

VYHODNOCENÍ ZNAČEK KVALITY - ETAPA 2 – Služby

Značky VYŘAZENÉ Z HODNOCENÍ

Zpracováno v rámci ÚKOLU PODPOŘENÉHO RADOU KVALITY

na propagaci aktivit

Odborné sekce Kvalita v ochraně spotřebitele v roce 2015

Řešitel: Kabinet pro standardizaci, o.p.s.
Pod Altánem 99/103, 100 00 Praha 10
tel.: +420 261263574, cell: +420 602561856
e-mail: normy@regio.cz; www.top-normy.cz.cz
DIČ CZ28984072
Bankovní spojení - Česká spořitelna Praha 4, č. účtu 000000-2091893359/0800

Hodnocené značky kvality

Ve smyslu zadání úkolu a metodiky byly k hodnocení vybrány značky, které se na trhu podařilo identifikovat. Jejich seznam je v Příloze 1.

Ve smyslu metodiky značky, které splnily kritéria postavená na „standardu“ Programu CzQ, jsou v rámci tohoto hodnocení považovány za „**VYHODNOCENÉ**“. Jsou to značky, které poskytují spotřebiteli přiměřeně komplexní informaci o kvalitě služby.

Ve smyslu metodiky značky, které nesplnily kritéria postavená na „standardu“ Programu CzQ, jsou v rámci tohoto hodnocení považovány za „**VYŘAZENÉ Z HODNOCENÍ**“ – („NEHODNOCENÉ“) a bez pořadí jsou sepsány v odstavci níže – písm. (b). Jsou to značky, které neposkytují spotřebiteli komplexní informaci o kvalitě výrobku či služby. **Neznamená to, že jsou nezbytně nedůvěryhodné**, ale pouze že nesplňují stanovené standardní požadavky na značku kvality komplexně. Mohou tedy dávat důvěryhodnou informaci spotřebiteli o nějaké výlučné specifikaci či vlastnosti služby, ale nikoliv o všech (tj. komplexně) stanovených konkrétních kvalitativních ukazatelích pro službu.

Seznam značek VYŘAZENÝCH Z HODNOCENÍ

Čís.	Značka	Správce značky
1.	Ověřeno zákazníky – Heuréka	Heuréka
2.	Značka kvality Český kamnářský institut	Český kamnářský institut
6.	Banka roku	Fincentrum
7.	Zlatá koruna	pdMEDIA s.r.o.
8.	Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě	Ministerstvo vnitra
10.	Certifikát ověřená firma	Tomáš Meloun – netfirmy.cz
11.	Značka kvality dTest	dTest o.p.s.

1. Ověřeno zákazníky – Heureka <http://overeno.heureka.cz/>



Každý e-shop, který je na Heurece, se může nechat ohodnotit svými zákazníky. Vždy, když v takovém e-shopu nakoupíte, přijde vám krátký dotazník, kde vás poprosíme o zhodnocení spokojenosti s nákupem. Pokud nám větší množství zákazníků řekne, že nakupování v daném obchodě je jedna radost, dostane od nás obchod certifikát Ověřeno zákazníky.

Certifikát však není doživotní. Stačí několik ne zcela spokojených zákazníků a je fuč. Sledujeme aktuální kvalitu e-shopu a díky tomu vždy poznáte, který e-shop poskytuje svým zákazníkům skvělé služby.

Závěr: Jedná se o nesmírně užitečný nástroj, který jako spotřebitelé vítáme a jeho funkci oceňujeme. Je ovšem postaven tak, že nemůže splňovat standartní kritéria značky kvality. Spotřebitel je nejúčinnější kontrolou kvality služby, jeho funkce jako třetí strany je ovšem neidentifikovatelná a netransparentní. Pro kvalitu služby nejsou stanovena kritéria. Značku nelze zařadit do hodnocení.

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ne (Absolutní anonymita správce)
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	Ne (Přínos pro spotřebitele je nepochybný, ale bez konkrétně stanovených znaků kvality)
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Ne
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Ano
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Ano

Značka VYŘAZENA z hodnocení

2. Značka kvality Český kamnářský institut <http://www.kamnarskyinstitut.cz/index.php/projekty/99-znacka-kvality-2>



Jedná se o sdělení pro laickou veřejnost, že držitelé tohoto oprávnění se snaží vykonávat svoje řemeslo kamnář zodpovědně, spolehlivě a kvalitně.

... s možností označení firemního auta nebo provozovny kamnáře. Toto označení bude platit vždy jeden rok a bude se obnovovat. Podmínkou pro udělení je pravidelné odborné proškolení pořádané Českým kamnářským institutem, kvalitně odváděná řemeslná práce, korektní chování vůči zákazníkům, profesionální přístup k řešení vzniklých problémů a odborná pomoc, ale také spolupráce s ostatními řemeslníky při realizacích kamnářských děl.

