

INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM U PODRAVCI

Tutić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:763680>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-09**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠE U RIJECI

Ana Tutić

**INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM U
PODRAVCI**

(završni rad)

Rijeka, 2022.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Stručni studij Poduzetništvo

INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM U PODRAVCI

(završni rad)

MENTOR:

Dr. sc. Sanja Zambelli

STUDENT:

Ana Tutić

MBS:2423000041/19

Rijeka,2022.

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada je „Integrirani sustav upravljanja kvalitetom u Podravci“. U prvom djelu rada govori se o kvaliteti i njevoj povijesti kao i o osiguranju kvalitete. Također se naglašava kvaliteta ljudskih resursa i kupaca, što zapravo proizlazi iz osnovnih definicija kvalitete. U istraživačkom djelu će se općenito reći o samoj djelatnosti Podravke, te opisati njena vizija i misija. U konačnici, na praktičnome zadatku će se prikazati jedan od poznatijih proizvoda Podravke. Ovaj rad će prikazati same početke Podravke te kako se proširila na tržište i koliko je poznata. Nadalje, Podravka je jedna od vodećih kompanija proširena po svim djelovima svijeta. Njeno ime potječe od naziva jedne stanovnice Podravskog kraja, u kojem je sjedište tvrke. Ona se razvila 1947. godine, na temeljima nekadašnje tvornice pekmeza i prerade voća-Wolf, te kasnije postala poznata u zemlji i inozemstvu po svojim proizvodima. Dobitnica je mnogih nagrada za kvalitetu kao što su Certifikat poslodavac partner, Superior taste award.

Ključne riječi: kvaliteta, ljudski resursi, kupci, certifikati, proizvodi

SADRŽAJ

| | |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| UVOD..... | 1 |
| 2. TEMELJNE ODREDNICE KVALITETE | 2 |
| 2.1.Povijest kvalitete | 2 |
| 2.2.Pojam kvalitete | 4 |
| 2.3.Osiguranje kvalitete..... | 5 |
| 2.4.Kontrola kvalitete..... | 6 |
| 3.NORME I NOMIZACIJA..... | 8 |
| 3.1.ISO 9001 | 11 |
| 3.2. ISO 22000 | 13 |
| 3.3.ISO 14000 | 14 |
| 3.4. ISO 45000 | 15 |
| 3.5. ISO 27000 | 16 |
| 4.INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM U TVRTKI PODRAVKA | 17 |
| 5.OPĆI PODACI O PODRAVKI | 19 |
| 5.1.Djelatnost poduzeća | 20 |
| 5.2.Organizacijska struktura poduzeća | 20 |
| 5.3. Misija, vizija i ciljevi..... | 22 |
| 5.4.Certifikati | 22 |
| 6.KVALITETA I SIGURNOST HRANE..... | 24 |
| 6.1.Analiza proizvoda | 26 |
| 6.2. Istraživanje Čokolino | 27 |
| 6.3.Zadovoljstvo proizvodom Čokolino | 28 |
| 7.ZAKLJUČAK..... | 36 |
| LITERATURA | 38 |
| POPIS SLIKA | 39 |
| POPIS PRILOGA..... | 40 |

UVOD

Podravka je vodeća prehrambena kompanija čije su temeljne vrijednosti kreativnost, povjerenje, strast, zadovoljstvo potrošača i izvrsnost. Uvijek sa srcem. Godine 1934. braća Wolf u Koprivnici osnivaju radionicu za preradu voća, preteču Podravke. Danas se Podravka ubraja među vodeće kompanije u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi. Tri su glavna poslovna segmenta poduzeća: prehrana, piće i farmaceutika.

„Kvaliteta“ je riječ koja se u današnjici stalno koristi u raznim kontekstima i ima raznolika značenja. Kao što svaka osoba opisuje kvalitetu na poseban način tako i postoje različite definicije koje opisuju kvalitetu.

Ovaj završni rad sastojat će se o općem pojmu kvalitete, njenoj povijesti i kontroli kvalitete. Predstaviti će se i opisati pojam normi i normizacije koje se koriste u tvrtki Podravka. Prikazati će se informacije o tvrtki Podravka njenom radu i na kraju će se prikazati istraživanje o jednom od njenih proizvoda.

Rad se sastoji se o 7 poglavlja. U prvom djelu će se opisati kvaliteta, kontrola kvalitete te njena povijest. U nastavku će se opisati pojam normi i normizacije te pojedine norme koje postoje. U središnjem djelu će se predstaviti poduzeće Podravka, njena misija i vizija. U završnome djelu prikazati će se istražen proizvod u Podravci.

2. TEMELJNE ODREDNICE KVALITETE

Kvaliteta svih proizvoda i usluga oduvijek su bili vrlo važan faktor u životu ljudi. Kvaliteta proizvoda je pretpostavka priznavanja društva i transformacije u robu pa je također vrlo važan uvjet za život i za rad proizvođača i njegovog pojavljivanja na samome tržištu. Poduzeće koje za svoju misiju ima zadovoljiti potrebe svojih kupaca, ima jedini mogući način da ju ostvari implementacijom kvaliteta na svim razinama u poslovanju. U ovome djelu će se opisati opće odrednice kvalitete.

2.1. Povijest kvalitete

Koncept kvalitete se javlja već u vrijeme antičkih civilizacija. Hamurabijev zakonik je tako u antičkom Babilonu propisivao minimalnu kvalitetu građevinskih materijala kako bi se osigurala trajnost i uporabljivost građevina te se smanjio rizik njihovog korištenja za stanare. U drugoj polovici 18. stoljeća dolazi do postepene zamjene ručne proizvodnje parnim strojevima. Ljudi su uvijek željeli kvalitetan proizvod, kvalitetnu uslugu i na kraju kvalitetan život. Saznanja o povijesti kvalitete počinju s prvim pisanim tragovima, kao što su pisani tragovi iz Kine, Danske, Egipta, Mezopotamije, Indije i Grčke. Primjer su pronađeni tragovi iz 2. stoljeća prije Krista u Kini. Kinezi su prvi odredili norme za nekoliko bitnih područja u tadašnjem životu kao što su norme za oružje, puteve i norme u građevinarstvu. Bilo je propisano koliko mora biti širina cesta, kakvi će biti proizvodi i vrata na kućama gdje se grade itd.¹

Povijest kvalitete dijeli se u 5 faza:

1. Ponuda je manja od potražnje, kupci nisu mogli pronaći proizvode koje su željeli

Zbog nedostatka robe u poslijeratnom periodu (do 1963.) kupac je bio prinuđen uzeti sve što ponudi. U ovoj situaciji, proizvođači ili distributeri gledaju kupca kao opterećenje na kraju proizvodnog ili distribucijskog lanca. U ovim okolnostima menadžment se koncentrira na proizvodnju, i to prvenstveno na osiguranje količina. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str.3.)

¹ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/povijest>

2. Uravnoteženje ponude i potražnje, uspostavio se sklad između potražnje kupca i ponude

Napori za povećanjem količina proizvedene robe imali su za posljedicu da je protekom vremena došlo do uspostavljanja ravnoteže između ponude i potražnje. Dolazi do početnih usuglašavanja i prihvatljive razine kvalitete. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str.4.)

3. Povećana ponuda proizvoda, sve teži opstanak na tržištu zbog velike konkurentnosti

Sve veća konkurencija među isporučiteljima omogućuje kupcu da zahtijeva proizvod bez pogreške. Veliki korisnici uvode definirane sustave osiguravanja kvalitete dobavljača (LQSS) i provjeravaju dobavljače. Jasno je da se mora postaviti nezavisan sustav osiguravanja kvalitete da dobile kvalitetne usluge i proizvode. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str. 4.)

4. Promjena i proširivanje razumijevanja proizvoda, naglasak na uslužnim djelatnostima, kvaliteta proizvoda ima sve veći značaj

Aktualna situacija u modernim tvrtkama orijentiranima na budućnost. Sada je više proizvođača u situaciji da po konkurentnim cijenama isporuči proizvod iste kvalitete. Certifikacija ustava upravljanja kvalitetom proširuje se sve više i na poduzeća u području usluga. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str 5.)

5. Kupac više nije jedini subjekt, važna su i ostala područja kao što je okoliš, dolazi do razvoja integriranih sustava upravljanja

Više nije dovoljno samo ispuniti zahtjev kupca za kvalitetom proizvoda ili usluge. U prvom planu je prevladavanje ovog zahtjeva , odnosno zajedničko planiranje zahtjeva kupca i isporučitelja u pogledu kvalitete, kao i pojačano povezivanje različitih poduzeća u jedinstven proces nastanka proizvoda zbog optimalizacije cjelokupnih sustava. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str. 6.)

U drugoj polovici 18. stoljeća dolazi do postepene zamjene ručne proizvodnje parnim strojevima. Ovaj period, poznatiji po nazivom prva industrijska revolucija, je iz temelja izmijenio ranije ustanovljene i gospodarske sustave, prije svega u razvijenim zapadnim zemljama, a potom i u

ostatku svijeta. Veća strojna snaga i mogućnost djelomične automatizacije proizvodnih procesa doveli su znatnog povećanja produktivnosti rada i kapitala te početaka masovne proizvodnje. Ovaj proces je nastavljen otkrićem mogućnosti korištenja nafte i električne energije u drugoj polovici 19. stoljeća i početkom 20. stoljeća. Upravo se početak 20. stoljeća uzima kao začetak razvoja modernih praksi kvalitete u poslovnim organizacijama .

