

Posouzení problematiky ISO 9001 vzhledem k řízení služeb ve společnosti Samohýl MB a.s.

Marcela Stiborová

Bakalářská práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Vyšší odborná škola ekonomická

akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Marcela STIBOROVÁ**

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Finanční řízení podniku**

Téma práce: **Posouzení problematiky ISO 9001 vzhledem k řízení kvality služeb ve firmě Samohýl MB, a. s.**

Zásady pro vypracování:

1. Prostudujte uvedenou literaturu se vztahem ke zvolenému tématu.
2. Provedte literární průzkum a analýzu teoretických a metodologických východisek řešení zadaného úkolu.
3. S využitím odborné literatury porovnejte a posuďte vymezené oblasti prodeje a skladu ve společnosti před zavedením normy ISO 9001 a po zavedení normy ISO 9001.
4. Na základě provedeného hodnocení navrhněte společnosti doporučení ke zlepšení.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- [1] KOLEKTIV AUTORŮ. Uplatnění požadavků normy ISO 9001:2000 v praxi. Praha: Český normalizační institut, 2001. 116 s. ISBN 80-7283-051-1.
- [2] KRULIŠ, J. Management jakosti jinak 1: příručka pro současné i budoucí uživatele norem ČSN EN ISO 9000:2001: rozbor, komentáře, výklad pojmů. Praha: Český normalizační institut, 2002. 170 s. ISBN 80-7283-088-0.
- [3] PEACH, R. W., PEACH, B., RITTEROVÁ, D. S. Příručka 9000/2000 Kapesní průvodce pro uplatňování systému kvality podle normy ISO 9001:2000 (odpovídá ČSN EN ISO 9001:2001). Praha: Česká společnost pro jakost, 2002. 175 s. ISBN 80-02-01514-2.
- [4] VEBER, J. a kol Řízení jakosti a ochrana spotřebitele. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2002. 164 s. ISBN 80-247-0194-4.
- [5] ZAJÍC, J. Komentář k vydání ČSN EN 9001:2001 Systémy managementu jakosti, Jak vytvořit systém managementu jakosti. Praha: Národní informační středisko pro podporu kvality, 2005. 144 s. ISBN 80-7283-178-X.

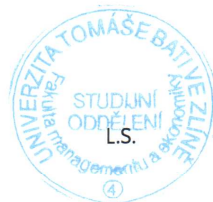
Vedoucí bakalářské práce: **Petr Starý**
EXT.

Datum zadání bakalářské práce: **10. října 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **12. prosince 2008**

Ve Zlíně dne 31. října 2008


PaedDr. Josef Rydlo
zast. děkanka




Ing. Eva Heczková, Ph.D.
zast. vedoucí katedry

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je posouzení efektivnosti zavedení systému managementu jakosti podle normy ISO 9001:2000 ve společnosti Samohýl MB a.s. vzhledem k řízení služeb. Porovnání oblasti prodeje a zásob před zavedením normy ISO 9001:2000 a po zavedení normy ISO 9001:2000. Na základě literárních zdrojů jsou zpracovány teoretické podklady pro tuto práci. Praktická část se zabývá analýzou současného stavu managementu jakosti služeb ve společnosti a zhodnocením vymezených oblastí před implementací a po implementaci normy ISO 9001:2000. V závěru této práce jsou shrnuta doporučení k optimalizaci současného stavu managementu jakosti.

Klíčová slova: norma ISO 9001:2000, certifikace, audit.

ABSTRACT

The purpose of my thesis is evaluation efficiency of implementation quality management system according to ISO standard in the company Samohýl MB a.s. regarding to controlling of service. The aim is comparison section of sales and section of suppliers before and after implementation of ISO standard. Theoretic part of this thesis is based on literature sources. Analytic part of thesis involves analysis of the present quality management system of the service in the company and evaluation determinate section before and after implementation of ISO standard. Conclusion of this thesis contains summary of recommendation for optimalization of present quality management system.

Keywords: ISO standard, certification, audit.

Poděkování, motto

Ráda bych poděkovala panu Petru Starému, vedoucímu bakalářské práce, za odborné vedení, pomoc a poskytování cenných rad a informací. Dále děkuji zaměstnancům společnosti Samohýl MB a.s. a to především majiteli panu JUDr. Ing. Ladislavu Samohýlovi za poskytnuté podklady, které mi byly nápomocné při zpracování bakalářské práce.

Mé poděkování také patří paní Ing. Evě Heczkové, Ing., Ph.D. za pomoc a poskytování rad.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CO ZNAMENÁ ZKRATKA ISO	11
1.1 Co JE TO ISO 9000	11
2 ZÁKLADNÍ NORMY ISO 9000	12
2.1 VÝVOJ NOREM PODLE ŘADY ISO 9000	12
2.2 ISO 9001	13
2.2.1 Komu je systém ISO 9001 určen.....	13
2.2.2 Co to pro firmu znamená.....	13
2.2.3 Přínosy systému ISO 9001	14
3 POJETÍ JAKOSTI	17
3.1 ZÁKAZNICKÝ POHLED NA JAKOST	17
3.2 JAKOST VÝROBKŮ	17
3.3 JAKOST SLUŽEB	18
4 SYSTÉM MANAGEMENTU KVALITY (SMJ)	21
4.1 IMPLEMENTACE SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI	21
5 CERTIFIKACE	23
5.1 ÚLOHA CERTIFIKAČNÍHO ORGÁNU	23
5.2 CERTIFIKAČNÍ AUDIT	23
5.2.1 Výrobní audit.....	24
5.2.2 Procesní audit	24
5.2.3 Systémový audit	24
5.2.4 Interní audit	24
5.2.5 Externí audit	26
5.2.6 Dozorové audity	26
6 DOKUMENTACE	27
II ANALYTICKÁ ČÁST	29
7 PROFIL SPOLEČNOSTI	30
7.1 HISTORIE SPOLEČNOSTI	31
7.2 PŘEDSTAVENÍ SPOLEČNOSTI	31
7.3 ORGANIZAČNÍ USPOŘÁDÁNÍ SPOLEČNOSTI.....	32
7.4 POSLÁNÍ A CÍLE SPOLEČNOSTI.....	33
8 ANALÝZA STAVU SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI VE SPOLEČNOSTI SAMOHÝL MB A.S.	34
8.1 DOKUMENTACE	34
8.1.1 Řízení dokumentace	39

8.2	ZÁSADY SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI.....	40
8.2.1	Zaměření na zákazníka.....	40
8.2.2	Vedení a řízení zaměstnanců.....	41
8.2.3	Procesní přístup.....	43
8.2.4	Neustálé zlepšování.....	47
8.2.5	Vzájemné dodavatelské vztahy.....	47
8.3	AUDIT SPOLEČNOSTI.....	48
8.3.1	Konání auditu.....	48
8.3.2	Kritéria plnění.....	48
8.3.3	Průběh auditu.....	48
9	PŘÍNOSY ZAVEDENÍ NORMY ISO 9001.....	51
10	ANALÝZA OBLASTI PRODEJE, SKLADU A SERVISU PŘED A PO IMPLEMENTACI NORMY ISO 9001.....	52
10.1	ANALÝZA OBLASTI PRODEJE A TRŽEB.....	52
10.1.1	Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2006.....	52
10.1.2	Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2007.....	54
10.1.3	Prodej vozů značky Mercedes-Benz v letech 2006 a 2007.....	56
10.1.4	Porovnání tržeb podniku.....	58
10.2	ANALÝZA OBLASTI SKLADU A ZÁSOB.....	59
	ZÁVĚR.....	60
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	64
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	66
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	67
	SEZNAM TABULEK.....	68
	SEZNAM GRAFŮ.....	69
	SEZNAM PŘÍLOH.....	70

ÚVOD

Dnešní společnost jakožto zákazníci požadují kvalitní úroveň poskytovaných služeb a výrobků. Kvality se bohužel nedocílí pouhým zamýšlením, ale tím, že na ní začneme pracovat, definujeme a pochopíme procesy ve společnosti, které jsou v podniku dány kvalitním managementem, vedením a řízením zaměstnanců s požadavkem na neustálé zlepšování. Uspořádáním firemních činností a procesů do organizovaného a dokumentovaného systému vytvoříme systém managementu kvality odpovídající normám ISO 9001. Většina firem se právě řídí nebo prochází certifikací systému managementu jakosti, nejen aby obstála v konkurenčním boji, ale také zefektivnila svoji činnost a tímto přispěla k ziskovosti.

Společnost Samohýl MB a.s. autorizovaný prodejce vozidel značek Mercedes-Benz, Mitsubishi Fuso, Chrysler, Jeep, Dodge zavedla koncem roku 2006 systém managementu jakosti podle normy ČSN EN ISO 9001:2001 v oblasti servisu osobních, užitkových a nákladních vozidel Mercedes-Benz a prodej náhradních dílů a koncem roku 2007 v oblasti servisu osobních, užitkových a nákladních vozidel Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep a Dodge, Mitsubishi Fuso. Certifikátem se zavázala ke splňování požadavků těchto norem zaměřených především na poskytování nejlepších služeb zákazníkovi a neustálého zlepšování a kvalitního personálu.

Hlavním cílem mé bakalářské práce je posouzení problematiky ISO 9001 vzhledem k řízení kvality služeb v této společnosti se zaměřením na posouzení vymezených oblastí prodeje a skladu před zavedením normy ISO 9001 a po zavedení normy ISO 9001.

V bakalářské práci se v teoretické části zabývám pojmem ISO a jeho vlivem na společnost, certifikací a jejími následnými audity, obecnými zásady systému managementu jakosti, které budu aplikovat ve společnosti.

Praktická část zahrnuje představení a popis společnosti, analýzu současného stavu systému managementu jakosti. Je zaměřena na dodržování zásad managementu jakosti jako je zaměření na zákazníka, vedení, řízení a zapojení zaměstnanců, procesy ve společnosti

a závazek k neustálému zlepšování. Na základě těchto skutečností je navrženo zlepšení systému managementu jakosti.

Závěrem této práce uvádím doporučení ke zkvalitnění systému managementu jakosti, zefektivnění procesů podniku, lepšího uspokojení zákazníků a vyššího rozvoje zaměstnanců, které vycházejí z mých zkušeností, postřehů, údajů firmy a pocitů zaměstnanců. Doporučení dle mého uvážení ke zvýšení produktivnosti a dosahování vyšších tržeb.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CO ZNAMENÁ ZKRATKA ISO

ISO je zkratka názvu International Organization for Standardization (Mezinárodní organizace pro normalizaci). Tato mezinárodní síť organizací sídlí v Ženevě. Představitelem ISO v ČR je Český normalizační institut ČSNI. ISO se zabývá vývojem norem, ověřováním a certifikací pro podporu obchodování s kvalitními výrobky a službami po celém světě. [1]

1.1 Co je to ISO 9000

ISO 9000 je řada norem týkající se systému řízení kvality. Jádro souboru norem ISO 9000 se skládá ze čtyř mezinárodních norem, které uvádějí postup k vypracování a uplatnění efektivního systému managementu kvality. Tyto normy nejsou specifikované pro konkrétní druh výrobků, dají se použít na všechny výrobky a služby ve všech oborech podnikání. Nejznámější normou, podle které se provádí vlastní certifikace, má označení ISO 9001, avšak veřejnost a firmy začaly pro zjednodušení (i když nepřesně) používat označení ISO 9000. Pokud někdo uvede, že vlastní certifikát podle ISO 9000 nebo 9001, jedná se o jedno a totéž.

2 ZÁKLADNÍ NORMY ISO 9000

- **ISO 9000:2000** uvádí zásady a základy managementu kvality, popisuje, čeho se tato řada norem týká.
- **ISO 9001:2000** uvádí požadavky na systémy managementu kvality pro případ, kdy je nezbytně nutné prokázat, že organizace je způsobilá účinně plnit požadavky zákazníků a předpisů.
- **ISO 9004:2000** poskytuje návod pro zavedení systému managementu kvality, který překračuje požadavky ISO 9001 a umožňuje organizaci účinně plnit a předvídat očekávání zákazníků.
- **ISO 19011** poskytuje návod pro plánování a provádění auditů kvality.

Zatímco ISO 9001 je norma určující požadavky, normy ISO 9000, ISO 9004 a ISO 19011 jsou návody. ISO 9001 uvádí, co se musí udělat, aby systém managementu kvality fungoval, ne jak se to má udělat.

Mezinárodní platnost

Normy ISO jsou mezinárodní normy, které jednotlivé státy přebírají do národní "technické legislativy". Normy označené ISO 9001 nebo ČSN EN ISO 9001 nebo DIN EN ISO 9001 mají zcela shodné znění a požadavky a to znamená, že firma, která obdrží certifikát v jedné zemi, nemusí prokazovat znovu splnění požadavků v jiné zemi. Certifikát má mezinárodní platnost.

2.1 Vývoj norem podle řady ISO 9000

V roce 1987 byly Mezinárodní organizací pro normalizaci – ISO poprvé zveřejněny normy, které se zabývaly požadavky na systém jakosti a technickými požadavky na výrobky.

V roce 1994 byl jejich obsah a struktura poprvé revidovány.

V roce 2000 došlo k druhé velké revizi a normy EN ISO 9001:1994, EN ISO 9002:1994 a EN ISO 9003:2004 nahradila norma ISO 9001:2000 založena na procesní orientaci systému managementu jakosti. [2]

Procesem chápeme soubor vzájemně souvisejících nebo působících činností, které využívají zdroje a přeměňují vstupy na výstupy.

2.2 ISO 9001

Norma ISO 9001 vydaná v ČR jako ČSN EN ISO 9001:2001 řeší systém managementu kvality procesním přístupem. Uplatnění tohoto přístupu je základní nutností u všech organizací, které mají systém zaveden a následně certifikován. Mezi základní požadavky patří i neustálé zlepšování a spokojenost zákazníka. Pomůže organizaci identifikovat a uspořádat všechny činnosti v organizaci, stanovit jasné pravomoci a odpovědnosti za řízení těchto činností a přispívá k celkovému zprůhlednění fungování organizace.

Norma ISO 9001 specifikuje požadavky na systém managementu jakosti v organizacích, které chtějí a potřebují prokázat svoji schopnost trvale poskytovat produkty v souladu s příslušnými předpisy a požadavky zákazníků, a které usilují o zvyšování spokojenosti zákazníka. Základní požadavek: zavést, dokumentovat, uplatňovat a udržovat systém managementu jakosti (SMJ) a neustále jej zlepšovat.

2.2.1 Komu je systém ISO 9001 určen

Systém ISO 9001 je určen všem typům organizací různých velikosti a zaměření. Normu ISO 9001 lze aplikovat ve všech sférách podnikání. Může se jednat například o výrobní, obchodní, servisní, poradenskou společnost, ale i o instituce veřejné správy, zdravotnická zařízení, vzdělávací instituce a mnoho dalších. Systém managementu kvality je vhodným nástrojem pro všechny organizace, které chtějí zlepšit fungování procesů, zprůhlednit činnosti a nastavit jasná pravidla.

2.2.2 Co to pro firmu znamená

ISO 9000 pojednává o znalosti a pochopení zákazníků, jejich potřeb, požadavků a přání a o zajištění, aby pracovní procesy v organizaci odpovídaly těmto požadavkům. Pracovními procesy je myšleno více procesů, které se opakují a vedou k výstupu – k výrobku, zboží nebo službě.

2.2.3 Přínosy systému ISO 9001

Mnozí zákazníci jak v soukromém, tak i ve veřejném sektoru hledají u svých dodavatelů nejen cenu, ale i důvěryhodnost. Jednou z možností jak ji poskytnout je vytvořit a certifikací prokázat systém managementu kvality.

Naplnění těchto očekávání je jedním z důležitých důvodů, proč mít systém kvality. Jsou však i další důvody:

- Vyhovět zákazníkům, kteří ISO 9000 vyžadují,
- zlepšení funkčnosti, efektivnosti, organizace a produktivity podnikání,
- docílení a udržování kvality zboží a služeb tak, aby byly splněny požadavky a nevyslovené potřeby zákazníků,
- podstatné snížení reklamací a nákladů plynoucích ze zjištěných neshod,
- zlepšení spokojenosti a loajality zákazníků,
- otevření nových tržních příležitostí a udržování podílu na trhu,
- zvýšení konkurenceschopnosti podniku na trhu,
- udržení si stávajících klientů a snadnější získání nových zákazníků na domácích i mezinárodních trzích,
- zvýšení hodnoty a zlepšení image organizace,
- snížení organizačních nákladů a zlepšování ziskovosti.
- efektivnější alokace zdrojů,
- zvýšená ochrana dat a informací,
- lepší interní komunikace, zvýšení spokojenosti zaměstnanců,
- podporovat činnost neustálého zlepšování.

