

## I. UPRAVLJANJE KVALITETOM

Definisanjem osnova za upravljanje kvalitetom potrebno je dati odgovore na pitanja:

1. Gde se upravlja kvalitetom?
2. Čijim kvalitetom se upravlja?
3. Ko upravlja kvalitetom?
4. Koji rezultati se očekuju od upravljanja kvalitetom?

Upravljanje kvalitetom se vezuje u osnovi za poslovne sisteme (preduzeća, kompanije...), njegove podsisteme (koji se mogu posmatrati kao sistemi) i delove podсистema (koji se za potrebe izučavanja kvaliteta mogu posmatrati kao sistem).

Uspešno upravljanje kvalitetom u poslovnom sistemu je timski rad. Timovi koji učestvuju u razrešavanju problema kvaliteta čine stručnjaci iz 3 segmenta:

- Stručnjaci koji definišu kvalitet i obeležja kvaliteta (projektanti, instruktori i tehnolozi).
- Stručnjaci koji stvaraju kvalitet (inženjeri, tehničari i proizvodni radnici iz specijalizovanih podсистema).
- Stručnjaci koji stvaraju podloge za upravljanje kvalitetom (inženjeri za kvalitet kao projektanti).

*Kontrola kvaliteta* je prva naučna disciplina koja je u okviru nauke o kvalitetu razvijena. Njen razvoj je vezan za potrebe utvrđivanja osobina kvaliteta i karakteristika kvaliteta koji utiču na te osobine. U prvoj fazi razvoja kontrola se izjednačavala sa kvalitetom što nije tačno, polazeći od činjenice, da je kontrola kvaliteta trošak kojim se utiče na profit firme, a samim tim i na njen kvalitet. Zbog toga je bilo potrebno da razvoj kontrole kvaliteta ide u pravcu njene racionalizacije, ali da se ne ugrozi utvrđivanje karakteristika kvaliteta.

Da bi se razgovaralo o kontroli kvaliteta na nivou jedne zemlje, privredne grane i reprodukcione celine, potrebno je sistemski posmatrati i utvrditi mesta gde obaviti kontrolu kvaliteta. Pravilo je da se zemlja (država) štiti od nekvalitetnih ulaza, postavljanjem kontrole kvaliteta na nivou zemlje. (Po pravilu ona je racionalnija nego da to radimo za svaki poslovni sistem pojedinačno). Kontrola kvaliteta na izlazu iz jedne zemlje trebala bi, po pravilu, da onemogućiti nekvalitetne izlaze iz bilo kojeg poslovnog sistema, kako bi se zaštitila cela privreda zemlje i njen rejting.

Druga naučna disciplina iz nauke o kvalitetu je metrologija (nauka o merenju), koja ima zadatak da upravlja kvalitetom održavanja mernih sredstava koje koristi kontrola kvaliteta za utvrđivanje karakteristika kvaliteta proizvoda, procesa, usluga... Kroz metrološku piramidu imamo najčvršću povezanost svih zemalja sveta.

Treća naučna disciplina u okviru nauke o kvalitetu jeste standardizacija i ova naučna disciplina u osnovi predstavlja povezivanje svih zemalja u svetu. Tipičan primer za to su međunarodni standardi ISO 9000, ISO 14000, ISO 18000...

### Upravljanje kvalitetom – pojam, uloga, značaj

Dobro definisanje osnova upravljanja kvalitetom i integralnog upravljanja kvalitetom stvaraju se realni uslovi za operativan rad na upravljanju i integralnom upravljanju kvalitetom proizvoda, usluga, procesa, resursa i poslovnih sistema kao celine. Da bi se pripremila osnova potrebno je:

1. bliže razjasniti razliku između upravljanja kvalitetom, integralnog upravljanja kvalitetom i totalnog upravljanja kvalitetom,

2. utvrđivanje veze između kvaliteta života, proizvoda, usluga i ukazivanje na potreba da se te veze uspostave,
3. definisanje upravljanja kvalitetom, definisanje integralnog upravljanja kvalitetom i definisanje totalnog upravljanja kvalitetom,
4. utvrđivanje predmeta čijim kvalitetom se upravlja objedinjavanjem i analiziranjem svih faza u kojima se to radi,
5. utvrđivanje šta je zajedničko, a šta specifično za svaku fazu upravljanja kvalitetom za različite vrste proizvoda,
6. utvrđivanje uticajnih faktora na upravljanje kvalitetom u različitim fazama, pre svega, sa aspekta tehnološkog, proizvodnog i poslovnog sistema.

