, передбачених акредитивом. Акредитив видається банком за дорученням клієнта на користь його контрагента за договором. Згідно з ним цей банк зобов'язаний здійснити платіж за виконання контрагентом договору (поставку товарів, надання послуг, виконання роботи) або надати повноваження іншому банку здійснити цей платіж.

Розрізняють такі види акредитивів:

*За способом використання:*

- документарні (товарні);
- грошові (циркулярні).

*За ступенем гарантованості оплати сум, що мають бути сплачені експортеру:*

- відкличні;
- безвідкличні.

*За наявністю або відсутністю підтвердження з боку авізуючого або іншого банку:*

- підтверджений;
- непідтверджений.

*Залежно від наявності депонованих грошових коштів у підтверджуючому банку:*

- покриті;
- непокриті.

*За способом повідомлення бенефіціара (експортера) про відкриття акредитива на його користь:*

- прямо авізовані акредитиви;
- акредитиви, авізовані через авізуючий банк;
- попередньо авізовані акредитиви.

*За характером платежу у зв'язку з можливістю/неможливістю здійснювати часткові поставки продукції:*

- подільні;
- неподільні.

*Залежно від виду зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарської діяльності:*

- акредитиви на імпорт;
- акредитиви на експорт.

*За способом виконання акредитиви поділяють на акредитиви, що виконуються:*

- шляхом платежу за пред'явленням;
- шляхом акцепту;
- шляхом платежу з відстрочкою;
- шляхом неогоціції.

*За валютою платежу акредитиви:*

- у національній валюті бенефіціара;

- у національній валюті імпортера;
- у третій валюті.

Ще одним різновидом банківських послуг є приймання платежів від населення. Значна їх частина пов'язана з оплатою комунальних послуг. Критеріями вибору банку для цього виступають такі чинники: близькість до будинку або місця роботи, термін зарахування коштів платника на рахунок одержувача, гарантії зарахування коштів на рахунок одержувача, розмір комісії за послуги банку. Так, банки приймають комунальні платежі від населення за квартплату, електроенергію, спожитий газ і воду, вивіз сміття, а також плату за телефон, послуги мобільного зв'язку різних операторів, послуги Інтернету, кабельне телебачення. Банківські установи приймають до оплати не тільки оплату комунальних послуг, а й інші платежі: за охоронні послуги, користування сигналізацією й домофоном, оплата за відвідування дитиною дитячого садка, оплата за навчання на контрактній основі у ВНЗ міста, грошові перекази, платежі за кредитами, штрафи в ДАІ, переказ грошових коштів на рахунки благодійних фондів.

Чеки застосовують для здійснення розрахунків у безготівковій формі між юридичними особами, а також фізичними та юридичними особами з метою скорочення розрахунків готівкою за отримані товари, виконані роботи та надані послуги. Застосування чека в платіжному обороті значною мірою спрощує розрахунки, що дозволяє зменшувати витрати за обігом дійсних грошей і прискорювати розрахунки, оскільки усі чеки оплачуються за пред'явленням.

*Чек* – грошовий документ установленої форми, що містить беззаперечне письмове розпорядження власника рахунка (клієнта) банкові, який обслуговує його, сплатити певну суму грошей пред'явникові чека або іншій указаній у чеку особі. Чек є інструментом розпоряджання коштами, що є на поточному рахунку.

У ході розрахунків чеками виникають економічні відносини між трьома суб'єктами. Це:

- чекодавець – юридична або фізична особа, власник рахунка, який здійснює платіж за допомогою чека та підписує його;

– чекодержатель – юридична або фізична особа, яка отримує кошти за чеком;

– банк-емітент – банк, що видає чекову книжку (розрахунковий чек) підприємству або фізичній особі та веде їхні рахунки.

У сфері безготівкових розрахунків використовуються розрахункові чеки. Чеки, які використовуються для одержання готівки з рахунків, відкритих у банках, називаються *грошовими чеками*.

*Розрахунковий чек* містить письмове розпорядження чекодавця банку-емітенту сплатити чекодержателю зазначену в чеку суму коштів.

Бланки чеків брошуруються у спеціальні чекові книжки. Чекові книжки (розрахункові чеки) виготовляються на спеціальному папері на банкнотній фабриці НБУ за зразком, затвердженим НБУ. Чекові книжки брошуруються по 10, 20 та 25 аркушів.

Чек є цінним папером. Чекові книжки (розрахункові чеки) є бланками суворої звітності.

Розрахункові чеки, що використовуються фізичними особами під час здійснення разових операцій, виготовляються окремими бланками.

Залежно від того, на чю користь виписаний чек, розрізняють види:

- іменні – виписані лише певній особі;
- ордерні – виписані на певну особу з обов'язковим застереженням про наказ оплатити чек;
- пред'явницькі – у чеку не зазначене найменування одержувача; гроші видаються пред'явнику.

Строк дії чекової книжки – один рік. Строк дії розрахункового чека, що видається для разового розрахунку фізичній особі, – три місяці. За погодженням з установою банку строк дії невикористаної чекової книжки може бути продовжений.

Обслуговування власників ощадних книжок є також одним із видів банківських послуг. На підтвердження укладення договору банківського вкладу з фізичною особою і внесення грошових коштів на її рахунок за вкладом банк оформляє та видає фізичній особі ощадну книжку.

Ощадна книжка виконує такі основні функції:

- доказову – підтверджує факт укладення договору банківського вкладу;
- документальну – відображає операції за рахунком.

Законодавством установлені вимоги щодо форми та змісту ощадної книжки. Як документ, що використовується для обслуговування грошового обігу, вона є документом суворого обліку, виготовлення бланків якої здійснюється тільки на державних спеціалізованих підприємствах, які охороняються органами внутрішніх справ. В ощадній книжці вказуються найменування і місцезнаходження банку (його філії), номер рахунка за вкладом, а також усі грошові суми, зараховані на рахунок та списані з рахунка, а також залишок грошових коштів на рахунку на момент пред'явлення ощадної книжки у банк.

Відомості про вклад, указані в ощадній книжці, є підставою для здійснення розрахунків за вкладом між банком і вкладником. Для здійснення банком операцій за депозитним рахунком таких, як видача банківського вкладу, виплата процентів за ним і виконання розпоряджень вкладника про перерахування грошових коштів з рахунка за вкладом іншим особам, вкладник повинен пред'явити ощадну книжку.

Ощадним (депозитним) сертифікатом є цінний папір, який підтверджує суму вкладу, внесеного в банк, і права вкладника на одержання зі плином установленого строку суми вкладу та процентів, установлених сертифікатом, у банку, який його видав. Ощадний сертифікат належить до групи боргових цінних паперів.

Відносини, пов'язані з випуском, оформленням, розміщенням і погашенням ощадних (депозитних) сертифікатів, регулюються ст. 1065 Цивільного Кодексу, ст. 13 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» та Положенням про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами.

Власниками ощадних (депозитних) сертифікатів можуть бути фізичні та юридичні особи. Емітентами ощадних (депозитних) сертифікатів можуть бути лише банки – юридичні особи. Розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів здійснюється без відкриття депозитного рахунку.

Ощадні (депозитні) сертифікати можуть випускатися за ініціативою банку одноразово або серіями; іменними або на пред'явника. Ощадні (депозитні) сертифікати розміщуються на певний строк (під відсотки, передбачені умовами їх розміщення). Ощадні (депозитні) сертифікати можуть випускатися процентними, купонними або безкупонними. Ощадні (депозитні) сертифікати можуть бути номіновані як у національній, так і в іноземній валюті. Ощадними (депозитними) сертифікатами на пред'явника, номінованими як у національній, так і в іноземній валюті, оформляються лише вклади на строк більше ніж 30 днів. Не дозволяється випуск та розміщення банками ощадних (депозитних) сертифікатів, номінованих у банківських металах.

Під час розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів банки зобов'язані залучати лише ту валюту, у якій номіновані ощадні (депозитні) сертифікати.

Розміщення та погашення ощадних (депозитних) сертифікатів здійснюється лише банком-емітентом. До погашення приймаються тільки оригінали ощадних (депозитних) сертифікатів. За умови настання строку вимоги вкладу (депозиту) банк здійснює платіж проти пред'явлення ощадного (депозитного) сертифіката. Погашення ощадних (депозитних) сертифікатів, які номіновані в національній валюті, та виплата процентів за ними здійснюються банками лише в національній валюті. Погашення ощадних (депозитних) сертифікатів, номіновані в іноземній валюті, та виплата процентів за ними здійснюються банками в іноземній валюті, а за письмовою заявою вкладника або особи, вповноваженої на здійснення цієї операції, – у національній валюті за курсом Національного банку України на дату закінчення строку, що зазначений в ощадному (депозитному) сертифікаті, або на дату дострокового викупу сертифіката.

Дохід за ощадними (депозитними) сертифікатами виплачується під час пред'явлення їх для оплати в банк, що розмістив ці сертифікати. У разі дострокового пред'явлення ощадного (депозитного) сертифіката до оплати банком виплачується сума вкладу та проценти, які виплачуються за вкладом на вимогу, якщо умовами сертифіката не встановлений інший розмір процентів. Якщо строк одержання вкладу (депозиту) за строковим

ощадним (депозитним) сертифікатом прострочено, то такий сертифікат вважається документом на вимогу, за яким на банк покладається зобов'язання сплатити зазначену в ньому суму вкладу (депозиту) та процентів за ним у разі пред'явлення ощадного (депозитного) сертифіката.

Останнім часом посилюється роль нових банківських послуг.

Посередницькі послуги застосовуються під час посередництва в одержанні кредитів, у здійсненні операцій із цінними паперами, валютою чи іншими цінностями. Якщо банк бере на себе посередництво в отриманні кредитів для клієнта (коли сам банк не може забезпечити необхідну суму кредиту), в цьому разі він бере позику в іншому банку на прохання клієнта. Клієнт погоджується на таку операцію, оскільки брати кредит в іншого банку самостійно значно дорожче. Банк отримує прибуток (маржу) за рахунок різниці між процентами за депозитами та процентами за позиками.

Велику групу банківських послуг становлять довірчі (трастові) операції. До них належить управління майном, переданим клієнтом за дорученням. Довіреними особами можуть виступати приватні особи (вдови, військовослужбовці, неповнолітні та ін.), благодійні, громадські організації, різні фонди. Довірчими операціями є: управління майном осіб, тимчасово позбавлених права здійснювати цю функцію самостійно; управління грошима з метою отримання прибутку (наприклад, купівля цінних паперів); управління майном у формі прийняття рішення щодо розміщення наявних ресурсів, здійснення депозитних операцій, одержання прибутку, оформлення страхування і внесення страхових платежів, здійснення облікових операцій та фінансового аналізу.

Особливості агентських операцій полягають у тому, що клієнт не передає банкові своїх повноважень як власник, а лише вповноважує банк виконувати ті чи інші операції від імені власника: сплатити податки, виконати операції з купівлі-продажу цінних паперів, оформити страховий поліс на отриманий кредит, у разі визнання підприємства банкрутом банк за дорученням керівництва може здійснювати операції з ліквідації підприємства: облік активів, реалізацію майна, розрахунки із кредито-

рами, розподіл одержаних коштів між акціонерами. За виконання довірчих і агентських операцій банк стягує певну комісійну винагороду.

Серед нових послуг банку важливе місце посідають такі, як факторинг та лізинг.

Факторингова послуга – це купівля банком у клієнта права вимагати повернення боргу. Зазвичай, банк скуповує дебіторські розрахунки. Факторингова послуга оформляється відповідним договором. Клієнт, який продав дебіторську заборгованість, одержує від банку гроші (у розмірі 80–90 %), частину їх, що залишилася, банк повертає клієнтові за умови належного виконання зобов'язань з поставки продукції або виконання робіт. Утримання банком частини боргу є, з одного боку, компенсацією за ризик його погашення, а з другого – інструментом стиmuлювання клієнта до виконання своїх зобов'язань. За факторингові операції банк стягує певну плату. Вона складається з комісійної винагороди за обслуговування заборгованості (1–2 % від загальної суми купленого банком боргу), процента за виданий клієнтові аванс. Оскільки дебіторський рахунок має вищу швидкість обороту, ніж позичкові кошти, взяті в банку для покриття заборгованості, факторингові операції вигідні як банку, так і клієнту.

Лізингова послуга надається тоді, коли за проханням клієнта банк набуває будь-якого майна (устаткування, транспортних засобів, обчислювальної техніки та ін.) і бере на себе практично всі повноваження власника (сплату майнового податку, страхування, заощадження). Клієнт, за заявою якого було куплено це майно, укладає з банком договір оренди, в якому фіксуються всі умови користування цим майном, розмір і терміни внесення орендної плати. Орендна плата складається із двох частин: амортизаційних відрахувань та комісійної винагороди за лізингові послуги. Плата за лізингову послугу нижча за позичковий процент, тому клієнту вигідніше користуватися лізингом, ніж самому купувати майно або брати кредит для його придбання.

Досвід розвинутих країн показує, що формування стабільної банківської системи та відповідно стабільного ринку банків-

ських послуг сприяє підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності економіки.

Процес забезпечення ефективності банківських послуг залежить як від кількісних, так і якісних факторів, що впливають на діяльність банків, а саме:

- конкурентоспроможності банку;
- формування цінової політики на банківські послуги;
- якості банківських послуг;
- впливу партнерів, конкурентів та покупців.

Оцінка якості та умов обслуговування в банківських установах та якісних характеристик послуг свідчить, що для клієнтів банківських установ найбільше значення мають такі характеристики: надійність банку, швидкість обслуговування, прийнятність процентних ставок, ввічливість і привітність персоналу, зручність приміщень, розташування відділення близько від дому (рис. 1).

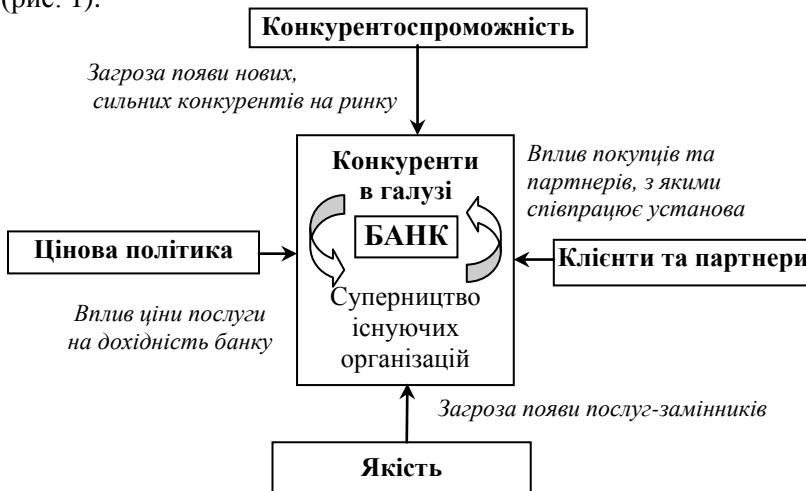


Рисунок 1 – Фактори, що впливають на ефективність роботи банківської установи\*

\*Джерело: Білик О. І. Аналіз основних тенденцій розвитку ринку банківських послуг для фізичних осіб // Культура народів Причорномор'я. – 2005. – № 61. – С. 29–34.

Аналіз особливостей діяльності банківських установ на ринку послуг свідчить, що ефективність їх роботи значною мірою залежить від тих послуг і продуктів, що пропонуються ним на ринку.

### План практичного заняття (2 год)

1. Сутність послуг банків, їх роль та структура.
2. Нормативно-правові документи, що регламентують надання послуг банків.
3. Класифікація послуг банків і характеристика їх основних видів.
4. Повнота надання послуг банків та контроль їх якості.

#### Завдання 1. а)



„ В

б)

Ч,



А=Е

в)



~~Р~~

„

г)



Ф „

**Завдання 2.** Відділу постачання для забезпечення господарських потреб підприємства було виділено 10 травня поточного року три чекові книжки на загальну суму 1 500 тис. грн, які були депоновані банком на рахунок «Розрахунки чеками», причому ліміт третьої чекової книжки становив 600,0 тис. грн.

Відділ збуту 10 червня поточного року, звітуючи перед бухгалтерією, склав реєстр використаних чеків, загальна сума яких за трьома книжками становила 1 300,0 тис. грн.

За першою чековою книжкою сума використаних чеків складала 420,0 тис. грн. Залишок коштів за другою чековою книжкою становив 140,0 тис. грн. Третя книжка використана повністю.

Визначити, у межах якої суми ліміту була видана кожна книжка.

**Завдання 3.** Знайдіть у правій колонці правильні визначення таких термінів:

- |   |   |
|---|---|
| 1. Акредитив відкличний – це такий, що ...    | а) може бути анульований чи змінений, але тільки за згодою бенефіціара, для якого його було відкрито, і банку-емітента; |
| 2. Акредитив безвідкличний – це такий, що ... | б) для нього попередньо резервуються кошти на окремому рахунку;   |
|   | в) може бути анульований чи змінений з ініціативи платника або банку-емітента, але без згоди постачальника;             |
|   | г) може бути змінений або анульований банком-емітентом із попереднім повідомленням бенефіціара.                         |

**Завдання 4.** ПАТ «Мрія» уклало договір з іноземним партнером на закупівлю технологічного обладнання. Порядок розрахунків у договорі передбачено способом відкриття акредитиву.

