

Hodnocení spokojenosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental s.r.o.

Soňa Ščevková

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Soňa ŠČEVKOVÁ**
Osobní číslo: **M09992**
Studijní program: **B 6209 Systémové inženýrství a informatika**
Studijní obor: **Řízení výroby a kvality**

Téma práce: **Hodnocení spokojenosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental s.r.o.**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Provedte průzkum literárních pramenů týkajících se hodnocení spokojenosti zákazníků.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav hodnocení spokojenosti zákazníků firmy Chirana-Dental s.r.o.
- Navrhněte zdokonalení současného stavu hodnocení spokojenosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental s.r.o.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: **cca 40 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BUREŠ, Ivan a ŘEHULKA, Pavel. 10 zlatých pravidel péče o zákazníka, aneb, CRM v digitálním věku. 2. vyd. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-149-6.
FOSTER, Timothy R. Jak získat a udržet zákazníka. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-663-2.
NENADÁL, Jaroslav. Moderní management jakosti : principy, postupy, metody. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-186-7.
PLURA, Jiří. Plánování a neustálé zlepšování jakosti. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-543-1.
VEBER, Jaromír. Řízení jakosti a ochrana spotřebitele. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1782-1.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Petr Briš, CSc.**
Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů
Datum zadání bakalářské práce: **2. dubna 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **18. května 2012**

Ve Zlíně dne 2. dubna 2012

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



prof. Ing. Felicita Chromjaková, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 18.5.2012



⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Témou tejto bakalárskej práce je „Hodnocení spokojenosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental s.r.o.“ Spoločnosť má dlhoročnú tradíciu vo výrobe medicínskej techniky. Momentálne je nosným programom spoločnosti výroba stomatologickej techniky.

V teoretickej časti sú spracované teoretické poznatky týkajúce sa systému riadenia kvality. Ďalej je tu načrtnutá problematika spokojnosti zákazníkov a jej hodnotenie. V praktickej časti je popísaný systém riadenia kvality spoločnosti Chirana-Dental s.r.o.. V nasledujúcej časti sú vyhodnotené dotazníky týkajúce sa hodnotenia spokojnosti zákazníkov. Na záver sú uvedené možnosti zlepšenia súčasného stavu.

Klíčová slova:

kvalita, riadenie kvality, spokojnosť zákazníkov, dotazníkové šetrenie

ABSTRACT

The theme of bachelor's thesis is „Evaluation of customer satisfaction in the company Chirana-Dental s.r.o.“ The company has a long tradition in manufacturing medical equipment. Currently is major program the production of dental equipment.

The theoretical part is processed theoretical knowledge of the quality management system. There is also outlined issues of customer satisfaction and it's evaluation. The practical part describes the quality management system of Chirana-Dental s.r.o. In the following questionnaires are evaluated on the evaluation of customer satisfaction. Finally, the possibility of improving the current situation.

Keywords:

quality, quality management, customer satisfaction, questionnaire research

Rada by som na tomto mieste poďakovala vedúcemu mojej bakalárskej práce pánovi doc.Ing. Petr Briš, CSc. za jeho cenné rady a čas, ktorý mi venoval.

Ďalej by som rada poďakovala spoločnosti Chirana-Dental, s.r.o. za poskytnutie interných materiálov.

Podakovanie patrí aj mojej rodine a priateľom, ktorí ma podporovali počas celej doby môjho štúdia.

„Nie je dôležitý cieľ, ale cesta po ktorej za ním kráčame.“

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 RIADENIE KVALITY	12
1.1 PLÁNOVANIE KVALITY	12
1.1.1 Význam plánovania kvality.....	12
1.2 MANAGEMENT KVALITY	13
1.3 NORMY ISO	13
1.3.1 Štruktúra noriem ISO	14
1.3.2 Prvky ISO noriem rady 9000	14
1.3.3 Riadenie kvality v zmysle požiadaviek normy ISO 9001	14
1.3.4 Zameranie na zákazníka.....	15
1.3.5 Komunikácia so zákazníkom	15
1.4 TQM.....	15
1.5 PRINCÍPY TQM	16
1.6 POŇATIE KVALITY	17
1.7 METÓDA QFD.....	18
1.8 FIREMNÁ DOKUMENTÁCIA.....	18
1.8.1 Prínosy dokumentácie	18
1.8.2 Riadenie dokumentácie	18
1.8.3 Formálne požiadavky na dokumentáciu a jej vnútornú štruktúru.....	19
1.9 DOM KVALITY	20
2 NEUSTÁLE ZLEPŠOVANIE V SYSTÉME MANAGEMENTU KVALITY	23
2.1 VÝZNAM NEUSTÁLEHO ZLEPŠOVANIA	23
2.2 PDCA CYKLUS	23
2.3 JURANOVA ŠPIRÁLA KVALITY	24
2.4 METÓDA „QUALITY JOURNAL”	24
2.5 POROVNANIE JEDNOTLIVÝCH KROKOV NEUSTÁLEHO ZLEPŠOVANIA PODĽA ISO A PODĽA METÓDY „QUALITY JOURNAL”	25
2.6 METODIKA NEUSTÁLEHO ZLEPŠOVANIA POMOCOU PREVENTÍVNYCH OPATRENÍ	25
2.7 STRATÉGIA SIX SIGMA	26
3 PRAVIDLÁ STAROSTLIVOSTI O ZÁKAZNÍKA	27
4 MERANIE SPOKOJNOSTI A LOJALITY ZÁKAZNÍKOV	28
4.1 LOJÁLNY ZÁKAZNÍK	28
4.2 MERANIE SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKA.....	29
4.3 METODIKA MERANIA SPOKOJNOSTI EXTERNÝCH ZÁKAZNÍKOV	29
4.3.1 Definovanie, kto je zákazníkom.....	30
4.3.2 Definovanie požiadaviek zákazníkov a znaky ich spokojnosti.....	30
4.3.3 Návrh a tvorba dotazníkov k meraniu spokojnosti zákazníkov	32
4.3.4 Stanovenie veľkosti výberu.....	32
4.3.5 Výber vhodnej metódy zberu dát	32

4.3.6	Vyhodnocovanie dát o spokojnosti zákazníkov	32
4.3.7	Využitie výsledkov pre procesy neustáleho zlepšovania	33
II PRAKTICKÁ ČASŤ		34
5	CHIRANA-DENTAL, S.R.O.....	35
5.1	HISTÓRIA SPOLOČNOSTI	35
5.2	PORTFÓLIO SPOLOČNOSTI CHIRANA-DENTAL, S.R.O.	36
5.3	HLAVNÝ KONKURENTI	37
5.3.1	Chirana Medical	37
5.3.2	KaVo	37
5.3.3	Sirona	38
6	SYSTÉM MANAGEMENTU KVALITY CHIRANA-DENTAL, S.R.O	39
6.1	POLITIKA KVALITY	40
6.2	VÍZIA SPOLOČNOSTI	40
6.3	MOTTO SPOLOČNOSTI.....	41
7	SYSTÉM HODNOTENIA SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKA V SPOLOČNOSTI CHIRANA-DENTAL, S.R.O.....	42
7.1	SYSTÉM SPÄTNEJ VÄZBY	42
7.1.1	Formy spätnej väzby	42
7.1.2	Meracie a skúšobné zariadenia.....	45
8	VYHODNOTENIE REGISTRAČNÝCH FORMULÁROV ZA ROK 2011.....	46
9	NÁVRH DOTAZNÍKU HODNOTENIA SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKOV.....	54
9.1	SÚČASNÝ STAV.....	54
9.2	NÁVRH FORMÁTU DOTAZNÍKA	55
9.3	NÁVRH OTÁZOK V DOTAZNÍKU	55
9.4	NÁVRH FORMY NAVRÁTENIA FORMULÁRA.....	57
9.5	EKONOMICKÉ ZHODNOTENIE NÁVRHU	57
ZÁVĚR		58
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....		59
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....		61
SEZNAM OBRÁZKŮ		62
SEZNAM PŘÍLOH.....		63

ÚVOD

Táto bakalárska práca sa venuje téme „Hodnocení spokojnosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental, s.r.o.“ Táto téma bola pre mňa zaujímavá, nakoľko v dnešnej dobe je potrebné pre dosiahnutie úspechu čo najviac priblížiť produkt prianiam zákazníka a vyhovieť jeho požiadavkám čo najflexibilnejšie. Spokojnosť zákazníka je cieľom každej spoločnosti, a preto je dôležité venovať čo najväčšiu pozornosť riadeniu kvality, pretože to je oblasť, ktorá spokojnosť zákazníka najviac ovplyvňuje.

Spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o. má dlhoročnú tradíciu vo svojom obore a na spokojnosť zákazníkov kladie veľký dôraz. V oblasti riadenia kvality je ich základným pilierom certifikácia normami ISO. Ďalej majú vybudovaný vlastný systém pre komunikáciu so zákazníkom a z toho vyplývajúce získavanie informácií o jeho spokojnosti s produktom.

Cieľom tejto práce je navrhnutie zlepšenia súčasného systému hodnotenia spokojnosti zákazníkov, ktoré spoločnosť v súčasnosti využíva a to hlavne v oblasti návrhu inovácie otázok v dotazníku, aby lepšie zodpovedali potrebám spoločnosti. Ďalej návrh možnosti distribúcie dotazníkov a ich následného doručenia spoločnosti.

V teoretickej časti tejto práce sú popísané množné prístupy k riadeniu kvality, koncepcie, ktoré môžu spoločnosti napomôcť v systéme riadenia kvality. Následne sa práca zaoberá niektorými nástrojmi managementu kvality, ktoré je vhodné využívať v tejto oblasti a popisuje certifikáciu normami ISO a jednotlivé vlastnosti a požiadavky týchto noriem. V nasledujúcich kapitolách sa zameriava na spokojnosť zákazníkov, možnosťami konkrétneho hodnotenia tejto spokojnosti a pravidlami, ktoré by sa mali dodržiavať pri jednaní so zákazníkom.

V praktickej časti sa bakalárska práca venuje spoločnosti Chirana-Dental, s.r.o.. Stručne predstavuje spoločnosť, v skratke spomína jej dlhoročnú a pútavú históriu. Ďalej popisuje jej systém riadenia kvality a systém spätnej väzby, ktorého súčasťou je registračný formulár. Tento formulár využíva spoločnosť pre hodnotenie spokojnosti zákazníka. Následne vyhodnocuje prijaté registračné formuláre za rok 2011, ktoré boli spoločnosti doručené od stomatológov, ktorí si v tomto roku zakúpili produkt spoločnosti. Nakoniec navrhuje možnosti zlepšenia v tomto dotazníku a alternatívu doručovania dotazníkov spoločnosti.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 RIADENIE KVALITY

Základným pilierom pre dosahovanie stabilnej spokojnosti zákazníkov by malo byť riadenie kvality. Týmto spôsobom môže firma dosahovať maximálnu mieru spokojnosti zákazníkov a cieľom je taktiež dosiahnutie tejto situácie pri minimálnych nákladoch.

„Kvalita – pojem vyťahujúci sa k výrobkom či službám, ale i k vykonávaným činnostiam a procesom je charakteristikou, ktorá má svoju históriu. Má svojich odborníkov, ktorý sa zaslúžili o zvýšený záujem managementu o túto problematiku, zaviedli radu prístupov a metód jej ho zabezpečovania. Kvalita je v súčasnej dobe považovaná za dôležitú vlastnosť, v ktorej sa dajú nájsť konkurenčné výhody výrobku či služby. Tematika kvality sa v súčasnej dobe stáva neodmysliteľnou súčasťou vzdelávacích aktivít, ale aj výskumu nových metód a prístupov k aplikácií v rôznych oblastiach, kde by sme donedávna kvalitu ani neočakávali – ako je napríklad činnosť polície a štátnej správy.” (Veber, 2002, s. 14)

Definícia kvality podľa normy ISO 9000: *„stupeň splnenie požiadaviek súborom inherentných charakteristík”* (Briš, 2010, s. 7)

1.1 Plánovanie kvality

Pojem plánovanie kvality znamená proces formovania cieľov kvality a vývoja prostriedkov pre splnenie týchto cieľov.

Plánovanie kvality je jedným z troch základných procesov v trilógii kvality podľa Jurana:

1. Plánovanie kvality
2. Riadenie kvality
3. Zlepšovanie kvality

Plánovanie kvality vedie k formulácii cieľov a postupu ako týchto cieľov dosiahnuť. Počas riadenia kvality sa realizujú naplánované činnosti, hodnotia sa ich výsledky a porovnávajú sa s dopredu naplánovanými cieľmi. V procese zlepšovania je úsilie smerované k dosiahnutiu progresu oproti súčasnému stavu. (Plura, 2001, s. 3)

1.1.1 Význam plánovania kvality

Plánovanie kvality je v súčasnej dobe veľmi dôležitou súčasťou managementu firiem, pretože významnou mierou ovplyvňuje konkurencieschopnosť firiem.

Stúpajúci význam plánovania kvality spôsobujú dva hlavné trendy v managemente riadenia kvality.

Prvým trendom je posun od stratégie detekcie k stratégii prevencie. Stratégia detekcie spočívala v odhalení nezhodných výrobkov a v ich včasnom odhalení pri kontrole, aby sa takéto výrobky nedostali k zákazníkovi. V súčasnosti je však viac preferovaná stratégia prevencie, ktorá spočíva v tom, že problém je vo výrobe odhalený ešte predtým ako vznikne, čo je spojené aj so znižovaním nákladov.

Druhý trend súvisí do značnej miery s prvým trendom, pretože ho môžeme definovať ako posun od zabezpečovania kvality „on-line” k zabezpečeniu kvality „off-line”. To znamená, že starosť o kvalitu sa presúva z fázy výroby do fázy návrhu. Využitím vhodných metód „off-line” je možné dosiahnuť predchádzanie problémov vo fáze výroby. (Plura, 2001, s. 5)

1.2 Management kvality

Podnikateľský a neziskový sektor umožňuje mnohotvárnosť vykonávaných činností, a preto sa líšia aj prístupy k zabezpečovaniu kvality.

V poslednej dobe je najväčší dôraz kladený na stabilitu kvality, ktorú je možné dosiahnuť viacerými spôsobmi. Jednou z možností je výstupná kontrola. Tento druh zaisťovania kvality je však pomerne drahý. Vhodnejším spôsobom je teda implementovať kvalitu priamo do prípravy a výroby. Potom môžeme hovoriť o riadení kvality teda o systéme riadenia kvality QMS (Quality Management System). (Veber, 2002, s. 58)

Vo svete bolo vytvorených mnoho koncepcií, ktoré sa zaoberali systémom riadenia kvality. V súčasnosti sú preferované hlavne dve koncepcie a to koncepcia ISO a koncepcia TQM.

