

EVROPSKI STANDARD ZA USLUGE (EuSS)
za ocenu kvaliteta rada malih, srednjih i velikih preduzeća bilo koje vrste

A. Opšte napomene

1. Procena se vrši tako što se uzima u obzir sveukupna slika preduzeća i njegov kvalitet s obzirom na to koliko zadovoljava želje svojih klijenata, kompetentnost konsalting usluga, održavanje proizvodnje, povezanost sa klijentima i podrška nakon prodaje, rukovanja ili popravki, postupci žalbe i ukupan menadžment preduzeća od strane njihovih rukovodioca.
2. Kriterijumi koji se tiču celokupne opreme i pruženih usluga jesu minimalni standardi za relevantnu kategoriju. Stoga ovi standardi moraju biti ispunjeni u potpunosti.

B. Opšti kriterijumu procene

Prilikom procene preduzeća sledeći kriterijumi moraju se uzeti u obzir:

1. Nastanak preduzeća, njegova lokacija i infrastruktura, npr. besplatan parking i dovoljan broj parking mesta, prilaz, prostor, dostupnost, blizina gradskog prevoza i pešačkih zona itd.
2. Stanje zgrada i konstrukcija, opreme, nameštaja u kancelarijama, fabrikama i radionicama, laboratorijama, čekaonicama i toaletima, njihov operativni kapacitet i čistoća.
3. Relevantno osvetljenje svih delova postrojenja mora da obezbedi sigurnost i bezbednost. Stepenište, balkoni i terase moraju da budu biti osigurani rukohvatima i ogradama sa prečkama. Moraju da postoje rampe za 9osobe u invalidskim kolicima. Onde gde je neophodno moraju da postoje znakovi sa međunarodnim simbolima (piktogrami).
4. Čistoća u celom objektu, radionicama, prostorijama za osoblje i mušterije, među-prostorijama, toaletima, hodnicima, kantinama za zaposlene, prostorijama za pušenje itd. je od suštinske važnosti.
5. Izgled, odevanje, maniri i ponašanje, druželjubiv i prijateljski nastrojen menadžment i celokupno osoblje koje je u dodiru sa mušterijama i njihova kompetentnost.
6. Organizacija, informisanost zaposlenih i raspored rada.
7. Klijentela (poreklo, nivo, interesovanja).
8. Zadovoljstvo mušterija i klijenata (ispunjavanje posebnih želja, vrsta i postupak žalbi).
9. Sva oprema i lepo ponašanje zaposlenih moraju biti prijateljski, orijentisani ka deci i osobama sa invaliditetom.

C. Pravni zahtevi

Sve državne pravne regulative vezane za pokretanje i obavljanje trgovine moraju se striktno poštovati.

Zakon o higijeni/hrani

Sve državne pravne regulative vezane za Zakon o hrani i higijeni moraju se striktno poštovati.

Dostupnost postrojenja i proizvodnje za hendikepirane osobe

Zgrade/objekti, konstrukcije i funkcionisanje moraju da poštuju nacionalne standarde i uputstva kako bi obezbedili okruženje adekvatno za osobe sa invaliditetom.

Zaštita od požara

Nacionalne tehničke instrukcije i uputstva udruženja opštinskih vatrogasnih jedinica za prevenciju i zaštitu od požara moraju se poštovati. Izlazi u slučaju opasnosti moraju biti označeni i obeleženi međunarodno razumljivim simbolima (piktogramima).

Industrija energije

U svim delovima proizvodnje, mere za uštedu električne energije moraju se poštovati.

Zaštita sredine/prirode

Moraju se preduzeti sve mere koje imaju ekološki prihvatljiv menadžment kao aktivan doprinos zaštiti okoline. To znači smanjenje emisije i pravilno odlaganje kanalizacijskog (pomoću postrojenja za otpadne vode) i opasnog otpada. Važna mera pasivne zaštite okoline jeste odvojeno otklanjanje otpada i reciklaža. Dokle god je moguće, skladištenje i bacanje otpada na zemlji (smetišta) i spaljivanje moraju se izbegavati.

D. Ugovori sa klijentima/mušterijama

Primanje kreditnih kartica

Primaju se kartice koje se najčešće upotrebljavaju (VISA, MASTER, DINER, AMEX itd).

Radno vreme

Preduzeće radi svakog radnog dana u nedelji. Gde lokalne regulative dozvoljavaju, preduzeća mogu raditi čak i duže. Radno vreme mora biti prilagođeno klijentima što znači da bi preduzeća (ili bar centar za klijente i reklamacije) konstantno trebalo da budu otvorena za klijente svaki dan od jutra do večeri (bez pauze). To se može postići fleksibilnim radnim naporima (skraćeno radno vreme npr. od 07 do 15.30 ili od 8 do 16.30 ili od 09 do 17.30; ili pak prekovremenim radom kombinovanim sa kompenzacionim radnim vremenom).

Parking mesta

Slobodan parking i dovoljno parking mesta, naročito parking mesta za osobe sa invaliditetom, jesu kriterijum za pozitivnu ocenu.

Toaleti

U prostorijama za kupce/mušterije (centar za mušterije, dnevni boravak) toaleti moraju biti jasno označeni, trebalo bi da su lako dostupni i pristupačni za osobe sa invaliditetom. Muški toaleti („Gents“) i ženski („Ladies“) moraju obavezno biti odvojeni. U celom objektu mora biti dovoljan broj toaleta za osoblje, takođe odvojeni toaleti za muškarce i žene. Čišćenje i kontrola se obavljaju nekoliko puta dnevno. Toaleti se neprestano provetravaju.

Automati za piće

U prostorijama za kupce/mušterije (čekaionice itd.) trebalo bi da se nalaze automati za tople i hladne napitke (kafa, čaj, voćni sokovi, koka-kola) i besplatni automati za vodu sa dovoljno čaša i kanti za otpatke.