Акредитивний договір передбачає оплату послуг банку в розмірі 5,0 тис. дол., що становить 5 % від суми поставки. Через п'ять днів після відкриття акредитиву було поставлено обладнання вартістю 69,0 тис. дол. Решту технологічного обладнання було поставлено на двадцятий день від моменту відкриття акредитива.

Визначити загальну вартість поставки технологічного обладнання та на яку суму було зроблено другу поставку.

**Завдання 5.** Дайте відповіді на питання вікторини.

1. Фахівець із питань «працевлаштування» грошей – це хто?
2. Яким знакам надають перевагу банкіри?
3. Як називається «рядовий банківського фронту»: оперативник чи операціоніст?
4. Яку країну називають «банкіром» усього світу?
5. Який елемент одягу дуже не люблять усі банкіри?
6. Із чого згідно з прислів'ям роблять гроші підприємливі люди?
7. Якщо ж трудився цілий рік,  
Буде кругленьким ...
8. Справи підуть у вас на лад:  
У кращий банк внесли свій ...
9. У банку для всіх Вас висить прокламація:  
«Гроші в панчохах з'їдає ...»
10. Меблі купили, одяг, посуд.  
Брали для цього в банку ми ...

**Завдання 6.** Творче завдання.

Складіть за темою кросворд, який містить не менше ніж 20 термінів за горизонталлю і 20 термінів за вертикаллю.

**Завдання 7.** Дайте відповіді на тести:

1. *Розрахунковий чек – це:*
  - а) розрахунковий документ, в якому вказано конкретне місце платежу;
  - б) розрахунковий документ, що містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунка (чекодавця)



8. *Залучення банком депозитів юридичних і фізичних осіб підтверджується договором:*
- а) з відкриттям банківського рахунку;
  - б) банківського вкладу (депозиту) з видачею ощадної книжки;
  - в) банківського вкладу (депозиту) з видачею ощадного (депозитного) сертифіката або видачею іншого документа, що підтверджує внесення грошової суми або банківських металів;
  - г) усі відповіді правильні.
9. *Банк відкриває вкладникові за договором банківського вкладу такий рахунок:*
- а) поточний;
  - б) депозитний;
  - в) ощадний;
  - г) розрахунковий.
10. *Який рахунок відкриває банк вкладникові за договором банківського рахунку, укладеним з юридичною або фізичною особою:*
- а) поточний;
  - б) депозитний;
  - в) ощадний;
  - г) розрахунковий.

**Питання для самопідготовки до практичного заняття**

1. Послуги банків: їх роль та значення для населення.
2. Які документи законодавчо регулюють надання послуг банків?
3. Основні види банківських послуг та їх характеристика.
4. Характеристика послуг закладами населення.
5. Приймання різних видів платежів: сутність і характеристика.
6. Зміст послуги щодо видачі акредитивів, чеків, ощадних книжок та позик.
7. Характеристика послуги щодо операцій із цінними паперами.
8. Послуги з розміщення лотерей: зміст і характеристика.
9. Характеристика послуги операцій із вільно конвертованою валютою.
10. Шляхи вдосконалення послуг банків та підвищення їх ефективності.
11. Контроль якості надання банківських послуг.

## **Тематика рефератів**

1. Банківські послуги на ринку банківських продуктів України.
2. Трансформація банківських послуг на сучасному етапі розвитку банківської системи України.
3. Ринок банківських послуг в Україні: сучасний стан і тенденції розвитку.
4. Сутність та структура сучасного ринку банківських послуг.
5. Теоретичні засади формування та функціонування ринку банківських послуг в Україні.
6. Ринок депозитних послуг фізичних осіб України: сучасний стан і перспективи розвитку.

*Інформаційні джерела: 1, 4, 5, 13.*

### **ТЕМА 14. Послуги в галузі освіти**

У цій темі необхідно дослідити послуги в галузі освіти, їх структуру.

Розглянути основні нормативно-технічні документи, які регламентують надання цих послуг. Охарактеризувати послуги в галузі дошкільного виховання, послуги в галузі середньої освіти, послуги в галузі вищої освіти, послуги в галузі технічної підготовки кадрів.

Проаналізувати шляхи вдосконалення послуг у галузі освіти та підвищення їх ефективності.

#### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Ринок освітніх послуг – це система відносин в ринкових умовах із приводу купівлі-продажу освітньої послуги, яка в силу цього стає товаром. Важливо розуміти, що на цьому ринку об'єктом купівлі-продажу є не сама освіта, як процес набуття знань, а освітня послуга, що включає в себе комплекс матеріальних та нематеріальних ресурсів, необхідних для процесу навчання. Ринок освітніх послуг можна розглядати у двох аспектах: як самостійний елемент та як частину ринку праці.

Ринок освітніх послуг у контексті розвитку ринкових відносин трактується, зазвичай, як сфера обігу чи система еконо-

мічних відносин з приводу купівлі-продажу освітніх послуг, тобто, якщо ми говоримо про освіту як елемент ринкової економіки, що є специфічним для нашої держави, то на цьому ринку повинні бути продавець, покупець та товар. Л. М. Хижняк пропонує, крім загальноновизнаних продавців та споживачів товару, до складу учасників ринку освіти зарахувати чисельних посередників – освітні фонди, служби зайнятості, біржі праці, органи ліцензування та акредитації освітніх установ тощо. Вони служать механізмами, за допомогою яких освітня послуга просувається на ринок.

У сфері освіти публічні органи можуть надаватися як платні, так і безоплатні адміністративні послуги.

До платних адміністративних послуг належать: видача ліцензії на надання освітніх послуг, переоформлення ліцензії на надання освітніх послуг; видача копії чи дубліката ліцензії на надання освітніх послуг; видача навчальним закладам свідоцтв про атестацію; проставлення апостиля на офіційних документах, виданих навчальними закладами, державними органами, підприємствами, установами та організаціями, що стосуються сфери освіти; визнання і встановлення еквівалентності документів про освіту, виданих навчальними закладами іноземних держав; ноєтрифікація та ін.

1. Видача ліцензії на надання освітніх послуг.

Органами, які мають право видавати ліцензії на зайняття освітніми послугами є: Міністерство освіти і науки України щодо надання послуг у сфері професійно-технічної та вищої освіти; органи управління освітою обласних, Київської міської держадміністрації щодо надання послуг у сфері дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти.

Ліцензуванню підлягає діяльність із надання таких освітніх послуг:

1) у сфері дошкільної освіти: догляд за дітьми дошкільного віку; виховання і навчання дітей дошкільного віку, корекція їх психологічного та фізичного розвитку;

2) у сфері загальної середньої освіти – забезпечення здобуття: початкової загальної освіти; базової загальної середньої освіти; повної загальної середньої освіти;

3) у сфері позашкільної освіти – освітня діяльність за художньо-естетичним, туристично-краєзнавчим, еколого-натуралістичним, науково-технічним, дослідницько-експериментальним, фізкультурно-спортивним або спортивним, військово-патріотичним, бібліотечно-бібліографічним, соціально-реабілітаційним, оздоровчим та гуманітарним напрямками;

4) у сфері професійно-технічної освіти: первинна професійна підготовка; перепідготовка робітників, підвищення їх кваліфікації; професійно-технічне навчання; підготовка (зокрема первинна професійна), перепідготовка та підвищення кваліфікації іноземців, які прибули в Україну для навчання;

5) у сфері вищої освіти: підготовка фахівців різних освітньо-кваліфікаційних рівнів за напрямками (спеціальностями); військова підготовка студентів вищих навчальних закладів за програмою офіцерів запасу; перепідготовка за спеціальностями; розширення профілю (підвищення кваліфікації), спеціалізація; підготовка іноземців, які прибули в Україну для навчання, до вступу у вищі навчальні заклади; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації іноземців, які прибули в Україну для навчання; підготовка до вступу до вищих навчальних закладів.

Головна особливість ринку освітніх послуг полягає в тому, що навчальні заклади, зокрема ВНЗ, виходять на ринок освітніх послуг із двома видами товарів, об'єднаних загальним поняттям, – освітній продукт. Перший вид товару – це знання, навички, досвід, які передаються тим, хто навчається у процесі навчання, другий – це навчальний зміст у формі матеріалів – підручників, методичних матеріалів, монографій, відеодисків тощо, – що студенти можуть опанувати самостійно. Ці форми освітнього продукту, способи їх пропозиції та надання, їх характерні риси визначають інші особливості ринку освітніх послуг і, врешті-решт, маркетингову стратегію ВНЗ.

Головною особливістю ринку освітніх послуг є те, що навчальні заклади, зокрема ВНЗ, виходять на ринок освітніх послуг із двома видами товарів, об'єднаних загальним поняттям, – освітній продукт. Перший вид товару – це знання, навички, досвід, які передаються тим, хто навчається, другий – це зміст навчання як навчальні матеріали (підручники, методичні матеріа-

ли, монографії, відеодиски тощо), що студенти можуть засвоювати самостійно.

Іншою важливою особливістю ринку освітніх послуг є суб'єкти ринку, які так чи інакше впливають на його функціонування: виробники, споживачі, посередники, покупці, замовники, ділові партнери і контактні аудиторії.

Відповідно до визначення освітнього продукту, з яким ВНЗ виходять на ринок освітніх послуг, підприємства та організації не можуть бути його споживачами або покупцями. Підприємства-працедавців більш логічно розглядати як посередників між продавцем і покупцем продукції таких навчальних закладів. Держава також є своєрідним посередником між виробником і споживачем освітніх послуг.

Особлива роль на ринку освітніх послуг відводиться замовникові. Замовник – це суб'єкт ринку освітніх послуг, який визначає вимоги до освітніх продуктів, їх якості, змісту й об'єму. Головним замовником, який визначає і регулює діяльність ВНЗ на ринку освітніх послуг, є держава. Ураховуючи всі особливості та характеристики компонентів ринку освітніх послуг, можливо запропонувати таке визначення ринку освітніх послуг і продуктів – це система соціально-економічних відносин і зв'язків між суб'єктами ринку щодо надання та здобуття освітніх послуг і продуктів.

### **План практичного заняття (2 год)**

1. Структура та значення освітніх послуг.
2. Документи, що регламентують надання освітніх послуг.
3. Якість надання освітніх послуг та шляхи їх удосконалення.

**Завдання 1.** Дати характеристику специфіки послуг у галузі дошкільного виховання.

**Завдання 2.** Назвати та охарактеризувати механізм надання послуг у галузі середньої освіти.

### **Питання для самостійної підготовки до практичного заняття**

1. Чим зумовлено підвищення ролі освіти в розвитку сучасного суспільства?

2. Яке значення освіти у становленні інформаційного суспільства?

3. Що розуміють під терміном «освіта»? Чим пояснюється складність змісту цього поняття?

4. Які функції виконує освіта? Спробуйте доповнити перелік її функцій. Назвіть цілі, що переслідують виконання освітою кожної зі своїх функцій.

5. Сутність економічної функції освіти. Обґрунтуйте правомірність виділення соціальної функції.

6. Розкрийте сутність методів дослідження економічних проблем на конкретних прикладах.

7. Що таке «освітні послуги»?

### **Тематика рефератів**

1. Історія становлення освіти в Україні.

2. Принципи побудови системи освіти в Україні.

3. Характеристика системи освіти однієї із зарубіжних країн.

4. Перспективи розвитку змісту освіти в сучасних навчально-виховних закладах.

5. Порівняйте розвиток про статус приватних вищих закладів освіти Японії, США, України. Спрогнозуйте вітчизняну перспективу.

*Інформаційні джерела: 4, 17, 21, 22.*

### **ТЕМА 15. Послуги торгівлі, громадського харчування, послуги ринків**

У цій темі необхідно дослідити роль послуг торгівлі та ресторанного господарства, послуг ринків, їх структуру та значення для населення. Розглянути основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання. Охарактеризувати основні види послуг торгівлі та ресторанного господарства, послуг ринків, а саме: послуги роздрібно́ї торгівлі, послуги оптової торгівлі, послуги ресторанного господарства; послуги сільськогосподарських ринків; послуги речових ринків. Дослідити основні напрями вдосконалення послуг торгівлі та ресторанного господарства, послуг ринків. Визначити поняття якості послуг та їх контролю.

## Методичні рекомендації щодо вивчення теми

### 15.1. Послуги торгівлі: послуги оптової торгівлі, послуги роздрібною торгівлі. Організація надання окремих видів торговельних послуг.

У широкому розумінні *послуга* – це дія, вигода або задоволення, що забезпечує матеріальні або духовні потреби індивідуальних і колективних споживачів.

Послугам притаманні такі *характеристики*: невідчутність (непомітність); невіддільність від джерела створення; непостійність послуги; неможливість накопичення і зберігання послуг.

Різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям у процесі придбання або споживання товарів є торговельними послугами. Ці послуги мають споживчу вартість, яка може виражатися в матеріальній та нематеріальній формах. Визнання торговельної послуги як товару, що бере участь у формуванні суспільного продукту, є ключовим у розумінні її сутності, сфери діяльності, закономірностей і тенденцій розвитку.

Специфічними ознаками торговельних послуг є спосіб надання і тривалість їхніх дій. Більшість торговельних послуг надають за безпосереднього контакту із споживачем. Виробництво деяких з них збігається у часі зі споживанням, що унеможливує їх зберігання, транспортування. Здебільшого торговельні послуги мають типовий та масовий характер, що вимагає розосередження їх по території з урахуванням радіусу торговельного обслуговування. Іншою їхньою специфічною особливістю є притаманність усіх фаз процесу розширеного відтворення (виробництво, розподіл, обмін і споживання). Торговельні послуги є провідним елементом системи торговельного обслуговування роздрібною торговельною мережі, мета функціонування якої полягає в задоволенні особистих матеріальних потреб населення за високої культури торгівлі.

У сфері торговельного обслуговування послуги мають соціально-економічне (сприяють задоволенню платоспроможного попиту, скорочують витрати покупців на споживання, зменшують затрати часу на здійснення купівлі-продажу товарів) та ети-

ко-психологічне, моральне значення (сприяють розвитку духовної культури споживача, оскільки засвідчують до нього увагу, намагання полегшити його побут тощо). Ці послуги впливають на показники діяльності роздрібних торговельних підприємств (надання багатьох видів послуг не потребує додаткової торговельної площі; їх можуть надавати у магазині, вдома у покупця; збільшення кількості послуг створює резерви для підвищення продуктивності праці в торгівлі), а також сприяють розвитку конкурентного середовища у сфері товарного обігу, формуванню конкурентних переваг торговельних підприємств за рахунок застосування нецінових і цінових методів конкурентної боротьби.

Окремо можна виділити торговельно-посередницькі послуги, які являють собою комерційну, представницьку діяльність фізичних та юридичних осіб щодо здійснення окремих стадій торговельного обігу на договірній основі. Вони охоплюють усі операції щодо купівлі-продажу сировини, обладнання, товарів і послуг, а також операції, пов'язані з організацією просування товарів на ринку.

*Послуги*, що створюються й надаються торговельними підприємствами, слід розглядати як органічне, обов'язкове продовження торгового процесу, як необхідний компонент торговельної діяльності.

У технологічному плані процес створення послуг у галузі торгівлі включає: надання послуг виробничим галузям; накопичення потенціалу для продовження виробничого циклу (гуртова діяльність); виробництво послуг у гуртовій і роздрібній торгівлі; реалізація послуг роздрібним торговцям і покупцям.

### **Послуги оптової торгівлі**

Оптові торговельні підприємства відрізняються рядом принципівих характеристик:

1) менше уваги приділяється стимулюванню продажів, оскільки співпрацює не з кінцевими споживачами, а з роздрібними торговельними фірмами;

2) практично будь-яка оптова угода за своїм обсягом значно перевищує угоди у роздрібній торгівлі;

3) зона функціонування може охоплювати територію декількох регіонів країни;

4) наявність принципових відмінностей у правовому регулюванні порівняно з роздрібною торгівлею.

Одним із можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства оптової торгівлі є комплексне надання послуг, що дозволить йому отримати додаткові конкурентні переваги.

Основні завдання оптової торгівлі полягають у такому:

- вивчення ринкової кон'юнктури;
- забезпечення роздрібною торгівлі товарами за асортиментом і кількістю відповідно до попиту кінцевого споживача;
- організація зберігання товарних запасів;
- організація планомірного та ритмічного завезення товарів у роздрібну торговельну мережу;
- зниження величини витрат обігу.

Реалізація вищезазначених завдань передбачає надання підприємствами оптової торгівлі системи послуг, які можна класифікувати таким чином:

1) послуги, що забезпечують процес збуту та можливе його стимулювання;

2) послуги, пов'язані із закупівлями товарів і формуванням товарного асортименту;

3) розукрупнення великих партій товарів, що дозволяє роздрібним покупцям досягти значної економії власних коштів;

4) складські послуги: зберігання товарних запасів, що сприяє зниженню відповідних витрат постачальників і споживачів;

5) транспортні послуги: забезпечення оперативної доставки товарів;

6) послуги з фінансування: шляхом надання кредитів клієнтам;

7) послуги з прийняття ризику: витрати, пов'язані з можливим розкраданням, пошкодженням, псуванням, які оптові торговельні підприємства беруть на себе повністю, або частково;

8) інформаційні послуги: надання постачальникам і клієнтам інформації щодо можливої зміни ринкової кон'юнктури;

9) консультаційні послуги: консультація роздрібних торгових підприємств з питань удосконалення їх господарської діяльності.

