

I.B.(P.G)COLLEGE, PANIPAT

Class: B.A.I(2nd Sem)

Subject: Marketing Mgt.

Marketing of Services **(सेवाओं का विपणन)**

Introduction (परिचय):

सामान्य शब्दों में सेवा से तात्पर्य उन अमूर्त क्रियाओं से है जो प्रतिफल के बदले

में एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति के लिए की जाती है। जिसमें उस दूसरे व्यक्ति को आराम व सुविधा प्राप्त होती है।

पिछले कुछ सालों में संपूर्ण विश्व में सेवा क्षेत्र का बहुत विकास हुआ है भारत में भी इस क्षेत्र में बहुत विकास हुआ है। सेवा क्षेत्र के विकास के साथ ही सेवाओं के विपणन का महत्व बढ़ गया है परंतु उत्पादों की तुलना में सेवाओं की प्रकृति भिन्न होती है इसलिए इसके विपणन के लिए विभिन्न प्रकार की रीतिनीतियों एवं रणनीतियों आवश्यकता होती है।

Definitions of Services(सेवाओं की परिभाषाएं)

- According to American Marketing Association

“सेवाएं वे क्रियाएं लाभ या संतुष्टि हैं जो विक्रय हेतु प्रस्तुत की जाती हैं अथवा माल के साथ उपलब्ध करवाई जाती हैं।

“Services are the activities, benefits or satisfactions which are offered for sale or provided in connection with the sale of goods.”

- According to Philip Kotler

“सेवा एक ऐसा कार्य या निष्पादन है जो एक पक्ष द्वारा दूसरे पक्ष के लिए किया जा सकता है जो आवश्यक रूप से अमूर्त होता है और इससे किसी वस्तु के स्वामित्व में परिवर्तन नहीं होता।”

“A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the change in the ownership of anything.”

Meaning (अर्थ)

सेवा से अभिप्राय किसी भी प्रकार की सेवा से है जो सम्भाव्य उपभोक्ताओं को उपलब्ध की जाती है तथा इसमें बैंकिंग, बीमा, परिवहन, भोजन, मनोरंजन, समाचार तथा अन्य सूचनाओं का प्रदान करने से संबंधित सेवाएं भी सम्मिलित है किंतु निशुल्क अथवा व्यक्तिगत अनुबंध के अंतर्गत प्रदान की जाने वाली सेवाओं को सम्मिलित नहीं किया जाता है

निष्कर्ष रूप में, सेवा वह क्रिया या क्रियाओं की श्रृंखला है जो किसी व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को मूल्य के बदले प्रस्तुत की जाती है ताकि दूसरे व्यक्ति की समस्या का समाधान हो सके या उसे संतुष्टि प्राप्त हो सके। सेवा किसी उत्पाद के साथ या अलग से भी प्रदान की जा सकती है।

Nature/Characteristics of Services (सेवाओं की प्रकृति/विशेषताएं)

- सेवा एक निष्पादन (Performance of Activity): सेवा की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि यह क्रियाओं का निष्पादन है ना की किसी भौतिक उत्पाद का उत्पादन।
- अमूर्त क्रिया (Intangible Activity): सेवा एक अमूर्त क्रिया है अतः इसे

छुआ, देखा नहीं जा सकता है।

- नाशवान (Perishable): सेवा नाशवान प्रकृति की क्रिया है जिसे संग्रह करके नहीं रखा जा सकता।
- अपृथकनीय (Inseparable): सेवा का एक महत्वपूर्ण लक्षण यह भी है कि यह अपृथकनीय है इसका अर्थ यह है कि सेवा निष्पादित करने वाले व्यक्ति को सेवा से अलग नहीं किया जा सकता।_उपयोगिता का सृजन (Creation of Utility): सेवा से उपयोगिता का सृजन होता है परिवहन सेवा से स्थान उपयोगिता का, भंडारण सेवा से समय उपयोगिता आदि का सृजन होता है।
- संसाधनों का उपयोग (Utilisation of Resources): सेवा के उत्पादन या प्रस्तुत करने में प्रायः संसाधनों का प्रयोग भी किया जाता है उदाहरण के लिए हवाई परिवहन सेवा प्रदान करने हेतु हवाई जहाज का उपयोग करना पड़ता है
- व्यक्तिगत कौशल(Personal Capability): सेवा की किस्म सेवा प्रदान करने वाले व्यक्ति के व्यक्तिगत कौशल से प्रभावित होती है। सेवा प्रदान करने वाला ज्यों-ज्यों अपने कौशल में सुधार करेगा त्यों त्यों उसकी सेवा की क्रिया में सुधार होता चला जाएगा ।
- स्वामित्व का हस्तांतरण नहीं (No transfer of ownership सेवा की एक विशेषता यह भी है कि इसके लिए कुछ भुगतान करना पड़ता है परंतु फिर भी आप इसके स्वामी नहीं बन सकते । उदाहरण के लिए आप सिनेमाघर में कोई फिल्म देखने जाते हैं तो आप केवल टिकट खरीदकर फिल्म देखकर वापस आ जाते हैं आप उसके वास्तविक स्वामी नहीं बन सकते। इसी प्रकार बस हवाई जहाज बैंक आदि कि आप केवल सेवाएं प्राप्त कर सकते हैं उनके स्वामी नहीं बन सकते।
- दो पक्षकार (Two Parties) सेवा की एक विशेषता यह भी है कि इसमें दो पक्षकार होते हैं एक सेवा प्रदान करने वाला दूसरा सेवा प्राप्त करने वाला।

