

География сектора услуг



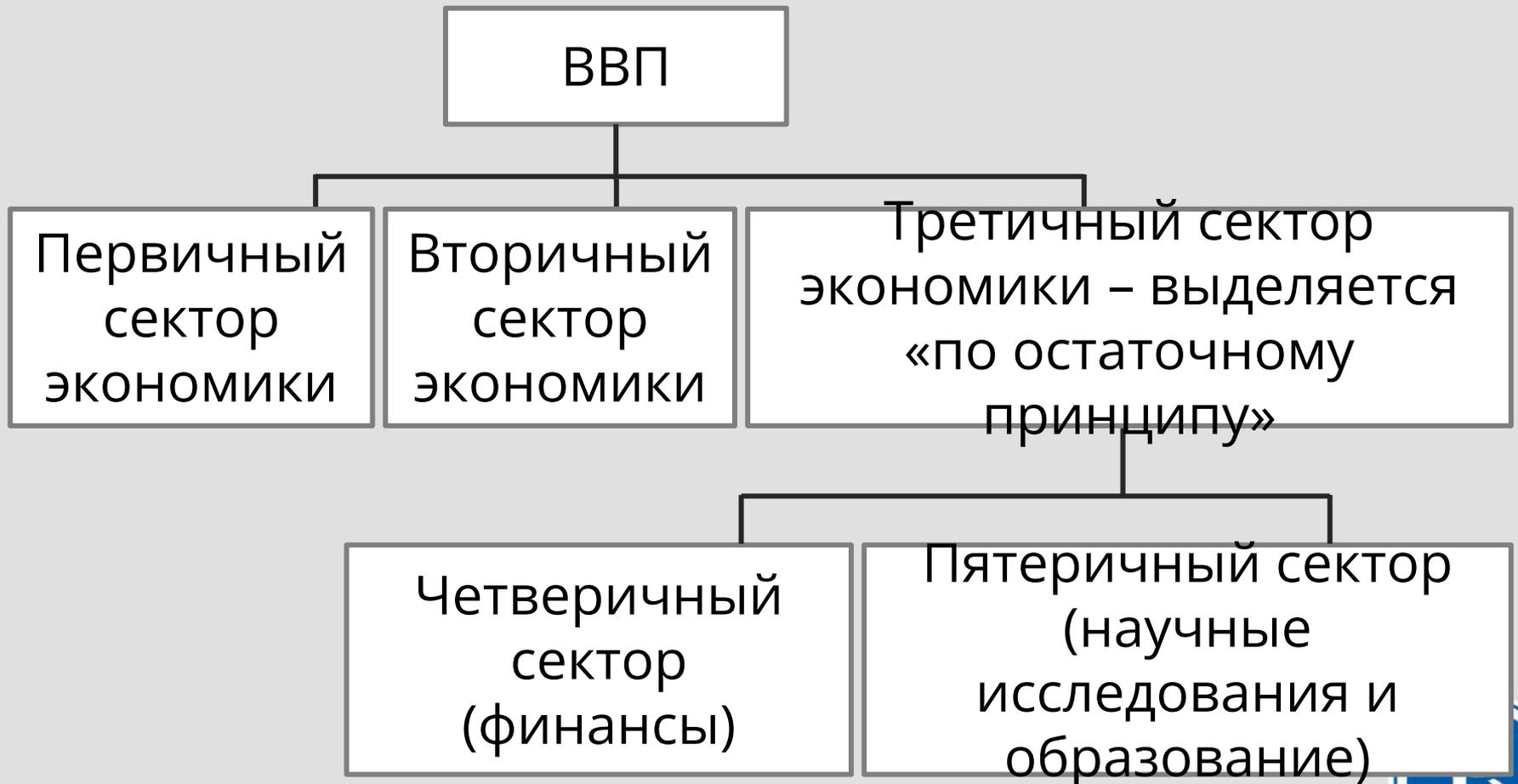
Структура урока

- Четвертичный и пятеричный сектора экономики;
- Терциализация экономики;
- Виды услуг;
- Потребительский фактор размещения;
- География инноваций.



Терциаризация экономики

Терциаризация экономики – это процесс повышения роли услуг в обществе.



Понятие «сферы услуг»

Сфера услуг – это сектор экономики, где производятся блага, полезный эффект которых проявляется в самом процессе их создания.

