

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Upravljanje kapacitetom i tražnjom". Rad ima 18 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.

Upravljanje kapacitetom i tražnjom

Ciljevi:

Nakon proučavanja ovog poglavlja, moći ćete da:

Opišete strategije za usaglašavanje ponude i tražnje usluga.

Oredite strategiju prebukiranja za usluge koja uzrokuje najmanje očekivane gubitke.

Koristite model Linearnog programiranja za pripremanje nedeljnih rasporeda rada sa dva uzastopna slobodna dana za svakog zaposlenog.

Pripremite radni raspored za part time zaposlene.

Koristite upravljanje prinosima da ustanovite nivo investicija za kvarljive izvore kao zalihe za potrošače koji su u spremni da plate premiju.

Uslužni kapacitet je kvarljiva roba. Avion koji je poleteo sa praznim sedištima zauvek je propustio mogućnost za prihod koji bi doneli dodatni putnici. American Airlines je prva kompanija koja se pozabavila ovim problemom i koja je shvatila potencijale tzv. upravljanja prinosima.

Za razliku od proizvoda koji su uskladišteni u skladištima za buduću potrošnju, usluga je neopipljivo lično iskustvo koje se ne može preneti od jedne osobe do druge. Usluga se proizvodi i konzumira simultano. Kada je tražnja manja od ponude, to rezultira suvišnim uslugama i objektima. Varijabilitet u uslužnoj tražnji postoji, a naša kultura i navike doprinose tome. Npr. većina nas jede u isto vreme, ide na letovanje u julu i avgustu, a studije vezane za bolnice pokazuju slabiju posetu u letnjim i jesenjim mesecima. Ove prirodne varijacije u uslužnoj tražnji kreiraju periode »suvišnih« usluga, kao i periode čekanja potrošača.

PREGLED POGLAVLJA

U ovom poglavlju, istražićemo operativne strategije koje mogu povećati korišćenje kapaciteta boljim usklađivanjem ponude i tražnje. Počinje se diskusijom o marketing orijentisanim strategijama koje se mogu menjati i uskladiti sa tražnjom potrošača. To mogu biti cenovne strategije, strategija stvaranja komplementarnih usluga, kao i kontroverzna strategija prebukiranja, na koju je dat poseban osvrt.

Posmatraćemo i strategije orijentisane na operacije koje treba da kontrolišu nivo uslužne ponude, kao što je raspored radnih smena, korišćenje part-time zaposlenih, obučavanje personala za kontakt sa potrošačima da bude fleksibilnije na promene u zahtevima potrošača. U zaključku, novi koncept upravljanja prinosima, predvođen avio industrijom, predstavljen je kao razumljiv pristup koji koristi mnoge od ovih strategija u okviru sofisticiranog online informacionog sistema.

STRATEGIJE ZA UPRAVLJANJE TRAZNJOM

Velike fluktuacije u tražnji za uslugama ne moraju se nužno prihvatiti kao neizbežne. Uslužni sistemi mogu uskladiti tražnju uz pomoć aktivnih i pasivnih mera. Sa usklađenom tražnjom, ciklične varijacije će se smanjiti. Dok će se dolazak potrošača pojavljivati i dalje u slučajnim intervalima, prosečna stopa dolazaka biće stabilnija. Razmotrićemo nekoliko strategija za usklađivanje tražnje, a slika 13.1 predstavlja one koje se najčešće koriste u upravljanju uslužnim kapacitetom.

SLIKA 13.1 Strategije za usklađivanje ponude i tražnje usluga

Raščlanjavanje tražnje

Tražnja za uslugama retko kad dolazi iz homogenog izvora. Npr. avio linije se razlikuju u slučaju letova radi posla koji se obavljaju tokom nedelje i letova koji se obavljaju vikendom, a čija je svrha odmor i zadovoljstvo. Npr. banka može očekivati posete vlasnika komercijalnih računa svakoga dana, obično u isto vreme, a posete vlasnika ličnih računa može očekivati u slučajnim razmacima.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com