Послуги для постачальників і роздрібно́ї торгівлі істотно відрізняються один від одного.

Послуги постачальникам – це, насамперед, допомога у визначенні реальних потреб покупців; забезпечення доступності товару для багатьох ринків, що дозволяє постачальникам організувати великосерійне виробництво. Послуги постачальникам можна класифікувати таким чином:

1) послуги з охоплення ринку. Якщо ринок складається з безлічі замовників, що дислокуються на великій території, то постачальник має можливість скористатися послугами оптового підприємства, яке забезпечить необхідний рівень охоплення ринку з найменшими витратами;

2) послуги з оброблення замовлень. У більшості випадків виробники зацікавлені в поставках великими партіями товарів, тому послуги оптових торговельних підприємств є завжди затребуваними;

3) послуги маркетингу. Оптові підприємства, зазвичай, володіють найбільш оперативними й об'єктивними даними про зміну споживчого попиту на визначених ринках. Відповідно, така інформація є надзвичайно затребуваною для виробника під час планування виробництва продукції та визначенні рівня цін;

4) послуги зі зберігання товарних запасів. Оптові торговельні підприємства мають можливість зберігати на своїх складах товари виробників, тим самим сприяючи зниженню рівня їх витрат;

5) послуги з підтримки замовника. У кінцевого споживача можуть виникати потреби у технічному, сервісному або іншому обслуговуванні придбаних товарів. Для виробників безпосереднє надання цих послуг може бути надзвичайно витратним процесом. Передача цих послуг оптовому підприємству дозволяє зберегти відповідні конкурентні переваги без істотного збільшення витрат.

Послуги, що надаються роздрібно́ї торгівлі, полягають, насамперед, у швидкому виконанні замовлень; гарантії продажу; наданні кредитів і знижок.

Класифікація послуг, що надають оптові підприємства роздрібно́ю, може мати такий вигляд:

1) послуги із забезпечення доступності товару для роздрібних торговельних фірм;

2) послуги кредитування та фінансування. Оптове торговельне підприємство забезпечує своїм замовникам фінансову підтримку двома способами: по-перше, через надання кредиту на товари, по-друге, за допомогою зберігання та забезпечення постійної доступності широкого асортименту товарів, що значно зменшує потребу у фінансових ресурсах на створення і зберігання запасів;

3) послуги з формування оптимального асортименту, що дозволяє значно спростити для клієнтів процес, пов'язаний із формуванням замовлень. Завдяки цьому замовник має можливість скористатися послугами одного або декількох оптових підприємств, які запропонують більшість необхідних йому товарів, замість того, щоб отримувати їх від десятків або навіть сотень виробників;

4) послуга обслуговування роздрібних партнерів: доставка, ремонт, гарантійне обслуговування, що дозволяє досягти значної економії витрат обігу;

5) послуга, пов'язана з розукрупненням партії. Оптове підприємство закупає у фірм-виробників великі партії товарів, що потім розукрупняються та адаптуються до вимог роздрібних покупців. Навіть для великих роздрібних торговельних підприємств співпраця з оптовими підприємствами дозволяє більш ефективно використовувати наявну як торговельну, так і складську площу магазину.

Оптове торговельне підприємство, поряд із базовим набором послуг, може впровадити свій корпоративний стандарт, або стандарт підприємства, у якому перелік та обсяг послуг, що надаються, може бути значно розширений.

Таким чином, реалізація оптовим торговельним підприємством концепції «торгова послуга як товар» підвищує ефективність і прибутковість торговельних послуг, поліпшує структуру асортименту торгового підприємства та забезпечує його конкурентоспроможність як на внутрішньому, так міжнародному ринках.

## Послуги роздрібної торгівлі

Підприємства роздрібної торгівлі можуть надавати послуги, що за їх призначенням можна розділити на три групи:

1) послуги виробництву (інформація про попит, реалізація вироблених товарів, їх зберігання і транспортування до місць споживання та ін.);

2) послуги іншим галузям народного господарства (продаж установам, закладам, організаціям і підприємствам продовольчих товарів для обслуговування ними окремих контингентів населення і непродовольчих товарів для їх поточних господарських потреб);

3) послуги безпосередньо покупцям.

Послуги, які в підприємствах роздрібної 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.

У практиці торгівлі характеристика суті послуг тісно поєднується з їх основними видами. Розрізняють три види торговельних послуг:

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

2. *Послуги, що 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, зазвичай, повинні оплачувати покупці.

3. *Послуги, що 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.

Послуги, що надаються підприємствами торгівлі, можуть бути *платними* та *безплатними*, але всі вони реалізуються з метою залучення в магазини найбільшої кількості покупців. *До безплатних* належать послуги, які безпосередньо пов'язані з процесом продажу товарів (наприклад, консультації продавців і спеціалістів, рекламна інформація в магазині); *до платних послуг* належать послуги, надання яких пов'язане з додатковими витратами підприємства торгівлі (розкрій тканин, виконання замовлень на відеозапис урочистих подій та ін.). Такі послуги оплачуються покупцями за затвердженими в установленому порядку прейскурантами.

Висока якість і стабільний характер надання торговельних послуг сприяють підвищенню престижу роздрібного торговельного підприємства, удосконаленню обслуговування покупців у роздрібній торгівлі, зростанню кількості постійних клієнтів і залученню нових відвідувачів магазинів, завдяки чому збільшуються обсяги їх товарообігу, валових доходів, поліпшуються інші показники фінансово-господарської діяльності.

Для правильної організації надання торговельних послуг їх необхідно правильно класифікувати. Так, *залежно від характеру участі* галузей народного господарства у процесі надання по-

слуг можна виділити послуги, що надаються силами працівників торгівлі (наприклад, дрібна переробка швейних виробів, придбаних у магазині), послуги, які надаються силами працівників підприємств побутового обслуговування (наприклад, ремонт годинників), послуги, що надаються силами працівників підприємств інших галузей народного господарства (перевезення товарів засобами транспортних підприємств, обмін валюти обмінним пунктом комерційного банку тощо).

*Залежно від рівня зв'язку із процесом продажу товарів* (або ж за значимістю послуг у процесі продажу товарів та обслуговування покупців) виділяють основні, супутні та додаткові (допоміжні) види торговельних послуг. Основні послуги безпосередньо пов'язані з процесом продажу товарів; вони показують, як торгівля забезпечує свої обов'язки відносно покупців щодо створення умов, у яких здійснюється купівля товарів. Основні послуги є фактично суттєвою й невід'ємною частиною, змістом торговельної діяльності. Надання цих послуг створює покупцям найкращі умови та максимальні зручності для здійснення купівлі товарів із мінімальними витратами. До основних послуг належать наявність торгових підприємств, режим їх роботи, асортимент товарів, упакування товарів у традиційні пакувальні засоби. Ці послуги надаються всім оптовим і роздрібним покупцям.

Виділення супутніх і додаткових послуг обумовлено різним їх відношенням до товарів, що реалізуються в підприємствах торгівлі. До супутніх належать послуги, що опосередковано пов'язані з процесом придбання товару. Прикладом таких послуг може бути прикріплення продавцем магазину ремінця до наручного годинника, яке здійснюється за додаткову оплату. Покупець має право або оплатити таку послугу, або ж відмовитися від її отримання.

Додаткові (допоміжні, або вільні) послуги безпосередньо не пов'язані з продажем товару покупцем; вони можуть надаватися як під час купівлі товару, так і без неї, самостійно. Додаткові послуги спрямовані, насамперед, на культурно-побутове обслуговування відвідувачів магазинів. Прикладом таких послуг можуть бути розкрій тканин, ремонт товарів, підвішування пра-

цівниками торговельного підприємства штор, карнизів та ін. Отримання цих послуг для покупця є справою суто добровільною, адже їх вартість оплачується покупцем додатково; якщо ж покупець не має бажання скористатися додатковими послугами, то він просто відмовляється від їх отримання.

*З погляду соціально-економічного значення* торговельні послуги можна поділити на послуги, що забезпечують економію праці та часу покупців (складання меблів удома в покупців), послуги, що забезпечують економію грошей покупців (розкрій тканин), послуги, що впливають на економічні показники торговельного підприємства (підгонка швейних виробів за фігурою покупця).

*За матеріальним змістом розрізняють послуги* із частковим матеріальним змістом (наприклад, ремонт взуття, одягу, технічно складних виробів) і нематеріальні (консультація з питань експлуатації товарів) торговельні послуги.

*З урахуванням характеру затрат праці* торговельні послуги поділяють на послуги, що вимагають виконання їх силами висококваліфікованих спеціалістів, які володіють спеціальними навичками і відповідною підготовкою (наприклад, настроювання музичних інструментів), і послуги, що не вимагають для їх виконання висококваліфікованої праці (виклик таксі на замовлення покупця).

*З урахуванням місця надання послуги* їх поділяють на послуги, що надаються безпосередньо в торговельному підприємстві (демонстрація прийомів зав'язування краваток), і послуги, які надаються поза його межами (підвішування люстр удома в покупців).

*За часом надання* розрізняють послуги, що надаються до процесу продажу (консультації лікарів-косметологів, ортопедів, художників-модельєрів), послуги, які надаються покупцям у процесі продажу товарів (випробування товару в дії, упакування товару), послуги, які надаються покупцям після продажу товарів (або ще – післяпродажні, постпродажні), до яких належить, наприклад, доставка придбаних товарів додому покупцям.

*З урахуванням термінів надання послуг* їх поділяють на термінові послуги, які надаються негайно, зазвичай, у присутності

покупця (наприклад, наповнення повітрям надувного матрацу), і послуги з регламентованим терміном виконання, які повинні бути виконані до узгодженого з клієнтом часу, адже потребують часу на кваліфіковане виконання (ремонт годинника, розтяжка взуття).

Класифікація послуг *за частотою їх надання* передбачає розподіл послуг на систематичні (масові) послуги, надання яких має масовий характер і якими користується широке коло покупців (наприклад, зберігання речей покупців), періодичні послуги, що надаються в окремі дні або сезони року і якими користується незначна кількість покупців (дрібна переробка одягу, придбаного в магазині), а також епізодичні послуги, що надаються в окремих випадках і для окремих покупців (організація вручення подарунків).

У практиці діяльності підприємств торгівлі перелік торговельних послуг, які передбачається надавати в конкретному підприємстві торгівлі, визначається з урахуванням його спеціалізації, місця його розташування, загальних параметрів або розмірів торгової площі та обсягів торговельної діяльності, а також інших факторів. При цьому вибір послуг рекомендується здійснювати перш за все з урахуванням того, якими товарами – продовольчими чи непродовольчими – торгує це торговельне підприємство. Так, під час продажу в магазині в основному продовольчих товарів рекомендується надавати торговельні послуги виробничого характеру, транспортні й вантажно-розвантажувальні, з комплектування покупок, з консультування покупців спеціалістами та інші послуги.

Крім перелічених, магазини можуть надавати також послуги з приймання склапосуду вдома в покупців, організації відділів з обслуговування ветеранів Великої Вітчизняної війни, учасників бойових дій, учасників ліквідації аварії на Чорнобильській АЕС, інвалідів, осіб похилого віку, багатодітних сімей, установа грових автоматів та ін.

У ході формування переліку послуг для конкретного підприємства торгівлі необхідно пам'ятати, що низка послуг, наприклад, доставка меблів за бажанням покупця додому, розпакування, збирання, встановлення вдома в покупця холодильників,

пуск або включення яких самим покупцем не допускається, передбачені чинними правилами торгівлі непродовольчими товарами і є обов'язковими.

Поряд з формуванням або розширенням переліку торговельних послуг, важливе значення для створення належного рівня торговельного обслуговування населення в магазині має забезпечення високої якості їх виконання, тобто забезпечення якості послуг, які надаються.

### **Організація надання окремих видів торговельних послуг**

У забезпеченні належної якості торговельних послуг важливе значення належить правильній організації робіт з їх надання. Ураховуючи той факт, що повний перелік торговельних послуг, які можуть надаватись у підприємствах роздрібною торгівлі, нараховує понад 100 видів, розглянемо організацію найбільш розповсюджених торговельних послуг у практиці вітчизняної торгівлі.

*Організація кафетерію.* Кафетерії організують у великих універсамах, універмагах, спеціалізованих магазинах. Кафетерій складається з виробничо-підсобного і торгового приміщення, які розташовуються на одному рівні. Площу для їх розміщення виділяють поза межами зони самообслуговування. Розміри торгової площі та площі виробничо-підсобного приміщення визначають на основі розмірів торгової площі магазину та інтенсивності потоків покупців у ньому. Мінімальна рекомендована площа торгового залу кафетерію – 18 м<sup>2</sup>, виробничо-підсобного приміщення – 8 м<sup>2</sup>. Для забезпечення основних виробничих процесів кафетерій оснащується тепловим (електро- або газова плита, кавоварка) і холодильним (зазвичай, низькотемпературний прилавок) обладнанням, кавомолкою, електроміксером, обладнанням для продажу соків, мармітами для підтримання температури гарячих страв, кафетерійною стійкою, спеціальними обідніми столами та іншим обладнанням. Кафетерій забезпечується також пірижковими тарілками, креманками, стаканами або чашками, виделками, ножами, чайними ложками, наборами спеціального посуду для спецій, паперовими салфетками, одноразовим посудом та ін. Обладнання в торговому залі кафетерію встановлюють у такий спосіб, щоб дотримуватися принципу пото-

ковості руху відвідувачів; для цього роздаткові прилавки встановлюють вздовж однієї зі стін, за ходом руху покупців. Торговий зал кафетерію обладнується столами-стійками круглої або прямокутної форми з гігієнічним покриттям. Для обслуговування дітей та відвідувачів похилого віку встановлюється кілька звичайних столів з кріслами. Додатково біля стіни встановлюють стійку.

У кафетеріях продають каву, чай, бутерброди, кондитерські вироби, соки, інші прохолоджувальні напої, морозиво, молочні коктейлі, молоко та молочнокислі продукти та ін. Для приготування окремих страв може використовуватися продукція, що реалізовується в торговому залі магазину (гастрономічні товари, молочнокислі продукти, м'ясні напівфабрикати та ін.). Найбільш розповсюдженою формою обслуговування відвідувачів у кафетеріях є самообслуговування. Розрахунки з відвідувачами працівники кафетерію здійснюють після відпуску продукції. Кафетерій може організовуватися самим магазином як відокремлений відділ або ж підприємство громадського харчування на правах оренди.

*Приготування фаршу з м'яса, придбаного в магазині.* Надання цієї послуги можуть здійснювати магазини, у яких організований відділ з продажу м'яса. Для організації цієї послуги у м'ясному відділі магазину потрібно встановити м'ясорубку. Здебільшого із цією метою застосовують електричні м'ясорубки із продуктивністю 50–300 кг/год, хоча можливим є і використання ручної м'ясорубки із продуктивністю 15–30 кг/год. До роботи на м'ясорубці допускаються лише особи, які знають будову, правила експлуатації та техніки безпеки. Перед початком роботи необхідно перевірити справність і готовність м'ясорубки до експлуатації, не підключаючи її до електромережі. Фарш із м'яса можуть готувати безпосередньо продавці м'ясного відділу магазину.

*Розмелювання натуральної кави.* Ця послуга може надаватися в магазинах, що реалізують натуральну каву в зернах, за бажанням покупців. Для її надання у відділі, що реалізовує натуральну каву в зернах, встановлюється кавомолка, за допомогою якої продавець на прохання й у присутності покупця розмелює каву. Після цього каву упаковують і вручають покупцеві.

*Організація аптечних відділів і кіосків.* В універмагах, універсамах та інших великих магазинах за домовленістю (у т. ч. на правах оренди) з підприємствами аптечної торгівлі може бути виділено площу для продажу фармацевтичних засобів. У торговому залі магазину встановлюється спеціальний столик, візок, прилавок або ж відгороджується частина площі, на якій встановлюється спеціальне обладнання (торгові меблі, ЕККА), де виставляються зразки ліків для реалізації. Асортимент лікарських засобів встановлюється підприємством аптечної торгівлі. Продаж лікарських засобів здійснюється за традиційною технологією.

*Розкрій тканин.* Розкрій придбаних у магазині тканин виконує закрійник. Для організації надання цієї послуги в торговому залі магазину, збоку від місць проходження основного потоку покупців, поза межами зони самообслуговування відводиться частина торгової площі (до 12 м<sup>2</sup>), де встановлюється робоче місце закрійника. Столи розкрою при цьому повинні бути або у відділі, або ж поблизу відділу з реалізації тканин. На цій площі встановлюється стіл для закрійника, шафа для зберігання прийнятих на розкрій тканин і розкромлених виробів, примірювальна кабіна із дзеркалом, стільці для покупців, вішаки для верхнього одягу тощо. На кожному робочому місці повинні бути ножиці, сантиметр, лекала, лінійки, крейда, олівці, голки, нитки, булавки тощо. Розкрійник здійснює розкрій тканин за вибраним покупцем фасоном; при цьому закрійник може також надавати замовникові консультацію, пропонувати й реалізовувати різноманітне приладдя для крою та шиття (альбоми, викройки та ін.). У функції закрійника, крім цього, входить також ознайомлення покупця з журналами мод, замальовування вибраного фасону, знімання мірки з покупця, виготовлення лекала для розкрою тканини за вибраним фасоном, розкрій тканин, рекомендації покупцеві з питань вибору та придбання гудзиків, стрічок, тасьми, інших матеріалів, консультування щодо техніки пошиття виробів із розкромлених тканин, оформлення квитанцій на оплату послуги.

