ISSN 2304-120X
КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал

Сычева В. О. Производственный сервис как особый вид сервисной деятельности в сфере услуг // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10 (октябрь). – 0,3 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2016/16223.htm.

ART 16223 **УДК 330.123.6:316.344.2**

Сычева Виктория Олеговна,
старший преподаватель кафедры туризма и культурного наследия Института истории и международных отношений ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет», г. Саратов
visicheva@mail.ru

Производственный сервис как особый вид сервисной деятельности в сфере услуг

Аннотация. *В статье рассмотрено несколько подходов к определению сервисной деятельности, а также дана трактовка понятия «производственный сервис». Обозначается место производственного сервиса в структуре сервисной экономики, раскрывается его содержание, в том числе на примере производственных предприятий, а также говорится о такой его форме, как фирменный сервис.*
Ключевые слова: *производственный сервис, сервисная деятельность, фирменный сервис, сфера услуг, сервис.*
Раздел: *(04) экономика.*

В научной литературе понятие «сервисная деятельность» трактуют с разных точек зрения: экономической, содержательной (процессуальной), социологической. С экономической точки зрения сервисная деятельность рассматривается как вид экономической деятельности, направленной на удовлетворение коллективных и индивидуальных потребностей. Для компаний и индивидуальных предпринимателей такая деятельность организуется с целью получения выгоды. Результатом данного вида деятельности является услуга как особый вид экономического блага, обладающий специфическими характеристиками, которые определяют содержание этой деятельности.

С содержательной точки зрения сервисная деятельность рассматривается двояко: как процесс предоставления услуги, состоящий из последовательно осуществляемых этапов, организованный таким образом, чтобы каждый этап отвечал критериям экономический эффективности и психологической удовлетворенности клиента, как потребителя процесса обслуживания – с данной точки зрения сервисная деятельность отождествляется с понятиями «обслуживание» и «сервис»; с другой точки зрения сервисная деятельность понимается как результат взаимодействия исполнителя и потребителя услуги, для получения которого потребитель услуги выступает не менее активным участником сервисной деятельности, чем исполнитель услуги.

С социологической точки зрения сервисная деятельность определяется как особый вид социальной практики, в процессе осуществления которой происходит взаимное развитие как сервисного работника с профессиональной точки зрения, так и потребителя, развитие которого происходит путем удовлетворения своих потребностей через потребление услуги [1].

По направленности на объект обслуживания выделяются следующие виды сервисной деятельности: потребительский сервис, который направлен на удовлетворение индивидуальных потребностей, и производственный сервис, ориентированный на сопровождение производственных процессов. К производственному сервису также относится так называемый «внутренний сервис» («внутреннее обслуживание»), представляющий собой организацию вспомогательных процессов деятельности компании.

Данные процессы, как правило, выполняются на основе договора аутсорсинга в целях концентрации производственных усилий компании на основном виде деятельности.

Мы привыкли рассматривать сферу услуг однобоко, как совокупность отраслей и видов деятельности, направленных на удовлетворение индивидуальных потребностей и представленных такими отраслями, как здравоохранение, образование, бытовое обслуживание, культура, рекреационные услуги, услуги общественного питания. И мы почти забываем прибавить к этому перечню транспортные услуги, услуги связи, юридические и информационные услуги, архитектурные и проектно-конструкторские услуги, инжиниринг и другие деловые и производственные услуги, хотя гармоничное развитие экономики и социальной сферы региона невозможно без удовлетворения общественных и деловых потребностей и интересов. Рассмотрим производственные услуги подробнее.

Как говорил Т. Левитт, дальнейшее развитие промышленности возможно тогда, когда акцент перемещается с продукции (с инженерно-конструкторского отдела) на потребителя (отдел маркетинга). Иными словами, развитие производственного предприятия имеет широкие перспективы, когда продукт не только разрабатывается ради усовершенствования механизма изделия, его структуры и содержания, но и учитывает в своих функциях реальные нужды пользователей.

Обратим внимание на тот факт, что развитие сферы услуг, несмотря на кризисные периоды, происходит планомерно, без существенных колебаний и показывает положительную тенденцию почти во всех регионах мира. Так, в России, переживающей перманентные кризисные процессы, эта тенденция также прослеживается, как можно видеть на рис. 1.

