

# MANAGEMENT KVALITY

**Alena Klapalová**  
**albra@seznam.cz**

# STRUKTURA PŘEDNÁŠEK:

- 1. Produkt jako předmět směny a management kvality
- 2. Management kvality – historický vývoj
- 3. Proces managementu kvality
- 4. Řízení procesů v podniku a jeho ekonomické souvislosti v managementu kvality
- 5. Odvětvové systémy a přístupy managementu kvality
- 6. ISO 9000:2000 jako systém managementu kvality
- 7. Metody a techniky používané v managementu kvality
- 8. Metody měření spokojenosti zákazníka
- 9. Model EFQM Excellence, Malcolm Baldrige a metoda Balanced ScoreCard v managementu kvality
- 10. Institucionální rámec managementu kvality
- 11. Legislativa a hodnocení kvality produktu
- 12. Systém ochrany zákazníka a spotřebitele v EU a ve světě
- 13. Systém ochrany zákazníka a spotřebitele v ČR

# Produkt jako předmět směny a management kvality

## ■ DEFINICE KVALITY

kvalita versus jakost – K= „mající (vysokou) hodnotu, J – určitá úroveň kvality – kategorie, třída

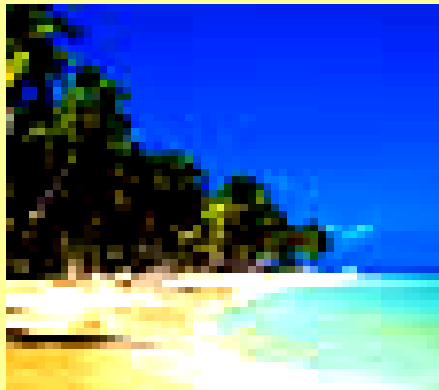
- Platón – „poiotes“ – stupeň znamenitosti, dokonalosti, výtečnosti, excellence
- Cicero – řes. „qualis“ – „jakého druhu“ – qualitas, qualitat – lat.
- **ČSN EN ISO 9000:2000** „**Jakost je definována jako schopnost souboru znaků výrobku nebo procesu plnit požadavky zákazníků**“, resp. ....míra (anebo stupeň), s jakou soubor charakteristik splňuje požadavky...”
- **Feigenbaum - K ... je souhrn vlastností, v důsledku kterých je produkt schopný uspokojit potřebu, pro kterou byl vytvořený**

**kvalita je pojem spojený s procesem hodnocení, s očekáváním a potřebami a požadavky jedné strany ve vztahu k nabídce druhé strany, resp. k určitému objektu hodnocení**

