

U V O D

U vremenu drastičnih promena, budućnost nasleđuju oni koji uče. Oni koji misle da su sve naučili osposobljeni su da žive u svetu koji više ne postoji (Eric Hoffer).

Susrećući se sa izazovima, menadžeri moraju sve više biti inovativni, proaktivni, fleksibilni i u svemu fokusirani na kvalitet. Kvalitet proizvoda i usluga u kompanijama postaje sve više presudan tržišni faktor koji izdvaja određenu kompaniju od svih ostalih.

Menadžeri često moraju da daju odgovore na sledeća pitanja:

- Zašto je određeni kupac spreman da za određene proizvode ili usluge plati više nego za druge?
- Šta je to zbog čega kupac plaća?
- Koje su "vrednosne komponente" nekog proizvoda ili usluge?
- Šta je to što je za kupca najvažnije pri kupovini našeg proizvoda ili usluge?

Pitanje kvaliteta je veoma prisutno pitanje u teoriji i praksi savremenog menadžmenta. Kvalitet proizvoda i usluga je izrastao u najkonkurentnije oružje brojnih kompanija širom sveta. Pri tome pobednici će biti one organizacije koje uspeju da razviju inovativnu kulturu, u kojoj će zaposleni da uživaju u promenama ali i da budu nosioci takvih promena. Jednom prilikom je predsednik upravnog odbora General Electric-a, Jack Welch, novu strategiju za XXI vek formulisao sledećim rečima: "Brzina, jednostavnost i samouverenost". James Houghton iz Corning Inc. zalaže se za kontinuirano ponavljanje sledećih faktora: "Kvalitet, kvalitet, kvalitet. Svetska klasa. Potrošački fokus. Participacija zaposlenih."

Koncept Totalnog upravljanja kvalitetom (Total Quality Management-TQM) je veoma bitan za uspešno funkcionisanje organizacije. Da bi projekat TQM-a u organizaciji bio prihvaćen i realizovan, neophodno je da menadžment jasno demonstrira svoju privrženost TQM-u. To će pre sve ostvariti, svojim liderstvom TQM procesima, a posebno onima koji se odnosi na:

- razvoj vrednosti organizacije, koje su definisane politikom i strategijom,
- uspostavljanjem sistema dvosmerne komunikacije sa zaposlenima,
- licnim uključivanjem u unapređenjem poslovanja organizacije, i
- razvojem sistema za unapređenje rada top menadžementa.

Konkurentnska prednost je glavni indikator kvaliteta privređivanja i uspešnog pozicioniranja preduzeća. Kod utvrđivanja indikatora kvaliteta poseban značaj ima poznavanje kvaliteta proizvoda i usluga konkurenata. Izrazom benchmarking se u savremenoj teoriji i praksi menadžmenta označava istraživanje i observiranje najbolje prakse konkurenata. Benchmark je jedan od najbitnijih elemenata TQM-a, predstavlja standard kvaliteta koji služi kao baza za poređenje. Benchmarking praksa varira u zavisnosti od prirode cilja koji se želi postići i ostvariti i partnera koji su osnova za kompariranje.

U nastavku rada biće nešto više reči o konceptu Totalnog upravljanja kvalitetom i benchmarkingu kao njegovom elementu.

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

www.maturskiradovi.net

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