

Performans, Kalite, Motivasyon

Organizasyonel
Mükemmellik Kùltürü

ISTANBUL, TEMMUZ 2020 ©

Performans, Kalite ve Motivasyon

ORGANİZASYONEL MÜKEMMELLİK KÜLTÜRÜ

Başarılı şirketler, iş sürekliliği ve yüksek rekabet gücü hedeflerine ulaşan şirketlerdir ve bu sayede de şirket değerlerini artırır. Optimum organizasyonel etkinlik ve verimlilik sağlamak da bu şirketlerin hedeflerini gerçekleştirmek için başarılarının anahtarı olmaktadır. Bir **şirketin etkinliği**, doğru hedefleri radarına almasına (doğru adımları atarak) bağlı iken, **organizasyonel verimliliği** ise etkin ve ideal kaynak kullanımı (iş doğru yaparak) ile orantılıdır.

Günümüzün dünyası rekabet gücü yüksek, küreselleşmiş ve giderek dijitalleşen bir yapıya sahiptir. Şirketlerden, bu dünyada, optimum düzeyde "Kalite" ve "Performans" beklentilerini karşılamaları beklenir. Bu nedenle, şirket değerini sürekli olarak artırmakla birlikte, kaynakları da en verimli şekilde kullanmak kaçınılmaz olmuştur. Her ne kadar organizasyonel verimlilik kurumsal başarı için kritik başarı faktörü olarak görülse de, hedeflere ulaşırken ve bu hedefleri sürdürülebilir kılarak **engellerle** karşılaştığı için gereken verim alınamamaktadır.

Her şirketin temel varlığı olan **çalışanlara**, organizasyonel mükemmelliğin sağlandığı süreçte özel olarak ilgi gösterilmelidir. "Mükemmel Organizasyonlar" için yeteneklerin dengeli dağılımı ve çalışanların etkinleştirilmesi esastır. Şirketin bütün bölümlerinde ve her düzeyinde verimlilik sağlamak ve sürdürülebilir kılmak için iş süreçlerini, regülasyonları, ilkeleri ve teknolojileri uygulayacak olan yetenekli ve motive çalışanlara ihtiyaç vardır. Bu durum, "İnsan", "İş Süreçleri", "İlkeler" ve "Bilgi Teknolojileri Sistemleri" gibi kritik başarı faktörleri göz önünde bulundurularak "Mükemmelliğe" adanmış organizasyonel kültür gerektirir.

Eğer tüm kritik başarı faktörleri, firmanın optimum verimliliği için uygun hale getirilirse, uzun vadede stratejik ve operasyonel altyapı şirketlerin hedeflerini destekler konuma gelecektir.

ORGANİZASYONEL MÜKEMMELLİK BAŞARI FAKTÖRLERİ;



1. KALİTE

Pazarda **rekabetçi kalabilmek** için, şirketlerden, **ürün ve süreç kalitesi**nde en yüksek standartları yerine getirmesi beklenmektedir. Müşteriler kalite kriterlerini “olmazsa olmaz” olarak değerlendirmeye eğilimli olup, bu konudaki beklentilerinin karşılanmasını talep ederler. Markanın sorumluluğu ise “Toptan” veya “Perakende” sınırlarında sona ermez. Markaların baştan sona müşteri deneyimini ve değer zincirini göz önünde bulundurmaları gerekir. Bu nedenle, şirket içinde Pazarlama, İnovasyon, Ar-Ge, Üretim, Satış & Dağıtım bölümlerinde, şirket dışında ise çok seviyeli perakende zincirleri ve müşterilerin ürün kullanımını kapsayan uçtan uca sorumluluk kaçınılmazdır.

Kalite beklentilerini anlamak ve uygulamak için tüm paydaşlar (tedarikçiler, iç uzmanlar, iş ortakları ve müşteriler) işbirliği içinde çalışmalı ve bu iş birliği şirketin başarısını için yüksek önem arz etmektedir.

2. PERFORMANS

“Organizasyonel Performans”, bir organizasyonun **çalışmalarının nicel çıktısı** ile tanımlanır. Değer zincirinin hangi adımında olursa olsun, bu üretim, finans veya süreç farketmeksizin, tüm paydaşlar ilgili adımdaki performansa güvenmektedir. Aynı zamanda, ilgili adımdaki

performans, belirlenen miktarda ve zamanda müşterilere sunulan ürünleri/hizmetleri ve çalışanlar tarafından gerçekleştirilecek görevleri de etkiler.

Fakat performans tek başına bir şirketi başarılı kılmaz. **Kurum kültürü**nün bir parçası olarak şirketler, kalite ve performans kriterlerini tanımlamak için herkesin taahhüt ettiği belirli hizmet seviyeleri üzerinde anlaşır.

