

**PETA HRVATSKA HRVATSKA
KONFERENCIJA O KVALITETI
Šibenik, 17.-18. svibnja 2004.**

**-KVALITETA I
KONKURENTNOST-**



OPĆI PODACI

Konferencija je održana u Šibeniku, u hotelskom naselju "Solaris", 17. i 18. svibnja 2004. godine pod visokim pokroviteljstvom predsjednika RH g. Stjepana Mesića.

Članovi organizacijskog odbora:

D. Bačun (predsjednica), B. Ivančić-Bojić, M. Bestvina, B. Ljubić, A. Devčić-Jeras, D. Mihanović, E. Lehotkai, K. Čegir

Članovi stručnog odbora:

J. Belinić-Gak (predsjednica), I. Oslić, G. Glavaš, S. Kugler, I. Bakija

POZIV NA SUDJELOVANJE

Poštovani suradnici, članovi HDK, dragi prijatelji!

Zadovoljstvo nam je pozvati vas da sudjelujete u radu 5. HRVATSKE KONFERENCIJE O KVALITETI, koja se održava pod motom:

«KVALITETA I KONKURENTNOST».

Cilj konferencije je da sudionici svojim zapažanjima, razmišljanjima, nastupom, primjerima i radovima pridonesu ispunjavanju zadaće koju je pred hrvatsko društvo postavilo Nacionalno vijeće za konkurentnost

<http://konkurentnost.jeaustin.com.hr/nvk/>, što znači povećati konkurentnost i produktivnost hrvatskog gospodarstva i biti bolje smješten na ljestvici konkurentnosti prema Globalnom izvješću Svjetskog ekonomskog foruma o konkurentnosti, <http://www.weforum.org/>.

U radovima i sudjelovanjem prikažite, obrazložite, predložite kako:

- razviti i odabrati strategije za konkurentnost
- razviti konkurentne proizvode
- osigurati "glas kupca" u svim fazama nastajanja proizvoda
- poboljšati kvalitetu proizvoda
- ostvariti sposobne i stabilne procese
- povećati poslovnu izvrsnost, posebno korištenjem suvremenih modela i

komuni-kacijskih tehnologija

- približiti/uskладiti propise RH s propisima EU, unaprijediti kvalitetu propisa
- pojačati utjecaj gospodarstva u procesu donošenja propisa
- poboljšati internu i eksternu komunikaciju
- uskladiti obrazovni sustav sa sadašnjim i budućim potrebama gospodarstva
- povezati, umrežiti aktivnosti zainteresiranih strana u postizanju postavljenih ciljeva
- doprinjeti kvaliteti življenja, zaštiti zdravlja i sigurnosti ljudi, te zaštiti okoliša
- provoditi načela održivog razvoja i društvene odgovornosti.

Podijelimo informacije, stečena iskustva, naučena znanja i tako pridonosimo ostvarenju postavljenih ciljeva.

Tijekom konferencije potaknut će se rasprava o kvaliteti i konkurentnosti u Hrvatskoj.

Predsjednik Hrvatskog društva za kvalitetu:
Božidar Ljubić



REPUBLIKA HRVATSKA
URED PREDSEDNIKA

Broj: 71-01-04-642/3
Zagreb, 14. travnja 2004.

Hrvatsko društvo za kvalitetu
n/r gospodin Božidar Ljubić
predsjednik

Poštovani gospodine Ljubić,

Vezano uz Vaš dopis od 02. travnja 2004. godine, zadovoljstvo nam je obavijestiti Vas da je predsjednik Republike Hrvatske gospodin Stjepan Mesić prihvatio pokroviteljstvo nad 5. Hrvatskom konferencijom o kvaliteti koja se održava pod motom «Kvaliteta i konkurentnost», u Šibeniku 17. i 18. svibnja 2004. godine.

S poštovanjem,

PREDSTOJNIK

mr. sc. Davor Božimović

RASPORED DOGAĐANJA

Nedjelja, 16. 05. 2004.	Ponedjeljak, 17. 05. 2004.	Utorak, 18. 05. 2004.
16:00 - prijava sudionika 21:00 - dobrodošlica, večera	08:00 - prijava sudionika 09:00 - svečano otvaranje 11:00 - plenarna predavanja 13:00 - ručak 15:00 - 17:30 - rad u sekcijama 18:00-19:30 - okrugli stol 21:00 - svečana večera	09:00-12:00 - rad u sekcijama 12:00 - svečanost zatvaranja 13:00 - ručak

SMJERNICE

5. HRVATSKA KONFERENCIJA O KVALITETI SMJERNICE

Na zatvaranju konferencije učesnici su prihvatili smjernice za povećanje konkurentnosti hrvatskih proizvoda i usluga.

Strateška smjernica: KVALITETA MORA POSTATI STRATEŠKO OPREDJELJENJE HRVATSKE!

Smjernice proizašle iz izlaganja autora radova i diskusija na okruglom stolu:

1. Kvaliteta i konkurentnost

1.1 Kupac odlučuje što je kvaliteta! Kompanije moraju objektivno saznati što kupac očekuje od proizvoda/usluge. Pri razvoju i poboljšavanju proizvoda/usluge uvijek treba polaziti od zahtjeva i očekivanja kupaca i drugih polagatelja prava na odabranom segmentu tržišta. Zadovoljstvo kupca proizvodom/uslugom mora se objektivno mjeriti, te koristeći rezultate treba poduzimati mjere za poboljšanje.