Prva provera (First Check)

„Prva provera“ (1. upitnik) daje prvi utisak o preduzeću i njegovoj efikasnosti. Taj utisak se uglavnom zasniva na samo-ocenjivanju od strane menadžmenta. „Prva provera“ pokazuje sliku (samo-percepciju) samog menadžmenta i upravljanja, tj. kako menadžment želi da ga ljudi vide. Ova slika će biti dovršena i ispravljena „Naprednom proverom“ ("Advanced Check"), koja analizira i sliku spolja, tj. kako javnost vidi i ocenjuje preduzeće.

Vlasnik preduzeća, generalni direktor, ili druga odgovorna izvršna vlast u kompaniji moraju popuniti sledeći upitnik. Rezultati služe kao prva moguća procena sa stanovišta odgovornog rukovodstva.

1. UPITNIK

(popunjava uprava/rukovodstvo preduzeća)

Ovaj upitnik sadrži pitanja radi sagledavanja sopstvene slike (kako Uprava ocenjuje svoje preduzeće?)

Naziv preduzeća: _____

Adresa preduzeća: _____

Pravni oblik preduzeća: _____

Ukupan broj zaposlenih: _____

Od toga (broj) u rukovodstvu/Upravi: _____

(broj) u korisničkom servisu: _____

(broj) u administraciji: _____

(broj) u ostalim odeljenjima: _____

Koja su to odeljenja?

—

Razvoj prometa (procena):

danas	=	100 %
pre 2 godine	=	%
pre 5 godina	=	%
za 2 godine	=	%
za 5 godina	=	%

klijentela se sastoji od: _____

Kako stičete mušterije? _____

Kako poboljšavate svoje proizvode i usluge? _____

Ko i šta podstiče stvaranje novih proizvoda i novih usluga? _____

Koje su prednosti Vašeg preduzeća? _____

Koje su eventualne slabosti Vašeg preduzeća? _____

Koliko procenata od ukupnog prometa može biti dodeljeno Vašem preduzeću? _____ %

Koliko procenata od ukupnog prometa može biti dodeljeno Vašim glavnim proizvodima?

_____ %

Koliko procenata od ukupnog prometa može biti dodeljeno Vašim nusproizvodima?

_____ %

Kako merite uspeh Vašeg preduzeća?

- tržišni udeo u industrijskom sektoru (= zbir Vašeg preduzeća i Vaše konkurencije)
- udeo prometa u Vašem industrijskom sektoru
- rast prihoda/prometa Vašeg preduzeća
- rast udela cena (ako je Vaše preduzeće deoničarsko društvo)
- zadovoljstvo mušterija
- pozitivni tekstovi u profesionalnim magazinima
- druge mere: _____

Kako održavate kontakt sa svojim mušterijama?

- lična briga rukovodstva
 - posete asistenata (zaposlenih) preduzeća
 - specijalizovani account menadžeri (ili korisnički servisi)
 - časopisi za klijente (kompanijski bilteni)
 - websajt na internetu ili email-ovi
 - učešće na sajmovima i javne izložbe
- druga sredstva i mere _____

Kojim sredstvima komunikacije održavate kontakte sa Vašim mušterijama?

- periodična korespondencija sa mušterijama
- call-centar/telepone marketing
- email-ovi/websajt (sa ili bez direktnog kontakta)
- hotline
- časopisi za klijente/mušterije
- pozivnice za kompanijske prezentacije i „open days“ u preduzeću
- druga sredstva: _____

Koji od ponuđenih sredstava komunikacije mušterije/klijenti više vole za direktne kontakte?

- naplativ hotline
- besplatan hotline
- automatski faks
- email-ovi/websajt (sa on-line kontaktom)
- časopisi za mušterije / kompanijski bilteni
- cirkularna pisma
- druga sredstva: _____

Da li razgovarate sa svojim mušterijama o tome da li su zadovoljni Vašim proizvodima i uslugama?

- neprestano
- povremeno
- nijednom do sada
- koliko puta? _____
- kada je bio poslednji put? _____

Kako se savetujete sa mušterijama/klijentima?

- Vi lično
- uz pomoć institucija/agencija za istraživanje tržišta ili mišljenja

Koji su glavni ciljevi Vašeg marketinga? Molimo Vas obeležite samo jedan najbitniji kriterijum:

- prvenstvo na tržištu
- prvenstvo u cenama
- prvenstvo u kvalitetu
- leadership in innovation
- veći promet/obim prodaje - veći profit
- svest o boljem brendu
- viši stepen popularnosti
- drugi ciljevi marketinga: _____

Koliki je godišnji procentualni marketinški budžet od ukupnog prometa? _____%

Koje medije koristite kako biste došli do mušterija (procentualni mark. budžet)?

- štampani mediji (novine, časopisi, itd.) _____%
- radio-emitovanje _____%
- televizija _____%
- internet (websajt / email-ovi) _____%
- dešavanja (kompanijska) _____%
- drugi mediji: _____%

Koje informacije o Vašim mušterijama su veoma bitne za vas? _____

Koje društvene koristi i druge kompanijske pogodnosti pružate Vašim zaposlenima?

- penzija
 - podela dobiti među zaposlenima
 - prostorije za zajedničko slobodno vreme i aktivnosti (npr. bazen, teniski teren)
 - službeni auto
 - kantina za osoblje/topli obrok
 - druge pogodnosti: _____
-

Da li sponzorirate neku od sledećih oblasti?

- sport
- kultura
- društvena dešavanja
- obrazovanje/edukacija
- druga polja : _____

Želeli bismo da Vam zahvalimo na vremenu koje ste izdvojili kako biste popunili ovaj upitnik.

Veoma bismo cenili i bilo bi nam od velike pomoći ako biste priložili neke dosjee ili druge informacije o Vašoj kompaniji/preduzeću.

Nadamo se da smatrate interesantnim neki od aspekata pri popunjavanju ovog „First Check“-upitnika.

Ko je popunio ovaj upitnik?