Послуги з розкрою тканин може виконуватись як у присутності замовника, так і без нього. Підприємство торгівлі може організувати виїзд закрійника у віддалені населені пункти для

обслуговування мешканців, які придбали товари, наприклад, в автомагазині цього підприємства.

*Підгонка одягу за фігурою покупця.* У великих універмагах та спеціалізованих магазинах, у яких під торгівлю одягом відведені великі площі (понад 200 м<sup>2</sup>), може бути виділена частина торгової площі (не менше ніж 8 м<sup>2</sup>), на якій обладнується робоче місце спеціаліста з пошиття одягу. Його робоче місце необхідно оснастити швейною машинкою, гладильним столом та іншими необхідними меблями. За бажанням покупця можуть виконуватися такі види робіт (без зміни фасонів і конструкції виробу): зміна довжини рукавів піджаків, рукавів плаття, низів штанів, низу плаття або спідниці; виправлення підплечників; оформлення лінії грудей у пальтах і піджаках; виправлення підкомірців, слабини спинки виробу в області лопатки; переставлення гудзиків і пряжки; підгонка окружності поясу штанів або спідниці.

Зазвичай, дрібна переробка швейних виробів здійснюється протягом 3 днів, а незначні дрібні виправлення – негайно у присутності покупця. Переробка швейних виробів оформлюється квитанцією у 3 екземплярах, в якій зазначаються прізвище, ім'я та по батькові, адреса покупця, вартість проданого виробу, перелік робіт, що необхідно виконати, термін їх виконання. Перший екземпляр квитанції повинен бути вручений покупцеві, другий – вкладений у проданий виріб, третій – залишається у квитанційній книжці. Особа, яка прийняла виріб для виконання зазначеної послуги, повинна своїм підписом на третьому екземплярі засвідчити факт отримання виробу. Квитанційна книжка повинна зберігатися як документ суворої звітності у завідувача секції (відділу). Магазин несе перед покупцем відповідальність за якість виправлених виробів згідно з вимогами чинного законодавства.

*Приймання замовлень на пошиття одягу або виготовлення головних уборів з придбаних у магазині матеріалів.* Цю послугу доцільно організовувати у великих універмагах і спеціалізованих магазинах з продажу одягу або взуття. Для приймання і виконання замовлень торговельне підприємство може укласти договір з підприємством побутового обслуговування або ж організувати самостійну майстерню. Ці майстерні виготовляють замовлені вироби з матеріалів, які є в магазині у продажу. Оплата

виконаних послуг здійснюється за затвердженими в установленому порядку прейскурантами; ціни у прейскурантах установлюються з урахуванням складності моделі. Режим роботи майстерні повинен відповідати режиму роботи магазину. Кількість працівників (майстрів, закрійників, приймальників) визначається на основі обсягів роботи на одне робоче місце.

В аналогічному порядку в магазинах, де реалізують взуття, може бути організоване надання послуг із приймання замовлень на виготовлення взуття.

*Ремонт годинників.* Для організації цієї послуги у великих універмагах, непродовольчих магазинах та ювелірних магазинах, де реалізують годинники на договірних умовах, доцільно організувати робоче місце майстра з ремонту годинників. Надання цієї послуги може передбачати дрібний ремонт годинника, що виконується на місці у присутності клієнта, а також складний ремонт, термін виконання якого повинен узгоджуватися з покупцем. Робоче місце майстра з ремонту годинників площею не менше ніж 3 м<sup>2</sup> повинно бути розташоване недалеко від секції (відділу) з продажу годинників, збоку від основного потоку покупців. Його, зазвичай, обладнують у вигляді відкритої кабіни зі скляним огороженням з вікном для приймання замовлень. Замовлення на ремонт годинника оформляється квитанцією. Під час одержання замовлення покупець повертає квитанцію й отримує гарантійний талон.

Надання послуг із ремонту годинників може супроводжуватися також виконанням таких операцій: перевірка якості годинника; перевірка точності ходу годинника на контрольному приладі; консультивання покупців з питань експлуатації годинника; усунення незначних дефектів (наприклад, очищення від пилу скла і циферблата в годинниках зі звичайним корпусом); установлення елементів живлення в електронних годинниках та ін.

У практиці торгівлі організація послуг з ремонту годинників часто поєднується з наданням послуг із *гравірування виробів*.

*Доставка товарів додому покупцю.* Послуга з доставки товарів додому покупцю може надаватися під час продажу великогабаритних і важких товарів (холодильники, телевізори, будівельні матеріали та ін.). Цей вид послуг організовується в уні-

вермагах та спеціалізованих магазинах, де торгують господарськими товарами, радіотоварами, меблями, будівельними матеріалами. Перевезення товарів при цьому здійснюються транспортом транспортного агентства, транспортно-експедиційного підприємства або власним транспортом підприємства торгівлі. Замовлення на доставку товарів додому покупцю може приймати як продавець магазину, так і працівник транспортного підприємства, якому в магазині виділяється спеціальне робоче місце. Замовлення на доставку товарів повинні прийматися в магазині протягом усього робочого дня магазину. День і час доставки товару повинні бути узгоджені з покупцем.

*Установлення придбаних у магазині технічно складних товарів удома в покупця.* Цю послугу надають переважно універмаги та спеціалізовані магазини, що реалізують телевізори, холодильники, пральні машини тощо. Послуга належить до обов'язкових відносно товарів, самостійне встановлення і пуск яких в експлуатацію покупцем заборонено. Для надання цього виду послуги в штаті торговельного підприємства необхідно передбачати посаду відповідного спеціаліста. Крім розглянутих, підприємства роздрібно́ї торгівлі можуть надавати також інші торговельні послуги, які створюють додаткові зручності покупцям, а також забезпечують зростання обсягів роздрібного товарообігу та поліпшення економічних показників торговельного підприємства.

Для поліпшення і розширення послуг торговельних підприємств доцільно організувати у великих магазинах центри обслуговування покупців, в яких би зосереджувалася вся робота з вивчення попиту на послуги, аналізу якості та економічної ефективності їх надання, планування розвитку системи надання торговельних послуг. Також доцільно створювати в магазинах госпрозрахункові бригади з надання платних торговельних послуг, укладати договори із транспортними, транспортно-експедиційними підприємствами, фізичними особами-підприємцями щодо надання транспортних і вантажно-розвантажувальних послуг, залучати підприємства побутового і комунального обслуговування, приватних підприємців до надання в магазинах послуг на договірній основі.

## **15.2. Послуги ресторанного господарства: сутність, класифікація, вимоги щодо організації надання послуг**

*Ресторанне господарство* – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

Суб'єкти господарювання здійснюють торговельно-виробничу діяльність у ресторанному господарстві через заклади ресторанного господарства.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на:

- 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.

*Послуги харчування* – це послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації й організації споживання відповідно до типу і класу закладу, тому вони поділяються на послуги харчування: ресторану, бару, кафе, закускової, їдальні тощо.

*Послуги з реалізації продукції власного виробництва і закупних товарів та послуги з організації споживання* є двома складовими поняття «організація обслуговування».

*Послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів* у закладах ресторанного господарства включають:

- виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі у складному виконанні та з додатковим оформленням;
- виготовлення страв із сировини замовника;
- послуга кухаря, кондитера з виготовлення страв, кулінарних і кондитерських виробів удома.

*Послуги з реалізації продукції* включають:

- реалізацію кулінарних та кондитерських виробів за межами закладу ресторанного господарства;
- відпуск обідів додому;
- комплектування наборів кулінарної продукції в дорогу, в тому числі туристам для самостійного приготування;
- реалізація кулінарної продукції й кондитерських виробів через розносну та дрібнороздрібну торговельну мережу.

*Послуги з організації споживання продукції та обслуговування споживачів* загалом включають:

- організацію обслуговування свят, сімейних обідів, ритуальних заходів;
- організацію обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів тощо;
- послуги офіціанта (бармена) з обслуговування вдома;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі у бенкетному виконанні;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення й обслуговування споживачів на пасажирському транспорті (у тому числі в купе, каюті, салоні літака);
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення й обслуговування споживачів на робочих місцях і вдома;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення й обслуговування споживачів у номерах готелю;
- бронювання місць у закладах ресторанного господарства;
- продаж талонів та абонементів на обслуговування скомплектованими раціонами.

*Інформаційно-консультативні послуги* включають:

- консультації спеціалістів із виготовлення, оформлення кулінарної продукції, кондитерських виробів та сервірування столу;
- консультації дієтичної сестри з питань використання дієтичної продукції при різних захворюваннях (у дієтичних їдальнях);
- організацію навчання кулінарної майстерності.

*Послуги з організації дозвілля* включають:

- організацію музичного обслуговування;

– організацію проведення концертів, програм вар'єте і відео-програм;

– забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо.

До *інших послуг* належать: прокат столової білизни, посуду, наборів, інвентарю; продаж фірмових значків, квітів, сувенірів; надання парфумерії, засобів для чищення взуття; дрібний ремонт та чищення одягу; пакування страв та виробів після обслуговування споживачів або куплених на підприємстві; надання споживачам телефонного, факсимільного зв'язку; гарантування збереження особистих речей і цінностей споживача; виклик таксі на замовлення; паркування особистого транспорту споживачів на організованій стоянці тощо.

У процесі обслуговування, зазвичай, заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс послуг, перелік яких залежить від типу і класу закладу. Послуги повинні мати *соціальну адресність*, тобто відповідати вимогам певного контингенту споживачів.

У процесі їх надання слід ураховувати вимоги *ергономічності*, що характеризується відповідністю умов обслуговування гігієнічним, антропометричним та фізіологічним можливостям споживання. Дотримання вимог ергономічності сприяє забезпеченню комфортності обслуговування, збереженню здоров'я та працездатності споживача.

*Естетичність* послуг характеризується гармонійністю архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умовами обслуговування, у тому числі зовнішнім виглядом обслуговувального персоналу, сервіруванням столу, оформленням та подаванням страв.

Вимога *інформованості* передбачає повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про надавані послуги, зокрема щодо харчової та енергетичної цінності кулінарної продукції, що дозволяє йому, з урахуванням віку та станом здоров'я, правильно підібрати меню. Вимоги інформованості забезпечуються також різними видами реклами.

Послуги закладів ресторанного господарства та умови їх надання мають бути *безпечні для життя та здоров'я споживачів*,

забезпечувати збереження їхнього майна й охорону навколишнього середовища. Умови надання послуг повинні відповідати вимогам діючої нормативної інформації за рівнем шуму, вібрації, освітлення, станом мікроклімату, санітарним нормам і правилам, архітектурно-планувальним і конструктивним рішенням, вимогам електро-, пожежо- та вибухобезпечності.

*Екологічна безпека* має забезпечуватися дотриманням установлених вимог охорони навколишнього середовища до території, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також положень державних стандартів системи безпеки праці.

Виробничий та обслуговувальний персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни на виробництві під час зберігання, реалізації та організації споживання кулінарної продукції.

### **15.3. Послуги ринків**

Важливим каналом реалізації товарних мас і місцем концентрації торговельної діяльності залишається особлива форма здійснення торговельної діяльності – торгівля на ринках.

*Торгівля на ринках* – це специфічна форма організації сервісно-торговельного обслуговування, функціональними обов'язками якої є надання послуг та створення для продавців та покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів. Особливістю ринкової торгівлі є те, що вона спрямована передусім на створення умов торгівлі, а не на самостійне ведення торговельної діяльності.

*Ринок* – це суб'єкт господарювання, створений на відведеній за рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці та зареєстрований в установленому порядку, функціональними обов'язками якого є надання послуг та створення для продавців і покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються залежно від попиту і пропозицій.

Торгівлю на ринках можуть здійснювати фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства,

суб'єкти підприємницької діяльності, а також юридичні особи незалежно від форм власності.

Торгівля на ринках поділяється на такі *види*:

1. *Індивідуальна торгівля всіх категорій продавців на ринку*, яку представляють товаровиробники та приватні підприємці, які реалізують товари і продукти власного виробництва; виготовлені на виробництвах різних форм власності; попередньо закуплені від різних виробників чи посередників. Цей вид торговельної діяльності на ринках здійснюється шляхом короткотермінової оренди в підприємства ринку ринкового місця й належного торговельного обладнання та інвентарю для реалізації товару.

2. *Стаціонарна торгівля постійних учасників* (аграрних, виробничих і торговельних організацій і підприємств). Передбачає наявність постійних, стаціонарних продавців, які реалізують раніше закуплену продукцію або товари власного виготовлення через орендовані на довготерміновій основі або самостійно споруджені за згодою дирекції ринку магазини, павільйони, кіоски та інші торговельні одиниці, а також обладнані на ринках торговельні місця.

3. *Сезонно-ярмаркова* – основною характеристикою цього виду торгівлі є виражений сезонний, перервний характер.

Площа підприємства ринку враховує таке:

1. Ринкова торговельна площа – складається із площ, відведених та обладнаних ринком для проведення ринкового торгу у вигляді окремих зон: індивідуальної; сезонної; ярмаркової торгівлі ринку.

2. Ринкова торговельно-допоміжна площа – відводиться під улаштування технологічних і допоміжних структурних підрозділів ринку, що забезпечують організацію процесу ринкової реалізації загалом.

3. Площа під обслуговувальними підприємствами ринку включає ряд побутових і комунальних підприємств: майстерні, ательє, пункти, готелі, кімнати відпочинку тощо.

4. Площу під обладнаними автомобільними стоянками.

5. Площу під гігієнічно-санітарними спорудами на ринку.

6. Адміністративно-господарську площу ринку.

Надання послуг ринками є важливою передумовою підвищення їх прибутковості та конкурентоспроможності загалом. До *платних послуг*, що можуть надаватися продавцям на ринку, належать: бронювання торгових місць; прокат торговельного інвентарю, обладнання, засобів вимірювання, техніки, санітарного одягу; зберігання особистих речей і продукції в камерах зберігання, на складах, у холодильниках; зважування на товарних вагах; розрубання м'яса; утримання торгового місця в належному стані; інформаційне оголошення рекламного та довідкового характеру; вантажно-розвантажувальні роботи та транспортні послуги.

Тарифи на послуги ринку для тих, хто торгує, та інші види, пов'язані із забезпеченням діяльності ринкового господарства, визначаються адміністрацією ринку.

#### **15.4. Поняття якості послуг. Контроль якості послуг**

Під якістю послуг розуміють сукупність корисних властивостей послуг, здатних найбільш повно задовольняти запити покупців. Основними такими властивостями послуг є дотримання термінів надання послуг, зручність користування послугою для покупців, доброякісність і надійність (стосовно послуг матеріального характеру).

Якість надання послуг найбільш повно виявляється через соціальні та організаційні індикатори рівня обслуговування покупців; до них належать естетичне оформлення робочих місць, на яких надаються послуги, ввічливість персоналу, надання ним кваліфікованих порад, швидкість і терміни надання послуг, скорочення затрат часу покупців/споживачів, надання їм додаткових зручностей під час обслуговування, відповідність режиму роботи підприємства торгівлі/ресторанного господарства режимам праці та відпочинку обслуговуваного населення тощо.

*Принципи ефективного контролю* якості послуг полягають у такому:

1. Контроль повинен бути всеохоплюючим, тобто тримати в полі зору всі основні сфери діяльності підприємства, зовнішню ситуацію й внутрішні процеси.

2. Система контролю повинна мати чітку стратегічну спрямованість, відображати загальні пріоритети розвитку підприємства.

3. Контроль – невід’ємний елемент процесу планування.

4. Контроль повинен бути своєчасним, для того, щоб виявити відхилення й усунути їх.

5. Гнучкість системи контролю.

6. Система контролю повинна бути економічною, щоб дохід і переваги, який він дає, перевищували витрати на його проведення.

7. Ефективний контроль неможливий без урахування людського фактора, тому що вимагає націленості на конкретні процеси, результати, врахування особистих якостей людей, зв’язків у колективі, доброзичливого ставлення до людей.

*Якість* – це сукупність властивостей, що відрізняють один об’єкт від іншого.

*Якість обслуговування* – це сукупність умов, що забезпечують замовнику під час отримання послуг максимальне задоволення за мінімальних затратах часу.

Виділяють п’ять найпоширеніших *критеріїв*, за допомогою яких споживачі оцінюють якість послуги, а саме:

1. Надійність або здатність виконати обіцяну послугу в заздалегідь визначений строк.

2. Доброзичливість, тобто прагнення та готовність персоналу надати послугу.

3. Безпека, тобто клієнти повинні бути впевнені у професіоналізмі виконавця послуги.

4. Взаєморозуміння з покупцями визначається як турбота й персоніфікована увага, що надається клієнтам.

5. Очевидність ураховує фізичні аспекти послуги такі, як засоби обслуговування, зовнішність персоналу, інструменти або устаткування, які використовуються для того, щоб надати послугу.