По характеру услуги

Потребительские услуги, т.е. Услуги населению (образование, пр.)	Услуги производственным субъектам (business to business)	Услуги гос. управления, услуги обеспечения безопасности
--	--	---

По роли НТР в развитии сферы услуг

Третичный сектор–инфраструктурный (транспорт, связь, передача электричества и тепла)	Четвертичный сектор – распределительно-обменный (торговля, страхование, финансы)	Пятеричный сектор–социально-управленческий (управление, наука, образование, здравоохранение, искусство)
--	--	---

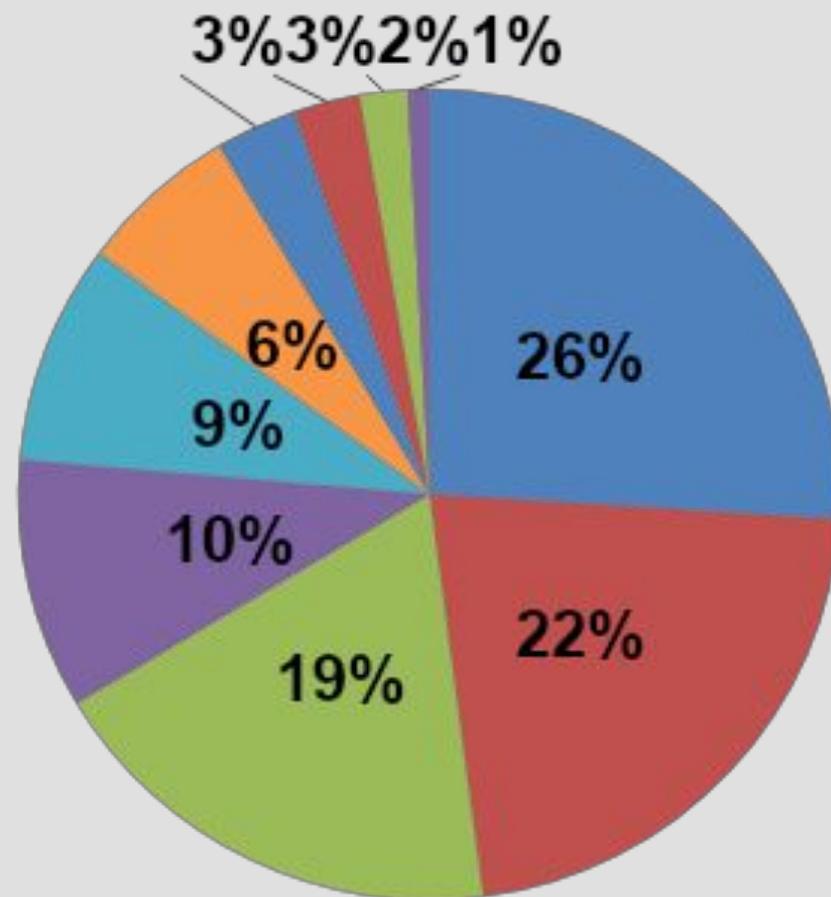
Различия по странам мира

Развитые страны доминируют в объеме оказания услуг, в также в международном экспорте услуг.

Регион	Экспорт услуг, 2015, млн. долл./%	Удельный экспорт услуг, долл./чел.
Мир	4 826 030	660
Экономически развитые страны	67%	-
Развивающиеся страны	31%	-
Страны с переходной экономикой	2%	-
США	15%	2210
Китай	6%	210
Россия	1%	360
Египет	0,4%	210

Экспорт услуг в мире, 2015

- Туризм
- Прочие деловые услуги
- Транспорт
- Телекоммуникации
- Финансы
- Интеллектуальная собственность
- Услуги, связанные с товарами
- Страхование
- Строительство
- Личные, культурные и рекреационные услуги



Туризм

Международный туризм – это вид деятельности, направленный на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса с целью удовлетворения культурных и духовных потребностей иностранного туриста.

Основные цели туризма (2015):

- Отдых (53% всех путешествий),
- Поправление здоровья, религиозные цели (27%);
- Деловые цели (14%).

Страна	Экспорт тур. услуг, 2015, млн. долл.
<i>США</i>	180 000
Китай	115 000
Испания	56 500
Франция	45 000
Таиланд	44 500
Великобр.	43 000
Германия	37 000
Гонконг	36 000
Австралия	30 000
Турция	27 000
Австрия	18 000

Коммуникации (связь)

Связь обеспечивает **передачу** информации, её **распределение** в пространстве и **доставку** конечному потребителю.