अतः सेवाएँ अमूर्त क्रियाएँ हैं जिनमें दो पक्षकार होते हैं और उनके निष्पादन को केवल देखा तथा अनुभव किया जा सकता है

Services Marketing Mix

(सेवा विपणन मिश्रण)

उत्पाद विपणन मिश्रण में 4p का उल्लेख किया गया है जो इस प्रकार है- उत्पाद, मूल्य, संवर्धन तथा स्थान। किंतु प्रोफेसर कोटलर ने सेवा विपणन मिश्रण में 7p को सम्मिलित किया है जो नियमानुसार है:

उत्पाद(Product)

मूल्य (Price)

संवर्धन (Promotion)

स्थान (Place)

लोग (People)

भौतिक प्रमाण (Physical Evidence)

प्रक्रिया (Process)

- (Product) उत्पाद

सेवा विपणन मिश्रण का प्रथम घटक है उत्पाद अथवा सेवा उत्पाद। सेवा उत्पाद से अभिप्राय उस कार्य से है जिसे विपणनकर्ता बाजार में बिक्री के लिए प्रस्तुत करता है। प्रत्येक विपणनकर्ता को सर्वप्रथम अपने सेवा उत्पाद की प्रकृति को समझना होता है कि वह अपने सेवा उत्पाद को किस प्रकार उपलब्ध करा

सकता है। कुछ सेवाएं ग्राहकों को प्रत्यक्ष रूप से ही उपलब्ध कराई जा सकती है जबकि कुछ सेवाएं ग्राहकों को उत्पाद के साथ उपलब्ध कराई जाती है जैसे बाल सैट करने की सेवा, मसाज करने की सेवा आदि ग्राहकों को प्रत्यक्ष रूप से प्रदान की जा सकती है जबकि गाड़ी की सर्विस देने के लिए गाड़ी एवं ग्राहकों की व्यक्तिगत उपस्थिति होना आवश्यक होता है।

- **(Pricing)मूल्य निर्धारण**

सेवा मिश्रण का दूसरा महत्वपूर्ण घटक है मूल्य का निर्धारण। मूल्य प्रतिफल की वह राशि है जिसके बदले कोई विपणनकर्ता अपने उत्पाद का विक्रय करना चाहता है। विपणनकर्ता को भी अपनी सेवा का मूल्य निर्धारित करना पड़ता है किंतु सेवा उत्पादों के मूल्य को प्रायः मूल्य के नाम से नहीं बल्कि अलग अलग नामों से पुकारा जाता है जैसे :

डॉक्टर आदि की परामर्श सेवा	फीस
परिवहन सेवा	किराया
कर्मचारी सेवा	वेतन
एजेंट सेवा	कमीशन
बीमा सेवा	प्रीमियम

एक विपणनकर्ता सेवा का मूल्य सेवा की प्रकृति उपभोक्ता की देय क्षमता प्रतिस्पर्धियों की कीमतों सरकारी नीतियों तथा बाजार की परिस्थितियों को ध्यान में रखकर निर्धारित करता है।

- **संवर्धन (Promotion)**

यह उल्लेखनीय है कि सेवा उत्पादों एवं भौतिक उत्पादन में एक समान संवर्धन

नीतियों को नहीं अपनाया जा सकता एक विपणनकर्ता को सेवा उत्पादन के लिए भिन्न प्रकार के संवर्धन मिश्रण को अपनाना पड़ता है सेवा उत्पादों के संदर्भ में संवर्धनात्मक मिश्रण के भिन्न-भिन्न घटकों को अपनाया जाता है।

