

Tržište se u poslednjih 30 godina u osnovi promenilo:

Od tržišta proizvođača (višak potražnje),

Preko tržišta potrošača (višak ponude),

Do tržišta kompetitivnosti (višak ponude proizvoda i usluga visokog kvaliteta i konkurentnih cena).

Kvalitet je postao najznačajniji strateški faktor uspeha organizacije. Problemi kvalitetnog funkcionisanja, opstanka i razvoja organizacije u uslovima savremenog tržišta, su vezani za njen potencijal, kvalitet programa rada i mogućnost uspešnog prilagođavanja uslovima okruženja. Za uključenje na međunarodno tržište potrebni su:

Visok stepen kvaliteta,

Maksimalna fleksibilnost,

Snižene troškova i

Skraćene vremena razvoja i izrade proizvoda.

Da bi marketing strategija preduzeća bila efikasna, preduzeće mora pratiti aktivnosti i proučavati postojeće i potencijalne konkurente. Moraju prepoznati strategije, ciljeve, snage i slabosti, buduće reakcije konkurenata. Oni moraju znati kako da oblikuju prikupljene informacije o konkurenciji, sa kojim se konkurentima upustiti u trku na tržištu, koje konkurente treba izbegavati itd. Poređenjem sa najboljim konkurentima, preduzeće nastoji da postigne viši nivo zadovoljstva kupaca.

Poznati kineski pisac i mislilac, Sun Tzu rekao je: "ako poznajete svog neprijatelja i znate sebe ne treba se bojati ishoda stotine bitaka". Da bi preduzeće opstalo u savremenim uslovima poslovanja mora da ima samo jednu alternativu – biti konkurentno! Benchmarking je danas sastavni deo strategije unapređenja poslovanja uspešnih kompanija. Njegova suština je biti najbolji od najboljih.

Benchmarking je engleska reč i znači bench - klupa, sedište + mark - znak, oznaka, standard, nivo. Prvo značenje je bilo geometarski znak na određenom delu zemljišta koji služi za ostala premeravanja. U poslovnom smislu Benchmark je etalon, standard kvaliteta koji služi za poređenje a Benchmarking – poređenje, odmeravanje.

Postoje mnogobrojne definicije i tumačenja pojma benchmarking, i onoga što on obuhvata. Kod nas taj pojam nije baš adekvatno preveden, ali ipak u marketing literaturi pojam benchmarking označava konkurentsko poređenje. Većina ljudi poistovećuje ga sa otkrivanjem strogo čuvanih tajni konkurenata i nekom vrstom poslovne špijunaže.

Benchmarking je metoda sistematskog poređenja performansi svoje organizacije u odnosu na druge i primena iskustva i veština najboljih u cilju ostvarenja ciljnih poboljšanja vlastitih performansi. Metoda se zasniva na bespristrasnom „skeniranju“ prakse u cilju identifikacije maksimalne vrednosti nekog „etalona“, t.j. merljivog pokazatelja prakse, koji se proglašava najboljim u svojoj oblasti i ciljnim za kompanije koje tu performansu smatraju važnom za svoj opšti poslovni uspeh.

Benchmark je najbolja performansa koja sada može biti ostvarena. To nije minimalni prihvatljivi standard, niti prosečna vrednost neke uočene performase, mada se često i pogrešno upotrebljava u tom smislu.

Benchmark je meta, cilj koji je naša aspiracija izdvojila na bazi jasne predstave gde smo sada i gde bi se trebali naći u određenom trenutku budućnosti. Ovaj cilj se oblikuje na bazi sprovedenog istraživanja i saznanja da su takvi rezultati negde postignuti.

...

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

www.maturskiradovi.net

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