1.3 Normy ISO

Jednou zo základných koncepcií v systéme riadenia kvality sú normy ISO.

Skratka ISO znamená International Organization for Standardization. Je to nevládna organizácia národných normalizačných organizácií. Sídlo má v Ženeve a každoročne vydáva niekoľko desiatok noriem z mnohých oblastí ľudskej činnosti. (Klapalová, 2004, s. 19)

„Normy ISO neobsahujú presné pravidlá, ale iba definujú, čo musia kontrolovať, prostredníctvom množstva požiadaviek, ktoré norma vyžaduje. Možno povedať, že normy ISO 9000 sú v podstate zamerané skôr na zabezpečenie bezchybného chodu a prevenciu chýb ako na ich odstraňovanie.” (Pešek, 2003, s. 36)

Základom pre aplikáciu koncepcie ISO pri zavádzaní systému kvality vo firme je od roku 1987 súbor noriem ISO 9000. Veľkú revíziu zaznamenala táto norma v roku 1994. Napriek tomu nezodpovedala novým trendom a tak prešla rozsiahlou revíziou, ktorá bola dokončená 15.12.2000, kedy boli oficiálne uvedené nové verzie noriem ISO. (Nenadál, 2004, s. 24)

Ďalšou revíziou prešli normy ISO 9001 v roku 2008. Táto revízia už nedosahovala rozsah revízie v roku 2000, ale bola predovšetkým zameraná na poskytnutie väčšej zrozumiteľnosti, zachovania použiteľnosti normy pre akékoľvek odvetvie, veľkosť a typ organizácie, zlepšiť a rozšíriť kompatibilitu s normou ISO 14 001:2004 a zvýšiť súlad s ostatnými normami rady ISO 9000. (Briš, 2010, s. 30-31)

1.3.1 Štruktúra noriem ISO

Doporučenia pre systém kvality sú uvedené v niekoľkých normách ISO.

- ISO 9000 predstavuje úvod do problematiky managementu kvality v zmysle filozofie ISO
- ISO 9001 obsahuje kritéria, podľa ktorých sa posudzuje zavedený systém
- ISO 9004 je možné využiť ako metodický materiál pre zlepšenie QMS
- ISO rady 10 000 slúži k podpore a rozšíreniu systému kvality (Veber, 2002, s. 62)

1.3.2 Prvky ISO noriem rady 9000

- Dôraz na poriadok – ide o poriadok v základnom, ale aj prenesenom zmysle slova, t.j. uloženie tovaru, evidencia atď. až po kázeň pri dodržovaní predpisov.
- Dodržiavanie zákonov a iných predpisov – musí byť vedený register požiadaviek s aplikáciou a konkrétnymi podmienkami, ako aj určená zodpovednosť.
- Spojenie všetkých pracovníkov do úsilia o kvalitu – dôležité je aj ustanovenie predstaviteľa vedenia pre kvalitu.
- Firemná dokumentácia – management kvality by mal byť prenášaný do všetkej firemnej dokumentácie (Klapalová, 2004, s. 21).

1.3.3 Riadenie kvality v zmysle požiadaviek normy ISO 9001

Normy ISO od svojho vzniku boli deklarované ako všeobecné odporúčania, ktoré sa dajú aplikovať na typ či veľkosť poskytovanej služby alebo vyrábaného výrobku. Napriek tomu boli však využívané najmä v priemyselnej a stavebnej praxi. Využitie noriem ISO má však širší význam a je ich možné využiť veľmi efektívne, napríklad aj v službách.

Normy ISO zaviedli do praxe niektoré nové prístupy:

- *poriadok samozrejmosťou*
- *rešpektovanie zákonných požiadaviek*
- *orientácia na zákazníka*
- *zapojenie všetkých pracovníkov do úsilia o kvalitu*
- *dokumentovanie rozhodujúcich prevádzkových činností*
- *identifikovanie kľúčových procesov a zabezpečenie ich spôsobilosti*
- *monitorovanie a meranie procesov a výrobkov*
- *zaistenie prípadných nezhôd a určovanie nápravných opatrení*
- *vedenie záznamov*
- *vyhodnocovanie zistených údajov a prijímanie zlepšujúcich opatrení*

Najväčší prínos noriem ISO je v tom, že vnášajú do organizácie určitý poriadok. (Veber, 2002, s. 63-64)

1.3.4 Zameranie na zákazníka

Úlohou vrcholového riadenia je zabezpečiť, aby boli stanovené a splnené požiadavky zákazníka s cieľom maximalizácie jeho spokojnosti. Tri základné oblasti:

- systematické skúmanie požiadaviek zákazníka
- rýchle a efektívne uspokojovanie stanovených požiadaviek
- cieľavedomé a systematické monitorovanie a meranie spokojnosti zákazníkov

1.3.5 Komunikácia so zákazníkom

Spoločnosť musí využívať účinné mechanizmy pre komunikáciu so zákazníkom a prihliadať pri tom na:

- informácie o výrobku
- vybavovanie dopytu, zmlúv, objednávok
- spätnú väzbu od zákazníka vrátane vybavovania reklamácií (Fiala, 2000, s. 8-9)

1.4 TQM

„TQM (Totálne riadenie kvality) je systémový prístup k manažmentu, ktorý má za cieľ neustále zvyšovanie hodnoty pre zákazníka, návrhom a neustálym zlepšovaním organizačných postupov a systémov.“ (Strnátková, ©2012) Je to relatívne nová idea, ktorá je časťou

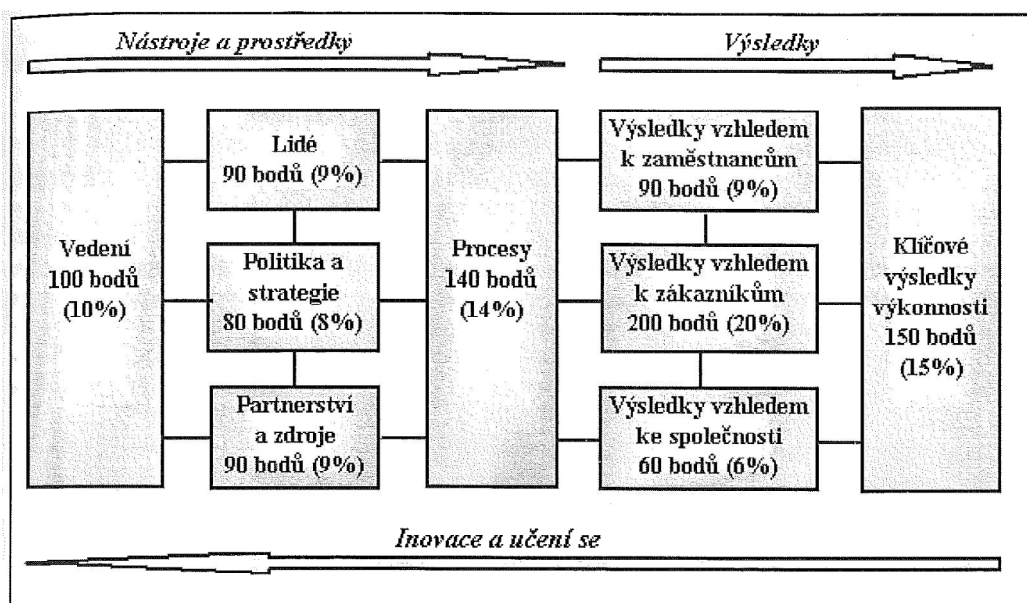
revolúcie v oblasti kvality. TQM vyžaduje úplnú a bezvýhradnú angažovanosť zamestnancov na všetkých úrovniach a vo všetkých oblastiach spoločnosti. (Pešek, 2004, s. 45) TQM nikdy nezískal podporu noriem, je to systém, ktorý kladie dôraz na komplexný prístup k riadeniu kvality, kedy je kvalita vecou všetkých a všetkého. Dôležitá je orientácia na zákazníka, a preto sa uplatňuje strategická koncepcia P-Q-T (price, quality, term). Podľa tejto koncepcie musí byť zhoda požiadaviek v troch oblastiach a to v cene, kvalite a termínoch. (Klapalová, 2004, s. 22)

1.5 Princípy TQM

„TQM je spôsob premýšľania o cieľoch, organizáciách, postupoch a ľuďoch, aby sa zabezpečilo, že sa najprv urobia správne veci. Tento myšlienkový proces dokáže zmeniť postoje, správanie a teda zlepšiť výsledky. TQM pokrýva citlivé záležitosti ako etika, prístup a kultúra. Inými slovami, TQM je filozofiou pre manažment a organizáciu spôsobom, ktorý umožňuje splniť potreby záujmových skupín a ich očakávania výkonne a účinne bez kompromisu a s ohľadom na etické hodnoty.“ (Strnátková, ©2012)

Koncepcia TQM sa realizuje pomocou rôznych modelov. V Európe je na túto realizáciu preferovaný EFQM Model Excellence. Medzi základné charakteristiky tohto modelu patrí:

- Oficiálny názov modelu je: THE EFQM EXCELLENCE MODEL. Je zároveň registrovanou značkou
- Model má 9 hlavných a 32 čiastkových kritérií



Obr. 1: EFQM Model Excellence (Briš, 2010, s. 47)

- c) Nový model preberá všetky požiadavky starších verzií modelu a zavádza aj niektoré nové
- d) Pre účely posudzovania žiadostí o Európsku cenu za kvalitu je inovovaný model využívaný od r. 2000
- e) Model bude každé dva roku preskúmaný a inovovaný z hľadiska jeho komplexnosti a vhodnosti
- f) Pre kvalitatívne vyhodnotenie napĺňania požiadaviek nového modelu je využívaný nový logický rámec RADAR
- g) EFQM Model Excellence má všeobecný charakter a s modifikáciami aplikovateľný vo všetkých druhoch organizácií
- h) EFQM Model Excellence sa stal v mnohých krajinách základom pre oceňovanie organizácií národnými cenami za kvalitu. (Nenadál, 2004, s. 40-41)

Graf modelu EFQM (obr. č. 1) zobrazuje nielen všetkých 9 kritérií a náznakov ich vzájomných väzieb, ale aj cyklus trvalého zlepšovania. Navrchu proces tvorby hodnôt od činiteľov k výsledkom, dole spätnú väzbu od poznania z výsledkov k zlepšovaniu alebo zdokonaľovaniu činiteľov (s pomocou nových vedomostí a inovácií). (Janeček, 2001, s. 48-50)

EFQM Model Excellence vychádza z predpokladu, že vynikajúcich výsledkov môže organizácia dosiahnuť iba pri maximálnej spokojnosti zákazníkov, spokojnosti zamestnancov a ak bude rešpektovať svoje okolie. (Nenadál, 2004, s. 41)

1.6 Poňatie kvality

Pre pojem kvalita existuje mnoho definícií a rôznych prístupov. Najznámejšie z nich sú:

- „Kvalita je spôsobilosť pre využitie.” (Juran)
- „Kvalita je zhoda s požiadavkami.” (Crosby)
- „Kvalita je to, čo za ňu považuje zákazník.” (Feigenbaum)
- „Kvalita je minimum strát, ktoré výrobok od okamžiku svojej expedície spoločnosti spôsobí.” (Taguchi)
- „Kvalita je miera výsledku, ktorá môže byť kategorizovaná v rôznych triedach.”

Vo všetkých týchto definíciách môžeme v pozadí vidieť zákazníka, teda osobu, ktorá prijíma produkt. Zákazník môže mať rôzne požiadavky na kvalitu. Tieto požiadavky sa môžu meniť v čase a sú výsledkom pôsobenia rôznych faktorov:

- biologických

- sociálnych
- spoločenských

Toto je dôvodom, prečo sa definície kvality líšia. (Veber, 2002, s. 18)

1.7 Metóda QFD

Základným princípom managementu kvality je v súčasnej dobe princíp orientácie na zákazníka a k naplneniu tohto princípu významne prispieva metóda QFD. Táto metóda zohráva dôležitú rolu pri plánovaní a zlepšovaní kvality.

Metóda QFD (Quality Function Deployment) je metóda, ktorá slúži k plánovaniu kvality a je založená na princípe maticového diagramu. Je to proces stanovenia požiadaviek zákazníka a následne ich transformácie do vývoja výrobku a plánovania kvality. Táto metóda je založená na tímovej spolupráci pracovníkov z rozličných odborov. Do projektu QFD by mali byť predovšetkým zapojení odborníci z oblasti vývoja, konštrukcie, marketingu, riadenia kvality, prípravy výroby, výroby, technickej kontroly, ekonomického úseku. (Plura, 2001, s. 53)

1.8 Firemná dokumentácia

Za dokument možno považovať akýkoľvek písomný či iný predpis, ktorý je schválený manažérom a má trvalý charakter.

1.8.1 Prínosy dokumentácie

Pre každú organizáciu má dokumentácie celú radu prínosov:

- pri výkone rutinných činností, ktoré sú vykonávané rôznymi ľuďmi má funkciu najlepšieho možného variantu
- dokument môže slúžiť ako predmet uchovania know-how, v prípade že ho pozná iba úzka skupina pracovníkov prípadne aj jediný človek, ktorý môže podnik opustiť
- dokumentácia udáva určitý postup, takže následne je možné skontrolovať správnosť použitého postupu (Veber, 2002, s. 67)

1.8.2 Riadenie dokumentácie

Dokumentácia musí spĺňať určité požiadavky, ktoré sú kladené na:

- postup jej spracovania, vydávania a uchovania

- vnitřní strukturu a podporu dokumentace

Pri spracovaní dokumentu by mali byť rešpektované všetky legislatívne podmienky. Spracovaný dokument by mal byť pripomienkovaný zainteresovanými pracovníkmi a schválený príslušným nadriadeným. (Veber, 2002, s. 68-69)

1.8.3 Formálne požiadavky na dokumentáciu a jej vnútornú štruktúru

Každý dokument má hlavičku so základnými údajmi o dokumente a mal by existovať rozdeľovník (prehľad a podpisy tých, ktorý obdržali príslušnú dokumentáciu) (Klapalová, 2004, s. 21)

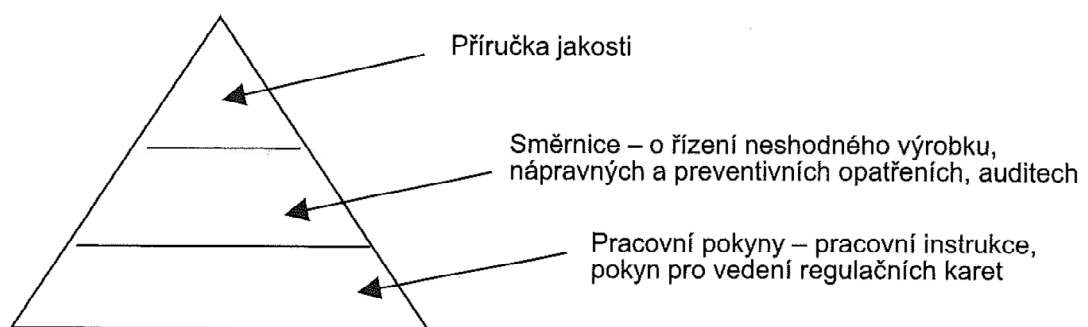
Príklad sa nachádza na obrázku č. 2.