#### Procesi upravljanja kvalitetom – politika i plan kvaliteta

Upravljanje kvalitetom, a samim tim i upravljanje poslovnim sistemom i njegovim delovima započinje procesom planiranja, koje je uslovljeno definisanjem poslovne politike i ciljevima poslovnog sistema. Radi razumevanja kompletnog koncepta upravljanja kvalitetom potrebno je znati sledeće:

1. Sve o definisanju procesa upravljanja kvalitetom.
2. Utvrđivanje interesa za kvalitetom.
3. Utvrđivanje veze između: vizije, misije, politike kvaliteta i izjave o politici kvaliteta na svim nivoima gde se upravlja kvalitetom.
4. Poslovni sistem mora definisati politiku kvaliteta koja je sastavni deo, po pravilu, poslovne politike.
5. Definisanje planova kvaliteta kao rezultata procesa planiranja koji, kao što je rečeno, predstavlja prvi globalni upravljački proces.

U dobrom upravljanju kvalitetom uspostavljaju se čvrste veze i utvrđuje značajnost povezivanja upravljačkog procesa i procesa koji definiše kvalitet, kao i upravljačkog procesa i procesa gde se stvara kvalitet. Na osnovu pethodno izvršene analize neophodno je da se utvrdi interes za kvalitetom proizvoda, usluge, procesa, resursa, osnovnih sistema, ... Globalno gledano za kvalitet su zainteresovani:

1. vlasnici (zbog profita i zbog razvoja poslovnog sistema),
2. zaposleni (zbog svojih zarada i beneficija),
3. država (radi opšteg interesa života i zdravlja ljudi i njihove okoline),
4. korisnici (potrošači da za uložena sredstva, odnosno za svoju cenu dobiju određeni kvalitet),

Da bi se utvrdio i pratio interes za kvalitetom potrebno je:

1. izvršiti analizu postojećeg stanja,
2. sagledati pravce mogućeg razvoja,
3. sagledati kako okruženje utiče na održavanje tih interesa,

#### Utvrđivanje veze između vizije, misije, politike kvaliteta i izjave o politici kvaliteta

Potreba za uspostavljanjem veze između vizije i izjave o politici kvaliteta proizilaze iz potrebe za uspostavljanjem veze između strateških i operativnih ciljeva vezanih za kvalitet u okviru jednog poslovnog sistema. Četiri osnovna koraka su u povezivanju ova dva cilja, a to su:

Vizija – ono što poslovni sistem želi da postane u budućnosti.

Misija – razlog zbog čega poslovni sistem u osnovi postoji.

Poslovna politika – skup načela, principa i kriterijuma kojih će se preduzeće pridržavati u donošenju odluka vezanih za svoje poslovanje.

Izjava o politici kvaliteta – predstavlja u pisanoj formi saopštenje menadzmenta šta ocekuje od svojih zaposlenih da rade u vezi sa kvalitetom.

#### Politika kvaliteta

Izjavom o politici kvaliteta menadzment, istovremeno, saopštava svojim klijentima kakav će kvalitet dobiti za cenu određenog proizvoda. Uloga izjave o politici kvaliteta je sledeća:

1. da zameni (u fazi primene međunarodnih standarda ISO 9001) sertifikat i ona pokazuje da je poslovni sistem počeo da radi na primeni međunarodnih standarda (pa se zato ovaj dokument ističe ili postavlja na vidnim mestima u okviru poslovnog sistema)
2. prezentacijom izjave o politici kvaliteta na vidnim mestima izbegava se pitanje da li vi radite na primeni standarda što je vrlo važno pitanje radi daljih razgovora vezanih za bilo koje poslove (u pregovaranjima sa inostranim firmama neće moći da se počnu pregovori ako najmanje niste počeli sa primenom međunarodnih standarda). Primena međunarodnih standarda se dokazuje izdavanjem sertifikata koji se, takođe, postavlja pored izjave o politici kvaliteta.