Під час визначення показників якості, зазвичай, використовують такі *методи*:

– вимірювальний метод, що передбачає використання технічних вимірювальних засобів;

- реєстраційний метод, що базується на реєстрації та підрахунку числа певних подій (показники надійності, довговічності, стандартизації);
- розрахункові методи, що базуються на застосуванні математичних моделей;
- органолептичні методи (зір, слух тощо) базуються на точності сприйняття, що досягається кваліфікацією, професійними навичками, здібностями;
- соціологічний метод (збір та аналіз поглядів та відгуків споживачів);
- експертний метод.

### **План практичного заняття (4 год)**

1. Послуги торгівлі: послуги оптової торгівлі, послуги роздрібною торгівлі. Організація надання окремих видів торговельних послуг.

2. Послуги ресторанного господарства: сутність, класифікація, вимоги щодо організації надання послуг.

3. Послуги ринків.

4. Поняття якості послуг. Контроль якості послуг.

**Завдання 1.** Дайте відповідь на тести:

1. *Класифікація послуг необхідна для того, щоб:*
  - а) визначити найбільш важливі характеристики послуг;
  - б) поліпшити розуміння послуги як економічної категорії;
  - в) з'ясувати, якою мірою виділені характеристики властиві іншим класам;
  - г) усі відповіді правильні.
2. *Стандарти обслуговування розробляють для:*
  - а) збільшення відчутності послуг;
  - б) можливості їх збереження та транспортування;
  - в) зменшення мінливості послуг;
  - г) підвищення ефективності управління ними;
  - д) можливості споживання послуг окремо від виробництва.
3. *Які послуги належать до передпродажних послуг у роздрібній торгівлі:*
  - а) приймання попередніх замовлень на товари;

- б) упакування товарів;
  - в) підготовка товарів до продажу;
  - г) доставка товарів покупцю;
  - д) комплектування та оформлення подарунків.
4. *Які послуги належать до послуг, пов'язаних із продажем товарів у роздрібній торгівлі:*
- а) консультативні послуги щодо правил та порядку використання технічно складних товарів; допомога покупцю у виборі товару;
  - б) упакування товарів;
  - в) дрібний ремонт виробів;
  - г) виконання граверних робіт.
5. *Які послуги належать до післяпродажних послуг у роздрібній торгівлі:*
- а) приймання замовлень на товари;
  - б) розкрій тканин, придбаних у магазині; упакування товарів;
  - в) гарантоване зберігання придбаного товару;
  - г) організація точок громадського харчування у великих універмагах.
6. *Які особливості притаманні послугам:*
- а) непомітність, невідчутність; невід'ємність від джерела; нестабільність якості; неможливість зберігання;
  - б) стабільність якості; можливість накопичення та зберігання;
  - в) правильна відповідь відсутня.
7. *Які фактори впливають на формування системи послуг у магазині:*
- а) тип магазину;
  - в) попит населення;
  - б) розмір торгової площі;
  - г) усі відповіді правильні.
8. *Екологічна безпека послуг ресторанного господарства передбачає:*
- а) повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про надавані послуги, зокрема щодо харчової та енергетичної цінності кулінарної продукції, що дозволяє йому, з урахуванням віку та станом здоров'я, правильно підібрати меню;

- б) гармонійність архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умов обслуговування, у тому числі зовнішній вигляд обслуговувального персоналу, сервірування столу, оформлення та подавання страв;
  - в) забезпечення дотримання встановлених вимог охорони навколишнього середовища до території, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також положень державних стандартів системи безпеки праці.
9. *Естетичність послуг закладів ресторанного господарства передбачає:*
- а) повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про надавані послуги, зокрема щодо харчової та енергетичної цінності кулінарної продукції, що дозволяє йому, з урахуванням віку та станом здоров'я, правильно підібрати меню;
  - б) гармонійність архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умов обслуговування, у тому числі зовнішній вигляд обслуговувального персоналу, сервірування столу, оформлення та подавання страв;
  - в) забезпечення дотримання встановлених вимог охорони навколишнього середовища до території, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також положень державних стандартів системи безпеки праці.
10. *Інформаційно-консультативні послуги закладів ресторанного господарства включають:*
- а) консультації спеціалістів із виготовлення, оформлення кулінарної продукції, кондитерських виробів та сервірування столу;
  - б) організацію обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів тощо;
  - в) організацію музичного обслуговування;
  - г) прокат столової білизни, посуду, наборів, інвентарю.

11. *Послуги з організації дозвілля закладів ресторанного господарства включають:*

- а) виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі у складному виконанні та з додатковим оформленням;
- б) комплектування наборів кулінарної продукції в дорогу, в тому числі туристам для самостійного приготування;
- в) доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі в бенкетному виконанні;
- г) консультації дієтичної сестри з питань використання дієтичної продукції при різних захворюваннях (у дієтичних їдальнях);
- д) забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо.

12. *Послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів у закладах ресторанного господарства враховують:*

- а) послугу кухаря, кондитера з виготовлення страв, кулінарних і кондитерських виробів удома;
- б) реалізацію кулінарної продукції та кондитерських виробів через розносну та дрібнороздрібну торговельну мережу;
- в) доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення й обслуговування споживачів на пасажирському транспорті (у тому числі в купе, каюті, салоні літака);
- г) організацію навчання кулінарної майстерності.

13. *Послуги з реалізації продукції закладів ресторанного господарства враховують:*

- а) комплектування наборів кулінарної продукції в дорогу, в тому числі туристам для самостійного приготування;
- б) послуги офіціанта (бармена) з обслуговування вдома;
- в) консультації дієтичної сестри з питань використання дієтичної продукції при різних захворюваннях (у дієтичних їдальнях);
- г) пакування страв та виробів після обслуговування споживачів або куплених на підприємстві.

*14. Торговельні послуги – це:*

- а) різноманітні види корисних дій, що додатково надаються торговельними підприємствами гуртовим і роздрібним покупцям у ході здійснення ними купівлі або споживання товарів;
- б) дія, вигода або задоволення, що забезпечує матеріальні або духовні потреби індивідуальних і колективних споживачів;
- в) послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації й організації споживання відповідно до типу та класу закладу, тому вони поділяються на послуги харчування: ресторану, бару, кафе, закусочної, їдальні тощо.

*15. Основні послуги торговельних підприємств:*

- а) що опосередковано пов'язані із процесом придбання товару;
- б) безпосередньо пов'язані з процесом продажу товарів; вони показують, як торгівля забезпечує свої обов'язки відносно покупців щодо створення умов, де здійснюється купівля товарів;
- в) безпосередньо не пов'язані з продажем товару покупцем; вони можуть надаватись як під час купівлі товару, так і без неї, самостійно.

**Питання для самостійної підготовки до  
практичного заняття**

1. Яку роль відіграють послуги у формуванні конкурентних переваг торговельного підприємства та закладу ресторанного господарства?
2. На основі яких характеристик покупці приймають рішення про придбання послуги?
3. Розкрийте сутність класифікації послуг роздрібною торгівлі.
4. Розкрийте сутність класифікації послуг оптової торгівлі.
5. Послуги, що надають оптові підприємства партнерам.
6. Які види послуг торгівлі на сьогодні день є досить розвинутими, а які знаходяться на початковому етапі розвитку?
7. За якими ознаками класифікують послуги ресторанного

господарства? Які існують вимоги до організації надання послуг ресторанного господарства?

8. Які фактори визначають перелік послуг, що надає заклад ресторанного господарства?

9. Чому торгівля на ринках є особливою формою торговельно-сервісного обслуговування? Роль і значення торгівлі на ринках за сучасних умов.

10. На які види поділяється торгівля на ринках? Що формує систему послуг у торгівлі на ринках?

11. Якими нормативними документами регламентується організація торгівлі на ринках?

12. Які існують підходи щодо визначення якості послуг та їх контролю?

### **Тематика рефератів**

1. Послуги як елемент культури торгівлі та фактор підвищення її ефективності.

2. Сутність конкуренції на ринку послуг закладів ресторанного господарства.

3. Позиціонування послуг на ринку.

4. Види та методи контролю у сфері послуг.

5. Контроль якості послуг.

*Інформаційні джерела: 4, 17, 21, 22.*

## **ТЕМА 16. Окремі види послуг населенню**

У цій темі необхідно дослідити

### **Методичні рекомендації щодо вивчення теми**

Аналіз наукової періодики, яка висвітлює проблематику сутності фінансового посередництва, дозволяє виділити такі підходи до визначення фінансового посередництва, як функціональний, узагальнювальний, спеціалізований, інституційний, інфраструктурний, інформаційний і трансакційний (табл. 5).

**Таблиця 5 – Підходи до трактування  
фінансового посередництва\***

<b>Концептуальний підхід</b>	<b>Характеристика підходу</b>
Функціональний	Підкреслює кредитну та інвестиційну функції фінансових посередників як основні
Інфраструктурний	Характеризує фінансових посередників із точки зору інфраструктури
Інституційний	Наголошує на організаційному аспекті фінансово-посередницької діяльності
Спеціалізований	Досліджує фінансових посередників залежно від їх спеціалізації
Узагальнювальний	Ототожнює фінансових посередників із фінансовими установами, інституціями, фінансово-кредитними установами, кредитною системою тощо
Інформаційний	Наголошує на тому, що фінансові посередники мають доступ до інформації, яка для інших суб'єктів є асиметричною (недоступною)
Трансакційний	Характеризує сутність діяльності фінансових посередників як надання фінансових послуг клієнтам за невисокими трансакційними витратами як власників реалізовуваних «продуктів»

\* Джерело: Рубанов П. М. Еволюція теоретичних підходів на сутність фінансового посередництва / П. М. Рубанов // Вісник Сум ДУ. Серія «Економіка». – 2011. – № 4. – С. 97–101.

Варто зазначити, що серед науковців не існує єдиного чіткого визначення щодо дефініції «фінансове посередництво» та «фінансові посередники». Існує точка зору, згідно з якою всі фінансові установи, що діють на фінансовому ринку, є фінансовими посередниками. Проте, фінансове посередництво також розглядають як діяльність з акумуляції та перерозподілу наявного в суспільстві вільного капіталу та реалізацію фінансових операцій, що супроводжують ці процеси.

У Господарському кодексі України зазначено, що фінансове посередництво являє собою діяльність, пов'язану з отриманням та перерозподілом фінансових коштів, крім випадків, передба-

чених законодавством. Як зазначається в цьому законодавчо-правовому документі, фінансовими посередниками в Україні є банки та інші фінансово-кредитні організації.

Фінансовими посередниками є спеціалізовані оператори фінансового ринку – кредитно-інвестиційні установи, що пропонують і реалізують фінансові послуги як особливий товар на умовах провадження виняткових і поєднаних видів діяльності.

Фінансові посередники виконують такі функції:

- акумуляція заощаджень;
- розміщення ресурсів;
- контроль за корпоративним управлінням;
- функція ризик-менеджменту;
- полегшення торгівлі товарами, послугами та контрактами.

Дискусійним є також питання класифікації фінансового посередництва. Відповідно до міжнародної класифікації розрізняють три групи фінансових посередників, а саме:

- депозитні установи (банки, кредитні спілки, ощадно-позикові інститути);
- контрактно-ощадні інститути (пенсійні фонди, страхові компанії);
- інвестиційні посередники (інвестиційні банки, фінансові компанії, іпотечні банки).

Відповідно до Класифікації інституційних секторів економіки України Державного комітету статистики вітчизняні фінансові корпорації розподіляють на два рівні, кожен з яких включає певні підсектори.

Зокрема, на першому рівні виокремлюють:

- Національний банк України;
- інші депозитні корпорації;
- інші фінансові посередники (за виключенням страхових компаній та недержавних пенсійних фондів);
- допоміжні фінансові установи;
- страхові компанії та недержавні пенсійні фонди.

На другому рівні фінансові корпорації розподіляють залежно від об'єкта контролю (крім НБУ):

- державні;
- приватні;

– фінансові корпорації під іноземним контролем.

Саме перший рівень являє собою своєрідну та функціонально орієнтовану класифікацію фінансових посередників.

Крім банківських та небанківських (парабанківських) фінансових установ, виокремлюють і третю групу фінансових посередників – контрактні фінансові інститути. До цієї категорії належать пенсійні фонди, інститути спільного інвестування, фінансові компанії, ломбарди, страхові організації та благодійні фонди.

Майнове страхування трактується як галузь страхування, у якій об'єктом страхових правовідносин є майно в різному вигляді. Економічне призначення майнового страхування є відшкодування збитку, що виник унаслідок страхового випадку. Тобто основним принципом майнового страхування є відшкодування прямого фактичного збитку застрахованого об'єкта.

Майнове страхування об'єднує різні види страхування, які для цілей страхування поділяються на дві групи – страхування майна юридичних і фізичних осіб.

Страхування майна включає страхування будівель, споруд, устаткування, обладнання, транспорту, вантажів та багажу, товарних запасів, квартир, домашнього майна, урожаю, домашніх тварин, технічних (у тому числі будівельно-монтажних) ризиків, фінансових ризиків та інших майнових ризиків.

Залежно від виду страхових подій майнове страхування класифікують за такими групами ризиків:

- страхування майна від вогневих ризиків та стихійного лиха (вогневе страхування);
- страхування сільськогосподарських культур від стихійних явищ, посухи, граду тощо;
- страхування тварин на випадок загибелі в результаті хвороби і нещасних випадків;
- страхування засобів транспорту від аварій, крадіжок та інших ризиків тощо.

Страхування майна як юридичних, так і фізичних осіб може здійснюватися в добровільній та обов'язковій формах. Страхування майна фізичних осіб здійснюється здебільшого в добровільній формі, тоді як значна частина майна юридичних осіб страхується в обов'язковій формі. Насамперед, це стосується

тих об'єктів, які мають високу вартість та зачіпають майнові інтереси не тільки окремих суб'єктів господарювання, але й національні інтереси.

Ринок нерухомості є інфраструктурною категорією, пов'язаною зі створенням умов, необхідних для здійснення виробничої, комерційної, соціальної, екологічної та іншої діяльності.

Будь-які об'єкти нерухомості призначені для обслуговування цілком конкретних потреб:

- ринок житлової нерухомості – для забезпечення потреб фізичних осіб – споживачів у житлі;
- ринок промислових об'єктів – для забезпечення виробничо-технологічних процесів;
- земельний ринок – цивільного та промислового будівництва, сільськогосподарського виробництва, туристичної та рекреаційної діяльності.

Одним із показників, що характеризує динаміку та дає змогу виокремити загальні тенденції, що відбувалися на ринку продажу житлової нерухомості в Україні у 2000–2011 рр., є загальна кількість транзакцій із житловою нерухомістю.

**Таблиця 6 – Загальна кількість транзакцій із житловою нерухомістю України у 2000–2011 роках, одиниць\***

2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
493 848	611 215	675 694	728 542	776 409	746 687	831 245	886 971	751 578	461 845	444 416	491 723

\*Джерело: Офіційні дані Міністерства юстиції України про кількість транзакцій з відчуження житлової нерухомості. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до інформації: <http://www.minjust.gov.ua/>

Наведені дані свідчать про циклічність вітчизняного ринку житлової нерухомості. Так, за активністю ринку (кількість договорів відчуження на ринку житла) чітко прослідковується проходження повного циклу в період з 2000 по 2010 роки з наступними чотирма класичними фазами його перебігу:

2000–2001 рр. – фаза відновлення ринку нерухомості;

2002–2006 рр. – фаза росту ринку нерухомості;

2007 р. – фаза насичення та формування надлишку пропозиції на ринку нерухомості;

2008–2010 рр. – фаза падіння ринку нерухомості.

На сьогодні день через низькі доходи населення та відсутність доступної іпотеки 98 % українців не можуть дозволити собі купівлю нової квартири. Як результат, в Україні сформувався величезний відкладений попит на житлову нерухомість.

Оренда як один із способів фінансування господарської діяльності дуже поширена в економічно розвинених країнах. У випадку, якщо фізичній чи юридичній особі бракує вільних обігових коштів, вона може використати такий спосіб фінансування господарської діяльності, як оренда.

В Україні існує певна термінологічна розбіжність у трактуванні термінів «лізинг» та «оренда». Так, у П(с)БО 14 «Оренда» вживається тільки таке поняття, як «оренда», Закон України «Про фінансовий лізинг» застосовує виключно поняття «лізинг», а в Податковому кодексі обидва терміни вживаються як ідентичні.

Згідно із ст. 759 Цивільного кодексу за договором оренди наймодавець передає або зобов'язується передати наймачеві майно в користування за плату на певний строк.

Предметом договору найму можуть бути майнові права. У переважній більшості наймодавці надають в оренду приміщення або земельні ділянки, які належать їм на праві власності.

Згідно із ст. 761 Цивільного кодексу право передання майна у найм має як власник речі, так і особа, якій належать майнові права. Ст. 190 ЦКУ ототожнює майно з майновими правами. Тобто особа, яка орендує майно, має майнові права на таке майно та може розпоряджатися майном на свій розсуд у межах договору оренди. Маючи майнові права на приміщення, орендар може також здати таке майно в суборенду (піднайм).