Logo inštitúcie	Název dokumentu	Strana:
		Změna:
	Číselné označení dokumentu	Výtisk č.:

Obr. 2: Vzor hlavičky dokumentu (Veber, 2002, s. 69)

Organizácia by mala mať prehľad o tom, kto príslušnú dokumentáciu obdržal a v prípade jej aktualizácie by mal byť k dispozícii vždy platný dokument. (Veber, 2002, s. 69)

Vo firmách, ktoré majú zavedený certifikát ISO 9000 má väčšinou dokumentácia rovnakú štruktúru: (obr. č. 3)



Obr. 3: Štruktúra dokumentácie QMS s príkladmi (Veber, 2002, s. 69)

- ✓ Příručka kvality- v tomto dokumente je špecifikovaný konkrétny systém managementu kvality. Môže to byť uvedené v plnom znení alebo ako odkaz na ďalšie dokumenty.

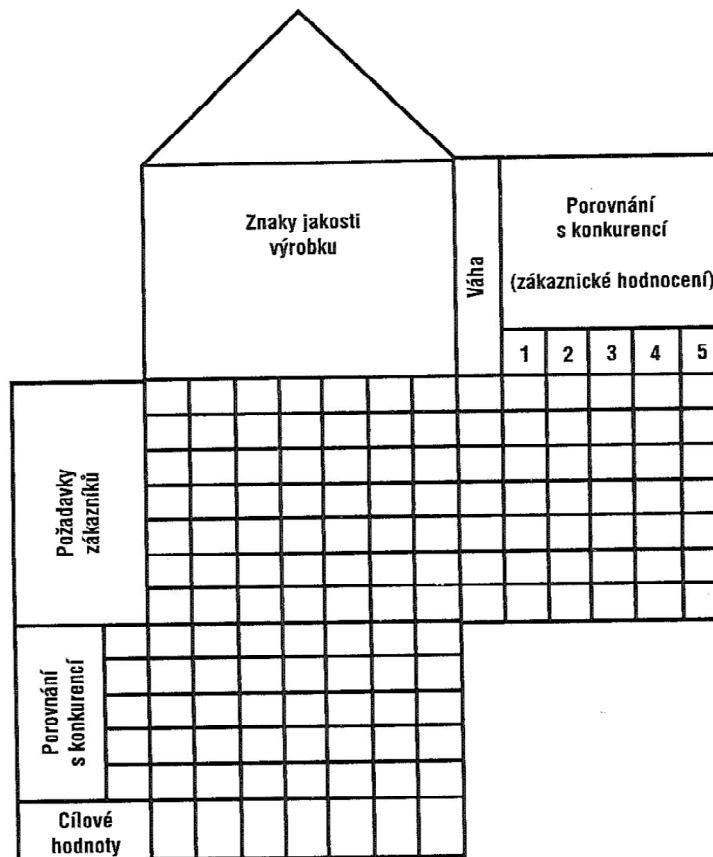
- ✓ Smernica – je reprezentovaná smernicami, ktoré upravujú realizáciu procesov a činností. Jedná sa o interný dokument.

Pracovné pokyny, organizačné poriadky, pracovné postupy, evidencia pohybu materiálu a surovín, protokoly o prevzatí prác, vstupná kontrola so záznamami o kvalite – tento typ dokumentácie je určený k výkonu konkrétnych technologických, pracovných a kontrolných operácií. (Klapalová, 2004, s. 21; Veber, 2002, s. 69)

1.9 Dom kvality

Dom kvality znázorňuje transformáciu požiadaviek zákazníka do znakov kvality výrobku. Je to kombinovaný maticový diagram, ktorý sa používa na grafické znázornenie metódy QFD.

Dom kvality sa spracováva v tíme, ktorý sa väčšinou skladá z pracovníkov marketingu a vývoja. Pracovníci marketingu prezentujú požiadavky zákazníkov a pracovníci vývoja znaky kvality. Tieto údaje sa zaznamenávajú do riadkov a stĺpcov maticového diagramu (obr. č. 4) (Plura, 2001, s. 54)



Obr. 4: Dom kvality (Briš, 2010, s. 7)

Dom kvality je možné ešte doplniť porovnaním s inými organizáciami a to z dvoch hľadísk. A to z hľadiska plnenia jednotlivých potrieb zákazníka (pridaný v pravo) a z hľadiska náročnosti na dodržania špecifikácií pre znaky kvality (pivnica - dole). (Janeček, 2001, s. 52)

V ďalších fázach spracovania domu kvality sa jednotlivým požiadavkám zákazníka pripisuje bodové ohodnotenie, aby sa tak lepšie zhodnotila závažnosť jednotlivých požiadaviek.

Následne sa hodnotí splňovanie požiadaviek zákazníkov v porovnaní s konkurenciou. Toto hodnotenie zvyčajne vykonáva oddelenie marketingu avšak je možné aj aby sa hodnotilo na základe hodnotenia zákazníkov.

Úlohou tímu je následne po týchto krokoch analyzovať vzájomné vzťahy medzi jednotlivými požiadavkami zákazníkov a znakmi kvality výrobku. Cieľom je, aby po diskusii došli obe strany ku kompromisu.

„Získaný maticový diagram už názorne poskytuje prvé informácie o tom, v ktorých znakoch kvality sa premietajú jednotlivé požiadavky zákazníka. Jeho analýza sa zameriava

predovšetkým na mieru zaplnenia jednotlivých riadkov a stĺpcov symbolmi, charakterizujúcimi intenzitu závislosti.” Ak niektorý z riadkov nie je zaplnený vôbec to neznamená, že daná požiadavka zákazníka sa nijako nepremieta do kvality výrobku. V prípade, že sa zistí takáto situácia je potrebné dodať k tejto požiadavke konkrétne znaky kvality. V prípade ak sa vyskytne v maticovom diagrame prázdny stĺpec, znamená to že z hľadiska splnenia požiadaviek zákazníka je tento znak kvality bezvýznamný. Treba však preveriť či sa nejedná o taký znak kvality, ktorý zákazník považuje za samozrejmy.

Z analýzy Domu kvality môžeme ďalej identifikovať najdôležitejšie znaky kvality podľa požiadaviek zákazníka. Tieto znaky kvality sa nachádzajú v stĺpcoch, ktoré obsahujú najviac symbolov. A predovšetkým tie, ktoré majú vyššie hodnoty.

V nasledujúcich fázach sa rozoberajú vzájomné vzťahy medzi jednotlivými znakmi kvality výrobku. (Plura, 2001, s. 54-56)

2 NEUSTÁLE ZLEPŠOVANIE V SYSTÉME MANAGEMENTU KVALITY

Neustále zlepšovanie v oblasti kvality chápeme ako zvyšovanie schopnosť plniť požiadavky zadané zákazníkom. Môžeme teda hovoriť o činnostiach, ktoré vedú k zlepšeniu úrovne kvality v porovnaní s minulosťou.

2.1 Význam neustáleho zlepšovania

- Požiadavky zákazníkov sa neustále menia a sú náročnejšie.
- Firma musí neustále odstraňovať neefektívnosť, aby mohla produkt ponúkať za prijateľnú cenu a zabezpečiť si tak potrebný zisk na ďalší rozvoj podniku.
- Vývoj a výskum poskytuje množstvo príležitostí pre zlepšovanie.
- Rastie konkurencia na trhu.
- Zvyšujúce sa nároky na kvalitu života.
- Vonkajšie podmienky sa neustále menia.
- Činnosti neustáleho zlepšovania napomáhajú k zapojeniu sa zamestnancov do dosahovania stanovených cieľov. (Nenadál, 2008, s. 230-231)

2.2 PDCA cyklus

PDCA cyklus je jedným z modelov použiteľných pre neustále zlepšovanie kvality.

„Postup je nutné uplatňovať tímovým spôsobom. Ide o všeobecne použiteľný algoritmus, ktorý sa často používa pri rôznych príležitostiach intuitívne. Pri jeho aplikácii v praxi však často chýba sústavnosť a dôslednosť. Preto je treba zdôrazniť nutnosť dodržania uvedenej postupnosti. Preskakovaním niektorých, zdanlivo už splnených alebo nepodstatných bodov, sa môže účinnosť vykonaných prác výrazne znížiť, či dokonca úplne eliminovať. Preto je potrebné vytvoriť tlak na dodržanie postupnosti krokov vedením "karty zmeny" pre každú konkrétnu akciu verejným spôsobom priamo na pracoviskách členmi tímov pre zlepšovanie.“ (Chromjaková, ©2012)



Obr. 5: PDCA cyklus (API, © 2005 – 2012)

Plan (Plánuj) – vypracovanie plánu aktivít zlepšovania

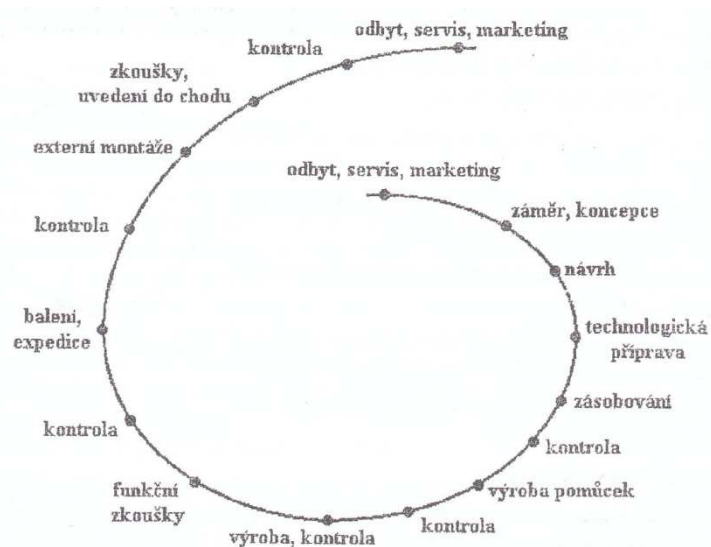
Do (Konaj) – realizácia plánovaných činností

Check (Kontroluj) – analýza dosiahnutých výsledkov

Act (Reaguj) – reakcia na výsledky a vykonanie úpravy procesu. (Nenadál, 2008, s. 233)

2.3 Juranova špirála kvality

V systémoch managementu kvality je potrebné dbať o kvalitu aj vo fáze úžitku. Pre sled fáz vo výrobnom podniku zostavil prof. Dr. Juran tzv. špirálu kvality. Schéma na obrázku č. 6 je použiteľná hlavne pre strojárenskú alebo elektrotechnickú výrobu. Celý proces je rozdelený do 16 fáz. Je to síce uzavretý cyklus, ale práve vďaka tvaru špirály je tu priestor pre neustále zlepšovanie, pretože cyklus sa síce opakuje, ale vždy na vyššej úrovni špirály. Rozklad cyklu umožnil identifikovať, ktoré fázy výroby sa v najväčšej miere podieľajú na zlej kvalite výrobku. Štúdiá profesora Jurana a jeho spolupracovníkov preukázali, že hlavné zásluhy na nekvalite produktov majú predvýrobné fázy. (Janeček, 2001, s. 61)



Obr. 6: Juranova špirála kvality (Janeček, 2001, s. 61)

2.4 Metóda „Quality Journal”

Táto metóda slúži k systematickému zabezpečeniu kvality a bola prevzatá z japonského prístupu k riešeniu problémov. Prebieha v nasledujúcich 7 krokoch:

1. Identifikácia problému
2. Sledovanie problému

3. Analýza příčin problémů
4. Návrh a realizace opatření k odstranění příčin
5. Kontrola účinnosti opatření
6. Trvalá eliminace příčin

Správa o postupe řešení problému a plánování budoucích aktivit (Nenadál, 2008, s. 234-235)

2.5 Porovnání jednotlivých kroků neustálého zlepšování podle ISO a podle metody „Quality Journal“

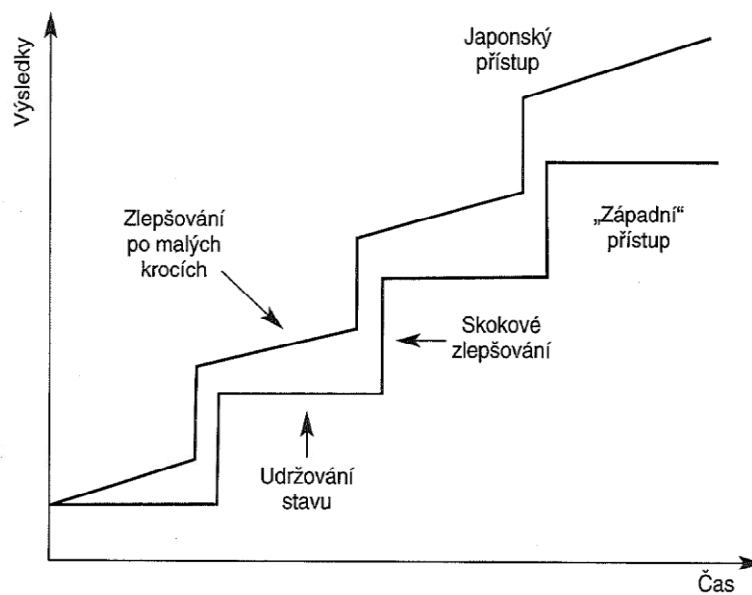
Demingův cyklus	ISO 9004:2000	Quality Journal
Plan (P)	Důvod pro zlepšování	Identifikace problému
	Současná situace	Sledování problému
	Analýza	Analýza příčin problému
Do (D)	Identifikování možných řešení (včetně jejich uplatnění)	Návrh a realizace opatření k odstranění příčin
Check (C)	Vyhodnocení efektů	Kontrola účinnosti opatření
Act (A)	Uplatňování a standardizace nového řešení	Trvalá eliminace příčin
	Hodnocení efektivity a účinnosti procesu s ukončeným opatřením ke zlepšení	Zpráva o řešení problému a plánování budoucích aktivit

Obr. 7: Porovnání ISO a „Quality Journal“ (Briš, 2010, s. 43)

2.6 Metodika neustálého zlepšování pomocí preventivních opatření

Pomocí preventivních opatření je možné předcházet vzniku nežádoucích situací. Firma musí určit opatření k vyloučení možných nezhod, aby se zabránilo ich výskytu.

