

KULTURA KVALITETA U PRIVREDI

QUALITY CULTURE IN ECONOMY

Mirza E. Atić, dipl. el. inž.
"EMING" doo, Tuzla, BiH

Ključne riječi: kultura kvaliteta, privredno društvo, preduzeće, poslovna kultura, poslovno partnerstvo, preduzetništvo, tržište, politika, rukovođenje.

REZIME

Strateški tržišni i proizvodni menadžment će uspjeti ako se ozbiljno pozabavi kvantitetom i kvalitetom svoga produkta, iscrpljenosti partnerstva sa kupcem, osobnostima svog društva, sprovođenjem matematičke zaštite projektovanih tehničkih, tehnoloških i poslovnih rješenja, rukovodnim i upravljačkim stilom i na kraju poslovnom kulturom, kao odlučujućem faktorom uspjeha u poslovnom kontaktu.

Poslovna kultura kvaliteta se ispoljava i u komunikacijskom smislu sa poslovnim partnerom, u poznavanju običaja, kulture i jezika poslovnog partnera i poštivanju njegovih želja.

Upoznati tržišnu vrijednost pozicije vlastitog društva, nije moguće bez internacionalizacije sistema uređenja poslovnog vođenja društva kroz poslovno ponašanje, koje se može iskazati, kulturom kvaliteta.

Keywords: quality culture, economy society, firm, business culture, business partnership, enterprising, market, politics, manage.

ABSTRACT

Strategy, market and production management will be successful if seriously deals with the quantity and quality of its product, with partnership exhaustion with buyer, with characteristics of its company, with carrying out the mathematical protection of designed technical, technological and business solutions, with management and directing style and at the end with business culture, as with the deciding factor for the success in the business contact.

The business culture of the quality is reflected also in the communication with business partner by knowing the customs, culture and the language of the business partner and by respecting his wishes.

To know the market value of his own company position is not possible without internationalizing the system for the arrangement of the business company leading through the business manners that could be shown by quality culture.

1. UVOD

Sve žive organizacione skupine na zemaljskoj kugli imaju svoje navike i kulturu. Prirodno usaglašavanje navika i kulture ovih skupina ne stvara liniju razgraničenja već područje istih ili zajedničkih elemenata navika i kulture.

Kada su u pitanju društva, preduzeća, moja istraživanja ove oblasti ukazuju da je i privredno društvo organizacija ljudi i tehnoloških radnji koja, ako želi egzistirati, mora svoje navike i svoju kulturu, ukomponovat, a nikako suprostaviti željama, navikama i kulturi poslovnog partnera.

Pošto je organizacija privrednog društva dovodjenje u sklad ljudskih sposobosti sa tehničkim i tehnološkim mogućnostima usluga i proizvodnje društva, radi sticanja profita, u većini slučajeva organizaciju privrednog društva treba u cjelosti poklopiti još i sa organizacijom kulture kvaliteta. Ukoliko se ovo ne učini postavit će se linija razgraničenja, a često i linija odbojnosti između privrednih subjekata, društava proizvodnje i usluga sa korisnicima proizvoda i usluga.

Jednom izgubljeno područje zajedničkih elemenata kulture između poslovnih partnera može trajno sa posljedicama postaviti liniju razgraničenja ili odbojnosti. Nisu rijetki slučajevi propadanja ili bankrotstva društava iz razloga gubljenja područja povjerenja između dva i više privredna društva bez obzira na postojanje ponude visokog kvaliteta proizvoda ili usluge.

Kultura kvaliteta u privredi osmišljeno se stiče mukotrpno, za svo vrijeme životne dobi društva. Ako se ne njeuguje i ne unapređuje, gubi se preko noći.

2. KULTURA KVALITETA U PRIVREDI

Kultura kvaliteta u privredi se svodi na poslovnu kulturu unutar privrednog društva, poslovnu kulturu privrednog društva na tržištu i na kraju kompatibilnost poslovne kulture društva, poslovnoj kulturi kvaliteta u privredi BiH i šireg okruženja do kojeg dopire poslovni interes.

Posmatrajući bosansko-hercegovačku kulturu kvaliteta u privredi, dolazim do zaključka da u globalu i ne postoji, a tamo gdje je ima, da je vezana za uspješna privredna društva i za društva gdje su jasni razlozi formiranja i vlasništvo.

Postavlja se pitanje zašto je kultura kvaliteta privrednih društava u BiH mala ili loša.

Prvi odgovor je u činjenici da su planovi i principi u društvima vezani za mandatsku politiku uprave ili poslovodne strukture društva i što radi nje praksa i kulturne navike ne mogu da postavljaju standarde kulture kvaliteta.

