

Тема 3. Формирование рынка услуг

Особенности рынка услуг.

- **Услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем – либо.**
- **Услуга:**
 - **обладает полезностью для кого-то, кто ее не производит**
 - **становится полезностью в процессе обмена видами деятельности**
 - **носит преимущественно утилитарный характер**

Существующие классификации услуг.

Существует несколько подходов к классификации услуг. Так услуги могут быть сгруппированы.

- **Бытовые:**
 - питание (столовая, кафе, бар, ресторан, банкет и т.п.)
 - жилье (строительство, ремонт, переоборудование)
 - обслуживание (стирка, уборка, присмотр, ремонт)
 - отдых (билеты, путевки, кино, театр, дискотека)

Существующие классификации услуг.

- **Деловые услуги:**

- технические (наладка, обслуживание и ремонт оборудования, ремонт помещений)
- интеллектуальные (юридические, бухгалтерские, аудиторские, рекламные и др.)
- финансовые (кредитование, страхование и т.п.)

Социальные услуги :

- образование (школа, колледж, курсы и т .п.)
- здравоохранение (поликлиника, консультация, профилакторий, косметический салон и др.)
- безопасность (охрана, правовая защита, расследования)
- культурное развитие (лектории, экскурсии, музеи. клубы)

Существующие классификации услуг.

Кроме того:

- По экономической природе услуги бывают абсолютные и утилитарные
- По назначению – личные и коллективные
- По сфере распространения – производственные и непроизводственные
- По форме организации – государственные и негосударственные
- По способам производства – чистые и смешанные

Содержание отдельных видов услуг.

Коммерческое посредничество- охватывает сферу услуг, связанную с продвижением товаров из сферы производства в сферу обращения.

Коммерческое посредничество на рынке товаров и услуг призвано обеспечить наиболее эффективную связь производства и потребления товаров и услуг на основе оптимальной организации их распределения и товарного обмена.

Содержание отдельных видов услуг.

- Сервис – это комплекс услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией продукции.
- Сервис – это оказание услуг и/ или удовлетворение бытовых потребностей населения
- Сервисный маркетинг – это целенаправленная деятельность по созданию условий для более полного использования потребительских свойств товаров и повышения уровня комфорта населения в быту.

Содержание отдельных видов услуг.

- Информационный маркетинг:
- - маркетинговые усилия, направленные на создание, накопление, обновление, распространение и эффективное использование знаний во всех формах их проявления
- - это маркетинг информации как специфического продукта
- - это маркетинг различных услуг связи, включая почтовую, телефонную, телеграфную и другие.

Содержание отдельных видов услуг.

- Транспортно -экспедиционные услуги характеризуются:
 - объектом – грузы и пассажиры
 - субъектом – перевозчики, отправители, покупатели, посредники
 - способом перевозки- виды транспортных средств
 - своевременностью- время перевозки и предоставления транспортных услуг
 - комфортностью – условия перевозки пассажиров и грузов и др.
- Транспортный маркетинг – это совокупность мероприятий по продвижению транспортных услуг

Содержание отдельных видов услуг.

- Туристский продукт характеризуется:
 - природными богатствами, которые делают места привлекательными для туризма
 - человеческим фактором, который делает туризм привлекательным как средство общения
 - энергетическими богатствами, которые создают необходимые удобства для туристов
 - институционными факторами, которые как бы формируют среду обитания туристов
 - политическими факторами, которые во многом определяют отношения общества к туризму
 - различными благами и услугами, сопутствующими туристскому продукту