



PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Obchodní nauka 2

jaro 2019



PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Řízení jakosti, ochrana spotřebitele a dozorové orgány

*Význam jakosti a její řízení, značky jakosti,
právní úprava ochrany spotřebitele.*

Kvalita

- Kvalita = všechny provozní rozhodnutí
- Úroveň kvality – strategické rozhodnutí



- ✓ navrhování produktu
- ✓ navrhování a plánování produkčních procesů
- ✓ lokalizace a vybudování provozu
- ✓ navrhování obsahu pracovních míst a činností
- ✓ řízení dodavatelských řetězců
- ✓ plánování a rozvrhování toků produktů

Podnik a kvalita



Obr. 5.2.1: Smyčka jakosti (Juranova spirála jakosti)

Definice kvality

Kvalita vs. Jakost

- **Kvalita** = „mající“ (vysokou) hodnotu,
- **Jakost** = určitá úroveň kvality – *kategorie, třída*

- **Platón** – „*poiotes*“ – stupeň znamenitosti, dokonalosti, výtečnosti, excellence
- **Cicero** – „*qualis*“ – „jakého druhu“ – *qualitas, qualitat* – lat.

TAYLOR Frederick

- Principy vědeckého managementu
- kniha „Shop management“
 - ✓ základy TQM,
 - ✓ trvalé zlepšování kvality,
 - ✓ benchmarking,
 - ✓ reengineering,
 - ✓ procesní management

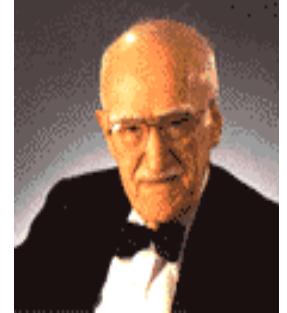


SHAWHART

- statistická regulace procesů
- kvantifikovatelné parametry kvality
- regulační diagram (1926 – 1931)



JURAN Joseph



Kvalita je vhodnost pro použití. „FITNESS FOR USE“

- **Juranova trilogie - proces:**

1. *plánování kvality*

(cíle Q, zákazník – potřeby, atributy produktu, proces a kontrola) ANEBO kdo jsou zákazníci, jaké jsou jejich potřeby, převedení potřeb do „jazyka“ možností a schopností podniku“, vytvoření produktu, optimalizace charakteristik/vlastností produktu v souladu s potřebami)

2. *řízení kvality*

(hodnocení aktuálního stavu, opatření)

3. *zlepšování kvality*

(infrastruktura, týmy, zdroje, motivace a opatření pro kontinuální zlepšování kvality)

- **mapa plánování kvality**

- **koncepte tří rolí** (Zákazník, Dodavatel, Zpracovatel) – při plánování kvality

CROSBY Phil

Kvalita je shoda s požadavky. Zero defects (1961)

D – define the situation (definuj, vymež, charakterizuj, poznej situaci)

F – fix (zaznamenej)

I – identify root causes (identifikuj hlavní příčiny)

T – take corrective action (přijmi nápravní opatření)

E – evaluate and follow up (zhodnot' a sleduj)

- Definice kvality = shoda s požadavky
- Systém kvality je v prevencích
- Výrobním standardem je nulová tolerance k chybám
- Měření kvality je prostřednictvím nákladů na neshody



DEMING W. Edwards

Demingova cena (cena za kvalitu) – Japonsko 1950

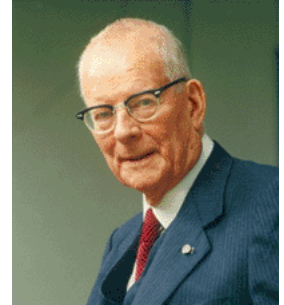
50. léta 20.st. – orientace na zákazníka!