2.2.Pojam kvalitete

Protokom vremena i razvojem znanosti o kvaliteti došlo je do pojave velikog broja različitih definicija kvalitete. U početku se kvaliteta jednostavno definirala kao percipirano zadovoljstvo kupaca.

Razvoje tehnologije i porastom zahtjeva korisnika prema poduzećima kvaliteta se počela doživljavati na različite načine. Gurui kvalitete kao što su Feingbaum, Juran i Crosby dali su vlastite definicije kvalitete.

Feingbaum je tako ustvrdio da je kvaliteta najznačajnija sila koja dovodi do ekonomskog rasta poduzeća na međunarodnim tržištima, pritom definirajući kvalitetu kao ukupni zbroj karakteristika proizvoda ili usluge nekog poduzeća kroz koje će oni, prilikom uporabe, ispuniti očekivanja kupaca. Philip Crosby, s druge strane, definirao je kvalitetu kao prilagođavanje zahtjevima kupca. Bednar i Reeves navod kako se kroz povijest kvaliteta nerijetko definirala kao vrijednost, sukladnost specifikacijama, sukladnost sa zahtjevima kupca, prikladnost uporabe, izbjegavanje gubitka ili zadovoljavanje i premašivanje očekivanja kupaca. ²

Riječ kvaliteta (kakvoća) potječe od latinske riječi „qualitas“, a predstavlja svojstvo, odliku, značajku, sposobnost, vrijednost. Kvaliteta se može definirati na više načina. Osnovna definicija je „Kvaliteta“ je zadovoljstvo kupca.“ Od zadovoljstva kupca sve polazi. Definicija kvalitete prema normi ISO 9000 je „Kvaliteta je do kojeg skup svojstvenih karakteristika ispunjava zahtjeve“.

Kvaliteta se različito shvaća i interpretira ovisno o tome tko gleda na kvalitetu. Različita shvaćanja kvaliteta imaju potrošači, proizvođači i tržište. Kvaliteta sa stajališta proizvođača je stupanj vrijednosti proizvoda ili usluge koji zadovoljavaju određenu potrebu. Kvaliteta sa stajališta proizvođača je mjera koja pokazuje koliko je vlastiti proizvod ili usluga namijenjen tržištu uspio, odnosno koliko se takvog proizvoda ili usluge prodalo. Kvaliteta sa stajališta tržišta je stupanj do

² <https://www.hgk.hr/documents/sveucilisni-prirucnik-kvaliteta-i-sustavi-upravljanja-kvalitetom618e70fc7168b.pdf>

kojeg određena roba ili usluga zadovoljava određenog kupca u odnosu na istovrsnu robu ili uslugu konkurencije.³

2.3. Osiguranje kvalitete

Pojava sustava osiguranja kvalitete posljedica je: uvođenja statističkog praćenja proizvodnih procesa u Sjedinjenim Državama Amerike u vremenu između dva svjetska rata i iskustva vojnih operacija za vrijeme Drugog svjetskog rata.

Sustav osiguranja kvalitete prvo se javlja u vojnom sustavu Sjedinjenih Američkih Država na svršetku pedesetih godina dvadesetog stoljeća. Unaprijeđen sustav pred kraj šezdesetih godina prelazi Atlantik, da bi se godine 1987. pojavio pod nazivom ISO 9000:1987. Superiornost je toga sustava u činjenici da sublimira iskustva poduzeća najrazvijenijih zemalja u korištenju raspoloživih izvora radi racionalizacije proizvodnih procesa.

Osiguranje kvalitete podrazumijeva promjenu fokus s internih zahtjeva na zahtjeve kupca, te između ostalog, uključuje istraživanje tržišta i razvoj proizvoda i usluga u odnosu na zahtjeve tržišta. Može se reći da osiguranje kvalitete podrazumijeva stvaranje, a ne samo održavanje standarda.

Svrha osiguranja kvalitete je prevencija grešaka u proizvodnji i isporuci različitih proizvoda i usluga. U ovom smislu, osiguranje kvalitetom podrazumijeva fokusiranje na kvalitetu u samom začetku poslovnih procesa čiji je ishod isporuka određenog proizvoda ili usluge. Osiguranje kvalitete obuhvaća različite administrativne i proceduralne radnje implementirane u sustavu kvalitete koje osiguravaju da će biti ispunjeni zahtjevi kupca za neki proizvod ili uslugu.

Za razliku od kontrole kvalitete koja analizira ishode određenog procesa, osiguranje kvalitete podrazumijeva sustavno mjerenje i praćenje procesa u svim njegovim fazama u svrhu rane detekcije i prevencije pogreške.

Dva su temeljna načela osiguranja kvalitete. Prvo je načelo prikladnosti za svrhu koje podrazumijeva da proizvod ili usluga moraju a prikladan način zadovoljavati zahtjeve kupaca. Drugo načelo se može parafrazirati kao „prvi put ispravno“ te podrazumijeva da proizvod ili usluga

³ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta>

moraju biti bez grešaka, i osim toga u sovom očekivanom životnom ciklusu konstantno biti u stanju udovoljiti zahtjevima kupaca .⁴

Osiguranje kvalitete je širi pojam od kontrole kvalitete, ali uži od upravljanja kvalitetom.

Definicija kvalitete proizvoda i usluga nakon toga se više orijentirala na podobnost u upotrebi , odnosno sposobnost udovoljavanja zahtjevima kupaca. To je bitna promjena u definiranju kvalitete, koja je usredotočena na tržište i kupca, a uključuje :

- Istraživanje zahtjeva tržišta
- Razvoj proizvoda i usluga u odnosu na zahtjeve tržišta
- Optimalizaciju kvalitete do mjere koja još zadovoljava zahtjeve
- Stalno praćenje kvalitete nabave, proizvodnje i upotrebe, te neprekidno poboljšavanje na osnovi kontinuiranih povratnih informacija (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str. 69.)

2.4.Kontrola kvalitete

Riječ „kontrola“ odnosi se a proces koji se primjenjuje radi zadovoljavanja normi. Ona se sastoji od promatranja stvarnog ispunjavanja stvarnog ispunjavanja funkcije, usporedbe ispunjavanja te funkcije s nekom normom, a onda djelovanje, ako se promatrano ispunjavanje funkcije značajno razlikuje od norme. (T. Lazibat, Upravljanje kvalitetom, str. 53.)

Početni korak u osiguravanju da određeni proizvod ili usluga zadovoljavaju potrebe kupca je kontrola kvalitete. Alternativna definicija navodi kako kontrola kvalitete podrazumijeva „operativne te

hnike i aktivnosti koje se koriste za ispunjenje zahtjeva vezanih za kvalitetu.

ISO 9001 navodi kako se kontrola kvalitete može promatrati kao proces i kojem dionici unutar poduzeća ocjenjuju kvalitetu svih čimbenika uključenih u proizvodnju.

Lazibat i Baković navode da se kontrola kvalitete „može najjednostavnije definirati kao proces kojim se osigurava sukladnost sa standardom.

⁴ <https://www.hgk.hr/documents/sveucilisni-prirucnik-kvaliteta-i-sustavi-upravljanja-kvalitetom618e70fc7168b.pdf>

Kontrola kvalitete služi reguliranju performansi procesa unutar neke poslovne organizacije. Aktivnosti vezane uz kontrolu kvalitete su dizajnirane na način da pomažu u reguliranju kvalitete i sprječavaju promjene u standardu kvalitete.

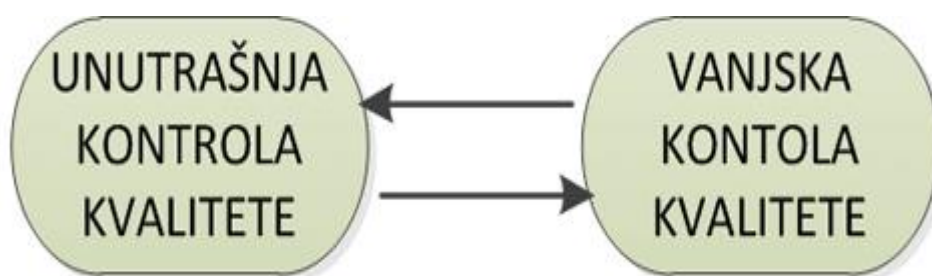
Sama kontrola kvalitete se može promatrati kao aktivnost koja za svrhu ima održavanje standarda, ali ne i njegovo stvaranje. S druge strane, sami standardi kvalitete koji će utjecati na razinu zadovoljstva kupca se određuju kroz postupke odabira, mjerenja i korekcije koji se događaju nevezano uz samu kontrolu kvalitete.

Kontrola kvalitete provodi se u svrhu analize ishoda nekog procesa te kao takva služi za mjerenje postignute razine i kao osnovu za poduzimanje radnji za ispravljanje nedostataka.

Kontrola kvalitete odnosi se na nadzor nad proizvodnim procesom tijekom njegova odvijanja. Nadzor kvalitete se provodi u dva dijela. Prvo se provodi unutrašnja kvaliteta od samih proizvođača. Zatim se provodi vanjska kontrola kvalitete koju obavljaju tijela za ocjenjivanje sukladnosti, kupci, konkurenti i samo tržište.

