

УДК 339.13

Ожібко Мар'яна

Ozhibko Mariana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ПОСЛУГ

SERVICE MARKETING

Слово «маркетинг» (від англійського слова marketing) в перекладі означає «дію на ринку», «ринкову діяльність», «комерційну діяльність».

Маркетинг – це вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб шляхом обміну.

Послуга – це економічна дія, що створює цінність і забезпечує втгодами клієнтів у певному місці і у певний час як результат досягнення бажаних змін на користь одержувача послуги.

Маркетинг послуг – це процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтованих на задоволення специфічних потреб споживачів [1].

Розрізняють таких чотири особливості послуг: недовговічність; невіддільність послуги від її виробника; послуги невідчутні або нематеріальні; мінливість якості послуг.

Недовговічність послуги полягає у неможливості зберігання послуги, це призводить до збільшення підприємницького ризику в усіх сферах послуг.

Невіддільність послуги означає, що послуга і споживач цієї послуги є нероздільні, тобто послуги не можливо відокремити від їх джерела.

Нематеріальність або невідчутність послуги означає, що послугу неможливо спробувати на смак, зберігати, транспортувати, купівлю послуги неможливо побачити.

Неможливо на ринку послуг гарантувати постійну якість послуг, тому діяльність підприємства, а саме результат діяльності залежить від кваліфікованих кадрів. Нестабільність якості послуг може бути через низьку кваліфікацію працівників, відсутність конкурентів, відсутність можливості підвищення рівня кваліфікації працівників та недоліками комунікацій та інформації [2].

Виробниками послуг найчастіше є середні та малі підприємства. Малі підприємства орієнтуються на задоволення потреб споживачів, тому їм необхідно швидко реагувати на зміни споживчого ринку. Підприємства у сфері послуг мають орієнтуватися у своїй маркетинговій діяльності в першу чергу на потреби і можливості споживачів та можливість швидко задовольняти їх очікування. У такому випадку це забезпечить підприємствам високий рівень конкурентоспроможності, підтримки платоспроможного попиту [3].

Послуги які є найбільш розвиненими в Україні це послуги у сферах торгівлі, громадського харчування, соціально побутового обслуговування.

Ринок послуг є різновидом товарного ринку і має ряд специфічних рис, що зумовлює особливий підхід до маркетингової та підприємницької діяльності, покликаної забезпечити задоволення попиту на послуги [4].

Перелік посилань:

1. Стаханов В.М. Маркетинг сфери послуг/В. М. Стаханов – М., 2001
2. [Маркетингова](#) сфера послуг. Навчальний посібник. /М.Г. Миронов – М. «Проект», 2006
3. Князик Ю. Стан та перспективи розвитку ринку послуг в Україні /Ю. Князик – Вісн. нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2013. – № 767. – С. 309-316.
4. Песоцька Є.В. Маркетинг послуг: уч. Посібник /Є. В. Песоцька – СПб.: Пітер, 2000.