



ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



Маркетинг услуг



Маркетинг услуг

- Процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей клиентов.
- Он призван помочь потребителю оценить услуги фирмы и сделать правильный выбор. Клиенту передается нечто, не имеющее материальной формы, а клиент должен получить от этого выгоду и пользу.



Два способа оказания услуг (в форме товара или в затратах труда)

- 1) *материальные* – связанные с созданием новых и восстановлением утраченных потребительских стоимостей изделий;
- 2) *нематериальные* – направленные непосредственно на человека или окружающие его условия.

При оказании нематериальных услуг их производство и потребление совпадают во времени. Такие услуги, целевой функцией которых является удовлетворение личных потребностей населения, принято считать потребительскими. Это услуги парикмахерских, бань, душевых, косметических кабинетов и проч. Элементами общественного продукта являются здесь полезные эффекты услуг, обусловленные личными, в основном физиологическими потребностями человека. При этом наряду с экономическими результатами обеспечиваются также немалые социальные эффекты (табл. 2.1).

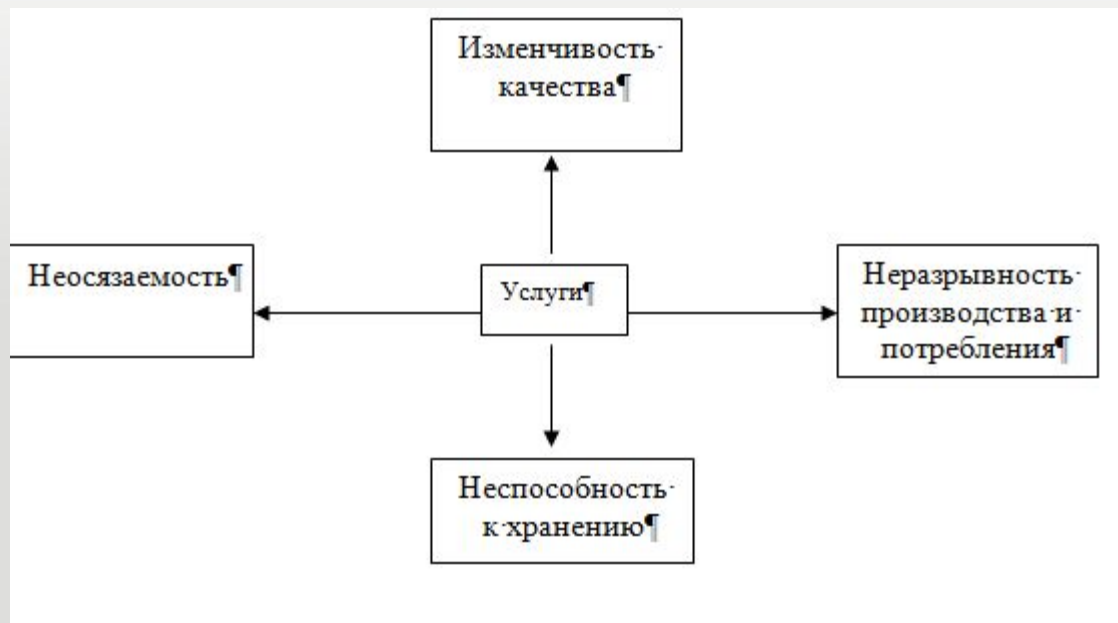


Различия между нематериальными услугами и продуктами материального производства

| Нематериальные услуги | Продукты материального производства |
|---|--|
| 1 | 2 |
| Неосязаемые | Осязаемые |
| Разнородные | Однородные |
| Производство, распределение и потребление – один процесс | Производство и распределение не совпадают с потреблением |
| Деятельность, процесс | Вещь |
| Основная часть производится в процессе взаимодействия покупателя и продавца | Основная часть производится на предприятиях |
| Покупатели участвуют в процессе производства | Покупатели обычно не участвуют в процессе производства |
| Не могут храниться | Могут храниться |
| Не передаются права владения | Возможна передача прав владения |



Характеристики не материальной услуги





- **Неосвязаемость.** Услуги неосвязаемы. Их нельзя увидеть, попробовать на вкус, услышать или понюхать до момента приобретения.
- **Неотделимость от источника.** Услуга неотделима от своего источника, будь то человек или машина, тогда как товар в материальном виде существует независимо от присутствия или отсутствия его источника.
- **Непостоянство качества.** Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, а также от времени и места оказания.
- **Несохраняемость.** Услугу невозможно хранить.