Drugo, kultura kvaliteta u privrednom društvu se kreira hijerarhijski odozgo ka dole. Pošto su do sada oni odozgo došli na poziciju bez naučno stručnih i iz prakse proizašlih kriterija, kultura se od strane kolektiva samo verbalno usvaja, umjesto da bude organski prihvaćena kroz unutašnju organizaciju društva i kreaciju iz uprave.

Treće, kultura privrednog društva mora biti sastavni dio kreativnih sposobnosti rukovodjenja. Znači, ona mora biti u dinamičkoj funkciji unutarnjeg povjerenja u kolektivu i održivog povjerenja poslovnog partnerstva proizvodnog i uslužnog privrednog društva sa korisnicima njihovih proizvoda i usluga, bez da se remete načela kulture kvaliteta u privredi BiH, što nije slučaj u većini BiH društava.

Četvrti odgovor leži u činjenici što neki kadrovi stalno žive u sjajnoj prošlosti. Iz ovog stila rukovodjenja i upravljanja kultura kvaliteta je statična, često konzervativna, a ponekad i sa posljedicama, odbojna.

Peto, veliki broj privrednih društava u BiH već u formiranju nisu shvatili da je kupac proizvoda i usluga iznad proizvoda i usluga proizvodnog privrednog društva i što se obezvređuju ciljevi korisnika proizvoda i usluga u kritičnim momentima kod korisnika i

konjunktura. Ovim shvatanjima se stvaraju dnevni, jednokratni interesi bez elemenata i mogućnosti uvođenja trajne poslovne kulture.

2.1. Politika kao faktor projektovanja kulture kvaliteta u privredi

Ovaj faktor prisutan je u projektovanju kulture kvaliteta u privredi u svim zemljama svijeta, sa pozitivnim i negativnim uticajem.

U zemljama sa stabilnim političkim uređenjem, projektovanje i formiranje privrednih društava po preduzetničkoj filozofiji je pod zaštitom poslovne, privredne politike države. Pošto je privredni razvoj tih država definisan strateškim, dugoročnim planovima i zakonima, privredna društva su svjesna preduzetničke šanse i rizika, pa im se samo od sebe nameće projektovanje poslovne kulture kvaliteta unutar i van društva.

U zemljama sa nestabilnim političkim uređenjem i u zemljama u razvoju, moja istraživanja govore, da je projektovanje i formiranje privrednog društva u funkciji mandatske vještine upravljanja državom i u funkciji nesigurne preduzetničke šanse, pune rizika svih vrsta. U ovakvim zemljama kulturu kvaliteta u privrednim društvima najkvalitetnije kreiraju i održavaju mala i srednja privredna društva, sa jasnim vlasništvom i poslovnom strukturom odabranom po Evropski priznatim kriterijumom (autoritet, sposobnost i znanje).

Pošto je i BiH država u razvoju, poslovnu kulturu poslovnih društava je potrebno internacionalizirati i po ugledu na inostrana društva projektovati vlastitu dok se ne donesu strateški planovi privrednog razvoja zemlje i trajni zakoni zaštite preduzetničkih poduhvata kod formiranja privrednih društava. Internacionalizacija vlastite kulture kvaliteta u privredi BiH ne znači uvlačenje tuđe pameti i jednostranog interesa već uglavnom vlastito osposobljavanje.

2.2. Rukovođenje kao faktor kreiranja kulture kvaliteta u privrednom društvu

Vrijednost rukovođenja treba posmatrati ne samo kroz lične rezultate već i kroz poslovne rezultate privrednog društva. Rukovođenje i upravljanje u privrednom društvu podrazumijeva timski rad, jasne odgovornosti, efikasna ovlaštenja i oslobađanje i pružanje šansi talentovanim. Prelaženje rukovođenja i upravljanja u vlast, jednoulje i isključivost su prvi simptomi pogrešno odabrane osobe za funkciju rukovodioca. Ovi ljudi ne mijenjaju navike, ne prihvataju obaveze mimo krutih akata društva. Oni vrlo brzo postaju predmet nesporazuma u privrednom društvu i na kraju kultura kvaliteta u društvu postaje bezpredmetna sa posljedicama po društvo u poslovnom smislu.

Pošto postoje zakonitosti u organizovanju privrednih društava i pošto postoje naučne i praktične osnove rukovođenja i upravljanja ljudima, tehničkim i tehnološkim procesima, navodim neka zapažanja ino literature o integralnom profilu uspješnog rukovodioca.