1.2 Za smanjenje velikoga deficita u trgovinskoj razmjeni s inozemstvom neophodno je značajno povećanje izvoza proizvoda. Pored toga, i na domaćem tržištu naše kompanije nailaze na vrlo snažnu i organiziranu stranu konkurenciju. Praksa je pokazala da je moguće ostvariti konkurentne proizvode upornom primjenom odgovarajućih alata koji osiguravaju da se «glas kupca» čuje i razumije u svim funkcijama kompanije, i to od marketinga pa sve do servisa.

1.3 Upravljanje rizicima značajno je povezano s poslovanjem kompanije i njenom konkurentnošću, a provodi se kroz integrirani sustav upravljanja kvalitetom. Utvrđena je vrlo značajna povezanost između održivog razvoja i održive sigurnosti u mnogim kompanijama.

1.4 Kvaliteta mora biti neprestano poboljšavana! To je obveza koja ne prestaje ni kada se dostigne sam vrh na jednom području! Pritom treba uočiti kako su napori konkurencije upravo u tom trenutku najveći i najopasniji, pa stoga dostizanje vrhunaca nikako ne predstavlja razlog za opuštanje i samozadovoljstvo, već je pretpostavka za još bolji rad i stalna usavršavanja.

2. Komunikacija s kupcem i održivi razvoj

2.1 Zahtjevi i očekivanja kupaca i korisnika mijenjaju se tijekom vremena. Zato kompanije moraju uvesti mjerenje zadovoljstva kupaca uvažavajući njihovo poimanje vrijednosti proizvoda ili usluge. Paralelno treba stalno preispitivati vlastitu spremnost za brza prilagođivanja novim i često sve većim zahtjevima kupaca.

2.2 Zadovoljan kupac može postati i lojalan kupac, a željeni dugotrajan odnos postavlja pred dobavljača i kupca nove zahtjeve. S tim u vezi potrebno je razvijati kvalitetniji odnos, tj. odnos partnerstva.

2.3 Okoliš, razvoj kompetencija i upravljanje održivim razvojem danas više nije moguće promatrati odvojeno. Potreban je integrirani pristup koji postaje temeljem svakoga razvoja. Zato upravljanje održivim razvojem dobiva sve veći prioritet gotovo u svim planovima i praksi političkih zajednica, udruga građana i kompanija.

3. Poboljšavanje sustava upravljanja

3.1 Informiranje menadžmenta o najnovijim znanjima na području menadžmenta s naglaskom na motiviranju zaposlenika, npr. publiciranje temeljnih vrijednosti kompanije poštivanje kojih je osnovni preduvjet napredovanja.

3.2 Bolja suradnja između certifikacijske kuće, kompanije koja se želi certificirati i konzultanta, koji po pravilu više ulazi u rješavanje pravih problema

(prijenos znanja i rješenja).

3.3 Potrebno je značajnije osposobljavanje menadžmenta i zaposlenika na području raznih normiranih i nenormiranih sustava upravljanja.

3.4 Što više treba primjenjivati upravljanje dokumentacijom kompanije pomoću odgovarajućega informacijskog sustava. Na taj se način uz prihvatljive troškove rješava ranije gotovo nerješiv problem ažurnoga izdavanja, distribucije, korištenja i povlačenja vrlo brojnih dokumenata. To je put prema «uredu bez papira».

4. Pristupi i metode za poboljšavanje kvalitete

4.1 Polazeći od činjenice da strateški razvoj i konkurentnost svake države ovise o kvaliteti raspoloživih ljudskih resursa, neophodna su ulaganja u unapređivanje kvalitete obrazovanja. Pritom pojam obrazovanja mora obuhvatiti sve njegove oblike i strukturne elemente, uključujući tako i neformalne obrazovne koncepte.

4.2 Sve popularnije cjeloživotno obrazovanje predstavlja noviju razvojnu orijentaciju koja, gledano dugoročno, osigurava uključivanje u suvremena tržišna kretanja. Hrvatski sustav cjeloživotnog obrazovanja u velikoj mjeri zaostaje za visokorazvijenim zemljama. Današnja skromna ulaganja u obrazovanje u Hrvatskoj, te neučinkovitost njezinog obrazovnog sustava, predstavljaju značajnu prepreku budućem jačanju konkurentskog položaja hrvatskih kompanija.

4.3 Kvantitativne metode, kao što je statističko upravljanje procesom (*Statistical Process Control-SPC*), mogu se, osim u proizvodnji hardvera, primijeniti i na području kontrole kvalitete softvera i kontrole procesa razvoja softvera.

4.4 U posljednjem desetljeću izuzetne rezultate poslovanja postižu neke čuvene kompanije uvodeći u svoje procese pristup «šest sigma» (*Six Sigma*). Tim pristupom one su povećale profit unapređenjem procesa, produktivnosti, kvalitete proizvoda i to sve uz istovremeno smanjenje troškova. Unapređujući kvalitetu, kompanije su ujedno povećale i zadovoljstvo kupaca i stvorile su nove mogućnosti za povećanje udjela na tržištima.

U Šibeniku, 2004-05-18