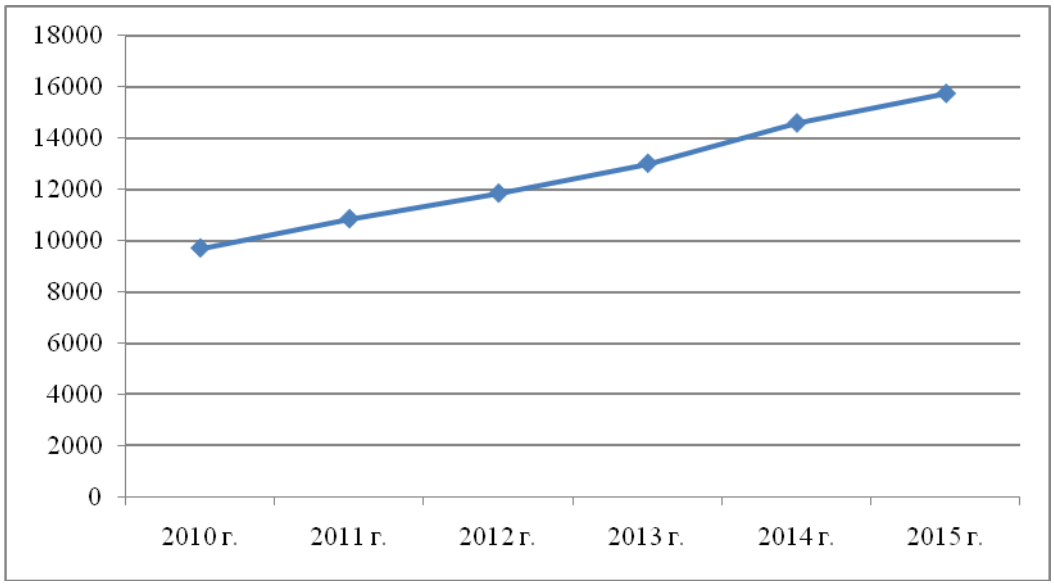

Рис. 1. Объем платных услуг, оказанных населению России в 2010–2015 гг., млн руб. [2]

Возникает вопрос: какие отрасли и виды деятельности пользуются повышенным спросом у населения в России? Перечень этих отраслей не меняется уже относительно давно, и в 2015 г. их лидерство сохранилось: это коммунальные (25%), транспортные услуги (23%) и услуги связи (19%).

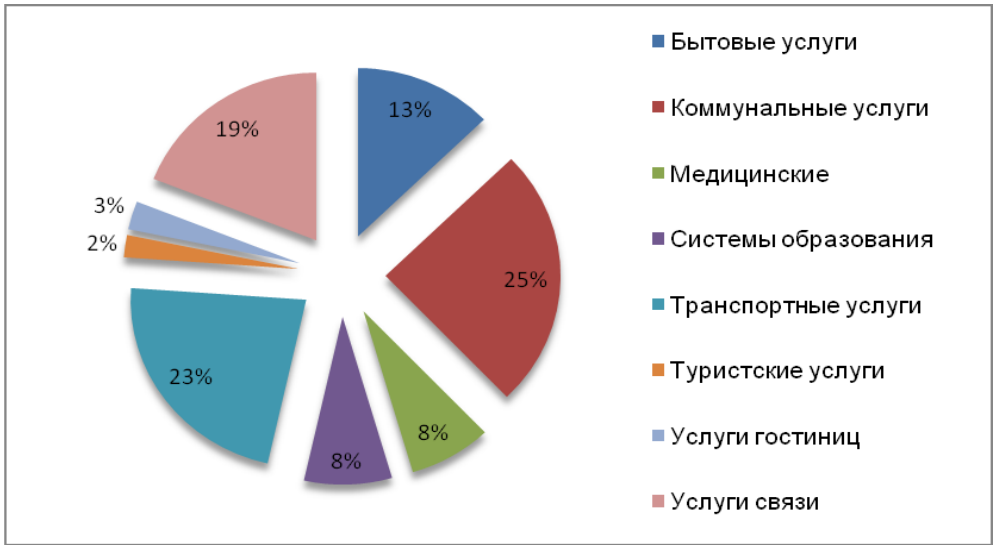

Рис. 2. Объем платных услуг, оказанных населению, по отраслям в России в 2015 г. [3]

Обратим внимание также на то, что в результате развития экономики в сфере услуг растет с каждым годом и спрос на производственный сервис. Если мы обратимся к веб-сайтам крупных производственных предприятий России, то можем увидеть, что почти все эти предприятия предлагают достаточно широкий комплекс сервисного сопровождения своей продукции, не говоря уже о том, что на рынке существуют специализированные сервисные предприятия, осуществляющие самостоятельную сервисную деятельность.

