

**Pretpostavke kvalitete tržišnog poslovanja (1)**

<b>1. Elementi sistema kvaliteta tržišnog poslovanja</b>	<b>2</b>
1.1. Ispitivanje značaja kvaliteta kompanije u totalnom kvalitetu tržišnog poslovanja	2
1.1.1. Integralni sistem upravljanja kvalitetom	2
1.1.2. Integralni sistem upravljanja kvalitetom	6
1.1.2.1. Petlja kvaliteta	6
1.1.2.2. Model integralnog sistema menadžmenta kvaliteta	8
1.2. Kriterijumi za ocenu kvaliteta kompanije i proizvoda	9
1.3. Sistem totalnog kvaliteta	13
1.3.1. Istorijski interdisciplinarni aspekti modela menadžmenta totalnog kvaliteta	13
1.3.2. Pristup reinženjeringu poslovnog procesa	17
1.3.2.1. Identifikovanja promena okruženja	17
1.3.2.2. Definisane reinženjeringa i repozicioniranja poslovanja	18
1.3.3. Pristup kreiranju proizvoda	21
1.3.3.1. Pristup kreiranju proizvoda aktivnog kvaliteta	21
1.3.3.2. Identifikovanje svojstva dobrog proizvoda	24
1.3.4. Pristup kreiranju strateškog proizvodnog sistema	26
1.3.5. Pristup vođenju kompanije u budućnosti	28
<b>2. Model dođenja organizacije</b>	<b>29</b>
2.1. Razvijanje modela vođenja organizacije	29
2.2. Identifikovanje nosilaca kreativnih promena	31
2.3. Razvijanje kreativnog mišljenja i kontinuiranog stvaralaštva	32
2.4. Osmišljavanje kreativne klime inovativne organizacije	33
2.5. Postupak kreiranja inovativne organizacione strukture	34
<b>3. Uticaj kulture i socijalizacije na organizacijsko ponašanje</b>	<b>38</b>
3.1. Ispitivanje uticaja kulture na organizacijsko ponašanje zaposlenih	38
3.2. Identifikovanje organizacije kao socio-tehnološkog sistema	41
<b>4. Osmišljavanje vizije budućnosti i poslovne misije kao razlog postojanja organizacije u kontekstu kvaliteta organizacije</b>	<b>44</b>
4.1. Osmišljavanje vizije budućnosti i poslovne misije kao razloga postojanja organizacije	44
4.1.1. Ocena kvaliteta poslovne politike preduzeća	45
4.1.2. Ocena kvaliteta opšte strategije preduzeća	48
4.2. Definisane načina koji kompaniji osigurava budućnost	50
4.3. Motivisanje i stimulisane zaposlenih da se radi na razvoju dobrog proizvoda	51
4.4. Kontrola kvaliteta postignutih promena	55
<b>5. Menadžment kvaliteta marketing menadžmenta</b>	<b>58</b>

5.1.	Ispitivanje kvaliteta istraživanja i praćenja tržišta i marketinga	58
5.2.	Ispitivanje kvaliteta marketing informacionog sistema	59
5.3.	Ispitivanje kvaliteta marketing odluka	61
5.3.1.	Proces istraživanja makro-okruženja	63
5.3.2.	Istraživanje mikro-okruženja (tržišta)	65
5.4.	Ispitivanje kvaliteta odluka o marketing kanalu	67
5.5.	Ispitivanje kvaliteta usmernosti prodajnog osoblja	68
5.6.	Kontrola kvaliteta marketing menadžmenta sa orijentacijom na kontrolu kvaliteta tržišnog poslovanja kompanije	71
5.6.1.	Ispitivanje kvaliteta vrednosti koju posedujemo a ciljni potrošači cene	73
5.6.2.	Identifikovanje kvaliteta potencijalnih konkurentskih prednosti pomoću analize lanca vrednosti	74
5.6.3.	Ispitivanje kvaliteta konkurentskih prednosti pomoću ljudi	74
6.	<b>Menadžment kvaliteta tehnološkog menadžmenta</b>	76
6.1.	Kontrola kvaliteta predviđanja tehnoloških promena	76
6.1.1.	Kvaliteta uzimanja u obzir strateških razvojnih područja okruženje koja će u budućnosti determinisati buduću strategiju tehnološkog razvoja preduzeća	79
6.1.2.	Identifikovanje kvaliteta strateškog područja poslovanja	83
6.1.3.	Ocena kvaliteta odabrane strateške tehnologije	85
6.2.	Ključne paradigme savremenog predviđanja promena	88
6.2.1.	Ocena kvaliteta preduzetničkog ambijenta i kulture preduzetništva	88
6.2.2.	Analiza kvaliteta makroekonomske atraktivnosti	96
6.2.2.1.	Otvorena pitanja i problemi u vezi sa izborom metoda predviđanja promena	98
6.2.2.2.	Ocena kvaliteta državne (de)regulacije i etičko-moralnih kvaliteta građana u uslovima tržišne privrede	102
6.2.2.3.	Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkoj inovativnoj ekonomiji	114
6.2.2.4.	Ocena atraktivnosti sredine koja privlači sveže investicije	117
7.	<b>Menadžment kvaliteta finansijskog menadžmenta</b>	120
7.1.	Kontrola kvaliteta bilansa plaćanja	120
7.1.1.	Utvrđivanje kvaliteta interne likvidnosti – kvaliteta solventnosti kompanije	121
7.1.2.	Utvrđivanje kvaliteta operativnog poslovnog rezultata	121
7.1.3.	Analiza kvaliteta rentabilnosti kompanije	122
7.1.4.	Analiza opasnosti od rizika	123
7.1.5.	Kontrola kvaliteta eksterne likvidnosti	124
7.1.6.	Ispitivanja finansijskog upravljanja potraživanjima od kupaca	124
7.2.	Kontrola kvaliteta finansijskih ulaganja	125
7.2.1.	Ispitivanja kvaliteta finansijskog upravljanja raspoloživom gotovinom	125
7.2.2.	Ispitivanja kvaliteta finansijskog upravljanja zalihama	128
7.2.3.	Kvaliteta poslovne ekspanzije	128
7.2.4.	Kvaliteta preduzetnog optimiziranja portfelja kompanije	129
7.3.	Sposobnost izbora istraživačko-razvojnog projekta sa odgovarajućom tehnološkom strategijom	130
	Drugi deo	