Ze zákona dochází k:

- Splnění požadavků zákonů, norem a předpisů,
- prokazování zákazníkům, že výrobky nebo služby podniku jsou prováděné a kontrolované podle dokumentovaných postupů.

Především dochází ke splnění legislativních požadavků Zákona č. 40/2004 Sb. o veřejných zakázkách. Zákon o veřejných zakázkách vyžaduje v § 37 povinnost prokázat jakost dodávek, stavebních prací nebo služeb předložením certifikátu managementu jakosti.

Zákon o veřejných zakázkách se týká všech organizací, ucházejících se o zakázky u veřejných institucí (státní úřady, městské a obecní úřady, atd.) kterými jsou zadavatelé vyhlášení veřejné zakázky a vybírají vhodného dodavatele. [3]

Zákon o veřejných zakázkách upravuje působnost veřejných zakázek, základní pojmy, způsob určení ceny veřejné zakázky, postup zadavatele, průběh zadávací řízení a další.

Veřejnou zakázkou je zakázka na dodávky, služby nebo stavební práce, jejímž zadavatelem je osoba uvedená v § 2 Zákona č. 40/2004 Sb. o veřejných zakázkách a u níž předpokládaná cena předmětu veřejné zakázky přesáhne 2 000 000 Kč. Veřejná zakázka se uskutečňuje

za úplatu na základě písemné smlouvy s jedním nebo více vybranými uchazeči nebo zájemci.

Veřejnou zakázkou na dodávky je veřejná zakázka, jejímž předmětem je koupě věcí movitých i nemovitých (dále jen "zboží") včetně koupě zboží na splátky, nájmu zboží nebo nájmu zboží s právem následné koupě, a rovněž veřejná zakázka, jejímž předmětem je kromě dodání zboží také montáž a uvedení do provozu.

Veřejnou zakázkou na služby je veřejná zakázka, jejímž předmětem není předmět veřejné zakázky na dodávky nebo veřejné zakázky na stavební práce. Předmětem veřejné zakázky na služby je dodání zboží.

Veřejnou zakázkou na stavební práce je veřejná zakázka na provedení nové stavby, stavební změny dokončené stavby, udržovací práce na stavbě, odstranění stávající stavby, nebo jakýchkoli stavebních prací (např. montážní práce).

Při zadávání veřejné zakázky musí být zadavatelem dodrženy stanovený postup do uzavření smlouvy s dodavatelem. Dodavatelem je myšlena právnická nebo fyzická osoba, která poskytuje služby, dodává zboží nebo provádí stavební práce, která podává nabídku a rovněž se stává možným zájemcem a uchazečem. Dodavatel musí splňovat zákonem vymezená kritéria (jako je např. prokazování finanční, ekonomické a technické způsobilosti). Hodnotící komise usnese a rozbálí obálky s nabídkami uchazečů, zkontroluje

je, zhodnotí je, vybere nejlepší nabídku a přidělí veřejnou zakázku vybranému dodavateli.

[4]

3 POJETÍ JAKOSTI

S jakostí se člověk setkává od počátku své existence. Otázky jakosti člověka zajímaly dokonce dříve, než otázky peněz. Jakost je pro mnohé dokonce nade vše ostatní.

Lidé si pod pojmem jakost či kvalita mnohdy představují pouze výrobek vysoké kvality. To ovšem není zcela správné, protože i nekvalitní výrobek má určitou kvalitu a od kvalitního výrobku se liší pouze úrovní jakosti.

Jakost je tedy definována jako „Celkový souhrn znaků entity, které ovlivňují schopnost uspokojovat stanovené a předpokládané potřeby.

Pojem „entita“ je definován jako to, „co lze individuálně popsat a vzít v úvahu. Entitou může být proces, činnost, výrobek, organizace apod.“

Jakost je mírou užitečnosti a je dána vlastnostmi výrobku, služby či procesu pro potřeby každého člověka. [5]

3.1 Zákaznický pohled na jakost

Zákazník je pro firmu jeden z nejdůležitějších, protože každý výrobek, každá služba je prodávána zákazníkovi a díky nákupu zákazníka firmy mají zisky. Zákazník je osoba, která přijímá produkt a jeho požadavky k jakosti jsou ovlivněny různými faktory jako např. pohlavím, věkem, klimatem, reklamou, zvyklostmi apod.

Již známý podnikatel Tomáš Baťa používal heslo: „Náš zákazník, náš pán“.

Každý z nás jakožto zákazník se každodenně setkává s jakostí. Jakost znamená splnit požadavky zákazníka, ale i na pohled ze strany výrobce zboží či poskytovatele služeb. Jakost znamená měnit úroveň uspokojení zákazníka. [5]

3.2 Jakost výrobků

Požadavky na jakost výrobků mohou být dány:

- Funkčností – každý výrobek je vyráběn pro jistý účel a ke smysluplnosti nákupu zákazníka.

- Estetickou působivostí – ke každému výrobku patří i jeho vnější forma jako např. tvar, barva. U některých výrobků je estetická působivost vysoce důležitá u jiných méně důležitá.
- Nezávadností – celá společnost odpovídá za zdraví obyvatel, za zdravé životní prostředí apod. proto zdůrazňuje požadavky na zdravotní nezávadnost produktu.
- Rozumnou cenou – Výrobek ne vždy musí mít maximální úroveň kvality, mnohdy zákazník více než kvalitu požaduje rozumnou cenu.
- Ovladatelností – produkt by neměl zatěžovat uživatele nároky na jeho fyzické i duševní schopnosti.
- Trvanlivostí - zákazník očekává, že výrobek bude vyroben z trvanlivého materiálu.
- Spolehlivostí – je dána schopností výrobku plnit veškeré funkce v daném okamžiku
- Udržovatelností, opravitelností – požadavky na udržovatelnost a opravitelnost jsou specifické každému výrobku, i když zákazníci požadují, aby údržba byla snadná a jednoduchá.

3.3 Jakost služeb

Službou je myšlen produkt v nehmotném stavu, jsou to lidské činnosti, kterou může jedna strana směny nabídnout druhé straně. Realizace služby může i nemusí být spojena s fyzickými výrobky. Je obtížné definovat či generalizovat oblast služeb, protože služby se mění v závislosti na různých faktorech, např. zda jsou zaměřeny na uspokojování osobních potřeb, zda vyžadují fyzickou přítomnost zákazníka, zda závisejí na zařízení nebo na lidech.

V čem se služby liší od výrobků? Služby mají určité vlastnosti, které se odlišují od výrobních produktů. Služby mají obvykle čtyři vlastnosti:

- Nehmatatelnost – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmatatelné.
- Proměnlivost – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé.
- Nedělitelnost – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá současně a za účasti zákazníka.

- Pomíjivost – služby nelze skladovat.

Rovněž některé služby jako je například vzdělání jsou nehmátelné. Například návštěvníci restaurace hledají hmatatelný produkt – jídlo dobré kvality. Služby se tedy liší ve stupni své hmatatelnosti. Služby se dají definovat jako činnosti, které mají tendenci k nehmátelnosti, proměnlivosti, nedělitelnosti a pomíjivosti. Každá služba je dána specifickou kombinací těchto čtyř faktorů.

Orientace na některou ze čtyř vlastností služeb se u jednotlivých produktů mění a může být předmětem konkurenčního odlišení.

Obvykle požadavky na služby stanovené zákazníkem se obtížněji plní než požadavky na produkty.

Mezi požadavky na služby může patřit např. spolehlivost, pružnost, vhodné prostředí, odborná způsobilost, vlídné zacházení, dostupnost, apod.

Poslání služeb

Vzhledem k nehmátelnosti služeb a důležité úloze lidských zdrojů v poskytování služeb je důležité stanovení poslání, které zaměří úsilí podniku správným směrem.

Posláním je trvalé prohlášení účelu, které přináší jasnou vizi současných i budoucích činností podniku v oblasti produktu, služby, trhu, hodnot, názorů a způsobů konkurenčního odlišení. Poslání by mělo vyjádřit základní hodnoty, snahy, směr činnosti strategické záměry, přání a cíle podniku

Před formulací poslání je třeba definovat cílovou skupinu. Velké množství podniků se při svém stanovení poslání zaměřuje na akcionáře a vrcholové manažery, ale zcela zapomínají na své zaměstnance a pracovníky. Přitom především zaměstnanci musí znát cíle a poslání podniku, aby se jejich práce ubírala správným směrem a správně uspokojovala zákazníky.

Cílem poslání je vyjádřit hodnoty a názory podniku a stanovit pravidla jeho interakce se všemi relevantními trhy, tzn. se zákazníky, zaměstnanci, vlivnými trhy (např. legislativní nařízení, opatření) dodavateli.

Konečné rozhodnutí o cílové skupině musí zohledňovat veškeré podmínky a souvislosti podniku včetně.

4 SYSTÉM MANAGEMENTU KVALITY (SMJ)

Termín management se používá pro označení jednak činností, které jsou v organizaci prováděny za účelem řízení a koordinování procesů, jednak osob, které tyto činnosti zajišťují.

Základním cílem managementu v každé organizaci by mělo být zvyšování efektivnosti řízení podniku, čili zlepšování schopnosti dosahovat a zvyšovat ekonomické přínosy, zvyšování produktivity a kvality práce a zajišťovat dlouhodobou prosperitu.

Systém managementu jakosti je soubor prvků a procesů, který ve vzájemných vztazích a vzájemné součinnosti určuje směřování činnosti organizace (stanovením politiky a cílů jakosti) a její řízení tak, aby byly cíle jakosti plněny. [6]

Snahou norem řady 9000 je vyjmenovat ty činnosti a procesy, které jsou rozhodující pro dobrou funkci SMJ a které proto mají být v organizaci zavedeny, udržovány, zlepšovány, případně dokumentovány. Jestliže organizace chce, aby její SMJ skutečně vytvářel předpoklady pro zajišťování jakosti produktů a mohl tak být na základě certifikace považován za vyhovující z hlediska těchto požadavků, musí plnit následující stanovené povinnosti:

- Vytvoření a zavedení systému managementu jakosti.
- Řízení zdrojů.
- Realizace produktů.
- Monitorování, měření, analýza.
- Zlepšování. [6]

4.1 Implementace systému managementu jakosti

Systém managementu kvality představují činnosti, které se provádějí v organizacích, jsou zacílené na kvalitu a prováděné k uspokojení potřeb zákazníků. V širokém pojetí sem patří organizační struktura podniku spolu s plánováním, s procesy, zdroji a dokumentací, kterou organizace používá, aby firma dosahovala svých cílů kvality, zlepšení produktů – zboží a služeb a k plnění požadavků zákazníka.

Zásady managementu kvality

- zaměření na zákazníka
- vedení a řízení zaměstnanců
- procesní přístup
- systémový přístup k managementu
- neustálé zlepšování

5 CERTIFIKACE

Certifikace představuje oficiální uznání podnikového systému managementu kvality třetí stranou. Certifikace, neboli ověření funkčnosti vybudovaného systému řízení znamená, že nezávislý orgán, v tomto případě jedna z akreditovaných certifikačních společností ověří, že vybudovaný systém odpovídá požadavkům normy. Certifikát je platný po dobu 3 let a musí být v pravidelných intervalech obnovován.

Certifikace však není povinným požadavkem implementace ISO 9001:2000, můžeme tedy systém zavést aniž bychom ho certifikovali.

5.1 Úloha certifikačního orgánu

Certifikační orgány jsou nezávislé společnosti, které jsou oprávněné hodnotit způsobilost organizace splňovat požadavky ISO 9001. Auditoři, což jsou kvalifikovaní pracovníci, vyškoleni v oblasti norem ISO 9000, navštíví podnik a potvrdí, že organizace splňuje požadavky. Auditují podnik pro základní certifikaci a periodicky se budou vracet, aby potvrdili, že i nadále společnost požadavky splňuje. Tyto návštěvy se nazývají dozorové audity.

Certifikační orgán musí být akreditován, pokud certifikovaná firma působí na mezinárodním trhu, pak i certifikační orgán musí splňovat mezinárodně přijaté požadavky.

5.2 Certifikační audit

Audity jsou specifickou formou kontrolní činnosti, jejichž smyslem je nezávisle, systematicky a objektivně hodnotit prověřovaný předmět s cílem stanovit rozsah, v němž jsou splněna kritéria auditu.

Audity mohou být zaměřeny na výrobky, služby, procesy rovněž i systém řízení jakosti.

Prostřednictvím auditu se získávají zpětnovazebné informace o tom, jak efektivní je systém kvality, zda funguje dobře, co by se dalo zlepšit a co nedosahuje plánované úrovně výkonu.

5.2.1 Výrobní audit

Audit se provádí u finálních výrobků uložených ve skladu, které se náhodně zvolí. Posuzuje se kvalita finálních výrobků z pohledu zákazníka, tj. z pohledu jak výrobek bude vnímán zákazníkem. Hodnotí se funkční vlastnosti, způsob zabalení výrobku, úplnost vybavení návodem na obsluhu, vizuální závady.

V případě auditu služby se prověřuje buď výsledek služby (uspokojení zákazníků) a nebo průběh služby.

5.2.2 Procesní audit

Procesní audit je zaměřen na procesy v podniku (marketingu, vývoje, nákupu, výrobní, provozní činnosti, servisu) s cílem průběžně kontrolovat úroveň procesů, aby bylo možné při vzniku odchylek včas nasadit vhodné řídicí a nápravné mechanismy. Jde o konkrétní vymezení procesu a jeho jednotlivých činností a o vyhodnocení úrovně faktorů, které na jednotlivý proces působí.

5.2.3 Systémový audit

Předmětem auditu systému řízení jakosti je zavedený systém jakosti. Zjištění z auditů poskytují cenné informace. Zjistí-li se jakákoliv neshoda (nedostatek), předávají se tato zjištění příslušným vedoucím útvarů, kde neshoda byla zjištěna, aby přijali nápravu či nápravné opatření. Výsledky z auditu lze také vyhodnocovat v čase a určovat vývojové tendence v dané oblasti, tj. zda dochází ke zhoršení, stagnaci či ke zlepšení. [7]

5.2.4 Interní audit

Interní audity jsou vlastní audity, které pomáhají organizaci se připravit na externí audit.

Interní audity jsou nedílnou součástí měření dosaženého stavu systému managementu kvality. Jedná se o systematický, nezávislý a dokumentovaný proces pro získání informací o tom, zda management kvality organizace

- vyhovuje plánovaným činnostem požadavkům této mezinárodní normy a požadavkům na systém managementu kvality organizací a
- je efektivně uplatňován a udržován.

Program auditu se musí plánovat s ohledem na stav a důležitost procesů a oblastí, které se mají podrobit auditu a také na výsledky předchozích auditů. Kritéria auditu, předmět, četnost a metody musí být stanoveny.

Interní audity musí provádět pracovníci s potřebnou kvalifikací a s nezávislostí na prováděné činnosti a komunikačních dovedností. Volba auditorů a provádění auditů musí zajistit objektivitu a nestrannost procesu auditu. Auditóři nesmí provádět audit své vlastní práce. Auditor by měl mít praktické zkušenosti v managementu, základní znalosti norem požadovaných pro činnost auditu a všeobecně odbornou způsobilost.

Pro sledování procesu interních auditů musí existovat dokumentovaný postup, který by měl zajistit přijímání opatření ke zlepšování a různých nápravných či preventivních opatření. V dokumentovaném postupu musí být stanoveny odpovědnosti a požadavky na plánování a provádění auditu. Výsledky auditu se musí zaznamenat.

Vrcholové vedení musí pro posuzování silných a slabých stránek systému managementu jakosti zajistit vytvoření efektivního a účinného procesu interního auditu. Proces interního auditu je nástrojem vedení pro nezávislé posuzování jakéhokoli označeného procesu nebo jakékoli činnosti organizace. Interní audit hodnotí efektivnost a účinnost organizace.

Auditovat systémy znamená sledovat prvky tohoto systému. Mezi nejdůležitější prvky patří lidé, jejich funkce, činnosti a úlohy.

Vrcholové vedení musí zajistit minimálně tyto činnosti:

- periodicky provádět interní audity, aby se určilo zda systém managementu jakosti vyhovuje požadavkům normy ISO 9001:2000, nebo nevyhovuje,
- provádět periodické přezkoumání, zda byl systém zaveden efektivně a zda je udržován,
- plánovat program interních auditů s ohledem na stav a význam činností a oblastí a přitom brát v úvahu výsledky předchozích auditů,
- zajistit, aby audity prováděli pracovníci, kteří jsou nezávislí na činnostech auditovaných osob.