Ст. 774 Цивільного кодексу передбачає, що передання наймачем речі у користування іншій особі (піднайм) можливе лише за згодою наймодавця, якщо інше не встановлено договором або законом.

Головна відмінність суборенди від посередництва в оренді така: за суборенди суб'єкт господарювання здає майно в піднайм від свого імені та за свій рахунок, а при посередницьких послугах з оренди підприємець лише знаходить орендаря для

орендодавця або навпаки, знаходить орендодавця для орендаря, які укладають договір оренди між собою. Тобто, при посередницьких послугах з оренди підприємець не виступає в договорі як орендар або орендодавець (наймодавець).

Отже, оренда – передання майна в найм. Здавати майно в оренду може як власник речі, так і особа, яка володіє майновими правами.

Суборенда – також передання майна в найм. Фактично це те саме, що й оренда, проте з тією лише різницею, що наймодавцем є не власник майна, а особа, яка володіє майновими правами (у цьому випадку орендує майно у власника).

Посередницькі послуги з оренди – це те, чим займаються агентства нерухомості, тобто просто шукають клієнтів для орендодавця або шукають житло для тих людей, які хочуть його знімати.

### План практичного заняття (2 год)

1. Сутність, призначення, види фінансових посередників та їх функції.
2. Страхування життя: зміст, види та характеристика.
3. Поняття, предмети та об'єкти страхування майна.
4. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання окремих видів послуг населенню.
5. Зарубіжний досвід надання окремих видів послуг.

**Завдання 1.** Розв'яжіть ребуси.

а)



б)



внутрішній стан, обумовлений  
загрозою реального або  
передбачуванного лиха

У

А = Я

в)



о



$V=X$  „ Свинина, биток без кістки, кг



,  $C=3$ ,



**Завдання 2.** Дайте відповіді на питання вікторини:

1. Головний рекламний агент болота – це ... Хто?
2. Французи називають цим словом ваги чи зважування, а вітчизняні бухгалтери – річний звіт. Назвіть слово.
3. Завершіть народну мудрість: «Хто лає товар, той хоче його ...».
4. Від якого латинського дієслова походить слово «реклама»?
5. У ролі якого автомобільного пристрою виступає стосовно торгівлі реклама?

**Завдання 3.** Майно ПАТ «Гурбомеханічний завод» вартістю 1 240 тис. грн застраховано за системою пропорційної відповідальності на суму 970 тис. грн.

Розрахувати суму збитку, за якої страхове відшкодування буде складати 900 тис. грн.

**Методична порада.** Страхування із системи пропорційної відповідальності означає неповне страхування вартості об'єкта й величина страхового відшкодування в цьому випадку визначається як добуток збитку на співвідношення страхової суми до страхової оцінки об'єкта страхування. Тобто, під час розв'язання задачі використовуйте формулу для визначення розміру страхового відшкодування.

$$B = Y \frac{S}{C_0},$$

де  $B$  – страхове відшкодування;

$Y$  – сума збитку;

$S$  – страхова сума;

$C_0$  – страхова оцінка.

**Завдання 4.** Підприємство «Артеміда» застрахувало своє майно на 1 рік з відповідальністю від протиправних дій третіх осіб на суму 2 400 тис. грн. За умовами страхування нетто-ставка становить 0,1 %, умовна франшиза становить 5 % і при цьому знижка з тарифу складає 7 %. Навантаження в структурі тарифної ставки визначена в розмірі 11 %. У результаті протиправних дій підприємству нанесений матеріальний збиток у розмірі 43 тис. грн.

Визначити розмір страхової премії, що зобов'язаний сплатити страхувальник, і розмір страхового відшкодування, що одержить страхувальник.

**Методична порада.** Розмір страхового відшкодування, що зобов'язаний сплатити страхувальник слід визначити за формулою:

$$I_6 = T_6 S,$$

де  $T_6$  – страховий тариф або брутто-ставка;

$S$  – страхова сума.

Страховий тариф (брутто-ставка) – ставка страхового внеску з одиниці страхової суми. Страховий тариф складається із двох частин – нетто-ставки та навантаження. Алгоритм розрахунку страхового тарифу або брутто-ставки подано нижче:

$$T_6 = \frac{T_n}{1 - f},$$

де  $T_6$  – страховий тариф або брутто-ставка;

$T_n$  – нетто-ставка;

$f$  – питома вага навантаження у структурі брутто-ставки.

Варто врахувати, що коли фактичний збиток перевищує величину, установлену в договорі страхування, то розмір страхової виплати зменшується на величину встановленої договором франшизи.

$$P_6 = T_6 \cdot S - \Phi \cdot 1 - C ,$$

де  $T_6$  – страховий тариф або брутто-ставка;

$S$  – страхова сума;

$\Phi$  – сума франшизи;

$C$  – знижка з тарифу.

**Завдання 5.** Двоє підприємців хочуть створити майстерню з ремонту годинників. Один із них має приміщення, вартість якого оцінюється у 320 тис. грн, а другий – грошову готівку в сумі 205 тис. грн. Між компаньйонами досягнута домовленість про те, що вище згадані майно і готівка становитимуть капітал господарського товариства. Складіть вступний баланс.

**Завдання 6.** Приведіть у відповідність терміни та їх тлумачення.

1. Оподаткування	а) Означає, що всі платники податку сплачують однакову ставку незалежно від величини доходу
2. Прогресивний податок	б) Податок на різницю між вартістю поданих фірмою товарів і вартістю товарів, куплених фірмою в інших фірм
3. Пропорційний податок	в) Податок, який впливає значною мірою на населення з низькими доходами в меншою на населення, що отримує високі доходи
4. Регресивний податок	г) Вид податків, що сплачуються з окремих товарів у зв'язку з їх високою дохідністю або монополією держави на їх виробництво
5. Податок на додану вартість	д) Податок, що передбачає вилучення більшої ставки податку з високих доходів і меншої – з низьких
6. Податок	е) Обов'язковий внесок до бюджету, який здійснюється платником податку відповідно до законодавчих актів

7. Акцизний податок	є) Метод розподілу доходів між підприємствами, громадянами й державою
8. Прямі податки	ж) Збільшують ціну товару, оскільки відшкодуються покупцем
9. Непрямі податки	з) Установлюється безпосередньо на дохід чи майно платника податку
10. Податкова пільга	і) Виключення із правила, передбачені законом з урахуванням платоспроможності, участі в суспільному виробництві й інших факторів

**Завдання 7.** Творче завдання.

Складіть за темою кросворд, який містить не менше ніж 20 термінів за горизонталлю і 20 термінів за вертикаллю.

**Завдання 8.** Дайте відповіді на тести:

1. *Первинні елементи системи фінансового посередництва зародилися у вигляді:*
  - а) «громадянських» банківських установ;
  - б) міських банків;
  - в) небанківських посередницьких організацій;
  - г) обмінювальних контор.
2. *Фінансове посередництво відображає трансформацію:*
  - а) інвестицій у заощадження;
  - б) заощаджень в інвестиції;
  - в) грошового капіталу у кредитний;
  - г) кредитного капіталу у фіктивний.
3. *Система фінансового посередництва складається з:*
  - а) банківської та парабанківської систем;
  - б) спеціалізованих кредитно-фінансових інститутів та поштово-ощадної системи;
  - в) спеціалізованих та універсальних банків;
  - г) банківських та парабанківських об'єднань.
4. *Головним завданням фінансових посередників є:*
  - а) забезпечити стабільність розвитку фінансового ринку;
  - б) спрямовувати рух капіталу (збережень) до найефективніших споживачів;

- в) отримати прибуток;  
г) забезпечити рух грошових потоків на підприємстві.
5. *Які послуги не надають фінансові посередники:*  
а) інформаційні; в) товарні;  
б) консультаційні; г) управлінські.
6. *За договором страхування будівель можуть бути застраховані:*  
а) предмети домашнього господарства;  
б) окремі конструктивні елементи;  
в) будівлі, споруди та структурні компоненти;  
г) будівельні матеріали.
7. *В Україні за договором страхування будівель страхова оцінка має дорівнювати:*  
а) будь-якій вартості; в) залишковій вартості;  
б) первісній та дійсній вартості; г) ринковій вартості.
8. *Під час укладання договору страхування будівель страховик має:*  
а) оглянути будівлі;  
б) скласти розрахунок вартості відновлення будівлі;  
в) скласти розрахунок страхової премії;  
г) скласти страховий акт.
9. *Коли набирає чинності поновлений договір страхування будівель?*  
а) з моменту внесення страхового платежу;  
б) з наступного дня після укладання нового (поновленого) договору;  
в) після настання страхового випадку;  
г) після закінчення дії попереднього договору.
10. *У разі страхування будівель пільги надаються:*  
а) усім страхувальникам;  
б) постійним страхувальникам;  
в) страхувальникам промислових будівель;  
г) малозабезпеченим страхувальникам.

11. Які дії страхувальника у разі настання страхового випадку?
- а) вжити заходи щодо зменшення збитків;
  - б) одразу після настання страхового випадку почати відновлювальні роботи;
  - в) розрахувати суму збитків;
  - г) обчислити суму страхового відшкодування.
12. Що є сумою збитку в разі знищення будівлі?
- а) ринкова вартість будівлі;
  - б) вартість матеріалів, необхідних для відновлення будівлі з урахуванням витрат з її рятування;
  - в) залишкова вартість будівлі;
  - г) дійсна вартість будівель з урахуванням витрат з її рятування.
13. У якому випадку страховик відмовить у виплаті страхового відшкодування за пошкоджені будівлі?
- а) якщо збиток став наслідком неправомірних дій третіх осіб;
  - б) якщо збиток заподіяно внаслідок аварії опалювальної системи;
  - в) якщо збиток став наслідком природних умов;
  - г) якщо збиток став наслідком ремонтно-будівельних робіт.

#### **Питання для самопідготовки до практичного заняття**

- 1. Небанківські фінансово-кредитні інститути.
- 2. Контрактні фінансові інститути.
- 3. Посередники депозитарно-клірингової системи.
- 4. Види страхових послуг щодо захисту життя.
- 5. Сутність послуг з оренди.
- 6. Послуги щодо роботи на обчислювальній техніці та пов'язані із цим обслуговування.
- 7. Послуги щодо складання балансів, консультації з питань податків, управління виробництвом.
- 8. Послуги в галузі реклами.
- 9. Послуги в науковій галузі.
- 10. Сутність послуг щодо встановлення охоронної сигналізації та охорони житла.
- 11. Митні послуги: їх сутність і значення.

## Тематика рефератів

1. Система фінансового посередництва на етапі глобалізації фінансових відносин.
2. Проблеми страхування майна в Україні.
3. Послуги зі страхування майна як форма здійснення заощаджень.
4. Майнове страхування: досвід країн Європи.
5. Формування фінансового посередництва на ринку фінансових послуг.
6. Страхувий ринок України: стан, проблеми та перспективи напрямки розвитку.
7. Теоретичні підходи до сутності дефініції «фінансове посередництво».
8. Організація та перспективи розвитку страхування життя в Україні.
9. Ринок житла в Україні: актуальні проблеми та напрями державного регулювання.
10. Виникнення та еволюція інституту фінансового посередництва.
11. Фінансові посередники на міжнародному фінансовому ринку.

*Інформаційні джерела: 4, 17, 21, 22.*

## ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ

### *Індивідуальні завдання для самостійної роботи студентів за вибором*

Для того, щоб підвищити свій рейтинг, студент за власним вибором може виконувати індивідуальні завдання для самостійної роботи – готувати реферати, доповіді, науково-дослідну роботу, рецензування, складання кросвордів, підготовка презентацій, мікро викладання, що подається та перевіряється за індивідуальним графіком.

## **I. Завдання репродуктивного рівня (1–2 бали)**

1. Скласти кросворд до практичного заняття (15–25 слів).
2. Скласти та оформити відповідно до бібліографічних вимог анотований список інформаційних джерел до одного з питань для самоконтролю знань, модульного контролю та заліку.
3. Підготувати презентацію останніх надходжень до бібліотеки ПУЕТ наукової літератури або журналів підприємницького змісту.

## **II. Креативний рівень**

### **Науково-пошукова робота над доповіддю на конференцію, участь в індивідуальному або груповому проекті (5–10 балів)**

#### **Теми досліджень, проектів та доповідей на студентські наукові конференції:**

1. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.
2. Проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу.
3. Побутове обслуговування населення в умовах ринкової економіки України.
4. Аналіз ринку перукарських послуг.
5. Стан розвитку сучасних послуг зв'язку.
6. Стан та перспективи розвитку ринку мобільного стільникового зв'язку в Україні.
7. Аналіз сучасного ринку туристичних послуг.
8. Аналіз ринку санаторно-оздоровчих послуг в Україні.
9. Аналіз ринку медичних послуг у регіоні.
10. Аналіз ринку косметичних послуг у регіоні.
11. Аналіз ринку послуг правового характеру.
12. Трансформація банківських послуг на сучасному етапі розвитку банківської системи України.
13. Аналіз конкурентного середовища на ринку послуг закладів ресторанного господарства.
14. Страховий ринок України: стан, проблеми та перспективні напрями розвитку.
15. Майнове страхування: досвід країн Європи.

Наукова робота досліджується на конкретному статистичному матеріалі приватної фірми або організації будь-якої форми власності.

### **Вимоги до змісту та оформлення реферату, проекту, наукової роботи**

Для більш поглибленого засвоєння навчального курсу пізнання актуальних теоретичних, методичних і практичних проблем психології та педагогіки, як одного із провідних елементів самостійної роботи передбачається підготовка письмової реферативної доповіді. Її основною метою є критичний аналіз наукових, методичних і прикладних проблем, обґрунтування особистих висновків і пропозицій щодо дискусійних аспектів актуальної проблематики дисципліни.

Реферативна доповідь повинна мати певну логічну побудову, послідовність та завершеність.

До перевірки та захисту приймаються тільки власноручно набрані за допомогою комп'ютерної техніки та правильно оформлені роботи, без сканування, Інтернет, роботу подають роздрукованою разом із флешкою. Роботу обов'язково слід особисто захистити на семінарі, або на консультації. Обов'язково слід надати список використаної літератури, оформлений за бібліографічними вимогами. Робота повинна складатися із таких частин:

**1. Титульний аркуш.**

**2. Зміст роботи.**

**3. Вступ** – розкриття актуальності теми, постановка проблеми, формулювання мети, гіпотези, завдань, визначення об'єкта та предмета дослідження, характеристика методів.

**4. Основна частина** – послідовне розкриття теми, аналіз наукової літератури, з обов'язковим посиланням на джерело інформації. Якщо виконано практичне дослідження – слід описати завдання, процедуру, результати. Таблиці, анкети, дані, розрахунки навести у додатках.

**5. Заключна частина** – короткий огляд роботи, перспективи, висновки, рекомендації.

**6. Додатки** – (таблиці, схеми, анкети, тести, схеми спостережень).

**7. Список використаних інформаційних джерел.**

# ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ПІДГОТОВКИ ДО ПОТОЧНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

## ПИТАННЯ ДО МОДУЛЯ 1 РИНОК ПОСЛУГ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

1. Поняття та сутність послуги як товару. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
2. Роль послуг у соціально-економічному житті держави.
3. Властивості послуг: невідчутність; невіддільність, нерозривність виробництва і споживання; непостійність, мінливість якості; недовговічність, нездатність до зберігання; відсутність володіння; взаємозамінюваність послуг товарами, що мають матеріальну форму.
4. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.
5. Склад і структура сфери послуг.
6. Особливості класифікації послуг (класифікація ВТО, класифікація ЮНКТАД, класифікація МВФ). Галузева класифікація послуг. Класифікація послуг за функціональною спрямованістю. Загальнодержавні класифікатори послуг населенню.
7. Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС). Основна мета угоди. Структура та основні елементи ГАТС. Види послуг, на які розповсюджується ГАТС.
8. Динаміка міжнародної торгівлі послугами. Структура світової торгівлі послугами.
9. Україна на світовому ринку послуг.
10. Мета державного регулювання соціально-економічних процесів у сфері послуг. Передумови втручання держави у сферу послуг. Проблеми регулювання сфери послуг на державному рівні.
11. Дозвільні документи на надання послуг.
12. Культура надання послуг. Проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу. Управління якістю послуг, контроль якості та безпека обслуговування.
13. Сертифікація в управлінні якістю послуг. Особливості оцінки конкурентоспроможності послуг.

## ПИТАННЯ ДО МОДУЛЯ 2

### ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ

1. Роль побутових послуг, їх структура та значення для населення.

2. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

3. Характеристика основних видів побутових послуг, ремонт, фарбування та пошиття взуття; ремонт та пошиття швейних, хутрових та шкіряних виробів, головних уборів та виробів текстильної галантереї.

4. Характеристика основних видів побутових послуг: ремонт, пошиття та плетіння трикотажних виробів; ремонт і технічне обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів.

5. Характеристика основних видів побутових послуг: ремонт і виготовлення металовиробів; виготовлення і ремонт меблів; хімічна чистка та фарбування, послуги пральні; будівництва житла та інших будівель.

6. Характеристика основних видів побутових послуг: технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів; послуги фотоательє, фото- та кінолабораторій.

7. Характеристика основних видів побутових послуг: транспортно-експедиційні послуги; послуги лазень і душових; перукарські послуги; послуги прокату; ритуальні та обрядові послуги.