Ak chce firma neustále zlepšovat svoje procesy a tým aj kvalitu svojich produktov môže k dosiahnutiu tohto cieľa využiť dva prístupy a to skokové zlepšovanie, čo je „západný“ prístup alebo naopak japonský prístup. (Nenadál, 2008, s. 239)



Obr. 8: Porovnanie japonského a „západný“ prístupu k procesu zlepšovania (Nenadál, 2008, s. 240)

2.7 Stratégia Six Sigma

Six Sigma je podnikateľská stratégia, ktorá umožňuje podnikom zlepšovať úroveň na základe monitorovania a plánovania každodenných aktivít. Tento spôsob minimalizuje výskyt nezhôd a potrebné zdroje a zvyšuje spokojnosť zákazníka. Stratégia Six Sigma sa orientuje predovšetkým na elimináciu nezhody vo výrobe, na skrátenie priebežnej doby výroby a úsporu nákladov. (Briš, 2010, s. 44)

Vo filozofii Six Sigma sa kladie dôraz na zvyšovanie rentability, čoho bezprostredným produktom je zvyšovanie kvality a hospodárnosti. (Nenadál, 2008, s. 240-241)

Six Sigma

- je štruktúrovaná metóda, ktorej úlohou je eliminácia defektov, strát či problémov a oblasti riadení kvality ako aj v oblastiach výroby, služieb
- je založená na kombinácii ustálených štatistických techník v riadení kvality, jednoduchých a pokročilých metód analýzy dát a systematického tréningu osôb v organizáciách
- ďalej obsahuje know-how a overené prístupy k zlepšeniu výrobných procesov či poskytovaných služieb (Tuček a Bobák, 2006, s. 197-198)

3 PRAVIDLÁ STAROSTLIVOSTI O ZÁKAZNÍKA

Je možné formulovať niekoľko pravidiel, ktoré by mala každá spoločnosť pri poskytovaní svojich produktov dodržiavať. Bureš a Řehulka (2006, s. 11-138) vo svojej publikácii formulovali 10 základných pravidiel.

1. Každý produkt je služba → *Na prvom mieste je ten, kto nás živí.*
2. Každý kupujúci chce vedieť čo kupuje → *Zákazník je predovšetkým človek.*
3. *Vzťah sa buduje komunikáciou.*
4. Dôvera sa buduje úprimnosťou → *Najspokojnejší zákazník je obškakovaný zákazník.*
5. *Obranný val proti nájazdom konkurencie sa buduje z drobných kamienkov.*
6. Vysoko nastavená latka → *Služby zákazníkom znamenajú viac ako servisný zákrok.*
7. Prečo počuť nestačí → *K starostlivosti o zákazníka patrí taktiež rozmyšľanie za zákazníka.*
8. *Strata zákazníka je proces, ktorý začína stratou dôvery.*
9. *Najlepším predajcom je spokojný zákazník.*
10. *Investícia do starostlivosti o zákazníka je investícia s najväčšou mierou návratnosti.*

Budovanie vzťahu so zákazníkom je jednou z najdôležitejších úloh v procese predaja. Svedčí o tom niekoľko faktov.

Jednoduchšie je primerť súčasných zákazníkov, aby nakupovali o 10% viac, ako získať rovnaké percento nových zákazníkov. Ak má zákazník negatívnu skúsenosť, podelí sa s ňou s dva krát väčším počtom ľudí ako pri pozitívnej skúsenosti.

Veľmi dôležitou oblasťou je taktiež oblasť reklamácií. Najvhodnejším spôsobom je ním predchádzať prostredníctvom riadenia kvality produktov, pretože nutnosť reklamácie výrazne znižuje počet verných a spokojných zákazníkov. 30% zákazníkov, ktorí si uplatnia reklamáciu už ďalší nákup neuskutočnia aj napriek tomu, že im bolo v reklamácií vyhovorené. Ak je však reklamácia vybavená priamo na mieste, 95% reklamujúcich zákazníkov nakupuje opätovne.

Podstatnou súčasťou vzťahu so zákazníkom je naslúchanie jeho nápadom. Podloženým tvrdením je, že až 80% nápadov na nové produkty pochádza od zákazníkov.

(Foster, 2002, s. 3-4)

4 MERANIE SPOKOJNOSTI A LOJALITY ZÁKAZNÍKOV

4.1 Lojálny zákazník

V súčasnosti sa meradlom spokojnosti zákazníkov v mnohých firmách chápe počet reklamácií, avšak toto nie je vhodný spôsob hodnotenia spokojnosti zákazníka. Dôvod prečo nemôžeme zákazníka, ktorý neprišiel reklamovať tovar považovať za spokojného je, že reklamácia je vyjadrením maximálnej nespokojnosti zákazníka. Prostredníctvom reklamácie si v priemere sťažujú iba 4% nespokojných zákazníkov. Dôvodov nízkeho počtu reklamácií je niekoľko:

- pohodlnosť zákazníkov
- ich slušnosť, skromnosť a ohľaduplnosť
- príliš krátke záručné doby u niektorých druhov výrobkov a služieb
- skutočnosť, že náklady spojené s reklamáciou sú vyššie ako cena nového produktu
- dobrá životnosti produktu
- vek zákazníka apod.

Veľké percento nespokojných zákazníkov potom nereklamujú výrobok priamo, ale sa sťažujú na nízku úroveň výrobku, prípadne služieb. Spoločnosti by si mali tieto sťažnosti systematicky evidovať. Toto však nie je bežné v praxi. A práve týmto robia spoločnosti veľkú chybu, pretože ak sa nevenuje pozornosť sťažnostiam zákazníka, ten následne robí negatívnu reklamu spoločnosti tým, že o svojej nepriaznivej skúsenosti rozpráva svojim kolegom, ktorí obvykle tieto informácie šíria ďalej. Tieto negatívne referencie sa potom šíria tzv. tichou poštou, prípadne v súčasnej dobe aj elektronickou poštou. Dôležité je tiež podotknúť, že zlé meno firmy sa šíri 6x rýchlejšie ako dobré.

Pri vytváraní modelu hodnotenia spokojnosti zákazníka by sme mali brať na vedomie akú konkrétnu potrebu si zákazník kúpou nášho produktu plánuje uspokojiť alebo vyriešiť určitý problém. Teda zákazník kupuje hodnotu pokiaľ možno bez vedľajších efektov a rizík.

Táto úvaha následne umožňuje vytvoriť model spokojnosti zákazníka ako je zobrazený v prílohe č. 1. Ak sa zákazník rozhodne kúpiť si určitý výrobok prípadne službu, vytvorí si určitú predstavu, ktorá je ovplyvnená mnohými faktormi. S touto predstavou zoznámi zákazník dodávateľa, prípadne predávajúceho. Po nákupe zákazník vníma reálnu hodnotu a práve porovnanie s jeho predstavou určuje, či je zákazník spokojný alebo nespokojný.

„To znamená, že spokojnosť zákazníka je súhrn pocitov vyvolaných rozdielom medzi požiadavkami a vnímanou realitou na trhu.“

Je možné definovať 3 základné stavy spokojnosti zákazníka v závislosti na povahe rozdielov:

- tzv. potešenie zákazníka – tento stav je charakterizovaný situáciou, že zákazník dostal viac ako bola jeho prvotná požiadavka a teda reálna hodnota preyšuje jeho očakávania
- plná spokojnosť zákazníka – úplná zhoda medzi požiadavkami zákazníka a vnímanou realitou. Všetky požiadavky zákazníka boli kúpou používaním produktu uspokojené
- limitovaná spokojnosť – reálna hodnota nie je totožná s požiadavkami a očakávaniami zákazníka. Zákazník môže byť do určitej miery spokojný, avšak jeho spokojnosť je nižšia ako v predchádzajúcich prípadoch.

Spokojnosť zákazníka je základným kameňom pre získanie verného a lojálneho zákazníka, ale tieto pojmy nie je možné zamieňať. *„Pojem „lojalita zákazníka“ je definovaný ako spôsob chovania zákazníka, prejavujúci sa na trhu predovšetkým dvoma dôsledkami: opakovanými objednávkami a pozitívnymi referenciami do okolia.“* (Nenadál, 2004, s. 62-65)

4.2 Meranie spokojnosti zákazníka

Pri meraní spokojnosti zákazníka sú využívané priame a nepriame informácie.

Medzi najvýznamnejšie priame zdroje informácií o spokojnosti zákazníkov patria dobre pripravené dotazníkové šetrenia a rozborý sťažností a reklamácií.

K nepriamym metódam zisťovania spokojnosti zákazníkov patrí objem predaja a jeho vývoj, percento plnenia dodávok v termíne. Patria sem aj výsledky benchmarkingu zameraného na vlastné produkty a odborné u konkurencie. (Zajíc a Veselý, 2005, s. 85-86)

4.3 Metodika merania spokojnosti externých zákazníkov

Aby mohla spoločnosť merať výkonnosť QMS musí okrem iného aj monitorovať informácie o spokojnosti zákazníka a o plnení jeho požiadaviek. Jedná sa o techniku prieskumu trhu a následného zlepšovania služieb a starostlivosti o zákazníka. (Fiala, 2000, s. 11)

Základné kroky ktoré by mali byť realizované pri meraní spokojnosti zákazníkov:

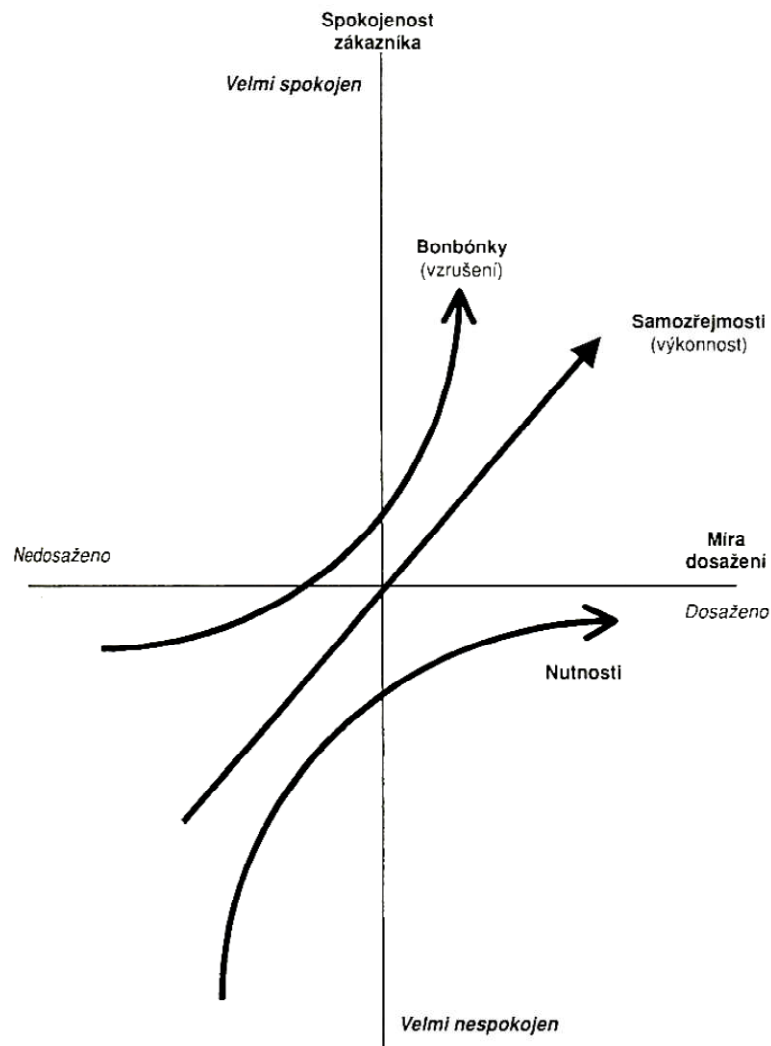
1. definovanie, kto je pre firmu zákazníkom
2. definovanie požiadaviek zákazníkov a znaky ich spokojnosti
3. návrh a tvorba dotazníkov k meraniu spokojnosti zákazníkov
4. stanovenie veľkosti výberu
5. výber vhodnej metódy zberu dát
6. tvorba postupu pre vyhodnocovanie dát
7. využitie výsledkov merania spokojnosti ako vstupu pre procesy zlepšovania

4.3.1 Definovanie, kto je zákazníkom

Definícia podľa moderného managementu kvality hovorí, že zákazníkom je každý, komu odovzdávame výsledky svojej práce. Z tejto definície teda vyplýva, že každá firma má dva druhy zákazníkov a to externých a interných. Medzi interných zákazníkov môžeme započítať zamestnancov a externých zákazníkov tvoria sprostredkovatelia, odberatelia a koneční užívatelia výrobkov a služieb. Pred tým ako firma začne s meraním spokojnosti zákazníkov je potrebné, aby si ujasnila skupinu zákazníkov, na ktorej bude toto hodnotenie vykonávať. Dôvod je ten, že v mnohých prípadoch môže dôjsť k nezrovnalostiam v tejto oblasti. Napríklad ak stavebná firma vykonáva sanáciu mosta môže pre ňu byť zákazníkom objednávať stavby ako aj motoristi, ktorí budú most využívať. Preto je dôležité hneď na začiatku definovať na ktorej vzorke zákazníkov sa bude prieskum vykonávať. (Nenadál, 2004, s. 67-68)

4.3.2 Definovanie požiadaviek zákazníkov a znaky ich spokojnosti

„Pod pojmom „požiadavka zákazníka” sa chápe transformácia hlasu zákazníka do formulácie zrozumiteľnej dodávateľovi, obsahujúcej potreby a očakávania.” Požiadavku je možné rozdeliť napríklad podľa Kanovho modelu (obr. č. 9).