Musí existovat dokumentovaný postup pro interní auditování, který musí obsahovat

- odpovědnost a požadavky na provádění auditu,
- zajištění nezávislosti
- záznam výsledků a zpracování zprávy pro management

Auditování systému managementu jakosti musí přinést užitnou hodnotu pro zákazníky, vlastníky a další zainteresované osoby.

5.2.5 Externí audit

Externí audity jsou prováděny zvoleným certifikačním orgánem.

5.2.6 Dozorové audity

Systémy certifikace podle ISO 9000 vyžadují periodický dozor, aby se zajistilo jejich řádné pokračování. Certifikační orgány se při dozorových auditech soustředí na zajištění pokračující shody s normou ISO 9001, zda systém kvality udržuje jako celek, zlepšuje se a podle potřeby napravuje. Většinou certifikační orgány provádějí dozorovou návštěvu dvakrát za rok. [6]

6 DOKUMENTACE

Dokumentace v podniku je nezbytná pro zajištění efektivního plánování, fungování a řízení všech činností a procesů organizace. Dokumenty ukládají povinnosti a popisují nebo definují systémy, procesy, postupy a produkty. Dokumenty se sestavují, aby pracovníkům pomáhaly porozumět a vykonávat jejich úkoly účinněji a důsledněji. Dokumentace může mít jakoukoli formu nebo může být na jakémkoli typu média.

Dokumentace systému managementu musí obsahovat:

- Dokumentovanou politiku jakosti a cíle jakosti,
- příručku jakosti,
- dokumentované postupy požadované touto normou, které definují činnosti různých útvarů,
- sledování (řízení) dokumentů,
- sledování (řízení) záznamů,
- interní audit,
- sledování (řízení) neshodného výrobku,
- opatření k nápravě,
- preventivní opatření,
- dokumenty, které organizace potřebuje pro zajištění efektivního plánování, provozování a řízení svých procesů (např. pracovní instrukce, provozní řády, výkresy). Rozsah dokumentů si volí podnik sám, ale musí dbát, aby se neohrozila jakost.

Bez dokumentace tohoto typu žádná firma nemůže existovat.

- záznamy, které vyžaduje tato norma.

Rozsah dokumentace systému managementu jakosti se může v různých organizacích lišit a to v důsledku velikosti organizace a druhu činnosti, složitosti procesů a způsobilosti pracovníků. Důležitou skupinou dokumentace jsou i všeobecně platné předpisy jako např. zákonné předpisy, technické normy a jiné.

Šířka a hloubka používané dokumentace závisí na složitosti, rizikovosti, opakovatelnosti procesů na kvalifikaci zaměstnanců apod.

Forma popisu procesů a činností je rovněž důležitá z hlediska úplnosti, jednoznačnosti, přehlednosti, znázornění vazeb na jiné procesy. Popisy procesů mohou být znázorněny verbálně, vývojovým diagramem, tabulkami, maticemi, obrázky apod.

II. ANALYTICKÁ ČÁST

7 PROFIL SPOLEČNOSTI

Základní údaje o společnosti:

Obchodní firma:	SAMOHÝL MB a.s.
Sídlo:	Tř. T. Bati 532, 763 02 Zlín
Registrace:	Zapsána v Obchodním rejstříku u K.O.S. Brno dne 25. 11. 1997, pod spisovou značkou B 2479
IČ:	25508407
DIČ:	CZ25508407
Právní forma:	akciová společnost
Základní kapitál:	15 100 000Kč
Akcie:	13 ks akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 1 000 000 Kč 20 ks akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 100 000 Kč 9 ks akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 10 000 Kč 10 ks akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 1 000 Kč Akcie mají podobu listinného cenného papíru
Právní forma:	akciová společnost
Statutární orgán:	Představenstvo
Předseda představenstva:	JUDr. Ing. Ladislav Samohýl
Členové představenstva:	Alois Samohýl Michal Pavlík
Kontrolní orgán	Dozorčí rada:
Předseda:	Mgr. Helena Machálková
Členové dozorčí rady:	Ludmila Samohýlová Ing. Jiří Sukop

Způsob jednání:

Za představenstvo jedná navenek jménem společnosti každý člen představenstva samostatně. Listiny o právních úkonech za společnost podepisuje předseda představenstva samostatně nebo alespoň dva členové představenstva společně. Podepisují se tak, že k vypsánému nebo natištěnému názvu společnosti připojí svůj podpis s uvedením funkce v představenstvu.

Předmět podnikání:

- Koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej,
- opravy motorových vozidel,
- opravy karosérií,
- pronájem motorových vozidel,
- zprostředkovatelská činnost,
- montáž měřidel.

7.1 Historie společnosti

Akciová společnost Samohýl Motor Zlín byla založena v září 1990 panem Aloisem Samohýlem za vydatné pomoci jeho synů Ladislava a Petra, kteří dále úspěšně rozšiřují podnikatelské hnutí nejen ve zlínském regionu.

Firma Samohýl Mercedes Benz (MB) byla založena v roce 1997.

Dne 16. 5. 2003 byla otevřena nová budova prodejního Škoda centra ve Zlíně, postavená podle typového projektu Škody Auto.

7.2 Představení společnosti

Firma Samohýl Motor Zlín je jednou z devíti akciových společností Samohýl Holding, která působí na území České republiky a angažuje se převážně v oblasti motorismu. O spokojenost svých zákazníků se snaží pečovat na 63 odborně vyškolených zaměstnanců.

Firma Samohýl Motor Zlín je autorizovaným prodejcem vozidel značek:

- DaimlerChrysler pro značku Mercedes-Benz, Mitsubishi Fuso, Chrysler, Jeep, Dodge,
- Hyundai,
- Volkswagen,
- Seat,
- vozidel a motocyklů HONDA,
- Škoda.

Firma rovněž nabízí svým zákazníkům služby v oblasti prodeje nových a ojetých vozů. K tomu patří zprostředkování leasingu, havarijního pojištění, vybavení vozu příslušenstvím dle vlastního výběru, evidence motorových vozidel na příslušném úřadě, kompletní záruční i pozáruční servis, zahraniční přepravu, nástrojárnu a renovaci historických vozidel.

V servisních službách firma má k dispozici veškeré technické zázemí, včetně vlastní karosárny, lakovny, pneuservisu a myčky. Svým zákazníkům připravuje vozy na technické kontroly, včetně emisní, popř. tuto kontrolu zajistí sama a poskytuje nonstop servisní vůz a odtahovou službu.

Ochraně životního prostředí je věnována náležitá pozornost v rámci holdingu.

Likvidace nebezpečných odpadů je prováděna v rámci holdingu. Životním prostředím se komplexně zabývá osoba k tomuto pověřená. Dbá na dodržování zákonů, bezpečnostních opatření a pravidelně jsou prováděny na pracovištích kontroly. Zaměstnanci jsou v hlavních pracovních poměrech se zařazením zejména prodejci, mechanici a dále v činnostech, které zabezpečují řádný chod společnosti.

7.3 Organizační uspořádání společnosti

Ve společnosti Samohýl MB a.s. pracuje v současné době 63 zaměstnanců, ale počet se neustále mění, firma se rozrůstá. Nejvyšší pozici zaujímá majitel společnosti. Vedení a řízení společnosti má na starosti ředitel, který má k dispozici asistentku prodeje. Vedoucí prodeje a prodejci poskytují informace pro prodej vozů. V rámci účetnictví je zde hlavní účetní, účetní a pokladní. V servisu jsou k dispozici vedoucí servisu, garanční technik,

přejímací technici, karosář, dílenský mistr a mechanici. Náhradní díly vydává vedoucí skladu a skladníci.

7.4 Poslání a cíle společnosti

Posláním společnosti je prodej vozů zákazníkům s následným poskytováním servisu. Cílem společnosti Mercedes-Benz synonymem pro automobily špičkové techniky perfektního zpracování, maximální spolehlivosti a nejdokonalejších servisních služeb ve světovém měřítku je vyjít vstříc a doporučit nebo upravit automobil tak, aby plně vyhovoval potřebám i záměrům zákazníka. K tomuto základními cíli se rovněž připojuje dosahování zisku jakožto předpoklad pro existenci firmy.

8 ANALÝZA STAVU SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI VE SPOLEČNOSTI SAMOHÝL MB A.S.

Společnost má certifikovaný systém řízení jakosti, který je zaveden a následně dodržován podle standardu ČSN EN ISO 9001:2001 v předmětu činnosti:

- servis osobních, užitkových a nákladních vozidel Mercedes-Benz a prodej náhradních dílů, udělen certifikační společností Sokrateq dne 12. 12. 2006 a je platný do 11. 12. 2009.
- servis osobních, užitkových a nákladních vozidel Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep a Dodge, Mitsubishi Fuso, udělen certifikační společností DQS Czech s.r.o. dne 19. 11. 2007 a je platný do 19. 11. 2010.

Obvyklá platnost certifikátu je 4 roky a po skončení platnosti certifikátu společnost musí požádat o recertifikaci systému řízení jakosti. Certifikát musí nadále splňovat požadavky normy, pokud společnost chce mít systém řízení jakosti certifikovaný. Rovněž jednou ročně probíhá dozorový audit, který je zaměřen na neustálé dodržování požadavků norem ISO 9001.

Průběh certifikačního auditu

Společnost zažádala o certifikaci systému řízení jakosti vyplněním žádosti o certifikaci a zasláním certifikační společnosti, která žádost přezkoumala. Společnost předložila všechny informace nezbytné pro hodnocení. Certifikační orgán zkontroloval dokumenty a informace požadované touto normou.

8.1 Dokumentace

Dokumentace, kterou společnost potřebuje pro zajištění efektivního plánování, provozování a řízení svých procesů zahrnuje:

- *Organigram prodeje MB a organigram skladu náhradních dílů a servisu MB*

Tento dokument obsahuje seznam zaměstnanců včetně jejich funkcí v podniku a organizační strukturu.

- ***Vnitropodnikovou směrnicí č.1/2005***

Je určena ke kompetenci složek prodaných nových i ojetých vozů firmy. Podpisem této směrnice se zavazují všichni prodejci k dodržování daného postupu při kompetenci všech dokladů, které souvisí s prodejem konkrétního vozu. Doklady je myšleno elektronické zpracování nabídky, objednávky, kupní smlouvy, protokolu o převzetí vozu od importéra apod.)

- ***Vnitropodnikovou směrnicí č 2/2006***

Slouží ke způsobu vyřizování stížností (reklamací) zákazníků společnosti. Závazkem této smlouvy je odpovědět na stížnost (reklamací) zákazníka v písemné, či jiné formě nejpozději do 48 hodin od obdržení stížnosti. Prodejce se při vyřizování stížnosti musí držet všeobecně smluvních podmínek a pokynů právního oddělení společnosti.

- ***Vnitropodnikovou směrnicí č 4/2007***

Je určena ke způsobu oslovení zákazníka po prodeji nových i ojetých vozů. Je zde vymezen závazek prodejce nejpozději do 14-ti dnů po předání vozidla telefonicky kontaktovat zákazníka, kdy svůj telefonický rozhovor povede dle návodu, který je přílohou této směrnice. Po ukončení telefonického rozhovoru vyplní formulář.

- ***Kupní smlouvu***

Firma doložila certifikačnímu orgánu vzorové kupní smlouvy, uzavírající nákup a prodej vozidel mezi společností Samohýl MB a konkrétním zákazníkem. Obsahem je např. dodání a převzetí vozidla, cena vozidla a platební podmínky, nabytí vlastnického práva.

- ***Smlouvu o výpůjčce osobního vozidla***

Předmětem je přenechání vozidla k užívání zákazníkovi za úplatu.

- ***Dohodu o hmotné zodpovědnosti***

Společnost má uzavřenou dohodu o hmotné zodpovědnosti se zaměstnanci. Předmětem této smlouvy je odpovědnost zaměstnance za správnost objednávek vozidel a zabránění škodě a schodku ve svěřených hodnotách.

- ***Metodiku pro předávací proces***

Dokument, který přesně popisuje postup předání vozidla zákazníkovi, kdy prodejce musí důkladně připravit veškeré dokumentace k vozidlu, musí se připravit na akt předání a vypadat reprezentativně, předá údaje o servisu.

Metodika předání vozidla obsahuje nedostatky. Prodejci často nepředstaví servisního technika, na samotné předání se téměř vůbec nepřipraví. Při samotném předání prodejce nepostupuje logicky a přeskakuje. Prodejci mají špatné vědomosti v ovládní vozidla, zejména navigace, bluetooth sada. Důsledkem toho zákazník neumí toto po předání dostatečně ovládat. Všechny tyto povinnosti jsou zakotveny v metodice příručky pro předání vozidla a musí být zaměstnanci dodržovány. V případě nedodržení povinnosti při předávání vozidla následují sankce zaměstnanců snížením čtvrtletních prémie. Nedostatky se dají zpětně zjistit dotazem na zákazníka, kterému dotyčný prodejce vůz prodával.

- ***Protokol o předání vozidla***

Dokument ztvrdující předání vozidla zákazníkovi. Náplní smlouvy je výčet technických parametrů a příslušenství, které má vozidlo ve výbavě.

- ***Všeobecné servisní podmínky***

Náplní všeobecných servisních podmínek jsou podmínky o provedení záručních oprav, mimozáručních oprav, pravidelných údržbových prohlídek vozidel a jejich součástí nebo příslušenství v servisu společnosti.

Obsahem je sjednání opravy, uzavření smlouvy o opravě, nákup náhradních dílů, předání vozidla k opravě, podmínky opravy, cena za provedené opravy, předání vozidla po provedené opravě, záruční podmínky.

- ***Všeobecné obchodní podmínky***

Jsou součástí kupní smlouvy na koupi vozidla uzavřené mezi prodávajícím a kupujícím. Obsahují uzavření smlouvy a její změny, stanovení kupní ceny, platební podmínky, dodací termín, dodací lhůta, dodací podmínky, převzetí vozidla, odpovědnost za vady vozidla, zánik smlouvy.

- ***Plán osobního rozvoje vedoucích pracovníků***

Obsahuje závazek jednotlivých zaměstnanců účastnit se školení v daném roce. Zaměstnanci by měli rozvíjet své dovednosti, zvyšovat svoji kvalifikaci, absolvovat školení, které by mělo mít za následek zvyšování produktivity práce, růstu prodeje vozidel, ziskovostí a efektivnosti. Společnost by naplňovala svůj cíl.

- ***Pracovní smlouvu***

Společnost předkládá vzor pracovní smlouvy, uzavřenou mezi společností a zaměstnancem. Smlouva obsahuje vymezení pracovní doby, povinnosti zaměstnance a zaměstnavatele.

- ***Příručku ke zpracování garančních požadavků.***

Příručka ke zpracování garančních požadavků (dále jen příručka) obsahuje pokyny k servisům po prodeji vozidel. Příručku připravuje výrobce Mercedes-Benz, je kontrolována a překládána do českého jazyka.

Příručka upravuje vztah mezi autorizovanou opravnou (servisem Samohýl MB a.s.) a importérem (dovozcem MB) ohledně uplatňování nákladů za provedené garanční opravy v souladu se smlouvou o zastupování značky Mercedes-Benz.

Stanovené a sestavené předpisy regulace jsou závazné pro všechny zúčastněné strany, jakožto zákazníky a společnost. Zdůrazňuje se zde závazek autorizovaných smluvních partnerů (Samohýl MB a 11 dalších dealerů v ČR) k provádění záručních oprav včetně prací v souvislosti se servisními opatřeními a svolávacími akcemi, přičemž není důležité, zda jsou vozidla z vlastního regionu nebo jiné země (vlastní prodaná vozidla, vozidla z jiných regionů či zemí). Znamená to pro všechny regionální zastoupení a servisní centra, že budou všechny oprávněné požadavky v rámci záruky či ze strany zákazníků pro ně vyřízeny korektně rychle a bez byrokracie.

Tato směrnice je průběžně doplňována a upravována interními sděleními a informacemi, vydávanými importérem tak výrobcem DCAG.

Společnost je povinna jmenovat pověřeného pracovníka, který bude odpovědný za zpracování záručních, garančních záležitostí ve vztahu k importérovi.

Příručka obsahuje např.

