

Становление маркетинга услуг как
самостоятельной научной
дисциплины

Маркетинг услуг – вид маркетинга, в котором в качестве продукта выступает услуга.

Маркетинг услуг использует государственный некоммерческий сектор (больницы, школы, почта, охрана общественного порядка, военные службы и т.д.; частный некоммерческий сектор (кинотеатры, колледжи, больницы и т.д. и коммерческий сектор (авиакомпании, банки, отели, юридические, консультационные, ремонтные фирмы и т.д.)....

(Голубков Е.П.)

Этапы становления маркетинга услуг

1 этап	Этап зарождения	1953 - 1980
2 этап	Стремительное развитие	1981-1985
3 этап	Подъем	С 1986 до настоящего времени

Этап зарождения

Всего опубликовано 120 работ (в т.ч.10 книг)

Большинство исследователей начинали свою работу в области маркетинга услуг с написания диссертаций (МакДоуэлл, 1953; Паркер, 1958).

Johnson E. (Джонсон) –

- 1964 (1969 - диссертация) – «Отличаются ли товары вещной формы и услуги? Упражнение теории маркетинга»
- Джад (Jadd) - (1964) – определение услуги и классификация
- Rathmel (Ратмел) (1966) – популярное определение услуги
- Donnelly (Доннели) (1974) – каналы распространения

Georg W. (Джордж) – диссертация

- 1972 (1974) – «Маркетинг в индустриях услуг» + Barksdale H. (Баксдейл Х.) (Journal of marketing)

Rathmell J.(Ратмелл) –

- 1974 – учебник по маркетингу услуг

Gronroos C. (Гренроос К.) –

- 1979 - «Маркетинг услуг: изучение функции маркетинга в фирмах услуг»

Gummesson E. (Гаммессон Э.) –

- 1977 – «Маркетинг и приобретение профессиональных услуг»

1977г. – первый научный доклад, освещающий специфику маркетинга услуг (исследования финансировались *Американским институтом маркетинга* (АИМ))

Bateson J (Бэйтсон Дж.)

- «Нужен ли нам маркетинг услуг?»

Langeard E., Eiglier P. (Лангеард Э., Эйглие П.)

- «Новый подход к маркетингу услуг»
- «Заметки об общности проблем в управлении маркетингом: полевое исследование»
- «Услуги как системы. Их важность в маркетинге»

Lovelock C. (Лавлок К.)

- «Потенциал маркетинга в повышении производительности в сервисных фирмах»

1977г. – **Shostack L.**

- «Разрыв с маркетингом товаров»

Этап стремительного развития

Конференции 1981 (60 публикаций) , 1982, 1983, 1985г.г. при финансовой поддержке АМА

Журналы:

1980 - Services Industrial Journal (SIJ)

1985 – Journal of Professional Services Marketing (JPSM)

Всего опубликовано 287 работ (в т.ч 26 книг)

Основные направления исследований

1983г. Lovelock К. – **классификация услуг** (Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights)

Качество услуг (Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L., Gronroos C.)

Удержание потребителей; маркетинг взаимоотношений (Bitner M., Gummesson E., Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L.A; Gronroos C.)

Внутренний маркетинг (Gronroos C., Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L.;)

Двустороннее взаимодействие (Solomon; Russel J., Mehradian, Chase R., Bateson J., Kelley S., Donnelly J., Langeard E., Eiglier P.)

Проектирование услуг (Shostack L.)

Научные школы

- **Центр изучения маркетинга услуг (ЦИМУ)** при Аризонском университете (Браун Стивен, 1985г.) – 25 спонсоров
- **Школа Техасского A&M университета** (Берри Л., Зейтхамл В., Парасураман П.) (1985 г. - консорциум преподавателей маркетинга услуг)
- **Гарвардская школа маркетинга услуг** (Лавлок К., Вейнсберг Ч., Батесон Дж.)
- **Северная школа** (Гренроос К.) – г. Карлстад (Швеция)- (1988г. - Международный ежегодный симпозиум по качеству услуг (QUIS))
- **Марсельская школа** (Ланггард Э., Эйглие П) – (1990 г. первый Международный исследовательский семинар по управлению маркетингом услуг)