Izjavi o politici kvaliteta prethodi definisana politika kvaliteta. Politika kvaliteta može biti poseban dokument, a može biti u sastavu poslovne politike (90 % firmi na ovom području nema poslovnu politiku, pa samim tim nema ni politiku kvaliteta). Definisane politike kvaliteta podrazumeva da postoji prethodno urađeno sledeće:

1. definisanje politike kvaliteta na nivou zemlje i veza te politike kvaliteta sa politikom kvaliteta poslovnog sistema,
2. da su definisani elementi politike kvaliteta na nivou zemlje (to je najmanje što jedna zemlja treba da ima),
3. definisanje elemenata politike kvaliteta na nivou poslovnog sistema.

Plan kvaliteta predstavlja dokument kojim svaki poslovni sistem definiše šta treba da uradi u određenom vremenskom periodu u vezi sa kvalitetom. Da bi se definisao dobar plan kvaliteta potrebno je:

1. utvrditi vezu između plana kvaliteta na nivou zemlje i plana kvaliteta na nivou poslovnog sistema,
2. definisati ili utvrditi koji elementi plana kvaliteta na nivou zemlje treba da budu uključeni u okviru plana kvaliteta zemlje kako bi se pomoglo u izradi plana na nivou poslovnog sistema,
3. definisanje plana kvaliteta na nivou poslovnog sistema podrazumeva da je poslovni sistem unapred definisao elemente plana kvaliteta, utvrdio ciklus planiranja, definisao osnovna dokumenta plana kvaliteta, a u okviru njega eksplicitno definisan plan kadrova za kvalitet. Ovako pripremljeni svi delovi za izradu plana kvaliteta na nivou poslovnog sistema daju sigurnu garanciju da će se doći do dobrog plana kvaliteta.

Standardi serije 9001 insistiraju da svaki poslovni sistem ima svoj plan kvaliteta koji se nekada zove i plan unapređenja kvaliteta. Nema dobrog definisanja plana kvaliteta ako on nije naslonjen na poslovni plan, tako da plan kvaliteta može biti sastavni deo poslovnog plana, a može biti poseban dokument. Definisan plan kvaliteta na nivou poslovnog sistema čini osnovu za definisanje planova kvaliteta po hijerarhiji upravljanja (plan koji stvara vrhovni, srednji i operativni menadzment). Da bi se definisao dobar plan kvaliteta za određeni vremenski period za koji on treba da se realizuje potrebno je imati dva systemska dokumenta a to su osnove plana kvaliteta i postupak planiranja kvaliteta. Osnove planiranja kvaliteta kao dokument u sebi sadrži sve ono što jedan poslovni sistem može, a ne mora, da planira da realizuje u određenom vremenskom periodu i da ga ugradi u plan kvaliteta. Postupak planiranja kvaliteta predstavlja onaj dokument koji definiše sve korake koje jedan poslovni sistem treba da uradi da bi došlo do plana kvaliteta za tačno određeni vremenski period. Osnove plana kvaliteta i postupak planiranja kvaliteta su dokumenti koji se aktiviraju jednom

godišnje da bi se uradio godišnji plan kvaliteta ali su to vrlo važni dokumenti koji štite poslovni sistem od pojedinaca koji bi da planiraju kako njima padne na pamet.