- *Uplatňování garančních nároků k importérovi*

Garanční žádostí k importérovi nebo výrobcí je myšleno proplacení vzniklých nákladů v souvislosti s opravou vady v rámci garance. Požadavky vůči importérovi nebo výrobcí se uplatňují prostřednictvím on-line systému prostřednictvím internetového spojení do centrálního garančního systému VEGA/EVA výrobce. Údaje se zaznamenávají jak do papírového formuláře tak do elektronického systému EVA. Systém EVA obsahuje databázi normočasů dle typů vozidel i aktuální ceník náhradních dílů.

Rovněž musí zde být vymezeny náklady na práci (v normohodinách) náklady na materiál, vedlejší náklady (jako např. náklady za materiál nakoupený od lokálních dodavatelů,), slevy velkozákazníkům.

- *Prodejná a záruční podmínky*

Tato část příručky obsahuje výčet záruk, ze kterých jsou vyloučené závady vzniklé v důsledku:

- Provozování motorového sportu.
- přestavby/montáže nástaveb bez autorizace DCAG,
- použití neoriginálních náhradních dílů,
- působení přírodních a ekologických vlivů,
- nevhodné pohonné hmoty nebo provozní hmoty.

Jsou zde také vyjmenovány případy, kdy záruka zákazníkovi není uznána, závazek řádnému nakládání, skladování a následnému likvidování náhradních dílů z garančních oprav. Je zde stanovena definice a podmínky uznání záruky na náhradní díly na pneumatiky, autorádia apod. Pro různý typ vozidla z různého roku výroby jsou stanovené jiné podmínky uznání záruky.

- *Svolávací akce, servisní opatření*

Servisní opatření je výrobcem předepsaná kontrola nebo oprava vozidel, agregátech nebo dílech a obsahuje následující informace:

- Organizační postup řešení servisního opatření.
- popis opravy, návod k postupu při kontrole, opravě,

- organizační průběh – termín, ve kterém je nutné provést opatření.

Servisní opatření může být bezpečnostního charakteru, kdy je zákazník zván do autorizovaného servisu, nebo preventivního charakteru, provádí se při nejbližší návštěvě servisu.

Svolávací akce je oznamována prostřednictvím médií, zákazník je vždy individuálně zván do autorizovaného servisu.

- o *Garanční sklad*

Jsou zde zakotveny povinnosti zařídit a vést garanční sklad. Při zpracování garančních případů je potřebný oddělený, osvětlený, uzamykatelný prostor vybavený regálovou technikou pro ukládání dílů z garančních oprav. Vymontované díly z garančních oprav musí být označeny předepsanými štíty tak, aby byly nezaměnitelné a identifikovatelné ve vztahu s garanční žádostí.

- o *Kontrolní/zkušební jízdy*

Zkušební jízdy v souvislosti se stanovením diagnózy nebo s ukončením opravy jsou považovány jako neproduktivní úkony a jsou započítávány do obecných nákladů opravy.

- o *Revize, dealerský audit, controlling*

Revize a dealerský audit se provádí:

- V pravidelných intervalech – minimálně 1x za 3 roky,
- v případech, které jsou nápadné opakovanými negativními expertizami,
- v případech, kdy dochází k opakovanému překračování nákladů na opravu oproti normám výrobce.

Controlling je prováděn nepřetržitě controllingovými odděleními importéra.

8.1.1 Řízení dokumentace

Pořádek v dokumentaci je základem pro řádnou činnost každé organizace. Společnost má vytvořené potřebné dokumenty a jejich rozsah odpovídající procesům a činnostem ve společnosti. Dokumenty jsou vypracovány na základě potřeb společnosti a požadavků zákazníka a jsou vydávány v souladu s legislativními předpisy. Dokumenty mají jak listinnou formu tak jsou uloženy na paměťových médiích.

Za správnost a úplnost dokumentace je vždy zodpovědný příslušný zaměstnanec. Každý dokument musí být schválen certifikačním orgánem z důvodu kontroly požadavků normy ISO 9001:2001.

Doporučení pro řízení dokumentace

Společnost by měla dbát na stručnost a jednoduchost dokumentace, v dokumentaci uvést tabulky pro snadnější vysvětlení obsahu. Při sestavování dokumentace firma musí myslet na uživatele, aby dané problematice rozuměli a pro každý úkon stanovit pracovníka, který bude zodpovídat za jeho vykonání. Společnost by měla pravidelně přezkoumávat a aktualizovat dokumenty, zajistit snadnou dostupnost dokumentů v místě používání, čitelnost a zabránění neúmyslného používání zastaralých dokumentů.

8.2 Zásady systému managementu jakosti

8.2.1 Zaměření na zákazníka

Společnost poskytuje produkty - vozidla svým zákazníkům, jejichž kvalitu nemůže ovlivnit. Firma nemůže ovlivnit a rozhodnout o výkonu motoru auta, o provedení interiéru vozidla apod. O tom všem rozhoduje výrobce automobilů. Společnost Samohýl MB pouze vybírá výrobce automobilů, od kterého auta nakoupí a prodává je spolu s poskytováním služeb a servisu svým zákazníkům. Firma Samohýl MB může pouze ovlivnit jakost svých (vlastních) služeb, které poskytuje zákazníkům, jako je např. prodej, akt samotného předávacího procesu nebo pozáruční servis apod. A proto společnost se musí zaměřit na poskytování kvalitních služeb, které zákazníci vyžadují. Firmou nabízené služby zákazníkům vyhovují požadavkům normy ISO 9001, zvyšují počet spokojených zákazníků. S růstem spokojených zákazníků roste i množství prodeje, zakázek, narůstá hodnota pohledávek, které vyústí v nárůst tržeb a zisků. Společnost nesmí zaostat, zůstat na stejné úrovni uspokojování zákazníků jako konkurence. Firma by měla o zákazníka pečovat i po prodeji vozu.

Zákazník, nový majitel vozu by měl být kontaktován do 2 až 10 dnů po prodeji zda je spokojen. Zákazník během 10 dní si do budoucna vytváří vztah k firmě, k autosalonu a ke značce Mercedes-Benz. Péče o zákazníky je zároveň cenným přínosem ke stabilizaci prvotřídní image této značky.

Připravený a kvalifikovaný rozhovor se zákazníkem po předání vozu je účinným nástrojem ke zvýšení jeho spokojenosti a zajišťuje kvalitní vztah zákazníka s firmou. Zákazník by měl mít pocit, že zaměstnanec se ho táže na spokojenost se zakoupeným vozem, nikoliv by však neměl mít pocit, že je u výsledku. Kontrola spokojenosti zákazníků je prováděna buď telefonickým hovorem nebo osobní návštěvou. Osobní návštěva je lepším kontaktem, znamená vyšší kvalitu kontaktu a mohou se vyřešit případné nesrovnalosti, které se mohly vyskytnout při ovládání a užívání vozu.

Co firmě může přinést péče o zákazníka po uskutečněné koupi

Společnost především existuje pro své zákazníky, pokud nedokáže uspokojit jejich potřeby a očekávání nemůže dlouhodobě obstát v konkurenci. Společnost je závislá na svých zákaznících a proto musí rozumět požadavkům, přáním svým zákazníkům a musí směřovat k jejich naplnění a předvídat jejich očekávání. Péče o zákazníka uzavírá celý proces a zůstává zákazníkovi v paměti. Firma by měla dokázat, že zákazník je respektován jako osobnost, měla by zvýšit ochotu zákazníka, otevřeně hovořit o problémech a zvýšit ochotu k další koupi.

Díky cílené péči věnované zákazníkovi by měl růst počet spokojených zákazníků, měla by se zvyšovat šance na další koupi a ochota doporučit koupi dalším lidem. Firmě by se zvýšil objem prodeje jak v množství tak v peněžním vyjádření, který by znamenal nárůst tržeb. Objednávalo by se více vozidel od importéra a došlo by ke zvýšení obrátu zásob a pohledávek.

8.2.2 Vedení a řízení zaměstnanců

Vedoucí společnosti znají a jsou přesvědčeni o kvalifikacích a schopnostech svých zaměstnanců, vytváří jim možnost zapojit se k plnění cílů společnosti. Dodržování dokumentovaných postupů cílů jakosti je zabezpečováno motivací zaměstnanců, aby dosahovali stanovených cílů jakosti a neustálého zlepšování. Společnost se stará o zvyšování kvalifikace a školení svých zaměstnanců, obstarává účasti na akcích (př. předváděcí akce u nových aut). O dodržování kvality je se všemi zaměstnanci komunikováno např. prostřednictvím pravidelných porad vedení se zaměstnanci.

Vedoucí pracovníci jsou odpovědní za motivaci svých podřízených a zajišťování jejich požadavků a potřeb.

Školení pracovníků

Všichni zaměstnanci (vedoucí prodeje, prodejci, vedoucí servisu, technici, mechanici, skladníci, zaměstnanci marketingu, účetní apod.) včetně ředitele jsou školeni příslušným programem odpovídající jejich pozici ve firmě. Společnost zajišťuje svým zaměstnancům např. produktová školení, příprava certifikace, marketingová školení (např. tvorba internetových stránek), garanční školení, kurzy anglického jazyka, účetnictví, změny DPH, změny finančního leasingu a další. Školení vykonávají školení lektori.

Školení probíhá několikrát za rok. Například prodejci jsou školeni 14 – 20 dní v roce, délka jednoho školení trvá až 3 dny. Školení je pořádáno v Praze, Brně, Olomouci a ve Zlíně a pro prodejce může být pořádáno i ve Španělsku, Německu, Rakousku a na Malorce.

Návrh na zlepšení školení

Školení by mělo být zaměřeno jen na problematiku společnosti. Mělo by se více zaměřit na rozvoj schopností a dovedností, měla by být zavedena strategie v podniku. Zaměstnanci by měli zvýšit obrat firmy pomocí svého pozitivního myšlení a měly by napomoci vybudovat profesionální image společnosti. Důležitý je kontakt se zákazníkem, udržování vztahu se zákazníkem nejen během předání vozu, předváděcí jízdy, ale i po prodeji vozu. Zaměstnanci by měli umět udržet a neztratit zákazníka, umět správně reagovat na stížnosti svých zákazníků a umět snížit jejich počet a zvýšit počet stálých klientů. Měli by být zaškoleni jak se řádně připravit a vést jednání se zákazníkem a rovněž komunikovat s ostatními členy týmu. Velký důraz musí být kladen na komunikaci po telefonu, který je ve společnosti velmi rozšířen. Činnost zaměstnanců by měla být provázána motivačním programem, který by zahrnoval osobní růst zaměstnanců s veřejným oceňováním jejich úspěchů, odměňovací řád zaměřen na ocenění nestandardních obchodních úspěchů a iniciativy. Doporučila bych pravidelné konzultace se svými vedoucími a týmovou práci, jež pravidelně vyhodnotí úspěchy i neúspěchy daného obchodníka. Toho všeho by firma dosáhla propracovanější náplní školících kurzů.

8.2.3 Procesní přístup

Procesní pojetí je klíčovým konceptem managementu společnosti, je založeno na systematickém identifikování řízení všech procesů v podniku od nákupu přes skladování, prodej až k jednomu z nejdůležitějších procesů ve společnosti a to k samotnému aktu předání vozu zákazníkovi.

Procesy ve společnosti

1. Nákup

Proces nákup vozidel je prvotní částí všech procesů v podniku. Společnost Samohýl MB v termínech uvedených importérem objedná požadované vozy. Veškeré objednávky a požadavky jsou objednávány elektronicky a systémem online zasílány k pražskému importérovi, který dané požadavky zašle k německému výrobcí. Vozidlo je již objednané a do určité doby importér může změnit konfiguraci vozidla. např. motor, výbavu. Zodpovědnost za nákup vozidel nese vedoucí prodeje a ředitel.

2. Skladování

Skladová evidence zlínského dealera vozidel Mercedes-Benz včetně dalších 11 dealerů na území České republiky je prostřednictvím online počítačového systému, kdy každý z dealerů má možnost nahlédnout to elektronického skladu. Tato možnost samozřejmě není k dispozici zákazníkům. Fyzicky jsou vozidla skladovány a vystavovány v showroomech a v dalších skladových prostorách společnosti spolu s náhradními díly vozidel.

3. Prodej

Proces prodeje s následným vytvořením zisku je stěžejním cílem a záměrem společnosti. Prodej vozidel a náhradních dílů se řídí Vnitropodnikovou směrnicí č.1/2005

Společnost vede databázi zákazníků, skládající se z důležitých až podrobných informací o zákaznících. Rovněž veškeré úkony činěné se zákazníkem se zapisují do databáze, které jsou k dispozici určeným zaměstnancům.

4. Předávací proces

Předávací proces je vyvrcholením prodejního procesu, kdy se zákazník seznamuje s produktem, je mu poskytnuta seznamovací jízda s vysvětlením jak má jezdit, co má dělat, aby to bylo správně, jsou mu poskytnuty servisní informace.

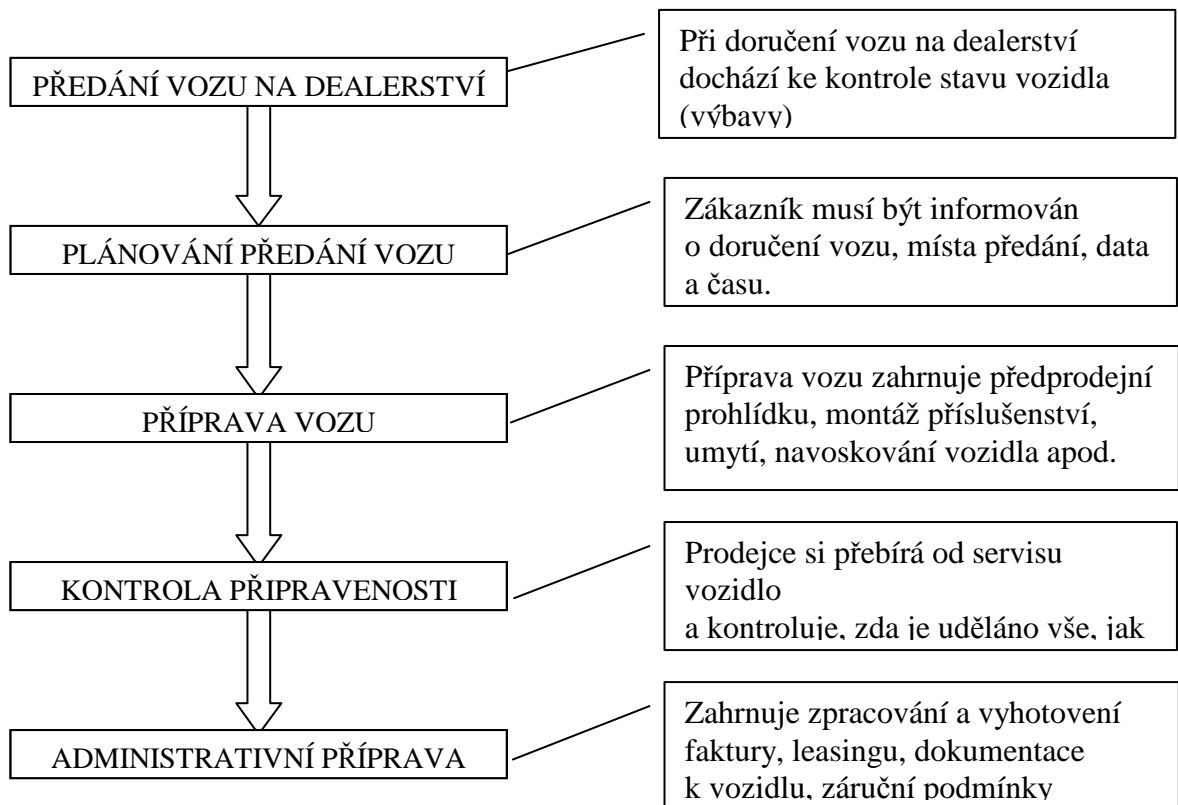
Zákazník očekává, že se společnost podělí o radost z nového vozu, potvrdí správnost volby, prodejce poděkuje, bude komplexně seznámen s vozem. Zákazník pocítuje emoce, uspokojení, úlevu („dobře to dopadlo“).

Prodejce očekává zpětnou vazbu (zákazník zavolá, zastaví se, zeptá se), rovněž očekává spokojenost, radost, emoce zákazníka a upevnění jejich vztahů.

