

Uvod

Prelaskom iz industrijskog u postindustrijsko društvo dolazi do značajnih promena u prirodi i strukturi ponude. Ponuda je sve češće usluga, za razliku od nekadašnje ponude materijalnih proizvoda. Osim toga, i ponuda velikog broja materijalnih proizvoda predstavlja integraciju proizvoda i usluga u jedinstvenu i originalnu ponudu, koja zadovoljava potrebe drugih ponuđača, ali i krajnjih potrošača.

Otuda kvalitet usluge daje prednost jednim uslugama u odnosu na druge.

Kvalitet usluga je jedna od najčešće izučavanih oblasti u literaturi marketinga usluga. Pokazalo se da je kvalitet usluga, dugoročno gledano, najznačajniji faktor koji utiče na poslovni uspeh, kvalitet proizvoda i usluga koje nudi kompanija u odnosu na njene konkurente.

Kvalitet usluge

- da je kvalitet usluga stav o uslužnoj firmi, dok se zadovoljstvo kupaca odnosi napojedinačne uslužne susrete;
- da se radi o različitim kategorijama, iako kvalitet usluga ne predstavlja uopšteni stav, nego je takođe vrlo specifično vezan za određenu transakciju;
- da termin «zadovoljstvo kupaca» označava kumulativnu meru, ali da nije istovetan kvalitetu usluga, što izaziva dalju konfuziju i zabune;
- da između ova dva koncepta postoje mnoge sličnosti, pa da je njihovom posmatranju i analizi u budućnosti potrebno pristupiti integrisano kroz izučavanje koncepta «ocena od strane potrošača»;
- da se ove dvie dimenzije nalaze u uzročno posledičnom odnosu. Ono o čemu ne postoji saglasnost je koja od navedenih veličina prethodi sledećoj: kvalitet usluga zadovoljstvu ili zadovoljstvo kvalitetu usluga.

Jedan od prvih pristupa izučavanja kvaliteta usluge je koncept opažajnog kvaliteta usluge odnosno model ukupno upoazajnog kvaliteta usluge. Ovaj pristup bazira se na istrživanjima ponašanja potrošača i očekivanim efektima post potrošačkoj proceni proizvoda. I pored brojnih osporavanja, ovaj model predstavlja osnovu u najvećem broju istraživanja kvaliteta usluge.

Kasnije su se pojavili i drugi pristupi izučavanju pojma kvaliteta na osnovu kojih se razlikuje nekoliko tipova definicija kvaliteta usluge.

Ovi pristupi odnose se na :

transcendentno baziran kvalitet

proizvodno baziran kvalitet

korisnički baziran kvalitet

procesno baziran kvalitet

vrednosno baziran kvalitet.

U transcendentno baziranom pristupu kvalitet se ne može uvek definisati i on je delimično rezultat pojedinačnog iskustva potrošača usluge. Prema tome prepoznavanje kvaliteta uči se kroz sopstveno iskustvo sa određenom uslugom.

Kod proizvodno baziranog pristupa, kvalitet se definiše kao prilagođavanje zahtevima. Prema ovom pristupu, kvalitet usluge se posmatra u smislu prilagođenosti predhodno zadatom setu standarda.

Korisnički baziran pristup određuje kvalitet kao osposobljenost za korišćenje, odnosno kao stepen u kojem proizvod uspešno služi svrsi korišćenja tokom upotrebe. Kod ovog pristupa kvalitet je određen od strane potrošača, što dovodi do nedostatka koji se ogleda u subjektivnosti.

U procesno baziranom pristupu kvalitet se definiše u smislu nepogrešivosti, odnosno izvršenja na način kao što je to bilo prvi put. Na osnovu ovog pristupa, kvalitet se određuje kao direktan rezultat brojnih karakteristika proizvoda. Dakle, kvalitet predstavlja objektivnu i absolutnu kategoriju što znači da je merljiv.

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

www.maturskiradovi.net

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