## II. POJAM KVALITETA

*»Ako nije moguće odbaciti ono što ne valja, treba ga bar odvojiti od onog što valja« (Dušan Radović)*

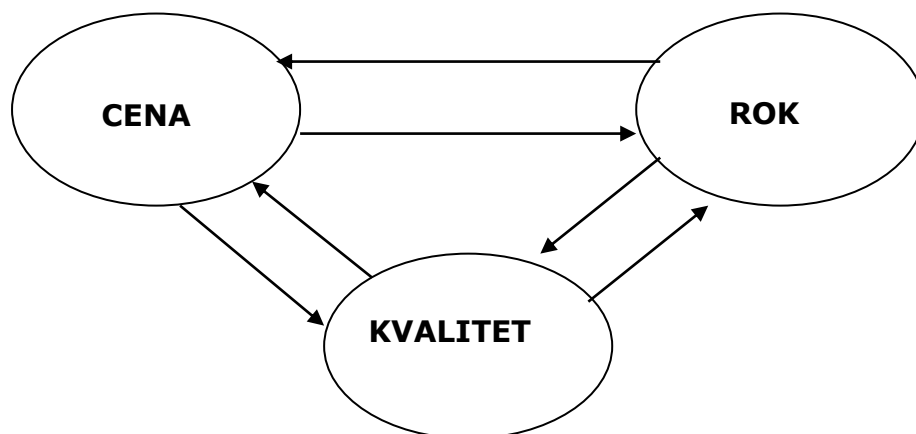
Interesovanje ljudi za kvalitet postoji praktično oduvek, odnosno ono se javlja onog trenutka kada je čovek počeo da se interesuje za svoje i tuđe greške i njihove posledice. Tog trenutka se uspostavlja i određena kontrola aktivnosti i rezultata, kao i odgovarajuća odgovornost.

Prednosti obezbeđenja kvaliteta ogledaju se prvenstveno u kvalitetnijem stvaranju proizvoda, kao i u potpunijem zadovoljenju korisnika, u ekonomičnoj proizvodnji - manje škarta, manje dorade, kraći prekidi proizvodnje, brži izlazak proizvoda na tržište, smanjeni troškovi kontrole, smanjeni troškovi proizvodnje i sl.

Osim toga, unapređenjem kvaliteta se postiže i više poverenja između proizvođača finalnih proizvoda i kooperanata, pri čemu, kvalitet proizvoda mora biti zadovoljavajući bez obzira na različitost organizovanja kooperanata koji učestvuju u stvaranju proizvoda. To je zahtev i uslov opstanka na domaćem, a posebno na inostranom tržištu.

Pitanje kvaliteta je veoma važno, jer na tržištu predstavlja bitan element **konkurentnosti**, koji utiče na odluku o kupovini proizvoda. Na otvorenom svetskom tržištu u uslovima slobodne konkurencije vodi se borba za osvajanje tržišta pomoću kvaliteta. Tržište se ne osvaja **niskim cenama** već "**dovoljno visokim**" kvalitetom koji omogućava pobedu nad konkurencijom. Osvajanje segmenta tržišta pomoću kvaliteta znači siguran i dugoročan plasman proizvoda i usluga što je jedan od osnovnih elemenata opstanka preduzeća.

Od tri važna tržišna faktora (**kvalitet, rok i cena**) **kvalitet** je danas najvažniji tržišni faktor.



Slika 1. Najvažniji faktori uspeha firme i njihova uzajamna zavisnost

Teško je definisati kvalitet ili još uže **kvalitet hrane**. Kvalitet nije ni naučna niti tehnička pojam ali se uvek koristi bez objašnjenja, odnosno definisanja značenja. Brojne definicije koje su nastale tokom 80 tih godina prošlog veka znak su da kvalitet **nije fizičko obeležje** ili nešto što ima stalno mesto u prostoru i vremenu, **već koncept**. Osamdesetih godina proteklog veka filozofi kvaliteta dali su njenu definiciju uopšteno, vezanu za proizvode i usluge, a ne posebno za kvalitet hrane.

