

SADRŽAJ

Uvodna razmatranja	3
Definicija	4
Kvalitet usluga	5
Razvoj teorije i prakse u oblasti kvaliteta	7
Rad bez grešaka	9
Merenje kvaliteta	9
Timski rad	10
Upravljanje kvalitetom	10
Upravljanje totalnim kvalitetom – TQM	12
Zaključak	13
Literatura	14

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. poboljšanja kvaliteta života ljudi, što podrazumeva poboljšanje životnog standarda, zaštitu životne sredine, kao i zaštitu zdravlja i bezbednosti.

TQM je svojevrсна 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 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 „svojtven“ znači postojanje u nečemu, naročiti kao trojna karakteristika.

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

www.maturskiradovi.net

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