Závěr: Velmi chválná a oceněníhodná iniciativa, ale zatím z hlediska standartních kritérií na značku kvality „nedotažená“. Značka nemůže být zařazena do hodnocení. Informace o sdružení jako správci jsou zatím neúplné, kritéria pro značku a její udělení neúplná ...

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ne
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	Ne (Přínos pro spotřebitele je nepochybný, ale bez konkrétně stanovených znaků kvality).
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Ne
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Ano (Byť jen dílčím způsobem)
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Ano (Byť ne zcela transparentně)

Značka VYŘAZENA z hodnocení

6. Banka roku <http://www.bankaroku.cz/>



Správce: Fincentrum. Fincentrum Banka roku si klade za cíl ocenit služby a produkty bank působících v České republice. Základním kritériem je zaměření bank na drobnou klientelu.

O vítězích v osmi z patnácti kategorií rozhoduje odborná porota. Hlasování probíhá korespondenční formou pod notářským dohledem, stejně jako zpracování výsledků. Porota je složena z cca 70 členů – odborníků z finanční oblasti, sféry bankovníctví, státní správy, akademické a politické sféry a v neposlední řadě i zástupců předních korporací v České republice. Žádný z porotců není zaměstnán v hodnocených institucích či jinak zainteresován na výsledcích Ocenění. Všichni porotci obdrží poštou soupis jednotlivých kategorií, stručný přehled o dané oblasti, informace o aktuálním dění v této oblasti a prezentaci jednotlivých nominovaných subjektů/produktů (tyto informace dodávají nominované banky a finanční domy).

Závěr: Značka je vyhodnocována pro daný rok širokým spektrem odborníků či zainteresovaných osob. Míra vyhodnocení každého subjektu je však zcela netransparentní, jak u takovýchto projektů bývá. Tzv. „AKADEMIE“ nelze považovat za třetí stranu ve smyslu infrastruktury kvality. Vyhodnocení konkrétních a transparentních kritérií je u takovýchto projektů netransparentní. Je na spotřebiteli, jak takovouto soutěž vnímá (obvykle pod mediálním působením). O vlastní kvalitě služby taková značka nic neřekne. Do standardních kritérií značky kvality se ale takový projekt „nevejde“.

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ano
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	Ne
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Ne
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Ne
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Ne

7. Soutěž Zlatá koruna - <http://www.zlatakoruna.info/soutez-zlata-koruna>



Soutěž Zlatá koruna oceňuje nejlepší finanční produkty na českém trhu nepřetržitě od roku 2003. Soutěžící produkty jsou rozděleny do 15 kategorií. 11 kategorií je věnováno finančním nástrojům pro spotřebitele, 4 reprezentují nabídku pro drobné a střední podnikatele a nové trendy odráží sběrná (16.) kategorie Novinka roku. Novou kategorií je Cena Zlaté koruny za společenskou odpovědnost, která je udílena na základě výsledků průzkumu agentury IPSOS pro Zlatou korunu.

Produkty posuzuje odborná porota, Finanční akademie Zlaté koruny. Ve Finanční akademii jsou rovnoměrně zastoupeny finanční společnosti, poradci, novináři, zástupci akademické sféry, podnikatelů atd.

Hodnocení probíhá na základě multikritériálního modelu, který porovnává ekonomické, kvalitativní a bezpečnostní charakteristiky produktu. Díky velkému počtu hodnotitelů, jejich odbornosti a různorodému zaměření nabízejí výsledky soutěže objektivní obraz českého finančního trhu a spotřebitelům poskytují užitečné vodítko při výběru. Ačkoliv nikdo nemůže tvrdit, že jeden produkt je nejlepší pro všechny potenciální uživatele, historie soutěže dokazuje, že všechny oceněné produkty - i při zpětném pohledu - byly velmi nadstandardními finančními nástroji.

Své produkty přihlašují do soutěže finanční společnosti a právo nominovat je na "divokou kartu" mají také všichni členové Finanční akademie a zástupci organizátora. Systém doplňkových nominací zajišťuje, že v soutěži jsou zastoupeny skutečně všechny kvalitní produkty, i pokud by nebyly přihlášeny poskytovatelem. V uplynulých 13 letech se však do soutěže

aktivně zapojily prakticky všechny významné banky, pojišťovny a nebankovní společnosti. A naprostá většina z nich přihlašuje výběr ze své nabídky pravidelně.

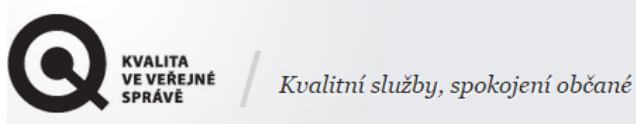
Závěr: Koordinátorem soutěže je pdMEDIA s.r.o. Dokonale zpracované podklady pro srovnávání pro každou finanční službu umožňují zájemci učinit si představu o kvalitativních kritériích pro každou službu finančního trhu - <http://www.zlatakoruna.info/financni-produkty>

Finanční akademie ale NENÍ a nemůže být reprezentativním a transparentním nástrojem třetí strany ve smyslu principů infrastruktury kvality.

