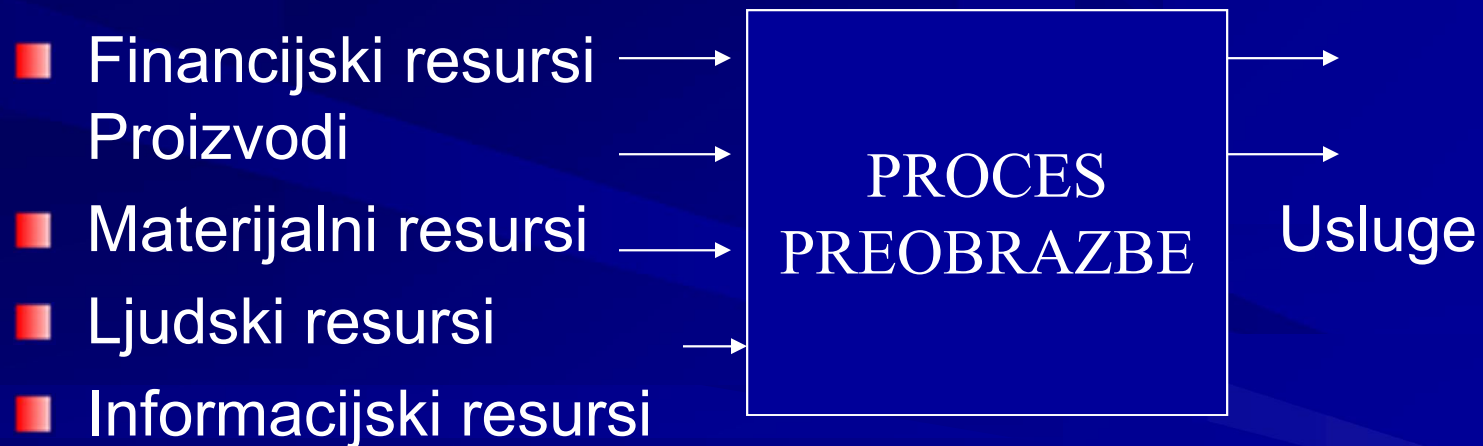


# Pojam poslovnog procesa

- Poslovni proces je niz aktivnosti izvršenjem kojih se provodi transformacija inputa u output radi zadovoljenja potreba kupaca.
- Razlikovanje tri tipa aktivnosti pa tako i procesa:
  - Središnji procesi
  - Procesi potpore i
  - Management procesi.
- Način ostvarenja poslovnog procesa je proces konverzije ili proces transformacije inputa u outpute.

# Transformacijski proces



# Sadržaj poslovnog procesa

- Temeljne skupine funkcijskih aktivnosti
  1. Oblikovanje proizvoda,
  2. Proizvodnja
  3. Nabava,
  4. Prodaja,
  5. Računovodstvo,
  6. Financije,

# 1. Oblikovanje proizvoda

- Prikupljanje ideja
- Obrada prikupljenih ideja
- Oblikovanje proizvoda/usluge
- Testiranje proizvoda/usluge
- Komercijalizacija proizvoda/usluge

# 1.1.Prikupljanje ideja

- Osnovne skupine izvora ideja o proizvodu
  - Tržište,
  - Specijalne institucije,
  - Publikacije,
  - Reklama i ekonomska propaganda,
  - Sajmovi, izložbe i slično,
  - Potencijalni poduzetnik, njegova obitelj, prijatelji i poznanici.

# 1.2.Obrada prikupljenih ideja

- Sve bi ideje trebalo pažljivo razmotriti i proučiti, te na temelju određenih kriterija ocijeniti i klasificirati.
- Ideja koja je interesantna treba se detaljno analizirati
  1. Financijske potrebe i mogućnosti,
  2. Izvori sirovina, materijala i opreme.
  3. Potrebni materijalni i ljudski resursi,
  4. Lokacija poduzeća,
  5. Potrošačka prihvatljivost proizvoda/usluge,
  6. Očekivana profitabilnost posla.

# 1.3. Oblikovanje proizvoda/usluge

- Obuhvaća realizaciju onih ideja koje su kroz provedene analize dobile uspješnu ocjenu.
- U ovisnosti od prihvaćenih ideja ovisi način izvođenja oblikovanja, vrijeme trajanja, oblikovanja i ulaganja čimbenika proizvodnje
- Novi proizvod ili već postojeći proizvod
- Neprekidna veza sa tržištem,
- Potrebno izvršiti prethodno programiranje određenih marketing aktivnosti,

