

Uvodni dio

U vremenu drastičnih promjena, budućnost nasljeđuju oni koji uče. Oni koji misle da su sve naučili osposobljeni su da žive u svetu koji više ne postoji.

Eric Hoffer

Jedina konstanta od postanka sveta je promjena.

( The only constant since the begging of time is change ).

Susrećući se sa menadžment izazovima na raskršću XX i XXI veka, menadžeri moraju sve više biti inovativni, proaktivni, fleksibilni i u svemu fokusirani na kvalitet. Kvalitet proizvoda i usluga u kompanijama postaje sve više presudan tržišni faktor koji izdvaja određenu kompaniju od svih ostalih. Menadžeri često moraju da daju odgovore na sljedeća pitanja:

Zašto je određeni kupac spreman da za određene proizvode ili usluge plati više nego za druge?

Šta je to zbog čega kupac plaća?

Koje su "vrijednosne komponente" nekog proizvoda ili usluge?

Šta je to što je za kupca najvažnije pri kupovini našeg proizvoda ili usluge?

Pitanje kvaliteta je veoma prisutno pitanje u teoriji i praksi savremenog menadžmenta, a naročito posljednjih decenija XX veka.

Kvalitet proizvoda i usluga je izrastao u najkonkurentnije oružje brojnih kompanija širom sveta. Pri tome pobjednici će biti one organizacije koje uspiju da razviju inovativnu kulturu, u kojoj će zaposleni da uživaju u promjenama ali i da budu nosioci takvih promjena. Jednom prilikom je predsjednik upravnog odbora General Electric-a, Jack Welch, novu strategiju za XXI vijek formulisao sljedećim rečima: brzina, jednostavnost i samouvjerenost. James Houghton iz Corning Inc. zalaže se za kontinuirano ponavljanje sljedećih faktora: "Kvalitet, kvalitet, kvalitet. Svjetska klasa. Potrošački fokus. Participacija zaposlenih."

Sve gore navedeno i sama činjenica da će XXI vijek biti vijek kvaliteta me je prosto "natjerala" da kao temu za seminarski rad odaberem menadžment totalnog kvaliteta.

Istorijat kvaliteta

Kao prve znake sistema kvaliteta možemo uzeti zapise koji se nalaze se u Hamurabijevom zakoniku, donijetom u Vavilonu, u periodu oko 3000. godine pre Hrista. Jedna od odredbi ovog zakona koja se odnosi na kvalitet, glasi: "Zidar koji izgradi kuću koja se sruši i usmrti stanare i sam će se kazniti smrću".

Kvalitet je izazivao zanimanje menadžmenta, upravo onoliko vremena od kad postoje fabrike. Jean-Baptiste Colbert, ministar kralja Luja XIV, napisao je 1664 godine: "Kada bi naše radionice mogle, sa posebnom pažnjom da nemetnu superiorniji kvalitet našim proizvodima, stranci bi mogli da uoče prednost kupovine Francuskih proizvoda i novac bi pritjecao u naše kraljevstvo." .

Ono što je Jean-Baptiste Colbert napisao 1664 godine predstavlja istinu koja se očituje i danas: Potrošači i kompanije nastoje da kupe proizvode visokog kvaliteta. Iako se uloga menadžmenta i industrije u okviru organizacije dramatično promijenila kroz vijekove, sve organizacije još uvijek streme tome da budu prepoznate po tome što proizvode proizvode visokog kvaliteta i pružaju usluge na najvišem nivou. Jedan od metoda koji koristi menadžment u mnogim organizacijama je implementiranje menadžmenta najvišeg kvaliteta.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**