Современный этап развития связи (в XX веке):
Первый этап (с нач. до сер. 20 в.) – радиосвязь;
Второй этап (с сер. 20 в. до совр.) – эпоха НТР, расширение сетей электросвязи, предоставление всеобщего доступа к связи, повышение мобильности связи.

Страна	Экспорт услуг связи, 2015, млн. долл.
Ирландия	63 000
Индия	58 000
Нидерланды	43 000
США	37 000
Германия	28 000
Великобр.	27 000
Китай	24 500
Франция	16 500



Финансы

К финансовым услугам **относится** деятельность банков, фондовых бирж, инвестиционных и ипотечных компаний.

Основные центры

производства и экспорта финансовых услуг:

- Нью-Йорк и Чикаго (в Америке),
- Лондон, Франкфурт, Париж, Цюрих, Женева, Люксембург (в Европе),
- Токио, Сингапур, Сянган, Кувейт (в Азии),
- оффшорные центры (Панама, Бермудские, Багамские острова, др.)

Страна	Экспорт фин. услуг, 2015, млн. долл.
США	86 000
Великобр.	85 000
Люксембург	56 000
Германия	22 000
Швейцария	21 000
Сингапур	20 000
Гонконг	19 000
Франция	12 000
Ирландия	11 000

Потребительский фактор размещения

Теория центральных мест (В. Кристаллера) - это одна из географических теорий, которая стремится объяснить количество, размер и местоположение населённых пунктов в городской системе с точки зрения организации их обслуживания.

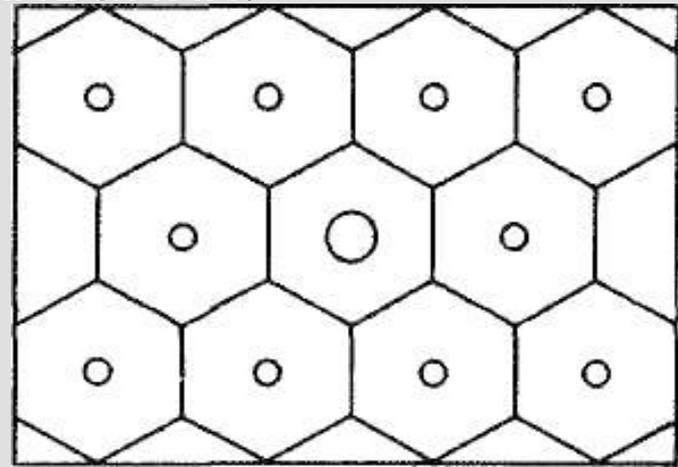
Зоны обслуживания с течением времени оформляются в

правильные шестиугольники.

Теория объясняет, **как пространственно** размещаются центры оказания услуг в зависимости от

периодичности

использования услуг



*Размещение
центральных мест
(по Кристаллеру)*



Диффузия инноваций

Диффузия инноваций (нововведений) – это процесс распространения новшеств в обществе.

Согласно теории «диффузии нововведений», процесс распространения новшеств в регионе происходит волнами (по Т. Хегерстранду):

- I стадия процесса - «**агломерация**» - формирование центра новации, где зарождаются или проходят первичную апробацию нововведения;
- II стадия - «**диффузия**» - включает радиальное распространение нововведения от центра на полупериферию и периферию, в то время как в центре нововведение затухает;
- III стадия - «**насыщение**» - инновация «заполняет» всё пространство региона.



Вопросы для размышления

- Изучите списки стран-лидеров по экспорту различных видов услуг (источник в описании). Найдите лидеров из числа развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Попробуйте объяснить, с чем связаны подобные лидерские значения экспорта услуг.



Рекомендуемые литература и источники

- Литература:
 - География сферы обслуживания (третичный сектор экономики): Учебное пособие. Авторы: В.В. Анисимова, И.А. Романова, М.Л. Некрасова. Краснодар, 2014
 - Мямлин А.П. Из истории социально-экономической мысли и народного хозяйства. Проблемы современной экономики, N 2(46), 2013
- Источники данных:
 - Доклад ООН на английском языке об экспорте/импорте услуг в странах и регионах мира (<http://unctad.org>)

