

Ведмідь Н. І.,

канд. екон. наук, докторант,
Київського національного
торгівельно-економічного
університету, Україна

Vedmid Nadiya,

PhD Associate Professor of
the Kiev National Trade &
Economic University Kiev,
Ukraine

**СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ
«СЕРВІС» У КОНТЕКСТІ
ЕКОНОМІЧНОГО ЗНАННЯ**

**SUТНІСТЬ OF CATEGORY
«SERVICE» IN CONTEXT OF
ECONOMIC KNOWLEDGE**

Окреслено термінологічні підходи до визначення категорії «сервіс» у контексті економічного і соціально-економічного знання.

The terminological going is outlined near determination of category «service» in the context of economic and socio-economic knowledge.

Повноцінне функціонування сучасного суспільства дедалі більшою мірою детермінується розвитком сфери послуг. Відомо, що швидкий розвиток сфери послуг, яка є важливим джерелом мобілізації національного зростання, підвищення якості та рівня життя населення, — це характерна риса переходу країни в постіндустриальну стадію розвитку. Вітчизняна сфера послуг довгий час сильно відставала від сектора послуг більшості економічно розвинених держав, не дивлячись на очевидні досягнення в області освіти, охорони здоров'я, культури і ряду інших сервісних галузей.

Пильна увага вчених традиційно приділялася ефективності матеріального виробництва, питанням же ефективності у сфері послуг (за винятком деяких її видів) присвячено украй мало наукових робіт. Дана обставина обумовлена відношенням, що склалося в нашій країні, до матеріального виробництва як до домінуючого сектора національної економіки.

У той же час, у вітчизняній економічній науці вивчення аспектів сервісного управління як галузі наукових знань лише формується. Проте динамічний розвиток сфери послуг в українській економіці зумовив гостру необхідність появи у вітчизняній економічній науці відповідних розробок.

Сервіс упродовж всієї історії існування і розвитку сфери послуг розглядався в контексті економічного і соціально-економічного знання. Тобто, категорія «сервіс» трактувалась, як сфера економічної (соціально-економічною) діяльності, де виробляються блага, корисний ефект яких виявляється в самому процесі їх створення. Відповідно, виробництво економічних (обмежених) благ ділиться на дві сфери — сфера матеріального виробництва і

сфера послуг. У першій сфері вжиток створеного блага відокремлений від його виробництва, в другій — поєднано. В даному трактуванні термін «service» і «послуга» розглядають як такі, що мають однаковий сенс, або використовують словосполучку «сервісна послуга», маючи на увазі тип сучасного обслуговування.

У той же час, в останні роки в економічній практиці категорія «сервіс» набула більш конкретного значення. Сервіс пов'язують у більшій мірі з комплексом наданих послуг, які відповідають певним вимогам і виконуються кваліфікованими працівниками.

Деякі російські науковці розглядають сервіс як особливий вид людської діяльності, направлений на задоволення потреб шляхом надання послуг як окремому споживачу, соціальній групі, так і організації в цілому. При цьому, на їх думку, при визначенні сутності поняття «сервіс», необхідний розгляд трьох ключових понять: діяльність, потреба та послуга [1]. Дана трактовка розглядає «сервіс», як окремий продукт, тобто самостійний вид діяльності, причому сервіс може бути як основним так і додатковим видом діяльності.

Цікавою є думка, щодо визначення сутності сервісу не через опис дій, а за допомогою отриманих вражень від обслуговування. Так, наприклад, у роботі Дж. Шоула даються наступні визначення: «Сервіс — це враження покупця, те, що думає про нас покупець» [2].

Водночас, про ідентичність понять сервіс та обслуговування, ми можемо говорити, коли розглядається сервіс з позицій підкріплення реалізації товару. В даному випадку це буде не просто обслуговування, а сервісне обслуговування (діяльність). Як зазначає Т. В. Лукянець, сервісне обслуговування товару — це сукупність функцій і видів діяльності підприємства, які забезпечують зв'язок «підприємство—споживач» і є необхідною складовою маркетингової комунікаційної політики підприємства [3]. Оскільки діяльність передбачає активну взаємодію суб'єкта та об'єкта з метою задоволенням суб'єктом власних потреб, а обслуговування — це дія, то на наш погляд, у даному трактуванні більш правильно використовувати термін «сервісна діяльність».

Сервісна діяльність — це активність людей, які вступають у специфічні відносини по реалізації суспільних, групових та індивідуальних послуг. Одна зі сторін цих взаємовідносин, має різноманітні потреби та бажає отримати певні блага, а інша сторона, надає конкретні послуги, надає можливість володіти такими благами [4].

Підсумовуючи, слід зазначити, що система сервісу повинна супроводжувати будь-яку діяльність, будь-то товар чи послуга,

але вона направлена на реалізацію останніх через виробництво послуг (обслуговування).

Водночас, сервіс — це діяльність пов'язана з виробництвом послуги з метою продажу (товару чи послуги) направлена на задоволення потреб споживачів та налагодження довготривалих взаємовідносин. Сервісна діяльність це процес з'єднання та налагодження взаємозв'язків виробника товарів та послуг з індивідуальним споживачем.

Література

1. Коробкова С. Н., Кравченко В. И., Орлов С. В., Павлова И. П. Сервисная деятельность / под заг. ред. Романович В. К. — СПб.: Питер, 2005. — 156 с.

2. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество: перевод с английского / Джон Шоул. - 2-е изд., испр. и доп. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 — 337 с. — Указ. — Пер.: Tschohl, John. *Achieving excellence through customer service.*

3. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2003. — 524 с.

4. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 318 с.

Верба В. А.,

канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Verba Veronika,

Ph.D., assistant professor of
business strategy SHEE Kyiv
National Economic University
named after V. Getman, Ukraine

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЯХ

Визначено відмітні характеристики управління знаннями в консалтинговій сфері, специфіку управління знаннями на різних рівнях управлінського консультування. Сформульовано концептуальні аспекти формування системи управління знаннями у консалтингових компаніях, визначено її ключові дефініції.

SYSTEM OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT IN CONSULTING COMPANIES

Distinctive characteristics of knowledge management in the consulting field are defined, features of knowledge management at various levels of management consulting are specified. Conceptual aspects of formation of knowledge management system in consulting companies are formulated, its key definitions are determined.

Сучасне управлінське консультування набуло відмітних ознак індустрії знань і сьогодні розглядається як сфера виробництва ін-