85% problémů s nekvalitou má kořeny v činnosti managementu

„kultura kvality“

1986 Out of Crisis - 14 bodů – manažerských pravidel

Demingův řetězec reakcí (kruh, PDCA cyklus)



DEMING W. Edwards

DEMINGŮV CYKLUS NEUSTÁLÉHO ZLEPŠOVÁNÍ

ZAVEĎ (Act):

- postupy na bázi výsledků anebo předpokladů zaved' jako postupy pro zlepšování nebo nápravné



PLÁNUJ (Plan):

- rozhodni o potřebných změnách
- rozhodni o záměru
- zkoumej dostupná data
- plánuj použití dat
- plánuj změny

OVĚŘUJ (CHECK):

- studuj výsledky
- pozoruj důsledky změn nebo zkoušek

UDĚLEJ (Do):

- změny nebo zkoušky konej po malých krocích jako experiment

DEMING W. Edwards

14 principů Dr. Deminga

1. Stanov zlepšování jako trvalý cíl.
2. Přijmi novou filosofii. Management musí být v čele transformace.
3. Odstraň závislost na kontrole. Jakost vzniká v procesu.
4. Skoncuji s praxí hodnotit vstupy pouze na základě cen.
5. Neustále zlepšuj jak produkci, tak služby.
6. Zaveď moderní metody přípravy a tréninku.
7. Zaveď vedení místo řízení.
8. Nevyvolávej strach.
9. Odstraň bariéry mezi útvary.
10. Odstraň slogany, výzvy a numerické cíle.
11. Eliminuj kvantitativní kvóty.
12. Odstraň bariéry, které berou lidem hrdost na dobře vykonanou práci.
13. Zaveď účinné programy vzdělávání a tréninku.
14. Zapoj do procesu zlepšování všechny spolupracovníky.

FEIGENBAUM Armand

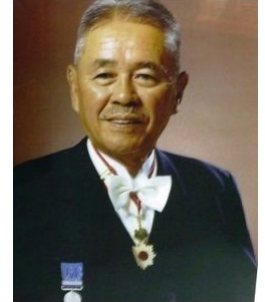


Total Quality Control (1945 – 1951) TQM

„O jakosti rozhoduje zákazník, nikoli technik nebo pracovník marketingu nebo managementu. Rozhodování zákazníka vychází z jeho faktické zkušenosti s výrobkem nebo službou ve srovnání s jeho požadavky - vyslovenými nebo nevyslovenými, vědomými nebo jen tušenými, technicky podloženými nebo zcela subjektivními - v prostředí konkurenčního trhu představuje vždy pohyblivý cíl. Jakost výrobku a služby se dá definovat takto: Celková komplexní charakteristika marketingu, techniky, výroby a údržby výrobku nebo služby, kterými výrobek nebo služba v užití uspokojuje očekávání zákazníka.“

- ✓ orientace na zákazníka – požadavky
- ✓ orientace na dodavatele – požadavky a audity
- ✓ orientace na konstrukci
- ✓ orientace na výrobek a procesy
- náklady spojené s kvalitou:
 - náklady na dosažení kvality a náklady na absenci kvality

OHNO Taiichi



Toyota (1930) Production System

pojem a základy systému **Just-in-Time** – konec 50. let 20. stol.

štíhlá výroba (Lean management)

KAIZEN

"Kaizen" kolektivní snaha o přinášení nových nápadů a možných zlepšení produkce.

Výsledkem je produktivnější pracovník. **NEUSTÁLÉ ZLEPŠOVÁNÍ**

GEMBA = místo

MUDA = plýtvání

JIDOKA

je Kaizen spojený se zvyšováním kvality samotného výrobku = výstražný systém upozorňující na případné nedostatky ve výrobním procesu

SHIGEO Shingo

Toyota, Mazda, Fuji, Yamaha, Sony, Nippon, Hitachi, Sharp....
+ Just-in-Time + Kaizen

▪ POKA YOKE

- ✓ *yokeru – vyhnout se*
- ✓ *poka – neúmyslná náhodná chyba*

▪ SMED

- ✓ *single minute exchange of dies*
- rychlá směnnost mezi vstupy – substituty – rychlá výměna nástrojů

