

# SPECIFIKA SLUŽEB

Ekoinkubátor  
Podniková ekonomika

Ing. Eva Štěpánková  
ESF MU  
Katedra podnikového hospodářství  
62740@mail.muni.cz

# Vymezení služeb

- Služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně.
- Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví.
- Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

# Specifika služeb

## Nehmotnost

- vyšší riziko při nákupu služby
- Vnímaná kvalita služby se odvíjí od zákaznickova očekávání.

## Proměnlivost výstupu

- Služba je zpravidla poskytována různými poskytovateli a podle toho se proměňuje výstup služby a tím i spokojenost zákazníka.
- spolehlivost a konzistentnost (shodnost) služeb.

# Specifika služeb

## **Nedělitelnost**

- služba je vytvářena a konzumována současně.

## **Intenzivní kontakt se zákazníkem**

- může být pozitivem i negativem

## **Dočasnost (pomíjivost)**

- nelze je nakoupit do zásoby

## **Decentralizované a územně rozptýlené**

# Marketing služeb

Snaha o trvale vyšší jakost než u konkurence.  
Zákazník by měl mít pocit, že **dostal lepší službu, než očekával.**

Příčiny neúspěchů při poskytování služeb:

- Rozpor mezi očekáváním spotřebitele a předpoklady managementu.
- Rozpor mezi poskytovanou službou a vnější komunikací.
- Zákazník sám neví, co má od služby očekávat

# Marketing služeb

5 rozhodujících kritérií pro posuzování jakosti služeb:

- Dostupnost
- Ochota
- Důvěryhodnost
- Citlivý přístup
- Materializace služeb

# Literatura

- JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha : Grada, 2000. 179 s. ISBN 8071699950.
- KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, spol.s.r.o., 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb : efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada, 2008. 232 s. ISBN 9788024727219.