

Kaizen

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 14 | Nivo: Ekonomski Fakultet

Садржај :

Увод

Каизен „кључ јапанског пословног успјеха,,

Каизен и менаџмент

Каизен и људски ресурси

Разлике између јапанског и америчког поимања менаџмента с аспекта каизен филозофије

Примјена каизена у нашим организацијама

Закључак

1. Увод

Каизен потиче од јапанских ријечи „kai,, што значи промјена и „zen,, што значи добро. Мало опширније каизен би се могао превести као „растави на саставне дијелове и поново састави,,. То значи да се кроз каизен посматра одређени процес који се растави на активности, те се свака активност посматра засебно у циљу унапређења, како би процес након поновног састављања био једноставнији и лакше разумљив за запослене. Каизен представља филозофију унапређења процеса, стално, инкрементално јер он губи свој смисао ако се употребљава једнократно.

Прије петнаестак година амерички менаџери су истраживали зашто јапанска аутомобилска индустрија је толико испред америчке и европске конкуренције. Тада се родио појам „lean production,, , а као најбитнији његов елемент представљају континуирана побољшања у Јапану популарно каизен.

У овом раду биће обрађен каизен као „кључ јапанског пословног успјеха,, , затим улога менаџмента као и значај људских ресурса у имплементацији каизен стратегије. Биће говора о разликама у поимању менаџмента у Јапану и Америци с аспекта каизен филозофије као и о могућностима увођења и примјене каизен стратегије у нашим организацијама.

2. Каизен „кључ јапанског пословног успјеха,,

Каизен представља један од најзначајнијих метода унапређења процеса, који је настао и развио се у јапанском менаџменту.

Каизен филозофија означава инкрементално (непрестано, континуирано) побољшање процеса у свим аспектима пословања у циљу унапређења квалитета цијеле организације, како би се на што ефикаснији и ефективнији начин задовољиле потребе купаца. Каизен не представља конкретну методу, него уопштен начин размишљања који се протеже до свако запосленог и остварује преко њиховог рада. Све активности каизен филозофије у пословању организације усмјерене су према купцу јер купац дефинише захтјеве у погледу квалитета, начину доставе и друге карактеристике везане за производе или услуге.

РАЗУМЈЕВАЊЕ КУПЦА

ПРОЦЈЕНА УСПЈЕШНОСТИ

АНАЛИЗА ПРОЦЕСА

УНАПРЕЂЕЊЕ ПРОЦЕСА

ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА ПРОМЈЕНА

СТАНДАРДИЗАЦИЈА И МОНИТОРИНГ

Сл. 1. Приступ континуираном унапређењу организације – Каизен

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

www.maturskiradovi.net

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