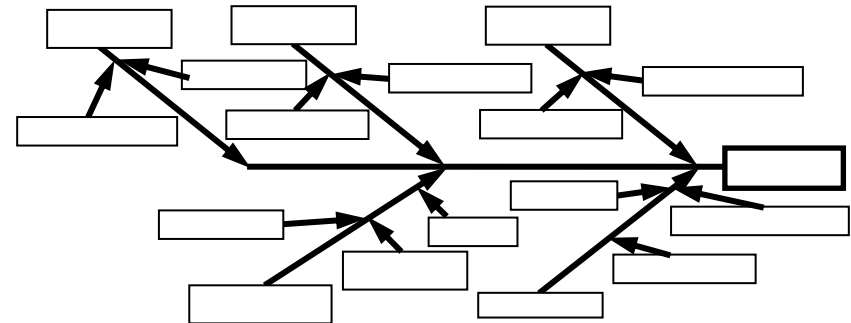


ISHIKAWA Kaoru



- kroužky kvality
- **Company Wide Quality Circle:**

1. *Kvalita na prvním místě*
2. *Orientace na zákazníka*
3. *Orientace na dodavatele*
4. *Participační management*
5. *Neustálé zlepšování*
6. *Sociální systém*
7. *Kroužky kvality*
8. *Statistické metody*

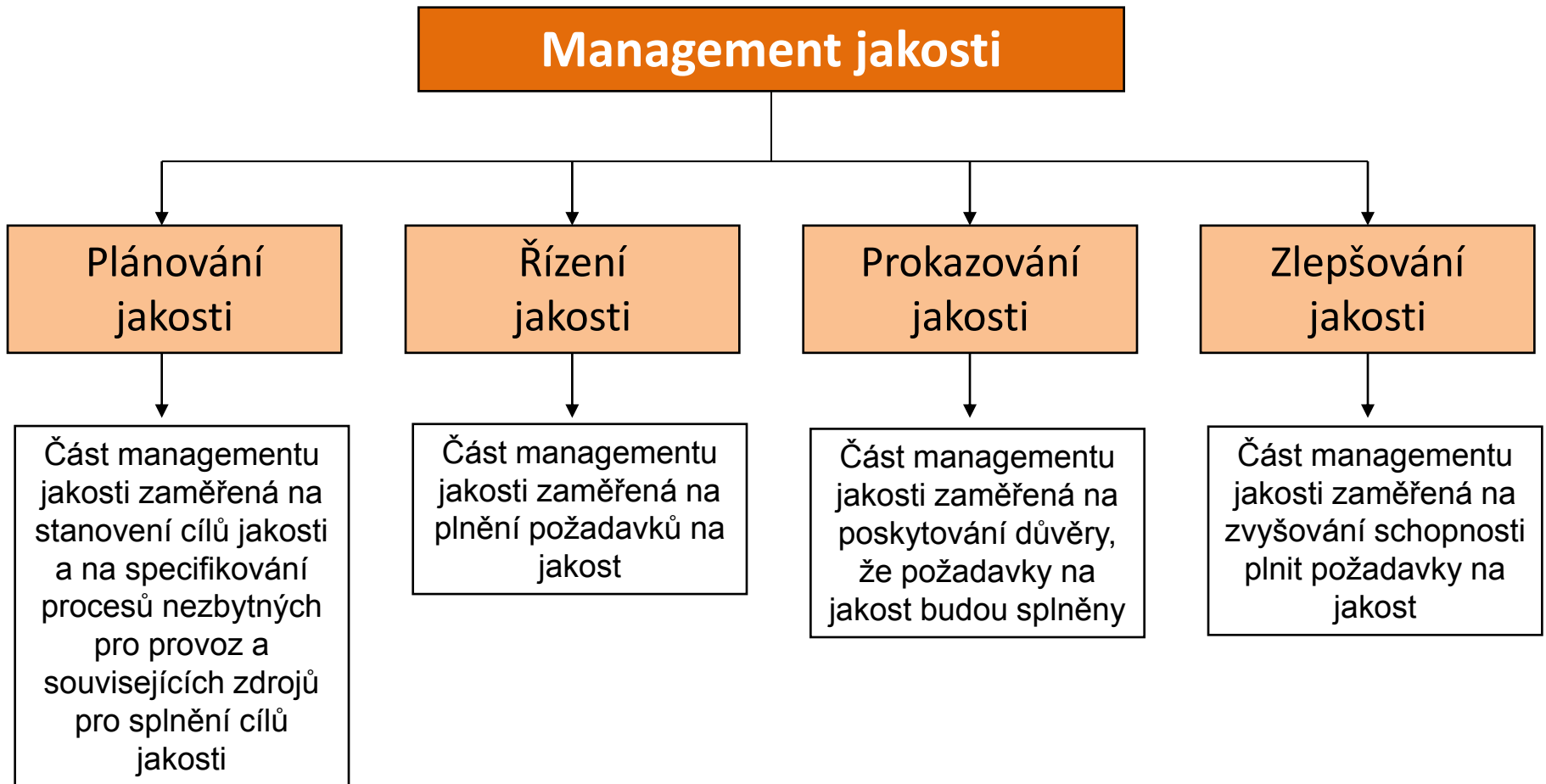


- **diagram „příčina – následek“ („rybí kost“ / „Fishbone“)**
- Manpower, Milieu, Machines, Materials, Methods, Measurements + Management