Kontrola kvalitete sastoji se od promatranja stvarnog ispunjavanja funkcije, usporedbe ispunjavanja te funkcije te djelovanje ako se ta funkcija razlikuje od norme. Kroz norme niza ISO 9000ff i ISO/IEC 17000ff došlo je do ujedinjavanja unutarnje i vanjske kontrole kvalitete.

Počeo se stvarati jedinstveni sustav osiguranja kvalitete koji stavlja u prvi plan zahtjeve kupaca.⁵



Slika 1. Kontrola kvalitete

Izvor: <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta> (07.06.2022.)

⁵ <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta>

3.NORME I NOMIZACIJA

Norma je poznata i priznata mjera za određenu kvantitativnu ili kvalitativnu veličinu u okviru određene socijalne zajednice.

Norma je dokument donesen konsenzusom i odobren od priznatoga tijela, koji za opću i višekratnu uporabu daje pravila, upute ili značajke za djelatnosti ili njihove rezultate s ciljem posizanja najboljeg stupnja uređenosti u danome kontekstu. Normativni dokument je dokument koji daje pravila, upute ili značajke za različite djelatnosti ili njihove rezultate.

Norma daje najbolja tehnička i ekonomska rješenja za proizvod i postupke. Omogućuje uvođenje specijalizacije i kooperacije proizvodnju. Određuje metode za ispitivanje kvalitete proizvoda. Dopušta svrhovitu konstrukciju i olakšava projektiranje.⁶

Vrste normi:

1. Osnovne norme
2. Norme za usluge
3. Planske norme
4. Sigurnosne norme
5. Norme za uporabu
6. Producerske norme
7. Norme za isporuku
8. Norme za mjerenje
9. Norme za kvalitetu materijala
10. Norme za procedure
11. Norme za ispitivanje i testiranje
12. Norme za objašnjenje i simbole
13. Terminološke norme
14. Deklaracijske norme⁷

⁶ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

⁷ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

Svaka norma se sastoji od uvoda, opisa norme, ključnih riječi, svrha i područje primjene, veza s drugim normama, osnovni pojmovi, glavni sadržaj i na kraju se nalaze prilozi.

Značajke norma, norme moraju biti:

1. Biti potrebne
2. Biti primjenjivane
3. Biti rezultat pune uključenosti svih zainteresiranih strana
4. Dopuštati tehnološku inovaciju i konkurenciju
5. Biti redovito i planirano osuvremenjivane⁸

ISO norma osnovana je 1947. godine u Ženevi. ISO naziv je izabran od grčke riječi „Isos“ koja znači jednak. Zadaća ISO organizacije je priprema, prihvaćanje i objavljivanje međunarodnih norma.

Postoje tri kategorije članstva u ISO-u. Prva kategorija su nacionalna tijela koja su najvažnija za donošenje norma u svakoj zemlji članici. Oni su jedini članovi ISO-a koji imaju pravo glasa. U ovoj kategoriji članovi se obavještavaju o radu ISO-a, ali nemaju pravo sudjelovanja u ISO-u. I na kraju postoje članovi pretplatnici za zemlje sa slabije razvijenim gospodarstvom.⁹

Redovite članice ISO-a imaju sljedeće zadaće:

1. Informiranje
2. Prezentiranje
3. Suradnja
4. Ispunjavanje svih obveza i zadaća

⁸ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

⁹ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

Norme se usvajaj na tehničkim odborima. Predstavnicima svih zainteresiranih strana mogu sudjelovati u radu tehničkih odbora. Svaka ISO norma koja se pojavi u prodaji napravljena je i usuglašena na tehničkom odboru koji je zadužen za donošenje takvih vrsta norma.

Karakteristike ISO norma:

1. Zasnovane na demokratskom sustavu
2. Dobrovoljne
3. Tržišno orijentirane
4. Donose se konsenzusom
5. Globalne su važnosti¹⁰

ISO norme osiguravaju sigurnost, pouzdanost i dobru kvalitetu proizvoda i usluga. Koristi od primjene ISO norma imaju poduzeća, inovatori, kupci, državna uprava, trgovci, zemlje u razvoju i na kraju cijeli naš planet.¹¹

Normizacija je djelatnost uspostavljanja odredaba za opću i opetovanu uporabu koje se odnose na postojeće ili moguće probleme radi postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danom kontekstu. Normizacija omogućuje da proizvod zadovolji zahtjeve kupca, olakšava dogovaranje i naručivanje pojedinog proizvoda.¹²

Ciljevi normizacije:

1. Osiguranje prikladnosti nekog proizvoda, procesa ili usluge da u određenim uvjetima služi svojoj namjeni
2. Ograničavanje raznolikosti izborom optimalnog broja tipova ili veličina
3. Osiguravanje spojivosti raznih proizvoda
4. Zaštita zdravlja, sigurnost, zaštita okoliša
5. Uklanjanje zapreka u trgovini

¹⁰ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

¹¹ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/institucije/871-predstavljamo-iso>

¹² <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

Načela normizacije:

1. Konsenzus- osnovno načelo normizacije. Opće slaganje koje se odlikuje odsutnošću čvrstoga protivljenja bitnim sadržajima od strane znatnoga dijela interesnih kupina i procesom u kojem se nastoje uzeti u obzir gledišta svih zainteresiranih strana te uskladiti oprečna stajališta.
2. Uključivanje svih zainteresiranih strana- demokratski postupak pripreme norma pretpostavlja uključivanje svih zainteresiranih strana koje imaju pravo sudjelovati i dati svoj doprinos izradbi norme kako bi je dragovoljnije primijenili.
3. Javnost rada- postupak pripreme mora biti dostupan javnosti od svojega početka i u svim fazama. O početku pripreme koje norme, o tijelu koje je priprema, dokumentu koji služi kao osnova za njezinu pripremu i o fazama pripreme javnost mora biti obaviještena na odgovarajući način.
4. Stupanj razvoja tehnike- norma definira „stanje tehnike“- stupanj razvoja tehnike u danome vremenu utemeljen na provjerenim znanstvenim, tehničkim i iskustvenim spoznajama.
5. Koherentnost- zbirka norma mora biti koherentna, norme ne mogu biti proturječne¹³

3.1.ISO 9001

Ova norma određuje zahtjeve sustava upravljanja kvalitetom koji u primjenjivi za sve organizacije bez obzira na njihovu vrstu i veličinu¹⁴. Ona se koristi kad organizacija:

- a) Treba pokazati sposobnost dosljednog pružanja usluga i proizvoda u skladu sa zadovoljstvom kupa i postojećim propisima
- b) Ima za cilj povećati zadovoljstvo kupca učinkovitom primjenom sustava uključujući njegove procese i neprekidna poboljšavanja¹⁵

Certifikat ISO 9001 je potvrda o uspješnom zadovoljavanju zahtjeva međunarodne norme ISO 9001 sustava upravljanja kvalitetom. Društva koja posjeduju certifikat ISO 9001 dokazuju implementiran sustav upravljanja kvalitetom u svojoj organizaciji.¹⁶

¹³ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme>

¹⁴ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme-za-sustave/iso-9001>

¹⁵ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme-za-sustave/iso-9001>

¹⁶ <https://alphacapitalis.com/2017/05/12/uvodenje-iso-9001-standarda/>

Postupkom certifikacije dokazuju da je taj sustav uspješno implementiran i tako njihovi klijenti i ostali sudionici na tržištu mogu imati povjerenje u uvedeni sustav upravljanja kvalitetom.

Koraci za uspješnu implementaciju ISO 9001:

1. Priprema

Prvi korak odnosi se na pravilnu pripremu implementacije ISO 9001 za Vaše društvo. To nije težak korak, ali je važan i ne smije se zapostaviti. ISO 9001:2015 je globalno prihvaćen standard za sustave upravljanja kvalitetom. Implementacija Standarda utječe gotovo na sve poslovne procese društva.

2. Dokumentacija

Izrada priručnika za upravljanje kvalitetom i formiranje politike kvalitete obično je najteži korak pri implementaciji Standarda. Priručnik moraju zadovoljiti sve mnogobrojne tehničke zahtjeve norme Standarda. Osim toga, izrada Priručnika bez pomoći, na početku implementacije Standarda, velika je početna prepreka.

3. Implementacija

Dok implementirani sustav upravljanja kvalitetom ISO 9001, gotovo svi zaposlenici moraju promijeniti način rada barem u određenoj mjeri. Preporučuje se da dodijelite pisane upute za rad svim zaposlenicima.

4. Interna revizija

Unutarnje revizije ISO 9001 su inspekcije u kojima Vaše društvo procjenjuje da li se prate svi zahtjevi ISO 9001 interne revizije i provode se samo pri implementaciji ISO 9001 već i povremeno nakon postizanja certifikata ISO 9001.

Sve interne revizije obavlja djelatnik Vašeg društva koji je osposobljen za reviziju ISO 9001

5. Certifikacija

Registar ISO 9001 je neovisni entitet koji šalje revizora i izdaje certifikat ISO 9001. Postoje mnoga društva koja nude certifikacijske usluge, ali budite oprezni: neki nisu službeno akreditirani.¹⁷

Postoji nekoliko tipičnih revizorskih pitanja i nekoliko zahtjeva Standarda kojima će se usredotočiti većina revizora. Ako revizor ne otkrije značajne probleme u sustavu upravljanja kvalitetom, dobit ćete certifikat ISO 9001. U slučaju da revizor uoči neke značajne nepravilnosti, imat ćete priliku ih ispraviti prije izdavanja certifikata ISO 9001.

