

I Uvod

Globalizacija tržišta i njene prednosti i mane su osnovno nadahnuće za pisanje ovog specijalističkog rada. Ujedinjavanjem tržišta svih zemalja u EU jedinstveno tržište je gledajući iz „ptičije perspektive“ dobar korak za zemlju koja je na poprilično lošem glasu, kao što je Republika Srpska, odnosno BiH. Sa druge strane gledano, život u RS, kao članici Evropske Unije, iz mog ugla gledano neće biti ni malo jednostavan, niti bajan za naš narod.

Kroz svoj Specijalistički rad ću napraviti i malo istraživanje (tj. anketu) pojedinih preduzeća u Republici Srpskoj koja će se odnositi na pitanja zahtjeva i mogućnost ispunjavanja istih pred ulazak u EU.

„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 objelježavanja 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.“ **