

I Uvod

Konstantne promjene predstavljaju globalnu karakteristiku na prelazu u novi milenijum. Ako je osamdesetih godina prošlog vijeka produktivnost bila ključna riječ, a kvalitet u devedesetim, na početku ovoga vijeka to je brzina. Promjene, odnosno njihova brzina, stvaraju probleme u svakoj sredini – ne samo u nedovoljno razvijenim, već i u najrazvijenijim. Istovremeno, promjene su izazov i šansa za dokazivanje. Da bi se takve šanse iskoristile potrebno je, najprije, da se učine određene promjene u pristupu ka problemima koje izazivaju promjene. Ovakva razmišljanja su sve više prisutna u svijetu, a naročito su ispoljena poslednjih godina tokom manifestacija koje se održavaju u povodu obilježavanja zlatnog jubileja Evropske organizacije za kvalitet (EOQ).

Svijet postaje "globalno selo" i zajedničko tržište, a jedna od posljedica toga je da svaki biznis mora biti globalno konkurentan, čak i kada proizvodi ili prodaje samo na lokalnom tržištu, jer konkurencija ne priznaje nikakve granice. Pokret za kvalitet u svijetu predstavlja dio napora svjetskog i evropskog biznisa da se prilagodi promjenama na tržištu. Pri tome se neprestano naglašava da je kvalitet ključ konkurentnosti na otvorenom tržištu, te da će on postati fundamentalni način vođenja svakog biznisa, bilo gdje na zemljinoj kugli. Razvija se nova strategija postavljena na novim temeljima: svaka institucija – a ne samo biznis – moraće se upoređivati sa standardima uspostavljenim od industrijskih lidera. S tim u vezi, kao neminovno, nameće se pitanje: Šta je to što izdvaja kvalitet od ostala dva (cijena i rok/produktivnost) značajna menadžment elementa?



Odgovor se pronalazi, prije svega, u njegovom humanom karakteru, jer je to

jedini od navedena tri elementa za koji su podjednako zainteresovani i proizvođač i kupac. Zbog toga, može se govoriti o izgradnji kulture kvaliteta u nekoj sredini, u kojoj će poboljšanje kvaliteta na kreativan način zasigurno dovesti do smanjenja troškova i povećanja produktivnosti.