Ответом на спрос на производственный сервис может служить широкий перечень услуг, представленный на веб-сайтах предприятий. Примером может выступить веб-сайт группы компаний «Инженерный центр вагоностроения» [4], который кроме услуг инженерного, испытательного и экспертного центров предлагает производственный сервис, заключающийся в «выполнении всех видов ремонта и модернизации различной сложности для железнодорожных вагонов» [5] как на собственной производственной базе (ОАО «РЖД»), так и на частных ремонтных организациях. Также производственный сервис включает услуги по «приобретению и поставке материалов и комплектующих, необходимых для переоборудования, модернизации и ремонта вагонов» [6] с предоставлением необходимого оборудования, технической документации и высококвалифицированного персонала.

Производственные предприятия Саратовской области также уделяют внимание предоставлению производственного сервиса. Перечень услуг, предоставляемых специалистами компаний, указан на их веб-сайтах: на сайте ОАО «Завод “ПРОММАШ”» [7], ООО АРП «Фургон-Сервис» [8], ООО «Энергокомплект-Сервис» [9], СПК «Строй-Дом-Сервис» [10] и других.

Таким образом, мы можем увидеть, что производственный сервис представлен несколькими группами услуг:

1) услугами, непосредственно связанными с производством товара, выступающими в виде промежуточного продукта (полуфабриката), либо обеспечивающими производство конечного продукта или его комплектующих, отдельных узлов и деталей;

2) услугами по ремонту и содержанию в исправном состоянии техники, оборудования, зданий и сооружений, прямо или косвенно обеспечивающих это производство;

3) услугами в виде технической подготовки продукта к вводу в эксплуатацию и поддержания его технико-эксплуатационных характеристик;

4) услугами с использованием высоких технологий (программные продукты и телекоммуникационные услуги).

Однако при отнесении ряда услуг производственного сервиса к сфере услуг возникают определенные трудности. Стоит отметить, что, если этот ремонт осуществляется работниками предприятия – изготовителя продукции, эти работники считаются производственными рабочими и средства, затраченные на ремонт, включаются в себестоимость продукции на ее внутрифирменном, внутризаводском уровне. Если тот же ремонт осуществляется контрактным ремонтным предприятием, то и рабочие, и доход относятся к сфере услуг. То же можно говорить о вариантах ремонта готового продукта, если для этой цели он возвращен предприятию-изготовителю.

В то же время мы можем наблюдать, что большинство производственных предприятий осуществляют сервисное сопровождение собственной продукции через свою сервисную компанию, являющуюся юридически самостоятельным предприятием, тем самым упрощая ведение учета своей хозяйственной деятельности.

Таким образом, развитие производственного сервиса социально обусловлено. Согласно мнению известного социолога Т. Парсонса, во время сделки стороны вступают во взаимоотношения, в основе которых лежат не только нормы и регламенты бизнес-процесса, но и моральные обязательства, придающие особый социальный смысл коммерческой деятельности. Этот фактор влияет на развитие известной формы производственного сервиса – фирменного сервиса, особенностью которого является активное участие производителя в эксплуатации продукции (изделия) в течение всего срока эксплуатации (см. рис. 3).

Фирменный сервис можно определить как систему взаимоотношений между производителем и потребителем промышленной продукции, характеризующуюся непосредственным участием производителя в обеспечении эффективной эксплуатации изделия в течение всего жизненного цикла, в поддержании его в постоянной готовности к использованию. В основе этой системы находится ответственность производителя за организацию деятельности выпущенного им изделия на протяжении всего срока его службы.

Рис. 3. Структура фирменного сервиса [11]

К основным преимуществам фирменного сервиса относятся:

– возможность повышения индустриализационного уровня работ по техническому обслуживанию и ремонту;

– осуществление постоянного информационного отслеживания качества изделий на протяжении всего срока эксплуатации и повышение вследствие этого эффективности конструкторских решений;

– предоставление потребителю комплекса услуг в виде, например, консультирования по эксплуатации техники, обеспечения ее запасными частями;

– рационализация процесса утилизации остатков изделий, ориентация на источники вторичных ресурсов при изготовлении продукции.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что сервисная деятельность предприятий, ориентированных на предоставление индивидуальных услуг, и предприятий, чья специализация направлена на производство продукции, способствует развитию экономики в целом и сферы услуг в частности. В настоящее время производственные предприятия обращают особое внимание не только на производственно-технические инновации, но и на предоставление услуг гуманитарного характера. Данная тенденция описана в трудах известного экономиста Т. Левитта как «конкуренция по-новому». Современные исследователи отмечают повсеместную сервизацию экономики. Согласно статистическим данным, представленным в таблице, на сферу услуг в начале XXI столетия приходится более 70% ВВП экономически развитых стран.