¹⁷ <https://alphacapitalis.com/2017/05/12/uvodenje-iso-9001-standarda/>

6. Održavanje certifikata

Već sustav upravljanja kvalitetom ISO 9001 osmišljen je da se stalno poboljšava. Pobrinite se da ostane implementirano, nastavite s internim revizijama i uvjereni smo da ćete vidjeti povećanje učinkovitosti.¹⁸

3.2. ISO 22000

Normativni dokument niza 22000 globalne su norme kojima se osigurava sigurna hrana u lancu opskrbe. U toj se međunarodnoj normi utvrđuju zahtjevi za sustav upravljanja sa sigurnošću hrane koji organizaciji koja izravno ili neizravno sudjeluje u lancu hrane omogućuje da:

- Planira, uvodi, vodi, održava i osuvremenjuje sustav upravljanja sigurnošću hrane koji osigurava da su proizvodi i usluge sigurni i u skladu s njihovom namjenom
- Pokaže da ispunjava primjenjive zahtjeve zakona i provedbenih propisa povezanih sa sigurnošću hrane
- Vrednuje i procijeni obostrano dogovorene zahtjeve kupaca koji se odnose na sigurnost hrane i pokaže sukladnost s njima
- Učinkovito komunicira o pitanjima sigurnosti hrane sa zainteresiranim stranama u lancu hrane
- Osigura da organizacija pridržava svoje ustanovljene politike sigurnosti hrane
- Pokaže sukladnost odgovarajućim zainteresiranim stranama
- Traži certifikaciju ili registraciju svoga sustava upravljanja sigurnošću hrane od vanjske organizacije ili provede samoprocjenu ili samo deklaraciju o sukladnosti o tom međunarodnom normom

ISO 22000 ima prednost u odnosu na mnoge privatne norme jer obuhvaćaju čitavu organizaciju. Pridonosi uklanjanju rizika za sigurnost hrane u svim segmentima lanca hrane, od pola do stola. To je bitno jer opasnosti mogu nastati u svakoj fazi lanca hrane.

ISO 22000 bavi se komunikacijom duž lanca hrane i u organizaciji. Komunikacija je nužna da bi se utvrdile sve opasnosti a sigurnost hrane i na odgovarajući način stavile pod nadzor na

¹⁸ <https://alphacapitalis.com/2017/05/12/uvodenje-iso-9001-standarda/>

svakom koraku u lancu hrane. To podrazumijeva da organizacija komunicira i s organizacijama koje se nalaze ispred nje u lancu grane i onima koje dolaze nakon nje.

Cilj norme ISO 22000 na svjetskoj razini uskladiti zahtjeve za upravljanje sigurnošću hrane u organizacijama u lancu hrane. Posebno je namijenjena organizacijama koje traže usmjereniji, skladniji i potpuniji sustav upravljanja sigurnošću hrane nego što to inače zahtijeva zakon. Normom se o organizacije zahtijeva da svojim sustavom upravljanja sigurnošću hrane ispuni sve primjenjive zahtjeve zakona i provedbenih propisa povezanih sa sigurnošću hrane.¹⁹

3.3.ISO 14000

U Hrvatskoj se normi HRN EN ISO 14001:2015 utvrđuju zahtjevi za sustav upravljanja okolišem, što pomaže organizacijama da povećaju svoju uspješnost u upravljanju okolišem kroz učinkovito korištenje resursima te izbjegavanje i smanjivanje nastajanja otpada, s čime se povećava konkurentnost organizacije i povjerenje zainteresiranih strana. Ova je norma namijenjena organizacijama koje nastoje upravljati svojim odgovornostima koje se odnose na okoliš sustavan način. Predviđeni rezultati sustava upravljanja okolišem uključuju:

- Povećanje uspješnosti upravljanja okolišem
- Ispunjenje obveza usklađenosti
- Ostvarenje ciljeva povezanih s okolišem

Norma se može upotrijebiti u cijelosti ili djelomično za sustavno poboljšanje upravljanja okolišem. Međutim, tvrdnja organizacije o sukladnosti s ovom međunarodnom normom nije prihvatljiva ako u njezin sustav upravljanja okolišem nisu uključeni zahtjevi ove norme i ako nisu ispunjeni u cijelosti.

Organizacija koja želi dokazati sukladnost s ovom međunarodnom normom može to učiniti na sljedeće načine:

- Određivanje vlastite sukladnosti i davanjem vlastite izjave o sukladnosti, ili
- Traženjem potvrde o svojom sukladnosti od strana koje imaju interes u organizaciji, npr. kupca ili
- Traženjem potvrde svoje vlastite izjave o sukladnosti od strane koja je izvan organizacije, ili

¹⁹ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=57>

- Traženje certifikacije/registracije svoga sustava upravljanja okolišem od neke vanjske organizacije ²⁰

3.4. ISO 45000

Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu je norma koja mijenja općepoznati OHSAS 18001 te je na ovaj način konačno uključen u ISO obitelj normi. Nova norma je opsežan i sveobuhvatan sustav koji obuhvaća mnoge aspekte zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, a koji moraju biti uzeti u obzir pri primjeni ove norme.

U svom novom obliku očekuje se da će ISO 45001 postati vodeći sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu na globalnoj razini. Sama norma je na ovaj način postala sukladna ISO SL strukturi te na takav preuzela nadogradiv, prilagodljiv i višestruko efikasniji u upravljanju organizacijom.

Ova norma sveobuhvatno zahvaća aspekte zaštite zdravlja i sigurnosti na radu te od organizacije neizostavno zahtijeva postupanja spram osiguravanja radnih uvjeta na radu koji uključuju zdravstvene preduvjete (medicina roba), upravljanjem rizicima vezanim na mjesto rada u obliku opasnosti pri radu sa strojevima, primjenu radne opreme, radu na otvorenom, u uvjetima visokih i niskih temperatura, postupanje spram opasnosti od električne energije, eksplozija, kemijske opasnosti, opasnosti od padova, ručnog rukovanja, buke opasnosti od vibracija te uvažiti psihičko opterećene poslom odnosno psihofizičkim rizicima.

Primjenom sustava upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnost na radu se stvara okolina za:

- Ostvarenje pouzdanog i otpornog poslovanja kroz prevenciju rizika i kontinuiranu prilagodbu organizacije
- Osnaži sukladnost sa zakonskim i regulatornim zahtjevima i na taj način umanjiti opasnosti od poslovne štete
- Demonstrirati odgovornosti i posvećenost svih uključenih u poslovanje za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu²¹

²⁰ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53>

Aktualna zakonska Procjena rizika organizacije je polazište za uspostavu sustava pa je tako treba kritički pregledati i identificirati one opasnosti za koje je potrebno poduzeti dodatne sigurnosne mjere kako bi rizici bili na prihvatljivoj razini. Ispunjavanjem ostalih zahtjeva norme postiže se trajno poboljšavanje sustava. Za one organizacije koje već imaju uspostavljeni sustav upravljanja kvalitetom, a posebno okolišem, primjena ovog sustava će biti jednostavna jer su zahtjevi kompatibilni.²²

3.5. ISO 27000

Sustav upravljanja informacijskom sigurnošću je osmišljen kako bi osigurao odabir odgovarajućih i razmjernih sigurnosti kontrola koje štite informacijsku imovinu organizacije te osiguravaju povjerenje zainteresiranih strana.

Norme niza 27000 sadrže rječnik, zahtjeve i pojašnjenja za uspostavu, primjenu, rad, praćenje rada, preispitivanje, održavanje i poboljšavanje dokumentiranog sustava upravljanja informacijskom sigurnošću, a u kontekstu sveukupnog poslovanja organizacije. Sadrže zahtjeve za primjenu sigurnosnih kontrola, prilagođenih potrebama pojedine organizacije ili nekog njenog organizacijskog dijela.²³

²¹ <https://www.icradriatica.hr/iso-45001/>

²² <https://www.dekaform.hr/Iso45.html#content4-1p>

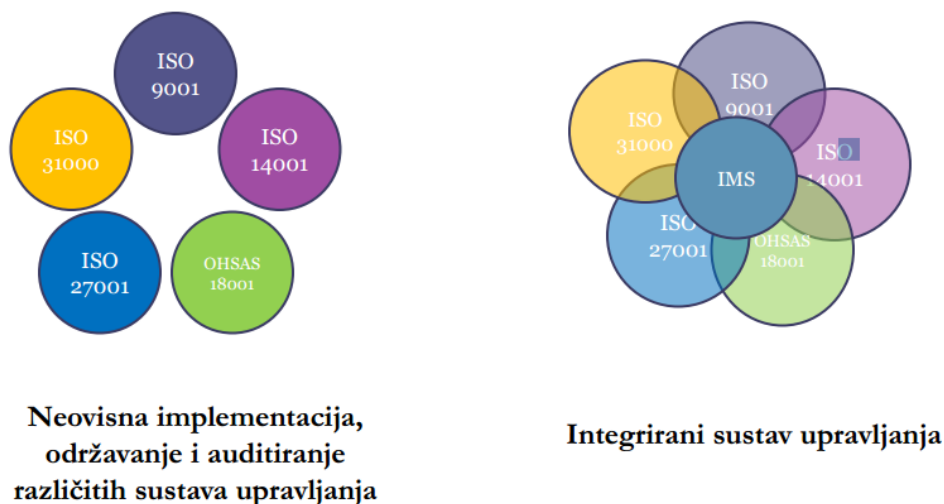
²³ <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/normizacija/1304-norme-niza-iso-27000>

4. INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM U TVRTKI PODRAVKA

Integrirani sustavi upravljanja nastaju istodobno. Primjenom barem dvaju sustava upravljanja čiji se elementi, odnosno zahtjevi zajednički ispunjavaju.

