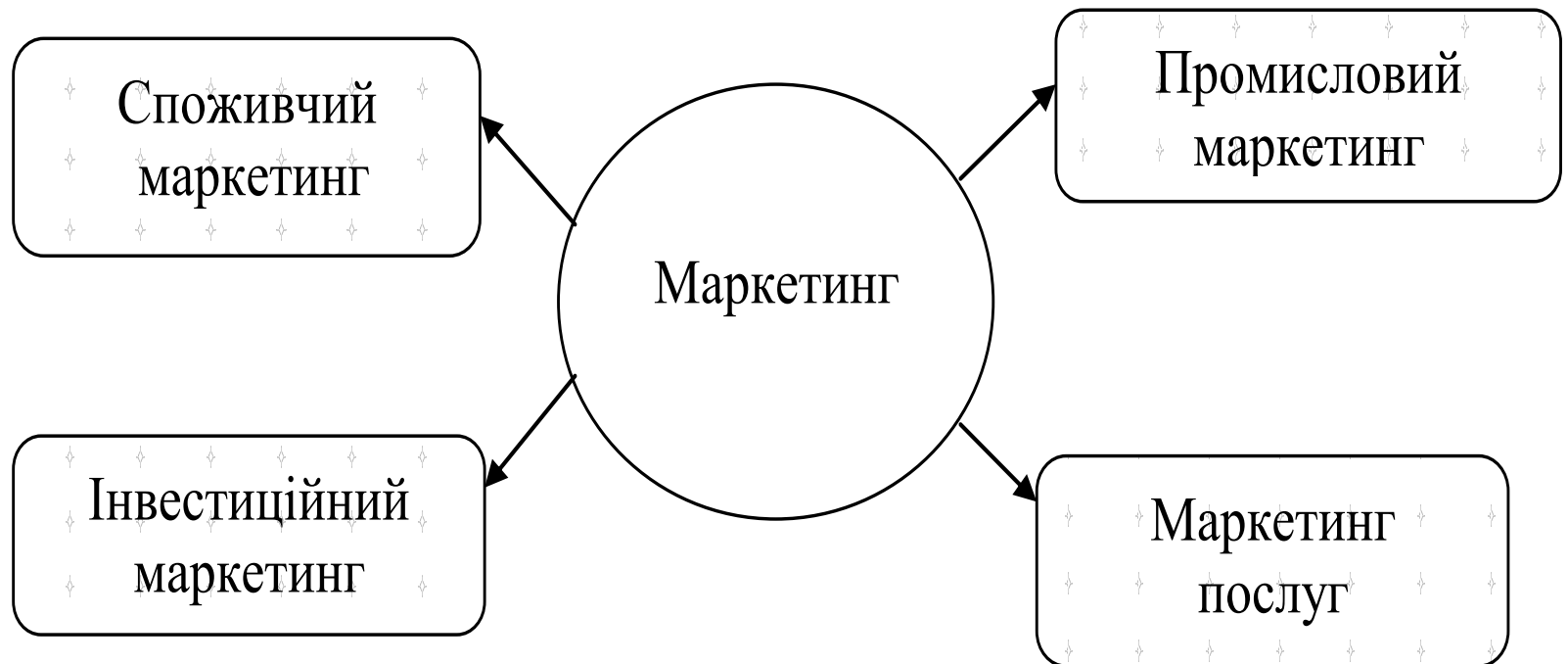


***Тема 1. ОСОБЛИВОСТІ  
МАРКЕТИНГУ У СФЕРАХ  
МАТЕРІАЛЬНОГО ТА  
НЕМАТЕРІАЛЬНОГО  
ВИРОБНИЦТВА***

# Питання теми

- *Сутність та види маркетингу за сферою використання.*
- *Особливості та відмінні риси споживчого і промислового маркетингу.*
- *Специфіка та основні функції інвестиційного маркетингу.*
- *Поняття та особливості маркетингу сфери послуг:*
  - *Сутність, види та особливості послуг.*
  - *Особливості маркетинг-міксу сфери послуг.*

