

САДРЖАЈ

UVOD	7
I. SVET USLUGA	11
1. NAUKA O USLUGAMA NOVOG DOBA	11
1.1. Nešto o ekonomskoj nauci i naučnicima	11
1.2. O ekonomistima i drugim stručnjacima koji obrađuju usluge	13
1.3. Teorijski pristup u obradi menadžmenta usluga i društveni fenomeni koji oblikuju buduću pravac razvoja ove discipline	14
1.4. Izvori moderne nauke o menadžmentu usluga	16
1.5. Odnos tradicionalnog i modernog pristupa u tretiranju menadžmenta usluga	18
2. HIJERARHIJSKO USTROJSTVO VELIKOG DRUŠTVENOG I EKONOMSKOG SISTEMA I ULOGA SEKTORA USLUGA U FUNKCIONISANJU I RAZVOJU TIH SISTEMA	20
3. KARAKTERISTIČNE RAZVOJNE TENDENCIJE SEKTORA USLUGA	24
3.1. Društvene promene sa kraja XX i početka XXI veka i uloga sektora usluga u nastanku i daljoj afirmaciji tih promena	25
3.1.1. Početak velikih promena	25
3.1.2. Odlike novog društvenog rasta	27
3.1.3. Populaciona eksplozija - uzrok i posledica povećavanja zadataka u sektoru uslužnog biznisa 3.1.3.1. Fenomen populacionog rasta i urbane koncentracije	29
3.1.3.2. Sektor usluga - uslov i činilac urbanizovanog razvoja	32
3.1.4. Uspon velikih gradova - privlačnih mesta uslužne eksploatacije prostora	34
3.1.5. Uslužni biznisi netipičnog karaktera	38
3.2. Sektor usluga kao područje novog privrednog rasta	40
3.2.1. Četiri glavna područja razvoja sektora usluga po Samuelsonu	41
3.2.2. O još nekim faktorima rasta sektora usluga	41
3.2.2.1. Demografsko-socijalne promene od uticaja na razvoj sektora usluga	42
3.2.2.2. Finansijske inovacije i povoljnosti kao faktori rasta i razvoja sektora usluga	43
3.3. Novi oblici potrošnje i njihov uticaj na organizaciju i razvoj sektora usluga	44
3.3.1. Omasovljenje i diverzifikacija postojećih uslužnih sadržaja i stvaranje novih	45
3.3.2. Ekspanzija prometa uslužnih roba i usluga vezanih za dokolicu	47
3.3.3. Turistički promet - izazovna šansa sektora usluga	49
3.3.4. Reklama kao usluga - uslužni resurs ili nepotrebnii trošak?	52
3.4. O pozitivnom i negativnom multiplikatoru sektora usluga na prostorni i društveni razvoj	56
3.5. Kraj dosadašnjeg tržišta usluga i stvaranje novog	59
3.5.1. Globalizacija sektora usluga u funkciji integracije svetskog tržišta	59
3.5.2. Nova društvena pojava - rasprsnuće globalnih tržišta	64
3.6. Upravljačka centralizacija a funkcionalna i prostorna decentralizacija velikih organizacija u sektoru usluga	67
4. EKSTERNI UTICAJI SEKTORA USLUGA NA PRIVREDNI I DRUŠTVENI RAZVOJ	69
4.1. Informatika, komunikacije i komercijalne usluge - novo područje privrednog razvoja	70
4.2. Uloga sektora usluga u diverzifikaciji ponude i porastu produktivnosti društvenog rada	73
4.3. Sektor usluga kao faktor zaposlenosti	75
4.3.1. Rastuća nezaposlenost - veliki problem čovečanstva na početku 21-vog veka	75