Ime: _____

Funkcija: _____

Telefon: _____ Fax: _____

Websajt: _____ e-mail: _____

Molimo Vas da pošaljete popunjen upitnik (First Check-Prva provera) Centralnoj kancelariji za Evropske standarde i uputstva na adresu B-1040 Brisel, rue Abbé Cuypers 3 ili ga dajte nadležnoj osobi (revizoru) iz EEIG.

Napredna provera (Advanced Check)

Napredna provera (Advanced Check – 2. upitnik) služi kao dopuna, prilog, ispravka ili poboljšanje prve provere (First Check). Ona daje spoljnu sliku preduzeća i opisuje kako ga drugi shvataju/doživljavaju. Nakon posete preduzeću, intervjuisanja kompetentnih ljudi i izračunavanja ključnih elemenata tipičnih za taj tip preduzeća, procena revizora (stručnjaka iz Evropske privredne komore EEIG) bi trebalo da odobri svrstavanje u jednu od sledećih kategorija:

- (a) **preduzeća koja se odnose na individue/pojedince** (individual = **I**)
- (b) **preduzeća koja se odnose na proizvode** (product = **P**)
- (c) **preduzeća koja se odnose na kompaniju** (company = **K**)

Naravno, preduzeća **tipa I** imaju ponude sa najvišim stepenom kadrovske službe, dok preduzeća **tipa P** ili **K** u prvom planu imaju naziv proizvoda („brend“) i naziv kompanije („identitet kompanije“). U ovim preduzećima postoji opasnost od potcenjivanja obima usluga svakog odeljenja od kada marketing i odnosi sa javnošću dominiraju u poslovnoj politici kompanije.

U principu, u racionalno vođenim preduzećima intenzitet usluga raste sa brojem zaposlenih, tj. intenzitetom osoblja (za razliku od npr. materijalnog intenziteta). Relevantna poređenja se mogu vršiti samo između preduzeća istog tipa.

Korišćenjem napredne provere, spoljna slika preduzeća (outside-image) koje podnosi zahtev za sertifikaciju može biti otkrivena putem ovog posebnog upitnika i intervjua sa sledećim partnerima:

- (a) zaposleni u svakom posebnom odeljenju
- (b) mušterije/klijenti
- (c) snabdevači/dobavljači
- (d) partneri
- (e) konkurenti
- (f) neutralne privredne institucije
- (g) privredni novinar (analitičar tržišta itd)

Ponuđeni odgovori su slika samog preduzeća. U svakom slučaju odgovori će se smatrati i tretirati kao strogo poverljivi.

Na kraju, svako odeljenje/deo preduzeća se ocenjuje poređenjem njegove unutrašnje i spoljašnje slike s obzirom na njihovu **važnost usluga**.

„Usluga“ u najužem smislu te reči znači rad uslužnog preduzeća kao što su npr. popravke, putničke agencije, advokatske kancelarije. „Usluga“ u širem smislu te reči oslikava preduzeća koja proizvode ili samo posreduju ili rukuju proizvodima (npr. uvoz i izvoz mašina).

Ova „usluga u širem smislu reči“ se podrazumeva kada govorimo o njenoj relevantnosti, jer postoje usluge u svakoj fazi kompletne proizvodne linije preduzeća počevši od kupovine sirovina, skladištenja, proizvodnje, obrade, izgradnje, montaže, poboljšanja, istraživanja i razvoja, kontrole kvaliteta, administracije (kadrovska služba, računovodstvo, obračun, kontrola), popravke, logistike, čuvanja zaliha i skladištenja u gotovih proizvoda, prevoza, dostave, voznog parka (automobili i kamioni), do marketinga (uključujući oglašavanje, odnose sa javnošću, distribuciju i diverzifikacija) i takozvani "nakon prodaje usluga" (tj. sve usluge klijentu nakon prodaje, kao npr. korisnički servis, informacije o promenama proizvoda, novi proizvodi ili poboljšanje proizvoda).

Gledano uopšte, „usluga u širem smislu reči“ znači da je uglavnom dobrovoljan, delimično inovativan, znatan i nematerijalan višak profita za mušteriju, koji se može opisati kao „bolje usluge kupcima“ i „dobar proizvod“ (tj. pouzdanost, jednostavno rukovanje, kratko vreme čekanja, duža garancija, besplatne popravke itd).

Preduzeća koja žele da opstanu u globalnoj konkurenciji, da osvoje nove mušterije i partnere i da zaštite kompaniju čak i od najjače konkurencije moraju da ulažu u odlične usluge s obzirom na ponuđene proizvode i aktivnosti u preduzeću. To znači da se kvalitet usluge značajno poboljša.

2. Napredna Check-Lista

2. UPITNIK (za ljude izvan preduzeća)

Ovaj upitnik sadrži pitanja koja omogućavaju stvaranje spoljašnje slike (Kako javnost ocenjuje preduzeće? Kako ga partneri, dobavljači, mušterije, novinari i ostali vide?)

Napomena

Pre popunjavanja, osoba koja odgovara na pitanja mora biti obaveštena da su svi odgovori u svakom slučaju strogo poverljivi što znači da su imena osoba tajna i da će se samo njihovi odgovori koristiti za procenu situacije i stanja.

