

ISO 22000 у приватному секторі — питання інтеграції

Ряд публікацій показав, чому стандарт ISO 22000 на управління безпекою харчової продукції (БХП) відрізняється від інших міжнародних стандартів на контроль БХП з погляду передових рішень в аналізі погроз.

Ідентифікація критичних контрольних точок та оперативні програми забезпечення передумов є ключовими питаннями цього стандарту. Проте, незважаючи на велику увагу, яка приділяється цьому стандарту, його управлінський аспект, як і раніше, недооцінюється. Його цінність вище у великих підприємствах з комплексною організаційною структурою.

Управлінський аспект

Управлінський аспект вимагає серйозного ставлення під час упровадження *ISO 22000:2005 «Системи управління безпекою харчових продуктів. Вимоги до всіх організацій у ланцюгу виробництва й споживання харчових продуктів»* не лише на рівні управління якістю, але й на рівні всієї компанії. На практиці, велика роздрібна торгівля представляє прекрасний приклад усіх складностей управління БХП, і, в остаточному підсумку, упровадження ISO 22000.

Убезпечення в роздрібному секторі включає ряд підрозділів, відділів і департаментів, роботу яких координує департамент якості. На горизонтальному рівні ці підрозділи включають, серед інших, департамент закупівель продовольства, відділ кадрів, департамент технічного обслуговування, відділ маркетингу, фінансовий департамент. На вертикальному рівні сюди включають відділ продажів, які здійснює нагляд за регіональними офісами, які, у свою чергу, складаються з декількох департаментів.

Зацікавленість керівництва

Ефективне упровадження систем управління БХП у великій роздрібній торгівлі починається з особистої зацікавленості вищого керівництва. У цьому випадку менеджер з якості відіграє ключову роль, тому що він або вона мають переконати вище керівництво в перевагах такого підходу й продемонструвати корисність (додаткову вартість) системи. Узгодження даної роботи зі стратегією компанії відіграє важливу роль у досягненні успіху.

Напроти, стратегія, заснована на задоволенні потреб існуючих і потенційних клієнтів, що й дозволяє компанії отримати конкурентні переваги, може одержати від системи управління БХП відмінні інструменти організації й безперервного поліпшення.

Ефективна комунікація

Горизонтальна й вертикальна інтеграція, підтримувана вищим керівництвом, здійснюється за допо-

могою ефективною внутрішньофірмовою комунікацією. Необхідно описати сторони, які братимуть участь у забезпеченні контролю БХП усередині компанії, і визначити потоки передавання інформації (комунікації). Так, ефективна комунікація між відділом маркетингу й відділом якості зможе допомогти уникнути схематичності заводських потоків, які можуть впливати на БХП. Вертикальна комунікація відіграє важливу роль у розробленні процедур і забезпеченні можливостей для відділу якості встановлювати такі процедури й використовувати інструментарій, які щонайкраще підходять для конкретного магазину, не втрачаючи з виду комерційних цілей.

Бездоганна координація

БХП — обов'язкова умова торгівлі продовольством. У роздрібній торгівлі управління БХП є обов'язком департаменту управління якістю. Перетворення такої управлінської діяльності на практиці в реальну систему вимагає бездоганної координації усіх видів діяльності, що впливають на БХП, здійснюваних усередині приватної компанії.

Такий тип координації, яка називається «горизонтально-вертикальною інтеграцією», потребує допоміжних знань і вмінь, що доповнюють технічні компетенції. Так, лідерський досвід є ключовою умовою ефективності системи. Досвід у сфері маркетингу й комунікацій не менш важливий, оскільки допомагає утягнути людей у процес.

Глибоке знання й розуміння стратегії компанії допомагає забезпечити внутрішньофірмову інтеграцію політики БХП. Сюди ж можна додати інші знання у сфері управління персоналом, експлуатацією й фінансами. Усі ці дисципліни надають управлінню БХП суто управлінський аспект, що особливо акцентовано в стандарті ISO 22000. У результаті, стандарт забезпечує приватний сектор практичними можливостями професійного контролю БХП і охоплює інші дисципліни, невід'ємні для успіху в сучасному бізнесі.

Ашраф Тюалі,

доктор ветеринарії та головний консультант, менеджер компанії Mérieux Nutrisciences

За матеріалами веб-порталу <http://www.iso.org>

Матеріал надано зі скороченнями