4.3.2. Zapošljavanje u sektoru usluga	76
4.4. Sektor usluga u funkciji revitalizacije starih gradova i ugroženih urbanih tkiva	79
4.4.1. Kriza gradova - šansa za razvoj sektora usluga	79
4.4.2. Investicije u sektoru usluga u funkciji novog društvenog i prostornog razvoja	81
4.4.2.1. Izmenjeno lice velikih gradova - procvat satelitskih naselja i zelenih naseobina	81
4.4.2.2. Sektor usluga kao instrumentat u sprovođenju društvene akcije: vratiti bogate - oterati siromašne	84
II. POJAM, ELEMENTI I OBELEŽJA NAUČNO TEHNIČKOG PROGRESA U SEKTORU USLUGA	86
1. OPŠTI POJMOVI O NAUČNO TEHNIČKOM PROGRESU	86
2. OSNOVNA OBELEŽJA NAUČNO TEHNIČKOG PROGRESA	88
3. BRZINA I STEPEN DIFUZIJE INOVACIJA U SEKTORU USLUGA	89
3.1. Uticaj drugih grana	89
3.2. Faze tehnološkog uključivanja sektora usluga u naučno tehnički progres	90
4. UTICAJI IZ OKRUŽENJA KAO FAKTOR INOVACIONOG RAZVOJA SEKTORA USLUGA	92
5. SREDSTVA ZA RAD I PREDMETI RADA U SEKTORU USLUGA NOVOG DOBA	94
5.1. Mikroprocesori i roboti zamena za ljude - kraj ograničenog radnog vremena	95
5.1.1. Osnovna određenja robotizacije i kompjuterizacije u sektoru usluga	95
5.1.2. O nekim mogućim posledicama od robotizacije i kompjuterizacije sektora usluga u sferi rada	97
5.2. Komunikacione i transportne mašine i njihova budućnost u sektoru usluga	97
5.2.1. Usavršavanje sredstava prevoza	99
5.2.2. Cevovodi	100
5.2.3. Transport informacija	101
5.2.4. Tehnički progres u saobraćaju i komunikacijama eliminiše položajnu rentu	102
6. INFORMACIJA KAO USLUŽNA ROBA - NJENA VREDNOST I UPOTREBNA VREDNOST	103
6.1. Osnovne karakteristike informatike kao uslužne delatnosti	104
6.2. Karakteristična svojstva informacije	104
6.3. Informacija kao uslužni resurs i kao roba	106
7. NOVI SMISAO USLUŽNOG TRŽIŠTA - SEKTOR USLUGA U ORBITI VASIJSKE INFORMATIKE	107
7.1. Elektronski prošireni, a skraćeni kanali uslužnih komunikacija - nova matrica tržišnih odnosa	109
7.2. Kompjuterizovano programiranje potreba - kraj tržišnih neizvesnosti	111
8. O JOŠ NEKIM INOVACIJAMA U DOMENU PROIZVODNJE, PROMETA I POTROŠNJE USLUGA	114
III USLUGE KAO ROBA - BAZIČNA ODREĐENJA	114
1. USPON TRŽIŠTA USLUGA	117
2. MENADŽMENT USLUGA	119
3. USLUGE TRŽIŠNOG KARAKTERA	121
4. KARAKTER I SPECIFIČNOST TRŽIŠNIH USLUGA	121
4.1. Neopipljivost (nematerijalni karakter) usluga	122
4.2. Nedejivost pružanja od korišćenja usluga	123
4.3. Neuskladištenost usluga	124
4.4. Heterogenost (varijabilnost) usluga	124
4.5. Odsustvo fizičkog vlasništva nad uslugama	126
5. KLASIFIKACIJA USLUGA	126
5.1. Klasifikacija usluga shodno procesu usluživanja	127
5.2. Klasifikacija usluga na tržišne i netržišne	127
5.3. Klasifikacija na usluge fizičkim i usluge pravnim licima	127
5.4. Klasifikacija usluga na bazi ljudskog i tehnološkog faktora	128
IV. SEKTOR USLUGA PO GRANAMA DELATNOSTI	129
1. KLASIFIKACIJA USLUŽNIH GRANA	129
2. USLUGE SAOBRAĆAJA I KOMUNIKACIJA	130
2.1. Saobraćaj	132
2.2. Saobraćajni terminali	134
2.3. Pošte	134
2.3.1. Opšti uslovi za vršenje poštanskih usluga	135
2.3.2. Poštanske usluge	138
2.3.3. Novi servisi poštanskih preduzeća	139
2.3.4. Direktna pošta - Direct Mail (DM)	139
2.3.4.1. Vrste pošiljaka DM (direktna pošta)	140
2.3.4.2. Implementacija usluga Direct Mail (Direktna pošta)	140
2.3.4.3. Usluge i uslovi implementacije direktne pošte - DM	140

