

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Kvalitet". Rad ima 19 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

UVOD

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. Svoje teoriske i praktične prilaze kvaliteta u Japanu, Americi i celom svetu dali su gurui: E. Deming, P. Crosby, J. Juran, A. Feigenbaum, K. Ishikawa i G. Taguchi su definisali tako da oni danas predstavljaju postavke klasične TQM (Total Quality Management) filozofije. Treba napomenuti da su svi oni osim Philipa Crosby-ja svoje teoriske postavke primenili prvo u unapređenje japanske privrede od 1946 god. pa do danas. Zbog svega toga je japanska privreda danas bez premca u svetu, što se tiče kvaliteta, velikog broja njihovih proizvoda.

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.

I Srbija čini napore da se priključi težnjama razvijenih zemalja u stvaranju ambijenta koji će obezbediti proizvodnim i uslužnim delatnostima razvoj i implementaciju sistema kvaliteta, sposobnog da izdrži tržišnu konkurenciju razvijenih zemalja. Vlada Republike Srbije je na sednici 9. Decembra 1992. godine usvojila Program unapređenja kvaliteta u Srbiji i donela Deklaraciju o politici kvaliteta

2. Definicija KVALITETA

Kvalitet je 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 „svojestven“ 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:

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

www.maturskiradovi.net

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