

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Proizvod". Rad ima 15 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Садржај:

Увод	3
Производ	4
Својства производа	5
Карактеристике производа	6
Концепција производа	8
Производња	8
Коришћење производа	9
Одржавање и одбацивање производа	9
Нови производ	9
Одрживи производ	10
Животни циклус производа	10
Чување, складиштење и транспорт производа	11
Настајање производа	12
Закључак	14
Литература	15

Увод

Услов за опстанак и раст тржишно оријентисаних компанија је непрестани развој нових и побољшање постојећих производа или нивоа услуга. Под производом овде подразумевамо одређени резултат људског рада остварен у циљу подмиривања људских потреба било посредно или непосредно. Услуга подразумева рад који подмирује неку потребу.

Пословна предузећа данас почивају на два темеља то су маркетинг и иновације које се изводе у циљу стварања нових купаца. У савременим условима конкуренције показало се да је ризично не вршити иновације.

Индустријски корисници и потрошачи очекују читав низ нових и побољшаних производа. То заштрава конкуренцију на тржишту, а предузећа приморава на конструктивне напоре како би ти захтеви били испуњени.

Дефинисање и прављење новог производа није лак задатак. Подразумева пре свега знатна новчана улагања, временско ангажовање а свакако носи са собом и одређене ризике. У поступку стварања и пласирања новог производа постоје многи незаобилазни елементи.

Производ

Производ је коначни резултат производне делатности који, за разлику од услуге, постоји и након што је довршен процес његове производње. Производ мора својим обликом и својствима задовољити одређену потребу.

Производ је начин на који предузеће усклађује своје могућности са потребама и захтевима купаца. Он је резултат читавог маркетинг напора предузећа да се изађе у сусрет захтевима и потребама купаца. Потребе купаца не постоје због одређених производа већ да буду задовољењу коришћењем производа. Отуда је акценат у коришћењу производа на задовољењу потреба купаца. Предузеће треба да има производ или услугу која адекватно задовољава потребе купаца, ефикасније него производи и услуге других предузећа. Битно је да полази од потреба и захтева потрошача атрибута производа. У динамичкој привреди потребе и захтеви потрошача се мењају и зато предузеће мора да врши неопходна прилагођавању у свом производном програму да би задовољило захтеве купаца.

У литератури преовлађује разликовање између три нивоа производа. Први ниво је генетички производ тј. оно што чини суштину задовољавања потреба потрошача. Суштина производа је базични физички предмет или неопипљиве услуга коју добија потрошач. Суштина производа се назива генеричке производ што значи усаглашеност са базичним описом онога што специфицира функције које обавља. Аутомобил омогућава транспорт, телевизор забаву и информације. Други ниво је опипљив производ који чине одређени атрибути производа који имају прецизну спецификацију. Трећи ниво је проширени производ као скуп производа и услуга који прати опипљив производ и имиџ који иде уз њега.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com