Postup při předání

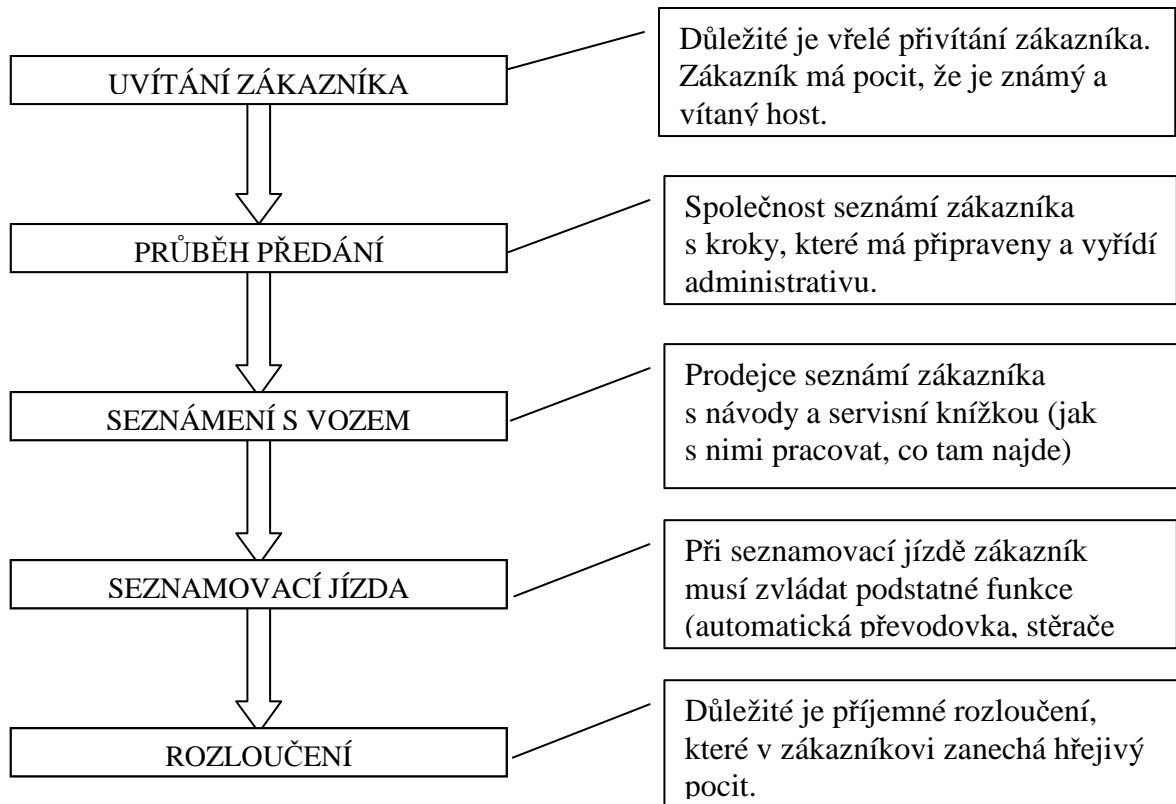
Postup při předání je zaveden do schéma, které ulehčuje práci a eliminuje chyby.

1. Příprava předání vozu



Obr. 1. Předání vozu zákazníkovi

2. Předání vozu zákazníkovi



Obr. 2. Příprava předání vozidla

3. Následný kontakt

Prodejem vozu vztah nekončí, po předání vozu následuje telefonát nebo návštěva. Udržování vztahu se zákazníkem dává velkou pravděpodobnost, že se vrátí pro další vůz.

Analýza slabých míst předávacího procesu

V předávacím procesu se objevují slabá místa. Slabými místy podniku při předávání vozidla je poskytování příliš mnoho informací najednou, prodejce by si měl dohodnout další schůzku se zákazníkem pro další konkrétní dotazy zákazníka. Chybí zde systém, pravidla, směrnice a jejich dodržování, nejsou zde stanoveny konkrétní zodpovědnosti. V podniku chybí prostor (atmosféra, soukromí). Mnohdy není vůz zcela čistý a mohou se vyskytovat závady (škrábance, chybějící sada žárovek).

Východiskem řešení tohoto problému, je že prodejce by se měl na předávací proces důkladně připravit, sebmotivovat. Vedení společnosti by mělo ukládat přiměřenou dělbu práce, pořádat porady, komunikovat se svými zaměstnanci a předávat informace, povzbuzovat pracovníky zapojením se do týmu. Přijímací technici mají ovšem problém v kontaktu se zákazníky. Může zde také zasahovat importér, který vytváří standardy předávacího procesu, ukládá povinné školení techniků se zaměřením na jejich chování, produkt.

8.2.4 Neustálé zlepšování

Společnost má stanoven požadavek neustálého zlepšování všech podnikových procesů, který je jejím trvalým cílem a to především v oblastech:

- Cíle a poslání společnosti – jakožto dosahování zisků, zvyšování tržeb, spokojenosti zákazníků a jiných zainteresovaných stran, zvyšování kvality, dovedností a zkušeností zaměstnanců.
- Výsledky interních a externích auditů – představuje odstraňování nedostatků dle zjištěných kontrol.
- Zlepšování v procesech podniku.

Norma ISO 9001 také vyžaduje, aby společnost průběžně monitorovala spokojenost zákazníka a výsledky získané tímto způsobem využívala pro zdokonalování. Znamená to, že společnost si od svých zákazníků musí vyžádat zpětné „reporty“ o tom, jak jsou se službami společnosti spokojeni. Společnost je rovněž neustále pod „drobnohledem“ jak kontrolního úřadu, který ISO vydal, tak svých klientů, kterým zboží či služby poskytuje. Pokud zákazník obdrží zboží nebo služby, které neodpovídají jeho očekávání, pak může vznést stížnost a společnost je povinna se jí zabývat a přijmout opatření, která zabrání opakování této situace.

8.2.5 Vzájemné dodavatelské vztahy

Dodavatelem společnosti Samohýl MB je výrobce Mercedes-Benz, který rovněž poskytuje náhradní díly MB. Kvalita dodavatele je dána kvalitním personálem s odbornými znalostmi odpovídající přísným normám EU. Systém dodavatelských vztahů v rámci EU funguje nejen mezi společnostmi Samohýl MB a.s., tak i mezi ostatními dealery, a je na základě

dohod smluvního vztahu. Případné reklamace a stížnosti jsou řešeny promptně bez časových prodlev.

8.3 Audit společnosti

Společnost je autorizovaným opravcem pro Mercedes-Benz, proto musí při auditech prokázat, že plní standardy požadované výrobcem Mercedes-Benz. Společnost musí při auditech dokazovat, že plní standardy MB. Audity se mohou konat i vícekrát do roka, nebo dokonce jednou za dva roky, je to vše dle uvážení výrobce Mercedes-Benz. O tom, že ve společnosti proběhne audit, je společnost čtvrt roku předem informována. Standardy mají rozvíjet ideu zajištění a zvyšování známé vysoké úrovně kvality sítě servisů MB. Standardy zastřešují témata vybavení a procesů dílny, personálu a kvalifikace, marketingu, systému IT, managementu a organizace.

8.3.1 Konání auditu

Audit se provádí ve dvou krocích. Kontrolu plnění určitých standardů provádí pověřený zaměstnanec společnosti. Po té nastává audit na místě (v podniku), externí auditoři kontrolují standardy, které jsou uveřejněné na listinách k auditu, rozdělené do oblastí např. ve výstavním prostoru (tzv. showroom), v dílně, ve skladu.

8.3.2 Kritéria plnění

Kritéria auditu jsou uvedené v každé listině, která přísluší dané oblasti kontroly. Je to např. při kontrole ekonomického managementu a controllingu je měřitelným kritériem roční operativní plán jeho splnění a účetní rozvaha, obsahující výsledovku. Kritéria jsou kontrolované auditorem v příslušném formuláři dané oblasti, formou hodnotící tabulky vyplněním odpovědi ano x ne.

8.3.3 Průběh auditu

Audit probíhá v oblasti prodeje, poprodejních služeb. Vybrané oblasti, které auditoři hodnotí včetně měřitelných kritérií jsou uvedené v následující tabulce.

Tab. 1 Měření vybraných oblastí podléhajících auditu

Kontrolované standardy	Měřitelná kritéria
Management a controlling	roční operativní plán, rozvaha, výsledovka
Finanční situace a majetková struktura	minimální průměrná hladina provozního a vlastního kapitálu
Struktura managementu	podrobení všech generálních ředitelů zkoušce, pracovní zkušenosti, plán rozvoje
Management lidských zdrojů	certifikovaný prodejní personál
Management stížností	proces reklamací, zákaznické stížnosti zodpovězeny do 4 pracovních dnů
Řízení kvality	dodržování požadavků řízení kvality dle normy EN ISO 9001
Školení trénink a kvalifikace	účast na školicích programech dle individuálního popisu práce
Interiér podniku	uspořádání interiéru požadavky značky, funkčnosti, použití barev
Proces prodeje	pro všechny produkty dostupnost ceny a nabídky
Předávací proces	plnění požadavků místa předání, počet a sortiment předávacích vozidel
Dílny, sklad	skladovací prostor, vybavení, počet zaměstnanců

Zdroj: vlastní

Po provedení auditu byly zjištěny nedostatky např.:

- minimální počet vozidel ve výstavním prostoru
- u vstupu do společnosti chybí cedule s informací o servisu
- tiskopisy – chyba v hlavičkovém papíru CJD
- ve skladové evidenci je vůz, který fyzicky v podniku chybí.
- nedostatečný počet certifikovaných přejímacích techniků
- značná neúčast na povinných školeních
- speciální náradí.

Všechny tyto nedostatky byly společností odstraněny.

Mimo externích auditů společnost provádí interní audity. Interní audit je prováděn zaměstnancem spolu se zástupci ze společnosti Mercedes-Benz. Interní auditoři při kontrole vycházejí z údajů a informací externích auditů. Interní audit probíhá jednou ročně.

9 PŘÍNOSY ZAVEDENÍ NORMY ISO 9001

Zavedení a následné dodržování normy ISO 9001 společnosti přineslo jistý řád do firmy, režim a systém, kterým se firma řídí. Společnost se nyní může zúčastňovat veřejných zakázek, které mohou vyústit v nárůst tržeb a zvýšení prodejů.

Veřejné zakázky jsou ve společnosti uskutečňovány podle Zákona č. 40/2004 Sb. o veřejných zakázkách, ve kterém jsou zakotveny postupy při zadávání a dodržování veřejných zakázek jak ze strany zadavatele (př. Krajský úřad), tak ze strany dodavatele.

Zavedení systému ISO 9001 také přineslo větší množství spokojených zákazníků, což jsem zjistila z dotazníkových šetření, které jsou prováděny již během předváděcích jízd, při předávání vozu, ale především po prodeji formou telefonického dotazování zaměstnanců společnosti.

Společnost, aby nadále dodržovala požadavky norem ISO 9001 a mohla mít systém managementu jakosti certifikovaný měla by častěji školit personál, což se může stát nákladem pro dodržování norem stejně jako zavedení opatření dle směrnic. Zrovna tak jako náklad na zavedení systému ISO bylo i nákup odborné literatury a norem, školení zaměstnanců a seznámení s požadavky normy, náklady na využití služeb odborné poradenské firmy, která pomohla při zpracování dokumentace, přípravě na certifikace, provádění interních auditů, přezkoumání systémů managementu jakosti apod. a také celkové náklady na samotnou certifikaci.

V budoucím období musí mít společnost na paměti vynakládání dalších nákladů na školení zaměstnanců, náklady na udržování certifikátu (kontrolní a recertifikační audity prováděné certifikační společností).

10 ANALÝZA OBLASTI PRODEJE, SKLADU A SERVISU PŘED A PO IMPLEMENTACI NORMY ISO 9001

10.1 Analýza oblastí prodeje a tržeb

10.1.1 Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2006

Tab. 2. Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2006 (ks)

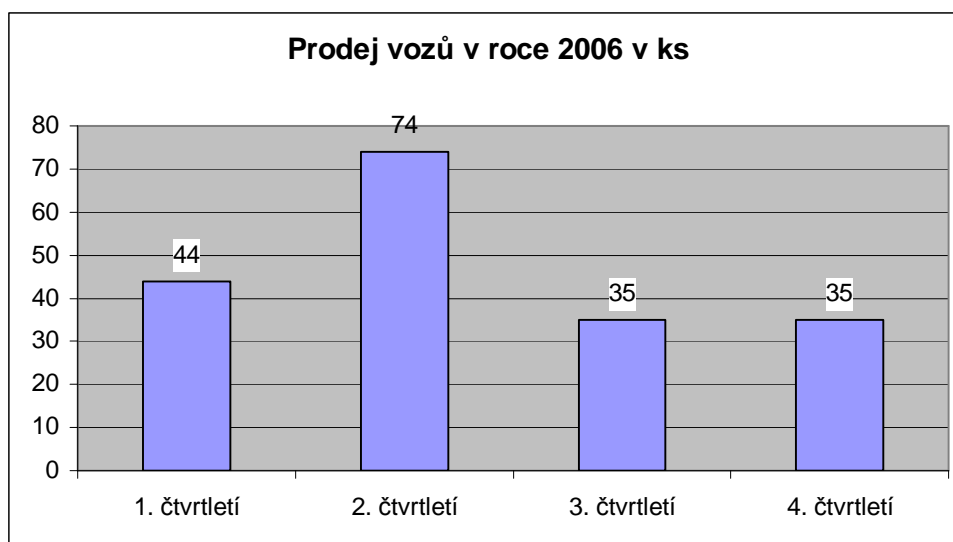
Druh vozu	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	Σ za model
Vito	2	10	7	4	23
Viano	1	6	1	5	13
Sprinter	18	14	19	12	63
Vario	0	0	0	0	0
A	2	5	2	1	10
B	0	4	1	0	5
C	0	5	1	2	8
E	6	10	0	4	20
M	9	12	4	4	29
G	0	0	0	0	0
SLK	1	0	0	1	2
CLK	0	0	0	0	0
S	2	4	0	1	7
CLS	3	0	0	0	3
CL/SL	0	0	0	0	0
R	0	4	0	1	5
Σ za čtvrtletí	44	74	35	35	188

Zdroj: vlastní

V tabulce Tab. 2. uvádím jak se vyvíjel počet prodaných aut značky Mercedes-Benz jednotlivých druhů a tříd za rok 2006 v jednotlivých čtvrtletích. Z tabulky je patrné, že nejvíce se prodávají vozy značky Mercedes-Benz Sprinter. Sprinter patří mezi užitkové vozidla, s možností odpočtu DPH, které nejvíce užívají podnikatelé. Vůz je nabízen v 21 typech s nejdokonalější technickou výbavou, čtyřmi délkami karosérií a třemi výškami nákladového prostoru, pěti dieselovými a jedním benzínovým motorem. Jeho charakteristickým rysem je všestrannost, spolehlivost, snadná ovladatelnost, bezpečnost a minimalizované provozní náklady, které nejlépe vyhovují nejrůznějším požadavkům. Od prodejce jsem se dozvěděla, že zápornou vlastností je vyšší cena než u konkurence.

Naopak nejméně vozidel se prodává značky CLK, CL/SL a CL/S tyto vozidla patří do oblasti sportovních vozů a luxusních kupé. Cena, kvalita a prestiž je doménou spíše zákazníků pohybujících se ve vyšších vrstvách společnosti.

Graf 1. Prodej vozů v roce 2006 (ks)



Zdroj: vlastní

V grafu Graf 1. je znázorněný prodej celkových vozů značky Mercedes-Benz v jednotlivých čtvrtletích roku 2006. K velkému nárůstu prodeji aut došlo ve 2. čtvrtletí, následkem uvedení nové třídy M vozu Mercedes-Benz na trh a nových vozidel třídy E s pohonem na všechny čtyři kola v dieselovém provedení. Obecně platí, že vozy se nejvíce prodávají ve 4. čtvrtletí v důsledku zahrnutí vozidla do majetku firmy s následným odepisováním, které vyústí v navýšení nákladů, snížení výsledku hospodaření a odvedení nižší daně do státního rozpočtu. Naopak k nejmenšímu růstu obvykle dochází v měsících leden, únor a době letních prázdnin. V těchto měsících jsou lidé obvykle časově vyčerpaní a nákup auta nechávají na 3. a 4. čtvrtletí.

