

Seminarski rad iz MARKETINGA

BENČMARKETING

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

1. Definicija benčmarkinga

Postoje različite definicije benčmarkinga, ali u osnovi se može reći da benčmarketing predstavlja proces sistematskog i kontinuiranog merenja i upoređivanja sopstvenog poslovanja u odnosu na poslovanje preduzeća koje je lider u odgovarajućoj ekonomskoj oblasti, kako to definiše Američki centar za produktivnost i kvalitet. Osnovni cilj benčmarkinga je prikupljanje relevantnih informacija za poboljšanje performansi poslovanja, zbog čega se često definiše i kao etalon kvaliteta koji služi za poređenje sa najboljima. S obzirom na to da benčmarketing omogućava identifikovanje najbolje poslovne prakse, a samim tim i definisanje ključnih tačaka i pravaca za unapređenje sopstvenog poslovanja, savremeni top menadžment u sektoru usluga sve više koristi benčmarketing kao putokaz za izvrsnost poslovanja. Ova tehnika takođe omogućava uspešnu realizaciju ugovornih odnosa, posebno u smislu preciznog definisanja nivoa korisničke satisfakcije.

Po Robertu Ovenu, Benčmarketing predstavlja kontinuiran proces merenja kvaliteta proizvoda i usluga prema najsnažnijim konkurentima ili onim kompanijama koje su priznate kao industrijski lideri, kao i traganje za najboljim praksama koje dovode do postizanja superiornih performansi. Kod pojedinih autora se benčmarketing predstavlja jednostavno kao metod učenja od najboljih. Za potpuno razumevanje benčmarketing procesa podjednako su bili aspekti merenja učenja.

Benčmarketing kao pojam ima brojne definicije, ali uglavnom se odnosio na sticanje znanja, usvajanje najboljih primera iz prakse i raspodelu informacija. Dakle, najjednostavnije bi se moglo reći da benčmarketing predstavlja:

„Usavršavanje samog sebe učenjem od drugih.“

Većina organizacija sklona je da prekraja definicije kako bi odgovarale njihovim sopstvenim ciljevima i strategiji. Data su dva primera:

„Benčmarketing je jednostavno upoređivanje sa drugim organizacijama, a zatim izvlačenje pouka iz onog što to poredjenje pokaže.“

Izvor: „Evropski benčmarketing kodeks ponašanja“

„Benčmarketing je neprekidan proces procene proizvoda, usluga i prakse, najžešćih suparnika ili onih kompanija koje se predstavljaju kao vodeće (najbolje u klasi).“

Izvor: Korporacija Ziroks

Pojam benčmarkinga se još može definisati kao: predstavlja kontinuiranih sistematičnih procesa za evaluaciju proizvoda, usluga i radnih procesa u organizaciji koje su prepoznate kao najbolja praksa (benčmarketing partneri), zarad cilja unapređenja u kompaniji.

Pri čemu termin kontinuirani upućuje na to da benčmarketing traje u vremenu. To nije trenutna, niti aktivnost koja se odvija u kratkom vremenskom periodu, jer se u tom slučaju svakako ne bi mogle dobiti precizne i stoga značajne informacije.

Sistematični - ili strukturirani, formalizovani, analitički, organizovani, podrazumevaju primenu određenog metoda benčmarkinga. Za većinu kompanija ova činjenica podrazumeva postojanje određene vrste modela procesa benčmarkinga koji preporučuje aktivnosti po određenom redosledu. Prednost primene određenog strukturiranog modela najbolje se može uočiti kod kompanija koje upošljavaju veliki broj radnika, od kojih većina nije, niti treba da bude posebno edukovana u ovoj oblasti. Najkraće rečeno, benčmarketing se može na određeni način definisati kao "učenje od drugih".

2. Značaj Benčmarkinga

Nedostaci premošćeni usavršavanjem u uspešnom benčmarketingu daje značajne i opipljive rezultate potrebne u javnom sektoru, a to su:

- postepene promene u izvođenju i inovacije,
- poboljšanje kvaliteta i produktivnosti i
- poboljšanje određivanja učinka.

Benčmarketing takođe ima blagotvoran učinak na aspekte koji su potrebni kao podrška stalnom usavršavanju, kao što su:

- povećana svest o izvođenju i veća otvorenost vezana za relativne slabosti i dobre strane;
- učenje od drugih i veće pouzdanje u razvoj i primenu novih pristupa;
- veće učešće i motivacija zaposlenih za promene u programu;
- povećanje spremnosti za razmenu rešenja uobičajenih problema i stvaranje konsenzusa vezanog za ono što je neophodno da bi se primenile promene;
- bolje razumevanje „cele slike“ i sticanje šire perspektive učešća faktora (ili učesnika) koji omogućavaju uvođenje dobre prakse i
- povećanje saradnje i razumevanja učesnika u okviru i između organizacija.

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

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com