

М.Б. Утельбаева

УДК 330.123.6

М.Ш. Алинова

*Павлодарский государственный педагогический институт*

## КЛАССИФИКАЦИЯ ОСНОВНЫХ ВИДОВ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВА

*Авторлар мақалада сервисті қызметтің негізгі түрлерін топтамасын ұсынды, адамдар өмірінің материалдық түрде қамтамасыз етудегі ролін анықтады.*

*The authors represent in the article the classification of the basic types of the services and define the role in the material provision of the people's life.*

Жизнедеятельность современного человека основана на потреблении товаров и услуг. Их создание, производство и распределение и потребление обеспечивают удовлетворение потребностей людей и динамичное развитие экономики страны.

Сфера платных услуг в условиях кризиса, в котором находятся многие регионы Казахстана, играет важное социальное значение, содействуя выживанию населения в сложных экономических условиях, создавая новые рабочие места. Появление малых и средних предприятий обслуживающего производства укрепляет негосударственный сектор экономики, помогает населению в получении дополнительных доходов помимо основной работы, а также содействует решению проблемы безработицы и развитию занятости на территории страны.

Совокупность услуг, предоставляемых населению сервисными организациями, подразделяется на однородные группы, подгруппы, виды и разновидности. Для классификации применяются фасетный и иерархический методы.

В качестве наиболее общих классификационных признаков услуг выступают назначение, конечные результаты основной услуги, характер оплаты, степень значимости для потребителя.

Классификация услуг отражается в классификаторах, которые позволяют решать различные народнохозяйственные задачи.

Классификаторы используются с различными целями:

- для развития и совершенствования стандартизации в сфере услуг населению;
- при сертификации и лицензировании услуг;
- при создании автоматизированных систем управления и систематизации данных в области сервиса;
- для учета и контроля финансово-хозяйственных показателей сервисных организаций;

- для учета и прогнозирования объемов реализации услуг населению;
- для изучения спроса населения на услуги.

В мировой практике принято проводить классификацию отраслей сферы услуг на основе сочетания производственно-технического и функционального подходов.

Производственный подход исходит из принципа производственно-технической и технологической общности отраслевых направлений в сфере услуг, как собирательного вертикального структурного образования. Функциональный подход реализует разную профильную направленность — от обслуживания производства, общества, домашнего хозяйства, функции по распределению, хранению, обеспечению ресурсами и товарами до обслуживания личности. По этому принципу услуг подразделяются на следующие группы:

- услуги торговли;
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, предприятия общественного питания и т. д.);
- услуги транспорта;
- услуги связи и информационное обслуживание;
- услуги по снабжению, заготовкам и хранению материально-технических ресурсов;
- услуги по обеспечению функционирования рынка (кредит, финансы и страхование, сделки с недвижимостью и др.);
- услуги образования, культуры и искусства;
- наука и научное обслуживание;
- услуги здравоохранения, включая физкультуру и спорт;
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (поддержание и ремонт жилищного хозяйства, производственно-бытовые и коммунальные услуги);
- услуги личного характера (непроизводственные бытовые услуги, парикмахерские, фотоателье, ремонт обуви и т. п.);
- услуги государственного управления.

В настоящее время в экономической литературе и классификаторах применяются различные новые критерии и в соответствии с ними предлагаются разные классификации услуг. Так, предлагаются классификации услуг по степени материализации и осязаемости, по степени потребительской ориентации, уровню личных контактов людей, трудоемкости услуг, по соотношению общественных и частных начал в сфере услуг. Каждая классификация предназначена для изучения отрасли с определенной целью.

Различия услуг вызваны их характером, целевым назначением, формами предоставления и способом оплаты.

По характеру оказываемые услуги имеют ярко выраженную отраслевую направленность:

- ремонт бытовых машин и приборов, изготовление новой продукции;
- услуги сельскохозяйственного, гигиенического и ритуального характера;
- транспортные, торговые, информационные, прокатные услуги;
- строительство, ремонт жилья, художественные работы и производство изделий народного творчества;
- образовательные, медицинские и др.

По целевому назначению услуги подразделяются на следующие группы:

- в услуги по ремонту и уходу за вещами населения, имеющие целью восстановление потребительских свойств предметов бытового назначения, ремонт одежды, обуви, химчистка и крашение изделий и т. д.);

- услуги по изготовлению новых изделий по заказам населения, то есть создание новых потребительских стоимостей (пошив одежды, вязание трикотажных изделий, изготовление мебели, строительство жилья и т. д.);

- услуги по созданию удобств в быту, удовлетворению потребностей человека как физического лица, а также связанные с ведением домашнего хозяйства (парикмахерские, санитарно-гигиенические и медицинские услуги, прокат предметов культурно-бытового назначения и т. д.);

- справочно-информационные и посреднические, туристические и другие услуги;

- услуги по удовлетворению потребностей человека как личности (образовательные, культурные).

Особое значение имеет деление услуг на платные, бесплатные и смешанные. Эта классификация основывается на принятом делении экономического пространства на частный (рыночный) и общественный (нерыночный) сектора экономики.

В отличие от бесплатных услуг, платные услуги обладают следующими свойствами:

- индивидуальный характер потребления, делимость и избирательность;

- конкурентность, отсутствие монопольного положения. Большая часть услуг занимает промежуточное положение. Соотношение этих групп услуг не является постоянным и зависит от степени развития рыночных отношений в стране.

По способу оплаты услуги можно сгруппировать следующим образом:

- услуги, оплачиваемые в порядке предварительного полного или частичного авансирования при приеме заказов с последующим окончательным расчетом при выдаче заказов;

- услуги, оказываемые населению бесплатно (гарантийный ремонт машин и аппаратов бытового назначения);

- услуги, оплачиваемые в рассрочку, то есть предоставляемые в кредит.