10.1.2 Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2007

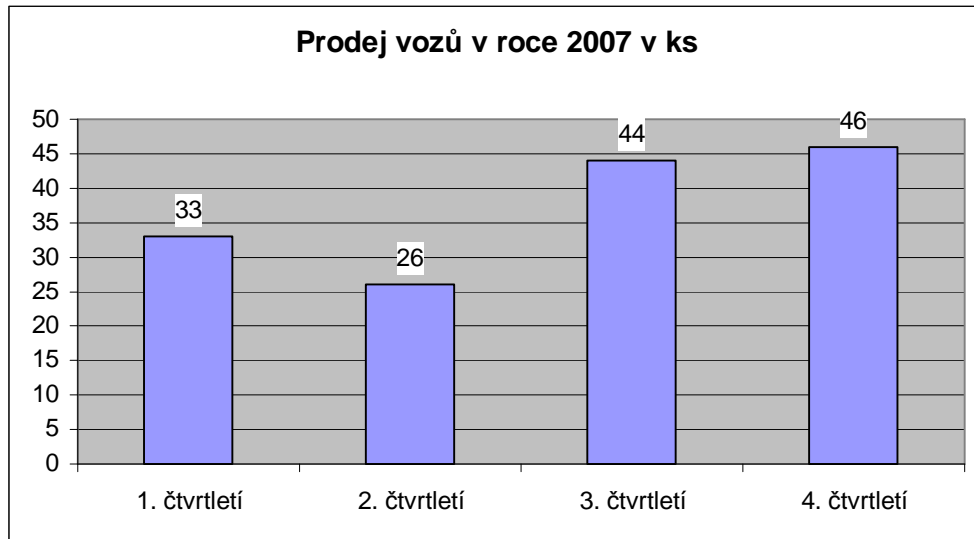
Tab. 3. Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2007 (ks)

Druh vozu	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	Σ za model
Vito	4	2	4	6	16
Viano	1	3	3	2	9
Sprinter	18	11	20	19	68
Vario	0	0	0	9	9
A	2	0	0	1	3
B	2	1	2	1	6
C	0	3	5	2	10
E	0	1	0	0	1
M	3	3	5	3	14
G	0	0	1	2	3
SLK	0	2	0	0	2
CLK	0	0	0	1	1
S	2	0	4	0	6
CLS	0	0	0	0	0
CL/SL	0	0	0	0	0
R	1	0	0	0	1
Σ za čtvrtletí	33	26	44	46	149

Zdroj: vlastní

V tabulce Tab. 3. jsou uvedeny vybrané vozy Mercedes-Benz a jejich počet prodeje v jednotlivých čtvrtletích roku 2007. Opět i v roce 2007 se nejvíce prodalo užitkových vozů Sprinter. Mercedes-Benz Sprinter se stal nejprodávanějším vozem roku 2007 v segmentu do 3,5t v České republice, což se také projevilo na vyšší prodejnosti tohoto vozu.

Graf 2. Prodej vozů v roce 2007 (ks)



Zdroj: vlastní

V grafu Graf 2. je znázorněný prodej celkových vozů značky Mercedes-Benz v jednotlivých čtvrtletích roku 2007. Po zavedení normy ISO 9001 došlo k nárůstu prodeje ve 3. a 4. čtvrtletí. Domnívám se, že to bylo způsobeno zavedením nové daňové reformy s platností 1. 1. 2008, kdy došlo k zásadní změně a to zvýšení doby odepisování dlouhodobého hmotného majetku ze 4 let na 5 let. Proto lidé nakupovali vozidla do konce roku 2007, aby ještě mohly vozy zahrnout do odpisů s kratší dobou odepisování. ISO bylo především důležité pro veřejnou zakázku, aby se společnost lépe mohla zúčastnit veřejných zakázek vyžadovalo to zavedení norem ISO 9001 ve společnosti. Veřejné zakázky tvoří významnou část prodeje, v důsledku zavedení ISO 9001 došlo k nárůstu veřejných zakázek ze 1 až 2 ročně na 5 až 10 ročně, což se projevilo na zvýšení prodeje a tržeb. Na objem prodeje má rovněž vliv kupní síla zákazníků, výše inflace, výše měnového kurzu, politická situace apod. K obecně nižšímu prodeji vozů v roce 2007 mohlo dojít z důvodů toho, že zákazníci splácení leasingové splátky a proto neuvažují o koupi nového vozu.

10.1.3 Prodej vozů značky Mercedes-Benz v letech 2006 a 2007

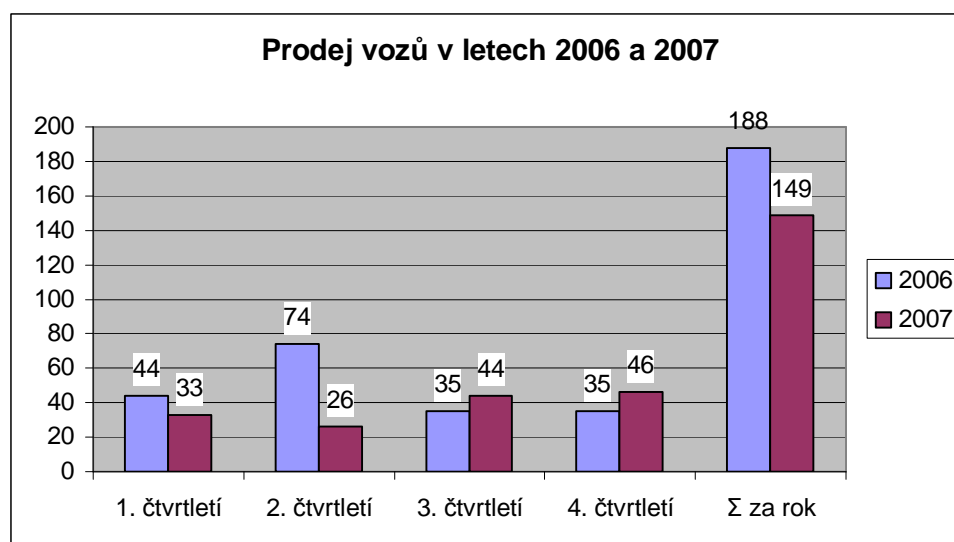
Tab. 4. Prodej vozů (ks)

Rok	1.čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	Σ za rok
2006	44	74	35	35	188
2007	33	26	44	46	149

Zdroj: vlastní

Tabulka Tab. 4 udává jak se pohyboval prodej celkových vozidel v jednotlivých čtvrtletích roku 2006 a 2007

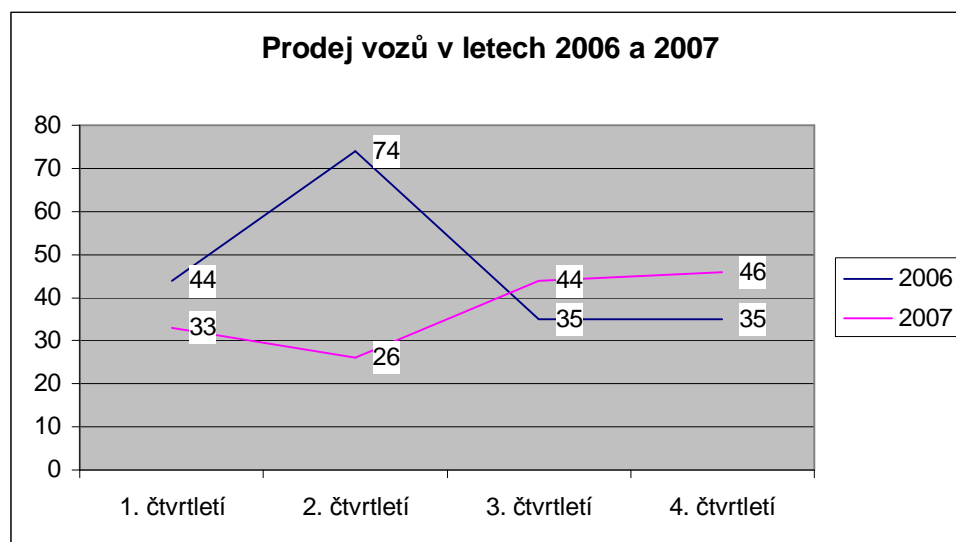
Graf 3. Prodej vozů v letech 2006 a 2007 (ks)



Zdroj: vlastní

Grafu Graf 3. lze vidět jak se vyvíjel prodej celkový vozů v jednotlivých čtvrtletích v letech 2006 a 2007. Je patrné, že objem prodeje byl v obou letech v 1., 3., a 4. čtvrtletí poměrně stejný. K velkému propadu prodeje došlo ve 2. čtvrtletí, který má za následek celkový pokles prodeje za rok 2007. Tento výkyv je způsoben snížením poptávky o osobní vozidla, i přestože se snížily prodejní ceny vozů v průměru o 40 000 Kč.

Graf 4. Prodej vozů v letech 2006 a 2007 (ks)



Zdroj: vlastní

Oba dva grafy, Graf 3. a Graf 4 znázorňují porovnání celkového objemu prodeje vozů v jednotlivých čtvrtletích v letech 2006 a 2007. I když v roce 2007 nastal rapidní nárůst hospodářské ekonomiky, počet prodaných vozů nepřekonal očekávání.

V současnosti se ve společnosti Samohýl MB světová hospodářská krize kdy dochází k poklesu růstu ekonomiky, firmy propouštějí své zaměstnance, omezují výrobu neprojevuje. Projev současné hospodářské krize lze již zaznamenat jak u české automobilky ŠKODA AUTO a.s. a subdodavatelů tak i v zahraničí, kdy ve firmách klesá poptávka po výrobcích, dochází k dočasným pozastavením výrob, firmám klesají zisky, aby se nedostali do platebních obtíží propouštějí zaměstnance. Přesto si myslím, že hospodářská krize v nadcházejících letech, možná již v polovině nebo koncem příštího roku bude mít dopady na společnost Samohýl MB. Lze předpokládat, že poptávka po automobilech značně poklesne, již teď je trh přesycený. Firma může očekávat pokles tržeb z prodeje nových aut, ale tržby z oblasti servisu by se měly pohybovat pořád ve stejné výši, neboť lidé vlastníci auta budou pořád využívat služeb servisu. Možná lze očekávat poptávku v oblasti ojetých vozidel, které společnost rovněž nabízí. Firmě bych v nastávající ekonomické krizi doporučila se spíše zaměřit na oblast servisu, na poskytování kvalitních servisů, oprav, garancí tak, aby byla lepší než konkurence. Je zřejmé, že prodej ať už osobních nebo užitkových vozidel poklesne. Firma by mohla také zvýšit poptávku a svoji prestiž účastí specializovaných výstav a předváděcích akcí. Dalším

možným opatřením může být poskytování slev jak na servisní služby, tak na prodej vozidel svým zákazníkům. Nebo úplným snížením cen vozidel. Přesto firma očekává nárůst prodeje oproti roku 2007.

10.1.4 Porovnání tržeb podniku

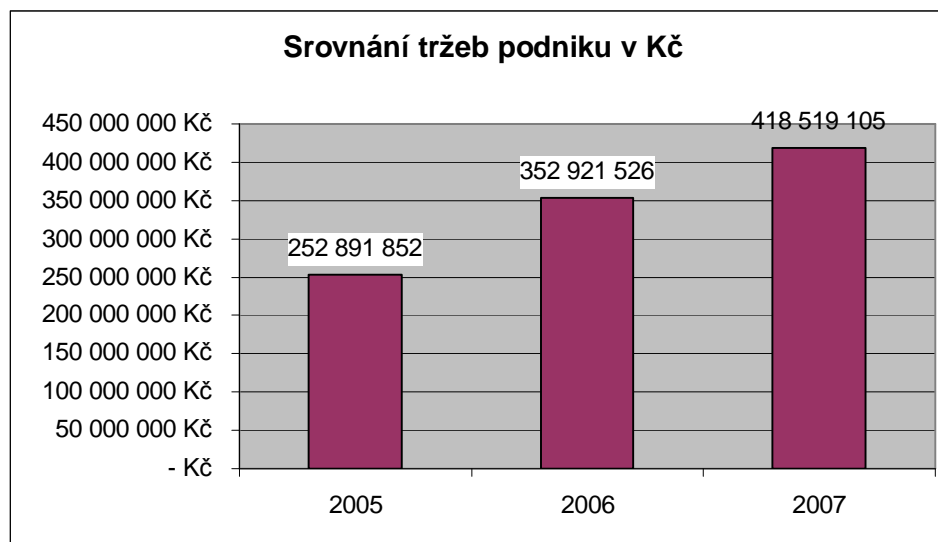
Tab. 5. Srovnání tržeb podniku (Kč,%)

Rok	2005	2006	2007
Celková výše	252 891 852	352 921 526	418 519 105
% nárůst tržeb oproti předcházejícímu roku	100,00%	139,55%	118,59%

Zdroj: vlastní

Tabulka Tab. 5. znázorňuje v jaké výši se pohybují celkové tržby podniku v letech 2005, 2006 a 2007. Rovněž je zde uveden procentuální nárůst tržeb oproti předcházejícímu roku, kdy v roce 2006 došlo k nárůstu tržeb oproti roku 2005 o necelých 40% působením zvýšené poptávky. Rok 2006 byl příznivý, došlo k růstu české ekonomiky, díky apreciaci koruny se dařilo dovozu a především prodeji. V roce 2007 došlo k růstu tržeb jen o polovinu s porovnáním roku 2006.

Graf 5. Srovnání tržeb podniku (Kč)



Zdroj: vlastní

Graf 5 znázorňuje jak se pohybovala výše celkových tržeb podniku v letech 2005 – 2007. Zvyšování tržeb podniku by mělo být všeobecným trendem. Tržby jsou především ovlivněny makroekonomickými jevy, ale i prodejcem, který může poskytnout různé slevy, situací na trhu a reakcí zákazníka. Kdy firma reakce zákazníka může nyní ovlivňovat

poskytováním kvalitních služeb, na které získala certifikát ISO 9001. Ovšem se zde vytvářejí rizika, které společnost nemůže ovlivnit, přestože má certifikovaný systém managementu jakosti, díky kterému se zvýšil okruh zákazníků.

10.2 Analýza oblasti skladu a zásob

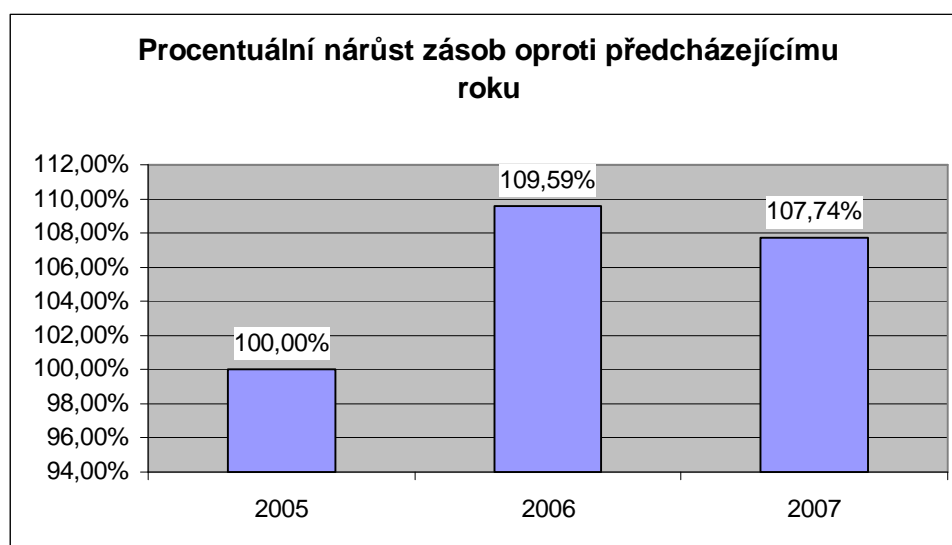
Zásoby podniku se skládají z doplňků a náhradních dílů (např. pneumatiky, filtry, oleje, brzdové systémy apod.).

Tab. 6. Vývoj stav zásob (%)

Rok	2005	2006	2007
% nárůst zásob oproti předcházejícímu roku	100,00	109,59	107,74

Zdroj: vlastní

Graf 6. Procentní nárůst zásob oproti předcházejícímu roku (%)



Zdroj: vlastní

Tabulka Tab. 6. a graf Graf. 6 ukazují nárůst hladiny zásob v jednotlivých po sobě jdoucích obdobích. Rok 2006 poměruji s rokem 2005, kdy došlo k nárůstu o 9,59% a rok 2007 s rokem 2006 kdy nastal nárůst o 7,74%. Zásoby mají rostoucí tendenci z důvodu zvýšené poptávky jak po vozidlech tak po náhradních dílech. V roce 2007 došlo k menšímu nárůstu než v roce 2006 v důsledku nižší poptávky a menšího prodeje. Zvýšení zásob v roce 2006 bylo úměrné k růstu tržeb a v roce 2007 růst zásob poklesl oproti roku 2006, ale přesto tržby vzrostly následkem zvýšení veřejných zakázek, které nejsou předmětem skladování.