Vrsta izvora informacija:

(A) Osoba koja odgovara je zaposlen/a u preduzeću koje konkuriše za sertifikat. On/ona radi u sledećem odeljenju:

- kupovina i skladištenje sirovina i alata
- proizvodnja i prerada
- razvoj proizvoda, istraživanje i kontrola kvalitete
- oglašavanje i marketing
- odnosi sa javnošću i štampani mediji

- administracija (računovodstvo, obračuni itd.)
- skladištenje gotovih proizvoda i isporuka
- popravke, radionice, čuvanje zaliha i rezervnih delova, servis
- prodaja, agenti, služba za savetovanje mušterija

(B) Osoba koja odgovara je bila

- mušterija
- Koliko dugo 2 godine
- 5 godina
- 10 godina

Mušterija kupuje uglavnom (molimo navedite proizvode i usluge):

(C) Osoba koja odgovara je bila

- dobavljač
- Koliko dugo 2 godine
- 5 godina
- 10 godina

Dobavljači su dostavljali uglavnom (molimo da navedete proizvode i usluge)

(D) Osoba koja odgovara je bila

- partner preduzeća
- Koliko dugo 2 godine
- 5 godina
- 10 godina

Partnerstvo se tiče:

- zajedničkog izvora/porekla i nabavke sirovina i alata
- spoljne proizvodnje i nabavke:

- zajedničke distribucije i marketing
- finansijska podrška, podela troškova
- drugi oblici partnerstva (koji):

(E) Osoba koja odgovara je bila konkurencija preduzeću

Koliko dugo 2 godine

5 godina

10 godina

Konkurencija se ticala isključivo (molimo navedite relevantne proizvode i usluge):

(F) Sledeće informacije pozichu iz neutralnog ekonomskog instituta (npr. za istraživanje tržišta)

privrednog magazina

bilo kog drugog izvora (molimo navedite kog):

ANKETA

(1) Kada čujete naziv preduzeća (ime kompanije ili brenda), na koje proizvode ili usluge pomislite?

proizvodi: _____

usluge: _____

(2) Sa kojim odeljenjima preduzeća ste u kontaktu?

rukovodstvo/uprava

administracija

tehničko odeljenje

porudžbine

fakturisanje i rokovi plaćanja

računovodstvo (vođenje knjiga)

obračuni i kontrola

logistika

garancija i postupci žalbi

kadrovska služba

kantina za zaposlene i društveni doprinosi preduzeća

blagajna (rukovanje plaćanjima i transferima/prenosima novca)

izvor/poreklo i nabavka sirovina i alata

izvor/poreklo i nabavka opreme i zalihe (delovi mašina, alati, ulje za podmazivanje)

izvor/poreklo i nabavka energije (struja, teško ulje, lako ulje, dizel ulje, tečni gas, prirodni gas, ugalj, koks, drva za loženje, itd.)

nabavka komponenti (delovi proizvoda)

skladištenje sirovina i alata

- skladištenje opreme i zaliha (delovi mašina, alata, ulja za podmazivanje, itd.)
- skladištenje energije (struja, teško ulje, lako ulje, dizel ulje, tečni gas, prirodni gas, ugalj, koks, drva za loženje, itd.)
- proizvodnja na veliko
- utovar, proizvodnja na malo i proizvodna specifikacija kupaca
- istraživanje i razvoj proizvoda
- proizvodnja i kontrola kvaliteta
- radionice u preduzeću:
 - metalurgija
 - livnica i livenje
 - stolarija i radovi od drveta
 - umetnička stolarija
 - građevinski radovi
 - instalacije za vodu i gas
 - električne instalacije
 - moleraj i premazi
 - popravka i unutrašnji radovi
- skladištenje gotovih proizvoda
- inventar rezervnih delova, reklamacije, korisnički servis
- pakovanje (čvrsti gotovi proizvodi) i/ili punjenje (tečni gotovi proizvodi)
- palete, utovar, logistika
- isporuka i distribucija
- vozni park (kamioni i automobili)
- prevoz i špedicija (uključujući carinjenje) od strane drugih kompanija
- marketing i prodaja
- oglašavanje i odnosi sa javnošću (štampani mediji)
- drugaodeljenja(koja): _____

(3) Po Vašem mišljenju, koja je tipična jača strana preduzeća? _____

(4) Koje su prednosti preduzeća (kompanije)? _____

(5) Da li mislite da preduzeće ima svoje slabosti? (Koje su to slabosti?) _____

(6) Da li ste imali bilo kakve probleme sa preduzećem (kompanijom)? (Koji su to problemi?):

- predugo vreme isporuke
- kašnjenje sa isporukom
- isporika nije u potpunosti u skladu sa specifikacijama porudžbine
- zakasnela isplata
- neuvažavanje pritužbi
- nedostatak iskrenosti
- nedostatak i neuspele popravke i rezervnih delova
- neprijatno i neljubazno osoblje
- nedovoljna informisanost i konsultacije
- drugi problemi (koji?): _____

(7) Kako ocenjujete usluge svakog odeljenja ponaosob?

	odlično	dobro	osrednje	loše	vrlo loše
Uprava	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administracija (uopšte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tehnička služba, logistika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porudžbina i specifikacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Računovodstvo i obračuni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naplata i rokovi plaćanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poreklo i nabavka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skladištenje i čuvanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proizvodnja i prerada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Istraživanje, razvoj, kontrola kvaliteta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radionice u preduzeću	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skladištenje gotovih proizvoda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	odlično	dobro	osrednje	loše	vrlo loše
Pakovanje, punjenje, palete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vozni park (kamioni), isporuka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing i prodaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oglašavanje i PR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Popravke, rezervni delovi, korisnički servis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Postupci žalbi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(8) Koji su razlozi ovakve procene?

Zašto mislite da je odeljenje za „odlično“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „odlično“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „dobro“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „dobro“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „osrednje“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „osrednje“?

.....
Zašto mislite da je odeljenje za „loše“?
.....

Zašto mislite da je odeljenje za „loše“?
.....

Zašto mislite da je odeljenje za „vrlo loše“?
.....

Zašto mislite da je odeljenje za „vrlo loše“?
.....

(9) Kako ocenjujete kvalitet sledećih oblasti preduzeća (kompanije)?

	odlično	dobro	osrednje	loše	vrlo loše
KVALITET proizvoda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KVALITET usluga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KVALITET slike i reputacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KVALITET drugih aktivnosti i usluga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Napomene(razlozi ovakve procene): _____

(10) Kakvo je Vaše mišljenje po pitanju važnosti sledećih kriterijuma za preduzeće (kompaniju)?

	vrlo važno	ne tako važno	neodlučan
Vođstvo na tržištu (veličina)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vođstvo u cenama (cene, uslovi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vođstvo u kvalitetu (najkvalitetnije)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vođstvo u inovaciji (novi proizvodi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vođstvo u asortimanu (raznovrsnost)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vođstva drugog tipa (npr. s obzirom na lojalnost mušterija, jedinstvene proizvode i usluge, ekstremnu specijalizaciju, politike mom+nopola, itd)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Napomene(ako ih ima): _____

(11) Prema Vašem mišljenju, kako je orijentisana politika kompanije?