(i) विज्ञापन(Advertisement) विज्ञापन का आशय किसी ऐसे दृश्य या लिखित संदेश से है जिससे किसी विचार उत्पाद या सेवा का संवर्धन किया जाता है। इसमें संदेशदाता एवं प्राप्तकर्ता के बीच कोई व्यक्तिगत संबंध नहीं होता। सेवा उत्पादों के विज्ञापन के लिए समाचार पत्र, पत्रिकाओं, बोर्ड, रेडियो, टीवी आदि साधनों का प्रयोग किया जाता है।

(ii) व्यक्तिगत विक्रय(Personal Selling) सेवा उत्पादों के संवर्धनात्मक मिश्रण में व्यक्तिगत विक्रय का महत्वपूर्ण स्थान है इसमें विक्रयकर्ता संभावित ग्राहकों से व्यक्तिगत संपर्क करता है एवं उसे अपने सेवा उत्पादों के संबंध में व्यापक जानकारी देता है।

(iii) विक्रय संवर्धन (Sales Promotion) सेवा उत्पादों के संवर्धनात्मक मिश्रण में विक्रय संवर्धन का विशेष स्थान है सेवा उत्पादों के लिए निम्नलिखित विक्रय संवर्धन तरीकों का प्रयोग किया जाता है इसमें कटौती सेवा का प्रदर्शन सेवा उत्पाद के बार-बार उपयोग पर भारी छूट आदि।

• स्थान(Place)

सेवा उत्पादों के विपणन मिश्रण में स्थान का विशेष स्थान है। सेवा उत्पाद अमूर्त प्रकृति के होते हैं इसी कारण से इन्हें ना तो एक स्थान पर संग्रहित किया जा सकता है ना ही एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाया जा सकता है। सेवा उत्पादों के वितरण के संबंध में निर्णय करते समय दो मुख्य बातों को निश्चित करना चाहिए। सेवा ऐसे स्थान पर उपलब्ध हो जहां से सभी लोग सेवा को क्रय करने हेतु आसानी से पहुंच सके एवं सेवा उत्पाद सभी ग्राहकों को यथासमय सुविधानुसार उपलब्ध हो सके। कुछ सेवाओं के वितरण के लिए मध्यस्थों का

प्रयोग किया जाता है जैसे जीवन बीमा निगम की सेवा के लिए बीमा एजेंट उपलब्ध हैं।

- **मानव/लोग/व्यक्ति(Human/People/Person)**

सेवा मिश्रण में लोग/ मानव अत्यंत महत्वपूर्ण है इसके कई कारण हैं लोगों के स्तर एवं उनकी अपेक्षाओं के अनुरूप ही सेवा की गुणवत्ता निर्धारित की जाती है। सेवाएं प्रायः मानव प्रधान होती हैं। एक बार दी गई सेवा का ग्राहक को उपयोग करना पड़ता है अतः लोग एक बार में ही अच्छी सेवा प्राप्त करना चाहते हैं। इसलिए विपणनकर्ता का लोगों पर ध्यान केंद्रित करना आवश्यक हो गया है सेवाओं को प्रतिस्थापित भी नहीं किया जा सकता सेवा एक मनुष्य द्वारा दूसरे मनुष्य को प्रदान की जाती है।

- **भौतिक प्रमाण(Physical Evidence)**

सेवा के निष्पादन के समय ग्राहक व्यक्तिगत रूप से उपस्थित रहता है। अतः सेवा विपणन में प्रमाण की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। भौतिक प्रमाण से आशय सेवा निष्पादन की व्यवस्था एवं सेवा निष्पादन के आसपास के वातावरण से है जैसे किसी रेस्टोरेंट्स का भौतिक प्रमाण उसका फर्नीचर, उसकी सजावट, उसकी स्वच्छता, जलवायु आदि में मापा जाता है। सेवा विपणनकर्ता को सेवा के विपणन की सफलता के लिए उसके भौतिक प्रमाण की भली प्रकार से व्यवस्था करनी चाहिए।

- **प्रक्रिया (Process)**

प्रक्रिया से आशय उस व्यवस्था से है जिसके द्वारा ग्राहक के सामने सेवा का निष्पादन किया जाता है जैसे की कैंटीन में सेवा की प्रक्रिया में सबसे पहले कूपन देने की व्यवस्था की जाती है उसके बाद में कूपन के बदले सामग्री दी जाती है अंत में उस सामग्री को टेबल पर ले जाकर उपभोग किया जा सकता है अथवा पैक करवा कर साथ ले जाया जा सकता है।

इस प्रकार स्पष्ट है कि उत्पादों के विपणन में केवल चार घटकों को ही सम्मिलित नहीं किए जाता बल्कि सेवा के वितरण 7 पी अर्थात सात घटकों को सम्मिलित किया जाता है।