

MERENJE PREFERENCIJA POTROŠAČA U CILJU DIFERENCIRANJA PROIZVODA I STRATEŠKOG POZICIONIRANJA NA TRŽIŠTU

Apstrakt

Problem istraživanja rada se odnosi na pronalaženje “gepova” za uvođenje inovacija u postprodajnom sektoru u automobilskoj industriji. U radu se polazi od osnovne klasifikacije inovacija po OECD uputstvu. Posebno se analiziraju inovacije procesa s’ obzirom da sprovođenje procesa ima krucijalnu ulogu u postprodajnom sektoru. Zatim se sagledavaju trenutni procesi postprodaje i identifikuje najpogodniji za inoviranje. Pod postprodajnim sektorom u automobilskoj industriji se podrazumeva održavanje/servisiranje motornih vozila.

Inovacije procesa dovode do ekonomičnosti, boljem iskorišćenju tržišta, povećanom servisnom kvalitetu i većem zadovoljenju stranaka. To dalje utiče na povećanje efikasnosti, sniženje troškova, odnosno povećanje konkurentnosti i profitabilnosti.

U cilju inoviranja globalnog procesa postprodaje, potrebno je prvobitno sagledati i analizirati procese od kojih se on sastoji. Nakon toga je neophodno prepoznati određeni proces čijim će se inoviranjem dobiti ono što je postavljeno kao cilj, a to je održanje uloge tržišnog lidera koje je moguće samo uz visok stepen inovativnosti.

Rad može pomoći dalji razvoj pomenute oblasti tako što su u njemu prikazani postojeći i neophodni procesi u postprodaji, a zatim i inoviranje jednog od njih. To ukazuje na to da ima potencijala za inovacijama i u ostalim procesima od kojih se sastoji ovaj sektor, što zbog obima istraživanja u ovom radu nije predstavljeno.