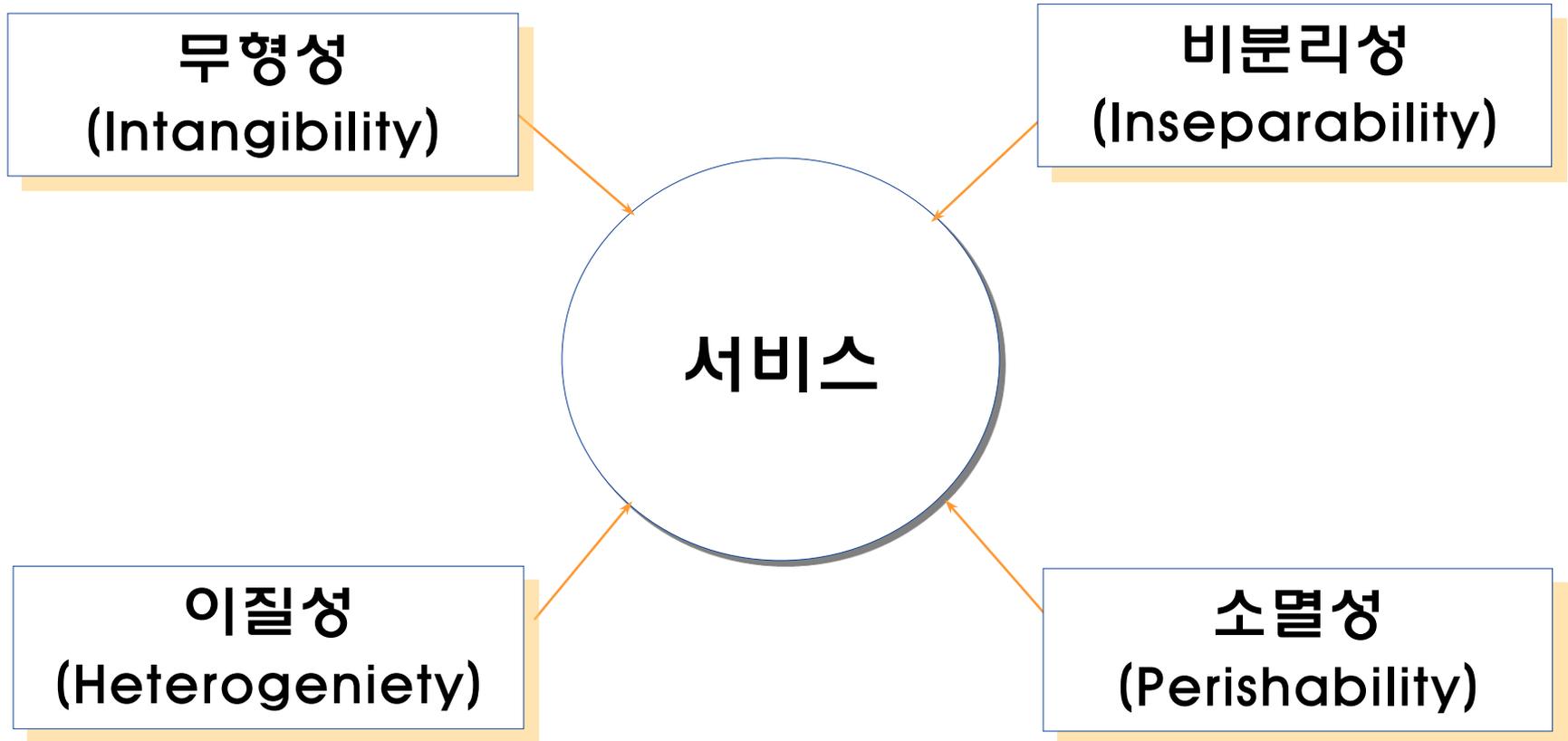


1. 서비스의 정의

- 경제학적 견해 : 비생산적인 노동이나 비물질적인 재화로 구분
- 제품과의 비교
 - 서비스는 제품에 비해 무형적 요소가 많으며 핵심편익 원천에 의해 구분
 - 현실적으로 유형적인 요소의 존재가 필요함
 - 제조업에서도 서비스는 고객에게 제공하는 중요한 요소임
- 서비스의 정의에 대한 여러 견해
 - AMA(미국마케팅학회)의 정의 : 제품과의 비교
 - 베리의 정의 : 유/무형의 구분, 가치의 강조
 - 레티넨의 정의 : 종업원의 중요성 강조
 - 코틀러의 정의 : 유/무형과 기술적 부분 강조
- 산출물이 무형적 요소로서 생산되는 시점에서 소멸되며 소비자에게 무형적인 편익 (예: 안락함, 편리성 등)의 가치를 제공하는 모든 경제적 제반 활동