- orijentisana na materijale (sourcing strana)
- orijentisana na volumen/obim (nabavka)

- orijentisana na proizvode (ponuda)
- orijentisana na mušterije (zahtevi)

(12) Šta mislite o politici cena kompanije?

- skupi kvalitetni proizvodi
- jeftini masovni proizvodi
- nijedno (proizvodi nisu dovoljno dobri s obzirom na cenu, niti su dovoljno jeftini s obzirom na kvalitet)

(13) Da li smatrate da proizvodi i usluge preduzeća (kompanije) pružaju dodatne pogodnosti kupcima premašujući nabavnu vrednost proizvoda i usluga?

(Npr: Dobijate besplatno izračunavanje optimalne rute/puta kada kupujete kamion, dobijate dodatne garancije kada kupite kvalitetan proizvod, dobijate povlašćenu cenu kada kupujete izuzetno skup sat, dobijate upravljanje objektima kada kupite kuću, dobijate dodatne savete vezane za porez kada ulažete novac i slično.)

.....

.....

.....

.....

(14) Kako ocenjujete politiku kompanije vezanu za sledeće poslovne situacije?

	relativno dobro	bez mišljenja	prilično loše
Politika cena i uslova	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politika vremena isporuke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Striktno pridržavanje ugovora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obzir prema željama/prioritetima kupaca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reagovanje na nedostatke i žalbe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stav prema uštedi energije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stav prema reciklaži otpada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svest o ekologiji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oglašavanje i PR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blagonaklonost i identitet kompanije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ukupan utisak autsajdera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Napomene (ako ih ima):

Završna/konačna procena

Ukupna ocena uspeha preduzeća

Kontrole u nekom poduzeću moraju obuhvatiti različite aspekte i funkcije višestrukih aktivnosti preduzeća ako će kontrole postići svoju punu svrhu. Ove kontrole ne bi trebalo da se tiču samo unutrašnjih dešavanja već i pitanja razvoja preduzeća u celokupnom ekonomskom okruženju (vidi „Prvu proveru“). Relativna slika koju pruža „Napredna provera“ procenjuje se uz pomoć opštih validnih i ključnih elemenata preduzeća u „Završnoj proceni“ (3. upitnik). U dalem tekstu,

nekoliko mišljenja se ne mogu zanemariti prilikom završnog ocenjivanja i prikazaće u kojim oblastima su moguće sistematske i uspešne kontrole preduzeća.

Nastup u okviru celokupne ekonomije/privrede

Dugoročno planiranje cilja može biti razvijeno predviđanjem budućih ekonomskih trendova i može biti kontrolisano pomoću stvarnih vrednosti. U tom kontekstu, očekivane promene u prethodnim i budućim industrijskim sektorima i razvoj snabdevanja kompanije su od posebnog interesa. Informacije dobijene od osoblja ili distribucijske mreže mogu se otkrivene. Takođe je značajno uočiti korelacije u razvoju kompanije i spoljašnjih uticaja (npr. slobodno vreme i aktivnosti, promene u potrošnji/konzumiranju, privremena moda itd). Koristan instrument za izračunavanje je takozvani "analiza odložene regresije koja se prilagođava trendovima".

Nastup u okviru pojedinačnih odeljenja preduzeća

Mogućnosti i praktična procedura mera za kontrolu s obzirom na kvalitet usluge moraju biti proverene. Na primer, sledeće kontrole informacija mogu nagovestiti planiranje prodajnih strategija: Obim prodaje, odnos između prodajne cijene i prometa, otvaranje novih tržišta, osvajanje tržišta, promene deonice tržišta, organizacija prodaje, poređenje kupovine na kredit i u kešu, itd.

Nefinansijski aspekt preduzeća

Najvažniji od svih nefinansijskih nastupa su upravljanje kvalitetom, kontrola kvaliteta i postizanje optimalnog nivoa kvaliteta usluga. Za nadzor i kontrolu svih nefinansijskih aspekata koji su nadmašili ISO 9000 itd. i EUSS, upotrebiće se različite žiže interesovanja u zavisnosti od preduzeća. Nekoliko ključnih reči mogu ilustrovati mnoštvo metoda za planiranje i kontrolu: produktivnost, proizvodni program, asortiman usluga, korisnički servis, uslovi prodaje itd.

U nastavku, pozabavićemo se procesima na opisani način koji je karakterističan za sve mere za kontrolu upravljanja. Uopšteno, možemo razlikovati što od osam različitih stadijuma kontrole iz ugla upravljanja:

(a) Izbor oblasti kontrole

Najpre se određuju aktivnosti preduzeća koje će biti kontrolisane. To može biti poslovanje sa troškovima proizvodnje, prometa, žalbama na kvalitet proizvoda i usluga, organizacijom narudžbina itd. čime svaka oblast postaje predmet kontrolnog ciklusa.

(b) Izbor kriterijuma kontrole

Praktični operativni plan pokazuje da u mnogim slučajevima nije dovoljno raditi sa opšteprihvaćenim verbalizovanim kriterijumima ocenjivanja. Kriterijumi, kao npr. postizanje „većeg” prometa, sticanje „boljeg” kvaliteta sirovina i postizanje „manje” fluktuacije zaposlenih, previše su neodređeni. Trebalo bi nastojati da se subjektivni kriterijumi ocenjivanja zamene od kvantitativnim merama.

(c) Uslov/odredba mera kontrole

Stvarne postignute vrednosti moraju se staviti u odnos sa merama. To mogu biti uporedive figure konkurencije ili ciljne figure koje su utvrđene nakon razgovora sa zaposlenima u relevantnim odeljenjima preduzeća. Takođe je moguće uporediti vreme izveštaja sa vremenom poređenja pre godinu dana.

