

Худик І.
магістрантка II курсу спеціальності 103 Науки про Землю
Науковий керівник –доц. Кузишин А.В.

РОЛЬ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ (ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ)

Теоретичні засади територіальної організації сфери послуг були закладені у 30-х роках ХХ ст. В. Кристаллером та А. Льошем. Вони першими розглядали сферу послуг як систему центрів обслуговування різних рангів та їхніх зон обслуговування. Результатом такого розгляду стала теорія центральних місць (ТЦМ). Основні поняття ТЦМ такі: пороги послуг; радіуси послуг; центри обслуговування (центральні місця); ранги послуг; ранги центрів обслуговування (центральних місць); зони обслуговування; ієрархія центральних місць та їх зон обслуговування; просторова суперпозиція (накладання) зон обслуговування різних рангів.

Поріг послуг визначається мінімальною кількістю споживачів (клієнтів), які роблять можливою та економічно рентабельною (вигідною) організацію відповідного виду обслуговування. Для різних видів послуг такі пороги неоднакові. У вітчизняній практиці містобудування аптечна мережа формувалась, наприклад, з розрахунку одна аптека на 10 тис. населення, підприємства громадського харчування – 24 посадочних місця на 1 тис. населення і т. д.

Радіус обслуговування (радіус реалізації послуг) являє собою максимальну відстань, яку погоджується долати споживач для одержання даної послуги. В економічному аспекті радіус обслуговування обмежується тією найбільшою сумою витрат, яку зможе витримати клієнт з розрахунку ціна послуги плюс транспортні витрати. Зрозуміло, що для різних видів послуг радіус обслуговування може бути дуже різним.

Центром обслуговування (за В. Кристаллером – центральним місцем) можуть виступати як окремі підприємства сфери послуг (кіоск, магазин, школа, лікарня і т. д.), так і населені пункти в цілому або ж їхні частини – мікрорайони, масиви і т. д.).

Зона обслуговування (зона реалізації послуги) – це територія, в межах якої населення одержує послугу з даного центру обслуговування. Зона обслуговування залежить від радіусу реалізації послуг та порогу послуг даного виду: радіус реалізації повинен бути таким, щоб забезпечити кількість споживачів, достатню для порогу послуг.

В свою чергу послуги ранжують за їх порогами щодо кількості споживачів та радіусами реалізації й зонами обслуговування. Послуги малих (низьких) рангів мають малі пороги, радіуси й зони обслуговування. Послуги вищих (великих) рангів виділяються більшими і значно більшими порогами, радіусами та зонами обслуговування. Перших послуг багато, других – менше. Ранги послуг добре корельовані з регулярністю попиту на них. Дрібні послуги, як правило, мають постійний і щоденний попит (хліб, вода, газ, телефон, електрика). Послуги більш високих рангів мають регулярний попит з різними термінами – раз на кілька днів, щотижневий, подекадний, щомісячний, щосезонний, щорічний. Послуги найбільш високих рангів можуть бути епізодичними і разовими: вища освіта, одруження, виїзд за кордон, придбання будинку, квартири, автомобіля і т.д.

Ієрархія центрів обслуговування (центральної місць) визначається за їх рангами – від вищих до нижчих. Розподіл видів послуг за центрами обслуговування різних рангів має кумулятивний (накопичувальний) характер: центри найнижчого рангу можуть надавати лише один вид послуг; центри наступних рангів обов'язково мають всі попередні види послуг, характерні для центрів більш низьких рангів, і додають до них один або кілька видів послуг, яких не мали центри нижчих рангів. В. Кристаллер першим встановив ієрархію центрів обслуговування та зони їхнього обслуговування

Вже в наші дні загальні принципи територіальної організації сфери послуг за ТЦМ сформулював В.М. Юрківський, (1989):

1) чим більшим є населений пункт (центральне місце), тим більше в ньому підприємств даного виду послуг;

2) із зростанням населення населеного пункту збільшується і набір (перелік) послуг різних видів, але таке збільшення йде по низхідній, дедалі повільніше;

3) послуги вищих рангів можна зустріти лише в великих населених пунктах, які являють собою центри обслуговування (центральної місця) вищих рангів;

4) існує ієрархія центрів обслуговування (центральної місць) за такою схемою: а) найвищий ранг має один центр обслуговування; б) центрів обслуговування вищих рангів небагато; в) кількість центрів обслуговування кожного наступного (нижчого) рангу зростає, орієнтовно, у 6 разів (гексагональна мережа); г) центри обслуговування (центральної місця) даного рангу мають весь перелік послуг центрів обслуговування всіх попередніх (нижчих) рангів;

5) із зростанням населення даного центру розвиток його сфери послуг все зростаючою мірою визначатиметься потребами населення самого центру, а не його оточення;

6) з розвитком продуктивних сил краю кількість центрів обслуговування нижчих рангів має тенденцію до скорочення.

Теоретична схема розміщення центрів обслуговування розглядається для умовної однорідної (ізотропної) території з рівномірним розселенням населення та розвинутою транспортною мережею. У цьому випадку транспортні витрати будуть пропорційні відстаням, центри одного рангу матимуть однакові зони обслуговування і будуть розподілені рівномірно, на вузлах правильної «трикутної мережі» транспортних магістралей. Зони обслуговування при цьому будуть мати форму правильних шестикутників і нагадуватимуть «бджолині стільники», що забезпечують щільне покриття території без розривів і перекриттів.

Схема розміщення центральних місць В. Кристаллера була геометрично чіткою та ієрархічною. А. Льош спробував наблизити її до реальної ситуації, значно ускладнив і назвав економічним ландшафтом. Значення ТЦМ у суспільній географії надзвичайно високе. За висловом А. Льоша, вона дає змогу побачити «замаскований порядок» у територіальній організації сфери послуг.

