



ПОСЛУГИ

— серія дій, що за необхідності виникає між споживачем і постачальником. Це користь, яку пропонує клієнту організація (суб'єкт) сфери П.; договір, укладений між суб'єктом господарювання і споживачем, про вчинення певних дій або здійснення певної діяльності за завданням споживача, який зобов'язується оплатити виконавцю зазначену П., якщо інше не встановлено договором. З погляду державних закупівель, П. — будь-який предмет закупівлі, окрім товарів і робіт, зокрема транспортні П., освоєння технологій, наукові дослідження, науково-дослідні або дослідно-конструкторські розробки, медичне та побутове обслуговування, найм (оренда), лізинг, а також фінансові та консультаційні П., поточний ремонт, поточний ремонт із розробленням проєктної документації. Електронна П. (е-П.) — адміністративна чи інша публічна П., надана громадянину або юридичній особі через мережу Інтернет, автоматизовано, за допомогою інформаційних технологій та переважно без втручання людини, зокрема шляхом встановлення спеціального застосунку або додатку на смартфонах, планшетах, телевізійних приймачах чи інших цифрових пристроях. Завдяки цьому громадянин має змогу отримати П. від держави (оформлення ліцензії, соціальної допомоги, особистого документу тощо) без особистого відвідування органів влади. До таких електронних П. належать: постачання електронних примірників, надання доступу до зображень, текстів та інформації, підписка на електронні газети, журнали, книги, надання доступу та/або завантаження фотографій, графічних зображень, відеоматеріалів; надання доступу до баз даних (користування пошуковими системами та службами каталогів у мережі Інтернет тощо); постачання електронних примірників (електронно-цифрової інформації) та/або надання доступу до аудіовізуальних творів, відео- та аудіотворів на замовлення, ігор, постачання П. із доступу до телевізійних програм (каналів) чи їх пакетів, крім доступу до телевізійних програм одночасно з їхньою трансляцією через телевізійну мережу; надання доступу до інформаційних, комерційних, розважальних електронних ресурсів та інших подібних ресурсів, зокрема розміщених на платформах спільного доступу до інформації чи відеоматеріалів; постачання П. із дистанційного навчання у мережі Інтернет, проведення та надання якого не потребує участі людини (надання доступу до віртуальних класів, освітніх ресурсів, у яких учні виконують завдання онлайн, а оцінки виставляють

автоматично, без участі людини або з мінімальною її участю); надання обчислювальних ресурсів, ресурсів зберігання або систем електронних комунікацій за допомогою технологій хмарних обчислень; постачання програмного забезпечення та оновлень до нього, а також дистанційне обслуговування програмного забезпечення та електронного обладнання; надання рекламних П. у мережі Інтернет, мобільних додатках та на інших електронних ресурсах, та рекламного простору (розміщення банерних рекламних повідомлень на веб-сайтах, веб-сторінках, веб-порталах та ін.). Цифрова П. дає змогу споживачеві створювати, обробляти, зберігати або отримувати доступ до даних у цифровій формі; поширювати або будь-яким іншим чином використовувати дані у цифровій формі, що завантажені чи створені споживачем або іншими користувачами такої П. Інформаційними електронними П. вважають: розповсюдження реклами; створення можливостей для пошуку інформації та доступу до неї; передачу та зберігання інформації; розміщення інформації на замовлення іншої особи; передачу інформації за запитом особи або відправлення комерційних електронних повідомлень; вчинення інших дій у сфері електронної комерції. Не вважають інформаційними електронними П., якщо їхнє надання: здійснюють без використання інформаційно-комунікаційних систем; потребує безпосередньої присутності замовника чи постачальника П. (зокрема з використанням електронних пристроїв — медична консультація з оглядом пацієнта, аудит діяльності суб'єкта господарювання тощо); передбачає одночасну передачу інформації невизначеному колу осіб (телевізійне мовлення, радіомовлення та ін.). П. електронного торговельного майданчика (маркетплейса) — надання покупцям (замовникам, споживачам) інформації про продукцію суб'єктів електронної комерції та/або надання можливості дистанційним способом вчиняти електронні правочини щодо придбання продукції таких суб'єктів із використанням інформаційно-комунікаційної системи постачальника П. маркетплейса.

Рекомендована література

1. C. Gronroos. Service management and marketing. West Sussex: Textbook. 2004;
2. Ed. R. Norman. Service management. Strategy and leadership in Service Business: Textbook. New York, 2010.

О. С. Биконя

Бібліографічний опис:

Послуги / О. С. Биконя // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. — К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2025. — Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-890799>

2001-2025 © Ця енциклопедична стаття захищена авторським правом згідно з чинним законодавством України ([докладніше](#)).