2. 서비스의 기본적 특성



3. 서비스 특성에 따른 대응전략

▪ 무형성 intangibility

문제점

- 저장 불가능
- 특허를 통한 서비스 보호 불가능
- 진열 및 커뮤니케이션을 할 수 없음
- 가격설정 기준이 모호함

대응방안

- 유형적인 단서를 제공
-> 홍보 및 광고
- 비인적 원천보다는 인적 원천을 사용
-> 대인적 접촉 강화
- 구전 커뮤니케이션의 활성화
->고객의 만족도 향상
- 강력한 기업 이미지 창출
-> 매뉴얼화된 서비스 제공
- 제공되는 효익의 강조
->지수 등을 통한 계량화)

▪ 비분리성 inseparability

문제점

- 서비스 제공자가 반드시 서비스 제공장소에 있어야 함
- 서비스 생산에 있어 고객참여가 필수적임
- 간접판매는 안 되고 직접판매만이 가능함
- 집중화된 대규모 생산이 곤란함
- 서비스 제공자의 능력과 수혜자에 따라 서비스의 질이 결정됨

대응방안

- 종업원 선발 및 교육이 매우 중요함
- 서비스 제공의 자동화 강화
-> 셀프서비스
- 세심한 고객욕구 파악 및 관리 필요
-> 대기관리, 단계별 정보제공
- 복수점포 입지전략 사용

▪ 이질성

variability

문제점

- 표준화 및 품질통제가 곤란함
- 가변적인 요소가 많음

대응방안

- 서비스 표준의 설계 및 수행
- 사전 패키지 서비스 제공
- 서비스의 기계화·산업화 강화
- 서비스의 개별 맞춤화 시행
- 고객들이 사전에 인지할 수 있어야 함

▪ 소멸성 perishability

문제점

항공기 탑승, 스포츠 등은 저장이 불가능함.

- 저장 및 재판매 불가능
- 수요 및 공급의 균형문제

대응방안

- 수급 및 제공능력의 동시조절을 통해 수요변동 극복
-> 예약 시스템, 정확한 예측)
- 수요감퇴기에 가격인하, 촉진활동 강화 등 수요변동에 대비
- 종업원의 다양한 업무능력 제고

4. 서비스 경제화

(1) 서비스 경제화의 의미

- 국민총생산(GNP)의 50% 이상이 서비스 분야에서 일어나는 경제(Fuchs, 1968)
- 전체 고용인구에서 차지하는 비중이 50% 이상이 서비스인 경우(Bell, 1973)
- 우리나라(2007년)의 경우 GDP 비중 57.6%, 고용비중 65.2%

서비스 사회
(Service Society)

서비스 경제
(Service Economy)

서비스 = 경쟁우위요인

(2) 서비스 경제의 성장이유

- 서비스 부문 지출비중 확대
소비지출 확대와 자본집약적 사업, 생산성 증가, 고용안정
- 정보기술의 발달
전통적 서비스 제공방식을 대체하는 새로운 개념의 서비스 등장
- 소비자 욕구의 다양화와 고급화
라이프 스타일 변화에 따른 다양한 서비스의 출현
- 기업활동의 필요성 증대
기업경쟁 심화에 의한 필요, 비즈니스 서비스 출현
- 여성의 사회참여 확대
여성의 사회진출과 취업으로 인한 가사노동 서비스의 대체
- 삶의 복잡화
전문적인 서비스 기관을 통한 문제해결 증대
- 제품의 복잡화 증가
사용상의 어려움으로 인한 교육·수리서비스 수요 증가
- 새로운 서비스의 등장
혁신적 서비스, 기존 서비스의 서비스 추가, 서비스 계열 확장