Проблеми розвитку й раціональної територіальної організації сфери послуг набувають у наш час першорядного значення, оскільки все зростаюча частина населення зайнята в сфері послуг, а рівень розвитку соціальної сфери стає головним показником якості життя. Географічні дослідження сфери послуг можуть бути галузевими або комплексними. У першому випадку розглядають територіальну організацію окремої галузі (чи певного виду послуг) і аналізують територіальні відмінності її розміщення та рівня розвитку. У другому – сфера послуг розглядається в цілому для окремих країн, регіонів, міст. Оцінці підлягає її галузева повнота, склад і структура, особливості територіальної взаємодії різних видів послуг, рівень обслуговування.

Сукупність підприємств і закладів обслуговування на певній території утворює мережу обслуговування, яку називають також соціальною інфраструктурою. Населені пункти, в яких розміщені підприємства сфери послуг, називають центрами обслуговування. Центри обслуговування разом із їхніми зонами обслуговування, підприємствами і закладами, розміщені на певній території (область, район, місто, курортна зона і т. д.), називають територіальною системою обслуговування або територіальною системою послуг.

Розміщення підприємств сфери послуг має свої особливості порівняно з прив'язкою промислових підприємств. Як було показано у попередніх розділах, промислові підприємства мають багато різноманітних орієнтацій, які необхідно враховувати при їх розміщенні: орієнтації на сировину, матеріали, енергію, воду, транспорт, газопостачання, робочу силу, ринки збуту, кооперацію, комбінування, екологічну безпеку і т.д. Підприємства сфери послуг мають одну орієнтацію – на споживача. Щоправда, споживання послуг може бути дуже різним щодо його масовості, регулярності, видів послуг та ін. І ще одна вимога щодо розміщення підприємств обслуговування: споживач повинен мати доступ до послуг усіх видів. Іншими словами, підприємства сфери послуг необхідно розміщувати так, щоб забезпечити населення повним переліком різних послуг.

У радянській економіці планування розвитку сфери послуг та її розміщення базувалось на нормативах обслуговування. Пропорційно кількості населення розраховувалась необхідна ємкість або потужність відповідних видів обслуговування. Щоправда, «залишковий» принцип фінансування сфери послуг робив недосяжним цей нормативний рівень обслуговування для всіх регіонів і міст, крім столиць. І ще одна обставина: нормативний метод не давав відповіді на питання, де найкраще розмістити те чи інше підприємство сфери послуг. Нормативний підхід працював з точністю «до району» або до «міста».

Для того, щоб розробити картографічну схему (модель) територіальної організації сфери послуг на основі ТЦМ, потрібно визначити:

- 1) перелік послуг та їх систематику за галузями, видами й підвидами, масовістю – індивідуальністю, регулярністю споживання;
- 2) ієрархію центрів обслуговування – центральних місць, та перелік видів послуг, характерний для центрів обслуговування різних рангів;
- 3) пороги послуг різних видів за мінімальною кількістю клієнтів, що забезпечують ефективне (рентабельне) функціонування даної галузі та окремих її підприємств і закладів;
- 4) радіуси послуг різних видів за максимальною їх доступністю з урахуванням транспортних витрат населення;
- 5) зони обслуговування центрів різних рангів та їх просторову композицію (суперпозицію): зони центрів різних рангів повинні територіально накладатися так, щоб забезпечити доступність населення будь-якого населеного пункту до повного переліку послуг.

Висновки. Сьогодні суспільна географія володіє достатньою теоретичною базою для проведення аналізу територіальної організації для формування сфери послуг на регіональному рівні.

Список використаних джерел:

1. Кузишин А.В. Підходи до вивчення соціально-географічних досліджень в Україні та світі // Наукові записки. Серія: Географія. Спецвипуск. – Тернопіль, 2007. – № 2. – С. 66-69.
2. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): Монографія / За ред. проф. Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. – С. 16-83
3. Куценко В.І., Остафійчук Я.В. Трансформація соціальної сфери України: регіональний аспект: Монографія / За ред. С.І. Дорогунцов. – К.: Оріяни, 2005. – С.11-35, 81-111.
4. Лавров С.В., Анохін А.А., Агафонов Н.Г. Социальная география: проблемы становления научного направления / Социальная география СССР. – Ленинград: Изд. ГО СССР, 1984. – С. 3-13.
5. Немец Л.Н. Устойчивое развитие: социально-географические аспекты. – Харьков: Факт, 2003. – С. 117-132, 141-171.
6. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Вступ до соціальної географії. – К.: Знання, 2000. – С. 15-35, 55-125.
7. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії. – К.: Вища школа. – С. 46-62.
8. Топчів О.Г. Основи суспільної географії: підручник для студ. географ. спеціальностей вищих навч. закладів. – Одеса: «Астропринт», 2009. – С. 395-420.
9. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Підручник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – С. 25-29, 261-265.

Черновський А.

*магістрант II курсу спеціальності 014 Середня освіта (Географія)
Науковий керівник – доц. Потокій М.В.*

СЛАВУТСЬКИЙ ПРОМИСЛОВИЙ ЦЕНТР: ІСТОРІЯ, СЬОГОДЕННЯ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Мета статті: показати історію розвитку промислового виробництва в місті Славута, охарактеризувати сучасний його стан та окреслити перспективи розвитку у майбутньому.

Постановка проблеми. Славутський промисловий центр відіграє значну роль у територіальному поділі праці як на місцевому (локальному), так і на внутрішньообласному й регіональному (в межах Подільського суспільно-географічного району) рівнях. Економічний розвиток Славuti розпочався після возз'єднання Правобережної України з Лівобережною в складі Росії, проведення реформи 1861 р. та побудови залізничної лінії Шепетівка – Здолбунів.