# Faze u procesu oblikovanja proizvoda

- Istraživanje proizvoda predstavlja proučavanje i procjenjivanje ideje za novi proizvod(ili usavršavanje postojećeg) radi utvrđivanja:
  - Hoće li potrošači prihvatiti novi proizvod
  - Hoće li se prodajom podmiriti njegovi troškovi
  - Postoje li u poduzeću uvjeti za proizvodnju i distribuciju novog proizvoda
  - Mogućnosti plasmana na tržištu
  - Utjecaj na postojeće proizvode
  - Postoji li mogućnost iskorištenja nusproizvoda, otpadaka
- Projektiranje proizvoda je postupak u kojem se izradom odgovarajuće dokumentacije definiraju svi potrebni parametri dotičnog proizvoda—izgled, dimenzije, struktura i funkcionalnost, te materijali za izradu.
- Procjenjivanje ideja i proizvoda (Procjenjivanje projekta) vrši se usporedbom s drugim rješenjima. Četri grupe zahtjeva:estetski, tehnički, ekološki i ekonomski zahtjevi
- Konstruiranje –razrada izvedbene dokumentacije



# 1.4. Testiranje proizvoda/usluge

- Predstavlja postupak ispitivanja određenog proizvoda radi njegova isprobavanja, kontrole određenih svojstava i dobivanja određenih informacija o djelovanju proizvoda na potrošača.
- Testiranje obuhvaća sljedeće osnovne etape:
  - Definiranje elemenata za testiranje
  - Testiranje dizajna proizvoda
  - Utvrđivanje stavova i sklonosti potrošača
  - Testiranje pakiranja
  - Testiranje cijene
  - Testiranje stavova posrednika
  - Testiranje efikasnosti propagande i prodajne promocije, metoda prodaje i postprodajnih servisa

# 1.5. Komercijalizacija proizvoda/usluga

- Takav proces u kome se detaljno elaborirana ideja materijalizira, pretvara u upotrebnu vrijednost i plasira na tržište.
- Tri etape:
  - Organizacija proizvodnje
  - Priprema marketing programa i organiziranja marketinga
  - Ostvarivanje marketing programa

# 2. Operatika

- Skup aktivnosti koje su usmjerene na konverziju i transformaciju inputa u outpute u određenoj količini i kvaliteti, u određenom vremenu i s najmanjim troškovima.
- Mora dati odgovor na pitanja što, koliko, kada, čime, gdje, kako će se proizvoditi.
- U sadržajnom smislu obuhvaća sljedeće skupine aktivnosti:
  - Izbor tehnologije
  - Izbor lokacije i raspored opreme
  - Planiranje proizvodnje
  - Planiranje potreba materijala
  - Planiranje raspoloživih kapaciteta
  - Neposredna proizvodnja

# 2.1. Izbor tehnologije

- Tehnologija predstavlja skup procesa, alata, metoda, postupaka i opreme koji se koriste za proizvodnju robe i usluga.
- Izbor tehnologije je kompleksan zadatak zbog iznimnog razvoja tehnologije



## 2.2. Izbor lokacije

■ Dvije skupine čimbenika za izbor lokacije:

1. Ekonomsko-geografski  
(makrolokacija)
1. Tehničko-topološki  
(mikrolokacija)



# Makrolokacija

- Neekonomski čimbenici:
  - Društveno-politički
  - Vojno-strateški
- Ekonomski čimbenici:
  - Tržište
  - Sirovine
  - Energija
  - Ljudski resursi
  - Transport

# Mikrolokacija

- Analiza tehničko-topoloških čimbenika:
  - Priroda zemljišta
  - Blizina industrijske vode
  - Blizina radničkog naselja tj. Naselja
  - Blizina mreže javnog prometa
  - Mogućnost proširenja poduzeća u njegovom budućem razvoju



## 2.3. Raspored opreme

- Raspored opreme predstavlja proces organiziranja toka resursa unutar transformacijskog procesa – od njihova ulaza u proces pa do njihova izlaza iz tog procesa.
- Potrebno je prije izgradnje objekta definirati unutarnji raspored opreme
- Strategije rasporeda opreme:
  - Raspored usredotočen na proces
  - Raspored usredotočen na proizvod
  - Mješoviti (hibridni) raspored opreme
  - Strategija fiksnog rasporeda opreme