(c) Uslov/odredba sredstava kontrole

Uprava mora da se odluči za relevantno sredstvo kontrole kao npr. Izveštaji, proračuni, ključni elementi, statistika, tabelle/grafikoni, dijagrami itd. stvarna učinkovitost preduzeća će se meriti pomoću ovih sredstava i informacijama koji pruže.

(d) Procena informacija kontrole

Nakon utvrđivanja mera kontrole, organizacioni preduslovi i instrumenti procene svih dostupnih informacija kontrole moraju se definisati. Mogućnosti se kreću od jednostavnih uređaja, preko elektronskih merenja i prikupljanja podataka do složenih izveštaja i procena (npr. kontrola budžeta, tabelarno prikazivanje i raspoređivanje troškova, kontrola troškova itd.)

(e) Procena ciljnih i stvarnih vrednosti

Poređenje ovih ključnih vrednosti je trajan proces koji se obavlja u svakom preduzeću tj. njegovim različitim delovima različitim intenzitetom. Ta neprestana poređenja se vrše kvalitetno u oblasti kontrole kvaliteta i kvantitativno u područjima proizvodnje (mašinska proizvodnja / proizvodni plan) i prodaje (obim porudžbina / zacrtan promet), i u oblastima dobitaka (vrednost kupovine / budžet za kupovinu).

(f) Odluke o promenama

Kada se efektivne performanse razlikuju od mera kontrole, obično se tada donose odluke o ispravci i menjanju mera i sredstava kontrole. Moguće odluke su raznovrsene, kao što su npr. dalje prikupljanje podataka, promena ciljnih podataka, implementacija novih radnih tehnika (npr. zamena poluautomatskih mašina potpuno automatskim mašinama, prebacivanje sa isprekidanih na neprekidne procese „oko sata“), modernizacija koncepta prodaje (npr. promena rute distribucije, pronalaženje novih poslovnica), izbor inovativnih načina pakovanja ili njihove druge jedinice, odluke o korišćenju flaša za jednokratnu upotrebu ili povratne flaše, o pakovanju sa povratnim depozitom itd.

(h) Ostvarenje ciljnih mera

Poslednja faza odnosi se na konkretne aktivnosti koje se moraju preduzeti za realizaciju relevantnih odluka. One mogu biti promene unutrašnjih uputstava, mere za unapređenje prodaje kako bi se postigao planirani promet, uputstva za prodaju kako bi se postigle određene tržišne akcije/deonice itd.

Finansijski aspekt preduzeća

Kada se uzme u obzir visoki kvalitet usluge svakog dela preduzeća pojedinačno, finansijske performanse celog preduzeća nikako se ne smeju zanemariti. Dalji razvoj formule za promet kapitala i profitabilnosti obima prodaje može pružiti zanimljive informacije za nadzor finansija preduzeća.

Zbog konkurencije, nije preporučljivo raditi sa punim obračunima troškova, što znači da bi promet nekih profitabilnih proizvoda trebalo upotrebiti za pokriće fiksnih troškova po obračunu sa delimičnim troškovima. U ekstremnim slučajevima, obračun će se vršiti po takozvanoj "marginnoj kontribuciji" po vrsti proizvoda.

Finansijska ček-lista pomaže u procjeni finansijskog stanja preduzeća.

Sertifikacija – Usluge sa razlikama

EUSS (Evropski standard za usluge) koji obezbeđuje Centralna kancelarija za evropske standarde i uputstva Evropske privredne komore (EEIG), će dovesti do savršenstva sve usluge preduzeća koja su konkurisala za sertifikaciju. Po završetku svih provera, konsultacija i procena, sve usluge sa razlikama će biti savršene, što znači da imaju posebnu vrednost.

U toku sertifikacije, kompanija koja želi da dobije sertifikat mora da prođe sledeće faze neprekidnog procesa unapređivanja/poboljšanja:

Nakon **preliminarne faze** koja prelazi u **fazu podizanja svesti**, kompanija pokazuje želju i prvo pristupa poboljšanju kvaliteta usluga. U ovom periodu **kompanija još uvek ne ispunjava uslove** za EUSS. Pre dodele sertifikata, kvalitet usluga mora bit poboljšan.

U **fazi implementacije**, kompanija pokazuje već dobro utemeljena pristupa i fokusira se na prevenciju (nadgledanje, kontrole, beleženje, snimanje) za poboljšanje kvaliteta usluga. Sama kompanija proverava ukupnu efikasnost i rezultati pronalaze svoj put u dnevno planiranje i rad. U ovoj fazi, **kompanija otkriva oko pola svog potencijala** za pružanje optimalnog kvaliteta usluga.

U **fazi stabilizacije**, kompanija ima sistem za zaštitu kvaliteta putem integrisanja prevencije u svoj uslužni sektor. Ukupna efikasnost je poboljšana pomoću cikličnih provera i nadzora. **Kompanija na koristan način upotrebljava oko tri četvrtine svog potencijala** kako bi postigla najbolji kvalitet performansi.

Na kraju, kompanija ulazi u **fazu sertiikacije** kada može dokazati da su sistemi za zaštitu kvaliteta (kao što su npr. ISO 9000, TQM, itd) integrisani u sektor usluga preduzeća. Ovu fazu možemo nazvati „faza izvrsnosti“. Ciklične provere, praćenje kvaliteta i neprekidno poboljšanje metoda performansi usluga dovode do veoma dobre ukupne efikasnosti. Kvalitet usluga u svakodnevnom radu i proizvodnji postaje filozofija kompanije. On kuje viziju i misiju kompanije u svim delovima preduzeća.

Sertifikacija u skladu sa **EUSS (Evropski standard za usluge)** otkriva i potvrđuje nivo kvaliteta ukupne učinkovitosti, to je kvalitet upravljanja dat na procenu radi svrstavanja u odgovarajuću kategoriju.

