

## 8

## Vizija, misija, ciljevi, politika kvalitete i što s njima

**A**ko su vas godinama zbunjivale riječi kao što su vizija, misija, strategija i taktika, planovi, ciljevi i politika kvalitete i koja je razlika među njima, pravi je trenutak da to pokušamo razjasniti. A moj je cilj navesti vas da do kraja ovog teksta osjetite želju provjeriti ih i u praksi.

Pretpostavimo da ste vlasnik tvrtke. Vjerojatno imate viziju njezina razvoja i gdje želite biti za pet ili sedam godina. (Ne, ne, nemojte mi reći kako je situacija teška, kako ne vrijedi tako daleko planirati, kako preživljavate od danas do sutra – sigurno negdje iz nekog kutka proviruje krasna vizija kako bi stvari trebale izgledati.) Da bi se cijela tvrtka skladno kretala u istom smjeru, svi vaši suradnici moraju znaju koji je to smjer. *Vizija*, dakle odgovara na pitanje: “Što mi to želimo postići?” Viziju možete opisivati na nekoliko stranica, ali *Izjava o viziji* bi trebala biti kratka, upečatljiva, izazovna, asocijativna i motivacijska.

Jedna velika svjetska kompanija za proizvodnju vjetroelektrana ima viziju:

*Wind, oil and gas – Vjetar, pa onda nafta i plin*

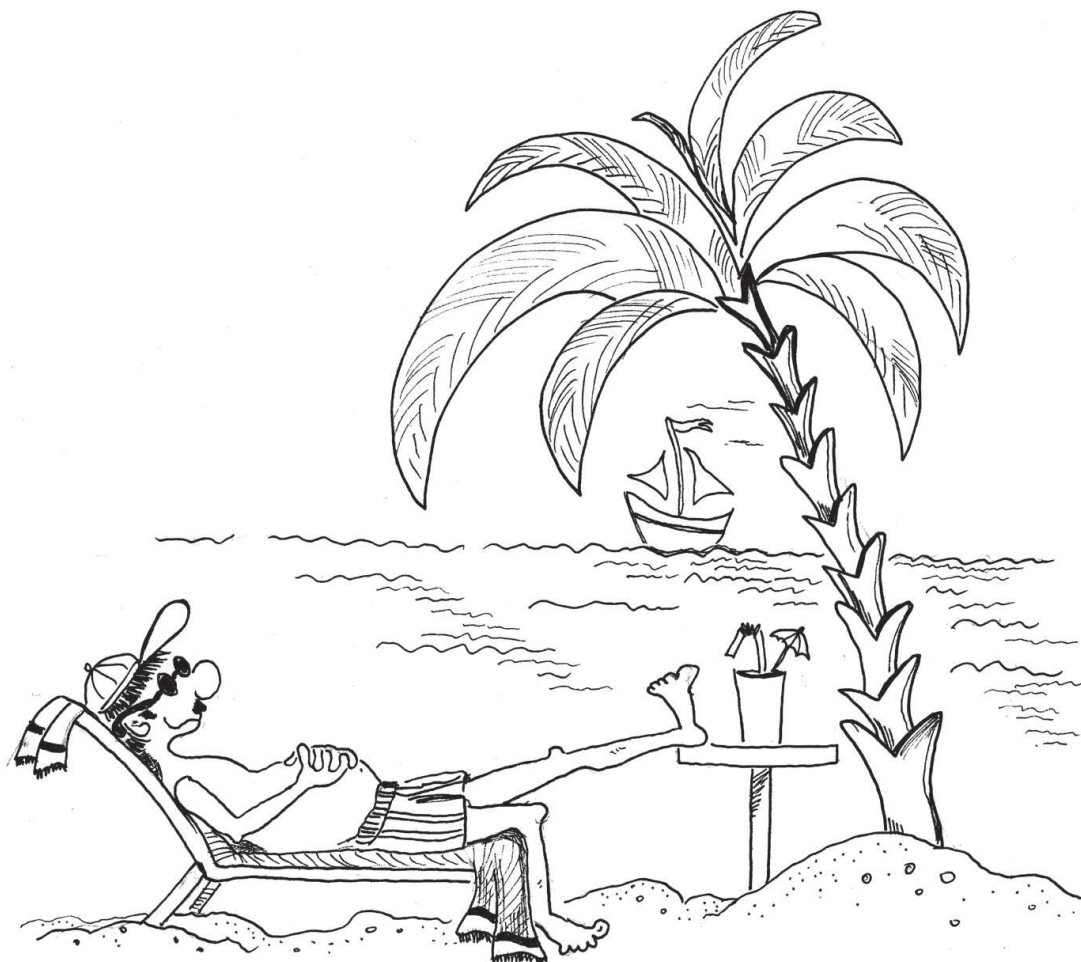
Znamo li da se zalihe nafte i plina neprestano smanjuju, dok vjetrovi ne prestaju puhati, sasvim je realna vizija da će vjetar jednog dana biti prvi izvor energije, a nafta i plin sporedni. Ili da navedemo jedan domaći primjer. *U Uljaniku svi žele graditi brodove*. Riječ je znači o tvrtki koja vodi brigu o zadovoljstvu svih zainteresiranih strana – investitora, krajnjih korisnika, zaposlenih i dioničara. (Što su zainteresirane strane i kako upravljati njima pogledajte u poglavlju 2.)

Nemojte se bojati izreći izazovnu viziju. Kao što je ova IBM-ova:

*Računalo na svakom radnom stolu*

U vrijeme kad je nastala, skepticima je zvučala utopijski, nama danas zvuči banalno. Nije jednostavno izdržati na putu ostvarenja *vizije* i zato nam treba *misija*. Misija odgovara na

pitanje “zašto”. Zašto mi to želimo postići? Naravno, zato da bismo zaradili ogromne novce i ostatak života proveli na Havajima.



