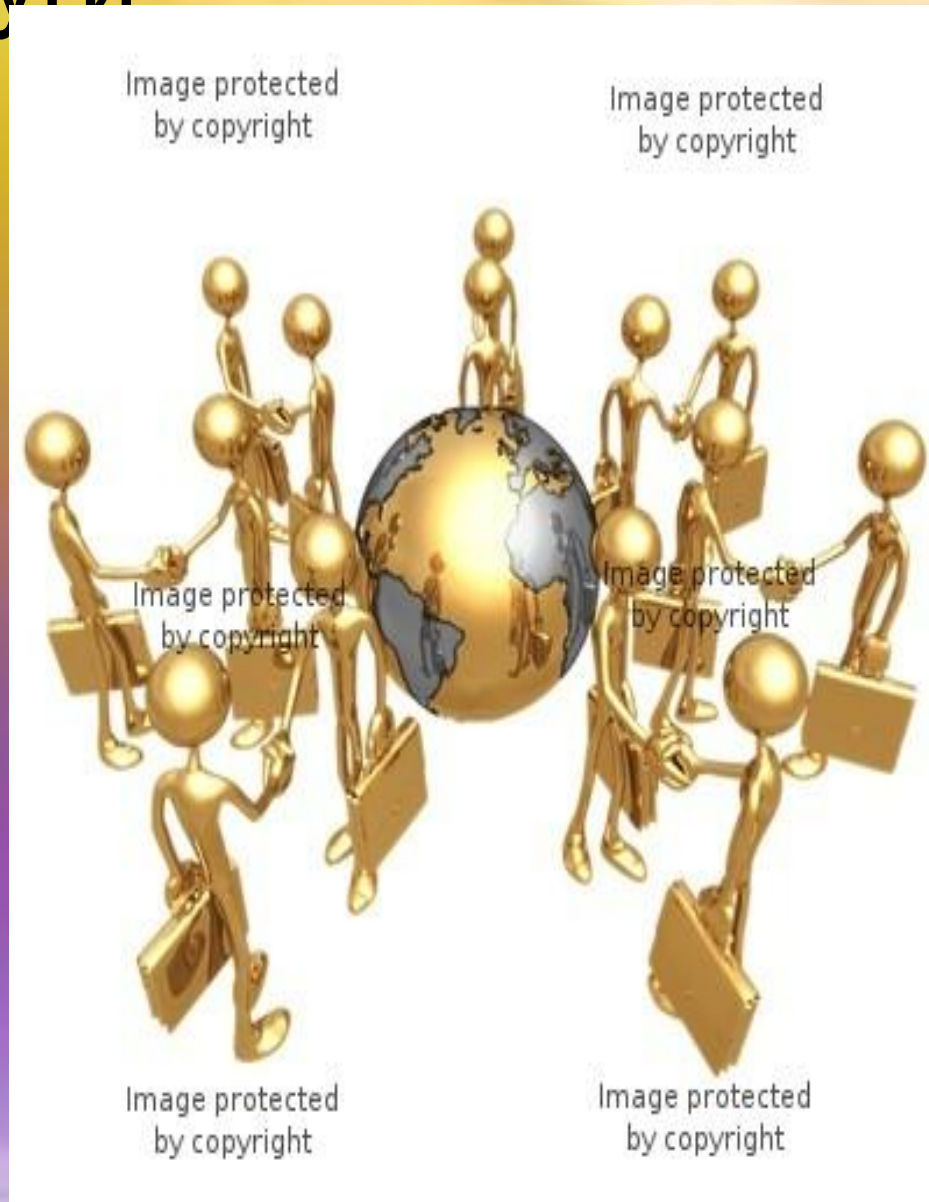


Отличительные характеристики

услуги.

1) Неосвязаемость услуг:

Услуги невозможно потрогать, взять в руки, услышать, увидеть или попробовать на вкус до момента приобретения. (Проблема неосвязаемости услуг является насущной для потенциальных покупателей, поскольку сложно, а подчас и невозможно оценить качество предоставляемых услуг).



2) *Неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги:* Услуги предоставляются и потребляются одновременно т.е. могут быть оказаны только при поступлении заказа. (Услуги в отличие от материальных товаров (которые производятся, хранятся на складах, реализуются и, в результате, потребляются), в начале продают, а лишь затем производят и потребляют, причем, происходит это одновременно



3) *Непостоянство качества, изменчивость*: Качество услуг может существенно изменяться, в зависимости от того, когда, кем и при каких условиях они были предоставлены. (Непостоянство качества в предоставляемых услугах проявляется гораздо острее, чем в материально осязаемых товарах. С точки зрения качества материальные товары могут быть плохими или хорошими, однако при современном производстве их качество будет, по большому счету, постоянным).



4) *Недолговечность, неспособность услуг к хранению*: Услуги не могут быть сохранены для дальнейшей продажи или использования. (При устойчивом спросе на услуги, их недолговечность не вызывает серьезных проблем, если же спрос подвержен колебаниям, то производители услуг сталкиваются с определенными сложностями).

5) *Отсутствие владения*: Потребитель услуги, как правило, пользуется ей на протяжении ограниченного количества времени. (В отличие от товаров, имеющих материальную форму, услуги не являются чьей-либо собственностью).

6) *Взаимозаменяемость услуг товарами, имеющими материальную форму*: Способность товаров заменять те услуги, которые удовлетворяют одинаковые или аналогичные потребности. (Эта особенность услуг также может появляться и в противоположном направлении: услуги могут заменять товары. В результате, между материальными товарами и услугами возникают конкурентные отношения).