

Razvoj novih usluga u savremenom svetu

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 14 | Nivo: VES Peć – Leposavić

Садржај	
Увод	3
1.Развој нове услуге	4
1.1. Разлози за увођење нове услуге	4
1.2. Шта се подразумева под „новом услугом“?	5
1.2.1. Значајне иновације услуге	7
1.2.2. Отпочињање нових послова	7
1.2.3. Нове услуге за тржиште које се сада опслужује	8
1.2.4. Проширења линије услуга	8
1.2.5. Побољшања услуга	8
1.2.6. Промена стила	9
2. Процес развоја нове услуге	9
2.1. Да ли је процес развоја нове услуге различит од процеса развоја новог производа	9
2.2. Формулисање или ревизија циљева, пословне стратегије и стратегије нове услуге	12
2.3. Стварање идеја	12
2.4. Прелиминарна оцена идеја	13
2.5. Пословна анализа	13
2.6. Развој и тестирање услуге	13
2.7. Тестирање тржишта	13
2.8. Комерцијализација	14
Закључак	15
Литература	16

Увод

Посматрање услуга у контексту маркетинга и укупне економске активности недовољно је од самог потрошача, односно корисника одређене услуге. Постоји доста дефиниција и оне се разликују у мери у којој на различите начине аутори посматрају значај и улогу услуга у економији уопште али и посматрано са аспекта учесника у тржишној утакмици. Уколико се пође од дефиниције производа у смислу резултата пословне активности компаније оријентисане ка тржишту, може се речи да производ представља начин на који предузеће усклађује своје могућности са потребама и захтевима купаца. У том смислу је Котлер и дефинисао производ као «...све оно што може бити понуђено тржишту да задовољи потребе и жеље купаца». Ова дефиниција није нетачна ни за услуге као производ пословне активности, али ипак не указује на специфичну природу услуга у довољној мери. Шта су онда услуге и како их можемо дефинисати? Најједноставније речено услуге представљају дела, процесе и перформансе. На шалџив начин широка дефиниција услуга је у претходно наведеном смислу дата и у часопису Економист: «Услуга је све оно што не може да вам падне на ногу!

Услуга дакле укључује све економске активности чији је резултат генерално посматрано неопипљива форма која се углавном троши на месту где се и производи и пружа корист за особу која ту услугу купује.

«Услуга је свака активност или корист коју једна страна нуди другој, и која је суштински неопипљива и не резултира у власништву над било чим. Њена производња може, али не мора бити повезана са физички опипљивим добром.

Из наведене дефиниције произилазе и неке од основних карактеристика услуга. У литератури се аутори донекле размимоилазе у погледу тога које су карактеристика услуга, али те разлике нису суштинске, већ више последица нешто другачијег приступа изучавања, те нивоа аналитичности и сврхе посматрања.

1.Развој нове услуге

1.1. Разлози за увођење нове услуге

Као резултат анализе и оцене свог микс производа / услуга, организација, може да размотри потребу проширивања свог портфолија услуга као одговор на променљиву природу окружења у којем послује. Уобичајене околности када нова услуга може бити неопходна су:

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

www.maturskiradovi.net

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