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ne
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	ANO
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Ne
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Ne
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Ne

Značka VYŘAZENA z hodnocení

8. Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě



<http://www.mvcr.cz/clanek/verejna-sprava-podpora-zavedeni-kvality-ve-verejne-sprave.aspx?q=Y2hudW09Mw%3d%3d>

Ministerstvo vnitra podporuje zavádění nástrojů řízení kvality ve veřejné správě prostřednictvím metodického vedení, koordinace a oceňování těch, kteří s kvalitou začali nebo se jí již systematicky věnují. Jednou z metod je i udělování Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě.

V současné době Ministerstvo vnitra (jako gestor tvorby strategie) ve spolupráci s vybranými ministerstvy a Úřadem vlády ČR zpracovává „Strategický rámec rozvoje veřejné správy České republiky pro období 2014 – 2020“, kde mezi specifické cíle (viz bod 1.3) patří mimo jiné i rozšíření metod kvality ve veřejné správě. Cílem této strategie je zvýšení kvality veřejné správy a její efektivity, a to prostřednictvím koncepčního řízení kvality a zaváděním metod řízení kvality ve veřejné správě.

V kontextu výše uvedeného pracuje v současné době odbor veřejné správy, dozoru a kontroly na nové koncepci udělování Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě tak, aby odpovídala výše uvedenému Strategickému rámci rozvoje veřejné správy České republiky pro období 2014 – 2020. Jde především o posouzení kritérií způsobů oceňování a hodnocení kvality a inovace ve veřejné správě a Statutu soutěže s cílem zvýšit úroveň soutěže prostřednictvím předkládaných projektů a tím i působit na zvyšování kvality veřejné správy.

Z výše uvedených důvodů se pro rok 2014 soutěž o získání Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě nevyhlašuje.

Závěr: Aktuálně nejsou žádné kvalitativní ukazatele ani další informace zveřejněny. Značka nemůže být hodnocena.

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ano
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	NE
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Neuvedeno
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Neuvedeno
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Neuvedeno

Značka VYŘAZENA z hodnocení

10. Certifikát ověřená firma <http://www.netfirmy.cz/overena-firma/>



Firma, v jejíž prezentaci je naleznete razítko „Ověřená firma“, je pravidelně osobně navštěvována našimi obchodními zástupci.

Správce: Tomáš Meloun – netfirms.cz

Závazek dodavatele poskytnout služby zahrnující zveřejnění prezentace firmy odběratele na internetových stránkách popřípadě poskytnutí dalších doplňkových služeb dohodnutých ve smlouvě a na straně druhé závazek odběratele zaplatit za poskytnuté služby dohodnutou cenu stanovenou ve smlouvě.

Závěr: Značka postrádá několik standardních aspektů pro značku kvality

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ano
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	Ne
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	Ne
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	Ano
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	Ne

Značka VYŘAZENA z hodnocení

11. Značka kvality dTest <https://www.dtest.cz/clanek-8/znacka-kvality-dtest>

Značku kvality dTest mohou nést produkty a služby, které v testech získaly hodnocení velmi dobře nebo dobře (na hodnotící škále od 60 % výše), případně se staly přímo vítězi daného testu.

Závěr: Pořadí ve srovnávacím testu je relativní záležitost, která nedává spotřebiteli konkrétní informaci o kvalitě výrobku či služby. Značku proto nehodnotíme a nepovažujeme ji za značku kvality ve vztahu k vymezenému standardu.

a)	CÍLE VE PROSPĚCH SPOTŘEBITELŮ I TRHU	Ano
b)	TRANSPARENTNÍ SPRÁVA ZNAČKY	Ano
c)	ZNAKY KVALITY, PŘÍNOS PRO SPOTŘEBITELE (ZÁKAZNÍKY)	Ne
d)	KVALITU OVĚŘUJE TŘETÍ NEZÁVISLÁ STRANA	-
e)	OVĚŘOVÁNÍ ZPŮSOBILOSTI DRŽITELE ZNAČKY	-
f)	OVĚŘOVÁNÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	-

Značka VYŘAZENA z hodnocení

Seznam příloh:

Příloha 1 – Seznam hodnocených značek

Příloha 1 – Seznam hodnocených značek

Čís.	Značka	Správce značky
1.	Ověřeno zákazníky – Heuréka	Heuréka
2.	Značka kvality Český kamnářský institut	Český kamnářský institut
3.	Český systém kvality služeb	MMR
4.	Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR	Asociace hotelů a restaurací České republiky
5.	Regionální produkt „Kraj Blanických rytířů“	Český svaz ochránců přírody
6.	Banka roku	Fincentrum
7.	Zlatá koruna	pdMEDIA s.r.o.
8.	Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě	Ministerstvo vnitra
9.	Certifikace Vážka®	Česká alzheimerská společnost
10.	Certifikát ověřená firma	Tomáš Meloun – netfirmy.cz
11.	Značka kvality dTest	dTest o.p.s.