Formira se koordinirani sustav: sustav koji je bolji od zbroja svojih dijelova i može ostvariti bolje rezultate.

Pruža cjelokupnu sliku svih aspekata organizacije, načina na koji utječu jedini na druge i povezanih rizika. Osnovna norma sustava upravljanja organizacijom trenutno je norma za sustav upravljanja kvalitetom ISO 9001:200.²⁴



Slika 2. Prikaz integriranog sustava

Izvor: <https://www.emaze.com/@AOFZWCOQ> (09.06.2022.)

Sustav kontrole kvalitete čini sustav laboratorija integriranih kroz informatički sustav SAP QM, odgovornih za planiranje, kontrolu i verifikaciju kvalitete i zdravstvene ispravnosti. SAP model upravljanja (QM) implementiran je u sve laboratorije Kontrole kvalitete 2009. godine s ciljem upravljanja kvalitetom na razini kompanije te podrške upravljanja i unapređenju sustava kvalitete.

²⁴ <https://www.emaze.com/@AOFZWCOQ>

Proces kontrole kvalitete započinje kontrolom sirovina u skladu s važećom HR/EU i zemalja u koje Podravka izvozi svoje proizvode. Sirovine prolaze višestruku kontrolu koja obuhvaća provjeru ulazne dokumentacije, nadzor nadležnih inspekcijskih tijela te analitičku provjeru u laboratorijima Kontrole kvalitete, Podravka i vanjskih akreditiranim laboratorijima.

Verifikacija svih proizvodnih faza nastavlja se kontrolom poluproizvoda i gotovih proizvoda prije izlaska na tržište.

Planovi Kontrole kvalitete postavljeni su u skladu sa zakonskom legislativom i zahtjevima specifikacije, a bazirani su na procjeni rizika i analizi trendova.²⁵

²⁵ <https://www.emaze.com/@AOFZWCOQ>

5.OPĆI PODACI O PODRAVKI



Slika 3. Logo Podravke

Izvor: <https://www.podravka.hr/> (10.06.2022.)

Ime kompanije Podravka potječe od naziva za stanovnicu Podravskog kraja, u kojem se nalazi sjedište tvrtke. Nastala je 1947. godine na temeljima nekadašnje tvornice pekmeza i prerade voća-Wolf, te kasnije postala poznata u zemlji i inozemstvu po proizvodnji univerzalnog dodatka jelima- Vegeti, koja se već preko 70 godina izvozi u više od 60 zemalja svijeta na svih pet kontinenata. Podravku danas kupci prepoznaju, ne samo po brandu Vegeta veći i po nizu brandova; Dolcela, Lino, Eva, Fant, Kviki itd.

Podravka, jedna od vodećih kompanija u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi. Sa sjedištem u Koprivnici, danas poslujemo u dva glavna poslovna segmenta: prerana i farmaceutika, a brojni potrošači prepoznali su vrijednost proizvoda te poklonili povjerenje, u više od šezdeset država širom svijeta.

Logotip Podravke mijenjao se tijekom godina. Dominantna boja, posebno u posljednjih trideset godina, je jarko crvena na bijeloj podlozi. Crvena u spektru boja spada u one tople, a kako je riječ o prehrambenoj industriji, posve je razumljiv odabir tople boje koja pozitivno utječe na emocije ljudi.

Najdugovječniji Podravkine slogani bili su „Od srca srcu“, te Kompanija sa srcem“, a godinama se u kompanijama koristio slogan „ Kad srcem kuha, kuha se Podravka juha“. Srce je, osim u znaku kompanije, simbolički korišteno i kao izvor emocija čovjeka, a poznato je da hrana u životima mnogih ima i značenje izvora veliko spektra zadovoljstva.(<https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/povijest/> 10.06.2022.)

5.1.Djelatnost poduzeća

Podravka je jedan od poslodavaca koji omogućuje studentima da pokažu koliko vrijede i iskoriste idealnu priliku u kojoj će moći pokazati svoje znanje i mogućnosti te steći iskustvo koje će im zasigurno osigurati bolju poslovnu budućnost.

Grupa Podravka jedna je od najveći prehrambenih kompanija sa sjedištem u Europi. Osnovna je Podravkina djelatnost proizvodnja visokokvalitetnih prehrambenih proizvoda s markom. Druga ključna djelatnost Grupe Podravka je farmaceutika. Farmaceutska kompanija u vlasništvu Podravka grupe je Belupo d.d., drugi po veličini proizvođač lijekova u Republici Hrvatskoj.

Cilj Podravke je ostvariti gospodarski rast proizvodnjom vrhunskih proizvoda. To jamči modernim tehnološkim procesima, kvalitetnim i sirovinama i znanjem, a brojni potrošači u više od 40 zemalja svijeta prepoznali su i nagradili kvalitetu Podravkinih proizvoda svojim povjerenjem.²⁶

5.2.Organizacijska struktura poduzeća

Poslovna organizacija Podravke sastoji se od tri strateška poslova područja (SPP-a): Prehrane i pića, Farmaceutike i Usluga. Potpora strateškim poslovni područjima jesu korporativne funkcije i upravljačke službe.

Cilj ovakve organizacije je postizanje učinkovitog i bržeg provođenja procesa, jasnijeg definiranja odgovornosti te poboljšanje horizontalne komunikacije, što su ključni nedostaci dotadašnje organizacije.

²⁶ <https://www.poslovni.hr/hrvatska/predstavljamo-poslodavce-podravkin-cilj-osvajanje-trzista-vrhunskim-proizvodima-252141>

Važniji principi takve nove organizacije su uspostaviti plitku organizaciju koja nema nepotrebnu hijerarhiju, fleksibilnost te osiguravanje odgovornosti za cijeli proces na svim razinama.



Slika 4. Shematski prikaz organizacijske strukture Podravka

Izvor: <http://www.podravka.hr/repository/files/b/c/bc044ccf38fe4b156895993653b5318f.pdf>

(10.06.202.)

5.3. Misija, vizija i ciljevi

Vizija Podravke je posvećenost poboljšanju svakodnevne kvalitete života potrošača, kupaca i zaposlenika putem inovativnosti i inter nacionaliziranosti.

Misija Podravke je ponuditi inovativno kulinarsko iskustvo i zdrava životna rješenja. Stvaranje visokokvalitetnih proizvoda s marom koji osvajaju povjerenje klijenta i potrošača.²⁷

Cilj Podravke je ostvariti gospodarski rast proizvodnjom vrhunskih proizvoda. To jamči modernim tehnološkim procesima, kvalitetnim i sirovinama i znanjem, a brojni potrošači u više od 40 zemalja svijeta prepoznali su i nagradili kvalitetu Podravkinih proizvoda svojim povjerenjem.²⁸

5.4. Certifikati

Certifikat je dokument koji izdaje ovlaštena institucija kojima kompanija dokazuje usklađenost s određenim međunarodno priznatim normama te dobrom proizvođačkom odnosno poslovnom praksom. Podravski sustav temelji se na načelima najznačajnijih normi i praksi u prehrambenoj industriji.²⁹

²⁷ <https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/>

²⁸ <https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/>

²⁹ <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/certifikati/>

| ISO | HACCP | BRC | IFS | HALAL | KOSHER |
|-------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------|
| ISO 9001 Podravka d.d. | HACCP Podravka d.d. | BRC Podravka Tvornica dječje hrane i kremnih namaza | IFS Podravka d.d. Tvornica Kalnik | HALAL Tvornice A Danica | Kosher- Tvornica Kalnik, Varaždin |
| ISO 27001 Podravka d.d. | HACCP Podravka d.d. | BRC Podravka Tvornica juha i Vegete | IFS Podravka Lagris a.s | HALAL Tvornice a dječje | Kosher- Vegea |

Tablica 1. Certifikati poduzeća Podravke d.d.

Izvor: <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/certifikati/>
(10.06.2022.)

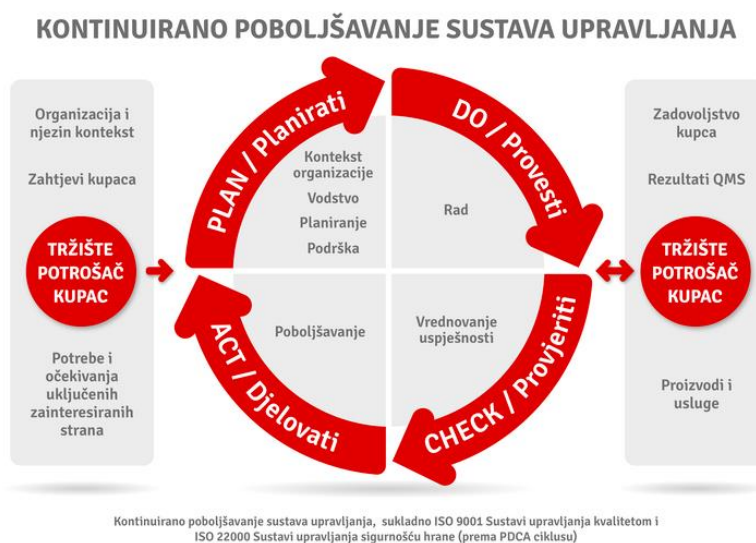
6.KVALITETA I SIGURNOST HRANE

Kvaliteta i sigurnost proizvoda, kvaliteta poslovnih procesa kao i stalno poboljšanje poslovnih praksi Podravkin je permanentni i strateški cilj.