Ljudske sposobnosti:

- visoka lična kultura i obrazovanost,
- rukovođenje kroz timski rad,
- kompletnost rukovođenja,
- fleksibilnost i prihvatanje inicijativa drugih,
- vješt u pregovorima i trgovanju,
- kontaktibilan,
- jednostavan, prilagodljiv, prihvata permanentno obrazovanje i sebe i drugih,

- postiže vrijednosti drugih,
- blizak saradnicima,
- blizak tržištu i poslovnim partnerima,
- održava kvalitet proizvoda po svaku cijenu,
- poslovnu kulturu kvaliteta društva tumači kao svojinu i obavezu svih zaposlenih,
- poznavanje jezika kupca, itd.

Strukovne sposobosti:

- potpuno razumijevanje svoje struke i struka koje učestvuju u proizvodnji ili pružanju usluga,
- spremnost na angažovanje visoko stručnih ljudi za obavljanje poslova visokih tehnologija,
- poštivanje i poznavanje zakona i propisa kao i pravila branše,
- detaljno poznavanje tržišta nabave i prodaje,
- prepoznavanje kvaliteta proizvoda i usluga,
- poznavanje i tumačenje poslovne kulture privrednog društva,
- poznavanje navika, želja i potreba kupca,
- poznavanje preduzetničkih rizika,
- znati procijeniti obaveze prema domicilnom stanovništvu i vlasti, itd.

2.3. Obilježja dobre kulture kvaliteta privrednog društva

U BiH ne postoji institucionalno izučavanje kulture kvaliteta u privredi niti uticaj kulture kvaliteta na poslovni uspjeh privrednih društava i na privredni razvoj društva. Ovom tematikom se uglavnom bave pojedinci, koji izučavaju privredne probleme preduzeća i preduzetništvo kod iznalaženja poslovnih profitabilnih prilika.

Moja istraživanja preduzetništva dovela su me do izvjesnih zaključa o sprezi poslovne kulture kvaliteta privrednog društva i njegovog poslovnog uspjeha. Iz navedenih istraživanja sam utvrdio obilježja privrednih društava koja kulturom kvaliteta postižu dobre poslovne uspjehe. Ona su:

- kultura kvaliteta podrazumijeva akcionu orijentaciju društva u odnosu na preduzetničke šanse, kupčeve želje i potrebe i okvire privredne politike države,
- kontinuirano i neprestano prisustvo na tržištu, kako bi se imale u svakom trenutku tačne informacije o namjerama kupca. Kupac se mora po svim pitanjima dobro pozivati, pa čak i kao ličnost sa svojim ljudskim osobinama. Tržište mora biti blizu potrošača sa svim svojim pravilima i ćudima,
- kultura kvaliteta podrazumijeva kolektivni rad u privredom društvu. Svi zaposlenici se moraju osjećati važnim za društvo i da od njih ovisi tržišni status društva. Kultura kvaliteta mora biti izražena kako u pojedincima, tako i u kolektivu,
- strategijski, ciljevi privrednog društva moraju imati i alternativna rješenja za svoj proizvod i vrstu usluga. Svi zaposleni moraju vjerovati strtegijskim ciljevima društva i da je poslovna kultura društva i kvalitet proizvoda i usluga iznad kvantiteta,

- preduzetničko razmišljanje vlasnika mora biti svojina svih zaposlenih što se ne postiže birokratskim manirom vlasnika, uprave i šefova, već neposrednim rukovodjenjem. Nisam jednom sreo u Njemačkoj da vlasnik i velikog preduzeća kupcu objašnjava i fali novu vrijednost proizvoda i radnika inovatora na radnom mjestu tog radnika. Također sam registrovao u dobrim privrednim društvima zapadnih zemalja, da prokurista pokazujući kupcu proizvodnu liniju kaže "ovi radnici su zaslužni za visok kvalitet proizvoda i poslovnu kulturu društva",
- kooperativnost i identifikacija pojedinačne i zajedničke vrijednosti rada kolektiva, u cilju privlačenja kupca, udovoljenja njegovih želja i potreba i osvajanja njegovog povjerenja.

2.4. Obilježja loše kulture kvaliteta privrednog društva

Praksa je izbacila ova obilježja na površinu i ona su manje ili više kao takva poznata u privredno razvijenim zemljama. Ona su:

- kultura kvaliteta je nepoznata u privrednim društvima gdje je neautoritativno birokratsko rukovodjenje, gdje je stil kolektivnog rada pretvoren u duge sastanke analiza, optuživanja, debatiranja i sl.

Formiranjem komisija prikriva se nekompletnost uprave i dr.