+ SUBJEKTIVITA

# PRODUKT

def.: cokoliv, co může být nabízeno na trhu k uspokojení přání nebo potřeb...“



PSYCHOLOG ON-LINE

→ Psycholožka  
**Marta Boučková**  
vám pomáhá a radí

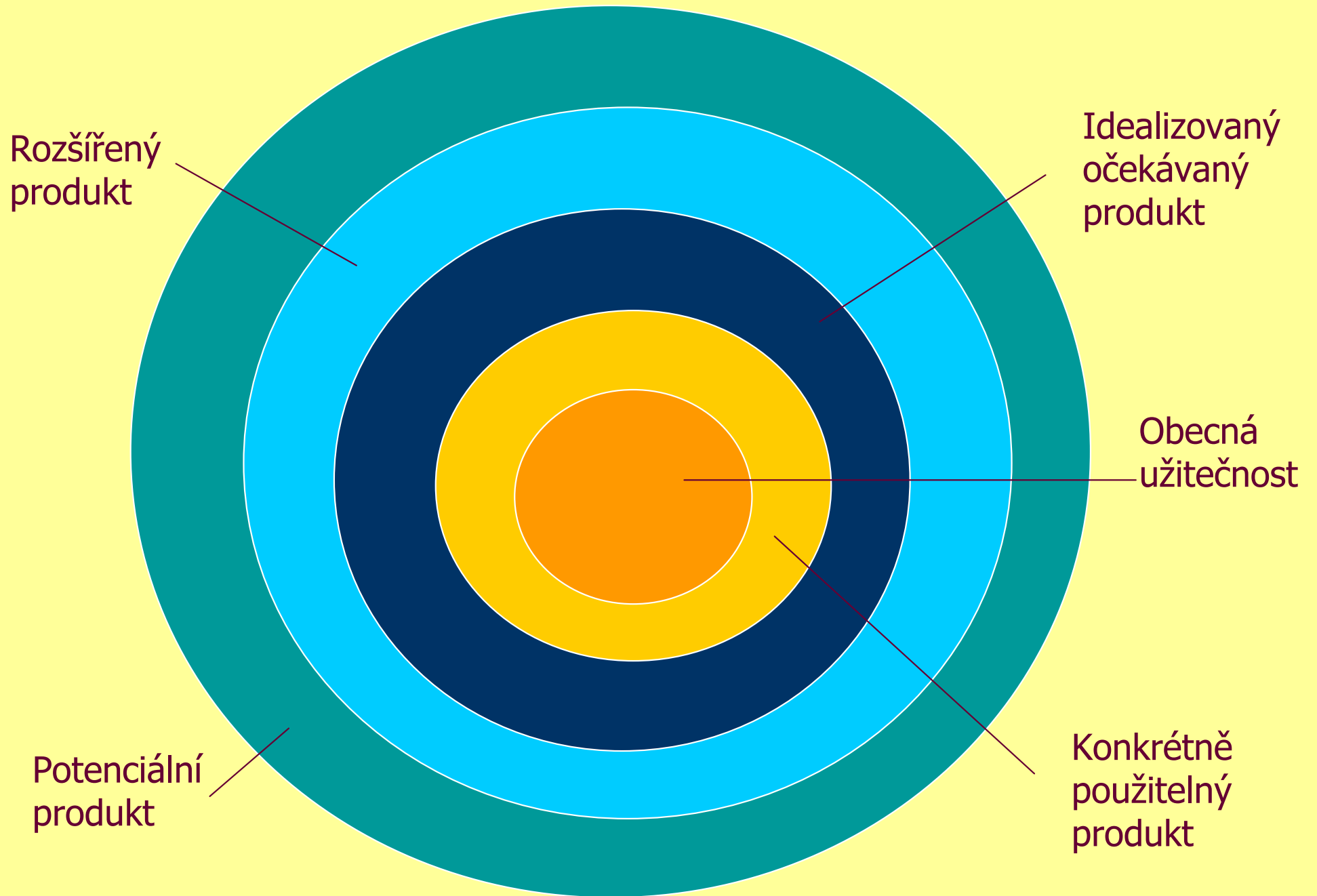
Vložit dotaz

A small portrait of a woman with dark hair, smiling, wearing a light blue top. This is likely Marta Boučková, the psychologist mentioned in the text.

ČASOPIS VYDÁVÁ:



