

RELAȚIA PRODUSE - SERVICII

Relația produse/servicii rezultată din comparația aspectelor definitorii ale produselor și serviciilor

Autor:

Prof. dr. Singureanu Nicoleta

Colegiul Economic "Hermes", sector 2

Marfa poate îmbrăca forme materiale (tangibile) și atunci ne referim, în special, la produse, dar și forme nemateriale, (intangibile) sau intermediare aflate la granița dintre material și imaterial și atunci ne referim la servicii sau combinația produse/servicii.

Relația produse – servicii

Nr. crt.	Aspectele definitorii analizate	Comparație produse/servicii	
		Produse	Servicii
1.	Forma de exprimare cea mai răspândită	Materiala	Nematerială sau combinație între forma materială și nematerială
2.	Poziționarea clientului în actul de producere a produsului/serviciului	Clientul nu participă la actul producerii, doar comercializarea și utilizarea produsului	Clientul este participant activ al actului de producere ocupând o poziție centrală
3.	Posibilitatea stocajului	Există	Nu este posibilă
4.	Modalitatea de satisfacere a cererii de consum a clientului	Oferă satisfacții prin utilizarea produsului	-Oferă satisfacții mult mai complexe prin trăirea unor experiențe deosebite în consumul serviciului. -Satisfacțiile oferite de servicii sunt în general mai intense. -Serviciile satisfac mai multe nevoi din punct de vedere cantitativ și calitativ; multe dintre ele sunt mnevoi de ordin superior (nevoia de învățatură, artă, autodepășire).

5.	Posibilitatea repetării satisfacției clientului	Există posibilitatea cumpărării unui nou produs	Iversibilitatea repetării unui serviciu identic.
6.	Testarea calității înainte de cumpărare	Există posibilitatea încercării și testării produsului de către client înainte de cumpărare	Nu este posibilă testarea calității serviciului înainte, ci doar în timpul contactului direct al clientului cu serviciul.
7.	Transferul proprietății asupra produsului/serviciului cumpărat	Se transferă dreptul de proprietate asupra produsului cumpărat.	De regulă, nu se transferă dreptul de proprietate asupra serviciului cumpărat.
8.	Definirea și identificarea prețului	-Utilizarea denumirii de preț. -Produsele/mărfurile au întotdeauna un preș identificabil, direct perceptibil.	-Utilizarea denumirii de tarif. -Serviciile/marfă au un preț identificabil, perceptibil în mod direct (televiziune, radio etc.).
9.	Stabilirea prețului	Prin confruntarea cererii cu oferta pe piață	Prin confruntarea cererii cu oferta pe piață, dar cererea în cele mai multe situații orientează prețul mai mult decât oferta.
10,	Posibilitatea despăgubirii consumatorului	Consumatorul poate fi despăgubit rapid prin înlocuirea produsului sau prin bani.	Consumatorul poate fi despăgubit numai prin plata unor daune deoarece serviciul este irepetabil.

Expresia materială este principalul factor care deosebește produsele de serviciile pure, dar și principalul factor de legătură, pentru că există numeroase situații în care un serviciu nu se poate exprima ca formă și conținut decât în relație cu produsele.