

# SEMINARSKI RAD

**PREDMET: UPREVLJANJE KVALITETOM**

**TEMA: DEMINGOV KONCEPT SISTEMA KVALITETA**

Profesor:  
Student:

Maj, 2010.

# U V O D

Kao proizvod ljudske svijesti, potrebe i nužnosti, kvalitet u opštem smislu, postoji koliko i ljudska vrsta, sa svojevrsnim specifičnostima istorijske razvijenosti društva, potreba ljudi na određenom prostoru i ekonomske razvijenosti u određenom istorijskom trenutku. Dakle, određene vrijednosti koje se u društvenim tokovima utvrde i prihvate kao nivo koji se treba postići u društvenim tokovima - u svim sferama ljudskog života, označen je jednim opštim imenom **kvalitet**. Specifičan je za različita društva, za civilizacije i ljudske zajednice koje su se autonomno razvijale na određenom geografskom prostoru i prirodnom okruženju, na koje je najviši uticaj imao nivo razvoja ljudske svijesti. Tako se može reći da do XVIII stoljeća, do početka industrijalizacije, nije postojao ujednačen i opšte prihvaćen nivo nekih vrijednosti – kao standarda za kvalitet. Postojale su određene društvene norme kojima su regulisane sve društvene pojave i tokovi, pri čemu skoro ništa nije imalo pravu vrijednost (osim povlaštenih), gdje su i ljudi smatrani bezvrijednim i kao roba za trgovinu.

Mijenjanje takvog društvenog ambijenta, započelo je u periodu industrijalizacije: izumom prvih strojeva u manufakturnoj a kasnije i industrijoj proizvodnji, izumom parne mašine - lokomotive kao napretka u rudarskoj indurtriji, što je iniciralo masovni razvoj u cilju unapređenja svih grana privrede, posebno industrije, građevinarstva, trgovine, zanatstva. Vremenom su se sve grane proširivale, pa i tržište, što je dovelo do potrebe utvrđivanja određenih normi za pojedine, a kasnije, i sve proizvode i usluge u javnoj prodaji – na tržištu. Tim normama su definisani: izgled, osobine, sadržaj i druge specifičnosti tih proizvoda kao nužnosti, koje mora da posjeduje određeni proizvod kako bi bio u prodaji – na tržištu, što je predstavljalo i prve standarde za kvalitet proizvoda. Daljim razvojem ekonomije i tehnologije u cjelini, nastala je nužna potreba širenja tržišta (zbog zasićenosti lokalnih tržišta). Razvijene kompanije i društva, u cilju kontrolisanja tokova na tržištu, utvrđivale su standarde kvaliteta proizvoda i usluga. To je rezultiralo potrebom proučavanja mogućnosti razvoja i uticaja na proizvodnju, učinkovitost rada i kvalitet proizvoda: tehnološkim razvojem, automatizacijom, organizacijom rada, stručnošću, smanjenjem troškova proizvodnje, a sve u cilju opstanka na konkurentskom tržištu proizvoda i usluga, i zadovoljenju kupaca. Tako je danas, za svaku od ovih specifičnosti, razvijena naučna disciplina, čija dostignuća doprinose razvoju i utvrđivanju najviših standarda kvaliteta u proizvodnji proizvoda i usluga, koje opet kontrolišu i diktiraju ekonomski najrazvijenija društva, najsofisticiranije i najrazvijenije kompanije.

U posljednjih 50 godina tržište se znatno promijenilo. Njaprije je bilo *tržište proizvođača* (višak potražnje), *tržište potrošača* (višak ponude) i *tržište kompetitivnosti* (gdje postoji višak ponude proizvoda i usluga visokog kvaliteta i konkurentskih cijena). Ove promjene su dovele do novog pristupa kvalitetu, gdje kvalitet proizvoda i usluga nije uslovljen isključivo: karakteristikama proizvoda, dimenzijama kvaliteta, parametrima kvaliteta, efikasnošću i efektivnošću u proizvodnji i kontrolom kvaliteta. Ono obuhvata tržišni pristup, koji je iskazan definicijama: „**Pogodnost za upotrebu**“. (JURAN).

„**Kvalitet bi trebao da svoju težnju usmjeri na sadašnje i buduće potrebe korisnika**“. (DEMING).

„**Skup složenih karakteristika proizvoda ili usluga u marketingu, razvoju, proizvodnji i održavanju, kroz koje će proizvod ili usluga u upotrebi zadovoljiti očekivanja korisnika**“ (FEIGENBAUM).

„**Saglasnost zahtjevima**“ (CROSBY).

„**Skup upotrebnih - tehničkih, ekonomskih i estetskih, osobina i obeležja zadovoljstva proizvoda u posmatranju**“. (ZELENOVIĆ).

„**Skup svih karakteristika nekog entiteta koje se odnose na njegovu mogućnost da zadovolji iskazane potrebe i potrebe koje se podrazumijevaju**“. (ISO 8402 : 1994).

„**Sposobnosti skupa bitnih karakteristika proizvoda, sistema ili procesa, da ispune zahtjeve kupaca i drugih interesnih grupa**“. (ISO 9000 : 2000).

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

**[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**