# Vrstvy produktu



# Druhy a hierarchie potřeb a motivace

## ■ Maslow

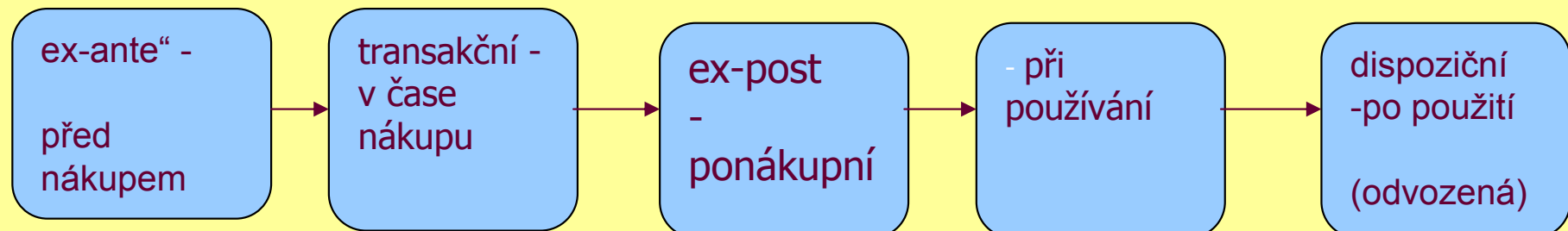


## Herzberg



## Hodnota pro zákazníka

- „Hodnota pro zákazníka je zákazníkem vnímaná preference a hodnocení těch atributů produktu, atributů činnosti a důsledků vzniklých v procesu jejich využití, které umožňují (anebo zabraňují) dosahovat cíle a záměry spojené s požadovanou hodnotou.“ (WOODRUFF, R.B., (1997))
- $H = \text{užitky} / \text{náklady}$
- Kotler: „přidaná hodnota“ = hodnota produktu + hodnota služby + hodnota personálu + hodnota image/ cena v penězích + cena času + cena energie + cena psychiky
- Čas a hodnota



- **Kvalita a positioning**

Quality is the best Recipe



- **Kvalita a klasifikace produktu**



- **Kvalita a výrobová řada**

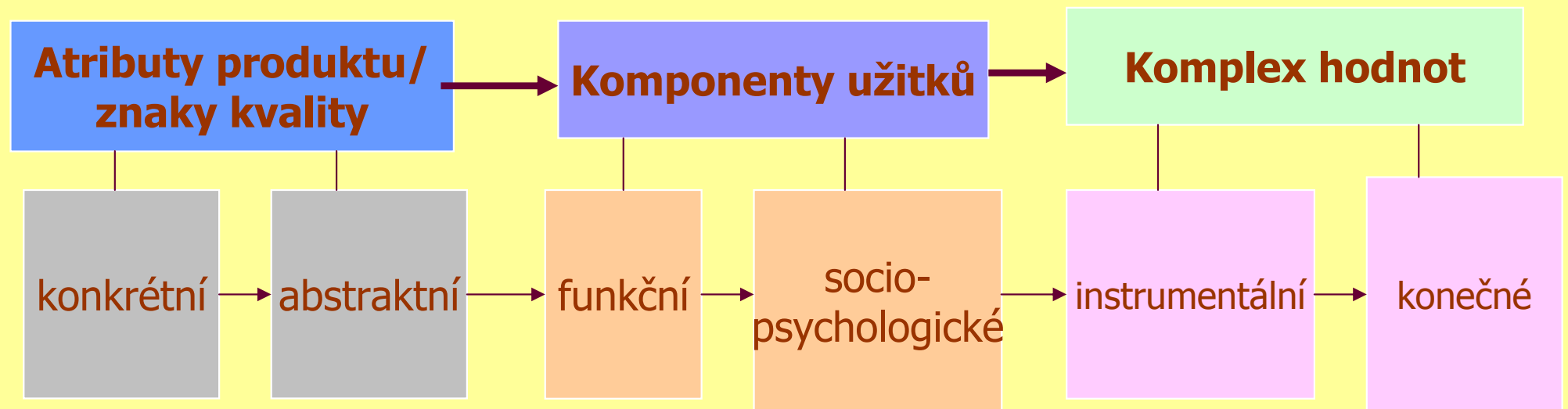
<http://eshop.vodafone.cz/hs.htm?lang=cs>

- **Kvalita a znaky kvality**

<http://www.expertshop.cz/kompakt/Digitalni-fotoaparát-Canon-PowerShot-A430>



# Gutman: „means-end chain model“



[http://mizuno.merrell-mizuno.cz/k\\_22-NEUTRAL-RUNNING/p\\_187-Wave-Pursuit-2](http://mizuno.merrell-mizuno.cz/k_22-NEUTRAL-RUNNING/p_187-Wave-Pursuit-2)