Preduzeća vezana za individue (preduzeće tipa I)

Preduzeća vezana za proizvode (preduzeće tipa P)

Preduzeća vezana za kompaniju (preduzeće tipa K)

Sledeći kriterijumi i zahtevi za dobijanje **EUSS Sertifikata za tri ocene učinkovitosti** (PLAVI, SREBRNI i ZLATNI) moraju biti ispunjeni:

EUSS Certificate PLAVI:

Kompanija koja se ocenjuje pridržava se uslova i ispunjava ih pomoću **napredne tehnologije** i **ukupnim konceptom koji je orijentisan na usluge**.

EUSS Certificate SREBRNI:

Kompanija koja se ocenjuje pridržava se uslova i ispunjava ih pomoću **najnovije i najsavremenije tehnologije** i **ukupnim konceptom koji je orijentisan na usluge**. Osim toga, dodatno pruža dokaz o **inzvanrednim individualnim performansama**.

EUSS Certificate ZLATNI:

Kompanija koja se ocenjuje pridržava se uslova i ispunjava ih pomoću **najnovije i najsavremenije tehnologije** i **ukupnim konceptom koji je orijentisan na usluge**. Osim toga, dodatno pruža dokaz o **inzvanrednim ukupnim performansama svih odeljenja/delova**.

Sticanjem utiska na osnovu samoocene rukovodstva („Prva provera“) i spoljašnje slike preduzeća („Napredna provera“), **„Konačna (pr)ocena“** takođe uzima u obzir i **finansijske aspekte/performance** preduzeća.

Zato Treći upitnik/anketa sadrži Finansijsku ček-listu.

Finansijska ček-lista (treći upitnik)

Revizor Evropske privredne komore (EEIG) obilazi preduzeće koje je apliciralo za sertifikaciju i prikuplja neophodne podatke kako bi popunio Finansijsku ček-listu.

Ukupna ocena i procena su zasnovane na četiri ekonomska faktora:

produktivnost =	produktivnost performansi (npr. količina proizvodnje u odnosu na broj zaposlenih)
troškovi efikasnosti =	ekonomičnost performansi (npr. količina proizvodnje u odnosu na troškove)
profitabilnost =	kapacitet zarade uložених sredstava (npr. profit u odnosu na kapital rada)
platežnost =	kapacitet za plaćanje (npr. dostupna finansijska sredstva u odnosu na troškove i dugovanja)

U tu svrhu, nekoliko ključnih finansijskih podataka moraju biti prikupljeni:

Glavnica akcijskog capital, osnovni i akcijski kapital (**X**)
+ rezerve
+ narasla neraspoređena dobit

= akcijski kapital (**A**)

pasiva/obaveze/dugovanja
+ podešavanja za kasnija plaćanja

= dužnički kapital (**B**)

ukupni kapital (**E = A + B**)

zalihe (vrednost zaliha).....
+ potraživanja od kupaca
+ sredstva plaćanja
+ vlasnički capital/deonice

= obrtna sredstva (**C**)

Imovina/vlasništvo.....
+ oprema
+ investicije/učešće
+ strana jemstva

= osnovna sredstva (**D**).....

Ukupni kapital (**E = C + D**)

Količina sredstava = $(D : C) \times 100 =$ %

Pokriće sredstava = $(D : A) \times 100 =$ %

Bilans stanja = $(A : X) \times 100 =$ %

Stepen zaduženosti = $(B : A) \times 100 =$ %

Stepen finansijske sposobnosti = $(B : E) \times 100 =$ %

Troškovi rada (**H**)
+ materijalni troškovi (**I**).....
+ oglašavanje i distribucija (**K**)
+ drugi troškovi (**L**).....

= ukupni troškovi (**M**)

ukupni obim poslovanja (**F**)

broj zaposlenih (**G**)

obim poslovanja po zaposlenoj osobi ($F : G$)/ osoba

intenzitet troškova rada $(H : F) \times 100 =$ %

profit (**N**) = $(F - M) =$

profitability of turnover (**P**) = $(N : F) =$

isplativost prometa (**Q**) = $(F : E) =$

Ključni element u (pr)ocenjivanju finansijskog stanja preduzeća jeste tzv. Povraćaj uložених sredstava ("Return on Investment" (ROI), koji pokazuje profitabilnost (**R**) u procentima =

$(P \times Q) \times 100 =$ %

Rezultat:

< 1 1-5 5-8 8-10 10-11 11-15 15-20 20-25 > 25

* * * * *

REZULTAT CERTIFIKACIJE I OPŠTI KOMENTAR za Rukovodstvo/Upravu sertifikovanog preduzeća

Predlozi za povećanje profitabilnosti prometa poslovanja

„Profitabilnost kapitala” se sastoji od tri komponente:

- (1) ukupnog obima poslovanja
- (2) ukupnih troškova
- (3) ukupnog kapitala

Sastav omogućava, u principu, sledeće mogućnosti **poboljšanja učinkovitosti preduzeća**:

- (1) povećanjem ukupnog obima poslovanja
- (2) smanjenjem ukupnih troškova
- (3) smanjenjem ukupnog kapitala

U većini slučajeva, povećanje ukupnog obima poslovanja se jedino može ostvariti razvojem i prodajom novih proizvoda i dodatnih usluga, pronalaženjem i probijanjem na nova tržišta, udruživanjem interesa i spajanjem (sticanje udela na tržištu). Smanjenje ukupnih troškova prvenstveno zahteva efikasnu proizvodnju (ekspeditivnija oprema, metode uštede materijala i energije, smanjenje osoblja, redukovanje dobrovoljnih društvenih troškova, itd.)

Ulaganja koja su neophodna za ove mere moraju da odgovaraju amortizaciji stare opreme (investicije : amortizacija = 1: 1 ili 1,1: 1 ili 0,9: 1). Uravnotežen odnos znači da je finansiranje ulaganja potpuno rezultiralo iz amortizacije. A višak u investicionom programu povećava sredstva i samim tim i ukupni kapital koji umanjuje „povraćaj uloženi sredstava”.