Na čelu ovih društava, uglavnom državnih, su "podobni" koji se toliko izdižu iznad ostalih da smatraju da je kupac taj koji ovisi od njih a ne oni od kupca. U ovakvim društvima su karakteristične izjave: "direktora nema, u opštini je" ili "ne mogu da ga primim jer se nije najavio",

- gdje god je podmitljivost praksa, tu nema kulture kvaliteta,
- vještačka hijerarhijska disciplina, niska higijena dvorišta, hala i biroa privrednog društva, luksuzna skupa auta uprave, mnogo atraktivnih sekretarica, nedostupnost rukovodiocima, egzotična strategija, "top menadžment preko oblaka", birokratski maniri i dr. su prepoznatljivi oblici nepostojanja poslovne kulture u privrednom društvu.

Svaka kreativnost, inicijativa i sloboda ljudi od akcije, pada u vodu. Kolektiv je sebi svrsishodan. Za poslovni neuspjeh krivo je stanje u okruženju a nikako uprava.

3. KULTURA KVALITETA U PRIVREDI, U SISTEMU POSLOVNOG VODJENJA DRUŠTVA

U privredno razvijenim zemljama kultura kvaliteta privrednog društva je sastavni dio strategijskog tržišnog i proizvodnog menadžmenta. Iz zatvorenog kruga strategijskog menadžmenta i vođenja poslovnog sistema:

preduzetničke želje
preduzetnički zahtjevi i
preduzetničke mogućnosti,
razvio se sistem poslovnog vođenja društva, gdje je kultura kvaliteta privrednog društva dominantna.

Poslovni upravljački sistem može se promatrati kroz raster analizu, međusobni poslovni odnos, perspektivnost, odlučnost i vremensko značenje:

U raster analizi kultura kvaliteta je u operativnom krugu sistema poslovnog vođenja društva.

Kod tretmana poslovne kulture kroz poslovno ponašanje, odnos ili stav, poslovni sistem se uobličava u sistem upravljanja, gdje kultura dominira kroz poslovno ponašanje.

Sistem poslovnog ponašanja kroz sagledavanje perspektivnosti, kultura kvaliteta je prema situaciji na tržištu nekad tvrdi faktor a nekad meki prilagodljivi faktor.

Vodjenje sistema poslovnog ponašanja kroz vremenske planske verijednosti, kulturu kvaliteta je teže dugoročno uokviriti. Međutim dugoročno uokvirenje poslovne kulture daje kvalitetniji osnov za poslovni uspjeh društva.

4. ZAKLJUČAK

Kultura kvaliteta u privredi je osnovna sprega poslovne veze ponude i potražuje: Što je sprega šira i dublja sigurniji su i trajniji poslovni odnosi.

Po preduzetničkoj filozofiji poslovna kultura se ne može naučiti, prepisati ili usvojiti. Kultura se projektuje kao strateški elemenat dugoročnih planova egzistencije privrednog društva. To znači da treba projektovati i ljude za budućnost, kroz redovno i permanentno školovanje.

Pošto kultura kvaliteta u privredi ne poznaje političke granice i pošto je poslovna kultura većine bosansko-hercegovačkih privrednih društava nikakva, dok se ne školuju ljudi za budućnost ,potrebno je dozvoliti da ona udje u BiH iz pivredno razvijenih zemalja i da se sposobnom domaćem kadru pruži šansa da zamijeni “podobne” u privrednim društvima BiH.

LITERATURA

- [1] M..Atić:Preduzetništvo , Tuzla 2000, (knjiga u rukopisu)
- [2] E. Atić: Projektovanje organizacije u rudarstvu, Tuzla 2001. (knjiga u pripremi za štampu)
- [3] Albach,H.:Investitionsteorie.Westdeutcher Verlag. Koln und Opladen 1975.
- [4] Economos,A.M.:Financial Simulation for Risk Analysis of a Proposed Subsidiary.Management Science, Vol. 15, No. 12, Aug. 1968.
- [5] Gerardin, L.: Study of Alternative Futures: Scenario Writing Method.In: A Guide to Practical Technological Forecasting. Englewood Cliffs 1973.
- [6] Gutenberg,E.:Betriebswirtschaftslehre,1. Band. Die Produktion. 18. Auflage. Springer Verlag. Berlin, Heidelberg, New York 1971.
- [7] Stermole,F.J.: Economic Evaluation and Investment Decision Methods. Investment Evaluation Corporation, Golden, Ca. 1980.
- [8] Wilhelm,H.:Volkswirtschaftslehre fur Ingenieure.Verlag W. Girardet. Essen 1980.
- [9] Harold Koonts,Robert Fulmera:Ključni faktori poduzetništva.Homewood, Ilinois,ad 1984.