Zahtjevi za zadovoljstvo kupaca i potrošača , ali i ostalih zainteresiranih strana- dionika (vlasnici, zaposlenici, dobavljači, financijske institucije, društvena zajednica), moraju biti i sustavno komunicirani kroz sve poslovne procese.

Podravkino temeljno usmjerenje je proizvodnja visokokvalitetnih i zdravstveno ispravnih proizvoda. Temelj tome je dobra proizvođačka praksa i načela upravljanja kvalitetom i sigurnost hrane.

Sigurnost hrane je sustavni, integrirani dio sustava upravljanja Podravke, predstavlja poslovni bonton Podravke, a primarni cilj sustava sigurnosti hrane je zaštita zdravlja potrošača.³⁰



Slika 5. Kontinuirano poboljšanje sustava upravljanja

Izvor: <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/kvaliteta-i-sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/> (11.06.2022.)

³⁰ <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/kvaliteta-i-sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/>

Podravka danas uživa povjerenje brojnih potrošača u regiji i svijetu koji su prepoznali vrijednost njenih proizvod. S razlogom, jer je Podravka prepoznala osnovne zahtjeve koje u svojim poslovnim procesima mora kontinuirano primjenjivati i poboljšavati:

- **Ispunjavanje zahtjeva potrošača**- proizvod kvalitetan i siguran za konzumaciju te siguran i prihvatljiv za okoliš
- **Ispunjavanje zahtjeva zakonodavstva** o sigurnosti hrane u zemlji i svijetu
- **Ispunjavanje zahtjeva kupaca** koji se odnose na sigurnost hrane i stalno poboljšanje kvalitete proizvoda
- **Održavanje i poboljšanje komunikacije** s dobavljačima, kupcima i zainteresiranim stranama u lancu hrane
- **Osiguravanje proizvodnje kvalitetnih i sigurnih proizvoda za konzumaciju svim potrošačima** kroz cijeli lanac hrane: od nabave najkvalitetnijih sirovina pa do distribucije gotovog proizvoda potrošaču
- **Poštivanje tradicije i uvođenje modernih trendova**
- **Kontinuirano usavršavanje zaposlenika** jedna je od temeljnih osnova uspostavljenog sustava sigurnosti hrane i kvalitete, ostvarenog uz pomoć kvalitetnih i stručnih osoba koji posjeduju visoku razinu ponajprije tehnoloških znanja i korporativnog upravljanja
- **Kontinuirano prepoznavanje i implementiranje zahtjeva tržišta** na području prehrambene industrije
- **Kontinuirano implementiranje i primjena principa održivog razvoja**
- **Prepoznavanje važnosti i implementacije zahtjeva zaštite hrane** u borbi protiv namjene zlouporabe i krivotvorenja proizvoda, zaštite brandova sve do prava potrošača da su informirani o proizvodu koji konzumiraju
- **Primjenjivanje koncepta razmišljanja temeljenog na rizicima** kroz integrirani sustav upravljanja kompanije s ciljem razmatranja potencijalnih rizika kroz cjelokupno poslovanje, uspostavljanje kulture proaktivnog, preventivnog djelovanja i poboljšavanja sustava upravljanja kompanije

Podravka gradi povjerenje na temelju uzajamnog poštovanja kako zaposlenika, tako i svojih potrošača klijenata.

6.1. Analiza proizvoda

Pažljivim odabirom sastojaka i aroma Podravka stvara proizvode u kojima, zahvaljujući jedinstvenom i svojstvenom okusu, uživaju generacije potrošača.

Okus hrane jedno je od najvažnijih kriterija pri odabiru hrane. Pažljivim odabirom sastojaka i aroma Podravka stvara proizvod u kojima, zahvaljujući jedinstvenom i svojstvenom okusu, uživaju generacije potrošača. Obiteljske preferencije i tradicija, stil života, okoliš, dob i spol ključni su u izgradnji prehrambenih navika.³¹

U laboratoriju za senzorska i kulinarska ispitivanja prof. Zlata Bartl, dizajnira se okus upotrebom kulinarskih uređaja i tehnika, 3D robota za printanje hrane, software-skih rješenja za najbolje sparivanje sastojaka hrane prema kemijskom sustavu, a ispituje i potvrđuje klasičnim (eksplicitnim) senzorskim metodama i naprednim (implicitnim) software-ima baziranim na umjetnoj inteligenciji u interakciji sa potrošačima svih dobnih skupina. Osim za vlastite potrebe razvoja, laboratorij je namijenjen i za industrijska istraživanja i suradnje u istraživačkim projektima.

Ovaj laboratorij je osim za istraživanje i razvoj, opremljen najsuvremenijom multimedijском opremom stvaranje medijskih sadržaja i „live streaminga“, za potrebe promocije proizvoda.

Brandovi: Podravka, Vegeta, Kviki, Dolcela, O Plant, Talianetta, Žito, Salut, Fini-Mini, Eva, Lino, Lino Lada, Šumi, Fant, Majstor, Zlatno polje te Mirna.

Tipovi proizvoda: Mesni, juhe, snack, slastice, bomboni, brašna i mješavine, riža, pripomoć za pripremu slastica, namazi, prilozi jelima, salate, dodaci jelima, napitci, dječja hrana, gotova jela, tjestenina.³²

³¹ <https://www.podravka.hr/kompanija/r-d/okus/>

³² <https://www.podravka.hr/proizvodi/>

6.2. Istraživanje Čokolino



Slika 6. Čokolino

Izvor: <https://www.podravka.hr/proizvod/lino-cokolino/> (11.06.2022.)

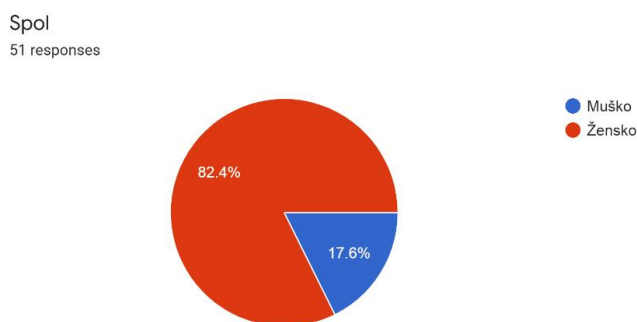
Generacijama je već Čokolino omiljena hrana za cijelu obitelj. Fina žitna kašica s okusom čokolade, a u kombinaciji s 2dl mlijeka trenutno se pretvara u hranjiv i ukusan obrok.

Kašica je obogaćena s čak 7 vitamina (B1, B2, B6, C, E, nican i folna kiselina), što ju čini energetski uravnoteženim obrokom idealnim za djecu u razvoju. Iako prvenstveno stvoren za djecu, ovu žitnu kašicu odrasli nikad nisu prerasli.

6.3.Zadovoljstvo proizvodom Čokolino

Istraživanje je provedeno putem ankete koja je napravljena u google docs-u. Informacije su prikupljene na način da je anketa slana svima preko društvenih mreža. Rezultati istraživanja se temelje na odgovorima prikupljenih od 51-og korisnika.

Grafikon 1: Spol

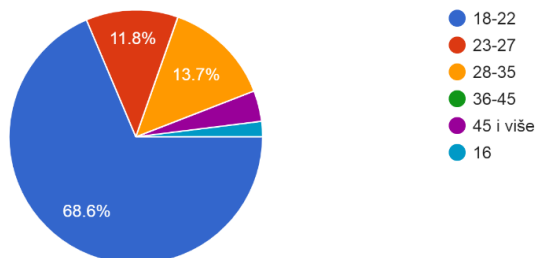


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Istraživanje je pokazalo da Čokolino najviše konzumiraju ženske osobe i to čak 82,4%, što je vidljivo iz grafikona 1, dok je muških osoba značajno manje samo 17,6%.

Grafikon 2: Dob

Dob
51 responses

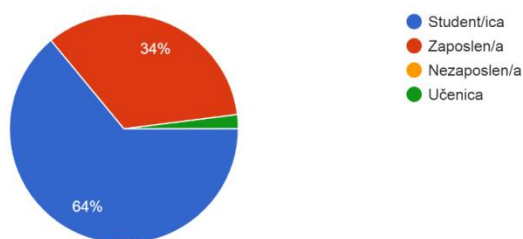


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Anketno istraživanje je pokazalo da Čokolino najviše konzumiraju mlađe osobe tj. osobe u dobi od 18-22 godine, a najmanje osobe starije od 45 godina. Nešto malo više konzumiraju osobe u dobi od 28-35 godina njih 13,7%.

Grafikon 3: Radni status

Radni status
50 responses

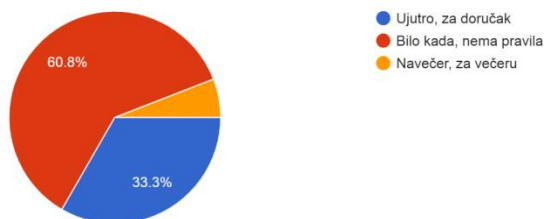


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Grafikonom brojem 3. iskazani su podaci o radnim skupinama iz kojih je vidljivo da je najveći broj ispitanika koji su pristupili studenti njih 64% što znači da su oni najveći obožavatelji Čokolina, dok nešto manje su zaposlene osobe njih 34%.

