

Садржај	
Увод	2
Услугне активности и услуге	3
Настанак и развој маркетинга услуга	5
Опште карактеристике услуга	6
Специфичности маркетинга услуга	8
Закључак	11
Литература	12

Увод

Сектор услужних делатности показује доминантан раст у економији што подразумева потребу за изучавањем проблема у вези са маркетингом услуга. Услуга је било који чин или дело које једна страна може понудити другој, које је у основи неопипљиво и које за последицу нема никакав вид власништва. Задатак маркетинга услуга је да произвођач, дистрибутер и малопродавци понуде услуга са додатном вредношћу која би се диференцирала на тржишту у односу на конкуренцију. У савременим условима глобализације тржишта и јаке конкуренције у свим аспектима пословања, неопходно је изузетно добро познавање специфичности маркетинга услуга, како би предузећа и организације из области услужних делатности, могла да на прави начин опстану и развијају се.

1 Услугне активности и услуге

Друштво вековима карактеришу структурне привредне промене, раст производње и продуктивности, развој људи, технике и технологије, стварање нових потреба и тежња да се потребе задовоље. Животни циклус структурних привредних промена можемо да посматрамо кроз три ере: пољопривредну, индустријску и информатичку еру. Једна од карактеристика цивилизацијских привредних промена је у операционализацији суштине менаџмента «учинити људе свесним конкретних одговорности дајући им заједничке циљеве, систем вредности, одговарајућу организацију и прилику за развој како би се одговорило на промене», флукуација радне снаге у корист услужног сектора и велико учешће услуга у стварању друштвеног бруто производа. Истраживање Организације за економску сарадњу и развој је показало да данас производња ствара 20% ДБП, а услуге више од 70%. Услугне активности су преузеле примат у светској економији и садржане су у сваком процесу економске промене, било да је у питању реструктурирање, раст или опадање, на локалном, регионалном, националном или интернационалном нивоу. Ситуација у Србији је следећа: ДБП бележи раст у 2008. години са стагнацијом по кварталима, од 8,5% у првом кварталу, 6,0% у другом, у трећем 4,9%, док је у четвртном кварталу износио 2,8%. Највећи раст бележе услужни сектори тј. сектор саобраћаја 8,4%, финансијског посредовања 8,3% и сектор трговине 4,3%.

Раст и развој услужне економије је последица следећих фактора:

ослобађање услуга које су предузећа до сада сама пружала, а сада исте купују (outsourcing) – предузећа се ослобађају организационих делова која су се односила на пружање услуга, због трошковне ефикасности, специјализације, компетентности (услуге обезбеђења данас обављају професионална предузећа за обезбеђење; предузећа су продала возни парк и данас користе услуге екстерних транспортних компанија; у сектору одржавања машинских постројења задржан је минималан број радника, а услуге одржавања се набављају екстерно);

тежња да се развије сектор малих и средњих предузећа је довела до тога да мала и средња предузећа морају да користе екстерне услуге (услуге одржавања информационих система; књиговодствене услуге; услуге транспорта);

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

www.maturskiradovi.net

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