

Prebrali smo

Management kakovosti

Janez Marolt in Boštjan Gomišček

Moderna organizacija, 2005

574 str.

Brez ustrezne kakovosti izdelkov in storitev na trgu ne moremo nastopati niti konkurirati. Zato vsaka organizacija skrbi za doseganje najboljše kakovosti. Številne organizacije pa dobijo celo državna priznanja za poslovno odličnost.

Na slovenskih univerzah oziroma fakultetah posvečamo problematiki kakovosti ustrezno pozornost. Nekatere fakultete in visoke šole imajo posebne predmete, ki obravnavajo izključno kakovost. Med prvimi v Sloveniji je bila Fakulteta za organizacijske vede v Kranju, ki je uvedla usposabljanje za kakovost.

Prof. dr. Janez Marolt in doc. dr. Boštjan Gomišček sta celovito obdelala in prikazala management kakovosti iz najrazličnejših zornih kotov. V prvih poglavjih sta orisala razvojne stopnje managementa kakovosti in vključevanja kakovosti v proizvodne sisteme, politiko, cilje ter strategijo kakovosti v vsakdanji praksi.

V četrtem poglavju sta veliko pozornost namenila managementu celovite kakovosti – TQM in izredno podrobno ter praktično pojasnila, kaj pomeni ta pojem v teoriji in praksi, zakaj se moramo osredotočiti na kupca in kako moramo stalno izboljševati vse procese dela in poslovanja.

V petem poglavju je predstavljena družina standardov ISO 9000:2000, saj je izredno pomembno, da jih managerji, podjetniki, obrtniki in vsi drugi, ki so odgovorni za kakovost organizacije, poznajo ter jih v praksi upoštevajo.

Avtorja nista zanemarila niti problematike storitev. V ta namen sta orisala specifikacije in standarde za kakovost storitev, za ocenjevanje kakovosti in niz drugih podrobnosti, ki so s tem povezane, vključno s stroški kakovosti.

Zelo praktično sta opisala »sprejetje na osnovi vzorčnega preverjanja« in iz najrazličnejših zornih kotov osvetlila vzorčno preverjanje, načrt vzorčenja ipd. V poglavju o nestandardiziranih sistemih kakovosti sta se dotaknila vsebine »šest sigma«, njene osnove, faz in modela uravnoteženih kazalnikov. V zadnjih poglavjih sta avtorja celovito orisala poslovno odličnost, problematiko presoje in meroslovni sistem.

Ta strokovna knjiga bo izreden pripomoček pri vsakdanjem delu, poslovanju in razvoju organizacij ter hitrejšem vključevanju v mednarodne tokove znanosti in tehnike.

izr. prof. dr. Gabrijel Devetak

Zen vodenja: zelo enostaven način vodenja*Robert Bric, Bojan Straže, David Djukić,**Jana Bogdanovski, Igor Šimac,**Lidija Robnik in Ana Jug*

Dashöfer, 2006

530 str. in dve zgoščenki

Zen vodenja je praktičen priročnik – izšel je v zbirki Direktor –, ki vsebuje temeljna znanja za razumevanje prava, financ, trženja, prodaje, poslovne komunikacije ipd. v vsakdanji gospodarski praksi. Priročniku sta priloženi tudi dve zgoščenki, ena o vodenju, druga pa o poslovni komunikaciji.

Uvodni del obravnava nekaj sprememb, ki jih prinaša novi zakon o gospodarskih družbah. Izredno obsežno in praktično je tretje poglavje, ki obravnava vodenje. Direktor mora poznati temeljne zakone vodenja in upravljanja. Zadolžen je za poslovno načrtovanje, imeti mora jasno vizijo o strategiji, poslanstvu, vrednotah, ciljih in številnih drugih pomembnih zadevah poslovanja v konkurenčnem boju. Vsak dan se sooča s problematiko človeških virov, vodenjem projektov ipd., zato mora obvladati ustrezne veščine komuniciranja, da bi poslovni procesi potekali v zadovoljstvo kupcev, zaposlenih in lastnikov kapitala. Posebna pozornost je namenjena poslovni odličnosti in obvladovanju kakovosti.

V četrtem poglavju je predstavljeno trženje, zlasti pa so izpostavljena osnovna strateška vprašanja za direktorje. Prikazan je trženjski načrt in pogled na najosnovnejše tehnike trženja, s poudarkom na tržnem komuniciranju. Vsak direktor mora poznati vlogo, mesto in pomen trženja. Zato so avtorji posebno pozornost namenili temu, kako spodbuditi stranko k vnovičnemu nakupu. Nazorno so predstavljene komunikacija s stranko, motivacija, stimulacija ipd. Prikazane so tudi največje napake manj uspešnih podjetij in konkurenčne prednosti.

V petem poglavju spoznamo skrivnost prodaje, njeno zgodovino, načine iskanja in pridobivanja kupcev.

Šesto poglavje nas uči poslovno komunicirati in se pogajati. Avtor tega poglavja je predstavil najrazličnejše vrste komuniciranja. Osvehtil je notranje komuniciranje, odnose z javnostmi, javno nastopanje, poslovna pogajanja, pogajalske strategije in pogajalske taktike. Vse to morajo direktorji, managerji in poslovneži obvladati v vsakdanji praksi.

Sedmo poglavje obravnava problematiko financ in finančnega vodenja. Pomembna sta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida. Direktor mora pravilno izbirati vire financiranja in obvladati odločanje o naložbah finančnih sredstev.

V zadnjem poglavju je prikazano pravo za direktorje.

izr. prof. dr. Gabrijel Devetak