Obr. 9: Kanon model spokojnosti zákazníka

(Nenadál, 2004, s. 69)

- Bonbóniky – predstavujú požiadavky, ktoré keď zákazník nedostane prípadne nevyužije, nezníži sa jeho spokojnosť avšak môžu prispieť k tomu, aby sa zákazník cítil príjemne. Napríklad to môže byť občerstvenie v situácií keď čakáme sa určitú službu.
 - Samozrejmosť – je to skupina požiadaviek, ktoré zákazník považuje za samozrejmosť.
 - Nutnosť – túto skupinu reprezentujú napríklad legislatívne stanovené požiadavky.
- (Nenadál, 2004, s. 69)

4.3.3 Návrh a tvorba dotazníkov k meraniu spokojnosti zákazníkov

Dotazníky predstavujú najrozšírenejšiu formu, ktorú firmy využívajú pri aplikácií spätnej väzby. Tvorba dotazníku by mala obsahovať tieto kroky:

- definovanie otázok pre dotazníky
- voľba vhodného formátu
- popis vstupných informácií pre zákazníka
- definitívne usporiadanie dotazníkov

4.3.4 Stanovenie veľkosti výberu

Počet zákazníkov firiem je často príliš veľký na to, aby bolo možné bez extrémnych výkyvov skúmať ich mieru spokojnosti. Preto je nutné uskutočniť v podobných prípadoch výber respondentov. V rámci tohto výberu je potom nutné riešiť úlohy ako:

- stanovenie veľkosti výberu respondentov
- výber respondentov tak, aby bola vzorka dostatočne reprezentatívna
- určenie stupňa spoľahlivosti údajov

4.3.5 Výber vhodnej metódy zberu dát

Ďalším krokom je výber vhodnej metódy zberu dát. V praxi je možné využiť tieto metódy:

- pomocou telefónu
- pomocou klasickej či elektronickej pošty
- využitím Internetu
- osobnými rozhovormi so zákazníkmi
- metódou „pro forma“, kedy zákazníci majú možnosť reagovať na dotazníky pri východoch z obchodných centier, po poskytnutí služby apod.

4.3.6 Vyhodnocovanie dát o spokojnosti zákazníkov

Získané dáta o spokojnosti zákazníkov je možné vyhodnotiť viacerými spôsobmi. Ak už si firma vyberie ktorýkoľvek mala by brať do úvahy:

- rôzne znaky spokojnosti môžu mať pre zákazníka odlišný význam
- najdôležitejšie je spoznanie trendov vo vývoji miery spokojnosti zákazníkov
- s výsledkami vyhodnotenia spokojnosti zákazníka majú byť oboznámení všetci zamestnanci a nie len vrcholové vedenie

4.3.7 Využitie výsledkov pre procesy neustáleho zlepšovania

Výsledky z monitorovania a merania spokojnosti zákazníkov by mali byť vstupom pre procesy preskúšanie systému vedením, pretože spokojnosť externých a interných zákazníkov je najdôležitejším predpokladom pre získanie ich lojality, teda dosiahnuť dlhodobý ekonomický úspech. (Nenadál, 2004, s. 77-88)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 CHIRANA-DENTAL, S.R.O.

Spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o. bola založená v roku 1997. Svoje sídlo má spoločnosť vo svetoznámom kúpeľnom meste Piešťany, ktoré je známe nielen svojimi termálnymi prameňmi, ale aj dlhoročnou tradíciou vo výrobe stomatologickej techniky. Chirana-Dental, s.r.o. je zameraná na vývoj, výrobu a predaj stomatologickej techniky, pričom väčšina jej produkcie je určená na export do rôznych krajín (napr. do Ruska, Ukrajiny, Poľska, Českej republiky, Maďarska, Kazachstanu, Litvy, Lotyšska, Chorvátska, Portugalska, Nemecka, Francúzska a ďalších štátov Európskej únie, juhovýchodnej Ázie a arabského sveta). V súčasnosti sa spoločnosť zameriava na produkciu stomatologických súprav, stomatologických kresiel a stoličiek rady DIPLOMAT. Značka DIPLOMAT v spojení s výrobnou spoločnosťou Chirana-Dental, s.r.o. je zárukou vysokej kvality produktov a spokojnosti zákazníkov na celom svete, ktorú dosahuje vďaka dlhoročným skúsenostiam z pôsobenia v tomto obore.

„Značku Diplomat charakterizuje mimoriadne vysoká kvalita, moderný dizajn, inovatívne technológie a sofistikovaná ergonómia.“

„Pod touto značkou sú ponúkané stomatologické súpravy typov Diplomat Lux, Diplomat Consul a Diplomat Adept, stomatologické kreslá Diplomat DM10, DM10E, DE20, DM20, stoličky pre lekára a sestru Diplomat D10L a stomatologické operačné svietidlá Sirius.“
(Chirana, 2012)

5.1 História spoločnosti

V roku 1952 bola zriadená organizácia pre opravy a zákazkovú výrobu zdravotníckej techniky v rámci Závodov liečební mechanika n.p. Praha založenej v r. 1947 na Slovensku. Po tom čo v roku 1949 prijala názov Chirana Praha sa začala tvoriť tradícia výroby stomatologickej techniky v Piešťanoch. Rovnako v tomto povojnovom období Považské strojárne v Starej Turej premenili svoju zbrojnú výrobu na výrobu zdravotníckej a mernej techniky. V roku 1960, kvôli centrálnemu riadeniu bývalej Československej republiky, došlo k spojeniu týchto dvoch konkurenčných spoločností do koordinovanej výroby zdravotníckej techniky známej ako koncern Chirana. Centrálné riadenie bolo odstránené v roku 1990 a už od roku 1997 sa stala Chirana-Dental, s.r.o. Piešťany právnym subjektom, ktorý nadväzuje na dlhoročnú tradíciu výroby zdravotníckej techniky od roku 1952. Chirana-Dental, s.r.o. od roku 1997 urobila korekcie v oblasti koncentrácie vývojových kapacít len

na stomatologickou techniku a posílení komerčních a servisních činností. (Chirana, 2012)

5.2 Portfólio společnosti Chirana-Dental, s.r.o.

❖ Stomatologické súbavy

Diplomat Consul DC 170, Diplomat Lux DL 320, Diplomat Consul DC 350 , Diplomat Consul DC 310 , Diplomat Lux DL 210, Diplomat Lux DL 210 Orthodontics, Diplomat Adept DA 170, Diplomat Adept DA 130, Diplomat Adept DA 110A



Obr. 10: Stomatologické súbavy (Chirana, 2012)

❖ Stomatologické kreslá

DE 20 a DM 20



*Obr. 11: Stomatologické kreslá
(Chirana, 2012)*

❖ Stomatologické stoličky

D10L



Obr. 12: Stomatologické stoličky (Chirana, 2012)

❖ Stomatologické svietidlá

LED svietidlo Diplomat Xenos, Sirius



Obr. 13: Stomatologické svietidlá

(Chirana, 2012)

5.3 Hlavný konkurenti

5.3.1 Chirana Medical

Chirana Medical patrí medzi jediných konkurentov spoločnosti na Slovensku. Sídlo má v Starej Turej. „*M.O.C.,s.r.o. vznikla 19. 6. 2001 ako zamestnanecká vlastnícka spoločnosť, ktorá vlastní prevádzkové aktíva spoločností CHIRANA Medical, a.s. (dentálne súpravy a dentálne náradie) a CHIRANA s.r.o. (anestéziologické prístroje, prístroje pre intenzívnu starostlivosť a resuscitáciu), pričom je jediným akcionárom týchto spoločností.*”

Portfólio tejto spoločnosti je možné rozdeliť do dvoch skupín a to Stomatologická technika a Anestézia, ICU, ORL.

V oblasti výroby stomatologickej techniky má spoločnosť podobné portfólio ako Chirana-Dental, s.r.o. V súčasnosti je ich výrobná rada reprezentovaná novou generáciou CHIRANA CHEESE. Medzi hlavné oblasti produkcie tejto spoločnosti patrí výroba stomatologických súprav, kresiel, stoličiek pre lekára a asistenta lekára, svietidlá, tray stolíky, nožné ovládače a násadce náradia. (Chirana Medical, 2012)

5.3.2 KaVo

Táto spoločnosť patrí k nemeckým zástupcom na trhu so stomatologickou technikou. Bola založená v roku 1909 a v súčasnosti má v 21 štátoch svoje obchodné spoločnosti. Spoločnosť KaVo položila základy pre ergonómiu a pohodlie tým, že predstavila ako prvá na trhu súpravu, ktorá umožňovala liečbu pacienta ležmo. „*Do produktového portfólia patrí: nástroje a náradie, diagnostické prístroje (RTG či kamery a pod.), kompletne vybavenie ambulancie – súpravy, kreslá, stoličky lekára a asistenta, nožné ovládače, nábytok, zariadenie*

a vybavenie dentálneho laboratória, zariadenia a simulátory pre stomatologické školenia, sterilizačné systémy a materiály.” (Chmelárová, 2010; Kavo, 2012)

5.3.3 Sirona

Spoločnosť Sirona je americkým zástupcom v oblasti stomatologickej techniky a má celosvetovo vedúce postavenie na trhu. Spoločnosť bola založená v roku 1997 a naviazala na 130 ročnú tradíciu výroby stomatologickej techniky. *„Produktové portfólio Sirony je skutočne široké. Zahŕňa v sebe CAD/CAM systémy, nástroje, hygienické systémy, röntgenové systémy a všetky produkty týkajúce sa vybavenia ordinácie od súprav, kresiel až po ambulancný nábytok.” (Chmelárová, 2010; Sirona, 2012)*

6 SYSTÉM MANAGEMENTU KVALITY CHIRANA-DENTAL, S.R.O

„Spoločnosť bola prvýkrát certifikovaná podľa ISO 9001:1994 a EN 46 000: 1996 britskou certifikačnou spoločnosťou BVQI (Bureau Veritas Quality International). Ďalšie audity vykonával notifikovaný orgán DNV (Det Norske Veritas) podľa EN ISO 9001:1994 a EN ISO 13 486:2000, následne podľa EN ISO 9001:2000 a ISO 13485:2003”.

„Z dôvodu preverenia splnenia požiadaviek v technických a právnych predpisoch sa vykonáva výroková certifikácia v EVPÚ, a.s. Nová Dubnica.”

„Vstupenkou do Európy bolo získanie certifikátu pre používanie značky "CE"(Conformité Européene) na našich výrobkoch. Spoločnosť Chirana – Dental, s.r.o. ako prvý výrobca zdravotníckej techniky na Slovensku získala oprávnenie používať značku CE.”

„Pacienti a užívatelia sa môžu spoľahnúť, že výrobky spoločnosti Chirana - Dental, s.r.o. označené CE značkou (značka zhody CE 0434 vydaná nezávislou certifikačnou spoločnosťou Det Norske Veritas – DNV) boli primerane zhodnotené, aby splnili prísne požiadavky Európskej únie na bezpečnosť a ochranu definované v "Medical Device Directive" 93/42/EEC.” (Chirana, 2012)

Kompletný systém riadenia kvality je popísaný v Príručke kvality a súvisiacich materiáloch.

Pri plánovaní systému kvality dodržiava spoločnosť túto postupnosť:

- určenie procesov potrebných pre systém kvality a ich aplikácia v rámci organizácie
- určenie postupnosti a integrácie procesov
- určenie kritérií a metód potrebných na zaistenie efektívneho prevádzkovania a riadenia procesov
- zaistiť dostupnosť zdrojov a informácií nevyhnutných na zabezpečenie prevádzky a monitorovania týchto procesov
- monitorovať, merať kde je vhodné a analyzovať procesy
- zaviesť procesy nevyhnutné na dosiahnutie plánovaných výsledkov a trvalého zlepšovania týchto procesov.

Všetky procesy určené v spoločnosti sú riadené v súlade s požiadavkami noriem ISO 13485:2003, EN ISO 9001:2008 a Smernicou 2007/47/EEC. Totožne sú riadené aj činnosti, ktoré sú vykonávané externe a môžu mať vplyv na zhodu produktu s požiadavkami.

6.1 Politika kvality

- spôsobilosť a zlepšovanie systému manažérstva kvality preukazovať zapojením všetkých pracovníkov do procesov, pričom proces neustáleho zlepšovania – založený hlavne na činnostiach plánovania, realizácie, kontroly, zlepšovania – uplatňovať ako prostriedok k zabezpečeniu efektívneho a účinného SMK
- presadzovať zodpovednosť za kvalitu práce na všetkých pracoviskách
- úspešnosť zakladať na spokojnosti motivovaných a kvalifikovaných zamestnancov s vlastnou zodpovednosťou za plnenie úloh pre dosiahnutie cieľov
- plnením požiadaviek na spoľahlivosť, bezpečnosť a kvalitu zdravotníckych prostriedkov pružne reagovať na požiadavky súčasných i budúcich zákazníkov
- potreby a očakávania zákazníkov transformovať do vývojových etáp zdravotníckych prostriedkov s cieľom plnenia predpísanej legislatívy, noriem a zabezpečovania požadovanej kvality
- zvyšovať úroveň technického rozvoja presadzovaním kvalitnej technológie, ktorá zabezpečí zodpovedajúcu cenovú a kvalitatívnu úroveň jednotlivých komponentov
- zvyšovať kvalitu práce každého zamestnanca zapojeného do procesu tak, aby každý hodnotil podiel práce na zdravotníckom prostriedku ako budúci užívateľ
- zvyšovať úroveň obchodno-technických služieb s cieľom dosahovať vysokú kvalifikačnú úroveň pracovníkov, ktorí tieto služby poskytujú
- sústavne hodnotiť kvalitu dodávok, stabilizovať dodávateľskú sieť s najlepšimi partnermi a rozvíjať s nimi dlhodobejšie vzťahy
- modernizáciou a prínosom novej výrobnéj technológie zabezpečiť, aby riadené výrobné procesy obsluhované kvalifikovanými pracovníkmi zabezpečovali kvalitu a spoľahlivosť zdravotníckych prostriedkov (interný zdroj Chirana-Dental, s.r.o)

6.2 Vízia spoločnosti

Chirana – Dental, s.r.o. sa chce pružným reagovaním na požiadavky a potreby zákazníkov zaradiť na popredné miesto medzi európskymi výrobcami zdravotníckych prostriedkov. Túto víziu chce naplňovať plnením požiadaviek na spoľahlivosť, bezpečnosť a kvalitu a

uspokojením požiadaviek na termín, dodanie a poskytované servisné služby. (interný zdroj Chirana-Dental, s.r.o)

6.3 Motto spoločnosti

„Sme tu pre Vás, myslíme na Vašu spokojnosť.“

7 SYSTÉM HODNOTENIA SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKA V SPOLOČNOSTI CHIRANA-DENTAL, S.R.O.

Chirana-Dental, s.r.o. vytvára dokumentovaný systém spätnej väzby pre zabezpečenie spoľahlivého fungovania produktu, služieb s ním súvisiacich (inštalácia, záručný list atď.) a vytvorenie prevencie pred poškodením zdravia alebo ujmy na zdraví a majetku. Výsledkom spätnej väzby je poskytnutie včasného upozornenia na prípadný problém s kvalitou výrobku, alebo s ním súvisiacou službou a ich operatívne nápravné opatrenia.

Účelom systému ostražiteľnosti je zlepšiť ochranu zdravia a bezpečnosť pacientov, užívateľov a iných, vylúčením alebo znížením pravdepodobnosti toho, že sa bude opakovať ten istý typ nepriaznivého incidentu na rôznych miestach v rôznom čase.