Двадцать стран мира с наибольшей долей сферы услуг в структуре ВВП [12]

Номер	*Страна*	*Доля сферы услуг, %*
1	Монако	95,1
2	Люксембург	86,0
3	Джибути	81,9
4	Палау	81,8
5	Мальта	80,6
6	Сент-Люсия	80,0
7	США	79,6
8	Кипр	78,3
9	Барбадос	78,0
10	Фиджи	77,6
11	Франция	77,6
12	Гренада	76,6
13	Панама	76,4
14	Бельгия	76,1
15	Ливан	76,1
16	Мальдивы	76,0
17	Греция	75,7
18	Самоа	75,3
19	Великобритания	74,5
20	Кабо-Верде	74,4

Важно отметить, что в последние годы (2013–2015 гг.) доля услуг в ВВП России находится на границе 60%, но, тем не менее, эта доля в сравнении с другими странами существенно мала.

Изучая деловые бюллетени, представляющие аналитическую статистику за 2015 г., мы обратили внимание на тенденцию сокращения индекса деловой активности в сфере услуг, что обусловлено в первую очередь экономико-политическими факторами. Смеем надеяться, что изменение ситуации приведет к восстановлению позиций

сферы услуг в ВВП страны, поскольку считаем, что развитие сервисной деятельности является способом гуманизации отношений, ослабления маргинализации населения, стимулирования темпов экономического развития, а также, согласно К. Ясперсу, является «профилактикой» нищеты и безработицы.

Ссылки на источники

1. Фокина О. А. Сервисная деятельность как особый вид социальной практики // Вестник Волгоградского государственного уневирситета. Сер. 7. Филос. – 2009. – № 2 (10). – С. 106.
2. ЕМИСС. – URL: https://www.fedstat.ru/indicator/data.do?id=33843.
3. Там же.
4. Группа компаний «Инженерный центр вагоностроения». – URL: http://www.engcenter.ru/product.html.
5. Там же.
6. Там же.
7. ОАО «Завод «Проммаш». – URL: http://prommash.com/service/
8. ООО АРП «Фургон-Сервис». – URL: http://www.zernovoz64.ru/
9. ООО «Энергокомплект-Сервис». – URL: http://eks64.ru/
10. СПК «Строй-Дом-Сервис». – URL: http://stroydoms.com/
11. Иванов Н. Н. Управление бизнес-услугами. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2010. – С. 32.
12. Справочные таблицы. – URL: http://infotables.ru/strany-i-goroda/43-ekonomicheskaya-statistika-stran-mira/426-struktura-vvp-stran-mira-tablitsa.

Viktoria Sycheva,
Senior lecturer at the chair of Tourism and Cultural Heritage, History and International Relations Institute, the National Research Saratov State University, Saratov
visicheva@mail.ru

Industrial service as a special type of service in the industry

Abstract. The paper reveals some approaches to the terms ‘service’ and ‘industrial service’. The author states the place and content of industrial service in service economics structure and views some examples of industrial enterprises.

Key words: industrial service, service, service industry.

References

1. Fokina, O. A. (2009). “Servisnaja dejatel'nost' kak osobyj vid social'noj praktiki”, *Vestik Volgogradskogo gosudarstvennogo unevirsiteta. Ser. 7. Filos*, № 2 (10), p. 106 (in Russian).
2. *EMISS.* Available at: https://www.fedstat.ru/indicator/data.do?id=33843 (in Russian).
3. Ibid.
4. *Gruppa kompanij “Inzhenernyj centr vagonostroenija”.* Available at: http://www.engcenter.ru/product.html (in Russian).
5. Ibid.
6. Ibid.
7. *OAO “Zavod «Prommash”.* Available at: http://prommash.com/service/ (in Russian).
8. *OOO ARP “Furgon-Servis”.* Available at: http://www.zernovoz64.ru/ (in Russian).
9. *OOO “Jenergokomplekt-Servis”.* Available at: http://eks64.ru/ (in Russian).
10. *SPK “Stroj-Dom-Servis”.* Available at: http://stroydoms.com/ (in Russian).
11. Ivanov, N. N. (2010). *Upravlenie biznes-uslugami*, Izd-vo Sankt-Peterburgskogo gos. un-ta jekonomiki i finansov, St. Petersburg, p. 32 (in Russian).
12. *Spravochnye tablicy*. Available at: http://infotables.ru/strany-i-goroda/43-ekonomicheskaya-statistika-stran-mira/426-struktura-vvp-stran-mira-tablitsa (in Russian).

Рекомендовано к публикации:
Темяковой Т. В., кандидатом экономических наук;
Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
главным редактором журнала «Концепт»

Поступила в редакцию *Received*	19.07.16	Получена положительная рецензия *Received a positive review*	09.08.16
Принята к публикации *Accepted for publication*	09.08.16	Опубликована *Published*	31.10.16

ISSN 2304-120X
www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016
© Сычева В. О., 2016