ZÁVĚR

Dnešní konkurenční společnost nám ukázala, jak rychle se zákazník dokáže přizpůsobit nové kvalitě a jak není ochoten přijmout jakékoliv ústupky či tolerovat chyby na straně dodavatele. Jakost by měla být dodržována a sledována všemi firmami, rovněž může být certifikována podle normy ISO 9001, která může přinést konkurenční výhody firmám.

V první části této bakalářské práce, kterou je část teoretická, jsem se zaměřila na průzkum literatury. Na základě literatury jsem objasnila pojem normy ISO, jehož součástí je kvalita, certifikace a dokumentace. Napsala jsem charakteristiku toho nejdůležitějšího pro porozumění systému managementu jakosti.

V analytické části jsem se zaměřila na systém managementu jakosti, který má společnost Samohýl MB a.s. úspěšně zavedený a dodržovaný. Přínosem bylo zavedení jistého řádu do společnosti, zvýšení účasti na veřejných zakázkách, větší množství spokojených zákazníků. Přesto se firma musí zaměřit na neustálé zlepšování, zvyšování efektivnosti systému managementu jakosti, zvyšování spokojenosti zákazníka a častějšího školení personálu.

Školení by se měla více zaměřit na rozvoj schopností a dovedností se zaměřením na zákazníka, schopnost získat, udržovat a neztratit vztah se zákazníkem je pro firmu cenným přínosem. Zaměstnanci by rovněž měli dobře reagovat na stížnosti zákazníků, měli by být zaškoleni jak dobře vést jednání se zákazníkem. Zaměstnanci by měli být zaškoleni jak dobře vést telefonický rozhovor, který je ve firmě důležitý např. při domlouvání schůzky pro předání vozu, pro případné nejasnosti a pro zjišťování spokojenosti zákazníků. Zaměstnanci by měli být motivováni oceňováním jejich úspěchů, zavedením odměňovacího řádu. Měly by se častěji konat pravidelné konzultace s vedoucími, které by směřovaly k odstranění chyb a nejasností během prodeje.

Společnost má dobře propracované procesy. Přesto v předávacím procesu se vyskytují chyby jako např. poskytování příliš mnoho informací najednou, kdy by bylo výhodnější dohodnout další schůzku se zákazníkem pro případné další dotazy. Prodejci by se měli na předávací proces důkladně připravit, připravit si rozhovor, při postupu předvádění

vozidla je dobré zvolit cestu od zadní části vozidla k přední části vozu. Zaměstnanci by měli firmu dobře reprezentovat.

Společnost má všechny procesy, postupy, činnosti, smlouvy ve společnosti dokumentovány a archivovány. Odpovídají legislativním předpisům a zodpovědnost za daný úkon v daném dokumentu nese příslušný zaměstnanec. Přesto by společnost mohla dokumentaci zestručnit a zjednodušit vysvětlení obsahu a myslet tím na uživatele, čtenáře, aby dost jasně porozuměli kladeným požadavkům.

Po zavedení a dodržování systému managementu jakosti normy ISO 9001 došlo k nárůstu veřejných zakázek, ale firma očekávala větší nárůst tržeb a objemů prodeje, které bohužel ovlivnila méně příznivá situace na trhu, kdy došlo k poklesu poptávky.

Hlavně v možné nastávající krizi by se měla firma převážně zaměřit na zákazníka a na poskytování kvalitních servisních služeb. V oblasti servisu by společnost mohla poskytovat různé slevy a zvýhodnění, protože zákazníci i když nebudou kupovat nové vozy, budou vyžadovat poskytování servisů, oprav, výměn agregátů, garancí apod. Zákazník je pro firmu vždy na prvním místě, přináší firmě zisky a množství objemu prodeje, protože firma nemůže ovlivnit kvalitu svých prodávaných vozů. Proto se společnost musí především zaměřit na zákazníka snažit se předvídat a naplnit jeho očekávání, zákazník by měl být respektován jako důležitá osobnost a mělo by se s ním otevřeně jednat o problémech. Jen díky spokojenému zákazníkovi bude firma prosperující, zvyšovat své tržby, počty svých spokojených zákazníků ochotných doporučit koupit dalším lidem.

RÉSUMÉ

Today's rival companies showed us, how fast the customer is able to suit to new quality and how he is not able to accept any appeasement and tolerate supplier mistakes. The quality should have be controlled and monitored by all the companies; it can be also certificate according to ISO standard. And it can bring competitive advantage to the company.

In the first part of my thesis, which is theory part I focused on literature research, on this purpose I clarified ISO standard, which include quality, certificate and documentation. I wrote key points for understanding QMS.

In the analytic part I focused on QMS, which the company have establish and adhered.

Benefit of this system was introduction certain company rules, increase share on public contracts, more satisfied customers. Company must focus on continual improvement, increase efficiency QMS and staff training.

Staff training should be focused on development abilities, skills focus on the customer. Company should be able to gain potential customers and maintain them. Employees should quick and good respond on customer complaints and they should be able good in the way how to threat with customers. Employees should know how to good answer the phone, because phone contact is very important for make an appointment, during which the new car will be passing on, and for customer loyalty research. Employees should be motivated by financial perks. Brainstorming should be taken more time.

Company has good process systems, but in the transfer process are some mistakes. E. g. providing too many information at a time. Salesperson should arrange meeting again for further information. Salesperson should be dressed smart.

Process system in the company is archived; there are dedicated duties and responsibilities for all staff. Documentation should be obvious and brief. Mainly users, readers, employees must understand this documentation.

After implementation to ISO standard mount of public contracts has increased, but the company expected increase of incomes, nevertheless there has occurred drop of demand.

Previously in incoming financial crisis the company should focus on providing quality service to customers. The company could provide services with low prices and various

discounts. If the customer won't buy new cars, he will require quality service, repairing, guarantee. Customer is the on the first place. Due to satisfied customers company earning money and has profit. And satisfied customer can attract new customers.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] PEACH, R.W., PEACH, B., RITTEROVÁ, D. S. *Příručka 9000/2000 Kapesní průvodce pro uplatňování systému kvality podle normy ISO 9001:2000 (odpovídá ČSN EN ISO 9001:2001)*, Praha: Česká společnost pro jakost, 2002. 175 s. ISBN
- [2] *Certifikační společnost* [online]. [cit. 2008-10-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.eurocert.cz/cz/iso-9001>>.
- [3] *Info-ISO.cz* [online]. 2006 [cit. 2008-10-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.info-iso.cz/index.php>>.
- [4] *VersaSystem* [online]. 2008 [cit. 2008-10-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.versasys.cz/index.php?node=28>>.
- [5] DEBEF, J. *Řízení jakosti*. Kopřivnice: VOŠ, Kopřivnice, 1997
- [6] KRULIŠ, J., *Management jakosti jinak 1: příručka pro současné i budoucí uživatele norem ČSN EN ISO 9000:2001: rozbor, komentáře, výklad pojmů*, Praha: Český normalizační institut, 2002. 170 s. ISBN 80-7283-088-0
- [7] VEBER, J. a kol. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, spol. s.r.o., 2002. 164 s. ISBN 80-247-0194-4
- [8] ŠTRUNC, J., *Integrovaný systém managementu – požadavky podle ISO 9001, ISO 14001 a BSI OHSAS 18001*. Praha: Česká společnost pro jakost, 2005. 25 s. ISBN 80-02-01711-0
- [9] HESKETT, J.L. *Služby – cesta k úspěchu*. Praha: Victoria Publishnig a.s., 273 s. ISBN 80-85605-36-8
- [10] Kolektiv autorů, *Uplatnění požadavků normy ISO 9001:2000 v praxi*. Praha: Český normalizační institut, 2001. 116 s.
- [11] MIZUNO, S., *Řízení jakosti*, Praha: Victoria publishing a.s., 1988. 301 s. ISBN 80- 85605-38-4
- [12] PAYNE, A. *Marketing služeb*, Praha, Grada Publishing, spol. s. r. o., 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X

- [13] ZAJÍC, J. *Komentář k vydání ČSN EN 9001:2001 Systémy managementu jakosti, Jak vytvořit systém managementu jakosti, Praha: Národní informační středisko pro podporu kvality, 2005. 144 s. ISBN 80-7283-178-x*
- [14] *Business center.cz* [online]. 1998 [cit. 2008-11-18]. Dostupný z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/verzak/>>. ISBN ISSN 1213-723.
- [15] *Certifikace systémů řízení* [online]. 2008 [cit. 2008-10-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.iso9000.cz/iso9000.htm>>.
- [16] *MBK Consulting s.r.o.* [online]. 2008 [cit. 2008-10-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.mbk.cz/iso-9001>>.
- [17] *Obchodní rejstřík a sbírka listin* [online]. 2008 [cit. 2008-10-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/report?sysinf.vypis.CEK=294009&sysinf.vypis.rozsah=uplny&sysinf.@typ=transformace&sysinf.@strana=report&sysinf.vypis.typ=XHTML&sysinf.vypis.klic=416b971b1fa674e263de290feb8f406a&sysinf.spis.@odd>>.
- [18] *Samohýl Motor Zlín* [online]. 2006 [cit. 2008-10-02]. Dostupný z WWW: <<http://skoda.zlin.cz/page/100.aktuality/>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CJD	Chrysler Jeep Daimler
ČSN EN ISO 9001	evropská norma, která má status české technické normy mezinárodní označení normy, název normy pro systém managementu jakosti
ČSN	International Organization for Standardization (Mezinárodní organizace pro normalizaci)
DCAG	DaimlerChrysler Aktiengesellschaft
DIN EN ISO 9001	název certifikátu pro management řízení
DQS	název společnosti, Definitive Quality Systems
DPH	daň z přidané hodnoty
EVA	název počítačového systému
EU	Evropská Unie
ISO	International Organization for Standardization (Mezinárodní organizace pro normalizaci)
K.O.S	Krajský obchodní soud
MB	Mercedes-Benz
QMS	Quality management system
SMJ	systém managementu jakosti
VEGA	název počítačového systému

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Předání vozu zákazníkovi</i>	45
<i>Obr. 2. Příprava předání vozidla.....</i>	46

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1 Měření vybraných oblastí podléhající auditu</i>	49
<i>Tab. 2. Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2006 (ks).....</i>	52
<i>Tab. 3. Prodej vozů značky Mercedes-Benz v roce 2007 (ks).....</i>	54
<i>Tab. 4. Prodej vozů (ks)</i>	56
<i>Tab. 5. Srovnání tržeb podniku (Kč,%).....</i>	58
<i>Tab. 6. Vývoj stav zásob (%).....</i>	59

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1. Prodej vozů v roce 2006 (ks)</i>	53
<i>Graf 2. Prodej vozů v roce 2007 (ks)</i>	55
<i>Graf 3. Prodej vozů v letech 2006 a 2007 (ks)</i>	56
<i>Graf 4. Prodej vozů v letech 2006 a 2007 (ks)</i>	57
<i>Graf 5. Srovnání tržeb podniku (Kč)</i>	58
<i>Graf 6. Procentní nárůst zásob oproti předcházejícímu roku (%)</i>	59

SEZNAM PŘÍLOH

P I Organizační struktura podniku

P II Certifikát společnosti

P III Certifikát společnosti

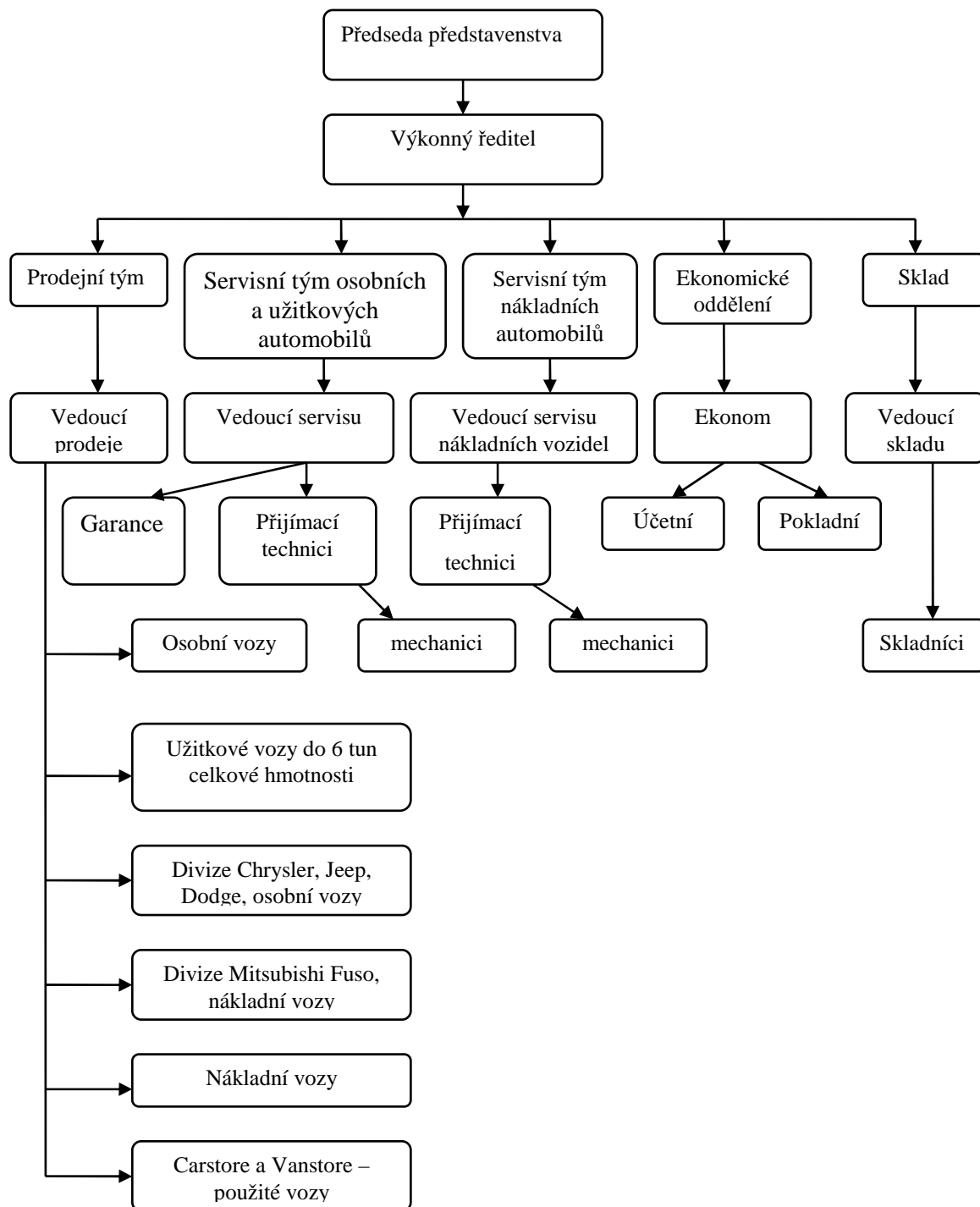
P IV Žádost o certifikaci

P V Přehled obsahu auditu

P VI Předávací protokol

P VII Přehled vozů

PŘÍLOHA P. 1 Organizační struktura podniku



PŘÍLOHA P. 2 Certifikát společnosti



CERTIFIKÁT

SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI

Potvrzujeme, že systém managementu jakosti společnosti

Samohýl MB a.s.

Byl zaveden podle následujícího standardu

ČSN EN ISO 9001:2001

EN ISO 9001:2000

Vymezení rozsahu systému managementu:

**Servis osobních, užitkových a nákladních
vozidel Mercedes-Benz a prodej ND**

Certifikát vystaven: 12.12.2006

Platnost certifikátu do: 11.12.2009

Certifikát vydal

Platnost certifikátu je podmíněna údržbou systému managementu podle příslušných standardů, což bude monitorováno fyzickou osobou Miroslav Žák - SokrateQ, Gábinova 863, 152 00 Praha 5.