Pracovná inštrukcia je súčasťou systému manažérstva kvality budovaného v zmysle požiadaviek normy EN ISO 9001:2008, ISO 13485:2003 a Smernice 2007/47/EEC.

7.1 Systém spätnej väzby

7.1.1 Formy spätnej väzby

Spätaná väzba je zabezpečovaná nasledovnými formami:

- záručný formulár
- registračný formulár
- inšpekčné kontroly
- pracovné stretnutia
- výmena vadných kusov pri reklamáciách

1. Záručný formulár

Chirana-Dental, s.r.o. ku každému expedovanému výrobku prilaľuje spolu s STD Záručný formulár a to:

- Záručný formulár pre konečného užívateľa (príloha č. 2)
- Záručný formulár pre servisnú organizáciu, ktorá odovzdáva výrobok konečnému užívateľovi k používaniu (príloha č.3)

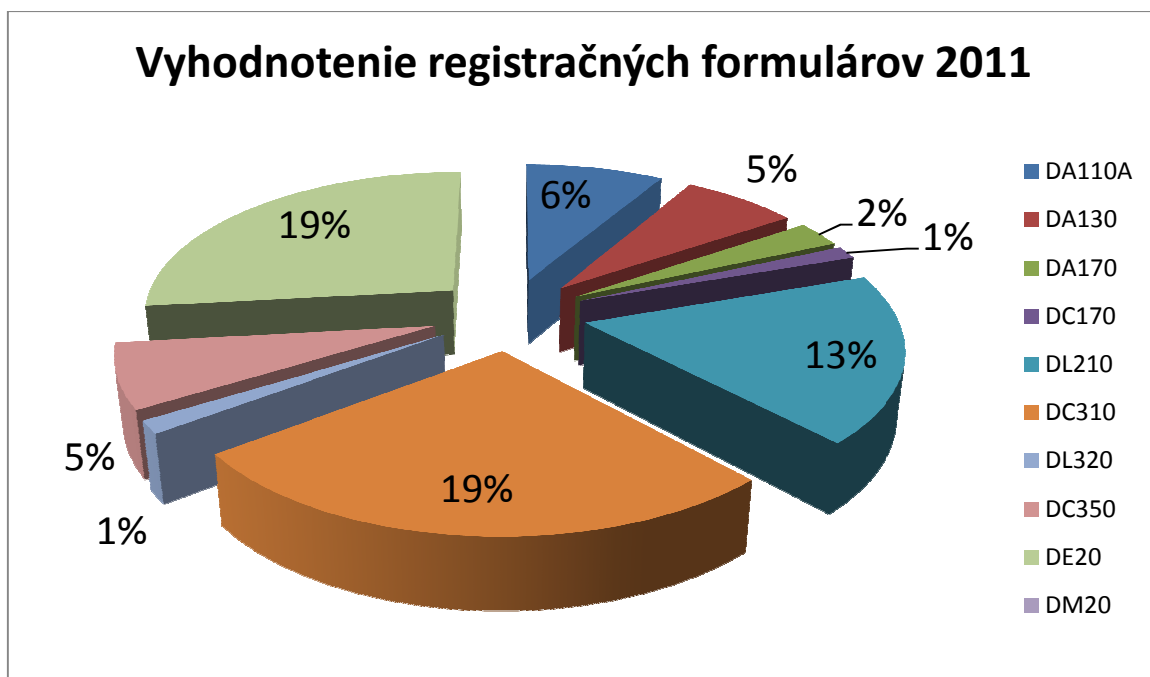
Za pribalenie záručných formulárov, ich vypísanie (výrobné číslo, typ výrobku, dátum), potvrdenie (pečiatka) a podpis je zodpovedný vedúci oddelenia expedície. Záručný formulár slúži ako zdroj pre spätnú väzbu.

2. Registračný formulár

Registračný formulár (príloha č. 4) slúži na získanie spätnej väzby od konečného užívateľa na výrobok, diel alebo poskytovaných službách po určitej dobe používania, ďalej ako marketingový prieskum o výrobcovi, požiadavkách na výrobok a služby.

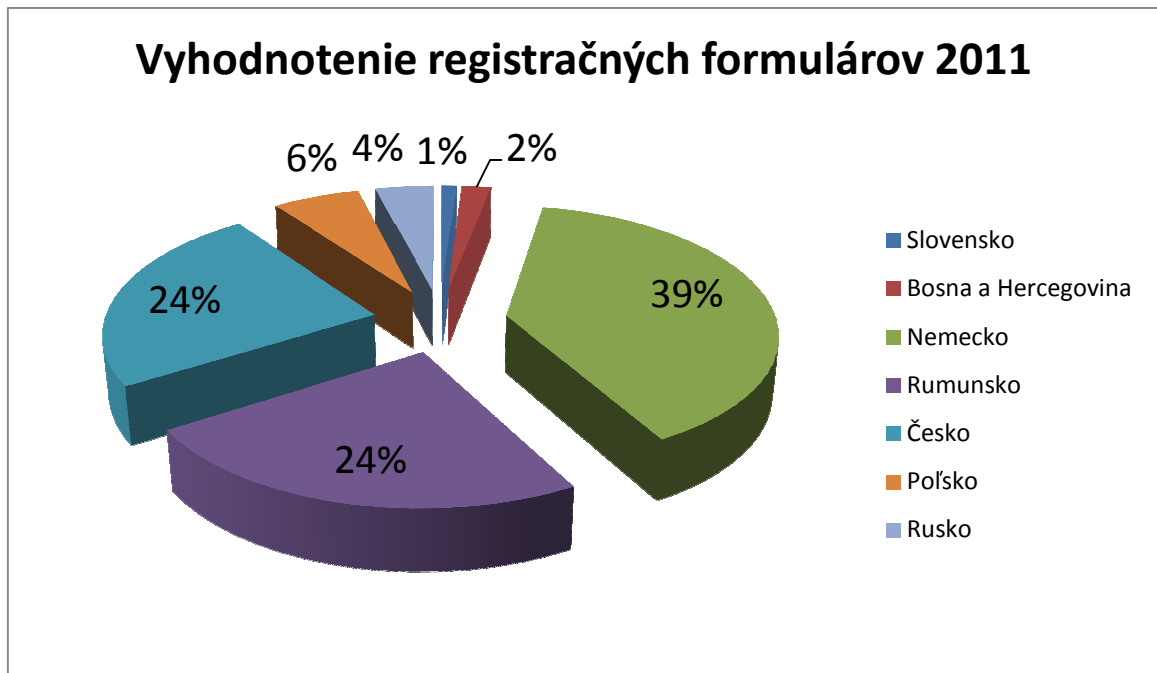
Získané informácie poskytnuté v registračnom formulári slúžia i pri inováciách a zadávaní nových výrobkov do výroby. (interný zdroj Chirana-Dental, s.r.o)

❖ Štatistika prijatých registračných formulárov za rok 2011



Obr. 14: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → podľa typu stomatologickej súpravy

Najviac hodnoteným výrobkom v registračnom formulári 2011 bol ZK DM20 (29%). Ďalšie najčastejšie hodnotené výrobky boli ZS DC310 (19%), ZK DE20 (19%) a ZS DL210 (13%).



Obr. 15: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → podľa štátu

Z celkového počtu registračných formulárov 84 bolo najviac zastúpených stomatológov z Nemecka až 39% (33 formulárov). Nasledujúce krajiny, z ktorých respondenti pochádzajú boli Rumunsko (24%), Česko (24%) a Poľsko (6%).

3. Inšpekčné kontroly

Prostredníctvom pracovníkov OTS Chirana-Dental, s.r.o. vykonáva inšpekčné kontroly v stanovených teritóriách podľa rozhodnutí R/OÚ.

Inšpekčné kontroly sú zamerané na získanie informácií na:

- úroveň poskytovaných služieb zákazníkom
- spokojnosť zákazníka s výrobkom
- preverenie dodržiavania správnosti používania a údržby výrobku.

4. Pracovné stretnutia

Účelom spoločných pracovných stretnutí so zmluvnými obchodnými partnermi je získanie informácií o výrobkoch, dieloch a poskytovaných službách, o konkurencii pôsobiacej na danom teritórii, vzájomné odovzdanie si názorov a požiadaviek na ďalšiu spoluprácu.

Na základe týchto stretnutí je vytvorený dokument - zápis s nápravnými opatreniami a preventívnymi opatreniami, ak z toho vyplývajú.

5. Výmena vadných kusov pri reklamáciách

Na základe Zmluvy o obchodnej spolupráci Chirana - Dental, s.r.o. rieši reklamácie formou výmeny vadných kusov. Materiálové náklady preberá na seba Chirana - Dental, s.r.o.. Výmena je podmienená dodaním vadných kusov výrobcovi do stanoveného termínu v závislosti od teritória. Uvedené riešenie tvorí podklad pre nápravné opatrenie resp. preventívne opatrenia, a tým zvýšenie spoľahlivosti produktu.

7.1.2 Meracie a skúšobné zariadenia

Z pohľadu zabezpečenia kvality výrobku a jeho správnej prevádzky pri používaní je potrebné, aby meracie a skúšobné zariadenia používané k inštaláciám, nastavovaniu a servisným zásahom boli pravidelne preskúšavané, overované a kalibrované.

Každé meracie a skúšobné zariadenie musí byť označené, kedy bola kalibrácia alebo overenie vykonané a jej platnosť.

Protokol alebo záznam o vykonaní skúšok a kalibrácie musí obsahovať každé meracie a skúšobné zariadenie.

Zamestnanci, ktorí vykonávajú inšpekčné kontroly v daných teritóriách sú oprávnení kontrolovať zariadenia, ktoré sú používané pri inštaláciách výrobkov Chirana-Dental, s.r.o. a servisných úkonoch. Zamestnanec je oprávnený pri kontrole vyžiadať si protokol o vykonaných skúškach na uvedené zariadenia.

Pri zistení nedostatkov zamestnanec dohodne termín vyriešenia, resp. je oprávnený pozastaviť výkon činnosti servisného technika.

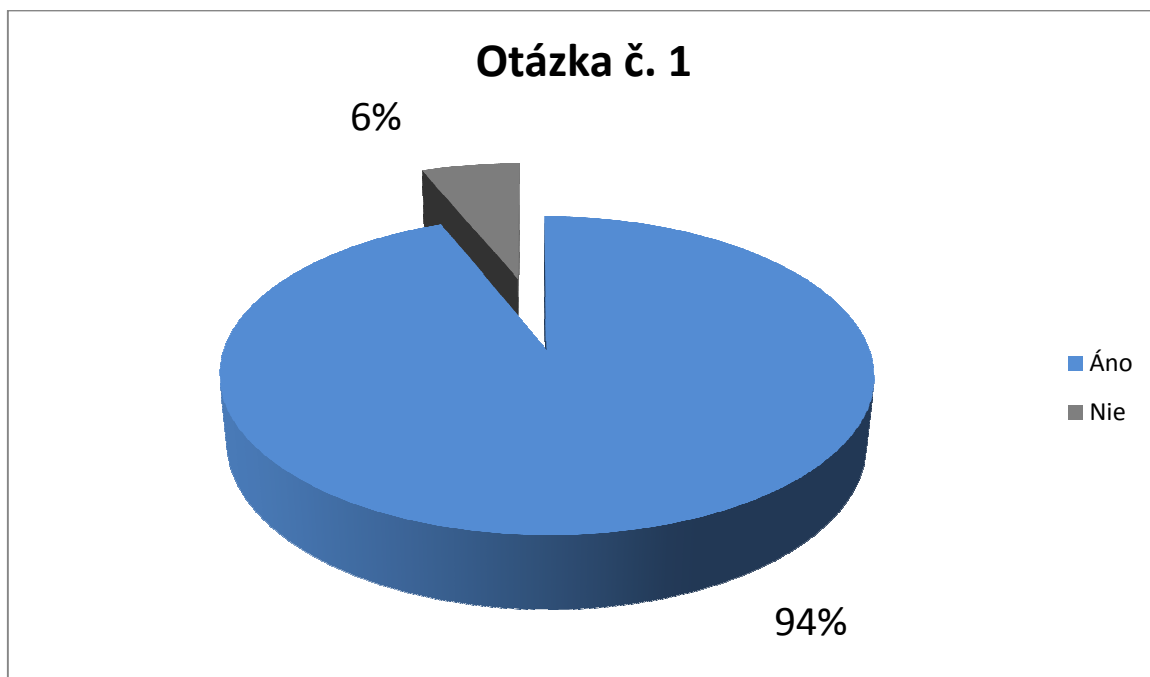
Na základe Zmluvy o obchodnej spolupráci je zmluvný partner povinný odoslať vyhodnotenie splnenia požiadavky normy na meracie a skúšobné zariadenia 1 x za rok.

Pravdivosť uvedeného vyhodnotenia je preverovaná pri inšpekčných kontrolách, ktoré vykonávajú zamestnanci. (interný zdroj Chirana-Dental, s.r.o)

8 VYHODNOTENIE REGISTRAČNÝCH FORMULÁROV ZA ROK 2011

1. Poznali ste spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o. pred zakúpením výrobku?

- Áno – 61
- Nie – 4

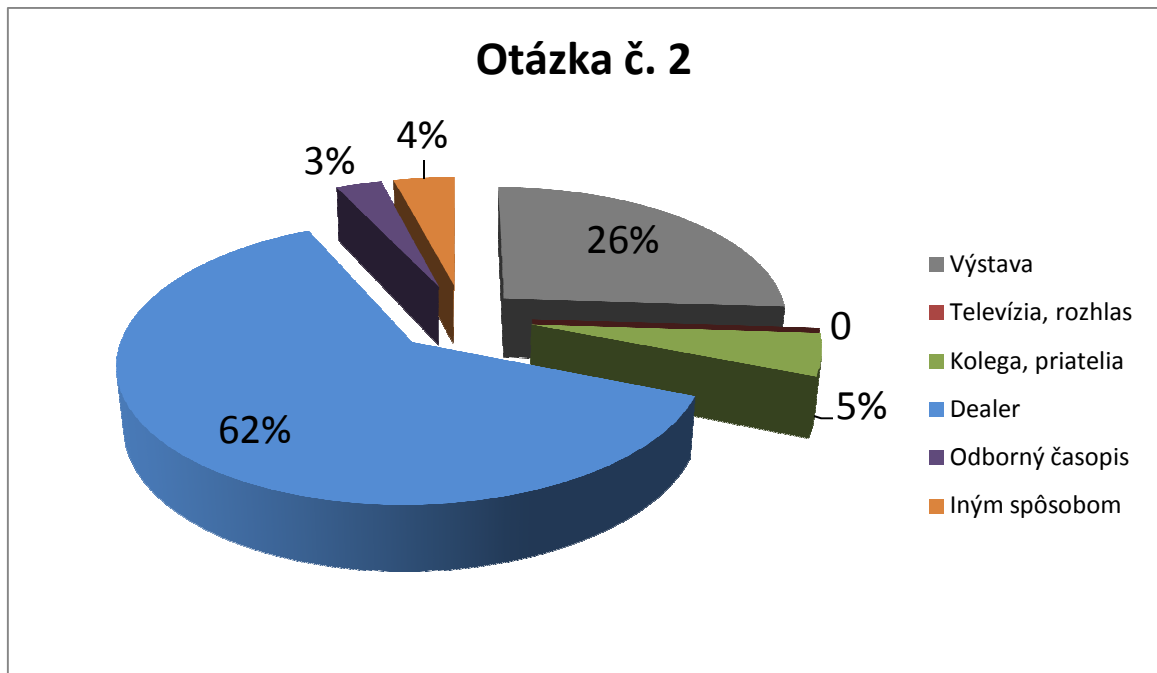


Obr. 16: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 1

Spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o. poznalo pred zakúpením výrobku 94% respondentov. Táto skutočnosť môže svedčiť o tom, že spoločnosť má v okruhu svojich zákazníkov dobré meno a teda stomatológovia kupujú výrobky DIPLOMAT na základe dobrých skúseností v spojení s výrobcom Chirana-Dental, s.r.o.

