



Etika podnikání ve vztahu ke spotřebiteli

Česká společnost pro jakost

Petr Koten

Česká společnost pro jakost

- Občanské sdružení
- Odborné akce, konference, vzdělávání, certifikace organizací, certifikace osob
- Naším zákazníkem nejsou spotřebitelé, ale organizace (na spotřebitele působíme zprostředkovaně)

Jak mohou nástroje/metody kvality
přispět k etickému chování vůči
spotřebiteli?

...způsobilost pro užití

.....minimum ztrát, které výrobek od okamžiku své expedice společností způsobí

Definice kvality?

...to, co za ni považuje zákazník

.....stupeň splnění požadavků souborem inherentních znaků

Norma ISO 9001:2008 a etické chování k zákazníkovi

- v normě se slovo „ETIKA“ explicitně neobjevuje ALE norma stanovuje povinnost

„obecně“ na takové chování – aby organizace byla schopna poskytovat produkt, který splňuje požadavky a zákazníka a relevantní právní požadavky (včetně požadavku na zvyšování spokojenosti zákazníka)

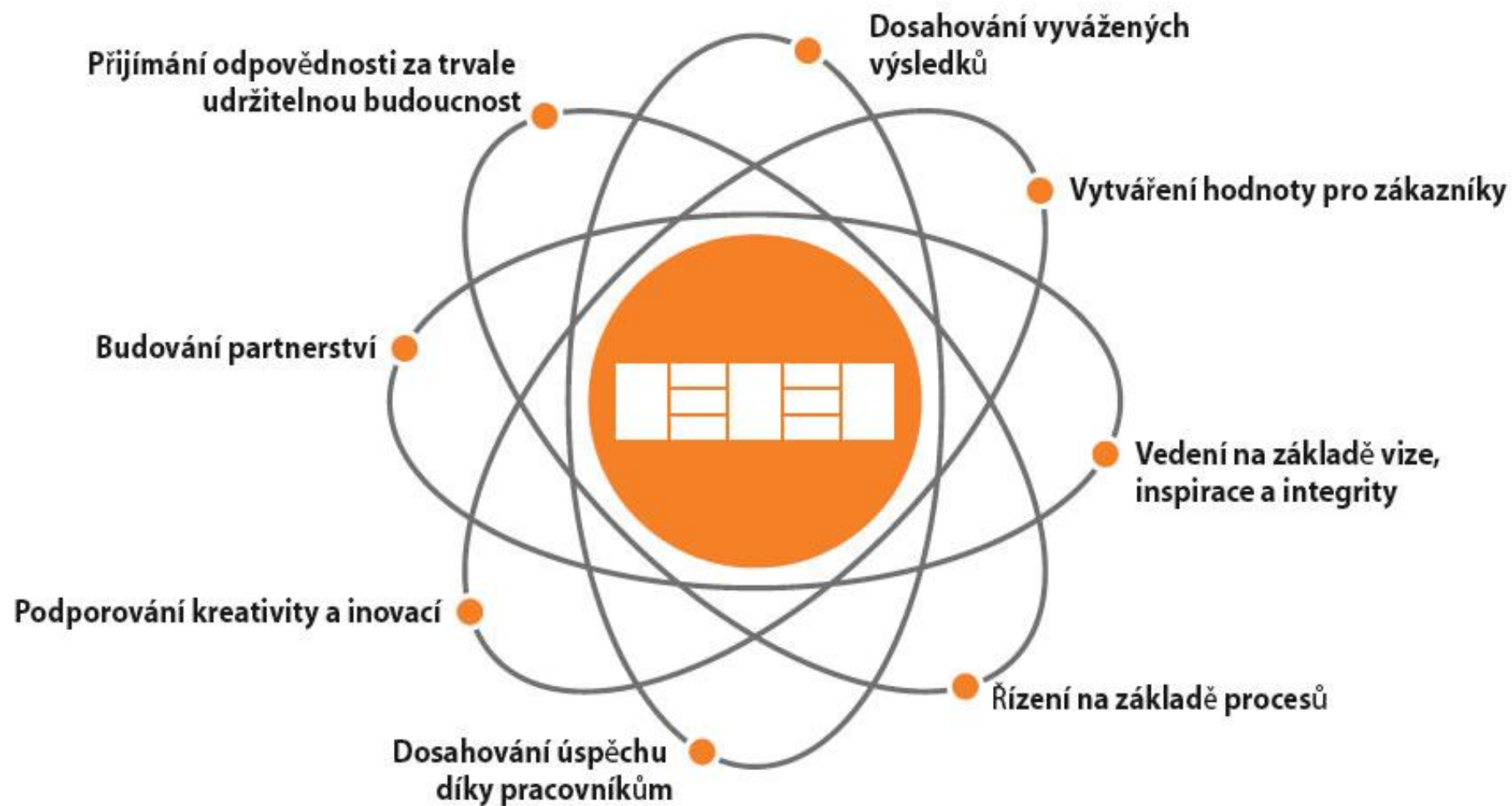
Norma ISO 9001:2008 a etické chování k zákazníkovi

