

1. UVOD

Kvalitet je postao globalni fenomen našeg doba. Svjetska dimenzija kvaliteta se ogleda u nastojanju kompanija širom svijeta da primjenom novog koncepta stalno unapređuju kvalitet svojih proizvoda. Društvena se dimenzija ogleda u prisustvu kvaliteta u svim segmentima društva, od države do pojedinca, sa težnjom unapređenja života svih. Pojam kvalitet ima trostruko značenje:

- svojstvo entiteta (proizvod, proces, čovjek, organizacija kao cjelina),
- funkcija u organizaciji,
- naučna disciplina, koja se bavi poslovima kvaliteta u cilju ostvarivanja poslovne uspješnosti (izvrsnosti) organizacije.

Savremeni koncept kvaliteta rođen je u Americi dvadestih godina prošlog vijeka naporima poznatih svjetskih lidera (guru) Shewhart-a, Deming-a i Juran-a na poboljšanju kvaliteta procesa primjenom statističkih metoda. Prvi put je praktično primjenjen u Japanu poslije Drugog svjetskog rata. Zahvaljujući novom konceptu kvaliteta Japan je u kratkom roku od ratom razorene zemlje postao industrijska velesila. Kvalitet japanskih proizvoda prisilio je kompanije u SAD-u i Evropi da prihvate sedamdesetih godina prošlog vijeka novi koncept da bi opstale na svjetskom tržištu.

Novi koncept kvaliteta je u prvi plan stavio kupca kao jedino mjerodavnog da ocjeni kvalitet proizvoda. Naime, na početku industrijske revolucije proizvođači su diktirali razvoj novih proizvoda, a kupci su bili tu da kupuju i koriste proizvode. Vremenom se znanje kupaca povećalo, tako da se o njihovim željama i potrebama moralo voditi računa. Danas mogu opstati samo one organizacije koje proizvode prema zahtjevima kupaca. Jednom riječju kupac je postao „kralj“.

Zasnovan na tržišnom načinu privređivanja, koji uzima u obzir otvorenost međunarodnog tržišta i agresivnu konkurenciju, savremeni pristup kvalitetu postaje opšte prihvatljiv, jer svima – i proizvođačima i kupcima nudi nešto bolje. U tom pogledu poseban značaj imaju međunarodni standardi za upravljanje kvalitetom procesa ISO 9000, koji su prvi put objavljeni 1987. godine. Pored ostalog, omogućili su sertifikaciju sistema menadžmenta kvalitetom preduzeća (isporučioća) od strane nezavisne ovlašćene organizacije („od treće strane“), čime je uspostavljeno međusobno povjerenje isporučioća i kupca i eliminisana potreba da svaki kupac provjerava sistem kvaliteta isporučioća. Dodatni uspon kvalitet je dživio formulacijom najopštijeg koncepta upravljanja kvalitetom TQM (Total Quality Management – menadžment totalnim kvalitetom), koji predstavlja nadgradnju nad ISO 9000 zahtjevima, i koji je najprije primjenjen u Japanu.

Razvoj proizvoda na osnovu zahtjeva kupaca, saznanje da samo kvalitetni procesi omogućuju kvalitetne proizvode i uključivanje svih poslovnih funkcija u upravljanje kvalitetom na čelu sa vrhovnim rukovodstvom, doveli su do evolucije klasične kontrole kvaliteta u savremen koncept menadžmenta kvalitetom.