2. Kde ste sa dozvedeli o našom výrobku?

- Výstava – 19
- Televízia, rozhlas – 0
- Kolega, priatelia – 4
- Dealer – 46
- Odborný časopis – 2
- Iným spôsobom – 3

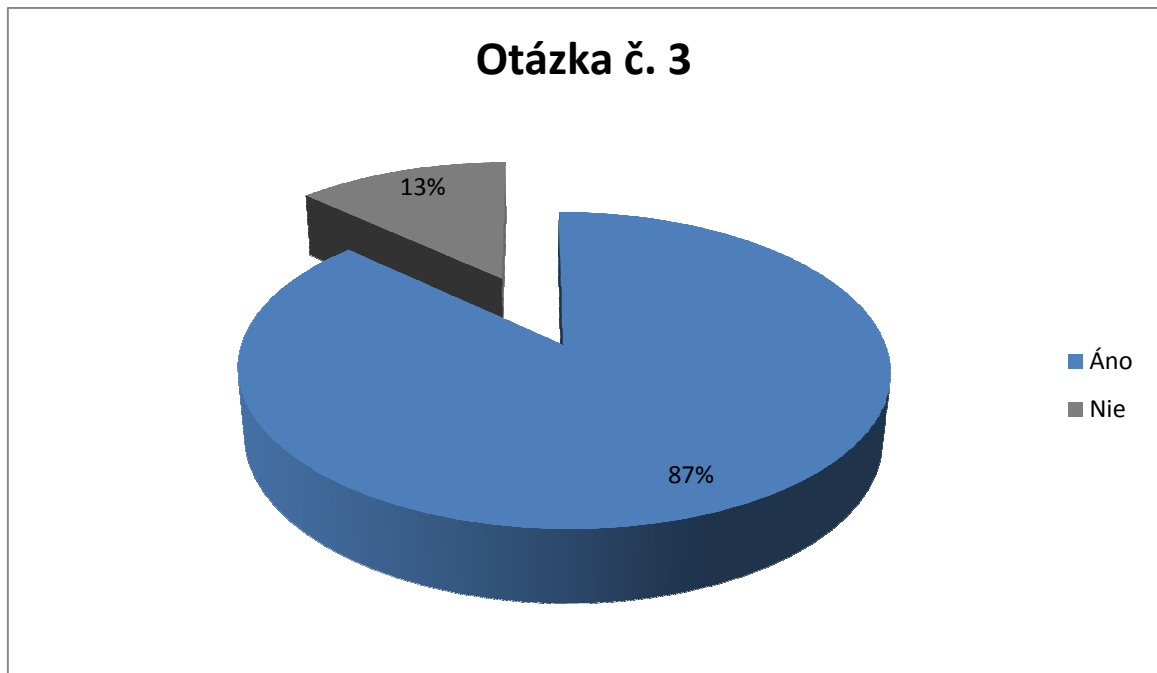


Obr. 17: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 2

Z odpovedí na túto otázku vyplýva, že väčšina zákazníkov sa o výrobkoch spoločnosti dozvedela od dealera. Táto skutočnosť je spôsobená najmä spôsobom distribúcie firmy, keďže spoločnosť predáva svoje výrobky prostredníctvom predajcov. Spoločnosť by sa v budúcnosti mohla zamerať na väčšiu propagáciu v odborných časopisoch.

3. Navrhovali by ste niečo zmeniť na našom výrobku?

- Áno – 52
- Nie – 8

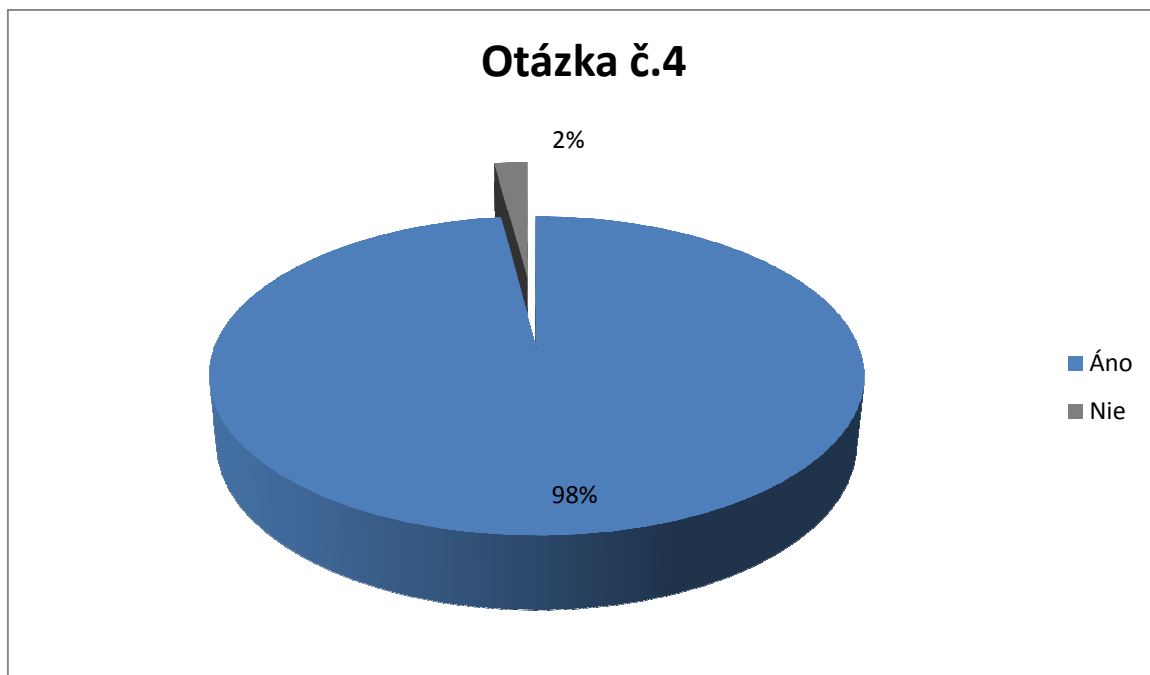


Obr. 18: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 3

87% respondentov nemalo doplňujúce pripomienky k výrobkom. 8 stomatológov navrhlo tieto doplňujúce návrhy: rameno s prístrojmi by sa malo zastaviť v akejkoľvek polohe aj pri nerovnosti dlážky; podsvietiť dotykové tlačidlá, aby na prvý pohľad bolo jasné, čo je zapnuté; väčšia variabilita polôh opierky hlavy; bonusy dobrým zákazníkom; odkladacia plocha na stolíku lekára DL210 je príliš malá; odolnejšia (kvalitnejšia) koženka voči poškodeniu; zvýšiť kvalitu výroby a montáže.

4. Ste spokojný s inštaláciou (ak je potrebná) výrobku?

- Áno – 63
- Nie – 1



Obr. 19: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 4

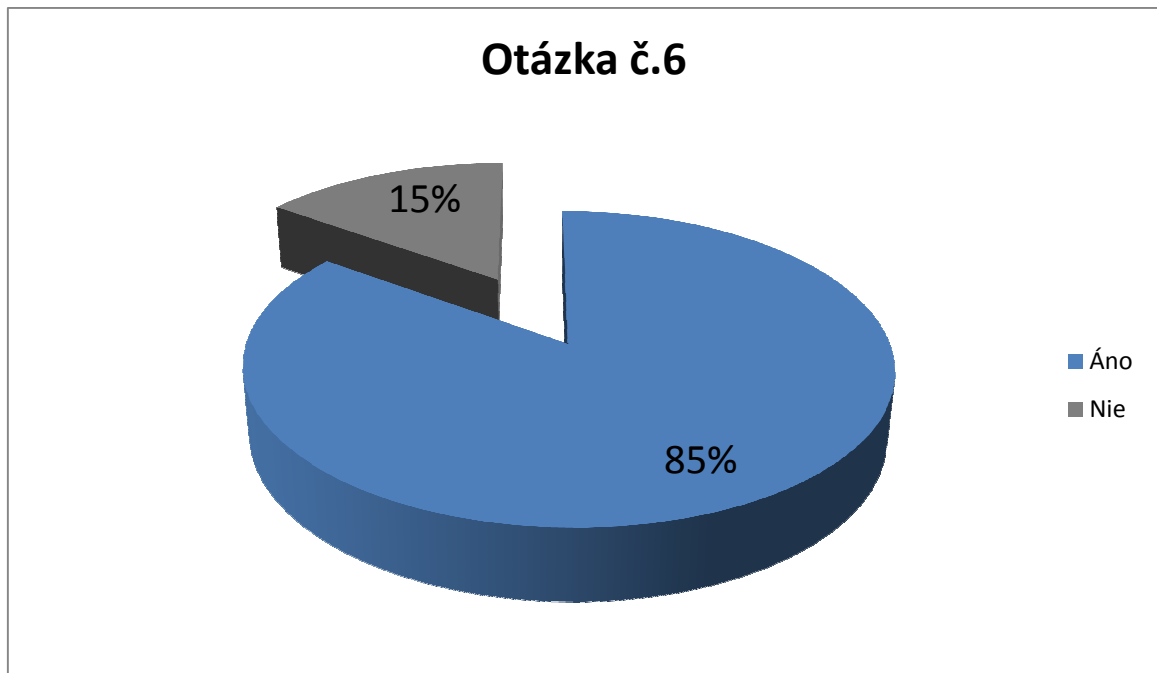
Zo 63 stomatológov, ktorí odpovedali na túto otázku bol iba jeden nespokojný s montážou, dá sa teda predpokladať, že je na dobrej úrovni.

5. Ako dlho používate výrobok?

Stomatológovia, ktorí vyplňali registračné formuláre poväčšine nemali predchádzajúcu skúsenosť s výrobkami spoločnosti. Túto skupinu tvorilo 46% respondentov. 9 stomatológov využívalo výrobok viac ako 25 rokov, dvaja 12 rokov a 6 stomatológov malo skúsenosť s výrobkom počas 5 rokov.

6. Reklamovali ste už výrobok?

- Áno – 51
- Nie – 9

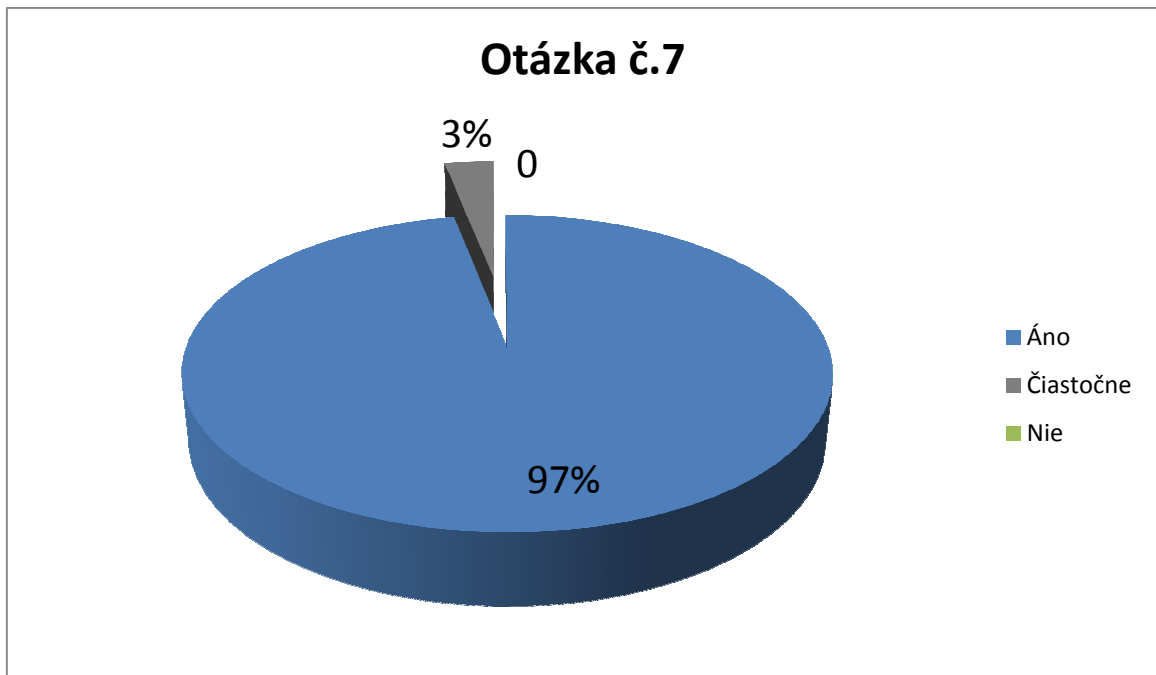


Obr. 20: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 6

9 stomatológov uviedlo menšie nedostatky, ktoré spôsobili ich nespokojnosť: menšia trhli-
na čalúnenia na operadle, nedala sa regulovať rýchlosť motora, čalúnenie na oboch stra-
nách opierky hlavy a sedáku, poškodený Xenos, zmena MX1 (4. pozícia), výmena plošné-
ho spoja na DM20.