Grafikon 4 : Kada najčešće jedete Čokolino?

Kad najčešće jedete Čokolino?
51 responses

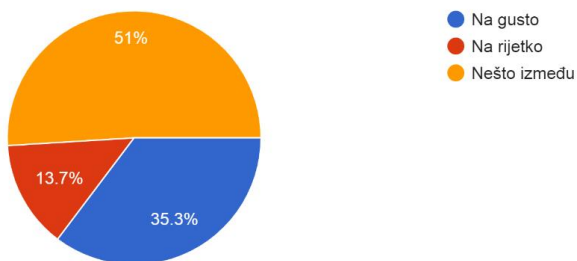


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Kad najčešće jedete Čokolino“ odgovori su bili različiti, ali najviše odgovora odnosilo se na činjenicu da u stvari nema pravila u konzumiranju Čokolina i da čak 60,8% ispitanika konzumira Čokolino bilo kada. Isto tako, Čokolino se konzumira za doručak 33,3%, a najmanje za večeru.

Grafikon 5 : Kako jedete Čokolino?

Kako jedete Čokolino?
51 responses

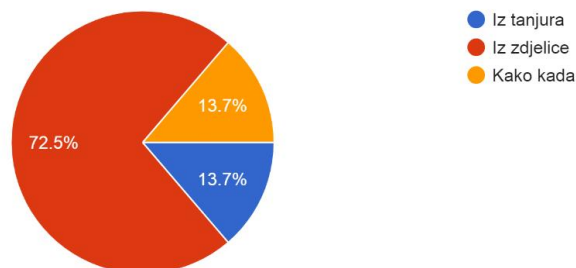


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Istraživanje je utvrđeno da Čokolino na gusto jede 35,3% , dok 51% osoba konzumira nešto između tj. da nema pravila da nekada rade na gušće, a nekada na rjeđe. Čokolino se najmanje jede na rijetko njih 13,7% što je vidljivo iz grafikona 5.

Grafikon 6 : Iz čega jedete Čokolino?

Iz čega jedete Čokolino?
51 responses

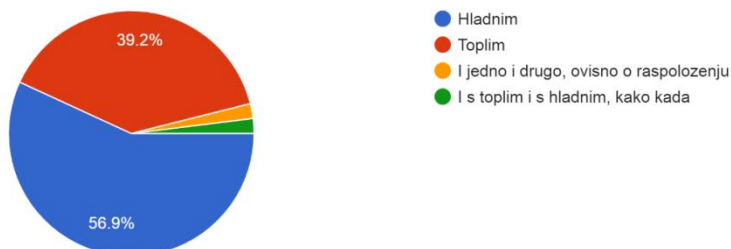


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Iz čega jedete Čokolino“ najviše odgovora je bilo iz zdjelice njih 72,5% dok iz tanjura je 13,7% kao i kako kada.

Grafikon 7 : S kakvim mlijekom jedete Čokolino?

S kakvim mlijekom jedete Čokolino?
51 responses

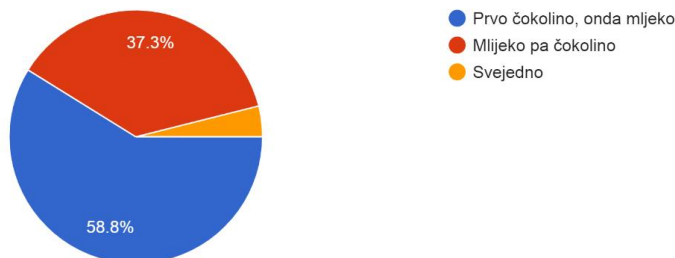


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „S kakvim mlijekom jedete Čokolino“ bilo je različitih odgovora, pa tako njih 56,9% je odgovorilo da jedu sa hladnim mlijekom, dok je njih 39,2% izjavilo da jedu sa toplim mlijekom. Najmanje je odgovora bilo da Čokolino jedu i s toplim i hladnim mlijekom , kako kada, odnosno i s jednim i drugim ovisno o raspoloženju.

Grafikon 8 : Redosljed pripreme Čokolina

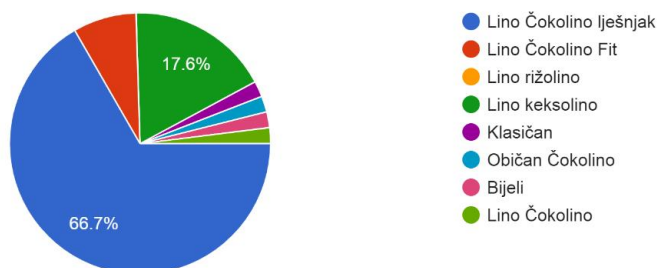
Redosljed rađanja Čokolina
51 responses



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“ grafikonom broj 8 utvrđeno je da najviše osoba radi Čokolino na način da prvo stave njega pa onda mlijeko, no bilo je i onih kojima je svejedno njih je bilo izuzetno manje. 37,3% osoba je reklo da Čokolino radi na način da prvo stave mlijeko, pa onda Čokolino.

Grafikon 9 : Koji vam je najdraži okus?

Koji vam je najdraži okus?
51 responses

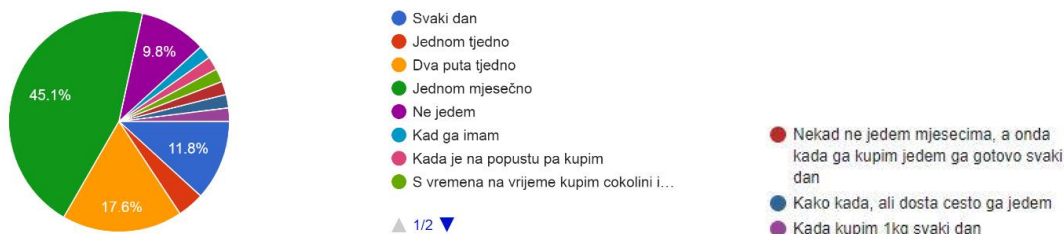


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Koji vam je najdraži okus“ bilo je različitih odgovora ali iz grafikona je vidljivo da je to Lino Čokolino lješnjak njih 66,7% zatim slijedi Lino Keksolino sa 17,6% , nakon njega je Lino Čokolino Fit. Ljudima se najviše sviđa Klasičan, Običan, Bijeli.

Grafikon 10 : Koliko često jedete Čokolino?

Koliko često jedete Čokolino?
51 responses

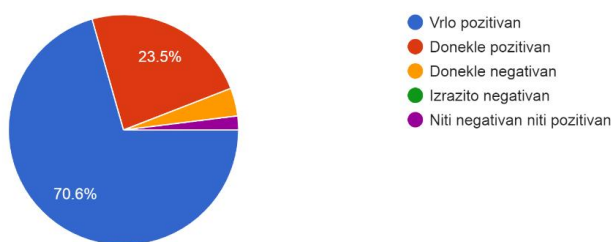


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Anketom je utvrđeno da najviše osoba Čokolino konzumira ipak jednom mjesečno njih 45,1% ,dva puta tjedno njih 17,6%, svaki dan njih 11,6%. Čokolino uopće ne jede 9,8% ispitanika, dok je onih koji ga jedu jednom tjedno, kada je na popustu, kada ga imaju u kući, kako kada, dosta često i kada ga kupe u pakiranju od 1 kg ima u manjem postotku.

Grafikon 11 : Stav prema oglašavanju Čokolina?

Stav prema oglašavanju Čokolina?
51 responses

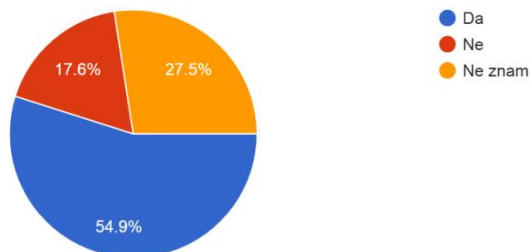


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Stav prema oglašavanju Čokolina je izrazito pozitivan što je vidljivo iz grafikona njih 70,6% je izrazito zadovoljno, zatim slijedi odgovor donekle pozitivan sa 23,5%. Najmanji broj odgovora je bio između niti pozitivan niti negativan. Nitko nije odgovorio da ima izrazito negativan stav prema oglašavanju Čokolina.

Grafikon 12 : Smatrate li da Podravka dovoljno ulaže u oglašavanju ovog proizvoda?

Smatrate li da Podravka dovoljno ulaže u oglašavanje ovog proizvoda?
51 responses

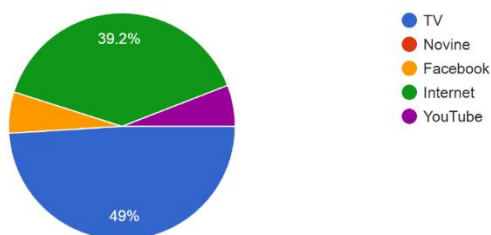


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Smatrate li da Podravka dovoljno ulaže u oglašavanju ovog proizvoda“ 56,9% ispitanika odgovorilo je pozitivno, dok je njih 17,6% odgovorilo negativno. Čak 27,5% ispitanika je odgovorilo da ne zna je li Podravka dovoljno ulaže u oglašavanje i promociju Čokolina.

Grafikon 13 : Najbolji način oglašavanja ovog proizvoda?