Koliko god privlačna bila ova, u suštini, vizija a ne misija, razmislite još jednom. Priroda ne podnosi zrakoprazni prostor i uskoro bi vam se glava počela puniti nimalo lijepim mislima. *Besposlen um je đavolja radionica*. Svakom je čovjeku potrebna svrha postojanja i osjećaj da radi nešto dobro.

Jedna švedska tvrtka koja proizvodi kabelaške spojnice, a koju sam imala prilike posjetiti, ima za misiju:

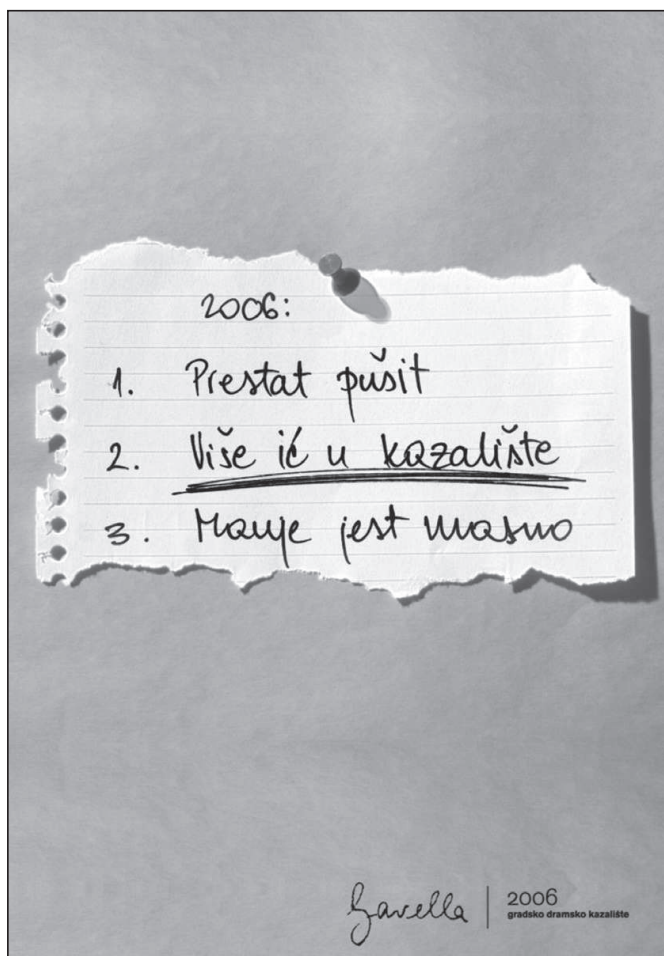
*Mi pouzdano dovodimo energiju u domove ljudi.*

Osjećate li kako je to moćna misija? Pouzdano dovoditi energiju u domove ljudi znači da njihov proizvod neće uzrokovati požar, neće prekinuti napajanje i ostaviti ljude u dizalu ili pacijenta na operacijskom stolu. Ovakva misija pruža jasan smisao i svrhu svemu što rade.

Slijedi nam *politika kvalitete*. Priznajem, ovo je krajnje zbunjujući izraz. Riječ politika u hrvatskom jeziku ima različite konotacije. *Politika kvalitete* je doslovni prijevod engleskog izraza *quality policy*. Biti će jasnije ako taj izraz shvatite kao *temeljna načela kvalitete*. Temeljnim načelima određujete kriterije ispod kojih ne pristajete ići. Svaki puta kada ste u dilemi prihvatiti malo lošiju sirovinu ili isporučiti proizvod koji je na granici prihvatljivosti, vratite se svojim temeljnim načelima.

Ako znate **što** i **zašto**, ostaje odrediti **kako**. Dakle, odrediti ciljeve. Ciljevi pretaču viziju i misiju u konkretne i ostvarive akcije. Ciljevi moraju biti dohvatljivi (nemojte frustrirati sami sebe postavljajući nerealne ciljeve), ali ipak dovoljno izazovni da krenete punim srcem. Moraju biti mjerljivi i imati krajnji rok. Inače nisu ciljevi, već puste želje, tlapnje i lamentacije.

Svojedobno su se kao reklama za pretplatu jedne zagrebačke kazališne kuće pojavili plakati kao na slici 8-1.



Slika 8-1: Reklama za pretplatu kazališne kuće Gavella za 2006. godinu

Prvi je svakako hvalevrijedan cilj, ali za druga dva možemo reći da nisu dobro određeni. Naime, nisu mjerljivi. Što znači "više ići u kazalište"? Kako ćete to izmjeriti? Puno bi bolje bilo postaviti za cilj "otići u kazalište pet puta tijekom ove godine." Na kraju godine je sasvim jasno jeste li ga ostvarili ili niste.

Kad znate ciljeve s njihovim krajnjim rokovima, tražit ćete načine kako ih ostvariti. Tu nastupaju strategije, taktike, planovi kvalitete, planiranje resursa, gantogrami i ostale vještine upravljanja projektima. A to su teme od kojih svaka zaslužuje svoje poglavlje.

U suštini sve je jednostavno, zar ne? Ali nije jednostavno primijeniti. Ako ne možete u tvrtki u kojoj radite, pokušajte u osobnom životu. Rezultati neće izostati!

Budući da viziju i misiju, ciljeve i politiku kvalitete ne možete ispravno postaviti neovisno o okolini u kojoj djelujete, bilo bi dobro ponovno pogledati poglavlje 2 o zainteresiranim stranama vaše organizacije.

Tek tada možete razmišljati o tome kakva je dokumentacija vašeg sustava kvalitete, a to je ono o čemu govori sljedeće poglavlje.