<b>Menidžment kvaliteta proizvoda i proizvodnje kao sistetički izraz kvaliteta kompanije (134)</b>		
<b>1.</b>	<b>Menidžment kvaliteta proizvoda</b>	<b>135</b>
1.1.	Kontrola kvaliteta svojstva proizvoda	135
1.2.	Kontrola kvaliteta osobina proizvoda	136
1.3.	Kontrola kvaliteta označavanja, identifikacije i prepoznavanja proizvoda	137
1.4.	Determinisanje pojma kvaliteta proizvoda	137
1.5.	Strategije upravljanja kvalitetom proizvoda	138
1.6.	Standardizacija kvaliteta proizvoda	139
1.7.	Pristup kontroli kvaliteta proizvoda	141
1.8.	Problematiziranje kvaliteta proizvoda sa stanovišta potrošača	141
1.8.1.	Ocena kvaliteta oblikovanja proizvoda	142
1.8.2.	Kvaliteta oblikovanja ambalaže	144
1.9.	Autorska shvatanja o kvalitetu proizvoda	149
1.9.1.	Juran-ov pojam kvaliteta proizvoda	149
1.9.2.	Deming-ov pojam kvaliteta proizvoda	151
1.9.3.	Crosby-jev pojam kvaliteta proizvoda	153
<b>2.</b>	<b>Menidžment kvaliteta razvoja dobrog proizvoda</b>	<b>154</b>
2.1.	Kontrola kvaliteta konstrukcije dobrog proizvoda	155
2.1.1.	Ocena kvaliteta karakteristika konstruiranja proizvoda	157
2.1.2.	Analiza kvaliteta determinanti konstruisanja proizvoda	160
2.2.	Analiza struktura kvaliteta procesa konstruisanja proizvoda	161
2.2.1.	Kontrola koncipiranja proizvoda	162
2.2.2.	Kvaliteta oblikovanja proizvoda	163
2.2.3.	Kvaliteta razrade proizvoda	165
<b>3.</b>	<b>Menidžment kvaliteta proizvodnje</b>	<b>167</b>
3.1.	Ocena kvaliteta izrade proizvoda	167
3.2.	Informacioni sistem proizvodnje sa upravljanjem i kontrolom kvaliteta materijala i zaliha	167
<b>4.</b>	<b>Menidžment kvaliteta dobavljača i nabavnog menidžmenta</b>	<b>170</b>
4.1.	Menidžment kvaliteta dobavljača	170
4.2.	Menidžment kvaliteta izvora snabdevanja sa marketing menidžmentom nabavke materijala	175
<b>5.</b>	<b>Menidžment kvaliteta proizvodnje prema kriterijima stvarnih i potencijalnih troškova</b>	<b>179</b>
5.1.	Poslovni potencijali i pretpostavke ekonomske efikasnosti poslovanja (proizvodnje)	179
5.1.1.	Vrste potencijala i uslovi poslovanja preduzetnika	179
	Kvaliteta prirodnih potencijala i uslova poslovanja	179
	Kvaliteta tehničko-tehnoloških potencijala poslovanja	179