Tipične mere za smanjenje su, na primer, prodaja nepotrebnih prostorija, raspoređivanja ulaganja i hartija od vrednosti, prodaja vlastitih deonica (koje zahteva odgovarajuće oglašavanje i reklamne kampanje), naplata potraživanja i dugovanja. Ove mere pozitivno utiču na profitabilnost prometa i povećanje povratnog kapitala što ima pozitivan efekat na „povraćaj uloženi sredstava”.

POSEBAN IZVEŠTAJ za Rukovodstvo/Upravu sertifikovanog preduzeća

Procena prve, napredne i finalne provere

Pregledano preduzeća pripada kategoriji:

- preduzeće koje se tiče individua**
- preduzeće koje se tiče proizvoda**
- preduzeće koje se tiče kompanije**

Vaša kompanija pripada kategoriji:.....

Na osnovu poređenja samoprocene od strane rukovodstva preduzeća (prema prvoj proveru) i spoljašnjoj slici (na osnovu napredne provere), pregledano preduzeće dostiglo je sledeću kvalifikaciju svoje učinkovitosti (odnosi se na proizvode i usluge):

(Revizor stavlja znak X u odgovarajući kvadratić):

□ **EUSS PLAVI**

To znači: Procenjena kompanija ispunjava zahteve koji se tiču **napredene tehnologije** i koncepta koji je u potpunosti **servisno orijentisan**. Sertifikaciju u skladu sa ovim standardom kvaliteta predlažu revizori.

Izvršene provere, procene i vrednosti slabosti otkrili su sledeće potrebe za poboljšanjem:

.....
.....

Predlažu se sledeće mere rukovodstvu preduzeća:

.....
.....
.....
.....

□ **EUSS SREBRNI**

To znači: Procenjena kompanija ispunjava zahteve koji se tiču **najsavremenije tehnologije** i koncepta koji je u potpunosti **servisno orijentisan**. Dodatno, pruža dokaz o **izvanrednoj individualnoj učinkovitosti**. Sertifikaciju u skladu sa ovim standardom kvaliteta predlažu revizori.

Predlažu se mere za poboljšanje u sledećim delovima/oddeljenjima:

.....
.....
.....
.....

□ **EUSS ZLATNI**

To znači: Procenjena kompanija ispunjava zahteve koji se tiču **najsavremenije tehnologije** i koncepta koji je u potpunosti **servisno orijentisan**. Dodatno, pruža dokaz o **izvanrednoj ukupnoj učinkovitosti svih odeljenja**. Sertifikaciju u skladu sa ovim standardom kvaliteta predlažu revizori.

Uprkos odličnom kvalitetu proizvoda i usluga, revizori predlažu „Finansijske provere” kako bi se pospešio „povraćaj uložениh sredstava”.

* * * * *

OBRAZAC ZA PRIJAVU
Za sertifikaciju u skladu sa EUSS
Evropski standard za usluge

(1) Podaci o kompaniji:

Naziv:

Ulica / Broj:

Mesto / Poštanski broj:

Telefon:

Fax:

E-mail:

http://www.

Godina osnivanja:

Sektor: Usluge* Trgovina* Proizvodnja*

Poslovna delatnost:

Pravni oblik preduzeća

Rukovodstvo: Generalni direktor*
 Izvršni direktor*
 Vlasnik preduzeća

Registarski broj preduzeća / datum:

Sudski registar:

Poreski broj:

Napomena:

* Molimo da označite odgovarajuće polje

2)

TROŠKOVI SERTIFIKACIJE
EUSS

Veličina preduzeća* Troškovi sertifikacije Iznos godišnje obnove

<input type="radio"/> do 5 zaposlenih	EUR 1,000	EUR 250
<input type="radio"/> 6 - 20 zaposlenih	EUR 1,200	EUR 300
<input type="radio"/> 21 - 100 zaposlenih	EUR 2,000	EUR 500
<input type="radio"/> 101 - 500 zaposlenih	EUR 3,000	EUR 750
<input type="radio"/> 501 -1,000 zaposlenih	EUR 4,000	EUR 1,000
<input type="radio"/> preko 1,000 zaposlenih	EUR 5,000	EUR 1,250

Napomena: * Molimo da označite odgovarajuće polje

(3) Lista referenci

Želeli bismo da navedemo sledeće kontakte:

- (a) Ime i prezime:
Kompanija / mesto:
Funkcija:
Broj telefona:

- (b) Ime i prezime:
Kompanija / mesto:
Funkcija:
Broj telefona:

- (c) Ime i prezime:
Kompanija / mesto:
Funkcija:
Broj telefona:

(4) Potrebno je priložiti:

- (a) Popunjen i potpisan obrazac za prijavu
- (b) Dokaz o registraciji (iz skorijeg perioda)
- (c) Listu referenci
- (d) Izjavu umesto zakletve
- (e) Plaćanje obaveze

Molimo pošaljite Vašu prijavu faksom na broj 0049 180 50 39 000 36 98, poštom na adresu P. O. Box 86, 2380 Perchtoldsdorf / Austrija, ili mejlom na adrese eeig@gmx.net ili ceo@european-economic-chamber-eeig.eu.

(5) Izjava umesto zakletve

Potvrđuje u zamenu za zakletvu da se protiv preduzeća ne vodi nikakva istraga, ne postoji izjava o bankrotu ni stečajni postupci u našoj kompaniji.

(6) Obaveza plaćanja

Obavezujemo se da platimo naknadu/troškove sertifikacije i godišnju obnovu kao što je Evropska privredna komora (EEIG) iz Brisela propisala a u skladu sa svojim fakturama bez naplate banke na sledeći račun:

ING Bank in Brussels
Kod/šifra banke: 77186
SWIFT/BIC: BBRUBEBB
Broj računa: 310-1389780-50
IBAN: BE86 3101 3897 8050
Nosilac/vlasnik: European Economic Chamber EEIG

Mesto i datum

potpis i pečat preduzeća

