

Uslužna ekonomija

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 14 | Nivo: Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica

SADRŽAJ

UVOD

USLUŽNA EKONOMIJA

ULOGA USLUGA U NACIONALNIM EKONOMIJAMA

UČEŠĆE USLUGA U STVARANJU DRUŠTVENOG PROIZVODA

DEFINISANJE USLUGA

KOMPONENTE USLUGE I USLUŽNI PAKET

OPŠTE KARAKTERISTIKE USLUGA

RAZLIKE IZMEĐU ROBA I USLUGE

KLASIFIKACIJA USLUGA

ZAKLJUČAK

LITERATURA

UVOD

Krajem šezdesetih godina prošlog veka, uporedo s pobunom protiv društva koje legitimira razdvajanje proizvodne i vanproizvodne sfere, dolazi do strukturne promene u dominantnom obliku privredne proizvodnje. Hijerarhijski sklop manualnog rada i birokratizovanog upravljanja sve više zamenjuju oblici rada zasnovanog na kreativnom organizovanju proizvodnje.

Postindustrijska i uslužna ekonomija sve više zamenjuju industrijsku ekonomiju, upošljavajući pritom znanje i kreativnost – upravo one snage koje su prethodno bile izdvojene iz sfere proizvodnje.

Sektor uslužnih delatosti pokazuje dominantan rast u ekonomiji što podrazumeva potrebu za izučavanjem problema u vezi sa marketingom usluga. Usluga je bilo koji čin ili delo koje jedna strana može ponuditi drugoj, koje je u osnovi neopipljivo i koje za posledicu nema nikakav vid vlasništva. Zadatak marketinga usluga je da proizvođač, distributer i maloprodavci ponude usluge sa dodatnom vrednošću koje bi se diferencirale na tržištu u odnosu na konkurenciju.

USLUŽNA EKONOMIJA

Uslužni sektor se vezuje za stvaranje novih radnih mesta, odnosno zasniva se na pronalaženju načina kako da se apsorbuje višak radne snage koji proizilazi iz poljoprivrede, rudarstva i industrije. Jedan od najvećih izazova svih nacionalnih ekonomija je rešavanje problema zaposlenosti. Danas, usluge su prisutne u svim proizvodima ekonomije, zbog čega se sve češće govori o "uslužnoj ekonomiji".

Uslužne aktivnosti predstavljaju akcije koje se tiču lica, stvari ili informacija. Sve navedene stavke zahtevaju postizanje odnosa razmene sa krajnjim korisnikom usluge.

Uslužni procesi se sastoje od dve vrste aktivnosti:

OPERATIVNIH – koji su definisani u koracima koji su neophodni da bi se usluga isporučila potrošaču

USLUŽNIH AKTIVNOSTI POTROŠAČA – lične interakcije koje nastaju između potrošača i davaoca usluge tokom procesa isporuke usluge.

Najznačajnije karakteristike uslužnih aktivnosti su:

Davalac i korisnik usluge moraju biti prisutni u isto vreme na istom mestu

Korisnik usluge učestvuje u proizvodnji

Kvalitet usluge zavisi od angažovanja radnika i njegove kvalifikacije

Uslužni proizvod je drugačiji od materijalnog jer ne može biti jasno ograničen

Promena u stanju lica ili stvari je uglavnom nepovratna.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com