

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ (на примере филиала «Кричевский район газоснабжения» РУП «Могилевоблгаз»)

Е.И. Викторова, А.И. Горбатенко
Белорусско-Российский университет, г. Могилев

Маркетинг услуг – это процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей клиентов. Знание маркетинга услуг позволяет определиться с тем, что и как необходимо продавать для достижения максимальной прибыли, каким образом часть этой прибыли направить на совершенствование производства и качества обслуживания [1, с. 15].

Маркетинговая политика компании, работающей в сфере услуг, значительно отличается от маркетинговой политики компании, работающей с материально-вещественными товарами. Связано это, в первую очередь, с особенностью «производства» или оказания услуг. Отличительной особенностью услуги является то, что она может существовать только при взаимосвязи покупателя услуги и производителя услуги.

На маркетинг услуг влияет то, что услуги обладают рядом особенностей, отличных от товара:

- неосвязаемость – покупатель затруднен в определении качества услуги до момента ее оказания;

- ненакапливаемость – услугу нельзя сохранить или складировать, что объясняет высокие издержки производства и расходы на маркетинг;

- неотделимость от источника услуги – процесс оказания услуги трудно отделить от покупателя, который непосредственно участвует в процессе производства и оказания услуги.

Услуги не могут быть сохранены, они неосвязаемы, не изготавливаются заранее, что также составляет проблему для эффективного маркетинга услуг. Маркетинг услуг имеет двойную цель: увеличить прибыль компании, оказывающей услуги, и удовлетворить потребительский спрос на ту или иную услугу.

В соответствии с принципами комплексности, гибкости и адаптивности маркетинг услуг занимается исследованием рынка, координацией проектирования и производства услуг, способствует улучшению потребительских характеристик производимых услуг, расширению их ассортимента, совершенствованию коммуникационной связи исполнителей услуг и клиентов, а также созданию эффективной рекламы. Необходимо иметь в виду, что потребитель оценивает качество предоставленной ему услуги, сравнивая ожидаемый и полученный результаты.

Маркетинг услуг бывает внутренний, внешний и двусторонний. Внутренний направлен на улучшение условий работы предприятия, обучение персонала, создание условий для качественной работы и мотива-

цию к достижению максимального удовлетворения потребностей клиентов. Внешний маркетинг услуг решает вопросы по определению оптимальной цены услуг, продвижению услуг на рынке и др. Двусторонний маркетинг услуг занимается вопросами взаимодействия клиента и продавца в процессе оказания услуги. От того, насколько успешным оно будет, зависит в конечном итоге работа всего предприятия.

Филиал «Кричевский район газоснабжения» РУП «Могилевоблгаз» – одно из важнейших предприятий Кричевского района. Главной задачей предприятия газового хозяйства является надежное снабжение природным и сжиженным газом потребителей (как физических, так и юридических лиц), а также безопасность газовых сетей и оборудования. И с этой задачей предприятие справляется успешно. Постоянно проводится замена морально устаревшего оборудования, осуществляется систематическое обслуживание объектов системы газоснабжения. Усиление контроля за работой оборудования осуществляется посредством телемеханизации процессов, а именно, путем внедрения телеметрии на газорегуляторных пунктах, что позволяет проверить работу газораспределительных приборов не выходя из кабинета. Также по электронным каналам есть возможность проконтролировать расход газа потребителями.

Предприятием оказывается широкий спектр услуг как юридическим лицам, так и гражданам: проектирование объектов газораспределительной системы, строительство, монтаж и обслуживание газопроводов и газового оборудования, установка и замена счетчиков. Для населения установлен удобный режим работы подразделений, оказывающих услуги, налажена работа по предоставлению необходимой информации.

В настоящий момент для предприятия одной из важнейших услуг для населения является установка и замена счетчиков. Прибор учета газа (счетчика) измеряет объемный расход газа при рабочем давлении в подводящем газопроводе.

Газовые счетчики можно разделить на две группы: с температурной компенсацией и без температурной компенсации. В Республике Беларусь широкое распространение получили диафрагменные бытовые счетчики с механической температурной компенсацией (имеют форму буквы «Г» в маркировке и измеряют объем потребляемого газа), приведенной к температуре 20 градусов по ГОСТ 2939-63, что отвечает требованиям и позволяет иметь достоверные данные при взаиморасчетах.

На сегодняшний день в Республике Беларусь имеется три марки газовых счетчиков, которые уже находятся в использовании:

- «СГМН-Г6», производитель – ОАО «Минский механический завод имени С.И. Вавилова» холдинга «БелОМО», г. Минск;
- «СГМ G4», производитель – ОАО «Новогрудский завод газовой аппаратуры», г. Новогрудок;
- «Берестье Г4», «Берестье Г6», производитель – совместное белорусско-германское предприятие ООО «БЕМКРОМГАЗ», г. Брест.

Филиалом «Кричевский район газоснабжения» РУП «Могилевоблгаз» в 2013 году была осуществлена установка 72 новых и замена 40 старых счетчиков. Стоимость счетчика на данное время, согласно акту выполненных работ (включающая стоимость счетчика и стоимость установки), составляет 1015000 рублей, стоимость замены старого счетчика на новый составляет 450000 рублей. Многие жители района отказываются устанавливать счетчики или заменять существующие (но по разным причинам не пригодные для использования). Между тем, причины для установки или замены счетчика серьезные:

1) установка счетчика позволит сократить денежные расходы семьи на газ в среднем в 2,5–3 раза;

2) замене подлежат счетчики, которые не прошли проверку по сроку годности (т.е. срок годности истек) и по технике безопасности не должны храниться дома. Срок поверки (годности) счетчика в Беларуси составляет 8 лет, в России – 10 лет;

3) механическое повреждение счетчика может принести угрозу здоровью и жизни человека, следовательно, такой счетчик подлежит замене;

4) замена счетчика на более новую модель (компактную, усовершенствованную, с улучшенным качеством материала) позволит придать жилью человека более эстетичный вид;

5) также перестановку счетчика целесообразно производить в тех случаях, когда счетчик мешает абоненту установить мебель, провести ремонт в помещении.

Филиал «Кричевский район газоснабжения» РУП «Могилевоблгаз» на ближайшие годы ставит перед собой следующие цели:

– увеличение объемов услуг по установке и замене счетчиков для населения, а также прибыли от реализации данного вида услуг;

– повышение степени удовлетворенности покупателей услуг предприятия;

– улучшение качества обслуживания потребителей.

Для достижения поставленных целей и продвижения услуг по установке и замене счетчиков филиалу «Кричевский район газоснабжения» РУП «Могилевоблгаз» можно предложить следующие мероприятия:

1) изготовить и распространить рекламную полиграфическую продукцию (буклеты и листовки) с информацией о том, зачем нужно установить или заменить счетчик;

2) организовать рекламу по принципу «сарафанного радио», т.е. стоит одному человеку установить счетчик бесплатно, а дальше этот человек начнет распространять слух о новых услугах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арсланов, Т.Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения / Т.Н. Арсланов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 15.