## 2.4. Planiranje proizvodnje

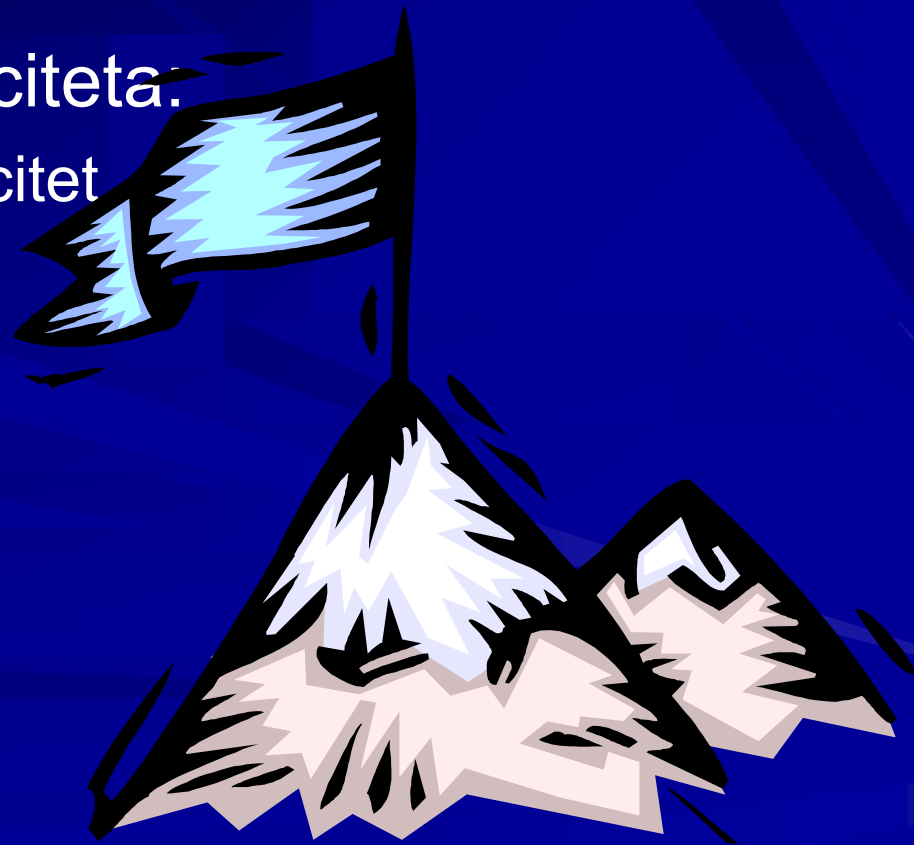
- Glavni plan proizvodnje koji predstavlja pregled naturalnog plana proizvodnje usklađenog s tržišnim zahtjevima te mogućnostima i potrebama poduzeća
- Mora dati odgovore na pitanja
  - Koji proizvodi
  - U kojim količinama
  - U kojem vremenu
- Metode planiranja:
  - Metode linijskog planiranja
    - Gantovi dijagrami (Gantogrami)
    - Linija balansa
    - Gray-Kiddov algoritam

## 2.5. Planiranje potreba za materijalima

- Utvrđivanje one vrste i količine materijala koje su potrebne za ostvarenje glavnog plana.
- Koriste se normativi materijala koji predstavljaju iskaz potrebne vrste i količine materijala za jedinicu proizvoda.

## 2.6. Planiranje potrebnih kapaciteta

- Kapacitet je sposobnost opreme da u jedinici vremena proizvede određenu količinu učinka.
- Razlikuje se pet vrsta kapaciteta:
  - Maksimalni ili ugrađeni kapacitet
  - Minimalni,
  - Radni kapacitet
  - Optimalni kapacitet
  - Ostvareni kapacitet



# Koncepti upravljanja kvalitetom

- Problem kvalitete mora obuhvatiti sve faze – počevši od same ideje o proizvodu, pa sve do servisiranja proizvoda u eksploataciji
- Broj karakteristika koje moraju biti predmet kontrole:
  1. Performanse,
  2. Svojstva,
  3. Struktura,
  4. Pouzdanost,
  5. Trajnost,
  6. Upotrebljivost,
  7. Odaziv,
  8. Estetika,
  9. Reputacija.

# Koncepti upravljanja kvalitetom

- Tradicionalni koncept kontrole kvalitete
- Koncept kontrole cjelokupne kvalitete
- Krugovi kvalitete
  
- Da bi se ostvarila uspješna kontrola moguća su dva oblika kontrole:
  - Kontrola kvalitete spregom unaprijed
  - Kontrola kvalitete povratnom spregom

# Međunarodna organizacija za standarde (ISO 9000 - norme za kvalitetu)

- **ISO 9000** – sadrži osnovne definicije, načela i karakteristične situacije odnosa kupca i proizvođača pri izboru odgovarajućeg standarda,

# Metode kontrole operacija

- Orijentirane su na kontrolu neposrednog procesa transformacije inputa u output, a u cilju osiguranja optimalne kvalitete outputa, te se razlikuje:
  1. **S obzirom na objekt kontrole:** kontrolu sirovina i materijala, operacija, dijelova, gotovih proizvoda, opreme, postrojenja i uređaja,
  2. **S obzirom na faze izvođenja operacija:** ulazna kontrola, međufazna kontrola i završna kontrola
  3. **S obzirom na stupanj obuhvatnosti:** totalna – integralna kontrola i statistička kontrola (samo jednog broja elemenata iz skupa)