Management kvality (ISO normy)

- **ISO 9000** popisuje základy a zásady systémů managementu jakosti a specifikuje terminologii systémů managementu jakosti.
- **ISO 9001** specifikuje požadavky na systém managementu jakosti pro případ, že organizace musí prokázat svoji schopnost poskytovat produkty, které splňují požadavky zákazníka a aplikovatelné požadavky předpisů a že má v úmyslu zvýšit spokojenost zákazníku.
- **ISO 9004** poskytuje směrnice, které berou v úvahu efektivnost a účinnost systému managementu jakosti. Cílem této normy je zlepšování výkonnosti organizace, spokojenosti zákazníků a jiných zainteresovaných stran.
- **ISO 19011** poskytuje návod na auditování systému managementu jakosti a systému environmentálního managementu.

Management kvality (ISO normy)



Osm zásad managementu kvality

1. Zaměření na zákazníka

Organizace jsou závislé na svých zákaznících a proto mají rozumět současným a budoucím potřebám zákazníků, mají plnit jejich požadavky a snažit se předvídat jejich očekávání.

2. Vedení a řízení zaměstnanců (vůdčí role)

Vedoucí osobnosti (lídři) prosazují soulad účelu a zaměření organizace. Mají vytvářet a udržovat interní prostředí, v němž se mohou zaměstnanci plně zapojit při dosahování cílů organizace.

3. Zapojení zaměstnanců

Zaměstnanci na všech úrovních jsou základem organizace a jejich plné zapojení umožňuje využít jejich schopnosti ve prospěch organizace.

4. Procesní přístup

Požadovaného výsledku se dosáhne mnohem účinněji, jsou-li činnosti a související zdroje řízeny jako proces.

Osm zásad managementu kvality

5. Systémový přístup managementu

Identifikování, porozumění a řízení vzájemně souvisejících procesů jako systému přispívá k efektivnosti a účinnosti organizace při dosahování jejích cílů.

6. Neustálé zlepšování

Neustálé zlepšování celkové výkonnosti organizace má být trvalým cílem organizace.

7. Přístup k rozhodování zakládající se na faktech

Efektivní rozhodnutí jsou založena na analýze údajů a informací.

8. Vzájemně prospěšné dodavatelské vztahy

Organizace a její dodavatelé jsou vzájemně závislí a vzájemně prospěšný vztah zvyšuje jejich schopnost vytvářet hodnotu.

Ochrana spotřebitele

- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobku
- zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů,
- zákon. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky
- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci
- zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci
- zákon č. 147/2002 Sb., o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském
- zákon 166/1999 Sb., o veterinární péči...
- zákon 78/2004 Sb., o nakládání s GMO a produkty
- zákon. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství...

Ochrana spotřebitele

Spotřebitel

- FO, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání (viz ust. § 2 odst. 1 písm.a) ZOS
- fakticky slabší subjekt v právním vztahu. Musí mít proto oporu ve veřejnoprávní úpravě

Obecným objektem právní ochrany spotřebitelů je nerušené a soustavné uspokojování jejich potřeb. Jedná se především o

- ✓ poctivost prodeje,
- ✓ zákaz nekalých obchodních praktik,
- ✓ informační povinnosti (stanovení podmínek vyřizování reklamací, výkup vratných obalů, regulaci reklamy, technické požadavky na výrobky a cenovou regulaci...)

Ochrana spotřebitele

Nejdůležitější zásady ochrany spotřebitele formulovala již rezoluce Valného shromáždění OSN č. 39/248 v roce 1995 nazvaná Směrnice na ochranu spotřebitele:

- ✓ Zákaz nepoctivých jednání a diskriminace spotřebitele
- ✓ Zákaz klamání spotřebitele
- ✓ Zajištění přístupu k podstatným informacím - povinnost informační
- ✓ Zákaz ovlivňování spotřebitele nezákonnými postupy.

