

*Іванова Л. О.,  
Семак Б. Б.,  
Вовчанська О. М.*

# **МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ**

Навчальний посібник

2-ге видання, стереотипне

**Видавництво «Магнолія 2006»**

Львів 2025

**УДК 338.46:339.138 (075.8)**

**I 21**

*Відтворення цієї книги або будь-якої її частини заборонено без письмової згоди видавництва. Будь-які спроби порушення авторських прав будуть переслідуватися у судовому порядку.*

**Автори:** *к.е.н., доц. Іванова Л. О.,  
д.е.н., проф. Семак Б. Б.,  
к.е.н., доц. Вовчанська О. М.*

**Рецензенти:** *д.е.н., проф. Мних О. Б.,  
д.е.н., проф. Дайновський Ю. А.,  
д.е.н., проф. Кізима Т. О.*

*Рекомендовано до друку Вченою радою ЛТЕУ.  
Протокол № 11 від 6 липня 2017 р.*

**I 21** Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – 2-ге вид., стер. – Львів : Видавництво «Магнолія 2006», 2025. – 508 с.

**ISBN 978-617-602-216-9**

У навчальному посібнику розглядаються актуальні питання значущості та масштабів поширення маркетингу в галузях і сферах послуг. Особлива увага приділяється маркетинговому інструментарію у сфері послуг та особливостям маркетингової діяльності в окремих галузях і сферах послуг. Посібник містить структурно-логічні блоки для вивчення і перевірки кожної теми, комплексні розрахунково-аналітичні завдання та ситуації для самостійного вирішення, тести, індивідуальні навчально-дослідні завдання, які спрямовані на поглиблення практичних навичок щодо використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

Для студентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Реклама в бізнесі» спеціальності 061 «Журналістика», викладачів, науковців та фахівців, які працюють у сфері послуг.

**УДК 338.46 339.138 (075.8)**

© Іванова Л. О., Семак Б. Б.,  
Вовчанська О. М., 2025  
© «Магнолія 2006», 2025

**ISBN 978-617-602-216-9**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
<b>Тема 1.</b> Ринок послуг у сучасній економіці та особливості його функціонування.....	7
<b>Тема 2.</b> Економічна сутність, класифікація та основні характеристики послуг.....	40
<b>Тема 3.</b> Принципи, функції та концепції маркетингу послуг.....	75
<b>Тема 4.</b> Міжнародні моделі маркетингу послуг.....	100
<b>Тема 5.</b> Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств сфери послуг.....	128
<b>Тема 6.</b> Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його реалізації.....	165
<b>Тема 7.</b> Напрями вдосконалення діяльності підприємств сфери послуг: маркетингове забезпечення.....	207
<b>Тема 8.</b> Маркетинг банківських послуг.....	234
<b>Тема 9.</b> Маркетинг туристичних послуг.....	262
<b>Тема 10.</b> Маркетинг готельних послуг.....	306
<b>Тема 11.</b> Маркетинг страхових послуг.....	384
<b>Тема 12.</b> Маркетинг у сфері некомерційної діяльності.....	415
<b>Тематика рефератів</b> .....	453
<b>Питання для самоконтролю та підсумкового контролю знань</b> .....	455
<b>Термінологічний словник</b> .....	462
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	498

## ПЕРЕДМОВА

Одним із основних напрямів розвитку сучасної економіки є сфера послуг, що стрімко розширюється. В економічному комплексі ринково розвинутих країн сфера послуг становить значну частку як за часткою споживчих витрат на послуги та зайнятості працездатного населення, так і за обсягами прямих інвестицій. Частка послуг у світовій торгівлі наближається до 25%. Міжнародна торгівля послугами зростає швидкими темпами. Світовий експорт послуг перевищив 4,6 трлн дол. США. З 1995 року набула чинності Генеральна угода про торгівлю послугами (GATS) Світової організації торгівлі, яка стимулює та забезпечує правові основи торгівлі всіма видами послуг на світовому рівні. Значно активізувалась і нарощує обсяги сфера послуг в Україні у зв'язку з реформуванням економіки. На державному рівні здійснено класифікацію послуг, пристосування її до сучасних вимог.