# Класифікація маркетингу за сферою використання



# Споживчий маркетинг (“B2C”)



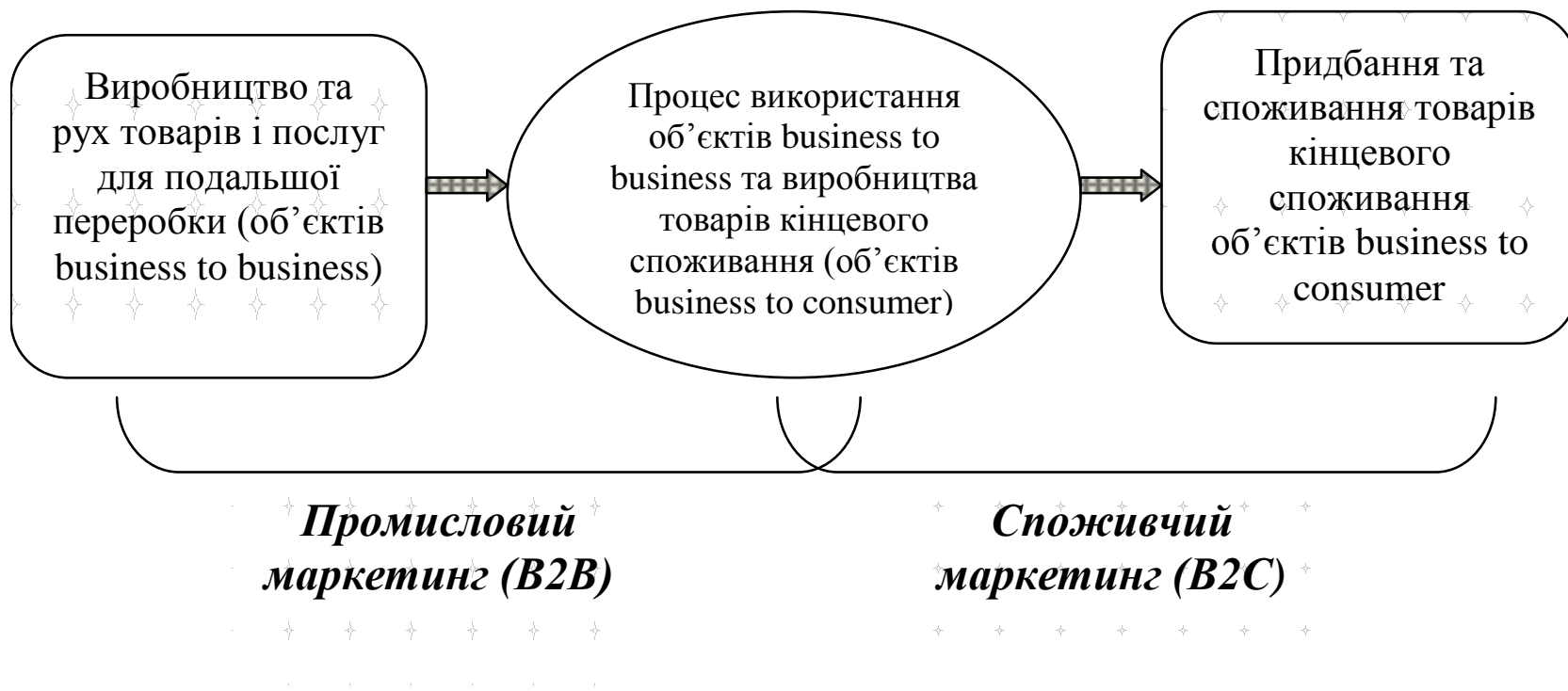
*Споживчий маркетинг або B2C-маркетинг* (business to consumer – бізнес для споживача): стосується процесів виробництва та руху товарів, що споживають індивіди та домогосподарства для задоволення особистих потреб.

# Промисловий маркетинг (“B2B”)



*Промисловий маркетинг або B2B-маркетинг* (business to business – бізнес для бізнесу): стосується процесів виробництва та руху товарів від постачальників та посередників до виробничих підприємств, тобто товарів, призначених для подальшого використання при виробництві товарів кінцевого споживання.

# Взаємозв'язок промислового та споживчого маркетингу



# Інвестиційний маркетинг

*Інвестиційний маркетинг*  
є специфічним видом  
маркетингу, який поєднує в  
собі роботу з двома видами  
ринку:

- з *традиційним* ринком;
- з *інвестиційним* ринком.