Bu hizmet seviyeleri ticari anlaşmalar tarafından harici olarak kontrol edilir ve garanti altına alınır. Hizmet ödemesi, performansın ödüllendirilmesi / cezalandırılması gibi hususlar örnek olarak verilebilir. Fakat şirket içerisinde çalışanların yeteneklerini ve bağlılıklarını, istenen düzeyde kalite ve performans sunmak adına kullanmaları için maaş verilmesi yeterli değildir. Bu noktada, **“Motivasyon”** devreye girmektedir.

3. MOTİVASYON

Şirketlerin temel varlığı olan çalışanlar, sorumlu oldukları işleri gerektiği şekilde yerine getirmezlerse, şirketlerin kalite ve performans beklentilerinin karşılanmasına yönelik çabaları işe yaramayacaktır.

Şirketlerin entelektüel sermayesi olan her düzeydeki ve pozisyondaki çalışanların, kalite ve performans konularında belirli bir anlayışa ve disipline sahip olmaları gerekmektedir.

Bu noktada, “Organizasyonel Mükemmellik” için rol model olarak görülen yöneticilerin liderliğinde kalite ve performans kültürünün oluşturulması ve sürdürülmesi gerekmektedir.

Çalışanların “Kalite” ve “Performans” açısından sorumlulukları, bir şirketin mükemmel olmasını sağlamak için kritik bir öneme sahiptir.

İnsanları kalite ve performans odaklı bir kültür yaratmaya ve bu kültürü içselleştirmeye iten şey nedir? Bir şirket tarafından sağlanacak kalite ve performans unsurları için en uygun olan nedir? Şirketler organizasyonel mükemmelliğe nasıl ulaşır ve bir şirket bunu gerçeğe nasıl dönüştürebilir?

Organizasyonel mükemmelliğe ulaşmak bir süreçtir ve çaba gerektirir. Şirketler, marka vaatlerine ayak uydurmak için mevcut operasyonlarının mükemmellik seviyesini tanımlamalı, kalite ve performans standartlarını kalıcı hale getirmek üzere değerlendirmeli ve iç motivasyonu yüksek tutmalıdır.

ADBA SİZE NASIL YARDIMCI OLABİLİR?

Sektörde geçirdiğimiz 30 yıldan fazla süre, şirketleri nasıl değerlendireceğimizi ve nasıl yeniden şekillendireceğimizi bize gösterdi.

Kurumlar, bir şirketin vizyonunu gerçekleştirmek için meydana gelmektedir ve bu kurumların, insanların arzuları için değil, şirketin başarısı için tasarlanması gerekmektedir.

Berber çalıştığımız iş ortaklarımızla defalarca kanıtlanmış ve mükemmellik hedeflerini iyileştirmelerine yardımcı olmuş, **üç aşamalı** güçlü ve güvenilir bir **yaklaşım** oluşturduk.

Organizasyonel mükemmellik, kurum kültürünün kurumsallaşmış bir parçası olmalıdır. Bu işlevi oluşturmanın en etkili yolu ise işlevi adım adım çalıştırılabilecek özel bir proje tasarlamaktır.

“Analiz”, örgütsel dönüşümün önde gelen aşaması olmakla birlikte, **“Sentez”** ve **“Hedef Resim Tasarımı”** yaklaşımları stratejik bir perspektiften daha çok süreçlere ve şirketin kendisine odaklamak için gerçekleştirilir. Bu şekilde, farklı kurumsal katmanlar (Organizasyon, Süreç ve İnsanlar) yeterince değerlendirilerek, bir şirketin organizasyonel hedef resminin gelecekteki tasarımı için sağlam bir temel oluşturmasını sağlar.

“Sürdürülebilir Strateji ve Yönetişim Modelimizle” mevcut durumunuzu anlamanıza, değişim haritasını tanımlamanıza, ekibinizin etkinleştirmenize ve gerekli önlemlerin uygulanmasına yardımcı oluyoruz.

Bu yaklaşımın stratejiniz açısından ne anlama geldiğini ve hangi önlemlere odaklanmanız gerektiğini bir toplantıda görüşmekten mutluluk duyarız, **bize ulaşın!**

About ADBA | Marketing | Consulting | Innovation |

ADBA consulting and marketing services help companies and brands who want to grow, accelerate and transform by breaking old thinking patterns in strategy, marketing and innovation.

For further inquiries about this white paper and ADBA please get in touch with;**Mrs. Ipek Alkan**ialkan@ADBA.com.tr**Mr. İbrahim Bani**ibani@ADBA.com.tr**Mr. Menend Esemeli**mesemenli@ADBA.com.tr

with thanks to our colleagues **Ms. Müge Birden** for her valuable contributions in the preparation of this white paper.

Disclaimer

The approach presented in this document, thoughts, ideas, suggestions and explanations are the intellectual property of ADBA A.Ş. and are subject to applicable copyright laws.

The total or partial reproduction, modification, processing and any disclosure to third parties without referencing ADBA A.Ş. as the source is not permitted.

© 2020

ADBA A.Ş.

Gazeteciler Mahallesi
Matbuat Sk. No.11
34394 Esentepe
İstanbul/Türkiye
+90 (212) 216 11 90

www.ADBA.com.tr