2.3.5. Organizacija poštanske mreže	141
2.3.6. Tehnološki procesi u poštanskom saobraćaju	142
2.3.7. Organizacija šalterskog poslovanja	143
2.3.8. Pravci daljeg razvoja poštanskog saobraćaja i zadaci poštanskog menadžmenta	144
2.4. Telekomunikacije	145
2.5. Pomorske agencije	149
2.6. Špeditorske organizacije	151
3. TRGOVINA	152
4. TURIZAM	155
5. UGOSTITELJSTVO	156
6. KOMUNALNE USLUGE	157
7. BANKARSTVO I FINANSIJE	158
8. OSIGURANJE	159
9. FIZIČKO OBEZBEĐENJE IMOVINE I LICA (SECURITY)	163
10. USLUŽNO I PROIZVODNO USLUŽNO ZANATSTVO	164
11. USLUŽNI SERVISI	166
12. KONSALTING I INŽENJERING	166
13. OBRAZOVANJE	168
14. ZDRAVSTVO	170
15. SOCIJALNA ZAŠTITA	170
16. SHOW BUSINESS - INDUSTRIJA ZABAVE	172
17. USLUGE MAS MEDIJA	173
18. INDUSTRIJA SPORTA	175
19. USLUŽNI BIZNISI VEZANI ZA BOLESTI ZAVISNOSTI	177
20. USLUGE DRŽAVNIH ORGANA I ORGANIZACIJA	181
21. OSTALE USLUŽNE ORGANIZACIJE I USLUŽNI POSLOVI	183
V. MARKETING USLUGA	185
1. TROUGAO MARKETINGA USLUGA	185
2. MARKETING MIKS U USLUŽNIM DELATNOSTIMA	187
2.1. Proizvod kao instrument marketinga u sektoru usluga	188
2.2. Cena kao instrument marketinga u sektoru usluga	191
2.3. Distribucija kao instrument marketinga u sektoru usluga	191
2.4. Promocija kao instrument marketinga u sektoru usluga	192
2.5. Ljudi kao instrument marketinga u sektoru usluga	193
2.6. Fizički dokaz kao instrument marketinga u sektoru usluga	195
2.7. Proces kao instrument marketinga u sektoru usluga	197
VI. INTELKTUALNI (NEOPIPLJIVI) KAPITAL – BAZIČNI USLUŽNI RESURS NOVOG DOBA	199
1. KARAKTERISTIČNA ODREĐENJA INTELKTUALNOG KAPITALA	199
2. TIPOVI INTELKTUALNOG KAPITALA	201
3. VREDNOVANJE INTELKTUALNOG KAPITALA	204
4. INTELKTUALNI KAPITAL – RESURS SUPERIORNOSTI U BIZNISU NOVOG DOBA	208
VII. KREATIVNE INDUSTRIJE USLUŽNOG TIPA	209
1. POJAVA I AFIRMACIJA KREATIVNIH INDUSTRIJA	209
2. SADRŽAJ I KONCEPT KREATIVNIH INDUSTRIJA	210
3. RAZLIKE IZMEĐU KLASIČNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA	213
4. BAZIČNE ODLIKE KREATIVNIH INDUSTRIJA	213
4.1. Interaktivnost	214
4.2. Konvergencija aktivnosti	214
4.3. Nove prakse stvaralaštva i nove lokacije	215
4.4. Višeplatformski i unakrsno-promotivni načini plasmana	216
4.5. Isplativost kreativnih projekata	218
4.6. Višesmernost u delovanju	219
4.7. Uticaj na druge	219
4.8. Brza promenljivost pravaca i sadržaja rada	219
5. KREATIVNI RAZVOJ TEK POČINJE	219
VIII. STRATEGIJSKI MENADŽMENT U USLUŽNOM BIZNISU	221
1. PROCEDURE STRATEGIJSKOG UPRAVLJANJA U USLUŽNOM BIZNISU	221
1.1. Vizija i misija biznisa	222

1.2. SWOT analiza i druge situacione analize u oblasti uslužnog biznisa	222
1.2.1. Analiza internog ambijenta organizacije	223
1.2.2. Analiza eksternog okruženja	224
1.2.3. Ostale situacione analize	226
1.3. Formulisanje ciljeva i politike biznisa	227
1.4. Formulisanje strategije/strategija biznisa	228
1.5. Strategijske alijanse u sektoru usluga	230
1.6. Formulisanje programa uslužnog biznisa i pripremnih aktivnosti	231
1.7. Uvođenje i implementacija uslužnog biznisa	233
1.8. Povratne informacije, kontrola i revizija uslužnog biznisa	234
1.8.1. Uvod u proces kontrole	234
1.8.2. Elementi kontrole	235
1.8.3. Principi kontrole	237
1.8.3.1. Strateška tačka kontrole	237
1.8.3.2. Povratne veze	237
1.8.3.3. Fleksibilnost kontrole	238
1.8.3.4. Organizaciona prikladnost	238
1.8.3.5. Samokontrola	238
1.8.3.6. Direktna kontrola	239
1.8.3.7. Humani faktor kontrole	239
1.8.4. Procesi kontrole u uslužnom preduzeću	239
1.8.4.1. Kontrola kvaliteta uslužnih proizvoda i realizovanih usluga - kontrola outputa	240
1.8.4.2. Kontrola kadra i materijalnih resursa - kontrola inputa	240
1.8.4.3. Kontrola troškova	241
1.8.4.4. Finansijska kontrola	242
1.8.4.5. Kontrola izvođenja uslužnih projekata	242
1.8.5. Kontrola i revizija tržišne pozicije organizacije	243
1.8.6. Kontrola marketing strategije u uslužnim delatnostima	245
IX. ZAKLJUČAK	247
1. ZAKLJUČNA REKAPITULACIJA	247
CITIRANA LITERATURA	248
SADRŽAJ ODREDNICA	251
ZADACI IZ MENADŽMENTA USLUGA	259
Zadatak br I: PITANJA IZ GLOBALNOG OPUSA	259
Zadatak broj II: PITANJA IZ OBLASTI NAUČNO TEHNIČKOG PROGRESA U OBLASTI SEKTORA USLUGA	260
Zadatak broj III: USLUGE KAO ROBA	260
Zadatak broj IV: SEKTOR USLUGA PO GRANAMA DELATNOSTI	260
Zadatak broj V: MARKETING USLUGA	261
Zadatak broj VI: INTELEKTUALNI KAPITAL - BAZIČNI RESURS NOVOG DOBA	262
Zadatak broj VII: KREATIVNE INDUSTRIJE	262
Zadatak broj VIII: STRATEGIJSKI MENADŽMENT U USLUŽNOM BIZNISU	262
KREATIVNO RASUĐIVANJE	263