

Kvalitet proizvoda

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15

SADRŽAJ;

1.UVOD;

2. KVALITE PROIZVODA;

3. O, ALTAMEDU;

4. KVALITET PROIZVODA REVITA;

4.1.POSLOVNA FILOZOFIJA;

4.2.O MATIČNOM MLEČU;

4.3.O DOSADAŠNJIM REZULTATIMA I PRIZNANJIMA;

5. ZAKLJUČAK;

6. LITERATURA;

1.UVOD

U literaturi se kvalitet definiše na veoma različite načine, međutim, svi ti različiti oblici definicija kvaliteta se mogu svesti na dvije grupe. Prva, koja kvalitet definiše sa internog aspekta, i druga, koja kvalitet posmatra sa eksternog aspekta, u svjetlu potrošačeve percepcije o kvalitetu.

Interni pogled na kvalitet polazi od stanovišta po kojem se kvalitet izražava stepenom prilagođenosti proizvoda, odnosno usluge, internim mjerilima i specifikacijama. Dakle, što je proizvod više prilagođen unaprijed zadatim kriterijumima, to je on kvalitetniji i obrnuto. Na ovaj način je naglašena kontrola različitih procesa u preduzeću, s ciljem utvrđivanja odstupaja od zadatih kriterijuma. Kvalitet proizvoda ili usluga, prema ovom konceptu, određen je stepenom podudarnosti proizvoda sa tehničkim specifikacijama i sličnom dokumentacijom. U krajnjem, ovaj pristup može rezultirati smanjenim troškovima kvaliteta, ali sa stanovišta ukupnog poslovanja to nije dovoljno. Čini se da je u poslovnoj praksi bosanskohercegovačkih preduzeća utemeljen stav da je ovakav pogled na kvalitet prevaziđen, što je sasvim u redu.

Drugi mnogo važniji, savremeniji, tržišno dimenzionirani stav o kvalitetu jeste uvažavanje percepcije potrošača o vrijednosti proizvoda, odnosno usluga. Kupac koji kupuje proizvod, ili koristi uslugu, ima određene potrebe i očekivanja da te potrebe zadovolji kupljenim proizvodom, ili uslugom. Stav kupca o stepenu zadovoljenja tih njegovih potreba i očekivanja je presudan za kvalitet proizvoda, odnosno usluge. Naravno, proizvođač mora voditi računa o podudarnosti proizvoda s tehničkom dokumentacijom, o kvalitetu konstrukcije proizvoda i o njegovoj pouzdanosti, ali poslednju riječ o proizvodu daje njegov korisnik. Pri tome treba imati na umu da se pod korisnikom proizvoda podrazumijevaju ne samo vanjski kupci, već i zaposleni u preduzeću, koji u svom radu koriste poluproizvode kao fazne proizvode prethodnih faza. U istoj mjeri valja prihvatiti i njihov stav o kvalitetu kao i stav vanjskih kupaca.

2.KVALITET PROIZVODA

Drugi uticaj visokog kvaliteta na konkurentsku prednost preduzeća proističe iz visoke efikasnosti, odnosno iz nižih troškova ostvarenih brigom o kvalitetu proizvoda. Naime, izbjegnuti troškovi zbog lošeg kvaliteta proizvoda, kao što su škart, dorada, zastoje, ponovna kontrola, popravke nakon reklamacija, pravna odgovornost za kvalitet, gubitak tržišnog udjela, gubitak ugleda preduzeća, i sl., direktno snižavaju cijenu koštanja proizvoda.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com