

УДК 339.13

Ірина Охват

Iryna Okhvat

Науковий керівник – к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ПОСЛУГ
IMPROVEMENT OF MARKETING OF ENTERPRISE IN THE
FIELD OF SERVICES**

Маркетинг на сьогодні є широкою галуззю знань та розвиненою сферою професійної діяльності. У ринковій економіці практично не залишилось сфер, де б не знайшлось місця для застосування маркетингових інструментів та методів. В результаті цього в рамках цілісної маркетингової науки почали формуватися відносно самостійні галузі, які мають своїм об'єктом вивчення особливості застосування маркетингу в різних галузях економіки. Однією з найбільш розвинутих подібних галузей маркетингової теорії є маркетинг послуг.

Маркетинг послуг являє собою область економічної науки, яка розглядає процес створення, виробництва та реалізації послуг в інтегрованій сукупності, спрямованої на виявлення вимог споживачів і визначення можливостей їх задоволення в конкретних умовах ринкового середовища. Основний принцип, що діє на всіх стадіях маркетингу, – принцип зворотного зв'язку між виробником послуг та споживачами.

Маркетинг послуг – це галузь сучасного маркетингу, наукова дисципліна, яка вивчає особливості маркетингової діяльності підприємств, залучених до надання послуг.

Послуга – будь-яка діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; невідчутна дія, яка не призводить до володіння чим-небудь. Її надання може бути пов'язане з матеріальним продуктом.

Відмінні характеристики послуги: невідчутність, невіддільність, нерозривність виробництва і споживання послуги, непостійність якості, мінливість, недовговічність, нездатність послуг до зберігання, відсутність володіння, взаємозамінність послуг товарами, що мають матеріальну форму.

Основними узагальненими показниками якості послуг є надійність, доступність, компетентність, взаєморозуміння, гнучкість, відчутність.

Ринок послуг – сфера обміну послугами, які є результатом праці підприємств невиробничої сфери.

Оцінка якості послуг включає наступні етапи: формування переліку показників якості послуг, визначення відносної значущості кожного показника для формування загальної оцінки рівня якості послуг та надання їм відповідних коефіцієнтів, визначення інтегральної оцінки якості послуг. Вважається, що на всіх етапах оцінки якості послуг доцільно застосовувати метод експертних оцінок.

Розуміння маркетингу послуг дозволяє визначитися з тим, що і як необхідно продавати для досягнення максимального прибутку, яким чином частина цього прибутку направити на вдосконалення виробництва і якості обслуговування.

Удосконалення управління ринку послуг вимагає впровадження сучасних методів і прийомів, що дозволяють забезпечити задоволення потреб людини і суспільства в цілому з урахуванням раціонального використання наявних ресурсів і вирішальних завдання максимально можливої збалансованості між попитом і пропозицією галузей послуг.