

Sistem menadžmenta kvalitetom

- najbolji alat za realizaciju poslovnih procesa



PRIVREDNA
KOMORA
SRBIJE

Miroslav Miletić, Savetnik predsednika
Privredne komore Srbije

▪ Kakav je koncept savremenog menadžmenta kvalitetom i koji su njegovi principi?

Menadžment (odnosno upravljanje) kvalitetom ne razlikuje se kroz istoriju između zemalja koje su pioniri u ovoj oblasti (kao što su Japan i Velika Britanija i koje ove principe primenjuju vek unazad) i savremenog koncepta, koji je ušao u najširu primenu i koji počiva na sledećim principima:

Usredsređenost na zadovoljstvo i poverenje korisnika, na početku i na kraju održivog i uspešnog poslovnog procesa,

Liderstvo ljudi koji vode preduzeća i promovišu ove principe kao najbolju poslovnu praksu, kroz ujednačavanje strategije, politike, procesa i resursa da bi ostvarili svoje ciljeve,

Angažovanje stručnih i kreativnih ljudi na svim nivoima kao nosilaca poslovnih aktivnosti (uz sve veću primenu veštačke inteligencije), da bi se organizacijom upravljalo efektivno i efikasno,

Procesni pristup koji predstavlja zbir međusobno povezanih procesa koji funkcionišu kao celovit – holistički sistem,

Kontinuirano poboljšanje bez koga nema održivosti sistema i procesa, kao odgovor na promene u internim i eksternim uslovima poslovanja,

Donošenje poslovnih odluka na osnovu činjenica koje su bazirane na vrednovanju podataka i analiza, i

Upravljanje međusobnim odnosima sa relevantno zainteresovanim stranama, odnosno isporučiocima, radi održivog uspeha.

Definicije SMK su samo na prvi pogled složene, ali kada se shvate i primene svi principi savremenog upravljanja (i povežu sa drugim važnim aspektima života jedne poslovne organizacije), postaju najbolji alat za realizaciju poslovnih procesa i direktno utiču na poslovni rezultat.

▪ Zašto je primena standarda važna u svim sferama poslovanja privrede?

Ključne ekonomske koristi od primene standarda su uređenje unutrašnjih procesa i organizacije, inoviranje i unapređenje proizvoda, procesa i sistema, kao i osvajanje i ulazak na nova tržišta.

Standardi menadžmenta kvalitetom su primenljivi u svim oblastima i sferama privrede, bez obzira na veličinu preduzeća. Konkurentnost, kao osnovni tržišni princip, motiviše posvećene lidere i zaposlene na kreativnost. Danas nije dovoljno biti samodovoljan. Digitalna era je omogućila korisnicima informacije o dostupnosti, kvalitetu i primeni proizvoda iz celog sveta. Kineski izazov pokazao je da cena nije preovlađujući motiv za kupovinu. Nove generacije korisnika nisu odrastale na brendovima i za njih ne postoje granice u zahtevima i odlukama, a moderni

načini kupovine dovode do neobičnih veza između tradicionalnih načina proizvodnje i digitalne kupovine i tražnje. Oni koji su se prilagodili i oni koji diktiraju trendove su danas kompanije čija se kapitalizacija meri trilionima. Zato je primena standarda mnogo više od stvaranja sistema. To je ustvari, stvaranje novog svetskog ekonomskog poretka uz pomoć tradicionalnih vrednosti sistema i principa, odnosno spoja tradicije (onoga o čemu standardi govore) i modernog (kreativnosti, duha, invencije). To su odlike novog vremena i biće veoma zanimljivo učestvovati u svim promenama koje nam tek slede.

■ **Možete li nam reći nešto o vrstama standarda, naročito o standardu o društvenoj odgovornosti?**

Najjednostavnije rečeno, nema oblasti za koju ne postoje standardi menadžmenta, odnosno tehnički standardi, kao alati za olakšavanje procesa poslovanja.

ISO 26000 najviše primenjuju ino-orijentisane kompanije i služi za preispitivanje poslovne politike, razvoj srednjoročnih i dugoročnih poslovnih planova, uspostavljanje ciljeva i planova i samoocenjivanje aktivnosti na temu društvene odgovornosti. Prednosti ovog standarda su: celovitost, multistejkholderski pristup i uticaj na procese menadžmenta rizikom.

Ono što u ovom vremenu izdvaja standarde u procesima društvene odgovornosti, u najširem smislu reći, jeste ta etička, duhovna strana biznisa. Najbolji primer je okupljanje američkih kompanija oko zajedničkih vrednosti biznisa, koja sa profita prebacuje težište na širi smisao postojanja poslovnih zajednica (skupa ljudi oko istih vrednosti procesa) na socijalnu stranu njihove egzistencije. Ne samo zato što su zaposleni ujedno i članovi odgovarajućih socijalnih zajednice, već i zbog njihovih korisnika koji radije kupuju proizvode društveno odgovornih kompanija, kao i potencijalnih investitora koji radije ulažu u takve kompanije.

Privredna komora Srbije je značaj društvene odgovornosti prepoznala kako kroz učešće u komisiji Instituta za standardizaciju za usvajanje srpske verzije standarda – Uputstvo o društvenoj odgovornosti ISO 26000, tako

i kroz koncept organizacije i dodele Nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje “Đorđe Vajfert” Tradicija kandidovanja projekata i dodele same nagrade prepoznaje opredeljenje kompanija koje vode računa o zaštiti životne sredine, socijalnim aspektima svojih sedišta i etičkoj strani biznisa, kao i o brizi o zaposlenima i podršci zajednici u kojoj posluju.

Zajedno sa našim partnerima u Regionu promovisaćemo usklađenost i etiku u biznisu kao obrazac ponašanja kompanija i tako zajedno utičemo na bolje ekonomsko okruženje.

■ **Vaša preporuka privrednicima o značaju etike u poslovanju.**

Po ugledu na razvijene zemlje u okruženju, Privredna komora Srbije se bavi pitanjima usklađenosti sa svim pravilima i principima savremenog poslovanja (tzv. Compliance) i etike u biznisu, kao krajnjem izrazu zakonite i moralne strane egzistencije jednog privrednog društva i preduzetnika.

Prošle godine smo okupili organizacije koje po “slovu” zakona imaju funkciju usklađenosti u svojoj organizacionoj strukturi, ali i naše članice koje za sada vode računa o sopstvenoj usklađenosti u okviru raznih funkcija, od pravne, preko kvaliteta, do etičke. Tako smo, zajedno sa drugim učesnicima, promovisali ove vrednosti kao vrednosti modernog biznisa i preporučili donosiocima odluka da formiraju ove sektore bez da im država naloži da to učine (kao što je npr. urađeno u Republici Hrvatskoj).

Na tim principima, prenoseći iskustva dobre prakse, na dobrovoljnoj osnovi, gradimo sopstvenu zajednicu za usklađenost, informišemo se o novim trendovima (npr. GDPR), dajemo informacije o sertifikaciji u ovoj oblasti i promovisaćemo značaj etike u poslovanju, prepuštajući našim članicama da unaprede svoje organizacione strukture onako kako one to već izvanredno znaju i uspešno rade.