Еволюціонує і маркетинг послуг – від формування його на основі досвіду виробничих і торговельних структур до систематизації успіхів провідних фірм з обслуговування – з урахуванням особливості послуги як товару, побудови маркетингових підходів з використанням відповідного маркетингового інструментарію. Розширюється і поглиблюється асортимент послуг, урізноманітнюються продукти та сфери діяльності з обслуговування. Удосконалюються стратегія і тактика маркетингової діяльності, створюються відповідні комплекси маркетингу.

Усе це потребує поглибленого вивчення особливостей маркетингу в сфері послуг у межах окремої дисципліни. Освоєння дисципліни “Маркетинг послуг” студентами за напрямами підготовки 6.030507 “Маркетинг” та 6.030302 “Реклама та зв'язки з громадськістю”, спеціалізації “Реклама у бізнесі” здійснюється після вивчення навчальних дисциплін “Основи маркетингу”, “Маркетинг”.

Предметом дисципліни “Маркетинг послуг” є загальні закономірності та особливості розвитку ринку послуг в економічному комплексі з

урахуванням особливості послуги як товару; маркетинговий інструментарій на ринку послуг; формування та функціонування механізму маркетингової роботи на підприємствах сфери послуг.

Мета дисципліни – озброїти студентів науково-теоретичними та практичними знаннями щодо сучасної концепції маркетингу послуг, умов, механізмів та інструментів її використання для забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг та задоволення потреб споживачів.

Основні завдання дисципліни:

- сформулювати розуміння значення маркетингу в сфері послуг, його особливостей;
- вивчити ринок послуг, його структуру та регулювання на світовому і державному рівнях, регулювання та нормативне забезпечення;
- забезпечити засвоєння особливостей маркетингового інструментарію в діяльності підприємств та організацій у сфері послуг;
- сформулювати вміння використовувати набуті знання у практичній діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент набуде наступних компетенцій:

- **знатиме** зміст та особливості маркетингу сфери послуг; сегментацію ринку послуг; особливості впровадження комплексу маркетингу в сфері послуг; моделі маркетингу в сфері послуг; маркетингові стратегії на ринку послуг; особливості товарної політики на ринку послуг; політику ціноутворення у сфері послуг; особливості маркетингової комунікаційної політики у сфері послуг; етапи створення послуг-новинок та розробку інноваційної політики у сфері послуг; підходи до планування маркетингу в сфері послуг; особливості контролю та аудиту маркетингу в сфері послуг;

- **вмітиме** розробляти маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг; досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг; розробляти товарну політику щодо послуг; вирішувати питання ціноутворення; досліджувати особливості

впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг; розробляти товарну політику підприємств сфери послуг; розробляти маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг; проводити сегментування ринку послуг; розробляти стратегічні плани, тактичні та оперативні плани підприємств у сфері послуг.

Навчальний посібник містить структурно-логічні блоки для проведення лекцій, практичних, семінарських занять і виконання самостійної роботи щодо кожної теми та відповідні списки рекомендованої літератури, комплексні розрахунково-аналітичні завдання та ситуації для самостійного вирішення, тестові завдання, індивідуальні навчально-дослідні завдання для самостійного виконання, тематику рефератів, запитання для самоконтролю оволодіння навчальним матеріалом, термінологічний словник ключових понять з визначенням їх сутності, загальний список рекомендованої літератури. Зазначені матеріали спрямовані на методичне забезпечення вивчення дисципліни, урізноманітнення форм роботи студентів у цьому напрямі.

Навчальний посібник надає можливість студентам ґрунтовніше сприймати лекційний матеріал, системно і всебічно готуватися до семінарських та практичних занять, самостійно досліджувати процеси, що відбуваються на світовому та українському ринку послуг.

Навчальне видання

Іванова Лілія Омелянівна,  
Семак Богдан Богданович,  
Вовчанська Ольга Михайлівна

# МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ

Навчальний посібник

2-ге видання, стереотипне

Літературний редактор – Муравицька Н. О. Коректор – Мох О. П.

Формат 60x84/16. Папір  
офсетний. Гарнітура  
Times New Roman.  
Ум. др. арк. 18,72

ПП «Магнолія 2006»  
м. Львів-53, 79053, Україна,  
тел.+380503701957  
e-mail: magnol06@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників і  
розповсюджувачів видавничої продукції:  
серія ДК № 2534 від 21.06.2006 року  
видане Державним комітетом інформаційної політики,  
телебачення та радіомовлення України

Надруковано у друкарні видавництва «Магнолія 2006»