Функциональная классификация услуг по видам деятельности, на которые направлены услуги, предполагает деление услуг на пять групп:

- производственные — лизинг, инжиниринг, техническое обслуживание производственного оборудования, ремонт технических коммуникаций и т. п.;

- потребительские — так называемые массовые услуги, ориентированные на домашнее хозяйство (поддержание в нормальном состоянии жилья и предметов длительного пользования, находящихся в нем);

- профессиональные — страховые, финансовые, банковские, рекламные, консультационные;

- распределительные — транспортно-экспедиционные, услуги связи, торговли;

- услуги личного характера — непроизводственные (парикмахерские, фотографы и т. д.);

Более систематичная классификация услуг делит их по принципу вещественности или невещественности на несколько классов:

- осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты (химчистка и прачечные, ремонт и содержание оборудования, ветеринарные услуги, охрана и др.);

- осязаемые действия, направленные на тело человека (фитнес-центры, рестораны и кафе, салоны красоты);

- неосязаемые действия, направленные на сознание человека (образование, радио- и телевидение, театры, музеи, информационные услуги, удовлетворение религиозных потребностей).

По комплексности услуги подразделяются на простые и сложные (комплексное обслуживание). Многие услуги имеют комплексный характер. Например, услуги гостиниц — это не только предоставление жилья, но и услуги по питанию, бытовому обслуживанию, организации досуга потребителей. Их сложно отнести к определенной подгруппе, какая бы классификация не использовалась.

Смешанная услуга сопровождает товарно-материальные ценности, облегчая их обращение и делая их более привлекательными для потребителя. Это, например, предпродажный и послепродажный сервис, сопровождающий куплю-продажу товара.

По содержанию деятельности по сервисному обслуживанию все большее распространение получают интеллектуальные услуги (а не чисто технические), что обусловило деление сервиса на несколько видов:

- жесткий сервис, включающий в себя все услуги, связанные с поддержанием работоспособности, безотказности и заданных параметров функционирования товара;

- мягкий сервис, включающий весь комплекс интеллектуальных услуг, связанных с индивидуализацией, то есть с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях его функционирования у данного потребителя (или с расширением сферы полезности товара);

- прямой сервис — комплекс услуг, непосредственно связанных с эксплуатацией купленного товара;

- косвенный сервис — комплекс услуг, не имеющих непосредственного отношения к купленному товару, но способствующих установлению доверия покупателя к фирме, оказывающей услуги (что также приносит успех фирме).

- дилерский сервис — прямой договор с зарубежной фирмой-производителем на выполнение определенного спектра услуг по гарантийному техническому обслуживанию бытовой техники и послегарантийному обслуживанию и ремонту бытовой техники данного типа (модели). Таким образом, подписав с авторизированным сервисным центром договор, фирма-производитель предоставляет ему все необходимое для быстрого и качественного обслуживания бытовой техники:

- нормативно-техническую документацию — краткую характеристику, принцип действия, методики испытания и прочие;

- специальную технологическую оснастку и диагностические контрольно-измерительные приборы, запасные части на все виды поставляемой техники;

- проводит обучение, переподготовку и стажировку специалистов сервисных центров для освоения и технического обслуживания новых, наиболее современных типов и моделей выпускаемой и поставляемой бытовой техники.

В настоящее время в больших городах дилерский сервис обладает наибольшим потенциалом, перспективами развития, так как он лучше ориентирован на спрос и предложения рядового потребителя.

Необеспеченность спроса на услуги сервисного обслуживания объясняется тем, что большинство сервисных центров сосредоточены в центральных и близких к ним районах города.

Например, в нормативных документах отражается классификация услуг согласно Общероссийскому классификатору услуг населению (ОКУН), основанная на использовании иерархической системы классификации с делением услуг на группы, подгруппы, которые, в свою очередь, подразделяются на виды деятельности по целевому функциональному назначению. Этот Общероссийский классификатор услуг населению разработан взамен

Классификация включает следующие группы услуг населению:

- бытовые услуги;
- услуги пассажирского транспорта;
- услуги связи;
- жилищно-коммунальные услуги;
- услуги учреждений культуры;
- туристические и экскурсионные услуги;
- услуги физической культуры и спорта;
- медицинские, санаторно-оздоровительные услуги;
- услуги правового характера;
- услуги банков;
- услуги в системе образования;
- услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;
- прочие услуги.

Итак, сфера услуг представляет собой одну из важнейших областей общественной жизни и оказывает заметное влияние на все стороны нашей деятельности. В связи с этим обслуживающее производство играет важную роль в материальном жизнеобеспечении людей, здесь осуществляются самые различные виды духовной и материальной деятельности.

Рынок услуг функционирует в соответствии с общими закономерностями развития рыночной экономики. Рынок услуг, как и любой рынок, выполняет определенные экономические и социальные функции. Ведущая экономическая функция рынка услуг состоит в обеспечении эффективного использования ресурсов для удовлетворения потребностей общества.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Усов В.В. Я работаю в сфере обслуживания: Книга для учащихся.- М.: Просвещение, 1999.-126 с.: ил.
2. Баркан Н.А., Ядгаров Я.С. Качество услуг и культура обслуживания населения.-М.: Легкая и пищевая промышленность, 2001, с. 80
3. Романович Ж.А., Калачев С. Л. Сервисная деятельность: Учебник/Под общ. ред. Проф. Ж. А. Романовича.-2-е изд.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2007.-268 с.