8. Роль послуг пасажирського транспорту, їх структура та значення для населення.

9. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг пасажирського транспорту.

10. Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту.

11. Роль послуг зв'язку, їх структура та значення для населення.

12. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг зв'язку.

13. Характеристика основних видів послуг зв'язку.

14. Роль житлово-комунальних послуг, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

15. Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг.

16. Шляхи вдосконалення житлово-комунальних послуг та підвищення їх ефективності. Повнота надання житлово-комунальних послуг та контроль їх якості.

17. Роль послуг установ культури, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

18. Характеристика основних видів послуг установ культури. Шляхи вдосконалення послуг установ культури та підвищення їх ефективності.

19. Роль туристичних та екскурсійних послуг, їх структура та значення для населення.

20. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання туристичних та екскурсійних послуг.

21. Характеристика основних видів туристичних та екскурсійних послуг.

22. Шляхи вдосконалення туристичних та екскурсійних послуг і підвищення їх ефективності.

23. Роль послуг фізичної культури і спорту, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

24. Характеристика основних видів послуг фізичної культури і спорту. Шляхи вдосконалення послуг фізичної культури і спорту та підвищення їх ефективності.

25. Роль медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг, їх структура та значення для населення.

26. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг.

27. Характеристика основних видів медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг. Шляхи вдосконалення медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та підвищення їх ефективності.

28. Повнота надання медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та контроль їх якості.
29. Роль послуг правового характеру, їх структура та значення для населення.
30. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг правового характеру.
31. Характеристика основних видів послуг правового характеру.
32. Шляхи вдосконалення послуг правового характеру та підвищення їх ефективності. Повнота надання послуг правового характеру та контроль їх якості.
33. Роль послуг банків, їх структура та значення для населення.
34. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг банків.
35. Характеристика основних видів послуг банків.
36. Шляхи вдосконалення послуг банків та підвищення їх ефективності.
37. Роль послуг у галузі освіти, їх структура та значення для населення.
38. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг у галузі освіти.
39. Характеристика основних видів послуг у галузі освіти.
40. Шляхи вдосконалення послуг у галузі освіти та підвищення їх ефективності.
41. Роль послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків, їх структура та значення для населення.
42. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків.
43. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги роздрібною торгівлі; послуги оптової торгівлі.
44. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги харчування; послуги щодо виробництва кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції.

45. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги з організації дозвілля.

46. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги сільськогосподарських ринків; послуги речових ринків.

47. Шляхи вдосконалення послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків та підвищення їх ефективності.

48. Повнота надання послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків та контроль їх якості.

## **ПРИКЛАД ПОБУДОВИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПОТОЧНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ**

### *Варіант ПМР до модуля 1*

1. Поняття та сутність послуги як товару. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
2. Дозвільні документи на надання послуг.
3. Тестове завдання.

### *Варіант ПМР до модуля 2*

1. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги харчування; послуги щодо виробництва кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції.
2. Шляхи вдосконалення послуг у галузі освіти та підвищення їх ефективності.
3. Тестове завдання.

### **Оцінка рівня знань під час проведення модульного поточного контролю**

**Оцінка «відмінно»:** студент має систематизовані та глибокі знання навчального матеріалу з навчальної дисципліни, відповідь повна, володіє поняттями теми, вміє без помилок викону-

вати практичні завдання, передбачені програмою дисципліни, засвоїв рекомендовані основні інформаційні джерела та ознайомився з додатковими інформаційними джерелами; викладає матеріал у логічній послідовності, робить узагальнення й висновки, наводить практичні приклади в контексті тематичного теоретичного матеріалу; виконав завдання творчо та у повному обсязі, задача розв'язана із ґрунтовним поясненням.

**Оцінка «добре»:** студент повністю засвоїв навчальний матеріал з навчальної дисципліни, знає основні інформаційні джерела. Уміє виконувати завдання, викладає матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення і висновки, але не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, невеликі арифметичні помилки в розрахунках під час розв'язання практичних завдань.

**Оцінка «задовільно»:** студент загалом ознайомлений із питанням, але не повно, не точно використовує окремі поняття, є грубі помилки, робота виконана формально, має ознаки несамотійного мислення, завдання виконано частково, задача розв'язана без пояснення.

**Оцінка «незадовільно»:** студент не засвоїв навчальний матеріал, дає неправильні відповіді на поставлені теоретичні питання, не розуміє поняття теми; завдання виконано неправильно, задача не розв'язана, робота не відповідає вимогам щодо оформлення.

Результати поточного контролю знань студентів вносяться до екзаменаційної відомості та враховуються під час виставлення підсумкового балу з навчальної дисципліни «Товарознавство (Послуги)».

## Порядок і критерії оцінювання знань студентів

Форма навчальної роботи		Бали
1. Аудиторна		
1.1. Лекція	1. Відвідування	9,0
1.2. Практичне заняття	1. Відвідування	15,0
	2. Відповіді під час опитування	15,0
	3. Виконання навчальних завдань	15,0
	4. Доповіді з рефератами	10,0
2. Самостійна та індивідуально-консультативна робота	1. Підготовка до практичних занять	7,5
	2. Вивчення окремих тем або питань, передбачених робочою програмою для самостійного опрацювання	7,5
	3. Виконання індивідуальних завдань, пошук та огляд інформаційних джерел за заданою тематикою	1,0
3. Поточний модуль	ПМР (поточна модульна робота)	20,0

## Розрахунок балів, що отримують студенти за результатами вивчення дисципліни «Товарознавство (Послуги)»

Форма навчальної роботи	Вид навчальної роботи	Кількість балів		Разом балів
		Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	
<b>1. Аудиторна</b>				
1.1. Лекції	1. Відвідування	$4 \times 0,25 = 1$	$5 \times 0,25 = 1,25$	2,25
1.2. Практичне заняття	1. Відвідування	$6 \times 0,5 = 3$	$11 \times 0,5 = 5,5$	8,5
	2. Відповіді під час опитування	$6 \times 0,5 = 3$	$11 \times 0,5 = 5,5$	8,5
	3. Виконання навчальних завдань	$6 \times 0,5 = 3$	$11 \times 0,5 = 5,5$	8,5
	4. Доповіді з рефератами	$1 \times 0,5 = 0,5$	$1 \times 0,5 = 0,5$	1,0
Разом		<b>10,5</b>	<b>18,25</b>	<b>28,75</b>
<b>2. Самостійна та індивідуально-консультативна робота</b>	1. Підготовка до практичних занять	$6 \times 0,25 = 1,5$	$11 \times 0,25 = 2,75$	4,25

Продовж. розрахунка балів

Форма навчальної роботи	Вид навчальної роботи	Кількість балів		Разом балів
		Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	
<b>2. Самостійна та індивідуально-консульта-тивна робота</b>	2. Вивчення окремих тем або питань, передбачених робочою програмою для самостійного опрацювання	6×0,5=3,0	11×0,5=5,5	8,5
	3. Виконання індивідуальних завдань, пошук та огляд інформаційних джерел за заданою тематикою	6×0,5=3,0	11×0,5=5,5	8,5
<b>Разом</b>		<b>7,5</b>	<b>13,75</b>	<b>21,25</b>
<b>3. Поточний модуль</b>	ПМР (поточна модульна робота)	5,0	5,0	<b>10,0</b>
<b>Екзамен</b>				<b>40</b>
<b>Разом</b>				<b>100</b>

### **ЗАГАЛЬНА ПІДСУМКОВА ОЦІНКА З ДИСЦИПЛІНИ «Товарознавство (Послуги)»**

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни «Товарознавство (Послуги)» складається із суми балів за результатами поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на екзамен.

До відомості обліку успішності вносяться сумарні результати в балах поточного контролю (загальна підсумкова оцінка). Академічні успіхи студента визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовується в ПУЕТ з обов'язковим переведенням оцінок до національної та шкали ECTS.

### **ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ**

#### **Перелік питань, що виносяться на екзамен**

1. Поняття та сутність послуги як товару. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
2. Роль послуг у соціально-економічному житті держави.

3. Властивості послуг: невідчутність; невіддільність, нерозривність виробництва і споживання; непостійність, мінливість якості; недовговічність, нездатність до зберігання; відсутність володіння; взаємозамінюваність послуг товарами, що мають матеріальну форму.

4. Перспективи розвитку сфери послуг в Україні.

5. Склад і структура сфери послуг.

6. Особливості класифікації послуг (класифікація ВТО, класифікація ЮНКТАД, класифікація МВФ). Галузева класифікація послуг. Класифікація послуг за функціональною спрямованістю. Загальнодержавні класифікатори послуг населенню.

7. Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС). Основна мета угоди. Структура та основні елементи ГАТС. Види послуг, на які розповсюджується ГАТС.

8. Динаміка міжнародної торгівлі послугами. Структура світової торгівлі послугами.

9. Україна на світовому ринку послуг.

10. Мета державного регулювання соціально-економічних процесів у сфері послуг. Передумови втручання держави у сферу послуг. Проблеми регулювання сфери послуг на державному рівні.

11. Дозвільні документи на надання послуг.

12. Культура надання послуг. Проблеми якості та безпеки послуг у практиці сучасного сервісу. Управління якістю послуг, контроль якості та безпека обслуговування.

13. Сертифікація в управлінні якістю послуг. Особливості оцінки конкурентоспроможності послуг.

14. Роль побутових послуг, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

15. Характеристика основних видів побутових послуг: ремонт, фарбування та пошиття взуття; ремонт та пошиття швейних, хутрових та шкіряних виробів, головних уборів та виробів текстильної галантереї.

16. Характеристика основних видів побутових послуг ремонт, пошиття та плетіння трикотажних виробів; ремонт і технічне обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів.

17. Характеристика основних видів побутових послуг: ремонт і виготовлення металовиробів; виготовлення і ремонт меблів; хімічна чистка та фарбування, послуги пральні; будівництво житла та інших будівель.

18. Характеристика основних видів побутових послуг: технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів; послуги фотоательє, фото- та кінолабораторій.

19. Характеристика основних видів побутових послуг: транспортно-експедиційні послуги; послуги лазень і душових; перукарські послуги; послуги прокату; ритуальні та обрядові послуги.

20. Роль послуг пасажирського транспорту, їх структура та значення для населення.

21. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг пасажирського транспорту.

22. Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту.

23. Роль послуг зв'язку, їх структура та значення для населення.

24. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг зв'язку.

25. Характеристика основних видів послуг зв'язку.

26. Роль житлово-комунальних послуг, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

27. Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг.

28. Шляхи вдосконалення житлово-комунальних послуг та підвищення їх ефективності. Повнота надання житлово-комунальних послуг та контроль їх якості.

29. Роль послуг установ культури, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

30. Характеристика основних видів послуг установ культури: Шляхи вдосконалення послуг установ культури та підвищення їх ефективності.

31. Роль туристичних та екскурсійних послуг, їх структура та значення для населення.

32. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання туристичних та екскурсійних послуг.

33. Характеристика основних видів туристичних та екскурсійних послуг.

34. Шляхи вдосконалення туристичних та екскурсійних послуг та підвищення їх ефективності.

35. Роль послуг фізичної культури і спорту, їх структура та значення для населення. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.

36. Характеристика основних видів послуг фізичної культури і спорту. Шляхи удосконалення послуг фізичної культури і спорту та підвищення їх ефективності.

37. Роль медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг, їх структура та значення для населення.

38. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг.

39. Характеристика основних видів медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг. Шляхи вдосконалення медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та підвищення їх ефективності.

40. Повнота надання медичних, санаторно-оздоровчих, ветеринарних послуг та контроль їх якості.

41. Роль послуг правового характеру, їх структура та значення для населення.

42. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг правового характеру.

43. Характеристика основних видів послуг правового характеру.

44. Шляхи вдосконалення послуг правового характеру та підвищення їх ефективності. Повнота надання послуг правового характеру та контроль їх якості.

45. Роль послуг банків, їх структура та значення для населення.

46. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг банків.
47. Характеристика основних видів послуг банків.
48. Шляхи вдосконалення послуг банків та підвищення їх ефективності.
49. Роль послуг у галузі освіти, їх структура та значення для населення.
50. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг у галузі освіти.
51. Характеристика основних видів послуг у галузі освіти.
52. Шляхи вдосконалення послуг у галузі освіти та підвищення їх ефективності.
53. Роль послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків, їх структура та значення для населення.
54. Основні нормативно-технічні документи, що регламентують надання послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків.
55. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги роздрібно торгівлі; послуги оптової торгівлі.
56. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги харчування; послуги щодо виробництва кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції.
57. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги з організації дозвілля.
58. Характеристика основних видів послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків: послуги сільськогосподарських ринків; послуги речових ринків.
59. Шляхи вдосконалення послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків та підвищення їх ефективності.
60. Повнота надання послуг торгівлі та громадського харчування, послуг ринків та контроль їх якості.

## Приклад побудови екзаменаційного білету

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра комерційної діяльності та підприємництва

Екзаменаційний білет № 1

з навчальної дисципліни «Товарознавство (Послуги)»  
для студентів напряму підготовки «Товарознавство та  
торговельне підприємництво»

ППС «Товарознавство та комерційна діяльність»

«Товарознавство та експертиза в митній справі»

Освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

1. Поняття та сутність послуги як товару. Історичні передумови виникнення ринку послуг.
2. Тенденції регіонального розвитку сфери послуг.
3. Тестові завдання:
  1. Назвіть види туристичних послуг:
    - а) основні та додаткові туристичні послуги;
    - б) основні, супутні та додаткові туристичні послуги;
    - в) супутні, додаткові та платні туристичні послуги.
  2. Залежно від швидкості оброблення і перевезення поштові відправлення бувають:
    - а) без оголошеної цінності, з оголошеною цінністю;
    - б) прості та рекомендовані;
    - в) пріоритетні та непріоритетні.
  3. На які категорії поділяють послуги:
    - а) матеріальні та нематеріальні;
    - б) нематеріальні та невідчутні;
    - в) матеріальні та речові.
  4. Серед особливостей послуг як товару виокремлюють:
    - а) невідчутність;
    - б) видимість;
    - в) неможливість збереження.

5. *Послуга – це:*
- а) цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається в термінах споживчої вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини;
  - б) економічна діяльність одного відособленого та незалежного суб'єкта на користь та за згодою іншого за певну винагороду з його боку;
  - в) зміна у становищі інституційної одиниці, що відбулася в результаті дій та за взаємною згодою з іншою інституційною одиницею;
  - г) усі відповіді правильні;
  - д) жодна з відповідей неправильна.
6. *До побутових послуг не належать:*
- а) послуги з ремонту взуття;
  - б) послуги з ремонту житла;
  - в) послуги з виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням;
  - г) послуги з ремонту автомобілів;
  - д) правильної відповіді немає.
7. *Неустойка – це:*
- а) штраф за передчасне розірвання договору споживачем;
  - б) грошова компенсація за зіпсоване майно споживача;
  - в) сума штрафу, яку боржник має сплатити кредиторю за неналежного виконання ним договірних зобов'язань.
8. *Підприємство побутового обслуговування має право після письмового нагадування реалізувати виріб через:*
- а) 3 місяці;
  - б) 6 місяців;
  - в) 12 місяців;
  - г) 24 місяці.
9. *Основним нормативно-правовим актом щодо надання послуг у житлово-комунальній сфері є:*
- а) Закон України «Про захист прав споживачів»;
  - б) Закон України «Про житлово-комунальні послуги»;
  - в) Правила побутового обслуговування населення;
  - г) Цивільний кодекс України;
  - д) Житловий кодекс України.

10. Банківські операції та послуги розрізняють на:

- а) прями та непрями;
- б) покриті та непокриті;
- в) традиційні та нетрадиційні;
- г) усі відповіді помилкові.

### Шкала нарахування підсумкових балів з дисципліни «Товарознавство (Послуги)»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС*	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та підсумковим контролем

\*ЄКТС – Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система.

## ГЛОСАРІЙ

**Агентська угода** – договір між особою, яка наймає агента, й агентом, відповідно до якого агенту доручається на певних умовах виконання від імені та в інтересах наймача певних послуг, дій, обов'язків.

**Ваучер (англ. voucher)** – документ, який підтверджує право на отримання послуги.

**Венчурна (англ. venture – ризикувати) фірма** – спеціально створене підприємство для реалізації науково-технічних ідей, пов'язаних зі значним ризиком.

**Венчурний (ризикований) бізнес** – вид бізнесу, орієнтований на використання неапробованих практикою технічних і технологічних новинок, результатів науково-технічних досягнень.

**Відбудовний ремонт** – ремонт, виконаний унаслідок виникнення стихійного лиха (пожежа, повінь, землетрус, ураган і т. п.).

**Готельний комплекс (лат. *complexus* – зв’язок, поєднання)** – висококатегорійний готель, що надає максимальну кількість послуг, володіє сукупністю забезпечувальних служб, кожна з яких має специфічні функції.

**Гральний бізнес** – діяльність, пов’язана із влаштуванням казино, інших гральних місць (домів), гральних автоматів із грошовим або майновим вигрешем, проведення лотерей (крім державних) та розіграшів із видачею грошових вигрешів у готівковій або майновій формі.