- v normě se slovo „ETIKA“ explicitně neobjevuje ALE norma stanovuje povinnost

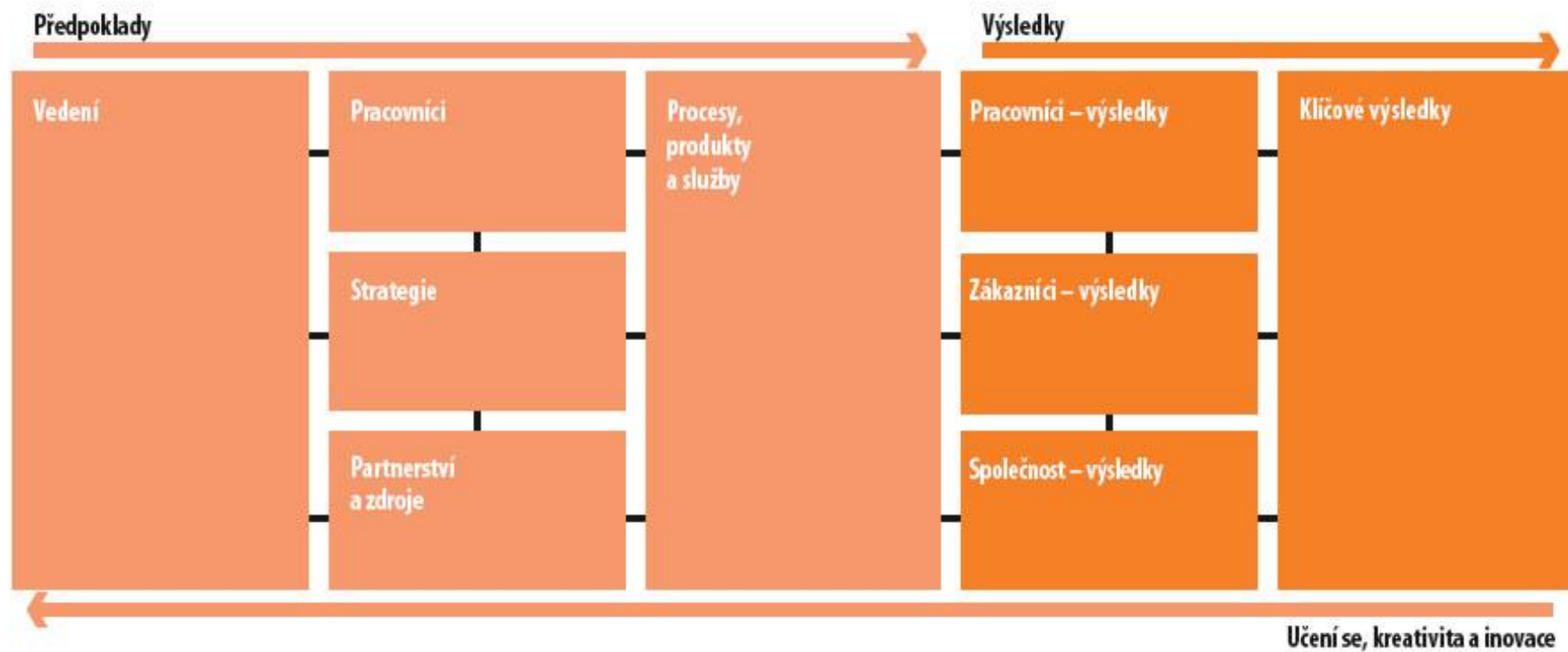
- vrcholového vedení komunikovat o důležitosti plnění požadavků zákazníka a právních požadavků;
- organizace musí poskytovat zdroje pro zvyšování spokojenosti zákazníka
- vrcholového vedení zajistit, aby byly stanovovány požadavky zákazníka a aby byly plněny s cílem zvyšovat jeho spokojenost
 - zjištění požadavků vyřčených/nevyřčených, ale důležitých pro zamýšlené použití
 - přezkoumání požadavku zákazníka před přijetím závazku dodat produkt
 - chránit majetek zákazníka, oznámit poškození/ztrátu majetku zákazníka
- monitorovat spokojenost zákazníků
- řešit reklamace
- přezkoumávat zpětné vazby od zákazníků (s cílem stanovit mj. opatření ke zlepšování produktu ve vztahu k požadavkům zákazníka)