**Prema Uroševiću (2000)**, "Kvalitet predstavlja merilo upotrebne vrednosti jednog proizvoda, odnosno merilo njegove sposobnosti da zadovolji zahteve potrošača i tržišta". **Crosby (1979) navodi**, "Kvalitet je sposobnost udovoljavanja zahteva," dok **Juran (1994)** ističe, "Kvalitet je izraz upotrebljivosti proizvoda," odnosno, " Kvalitet je sve ono što **potrošači prepoznaju**, kada imaju osećaj da dati proizvod ili usluga zadovoljava njihove potrebe, jer osobine su u skladu sa njihovim očekivanjima." Deming 1993.godine iznosi, «Proizvod ili usluga poseduje kvalitet ukoliko pomaže nekome i uživa/osigurava dobro i održivo tržište».

ISO (International Organization of Standardisation) definiše široki raspon pojmova vezanih za upravljanje kvalitetom koji su primjenljivi za sve proizvode i usluge. Na primer, u dokumentu ISO 9000 **kvalitet se definiše kao poželjna karakteristika koju proizvod ili usluga mora imati**; npr. proizvod mora biti pouzdan, upotrebljiv, popravljiv, dok usluga treba da bude uljudna, produktivna i efikasna. Naravno, nisu sve osobine kvaliteta iste, a najvažnije su one koju **kupac želi**. Odnosno, kvalitetan proizvod ili usluga mora zadovoljiti potrebe i očekivanja kupca. Američko društvo za kontrolu kvalitete (American Society of Quality Control – ASQC) sastavilo je rečnik pojmova vezanih za kvalitet, koji definišu kvalitet kao **subjektivni pojam** za koji svako može da ima vlastitu definiciju. **U tehničkoj upotrebi** kvalitet ima dva značenja: karakteristike proizvoda ili usluge koje su povezane s njegovom sposobnošću da zadovolji navedene ili određene potrebe i proizvod ili usluge bez nedostatka. Institut za nauku o hrani i tehnologiju (Institute of Food Science and Technology – IFST) **opisao je puno specifičnije pojam kvaliteta hrane**.

**Kvalitet** je stepen ili standard izvrsnosti i/ili pogodnost za namenu i/ili konzistentnost postignuća specifičnih svojstava hrane. Iz svega navedenog, uobičajena i najčešće prihvaćana definicija bila bi «**Kvalitet je postizanje ili prevazilaženje očekivanja kupaca i potrošača**» pri čemu je kupac onaj koji prima proizvod (od sirovine do gotovog proizvoda) ili uslugu od dobavljača unutar prehrambenog lanca, a potrošač je posljednji naručilac ili korisnik proizvoda ili usluge.

Ukupan kvalitet potiče od sledećih premisa o poboljšanju kvaliteta: **kvalitet** je u očima kupaca; kvalitet mora biti reflektovan ne samo u proizvodima preduzeća, nego u svakoj aktivnosti preduzeća; kvalitet zahteva obavezu svih zaposlenih; program kvaliteta ne može da sačuva loš proizvod; kvalitet se uvek može poboljšati; kvalitet ne mora da košta više; kvalitet je bitan ali ne i dovoljan (Senić,2000).

Zajednička definicija kvaliteta je, ***zbir odlika i karakteristika proizvoda ili usluge koja se sastoji na negovoj sposobnosti da zadovolje zadate potrebe***. Da bi se pobedila konkurencija, organizacije često moraju da prevazilaze očekivanja klijenata. Danas se u poslovanju naprednijih kompanija prihvata definicija: „ ***Kvalitet je susret ili prevazilaženje očekivanja klijenata***”.

Već je 1887. godine Proktor primetio, da je profitabilnost preduzeća određena sa tri kritična faktora, a to su: ***produktivnost, cena operacija i kvalitet robe i usluga***. Ova tri faktora

se kombinuju uključujući kvalitet proizvoda, cenu i pristupačnost. Ipak, vezano za učinak u poslu, kvalitet se ne može smatrati samo kao kvalitet fizičkog proizvoda, već bi trebalo uključiti i druge dimenzije za analizu.