**Державний кадастр (франц. *cadastre*) природних територій курортів України** – система відомостей про правовий статус, належність, режим, географічне положення, площу, запаси природних лікувальних ресурсів, якісні характеристики цих територій, їх лікувальну, профілактичну, реабілітаційну, природоохоронну, наукову, рекреаційну та іншу цінність.

**Експерт (лат. *expertus* – досвідчений)** – висококваліфікований, спеціально підготовлений спеціаліст, який оцінює якість послуг на ринку.

**Експертиза (франц. *expertise*)** – дослідження будь-яких питань, вирішення яких потребує спеціальних знань, із представленням мотивованого висновку.

**Експертне оцінювання побутових послуг** – сукупність операцій із вибору комплексних або одиничних характеристик послуг (робіт, виробів) щодо визначення їх справжніх значень, підтвердження експертами їхньої відповідності встановленим вимогам і товарній інформації.

**Експлуатаційні інструкції** – перелік основних технічних характеристик устаткування, докладний опис органів управління і контролю, а також прийомів пуску і зупинки роботи устаткування.

**Електронні комунікації** – різноманітні засоби зв’язку і спілкування (мережа передавання даних, електронна пошта, телеконференції, електронні дошки оголошень і бюлетені).

**Електронні угоди** – дії щодо встановлення, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків із використанням технічних і програмних можливостей електронних мереж.

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

**Житлово-комунальні послуги** – 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.

**Жорстка система планових профілактичних ремонтів** – проведення регулярного і дуже трудомісткого розбирання всього устаткування, що повинно проводитися через певні проміжки часу. При кожному такому капітальному ремонті значна частина деталей і вузлів устаткування ремонтується чи замінюється новим.

**Загальна вартість володіння** – сума витрат, пов'язаних із товаром, починаючи з його розроблення і завершуючи знищенням.

**Заклади охорони здоров'я** – підприємства, установи, організації, завданням яких є забезпечення різноманітних потреб населення в галузі охорони здоров'я шляхом надання медико-санітарної допомоги, здійснення профілактичних і лікувальних заходів, послуг медичного характеру, виконання інших функцій на основі професійної діяльності медичних працівників.

**Засоби зв'язку** – технічне обладнання, що використовується для організації зв'язку.

**Змінні деталі устаткування** – усі деталі, що замінюються у процесі експлуатації та ремонту.

**Змішане обслуговування** – усілякі комбінації послуг, що надаються, які відповідають численним способам використання устаткування протягом усього терміну його експлуатації.

**Інжиніринг** – надання виробничих, комерційних, науково-технічних та інших послуг спеціалізованими інженерно-консультативними фірмами, промисловими, будівельними та іншими компаніями.

**Інформаційний продукт** – сукупність даних, сформована їхніми виробниками для подальшого поширення.

**Інформаційні послуги** – забезпечення споживачів різноманітними інформаційними продуктами.

**Інформація** – сукупність відомостей, які приймаються з навколишнього середовища (вхідна інформація), видаються у навколишнє середовище (вихідна інформація) або зберігаються у певній системі.

**Канал збуту послуг** – шлях послуг від виробника до кінцевого споживача та учасників цього процесу.

**Капітальний ремонт** – ремонт, здійснюваний з метою відновлення справності та повного або близького до повного відновлення ресурсу виробу чи заміною, відновленням будь-яких його частин, у т. ч. базові, та їхнім регулюванням (ДСТ 18322-73).

**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.

**Консалтинг** – діяльність спеціалізованих компаній щодо надання інтелектуальних, інформаційних послуг суб'єктам ринку (виробникам, продавцям, покупцям) з різноманітних виробничих, організаційних, юридичних, маркетингових, фінансових та інших питань.

**Ліцензіар** – власник винаходу, патенту, технічної або психологічної новинки.

**Ліцензіат** – особа, яка отримує право на використання об'єктів інтелектуальної власності.

**Ліцензійна угода (договір)** – угода про надання прав на виробниче і комерційне використання винаходів, технічних знань, товарних знаків та ін.

**Ліцензійні послуги** – послуги, які здійснюють суб'єкти бізнесу щодо надання права використання винаходу або іншого технічного досягнення на основі ліцензійної угоди.

**Матеріальні послуги** – послуги, на які затрачається праця, наслідком якої є створення певних матеріальних благ.

**Міжнародна торгівля послугами** – система міжнародних товарно-грошових відносин між суб'єктами різних країн із приводу купівлі-продажу послуг.

**М'який сервіс** – поєднує весь комплекс інтелектуальних послуг, пов'язаних з індивідуалізацією, тобто з більш ефективною експлуатацією товару в конкретних умовах роботи в певного споживача, а також просто з розширенням сфери корисності товару для нього.

**Наука** – високоорганізована, високоспеціалізована дослідницька діяльність щодо виробництва об'єктивних знань про природу, суспільство, мислення.

**Науково-технічне обслуговування** – суспільні відносини, що формуються у процесі науково-технічної діяльності з метою одержання нових знань, використання їх для створення і вдосконалення засобів, знарядь, предметів та умов праці, життя людини, духовного й культурного розвитку суспільства.

**Науково-технологічний центр** – форма інтеграції науки та виробництва (співробітництва наукових, навчальних закладів із промисловими фірмами), суть якої полягає у перетворенні наукових ідей на науково-технічну продукцію.

**Нематеріальні послуги** – послуги, скеровані у сферу особистого споживання.

**Неустойка** – сума штрафу, яку боржник (виконавець) має сплатити кредитору (замовнику) за неналежного виконання ним договірних зобов'язань або зобов'язань, що випливають із законів.

**Норма часу** – оптимальні витрати часу, встановлені на виконання одиниці послуги (роботи).

**Ноу-хау** – не забезпечені правовим захистом технічні знання, вміння та досвід, які мають комерційну цінність і можуть застосовуватися у виробничій та професійній практиці.

**Організація і технологія надання послуг** – комплекс впорядкованих організуючих дій, спрямованих на забезпечення взаємодії предметів, знарядь праці та трудових операцій у процесі виробництва і надання послуг.

**Освіта** – процес формування знань, духовного обличчя людини під впливом інтелектуальних надбань, моральних і духовних цінностей, процес виховання і самовиховання.

**Патент** – документ, виданий компетентним державним органом, який засвідчує авторство винаходу та виняткові права на нього, а також документ, який засвідчує право на певну діяльність.

**Підприємство (оператор) зв'язку** – підприємство, що здійснює господарську діяльність для забезпечення функціонування засобів, споруд і мереж зв'язку з метою надання послуг зв'язку.

**Побутова послуга** – особлива споживча якість, яка задовольняє конкретну побутову потребу індивіда, групи та ін.

**Побутове обслуговування населення** – організована діяльність суб'єктів бізнесу, пов'язана з наданням побутових послуг.

**Побутові послуги** – вид діяльності суб'єктів бізнесу щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника.

**Послуга** – товар особливого виду, діяльність, благо, що задовольняє потреби індивіда, виробництва і суспільства, має споживчу вартість і вартість, результат якої може мати матеріальну і нематеріальну форми.

**Послуга зв'язку** – продукт (результат) діяльності оператора зв'язку, спрямований на задоволення потреб споживачів.

**Послуги пасажирського транспорту** – послуги щодо переміщення у просторі та часі пасажирів (багажу) з виробничими або приватними цілями. Використовуються споживачами лише в момент їх виконання.

**Поточний ремонт** – ремонт, здійснюваний у процесі експлуатації для гарантованого забезпечення працездатності виробу і полягає в заміні й відновленні окремих частин та їхньому регулюванні (ДСТ 18322-73).

**Просування послуг на ринок** – сукупність дій, заходів, які використовує продавець послуг з метою підвищення попиту на них, активізації, розширення обсягів їх збуту.

**Ремонтпридатність** – це властивість об'єкта, що полягає в пристосованості до попередження і виявлення причин його відмов, ушкоджень, а також усуненні цих причин та їхніх наслідків шляхом проведення ремонтів і технічного обслуговування.

**Ринок інформації** – економічні відносини з приводу збирання, оброблення, систематизації, купівлі-продажу інформації (інформаційних товарів, послуг).

**Ринок послуг** – сукупність динамічних у часі й локалізованих у просторі соціально-економічних відносин, які формуються та реалізуються у процесі задоволення платоспроможного попиту реальних і потенційних споживачів пропозицією послуг, забезпечують пропорційність їх відтворення.

**Сервіс** – робота з надання послуг, тобто із задоволення потреб.

**Сервісна політика** – система дій і рішень, пов'язаних із формуванням у споживача переконання, що з покупкою конкретного виробу чи комплексу він гарантує собі надійні тили і може концентруватися на своїх основних обов'язках.

**Соціально-культурні послуги** – послуги, скеровані на задоволення соціальних проблем населення. Вони стосуються сфери охорони здоров'я, освіти, науки, культурних (туризм, мистецтво) та інших потреб.

**Стандарт** – документ, що встановлює для загального й багаторазового застосування загальні принципи або характеристики діяльності, її результатів із метою досягнення їх оптимальності.

**Стандарти обслуговування** – це організаційно-інструктивні та певною мірою методичні документи, розроблювальні спільно системотехніками, фахівцями сервісу й економістами фірми. У них відбиті вимоги щодо цілей, організацій, технологій і забезпечення окремими видами сервісних робіт, виконання яких гарантує високу міру задоволеності покупця. У документа багаточільове призначення, оскільки він одночасно виступає і як робоча інструкція, і як контрольно-оцінний матеріал, і навіть як міні-підручник для починаючих працівників.

**Страховий поліс** – свідоцтво (документ), видане страховим товариством (страхувальником) застрахованій особі (страховику).

**Страховик** – суб'єкт страхових відносин, який із настанням страхового випадку має право отримати страховий платіж, послугу.

**Термін служби** – сукупність життєвих фаз одиниці «продукції», що розуміється як корисна функція, починаючи з її виробництва і закінчуючи її знищенням, чи принаймні, припиненням її використання останнім відомим споживачем.

**Технічне обслуговування (ТО)** – різного роду огляди, ремонти, перевірки в необхідних сполученнях, обумовлених часом, що минув з початку експлуатації виробу і/або останнього технічного обслуговування певного виду.

**Технології гостинності** – технології виробництва послуг задля створення комфортних умов споживачам, вияву персональної уваги до них, забезпечення позитивного іміджу підприємства.

**Технопарк** – науково-інноваційні комплекси, метою функціонування яких є розроблення новітніх технологій, упровадження науково-технічних розробок, виробництво продукції у наукомістких галузях економіки.

**Технополіси** – спеціально створені комплекси, які об'єднують науку, техніку, економіку, підприємництво, мистецтво управління задля реалізації актуальних інноваційних проектів.

**Торговельні послуги** – різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям у процесі придбання або споживання товарів.

**Торговельно-посередницькі послуги** – комерційна, представницька діяльність фізичних та юридичних осіб щодо здійснення окремих стадій торговельного обігу на договірних засадах.

**Торговий патент** – державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта бізнесу на ринку послуг або його структурних підрозділів займатися певними видами підприємницької діяльності.

**Транспортні послуги** – послуги, пов'язані з перевезенням готової продукції, сировини та напівфабрикатів із місць виробництва до пунктів споживання або подальшого перероблення.

**Туризм** – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчими, пізнавальними або професійно-діловими цілями без зайняття оплачуваною діяльністю.

**Туристичне агентство** – роздрібна фірма, яка є посередником між туроператорськими фірмами або обслуговувальними підприємствами та клієнтами-туристами.

**Туристичні корпорації** – об'єднання задля спільної діяльності причетних до надання туристичних послуг підприємств у самостійну господарську одиницю.

**Туристичні операції** – вид діяльності, спрямованої на купівлю-продаж туристичних послуг і товарів туристичного попиту з метою задоволення культурних і духовних потреб туристів.

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

**Туроператорська фірма** – туристична оптова фірма, що діє як посередник між підприємствами туристичної індустрії й турагентствами.

**Фірмовий сервіс** – це система взаємин між виготовлювачем і споживачем промислової продукції, що характеризується особистою участю виготовлювача в забезпеченні ефективного використання виробу протягом усього життєвого циклу, у підтримці машин, устаткування, пристроїв у постійній готовності до використання.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Співак Л. С. Формування ринку послуг у трансформаційній економіці : дис. канд. екон. наук : 08.01.01 / Л. С. Співак; Київський національний економічний університет. – Київ, 2002. – 192 с.
2. Песоцкая О. В. Маркетинг услуг / О. В. Песоцкая. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 157 с.
3. Організація і технологія надання послуг / Апопій В. В., Олексин І. І., Шутовська Н. О., Футало Т. В. – Київ : Академія, 2006. – 311 с.
4. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – Москва : Финансы и статистика, 2000. – 175 с.
5. Гелловэй Л. Операционный менеджмент / Л. Гелловэй. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 320 с.
6. Дорош М. С. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент сервісу» для студентів спеціальності «Менеджмент організацій» усіх форм навчання / М. С. Дорош, Є. Ю. Сахно. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2007. – 153 с.
7. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / Н. А. Зайцева. – Москва : Академия, 2005. – 235 с.
8. Комаров Н. М. Менеджмент сервиса бытовой и офисной техники / Н. М. Комаров. – Москва : ДиС, 2005. – 240 с.
9. Кулибанова В. В. Маркетинг: сервисная деятельность / В. В. Кулибанова. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 240 с.
10. Морозова Е. Я. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы : учеб. пособие / Е. Я. Морозова, Э. Д. Тихонова. – Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова, 2002. – 318 с.
11. Польшаков В. І. Організація та економіка технічного обслуговування та ремонту машин : конспект лекцій / В. І. Польшаков. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2003. – 97 с.
12. Саак А. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А. А. Саак, Ю. М. Пшеничных. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 512 с.

13. Ходаківська В. П. Ринок фінансових послуг: теорія і практика / В. П. Ходаківська, В. В. Беляев. – Київ, 2002. – 116 с.
14. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : навч. посіб. / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 448 с.
15. Закон України «Про захист прав споживачів». – Київ, 1991.
16. Закон України «Про залізничний транспорт». – Київ, 1996.
17. Закон України «Про зв'язок». – Київ, 1995.
18. Закон України «Про інформацію». – Київ, 1992.
19. Закон України «Про лізинг». – Київ, 1992
20. Закон України «Про науково-технічну інформацію». – Київ, 1993.
21. Закон України «Про освіту». – Київ, 1991.
22. Закон України «Про транспорт». – Київ, 1994.
23. Закон України «Про туризм». – Київ, 1995.
24. Правила побутового обслуговування населення. Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 04.06.99 р.
25. Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту. Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.97 р.
26. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»: від 1.06.2000 // Урядовий кур'єр. – 02.08.2000. – С. 1–8 (вкладка).
27. Господарський кодекс України: чинне законодавство України зі змінами та доповненнями станом на 5.12.13 р.: Офіц. вид. – Київ : Парламентське вид-во, 2013. – 136 с.
28. Кодекс законів про працю України. Станом на 5.12.13 р.- Офіц.вид. – К.: Парламентське вид-во, 2013. – 86 с.
29. Податковий кодекс України. Офіц. вид. – Київ : Парламентське вид-во, 2013. – 512 с.

## ЗМІСТ

<i>Вступ</i> .....	3
Навчальна програма навчальної дисципліни .....	4
Методичні рекомендації до самостійного вивчення навчальної дисципліни.....	12
МОДУЛЬ 1. Ринок послуг в національній економіці .....	12
Тема 1. Послуга як специфічний товар .....	12
Тема 2. Послуги у міжнародній торгівлі.....	18
Тема 3 Якість, безпека та конкурентоспроможність послуг .....	24
МОДУЛЬ 2. Організація та технологія надання послуг .....	29
Тема 4. Побутові послуги та умови їх надання.....	29
Тема 5. Послуги пасажирського транспорту .....	36
Тема 6. Послуги зв'язку .....	39
Тема 7. Житлово-комунальні послуги.....	42
Тема 8. Послуги установ культури .....	54
Тема 9. Туристичні та екскурсійні послуги .....	56
Тема 10. Послуги фізичної культури і спорту .....	61
Тема 11. Медичні, санаторно-оздоровчі, ветеринарні послуги .....	66
Тема 12. Послуги правового характеру.....	70
Тема 13. Послуги банків .....	73
Тема 14. Послуги в галузі освіти.....	98
Тема 15. Послуги торгівлі, громадського харчування, послуги ринків .....	102
Тема 16. Окремі види послуг населенню .....	131
Індивідуальні завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання.....	144
Перелік питань з підготовки до поточного модульного контролю .....	147
Порядок і критерії оцінювання знань студентів.....	153
Глосарій.....	161
Список рекомендованих інформаційних джерел .....	170

Навчально-методичне видання

**ТЯГУНОВА** Наталія Михайлівна  
**СПОРИШ** Оксана Анатоліївна  
**ЛІСІЦА** Вікторія Вікторівна та ін.

# **ТОВАРОЗНАВСТВО (ПОСЛУГИ)**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

Головний редактор *М. П. Гречук*  
Редагування *О. Г. Бриль*  
Комп'ютерне верстання *Г. А. Бжікян*

*Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 10,8.*  
*Зам. № 265/166.*

*Видавець і виготовлювач*  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*  
*«Полтавський університет економіки і торгівлі»,*  
*к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*