

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Uslužna ekonomija i njene specifičnosti". Rad ima 16 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.

SEMINARSKI RAD IZ PREDMETA MENADŽMENT I MARKETING USLUGA

TEMA: USLUŽNA EKONOMIJA I NJENE SPECIFIČNOSTI SADRŽAJ

UVOD

Pojam „uslužna ekonomija“ podrazumeva ekonomsku aktivnost koja je fokusirana na odnose između proizvođača i korisnika usluga, pri čemu se pod pojmom usluge podrazumeva svaka aktivnost ili korist koju jedan učesnik nudi drugom, a koja je suštinski neopipljiva i koja kao krajnji rezultat nema vlasništvo nad nečim.

U modernom društvu, uslužni sektor odavno je postao glavni kreator novih radnih mesta i stvaralac nacionalnog bogatstva. Zbog toga je logično, da u ekonomiji koja se sve češće naziva „uslužna ekonomija“, a u okviru koje značaj i učešće usluga i dalje raste, i trud istraživača budu usmeren i skoncentrisan na ovu oblast. Sprovedena su mnoga istraživanja koja su bila vezana za različite aspekte i dimenzije uslužne ekonomije i na determinante koje je odvajaju od proizvodne ekonomije.

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.

1. POJAM I KARAKTERISTIKE USLUGA

Usluga u sebi sadrži bogatstvo značenja i predstavlja složen fenomen. Prema Grönroosu, "usluga je delatnost ili niz delatnosti manje ili više stvarne prirode koje se obično, ali ne nužno, stvaraju u interakciji između klijenta i uslužnih radnika i/ili fizičkih resursa ili dobara i/ili sistema davanja usluge, koje se nude kao rešenje za probleme klijenata".

Stanton nudi definiciju u kojoj se usluge predstavljaju "takvim aktivnostima koje se mogu posebno identifikovati, koje omogućuju zadovoljenje potreba i koje nisu nužno vezane za prodaju proizvoda ili drugih usluga"

Kotler pod uslugom podrazumeva svaku aktivnost ili korist koju jedan učesnik nudi drugom, a koji su suštinski neopipljivi, kao i da za rezultat nemaju vlasništvo nad nečim. Usluge najčešće obuhvataju neku vrstu interakcije sa davaocem usluga, tako da one mogu predstavljati primarnu ili perifernu aktivnost kojom se direktno ne proizvodi fizički proizvod. Tako, usluga predstavlja nerobni deo transakcije između kupca (potrošača) i prodavca (davaoca).

Usluge imaju pet osnovnih karakteristika, od kojih neopipljivost predstavlja glavnu a ostale su:

Neodvojivost (simultanost proizvodnje i potrošnje)

Heterogenost

Kvarljivost i

Odsustvo vlasništva

Za razliku od proizvoda usluge su uglavnom neopipljive, iz čega proizilaze i sve ostale razlike između usluga i proizvoda. Proizvodi se sastoje od predmeta materijalnog karaktera koji egzistiraju u vremenu i prostoru, dok su usluge nematerijalnog karaktera i sastoje se od akata i procesa koji postoje u vremenu. Na osnovu stepena opipljivosti razlikuju se tri drupe usluga:

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com