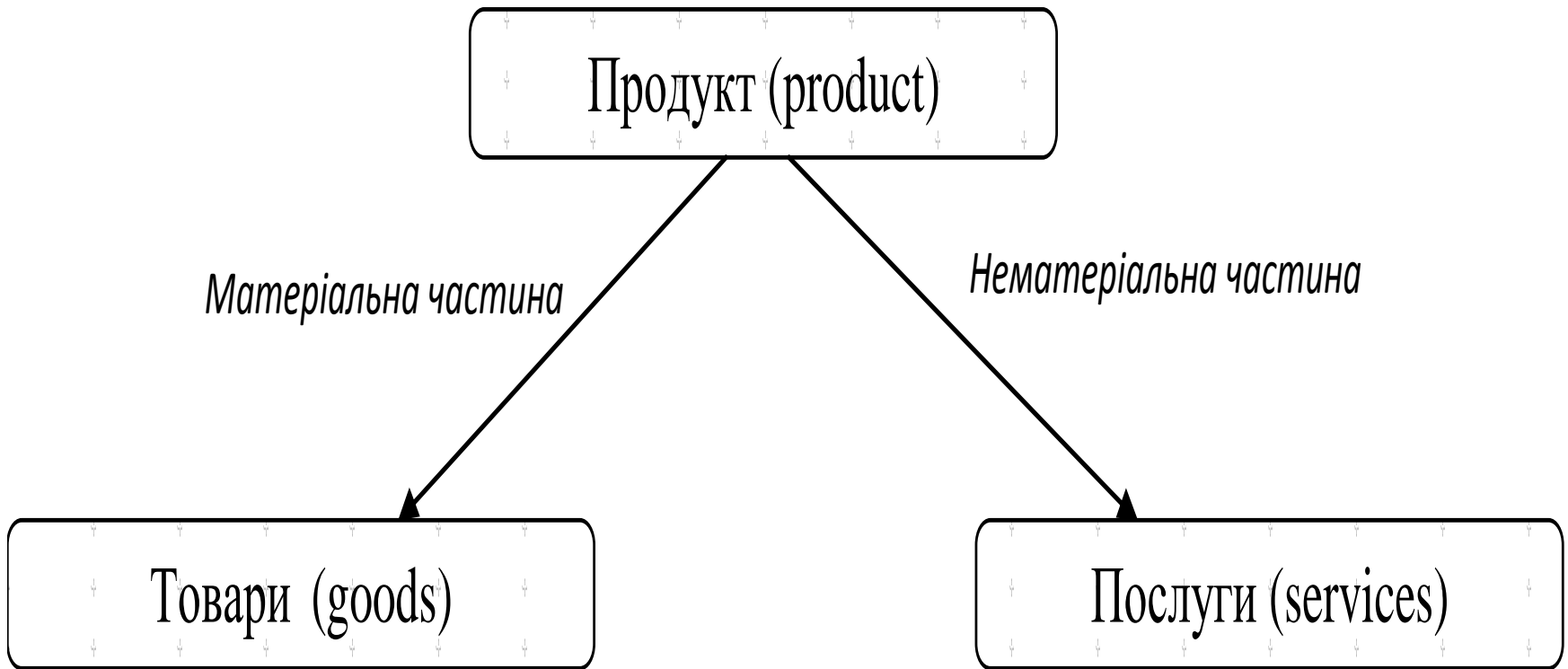
# Маркетинг послуг

*Маркетинг послуг* являє собою діяльність на ринку в сфері нематеріального виробництва з метою виявлення потреб споживачів та задоволення цих потреб краще за конкурентів.





# Складові поняття "product" за Американською Асоціацією маркетологів





*Невідчутність*



*Незбереженість*



*Непостійність  
(мінливість)*



*Невіддільність  
від джерела*

*Особливості послуг*



## *Невідчутність послуги*

На відміну від товару, послуга не має єдиного матеріального вираження, її *не можна взяти в руки, побачити, відчутти до моменту придбання.*

Невідчутність послуги призводить до *підвищення ролі довіри покупця до виробника.*



# *Незбереженість послуги*

На відміну від товару, *послугу не можна зберігати.*

*Послуга виробляється і споживається одночасно, час виробництва і споживання послуги співпадає.*

Це може викликати *певні труднощі, як при дефіциті попиту, так і в періоди надлишкового попиту.*



# *Невіддільність послуги від джерела*

Оскільки послуга виробляється і споживається одночасно, вона є *невіддільною від джерела* свого надання: *контактного персоналу*



## *Непостійність послуги*

Оскільки контактний персонал – це люди, а послуга виробляється щоразу “заново”, кожна з них *не може бути повністю однаковою* (основна причина - *дія людського фактору*)



# Маркетинг-мікс у сфері послуг

## Класичні елементи



Продукт  
(послуга)



Ціна



Просування



Розповсюдження

## Специфічні елементи



Процес



Люди



МАТЕРІАЛЬНЕ  
СЕРЕДОВИЩЕ



# Продукт (Product)

продуктова політика (у класичному випадку прийнято казати "товарна політика"). Тобто прийняття рішень про розроблення самої послуги, сукупності її характеристик, як основних, так і додаткових.



# Ціна (Price)

Цінова політика: комплекс заходів щодо встановлення ціни, знижок, умов оплати за товари та послуги, визначення цінових стратегій з метою задоволення потреб споживачів та отримання фірмою прибутків



# Просування (Promotion)



© Spod \* www.ClipartOf.com/19270

КОМПЛЕКС заходів,  
спрямованих на формування  
попиту і стимулювання збуту  
товарів та послуг, тобто на  
збільшення обсягів продажу



# Розповсюдження (Place)

дослівно – «місце продажу»

політика розповсюдження. Мета – зробити товар (послугу) якомога доступнішим для купівлі споживачем, максимізувати обсяги продажів та забезпечити оптимальний розподіл збуту по усіх споживчих сегментах та географічних регіонах



# Процес (Process)

Безпосередньо процес надання послуги:  
складне сукупне поняття щодо організації  
надання/споживання послуги у певному  
матеріальному середовищі з урахуванням  
впливу контактного персоналу , інших  
споживачів та багатьох факторів  
об'єктивного і суб'єктивного впливу



# Люди (People)

складова, яку можна умовно розбити на дві складові: персонал та споживачі.

Оскільки послуги невіддільні від джерела, і час їх виробництва та купівлі співпадає, обов'язковим є врахування людського фактору



# МАТЕРІАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ (PHYSICAL EVIDENCE)

матеріальна (фізична)  
обстановка, у якій надається  
послуга (кольорова та світлова  
гама, інтер'єр, охайність  
приміщення, музичний  
супровід тощо)