Model excellence EFQM a etické chování k zákazníkovi

Excelentní organizace **dosahují a trvale udržují** nejvyšší úroveň výkonnosti **splňující nebo překračující** očekávání **všech** svých zainteresovaných stran.



Model excellence EFQM



Kde se v Modelu excelence EFQM hovoří explicitně o etice/vnímání zákazníků?

- Lídři prosazují hodnoty, jsou vzory společenské odpovědnosti a etického chování
- Lídři zajišťují, aby jejich pracovníci jednali eticky, odpovědně a čestně

Kde se v Modelu excelence EFQM hovoří explicitně o etice/vnímání zákazníků

6a. Měřítko vnímání

Jedná se o měřítko vnímání organizace zákazníky, která mohou být získána z řady zdrojů, jako např. z průzkumů, cílových skupin, hodnocení, pochval a stížností. Tato měřítko vnímání by měla **zajistit jasné pochopení toho, jaká je z pohledu zákazníka** efektivnost aplikace a výstupů zákaznické strategie, podpůrných politik a procesů organizace.

MĚŘÍTKA MOHOU ZAHRNOVAT VNÍMÁNÍ NÁSLEDUJÍCÍCH ASPEKTŮ:

- Dobré jméno a image
- Hodnota výrobku a služby
- Poskytování výrobků a služeb
- Zákaznický servis, vztahy a podpora
- Loajálnost a angažovanost zákazníků

Závěry

- Jak norma ISO 9001, tak Model excellence EFQM v sobě zahrnují prvky etického chování (nejen) k zákazníkovi
- Úspěšnost nasazení pravidel etického chování stojí na jejich:
 - **definování a**
 - **uplatňování a**
 - **Vynucování**

**ÚLOHA VRCHOLOVĚHO VEDENÍ
ORGANIZACE JE KLÍČOVÁ**

Užitečné zdroje



Centrum excellence
při ČSJ

- Model START, START PLUS – www.npj.cz
- Centrum excellence – www.csq.cz
- Časopis Perspektivy kvality – www.perspektivykvality.cz
 - Téma: Vnímání kvality

Děkuji za pozornost

Česká společnost pro jakost

Novotného lávka 5

116 68 Praha 1

www.csq.cz

Petr Koten

koten@csq.cz