

Kvalitet

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 10

Uvodna razmatranja

Kvalitet je planetarni i društveni fenomen današnjice. Novi koncept kvaliteta predstavlja novu filozofiju poslovanja i življenja koja omogućuje dugoročan opstanak i razvoj. Kvalitet predstavlja vrlo kompleksan koncept u teoriji i praksi menadžmenta.

Revolucija kvaliteta se najčešće vezuje za Japan posle Drugog svetskog rata. Japanska privreda je bila razrušena i uništena zbog čega joj je bila neophodna međunarodna pomoć. U Japan je, u okviru međunarodne pomoći, stigao jedan broj američkih stručnjaka i naučnika koji im je pomogao da izgrade nove fabrike i prenesu američka znanja iz oblasti menadžmenta. Ključnu ulogu je, pored američkih stručnjaka, odigralo i Japansko udruženje naučnika i inženjera JUSE, sa prvim direktorom Kaoru Ishikawom koji se smatra japanskim „guruom“ kvaliteta. Japan je odigrao ključnu ulogu u ostvarivanju koncepta kvaliteta i osvojio najprobirljivija svetska tržišta. U svim razvijenim zemljama sveta, političari na najvišim nivoima i zvanične državne industrije, shvataju značaj promena koje se dešavaju i stvaraju uslove da njihove kompanije postanu bolje u odnosu na konkurenciju, kako bi opstale na tržištu, a time stvorile povoljne uslove za unapređenje zemlje.

Ključ ovih promena je u suštinskim promenama shvatanja pojma kvaliteta i težnji ka TQM-Total Quality Management.

TQM je svojevrsna filozofija menadžmenta, način mišljenja i delovanja, koji su usredsređeni na: kvalitet, učešće svih zaposlenih na unapređenju kvaliteta kroz zadovoljenje kupaca, a u korist svih zaposlenih i društva u celini.

Definicija

Kvalitet mje udovoljavanje zahtevima (Crosby); kvalitet je želja kupaca (Feigenbaum); kvalitet znači proizvoditi bez grešaka (Ishikawa); klijenti su istinske sudije o našem kvalitetu (billinger)...

Iz navedenog može da se izvuče zaključak da je kvalitet usaglašenost sa zahtevima i očekivanjima internih i eksternih kupaca u svim područjima preduzeća, kako za proizvode tako i za usluge.

Kvalitet je postao najznačajniji strateški faktor uspeha organizacije. Reputacije, dobre ili loše, brzo mogu postati nacionalne.

Pojam „kvalitet“ može da se koristi sa pridevima kao što su : izvrstan, dobar ili nedovoljan, dok reč „svojsven“ znači postojanje u nečemu, naročiti kao trojna karakteristika.

Definicija sama po sebi govori o značaju kvaliteta kao ključa opstanka, poslovnog uspeha i prosperiteta organizacije.

U tom smislu, aktivnosti su usmerene na:

Preventivu za kvalitet u čitavom životnom ciklusu proizvoda ili usluge, sa ciljem približavanja radu bez grešaka

Sticanje poverenja orisnika da sistem obezbeđuje proizvode ili usluge potrebnog i dovoljnog nivoa kvaliteta.

Reputacija organizacije zavisi od kompetitivnih elemenata:

Kvaliteta

Pouzdanosti

Roka isporuke

Cene

Uslova isporuke

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

www.maturskiradovi.net

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