PŘÍLOHA P. 3 Certifikát společnosti

Certifikační orgán systému managementu jakosti

**DQS**
Czech s.r.o.

Palackého náměstí 90, 278 01 Kralupy nad Vltavou, Česká republika

CERTIFIKÁT

číslo: DQS - 9001/07/127

Na základě kladného výsledku certifikačního auditu prohlašujeme, že společnost:

SAMOHÝL MB a.s.

tř. T. Bati 532, 763 02 Zlín, Česká republika

vytvořila a udržuje systém řízení jakosti, který splňuje všechny požadavky

specifikované normou **ČSN EN ISO 9001:2001** na systém managementu jakosti pro následující předmět činnosti:

„servis osobních, užitkových a nákladních vozidel Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep a Dodge, Mitsubishi Fuso“

Tento certifikát je platný do: **19. 11. 2010**

Certifikát je vydán na základě našich nejlepších znalostí a kompetencí a je založen na základě výsledku provedeného auditu a jeho nálezů, avšak nezabývá společnost její odpovědností vyplývající ze smluvních podmínek a z podmínek stanovených ostatními podstatnými právními a technickými předpisy a normami.

Datum vydání: 19. 11. 2007

**DQS**
CZ


Ing. Petr Čihák
Vedoucí certifikačního orgánu

©DQS Czech s.r.o.

PŘÍLOHA P. 4 Žádost o certifikaci



Žádost o certifikaci

Žádost o certifikaci

Ref. číslo: /

Jméno organizace Samohýl MB a.s.
IČ a DIČ IČ: 25508407 DIČ:CZ25508407
Adresa sídla (dle OR nebo ŽL) ť.T.Bati 532, 763 02 Zlín
Adresa hlavního pracoviště ť.T.Bati 532, 763 02 Zlín
Telefon/ Fax 577 616 300 / 577 217 888
Internetová adresa www.mercedes.zlin.cz
Kontaktní osoba Michal Pavlík
Titul, jméno a příjmení Michal Pavlík
Funkce Ředitel zastoupení
Telefon/ Fax 577 616 301 / 577 217 888
e-mail michal.pavlik@samohyl.zlin.cz

Certifikace dle normy: ISO 9001
Získané certifikáty _____
Požadovaný termín certifikace 19.11.2007
Využíváte k přípravě ext. konzultanta. Pokud ano, uveďte kontakt ano ne

Počet poboček včetně centrály 1 Počet dočasných pracovišť 2
Počet míst pro certifikaci 2

Zaměření společnosti Prodej a servis osobních a užitkových vozů Mercedes-Benz

Předmětná činnost certifikace (Požadovaný rozsah certifikace)

Prodej a servis osobních a užitkových vozů Mercedes-Benz

Výroba a/nebo servis prodej, servis

Základní technické vybavení dle povinných standartů importéra

Okruh zákazníků jednotliví a fleetoví zákazníci za oblast prodej a servis na území ČR

Členství v asociacích NE

Příslušnost ke skupině DCAB s.r.o.

Celkový počet zaměstnanců 57 V manažerských pozicích 10

Počet zaměstnanců ve směnném provozu 9 / 9 Počet směn /den 2

Počet administrativních (THP) zaměstnanců 25

Počet pracovníků v dělnických profesích 22**Poznámky**

Souhlasíme s provedením certifikace od certifikačního orgánu DQS Czech s.r.o.

Žadatel se zavazuje vyhovět požadavkům na certifikaci a předložit všechny informace nezbytné pro jeho hodnocení.

Datum 09.11.2007

Podpis statutárního zástupce _____

Jméno/funkce

Detailní informace o certifikačním procesu jsou zveřejněny na www.dqsczech.cz

PŘÍLOHA P. 5 Přehled obsahu auditu

Přehled obsahu



Mercedes-Benz

Č.	Obsah	Strana
Úvod		
Musí být kontrolované na MPC/GD - Všechny divize		
ES 9	Ekonomický management & controlling - Finanční hlášení	9
EO 5	Ekonomický management & controlling - Rozvaha	10
NO 4	Finanční situace a majetková struktura - Provozní kapitál	11
NO 5	Finanční situace & Majetková struktura - Podíl vlastního kapitálu	12
NO 10(2)	Ekonomický management & controlling - hlášení	13
EO 2	Struktura managementu - Generální ředitel	15
Musí být kontrolované na MPC/GD - PC		
NS 4	Plánování marketingu - Rozpočet	17
ES 12	Plánování marketingu - Marketingový plán	18
ES 16 (1)	Předávání vozidla - Předávací místo	19
ES 8 (1)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	20
ES 13 (1)	Předváděcí/Skladová vozidla	21
Musí být kontrolované na MPC/GD - VAN		
NS 4	Plánování marketingu - Rozpočet	23
ES 12	Plánování marketingu - Marketingový plán	24
ES 16 (1)	Předávání vozidla - Předávací místo	25
ES 8 (1)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	26
ES 13 (1)	Předváděcí/Skladová vozidla	27
Musí být kontrolované na MPC/GD - TRUCK		
NS 4	Plánování marketingu - Rozpočet	29
ES 12	Plánování marketingu - Marketingový plán	30
ES 8 (1)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	31
ES 13 (1)	Předváděcí / Skladová vozidla	32
Musí být kontrolované ve výstavním prostoru prodejce (SR) - PC		
ES 27	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Interiér	34
ES 2	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Vybavení interiéru	37
ES 3	Showroom/výstavní plocha - Víceznačková prostředí	39
ES 5	Showroom/výstavní plocha - Minimální počet vozidel	40
ES 4	Showroom/výstavní plocha - Velikost plochy	42
ES 6	Showroom/výstavní plocha - Personál pro kontakt se zákazníkem	43
ES 15	Identifikovaný proces prodeje - Kompletnost nabídky produktů	44
ES 16 (2)	Předávání vozidla	45

Přehled obsahu



Mercedes-Benz

Č.	Obsah	
Musí být kontrolované ve výstavním prostoru prodejce (SR) - VAN		
<u>ES 27</u>	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Interiér	47
<u>ES 2</u>	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Vybavení interiéru	50
<u>ES 3</u>	Showroom/výstavní plocha - Víceznačkové prostředí	52
<u>ES 5</u>	Showroom/výstavní plocha - Minimální počet vozidel	53
<u>ES 4</u>	Showroom/výstavní plocha - Velikost plochy	55
<u>ES 6</u>	Showroom/výstavní plocha - Personál pro kontakt se zákazníkem	57
<u>ES 15</u>	Identifikovaný proces prodeje - Kompletnost nabídky produktů	58
<u>ES 16 (2)</u>	Předávání vozidla	59
Musí být kontrolované ve výstavním prostoru prodejce (SR) - TRUCK		
<u>ES 27</u>	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Interiér	61
<u>ES 2</u>	Corporate Identity (Identifikace podniku) - Vybavení interiéru	64
<u>ES 3</u>	Showroom/výstavní plocha - Víceznačkové prostředí	66
<u>ES 5</u>	Showroom/výstavní plocha - Minimální počet vozidel	67
<u>ES 4</u>	Showroom/výstavní plocha - Velikost plochy	68
<u>ES 6</u>	Showroom/výstavní plocha - Personál pro kontakt se zákazníkem	69
<u>ES 15</u>	Identifikovaný proces prodeje - Kompletnost nabídky výrobků	70
Musí být kontrolované v dílně prodejce (WS)		
Musí být kontrolované ve skladu a na prodeji dílů prodejce (WP)		
Musí být kontrolované v exteriéru prodejce (EX) - Všechny divize		
<u>ES 1</u>	Corporate Identity - Označení CI	72
Musí být kontrolované v exteriéru prodejce (EX) - PC		
<u>NS 2</u>	Otevírací doba	76
<u>ES 13 (2)</u>	Předváděcí/Skladová vozidla	77
<u>NS 1</u>	Prezence značky - Areál firmy a poloha / Parkovací místa	79
<u>ES 14</u>	Identifikovaný proces prodeje - Nákup na protiúčet	80
Musí být kontrolované v exteriéru prodejce (EX) - VAN		
<u>NS 2</u>	Otevírací doba	82
<u>ES 13 (2)</u>	Předváděcí/Skladová vozidla	83
<u>NS 1</u>	Prezence značky - Areál firmy a poloha / Parkovací místa	85
<u>ES 14</u>	Identifikovaný proces prodeje - Nákup na protiúčet	86
Musí být kontrolované v exteriéru prodejce (EX) - TRUCK		
<u>NS 2</u>	Otevírací doba	88
<u>ES 13 (2)</u>	Předváděcí/Skladová vozidla	89
<u>NS 1</u>	Prezence značky - Areál firmy a poloha / Parkovací místa	90
<u>ES 14</u>	Identifikovaný proces prodeje - Nákup na protiúčet	91

Přehled obsahu



Mercedes-Benz

Č.	Obsah	
Musí být kontrolované u prodejce interně (BO) - Všechny divize		
NO 10(1)	Ekonomický management & controlling - Účetní systém	94
ES 10	Činnost & Zařízení IT	96
NO 1	Procesy zvyšování spokojenosti zákazníka - QM	97
Musí být kontrolované u prodejce interně (BO) - PC		
ES 7	Získávání přímých informací od zákazníka - Kontakty se zákazníky	99
ES 8 (2)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	100
ES 11	Školení (trénink) & Kvalifikace	101
NS 3	Management lidských zdrojů	102
ES 17	Předávání vozidla - Certifikovaný personál	103
ES 26	Plánování marketingu - Tiskový a jiný materiál	104
Musí být kontrolované u prodejce interně (BO) - VAN		
ES 7	Získávání přímých informací od zákazníka - Kontakty se zákazníky	106
ES 8 (2)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	107
ES 11	Školení (trénink) & Kvalifikace	108
NS 3	Management lidských zdrojů	109
ES 17	Předávání vozidla - Certifikovaný personál	110
ES 26	Plánování marketingu - Tiskový a jiný materiál	111
ES 18	Management & Organizace - Organigram prodeje	112
Musí být kontrolované u prodejce interně (BO) - TRUCK		
ES 7	Získávání přímých informací od zákazníka - Kontakty se zákazníky	114
ES 8 (2)	Získávání přímých informací od zákazníka - Management reklamací	115
ES 11	Školení (trénink) & Kvalifikace	116
NS 3	Management lidských zdrojů	117
ES 17	Předávání vozidla - Certifikovaný personál	118
ES 26	Plánování marketingu - Tiskový a jiný materiál	119
ES 18	Management & Organizace - Organigram prodeje	120
Výsledek auditu		

PŘÍLOHA P. 6 Předávací protokol



Mercedes-Benz

od autorizovaného prodejce a opravce značky Mercedes-Benz akciové společnosti DaimlerChrysler

SAMOHÝL MB a.s.

PŘEDÁVACÍ PROTOKOL

Identifikace přejímajícího: Jméno firmy / odběratele: Sídlo / adresa: IČ / RČ: DIČ: Firma v zastoupení: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Přiložena kopie výpisu z OR <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Přiložena kopie OP Poznámky:	Identifikace předávajícího: Samohýl MB a.s. tř. T. Bati 532 763 02 Zlín IČ: 25508407 DIČ: CZ25508407 zapsaná v OR u K.O.S. v Brně dne 25.11.1997, oddíl B, vložka 2479 osoba předávající: Petr Starý
---	--

Z vůle přejímajícího je vozidlo financováno finančním leasingem u DCSB (viz příložená faktura/y).

Ujednání:

Ve shodě se zněním kupní smlouvy č. _____ ze dne _____, uzavřené mezi smluvními stranami, předává tímto předávající tento osobní automobil přejímajícímu:

Modelová řada	Motor	Provedení	Poznámka/nástavba
Barva karoserie	Barva slovy	Stav vozidla Nový	Počet ujetých km
Číslo karoserie (VIN)	Číslo motoru	Číslo klíče	

1. Převzetí vozidla bylo provedeno kontrolou:

- vnějšího stavu vozidla a jeho interiéru==
- stavu pohonných hmot, mazadel a ostatních kapalin==
- činnosti motoru, brzd, el. zařízení, zámků a klíčů==
- výrobních čísel vozu (VIN)==
- činnosti el. systémů a zařízení==

2. S vozidlem bylo současně předáno:

- Tech. dokumentace k vozidlu (servisní knížka, návod k obsluze v českém jazyce, datakarta, kniha MobilityGo)==
- Dva klíče od vozidla==
- Náhradní kolo==
- Zvedák==
- Základní sada nářadí==
- Zvláštní / Dočasný převozní SPZ + ==
- Rádio / Zamykání řazení / Tažné zařízení / Nezávislé topení / Tónování oken s doklady (záruční list / homologační karta pro zápis do TP / návod k obsluze v českém jazyce)==
- Nástavba – typ, č. výrobce s doklady
- TP č. série:==

3. Další doplňky:

- Lékárnička, výstražný trojúhelník, tažné lano + reflexní vesta==

4. Poznámka:

1. Technický průkaz k vozidlu bude zapůjčen pouze na dobu nezbytně nutnou pro zaregistrování vozidla na příslušném odboru místní správy a pro přidělení registrační značky (tzv. SPZ). Technický průkaz bude bezodkladně navrácen předávajícímu. TP si smluvní strany předávají do 7 dnů od předání vozidla.==
2. Přejímající byl poučen o správném zacházení s vozem a s ovládaním vozu a jednotlivých komponent.==

5. Prohlášení

- Vozidlo bylo předáno zcela ve shodě se zněním výše uvedené kupní smlouvy a se všemi v ní dohodnutými, popř. výše uvedenými doplňky a výbavami.==
- Přejímající provedl s vozem testovací jízdu a neshledává na vozidle žádné nedostatky, závady ani poškození. =

PŘÍLOHA P. 7 Přehled vozů

Osobní vozy:

Třída A



Třída A přichází na trh jako svižný 3-dveřový model nebo flexibilní 5-dveřový model. Charakteristickým rysem je úroveň bezpečnosti, která se vymyká jejich velikosti.

Třída B



Vůz poskytuje prostorný interiér, objemný zavazadlový prostor. Získává druhé místo v prestižní anketě "Zlatý volant" německého deníku Bild am Sonntag.

Třída C



Třídy C uspokojí i na první pohled protikladné požadavky, nabízí dostatečnou prostorovost, bezpečnost, snadnou ovladatelnost, svými tvary reprezentativnost a energetičnost.

Třída E



V mnohém revoluční. Nyní ještě bezpečnější se systémem PRO-SAFE®, s vytříbeným vkusem, větší dávkou emocí. Technologie na vrcholu s progresivními moderními technologiemi.

Třída M



Obrovský úspěch předchozí generace třídy M zapříčinil vpravdě boom v segmentu SUV.

Nová třída M (W164) získala nejvyšší možné ocenění za bezpečnost v testech NHTSA (americká obdoba nezávislé autority EuroNCAP).

Třída G



Snad slovo kultovní vystihuje pravou podstatu třídy G.

Základními pilíři, na kterých stojí pověst jsou vždy luxus, síla.

Třída SLK



Zcela nový Roadster vyráží na cestu k dosažení postavení nejlepšího ve své třídě. Nabízí výjimečně široký výběr motorů, vrcholící velmi výkonným osmiválcovým modelem SLK 55 AMG.

Třída CLK



Závody Formule 1 v točitých ulicích malého města na Côte d'Azur? Jak bláznivý nápad a jaký úspěch. Přinesl světovou slávu městečku jménem Monte Carlo. Místo plné vášni a důkaz toho, že nápady, které apelují na pocity, jsou často také nejrozzumnější.

Třída S



Zcela nový kokpit, revoluční řešení ovládacích prvků na volantu a středové konsoli, 7mi stupňová automatická převodovka Direct Select, nové pneumatické odpružení, systém nočního vidění a další doplňuje exkluzivní interiér plný jemné kůže a pravého leštěného dřeva.

Třída CLS



Bez ohledu na čtyři dveře, mají vozy Třídy CLS všechny charakteristické znaky kupé. Elegantní křivky ploché střechy mezi předním a zadním převisem. Sportovní karoserie napomáhá vynikající ovladatelnosti.

Třída R



Příkladně komfortní, plná luxusních doplňků, praktických drobností a navíc až nehorázně prostorná. Jak se sluší na špičkovou verzi Mercedes-Benz, i zde najdete výkonné motory, nejmodernější elektroniku

Užitkové vozy

Vito



Jediná modelová řada vozu Vito nabízí dvě výšky střechy, tři délky karoserie, čtyři provedení a pět motorů.

Viano



Vůz nabízí volitelný počet až sedmi sedadel s loketními opěrkami, polohováním a posunem po celé délce vozidla.

Sprinter



Patří mezi luxusní a vysoce výkonné modely, je zastáncem nového inovátora a lídra třídy. Je výkonnější, bezpečnější.

Vario



Vůz je charakteristický svými rozmanitými variantami nástaveb i skříňovým furgonem. S nosností až 4,8 t, velkým nákladovým objemem a výbornou manévrovatelností s průměrem zatáčení od 11,8 m.