Stoga, **pojam kvaliteta** je proširen sa dodatnim faktorima, kao što su: **fleksibilnost, pouzdanost i usluga preduzeća**. Model je uglavnom baziran na **šest dimenzija konkurencije**, kao što su definisali *Nori i Radford (1995)*, na primer: **kvalitet, cena, vreme, fleksibilnost, pouzdanost i usluga**. Prema tome, najšira definicija kvaliteta uključuje: **1) kvalitet proizvoda**, koji se ne odnosi samo na fizičke odlike, već i na put (način) proizvodnje i/ili uticaj okruženja; **2) cena**, primarno u smislu potrošački orijentisane mreže vrednosti, i to, je baza za opažanje kvaliteta/cene; **3) dostupnost**, gde je vreme korišćeno kao strateški vrednosno-dodati koncept; **4) fleksibilnost**, na primer, sposobnost da se brzo odgovori na promenljive situacije koje se odnose na proizvod, procese i organizacione strukture; **5) zavisnost ili pouzdanost**, na primer, mogućnost kompanije da stalno ispunjava prisutnost na tržištu i uživa poverenje potrošača; i **6) usluga**, potpuna uslužna podrška za proizvode, dobavljače i potrošače.

*Nori i Radford (1995)* su raspravljali da moderne brzo rastuće organizacije treba da se takmiče u prethodnih šest dimenzija da bi dostigle kvalitet svetske klase. Kvalitet je postao važan faktor za konkurenciju na svetskom tržištu proizvodnje hrane. Da bi se održao dobar kvalitet i proizvod, kvalitet se sve više i više sprovodi duž celog lanca hrane od dobavljača sirovog materijala do potrošnje gotovog proizvoda.

Kvalitet predstavlja celokupnost karakteristika entiteta koje se odnose na njegovu sposobnost da zadovolji iskazane potrebe. Sprovedenjem unapređenja kvaliteta ostvaruju se: **porast produktivnosti, smanjenje troškova, motivacija zaposlenih i bolja konkurentnost**. Sistem kvaliteta je jedno od sredstava za upravljanje poslovnim procesima, kojim se obezbeđuje kvalitet i stiče poverenje potrošača. Kod odluke našeg odnosa prema sistemu kvaliteta, reči pažljivost i strpljivost moraju zameniti reč površnost. Kvalitet koji treba postići je onaj, koji je potreban i dovoljan da zadovolji standarde u granicama date cene.

Ključ za upravljanje u ostvarivanju ciljeva preduzeća je **kvalitet**. **Osnovne parametre industrijalizacije čine:** produktivnost, obim, kvantitet i profit, a pogubne posledice su: uništenje prirodnih resursa, zagađenje životne sredine i poslovno beznađe. Zato rešenje treba da se traži u novom konceptu kvaliteta. Tehnološki kvalitet predstavlja samo jedan aspekt za ostvarivanje potpunog kvaliteta proizvoda koji kao takav nije mogao opstati bez novog pristupa u koji se uključuje uprava (menadžment) i svi zaposleni.

**Težnja ka kvalitetu nije slobodan izbor.** Potrošačeva zabrinutost za zdravlje i sigurnost za bezbednu i kvalitetnu hranu, navodi učesnike u agrobiznisu i industriji na upravljanje kvalitetom kao strateškim pitanjem u inovaciji i proizvodnji. Sigurnost i zdravstvena ispravnost proizvoda hrane su pitanja od primarnog značaja. Tradicionalno upravljanje kvalitetom hrane je prvenstveno bilo usredsređeno **na pitanja bezbednosti hrane. Danas je koncept kvaliteta proširen na proizvodnju i sve druge aspekte dorade, čuvanja i plasmana.** Uz poštovanje potrošačkih trendova, trebalo bi primetiti da postoji povećani zahtev za odgovarajućom hranom, uz minimalno rukovanje ili pripremu u korisničkom pakovanju. Pored toga, potrošači traže hranu koja je svežija i sa prirodnim ukusom. Dok postoji malo dokaza da je došlo do povećanja bolesti zbog hrane, mora se primetiti da se povećavaju zahtevi za veću brigu o proizvodnji, distribuciji, čuvanju hrane pre konačne potrošnje. **U stvari, industrija hrane se suočava sa izazovom da dostigne visok kvalitet i osigura bezbednost proizvoda.** Drugi trend koji zahteva posebnu pažnju je dugotrajna upotreba širokog spektra sirovog materijala i proizvoda koji potiču iz zemalja širom sveta. Ovo je povećalo potencijal za geografskim širenjem bolesti koje su vezane za