	Kvaliteta tržišnih potencijala poslovanja	180
	Kvaliteta društveno-političkih uslova poslovanja	180
	Kvaliteta međunarodnog političkog i odbrambeno-bezbednosnog sistema	183
	Kvaliteta kadrovskih potencijala	183
	Kvaliteta finansijskih potencijala	184
	Kvaliteta informacionih i prostornih potencijala	184
5.1.2.	Preduzetnički potencijali i uslovi poslovanja preduzeća i menadžmenta	185
5.1.3.	Oblici preduzetnog ulaganja u poslovanje preduzeća	188
5.1.4.	Kreiranje pretpostavki za dostizanje optimalnih rezultata poslovanja	196
5.2.	Teorijski aspekti obračuna troškova i troškovni koncept politike cena	197
5.2.1.	Obračuna troškova ostvarenog prihoda	197
5.2.2.	Obračun troškova strateških obračunskih jedinica	198
5.2.3.	Faktorska analiza uslovljenosti dinamike objektivno uslovljenih i objektivno nepotrebnih troškova	199
5.2.3.1.	Objektivno uslovljeni troškovi	200
5.2.3.2.	Nepotrebni troškovi	200
5.2.4.	Faktorska analiza strukture i dinamike pojedinih vrsta troškova	203
5.2.5.	Uticaj utrošaka i cena na dinamiku troškova korigovanjem troškova koeficijentom prosečne promene cena	203
5.2.6.	Troškovni koncept kod formiranja cena	204
	Treći deo <b>Koncepcija upravljanja kvalitetom (206)</b>	
1.	<b>Upravljanje kvalitetom sa stanovišta potrošača</b>	207
1.1.	Proširena koncepcija određivanja kvaliteta	207
1.2.	Identifikovanje ciljeva i otkrivanje satisfakcije potrošača u vezi sa kvalitetom proizvoda	207
1.2.1.	Identifikovanje ciljeva potrošača u vezi sa proizvodom	208
1.2.2.	Identifikovanje satisfakcije potrošača u vezi sa kvalitetom proizvoda	209
1.2.3.	Identifikovanje satisfakcije potrošača u lancu učesnika	210
1.2.4.	Postupak kvantifikovanja osobina proizvoda	212
1.2.4.1.	Svojstva proizvoda kao tehničkog sistema	214
1.2.4.2.	Ocena svojstava proizvoda prema kriterijumu funkcija koje poseduje	217
1.2.4.3.	Ocena svojstava prema načinu delovanja proizvoda	219
2.	<b>Ocena kvaliteta prodajne privlačnosti proizvoda</b>	221
2.1.	Analiza приметnih razlika među proizvodima	221
2.2.	Analiza ponašanja potrošača u odnosu na kvalitetu proizvoda	222
2.3.	Analiza potrošačeve percepcije kvaliteta proizvoda	222
2.4.	Analiza potrošačevog mišljenja u vezi kvaliteta proizvoda	222
3.	<b>Analiza vrednosti kvaliteta proizvoda</b>	224

3.1.	Kako otkriti potrebe i navike potrošača u vezi sa proizvodom	225
3.1.1.	Ispitivanje namera kupaca	226
3.1.2.	Ispitivanje mišljenja prodajnog osoblja	227
3.1.3.	Ispitivanje ponašanja kupaca nakon kupovine	227
3.2.	Ispitivanje kvaliteta performansi proizvoda	229
3.2.1.	Klasifikacija proizvoda prema kriterijima tržišta	230
	Klasifikacija proizvoda po kriteriju napora koje očekuje kupac u kupovini	230
	Klasifikacija s obzirom na stepen procesnosti proizvoda	231
	Klasifikacija proizvoda po kriterijumu napora i rizika kupovine	233
	Klasifikacija proizvoda s obzirom na marketing koncept	235
3.2.2.	Metode ispitivanja potrošača	238
3.2.2.1.	Ispitivanje mišljenja eksperata	238
3.2.2.2.	Brainstorming	239
3.2.2.3.	Phillips 66	239
3.2.2.4.	Sinekrika	239
3.2.2.5.	Beleženje ideja	240
3.2.2.6.	Delphi metod	240
4.	<b>Menidžment kvaliteta istraživanja i razvoja</b>	241
4.1.	Kvaliteta sistemskog inženjerstva	243
4.1.1.	Sistemska prilaz	243
4.1.2.	Principi sistemskog inženjerstva	244
4.2.	Kvaliteta sistemskog prilaza razvoju proizvoda	245
4.2.1.	Principi razvoja dobrog proizvoda	246
4.2.2.	Zadaci razvoja dobrog proizvoda	249
4.2.3.	Uticaji na razvoj dobrog proizvoda	249
	Strukturni model uticaja na razvoj dobrog proizvoda	250
	Uticaj prirode na razvoj dobrog proizvoda	251
	Uticaj kulture na razvoj dobrog proizvoda	252
	Uticaj političke i normativne strukture na razvoj dobrog proizvoda	253
	Uticaj čoveka na razvoj dobrog proizvoda	255
	Uticaj ekonomske strukture na razvoj dobrog proizvoda	256
4.3.	Kvaliteta menidžmenta oblikovanja (dizajniranja) dobrog proizvoda	260
5.	<b>Menidžment fleksibilne proizvodnje</b>	264
5.1.	Principi efektivnog menidžmenta fleksibilne proizvodnje	265
5.2.	Informacioni sistem preduzeća i uspostavljanje sistema kvaliteta	268
5.2.1.	Informacioni sistem proizvodnje	271
5.2.2.	Blok dijagram za planiranje proizvodnje	272
5.2.3.	Upravljanje materijalom i zalihama	273
	Literatura	276