

Kako biste odgovorili na pitanja: »Kako mogu mjeriti kvalitetu kada nešto kupujemo? Što je kvaliteta?« Najviše odgovora podrazumjevat će pod kvalitetom njemački automobil, japanski televizor, francusko vino, švicarsku čokoladu ili švedski čelik. To je uobičajeno viđenje kvalitete proizvoda. Pojam kvalitete kupac obično povezuje s proizvodom boljeg dizajna, boljeg materijala i bolje izrade, i koji funkcionira bolje nego drugi proizvodi. Kvaliteta tako obilježava i proizvod koji je lakše održavati i servisirati, kojim se lakše rukuje, koji duže traje i manje se kviri. Kvalitetan je proizvod koji se isporučuje na vrijeme i u skladu s kupčevim zahtjevima i specifikacijama, a koji nije pretjerano skup s obzirom na obilježja koja ima. Znači, proizvodi su kvalitetni zato jer su pouzdani, privlačna dizajna, postižu veliku brzinu ili su odlična ukusa. Mjerenje kvalitete često je subjektivno, no pojedine se osobine mogu mjeriti i objektivno, kao primjerice, pouzdanost. Tako konačno dolazimo do pravog rješenja dvojbe oko pitanja kvalitete: proizvod ili usluga su kvalitetni, jer odgovaraju vašim potrebama, odgovaraju namjeni za koju su stvoreni. Točna definicija kvalitete tako glasi – sposobnost za zadovoljenje potrebe.

No, često riječ kvaliteta ne olakšava poslovnu komunikaciju. Kada ljudima govorite o kvaliteti niste sigurni misle li oni na istu kvalitetu o kojoj vi govorite – oni je mogu poimati različito od vas. Primjerice, u situaciji kada morate voziti uskim ulicama, bogato opremljeni, široki automobil ne odgovara potrebama. U ovom slučaju kvalitetniji bio bi mali automobil kojim biste bez opasnosti od sudara prošli ulicom. Dakle, svi različito poimamo kvalitetu i to može zbuniti sugovornike. Stoga upotrebljavamo riječi kontrola kvalitete, osiguranje kvalitete i upravljanje kvalitetom, jer znače nešto što na kraju svi možemo istoznačno prepoznati. Pritom kvaliteta nije samo poslovna strategija ili posljedica dobrog poslovanja. Kvaliteta je također i koncepcija i poslovna filozofija.

Pojam kvalitete često se različito upotrebljava i tumači. Zato ćemo se za razumijevanje kvalitete poslužiti najčešćim definicijama. Prva definicija kaže da kvalitetu čini udovoljavanje zahtjevima kupca (ma kakvi ti zahtjevi zapravo bili). Druga definicija kaže da se, suprotno uvriježenom stavu, kvaliteta može egzaktno mjeriti i da se to čini određivanjem cijene kvalitete, tj. troškova koji nastaju ako se posao nekvalitetno radi. Treći tvrde da je pojam «ekonomika kvalitete» besmislen, jer je uvijek jeftinije već prvi put dobro napraviti posao, odnosno tako da se sigurno zadovolje postavljeni zahtjevi. Konačno, četvrta definicija obilježava kvalitetu kao skup svih obilježja proizvoda ili usluge koja se odnose na mogućnosti da se zadovolje utvrđene ili neizravno izražene potrebe, uz pogodnost za uporabu i usklađenost sa zahtjevima. Kvaliteta je, vidimo, riječ s mnogo različitih značenja pa je najjednostavniji način govoriti o kvaliteti kao «zadovoljenju potrebe kupca».