Ochrana spotřebitele

ZOS ukládá **prodávajícímu**, jakým způsobem má řádně informovat spotřebitele o **vlastnostech** prodávaných **výrobků** nebo charakteru poskytovaných **služeb**. Spotřebitel má být informován i o **způsobu použití a údržby** výrobku, o **nebezpečí**, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby i o **riziku** souvisejícím s poskytovanou službou.

Zákaz nekalých obchodních praktik:

- ✓ Klamavé obchodní praktiky - § 4 ZOS
- ✓ Agresivní obchodní praktiky - § 5a ZOS
- ✓ Diskriminace spotřebitele - § 7a

Ochrana spotřebitele

Klamavé obchodní praktiky:

Podnikatel

- prohlašuje, že se zavázal dodržovat určitá pravidla chování, ačkoliv tomu tak není
- uvádí jako přednost nabídky práva, která vyplývají přímo ze zákona
- propaguje výrobky či služby způsobem, ze kterého není patrné, že se jedná o placenou reklamu
- uvádí slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ apod. a spotřebitel musí vynaložit náklady...
- přiloží k propagačnímu materiálu výzvu k provedení platby a vytváří tak pro spotřebitele dojem, že si výrobek nebo službu objednal...
- vyvolává dojem nebo nepravdivě uvádí, že nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo se prezentuje jako spotřebitel

Ochrana spotřebitele

Agresivní obchodní praktiky:

Podnikatel

- vytváří dojem, že spotřebitel nemůže opustit provozovnu nebo místo, kde jsou nabízeny výrobky či služby, bez uzavření smlouvy
- osobně navštíví spotřebitele v jeho bydlišti, ačkoliv ho spotřebitel vyzval, aby jeho bydliště opustil a nevracel se
- opakovaně činí spotřebiteli nevyžádané nabídky
- požaduje na spotřebiteli, aby při uplatňování práva z pojistné smlouvy předložil doklady, které nelze pokládat za důvodné...
- prostřednictvím reklamy nabádá děti, aby si výrobky či služby koupily, resp. přesvědčily dospělou osobu...

Ochrana spotřebitele

Agresivní obchodní praktiky:

Podnikatel

- požaduje po spotřebiteli okamžitou nebo odloženou platbu za výrobky či služby, které si spotřebitel neobjednal...
- prohlašuje, že pokud si spotřebitel výrobek nebo službu nekoupí, ohrozí tím jeho podnikání, pracovní místo nebo existenci
- vytváří dojem, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli taková výhoda bez vynaložení finančních prostředků ze strany spotřebitele neexistuje...

Dozorové orgány

- **Česká obchodní inspekce** provádí **komplexně** dozor nad ochranou spotřebitele s výjimkou dozoru na úseku nezávadnosti krmiv, veterinárních léčiv a prodeje živých zvířat.
- **Státní zemědělská a potravinářská inspekce** provádí též dozor nad dodržováním povinností, stanovených zákonem na úseku zemědělských, potravinářských, kosmetických, mydlářských, saponátových a tabákových výrobků
- **Orgány ochrany veřejného zdraví** (dříve orgány hygienické služby) provádějí dozor nad dodržováním povinností, stanovených zákonem na úseku ochrany zdraví lidí, zejména z hlediska zdravotní nezávadnosti výrobků a poskytovaných služeb
- **Orgány veterinární správy** provádějí dozor na úseku veterinární péče nad dodržováním zákonem stanovených povinností

Dozorové orgány

- **Živnostenské úřady** provádějí dozor nad dodržováním povinností, stanovených zákonem v oblasti obchodu a služeb podle umístění podnikání
- **Celní úřady** provádějí také dozor nad dodržováním povinností vč. ukládání ochranných opatření (klamavé obchodní praktiky, zákaz nabízení výrobků pro humanitární účely, povinnosti provozovatele tržnice)
- **Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva** provádí dozor nad dodržováním povinností na úseku střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických výrobků
- **Státní zemědělská a potravinářská inspekce**
- **Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský**
- **Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví**



PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Děkuji za pozornost!

Příjemný zbytek dne!