

Uvod

Sa pojavom pristupa u realnom vremenu na Internet i pretraživačima kao što je 'Google' i sa povećanom globalnom konkurencijom, kupci su moćniji nego ikada. Oni zahtevaju inovativnije funkcije proizvoda, veću brzinu, veću raznovrsnost proizvoda, postojane performanse i kvalitet na najboljoj klasi proizvoda po povoljnijim cenama. Čakštaviše, današnji razboriti kupci očekuju ispunjavanje zahteva skoro trenutno. Rizik koji ide uz tradicionalni prognozom vođen dugotrajan lanac snabdevanja postao je nedostižan za potrošačke proizvode. U ovom radu, razmatramo kako se uzeti u koštac sa ovim izazovom koristeći čist i/ili pokretan lanac snabdevanja. Kako smo videli u ranijem radu sa tematikom pravi se razlika između filozofija čistoće i pokretljivosti. Kao i kod višegodišnje biznis fraze 'kvalitet' obe fraze 'čistoća' i 'pokretljivost' dobijaju različita značenja i javljaju se različita mišljenja o njihovim namenama. U 'čistoj' formi tri modela lanaca snabdevanja mogu se identifikovati kao tradicionalni, čisti i pokretni.

Tradicionalni – poznati po:

Zaštiti tržišta, ima za cilj rukovođenje

Prognozom vođen

Većem naglasku na opsuživanju korisnika nego na cenu

Inventar se zadržava da bi se amortizovale promene u potražnji i rokovima

Čisti – karakteristike su mu:

Uzvodna integracija sa snabdevačima

Nizvodna integracija sa potrošačima

Viši naglasak na efikasnost

Ima za cilj minimalnu zadržavanost zaliha

Pokretni – Čuveni po fleksibilnosti i brzini u resavanju problema sa novim proizvodima i nepredvidivim zahtevima.

Iako će mnogi lanci snabdevanja biti hibridi ovih modela, važno je razumeti razlike i primene svakog od modela bili oni hibridni ili ne. Ovo poglavlje će se primarno baviti čistim i pokretnim modelima. Tematika je pokrivena na sledeći način:

Poreklo Čistog

Alati čistog lanca snabdevanja

Karakteristike čistog lanca snabdevanja

Karakteristike pokretnog lanca snabdevanja

Strategije čistih i pokretnih lanca snabdevanja

Poreklo Čistog

Kao i sa svim aspektima pokretanja kvaliteta, poreklo Čistog preduzetništva je u proizvodnji. Filozofija Čistog preduzetništva, i nemojte napraviti gresku, "Čisto" je više nego sistem već je i filozofija, počela je sa japanskom automobilskom proizvodnjom 1960. godina, i popularizovana je od strane Womack-a u 'The Machine that Changed the World'(1990), iliti Mašina koja je promenila svet. To je u suštini Tojotin način proizvodnje vozila. Sve do tada proizvodnja vozila se nije promenila od načina na koji je Heni Ford prvio vozila. On je 1913. godine prilagodio pokretnu traku da bi pravio vozila. Pre nego što je Henri Ford prilagodio pokretnu traku automobili su bili luksuz koji se pravio ručno grupom radnika na stacionarnom mestu rada. Fordov pristup produkciji pomoću pokretne trake(sastavljačke trake) sastojao se od toga da svaki radnik radi poseban(specijalizovan) zadatak na pokretnoj traci. Ford je verovao da ako bi se svaki stupanj u produkciji razložio na najsitnije delove svaki 'običan' čovek bi mogao da postane 'specijalista' za dva dana. Ovim postupkom produkcije Ford je proizvodio 250.000 kola godišnje, koja su se prodavala za po 500 dolara po komadu. Samim tim su automobili prešli sa statusa luksuznog proizvoda na status potrošačkog proizvoda koji bi mogla svaka porodica da priušti. Mane ovog postupka su sitna podela posla i ciklična priroda rada, i naravno nepromenjenost brzine pokretne trake u odnosu na radnike. Radnici su

izgubili osećaj svrhe njihovog posla, nisu mogli videti da prave automobile, videli su samo ponavljajući posao gde nisu morali koristiti mozak, kao što je šrafljenje šrafa na automobilski deo koji je išao na pokretnoj traci ispred njih. Međutim ostali proizvođači automobila kao što su Chrysler i GMC brzo su prihvatili ovaj metod i za razliku od Forda koji je nudio samo 'T' model oni su udili različite modele. Ovaj metod proizvodnje u mnogome je zavisio od provere i testiranja finalnog proizvoda da bi se održao standard proizvodnje. Sledeće veće promene u automobilskoj industrijskoj proizvodnji nisu se desile do 1960. godine kada se Ono Taiči iz Tojote posle posete americi vratio u Japan i razvio novi način proizvodnje, kasnije poznat kao Čista proizvodnja.

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

www.maturskiradovi.net

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