određene zagađivače i patogene. Pored toga, mnoge nove tehnike procesa su bile (ili su) uvedene, bilo same ili u kombinaciji jednih sa drugima, uz ponudu prednosti različitog kvaliteta, kao što je osveživač čulnih osećaja, koristeći blaži termalni proces, mikrotalasno grejanje i visok pritisak procesnih tehnika. Ipak, niži (temperaturni) postupak obezbeđuje proizvode koji su osetljiviji na bakterijsko kvarenje, dok je određena kontrola (na primer, temperature) u lancu proizvodnje osnovna potreba.

## **Poddele kvaliteta**

Kvalitet je kategorija koja se obrađuje sa **ekonomskog, tehnološkog, tehničkog, psiho-sociološkog, filozofskog, ekološkog, pravnog i dr. aspekta**. On ima različiti značaj na učesnike u procesima proizvodnje, razmene i korišćenja proizvoda, ali je ipak, potrebno da se posmatrata iz ugla kupca tj. korisnika. Za razumevanje kvaliteta proizvoda nije dovoljno poznavanje samo njegovih opipljivih karakteristika, nego i znanje psihološkog i kulturološkog pristupa kupcima, interpretiranje njihovog ponašanja, kao i uticaja na njih. Kvalitet proizvoda je dinamična i kompleksna kombinacija fizičkih, psiholoških i drugih faktora koje kupci uočavaju u vezi sa proizvodom.

Prema tome, najčešća podela kvaliteta proizvoda s obzirom na apsolutnost, odnosno relativnost njegove merljivosti je na: **objektivni kvalitet** - laboratorijski precizno izmereno stanje proizvoda, događaja, usluge i njeno upoređivanje sa određenim standardom i **subjektivni kvalitet** - predstavlja kupčevu ocenu proizvoda, stvari, događaja ili usluge, koja je posledica ljudske - subjektivne reakcije na proizvod, događanje ili uslugu. Znači, kvalitet iz ugla kupca se može podeliti na **objektivni "tvrdi" kvalitet**, kojeg je moguće izmeriti i **subjektivni "meki" kvalitet**, koji zavisi od uočavanja pojedinačnog kupca.

Pri određivanju kvaliteta, najprimereniji je I tvz. **integralni pristup**, koji kvalitet povezuje sa **vrednošću proizvoda**, pri čemu je vrednost ukupna ocena kupca onoga što je dobio za novac koji je dao za proizvod. **Vrednost proizvoda** je, dakle, odnos između **upotrebne vrednosti proizvoda** (sposobnost zadovoljenja specifičnih potreba potrošača) i **svih troškova** koji su povezani sa njegovom kupovinom ili korišćenjem. Prema tome, vrednost predstavlja odnos između **kvaliteta i cene**, pri čemu cena predstavlja različito vrednovanje objektivne cene proizvoda, koja je nominalno (apsolutno) uvek ista, iako zavisi od potrošača, različitog životnog standarda, raznovrsnosti očekivanja, raspoloživih sredstava, načina života itd. **Kvalitet i cena** su **subjektivne kategorije** i formiraju se u svesti kupaca, a ne u samom proizvodu (usluzi) i zato se njihova vrednost shvata više kao kategorija **subjektivnosti** koja obuhvata odmeravanje dve kategorije, tj. kvaliteta i cene.

Kod poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, mogu se definisati tri vrste kvaliteta proizvoda: *organoleptički* - izgled, ukus, boja i miris; *komercijalni* – stepen pripremljenosti svakog proizvoda po jedinici mere i *tehnološki* – podobnost proizvoda za preradu i primenu pojedinih tehnoloških postupaka.