Najbolji način oglašavanja ovog proizvoda?
51 responses



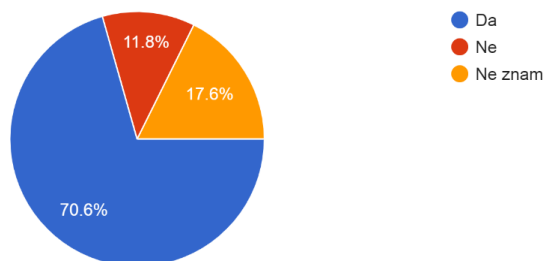
Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Iz grafikona je vidljivo da je najviše ispitanika izjavilo da je najbolji način oglašavanja proizvoda putem TV-a (49%), 39,2% je odgovorilo da je to Internet, a podjednako su rekli da bi bilo najbolje preko Facebooka i You Tuba. Također, nitko nije odgovorio da bi novine eventualno mogle biti dobar način oglašavanja.

Grafikon 14 : Smatrate li da Podravkino oglašavanje ovog proizvoda utječe na povećanje kupnje?

Smatrate li da Podravkino oglašavanje ovog proizvoda utječe na povećanje kupnje?

51 responses



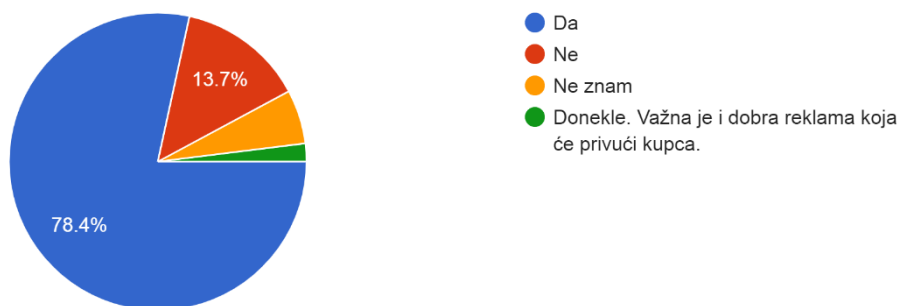
Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Smatrate li da Podravkino oglašavanje ovog proizvoda utječe na povećanje kupnje“ najviše osoba je potvrdilo (70,6%), a negiralo je 11,8% ispitanika, njih 17,6% je odgovorilo da ne zna.

Grafikon 15 : Smatrate li da je reklama čimbenik koji definira kupnju?

Smatrate li da je reklama čimbenik koji definira kupnju?

51 responses



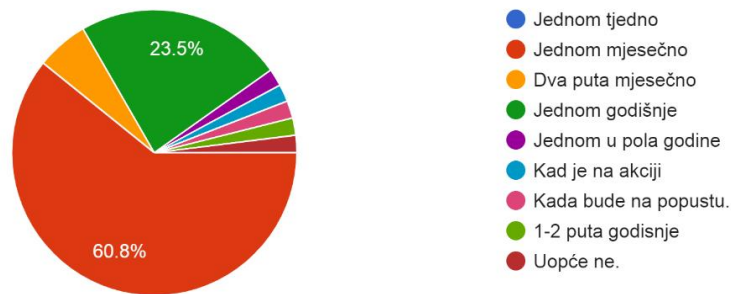
Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Istraživanjem je utvrđeno da 51 osoba u anketi smatra da je reklama glavni čimbenik koji definira kupnju i to čak u velikom postotku od 78,4%. Samo 13,7% ispitanika smatra da reklama nije bitna, dok mali postotak ispitanika smatra da će ipak dobra reklama privući kupca.

Grafikon 16 : Koliko često kupujete ovaj proizvod?

Koliko često kupujete ovaj proizvod?

51 responses



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo proizvodom Čokolino“

Na pitanje „Koliko često kupujete ovaj proizvod“ njih 60,8% je reklo jednom mjesečno dok 23,5% ispitanika je reklo jednom godišnje. U podjednakom omjeru na ovo pitanje odgovori su bili jednom u pola godine, kada je na akciji, 1-2 puta godišnje i uopće ne. Nitko nije odgovorio da Čokolino kupuje jednom tjedno.

7.ZAKLJUČAK

Pojam „kvaliteta“ je danas vrlo prisutna u životu i svaka osoba ima svoj način na koji će ju opisati. Također vrlo je bitna u svakome poslovanju da bi prikazala je li neki proizvod kvalitetan. Kvaliteta je definirana kao zadovoljstvo kupaca.

Podravka je jedna od vodećih kompanija u Europi. Osnovna Podravkina djelatnost je proizvodnja visoko kvalitetnih prehrambenih proizvoda s markom. Druga ključna djelatnost Grupe Podravka je farmaceutika. U Podravku danas spada i mesna industrija Danica, poznata tvornica lijekova Belupo, te mnoge druge manje robne marke koje su također važne u poslovanju.

Dobivanjem raznih certifikata ne znači odmah da je sve riješeno, jer u poslovanju tvrtki može uvijek doći do raznih prepreka, ali certificiranjem prema ISO normama kvaliteta se sve više unapređuje i usavršava .

Podravka, sa mnogim dobivenim nagradama na različitim tržištima svojim kupcima daje pouzdanost u svoje proizvode i njihovu sigurnost koje proizvodi dugi niz godina. Osnovni cilj koji Podravka nudi za budućnost je stalan razvoj i unapređenje kvalitete i sigurnosti i kvalitete svih svojih proizvoda.

LITERATURA

Knjige:

1. Lazibat T., Upravljanje kvalitetom, Zagreb, 2009.
2. Buntak K., Baković T., Mišević P., Damić M., Buntić L, Kvaliteta i sustavi upravljanja kvalitetom, Zagreb, 2021.

Internetske stranice:

1. Svijet kvalitete- ISO 9001:2015: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme-za-sustave/iso-9001> (13.06.2022.)
2. Svijet kvalitete- Kvaliteta: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta> (13.06.2022.)
3. Svijet kvalitete- Povijest: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/povijest> (13.06.2022.)
4. Svijet kvalitete Norme: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme> (13.06.2022.)
5. Icradiatica: <https://www.icradiatica.hr/iso-45001/> (13.06.2022.)
6. Ivan Mencer, Osiguravanje kvalitete: <https://www.icradiatica.hr/iso-45001/> (13.06.2022.)
7. Svijet kvalitete- ISO: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/institucije/871-predstavljamo-iso> (13.06.2022.)
8. Alpha Capitalis: <https://alphacapitalis.com/2017/05/12/uvodenje-iso-9001-standarda/> (13.06.2022.)
9. Svijet kvalitete- 27000: <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/normizacija/1304-norme-niza-iso-27000> (13.06.2022.)
10. Dekaform d.o.o. : <https://www.dekaform.hr/Iso45.html#content4-1p> (13.06.2022.)
11. HZN- ISO 14000: <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53> (13.06.2022.)
12. HZN- ISO 22000: <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=57> (13.06.2022.)
13. Poslovni hr.: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/predstavljamo-poslodavce-podravkin-cilj-osvajanje-trzista-vrhunskim-proizvodima-252141> (13.06.2022.)
14. Emaze: <https://www.emaze.com/@AOFZWCOQ> (13.06.2022.)
15. Podravka: <https://www.podravka.hr/> (13.06.2022.)

POPIS SLIKA

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1. Kontrola kvalitete | 7 |
| Slika 2. Prikaz integriranog sustava..... | 17 |
| Slika 3. Logo Podravke | 19 |
| Slika 4. Shematski prikaz organizacijske strukture Podravka | 21 |
| Slika 5. Kontinuirano poboljšanje sustava upravljanja..... | 24 |
| Slika 6. Čokolino | 27 |

POPIS TABLICA

| | |
|---------------------------------------------------|----|
| Tablica 1. Certifikati poduzeća Podravke d.d..... | 23 |
|---------------------------------------------------|----|

POPIS GRAFIKONA

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 1: Spol | 28 |
| Grafikon 2: Dob..... | 29 |
| Grafikon 3: Radni status | 29 |
| Grafikon 4 : Kada najčešće jedete Čokolino? | 30 |
| Grafikon 5 : Kako jedete Čokolino?..... | 30 |
| Grafikon 6 : Iz čega jedete Čokolino? | 31 |
| Grafikon 7 : S kakvim mlijekom jedete Čokolino? | 31 |
| Grafikon 8 : Redosljed pripreme Čokolina..... | 32 |
| Grafikon 9 : Koji vam je najdraži okus?..... | 32 |
| Grafikon 10 : Koliko često jedete Čokolino? | 33 |
| Grafikon 11 : Stav prema oglašavanju Čokolina? | 33 |
| Grafikon 12 : Smatrate li da Podravka dovoljno ulaže u oglašavanju ovog proizvoda? | 34 |
| Grafikon 13 : Najbolji način oglašavanja ovog proizvoda? | 34 |
| Grafikon 14 : Smatrate li da Podravkino oglašavanje ovog proizvoda utječe na povećanje kupnje? | 35 |
| Grafikon 15 : Smatrate li da je reklama čimbenik koji definira kupnju? | 35 |
| Grafikon 16 : Koliko često kupujete ovaj proizvod? | 36 |

POPIS PRILOGA

Anketno istraživanje:

<https://docs.google.com/forms/d/1bxG04dz4uFXScRBEGs-86Jz3gYJgPhgaYI6FDRrefcl/edit#responses>