

RELAȚIA PRODUSE - SERVICII

Relația produse/servicii din perspectiva cererii consumatorilor

Autor:

Prof. dr. Singureanu Nicoleta

Colegiul Economic "Hermes", sector 2

Legătura cea mai vizibilă între produse și servicii se observă pe piață, pentru că produsele și serviciile fac parte din aceeași cerere de consum. Deci, cererea de consum a populației se manifestă pe piață atât ca cerere de produse, cât și ca cerere de servicii.

În acest sens, relația produse/servicii se manifestă cel mai frecvent pe piață, prin modul în care consumatorul își orientează propria cerere de consum, identificându-se următoarele situații:

a) ***produsul înglobează serviciul.***

Exemplu: Cumpărarea televizorului presupune și cumpărarea serviciului de vizionare a unor programe TV.

b) ***Serviciul înlocuiește produsul.***

Clientul alege produse făcute prin serviciile de comenzi, în funcție de preferințele sale: articolele de îmbrăcăminte, de încălțăminte, de piesele de mobilier ș.a.m.d., înlocuind varianta cumpărării unui astfel de produs din producția de masă.

c) ***Produsul înlocuiește serviciul.***

Clientul poate alege varianta cumpărării unei mașini de spălat, a unor produse cosmetice, a unei mașini personale etc., pentru a substitui cererea pentru serviciile de spălătorie, curățătorie chimică, a serviciilor saloanelor de cosmetică sau serviciilor de transport public (în comun).

d) ***Înlocuirea serviciului cu produsul generează o cerere suplimentară pentru produse și servicii.***

Înlocuirea cererii de servicii (transportul public) cu cererea de produse (autoturismul personal) generează:

- O nouă cerere de produse: piese de schimb, benzină, lubrifianți și alte articole necesare conducătorilor auto etc.;
- O nouă cerere de servicii: servicii de întreținere, reparații și revizii periodice a autoturismului cumpărat.

e) ***Înlocuirea produsului cu serviciul generează o cerere suplimentară pentru produse și servicii.***

Astfel, înlocuirea utilizării televizorului cu varianta serviciilor oferite de spectacolele de teatru, cinematograful, sportive, divertisment etc. Generează consumul de produse suplimentare (o îmbrăcăminte adecvată, cumpărarea unor casete, CD-uri, pliante, flori etc.) sau de servicii suplimentare (servicii de alimentație publică etc.)

f) ***Combinarea consumului de servicii și produse.***

Exemple: serviciile turistice și de alimentație publică, care presupun consumul simultan a unei multitudini de produse și servicii.

Analiza relației produse-servicii demonstrează **tendința europeană și mondială a consumatorilor de a crește consumul de servicii** pe măsura creșterii nivelului de trai și civilizație, în detrimentul consumului de produse. Această tendință de creștere a serviciilor, a sectorului terțiar, în general, va produce modificări strategice importante și în structura economiilor naționale.

- ✓ *Produsele și serviciile se pot compara din perspectiva trăsăturilor definitorii ale acestora sau din perspectiva manifestării cererii consumatorilor pe piață.*
- ✓ *Produsele și serviciile sunt în genere părți componente ale aceleiași cereri de consum ce se manifestă pe piață la un moment dat.*
- ✓ *Tendința de creștere a cererii pentru servicii mai mult decât cererea pentru produse este direct proporțională cu creșterea nivelului de trai al populației unei țări.*