

Л.П. Малюк, д-р техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)
О.М. Варшпаєв, канд. філос. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

СЕРВІСОЛОГІЯ ЯК КОМПЛЕКСНА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ПОСЛУГ

У зв'язку із стрімким розвитком суспільства споживання та виникненням нової парадигми у сервісних відносинах набувають актуальності теоретичні узагальнення процесів суспільно-економічного розвитку, які дозволяють плідно досліджувати проблематику потреб людини та її комплексного задоволення у сфері послуг.

Майже всі галузі науково-практичної діяльності за останнє десятиліття зазнали переорієнтацію в напрямку індивіда, забезпечення та задоволення його різноманітних потреб, а ті, що виникають, свідомо орієнтовані на розуміння важливості сфери послуг, рівень розвитку якої виступає показовим індикатором якості життя населення. Загальновідомо, що темпи зростання сфери послуг значно перевищують сьогодні масштаби товарного виробництва, у чому проявляється невідповідність і закономірність розвитку цивілізації людства, яка орієнтована на пріоритет продуктивної соціальної взаємодії.

Зміни у відношенні до важливості сфери послуг призвели до того, що й у теоретичних розробках, і в масовій свідомості поширюється усвідомлення сервісу як позитивної соціальної технології, яка має людинозберігаючі властивості, а сутністю соціального простору, створюваного сервісною діяльністю, виступає пошук ефективних шляхів реалізації та задоволення прагнень і потреб кожної людини.

Дослідники останнього часу визначають сучасний стан економічного та культурного розвитку як «суспільство сервісу», проблематика досліджень в даній галузі стає пріоритетною в США, країнах Західної Європи, Японії, де у 2013–2016 роках відбувалися Міжнародні Конгреси з сервісології та видається науковий журнал.

Відповідно до закону піднесення потреб у сучасному світі формуються такі високі вимоги до якості життя, що сфера сервісу пронизує всю ієрархію потреб, зосереджується вже не на матеріальному боці життя й побутової повсякденності, а на соціальних і духовних потребах людини.

Сервісологія включає до об'єкту свого дослідження різноманітні характеристики соціального буття, що дозволяє їй охоплювати предметну сферу дослідження сутності, принципів й

методів обслуговування, що враховує індивідуальність людини як цілісної особистості.

Варто зазначити, що розгляд проблематики потреб має давню історію та займає важливе місце у філософських, психологічних, соціологічних, економічних та культурних дослідженнях. Це дозволяє розглядати цю науку як інтегративну галузь гуманітарного знання, що значною мірою викликано її спрямованістю на задоволення потреб людської особистості. Виникнення, функціонування й розвиток потреб є основою майже всіх типів людської діяльності, а проблеми специфіки та класифікації потреб необхідні для таких напрямів науково-практичної діяльності, як сервісна діяльність, маркетинг послуг, сервісний менеджмент і управління якістю. Усі ці напрями поєднує розуміння й визнання цінності споживача, необхідності орієнтації діяльності різноманітних підприємств і організацій на задоволення його потреб.

Оскільки людина як істота біофізіологічна та психосоціальна на різних рівнях свого буття (індивід, група, етнос, людство) постійно перебуває в дуже складних взаєминах з іншими людьми, а також із навколишнім середовищем, то такі відносини мають багаторівневий характер, обов'язково містять у собі відносини у сфері послуг.

На нашу думку, створення стрункої теорії сервісології настійно необхідне й викликане об'єктивними трансформаціями розвитку суспільства, тому що в недалекому майбутньому кожен керівник – і великої компанії, і невеликої фірми – повинен буде знати основи сервісології для того, щоб організувати процес роботи на підприємстві, особливо у галузі готельного та ресторанного бізнесу.

Сервісологія як комплексна наука дослідження новітніх технологій у сфері послуг піддає ґрунтовному аналізу проблему сутності й походження потреб в історії думки, виявляє основні історичні періоди у розробці цієї проблеми і визначає головні етапи у її розвитку з застосуванням методологічно важливого принципу історизму. Наголошується на тому, що становлення й виділення концепцій потреб у житті людини й людства підлягає загальним закономірностям розвитку історичного процесу, соціальних і економічних умов, на основі чого можна виділити головні етапи розгортання теорії потреб в історії.

У XX столітті можна виділити низку сучасних наукових концепцій у теорії потреб, де насамперед акцентується увага на людині як соціальному суб'єкті, у якому переломлюються культурні традиції, суспільні норми, зразки соціальної поведінки, рівень і ступінь соціалізації особистості в суспільстві. Потреби в такому ракурсі постають складною багаторівневою системою, виражають діалектичну

едність стану суб'єкта й об'єктивно існуючого нестатку, необхідності. У найбільш впливових та методично значущих концепціях А. Маслоу, К. Обухівського, П.В. Симонова й П.М. Єршова потреби стають основою мотиваційної поведінки людини, яку необхідно враховувати при аналізі будь-якої діяльності, пов'язаної з комплексним задоволенням потреб людини, у тому числі в сфері послуг та гостинності.

Важливим є й методологічний аналіз сучасного «суспільства споживання» як суспільства, де не тільки існують предмети, товари та послуги, які бажають придбати, але споживання виступає як самодостатня характеристика людського буття. Вадою сучасного українського суспільства з цієї точки зору є те, що доходи і інші ресурси в суспільстві розподілені украй нерівномірно.

Дослідження комплексу кожного типу потреб і їхня змістовна класифікація стає важливою для всіх практичних сфер діяльності, пов'язаних із задоволенням потреб. Важливо враховувати, що задоволення будь-якої базової потреби нерозривно пов'язане із задоволенням цілого комплексу інших. Подібна закономірність простежується й у задоволенні комплексу інших потреб, так що доцільно розглядати вихідну потребу та потреби виробничої сфери й сфери послуг, що відходять від неї, тому що це буде сприяти виявленню реального механізму взаємодії й функціонування груп потреб.

Щодо висвітлення у сучасній науковій та методологічній літературі класифікації послуг, можна зробити зауваження, що системне уявлення про маркетинг послуг дається дуже рідко, оскільки в економіці перехідного періоду маркетинг у першу чергу засвоюють товаровиробники, і тільки потім – виробники послуг. Лише з переорієнтацією всієї економічної системи на задоволення потреб споживачів формуються та виробляються головні правила обслуговування, стандарти надання й класифікація послуг.

Отже, сервісологія як теоретична галузь знання потрібна фахівцям сфери гостинності та сервісу, готельного і ресторанного бізнесу тому, що виробляє основи теоретичної та практичної підготовки з розвитку теорії потреб, послуг, сервісної діяльності та поведінки споживачів, що відповідає новітній стратегії розвитку сучасного «суспільства сервісу».