7. Ste spokojný s poskytovanými servisno-obchodnými službami?

- Áno – 62
- Čiastočne – 3
- Nie – 0

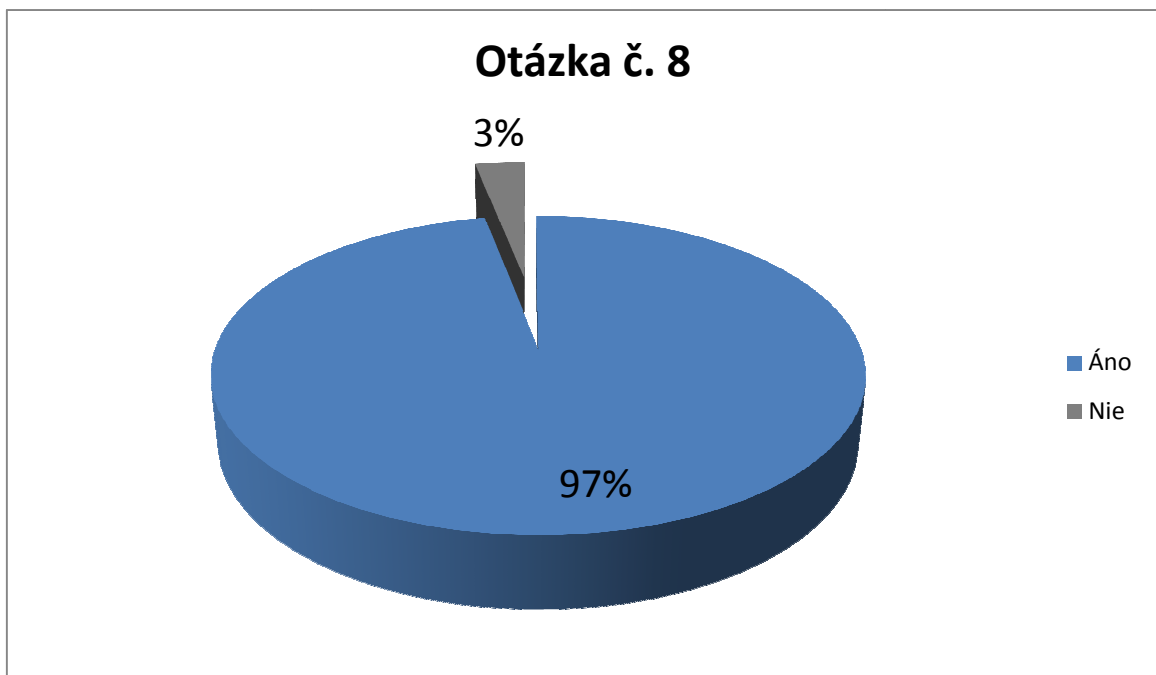


Obr. 21: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 7

Nikto z respondentov nevyjadril nespokojnosť so službami. 3 stomatológovia boli spokojní iba čiastočne, avšak nepoznáme dôvod, ktorý zapríčinil, že neboli absolútne spokojní.

8. Boli ste oboznámený s obsluhou výrobku pri zakúpení?

- Áno – 63
- Nie – 2

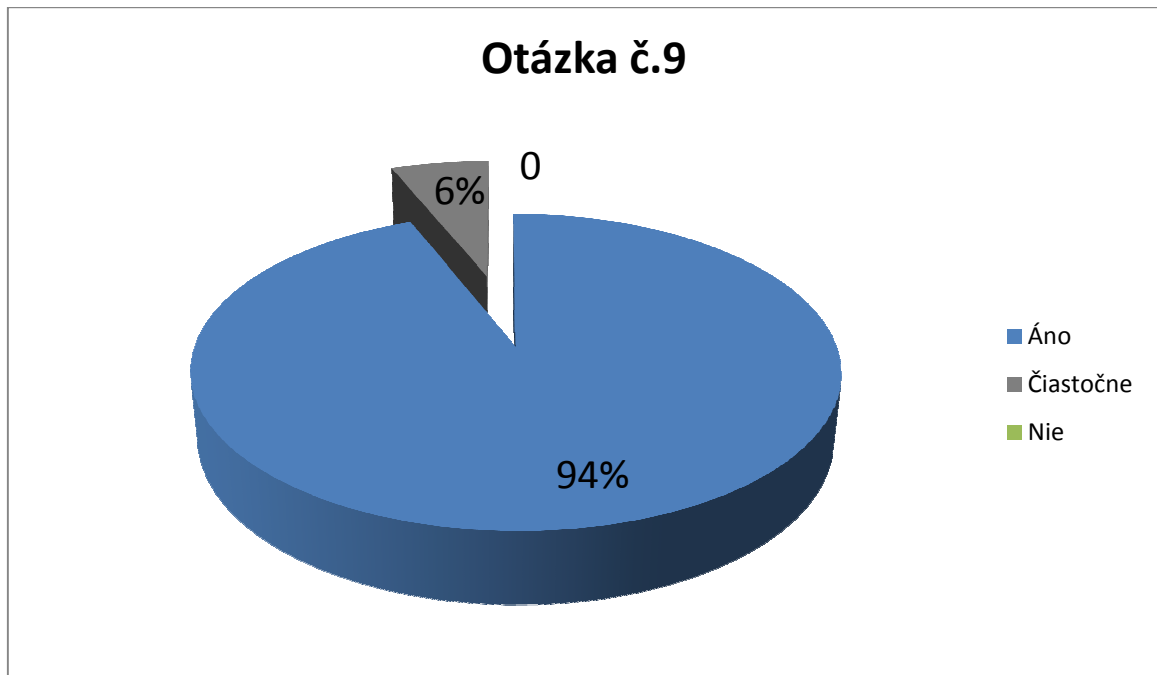


Obr. 22: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 8

97% respondentov, čo predstavuje 63 stomatológov bolo oboznámených s obsluhou výrobku.

9. Ste spokojný s naším výrobkom?

- Áno – 61
- Čiastočne – 4
- Nie – 0

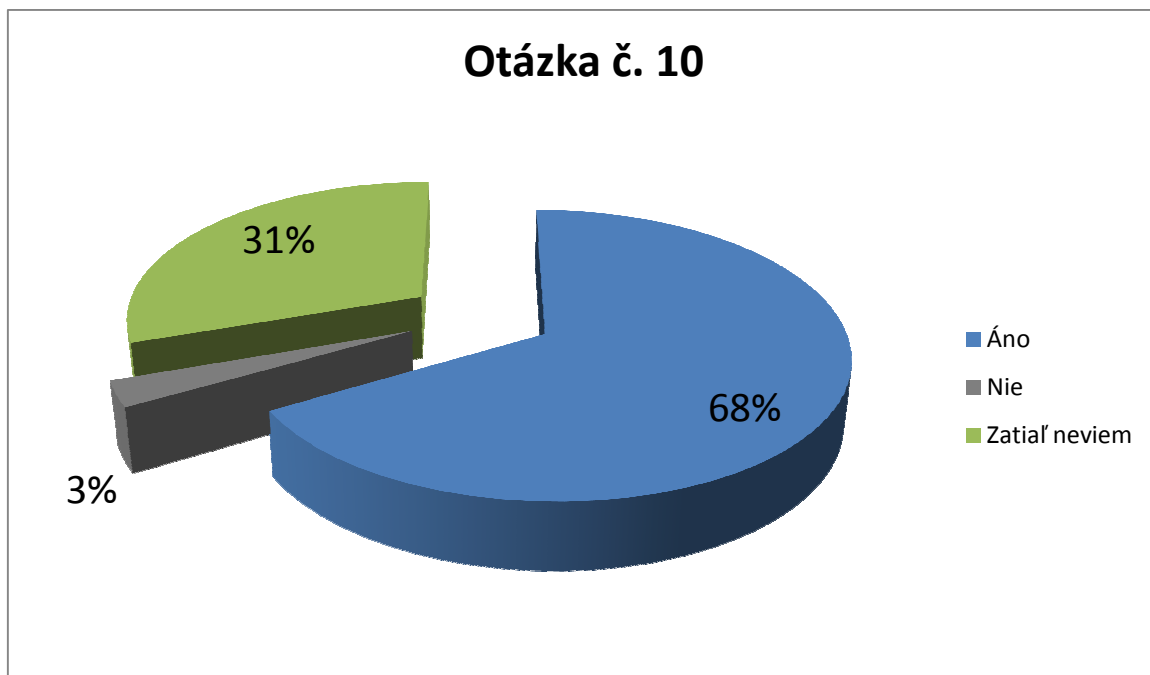


Obr. 23: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 9

94% stomatológov vyjadrilo spokojnosť s výrobkami Chirana-Dental a 6% bolo čiastočne spokojných. Z celkového počtu respondentov 65 nevyjadril žiadny svoju nespokojnosť s výrobkami DIPLOMAT.

10. Zakúpili by ste si znova náš výrobok?

- Áno – 41
- Nie – 2
- Zatiaľ neviem – 19



Obr. 24: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 10

66% z respondentov by si znova zakúpili výrobok Chirana-Dental, s.r.o. Približne 31% z opýtaných sa nevedeli vyjadriť k otázke, nakoľko išlo o prvú skúsenosť s výrobkami DIPLOMAT (prevažne stomatológovia z Nemecka).

11. Čo by ste odkázali výrobcovi Chirana-Dental, s.r.o.?

- rameno s prístrojmi by sa malo zastaviť v akejkoľvek polohe aj pri nerovnosti dlážky
- tlačidlá na napúšťanie vody a výplach pľuvátka by mohli byť zdvojené - pre sestru
- zabezpečiť ochrannú fóliu na celý sedák (nie len pod nohy)
- už niekoľko rokov používam DM10, DL250 a som spokojný.
- uznanie za kvalitnú konštrukciu ZS v takej cenovej hladine
- PL - veľmi dobrá obsluha dealera Meditrans a perfektný servis p. GANS
- RF - zvýšiť kvalitu výroby

9 NÁVRH DOTAZNÍKU HODNOTENIA SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKOV

9.1 Súčasný stav

Spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o v súčasnosti pre získavanie informácií o spokojnosti zákazníkov využíva systém spätnej väzby a to predovšetkým registračný formulár, ktorého súčasťou je 11 otázok.

1. Poznali ste spoločnosť Chirana-Dental, s.r.o. pred zakúpením výrobku?

- Áno
- Nie

2. Kde ste sa dozvedeli o našom výrobku?

- Výstava
- Televízia, rozhlas
- Kolega, priatelia
- Dealer
- Odborný časopis
- Iným spôsobom

3. Navrhovali by ste niečo zmeniť na našom výrobku?

- Áno – čo
- Nie

4. Ste spokojný s inštaláciou (ak je potrebná) výrobku?

- Áno
- Nie – prečo
- Čiastočne

5. Ako dlho používate výrobok?

6. Reklamovali ste už výrobok?

- Áno – popis závady
- Nie

7. Ste spokojný s poskytovanými servisno-obchodnými službami?

- Áno
- Nie – prečo
- Čiastočne

8. Boli ste oboznámený s obsluhou výrobku pri zakúpení?

- Áno
- Nie

9. Ste spokojný s naším výrobkom?

- Áno
- Nie – prečo
- Čiastočne

10. Zakúpili by ste si znova náš výrobok?

- Áno
- Nie – prečo
- Zatiaľ neviem

11. Čo by ste odkázali výrobcovi Chirana-Dental, s.r.o.?

Vo väčšine týchto otázok si zákazník mohol vybrať medzi možnosťami Áno/Nie, teda bol použitý formát checklist. Tento typ dotazníkov je najjednoduchší ako pre respondenta tak aj pre jeho vyhodnocovanie. Poskytuje však iba hrubý odhad miery spokojnosti zákazníka.

9.2 Návrh formátu dotazníka

Spoločnosti by som navrhla využívať skôr Likertov formát dotazníkov. Pri tomto type dotazníkov si respondenti môžu vybrať z 5 stupňovej hodnotiacej škály, čo umožňuje presnejšie vyjadrenie miery ich spokojnosti.

- Veľmi spokojný – 5
- Spokojný – 4
- Neutrálny – 3
- Nespokojný – 2
- Veľmi nespokojný – 1

9.3 Návrh otázok v dotazníku

Doterajšia formulácia otázok je stavaná na formát dotazníka checklist, a preto nie je možné ich využívať na Likertov formát. Stanovila som preto nasledujúci návrh otázok, aké otázky by mohol nový dotazník obsahovať.

1. Kde ste sa dozvedeli o našom výrobku?

- Výstava
- Televízia, rozhlas
- Kolega, priatelia
- Dealer
- Odborný časopis
- Iným spôsobom

➤ Cieľom tejto otázky je zistiť, prostredníctvom ktorých médií sa zákazníci dozvedajú o spoločnosti. Ktoré spôsoby propagácie sa medzi zákazníkmi osvedčili a naopak ktoré treba ďalej budovať prípadne inovovať.

2. Ako ste boli spokojný s rýchlou vybavenia objednávky?

➤ Na základe tejto otázky si spoločnosť môže spraviť predstavu o tom, ako sú zákazníci spokojní s dobou čakania na svoju objednávku. Či považujú túto dobu za primeranú alebo naopak sa im zdá príliš dlhá.

3. Ako ste spokojný s výrobkom?

➤ Táto otázka pomáha zhodnotiť, ako je zákazník spokojný celkovo s výrobkom spoločnosti a s jeho vlastnosťami.

4. Ako ste spokojný s vybavovaním reklamácií?

➤ Dôležitou súčasťou spokojnosti zákazníka je aj to, do akej miery je spokojný s rýchlou a spôsobom vybavenia jeho reklamácie, ak bola nutná. Táto oblasť je veľmi podstatná, pretože toto kritérium je rozhodujúce pre udržanie zákazníka a je dôležité, aby ďalej predával svoju dobrú skúsenosť.

5. Ako ste spokojný s rozsahom sortimentu?

➤ Na základe tejto otázky môže firma zistiť či je poskytované portfólio dostatočné, ponúka zákazníkovi dostatok možností pre výber produktu vhodného pre nich.

6. Ako ste spokojný s poskytovanými servisnými službami?

➤ Spokojnosť zákazníkov so servisnými službami je ďalším dôležitým bodom, ktorý ovplyvňuje vernosť zákazníkov.

7. Ako ste spokojný s pomerom poskytnutej kvality produktu, služieb a ceny?

➤ Pri tejto otázke môžu zákazníci zhodnotiť ako boli spokojní so službou, ktorú im poskytol produkt spoločnosti, ale aj so službami poskytnutými spoločnosťou v záväznosti po kúpe produktu, v závislosti na cene.

8. Ako ste spokojný s odbornými znalosťami sprostredkovateľov?

- Keďže spoločnosť svoje produkty predáva prostredníctvom predajcov, je pre ňu podstatná aj skutočnosť, ako zákazníci vnímajú ich odbornosť a schopnosť poradiť pri výbere produktu vhodného práve pre nich.

9. Odporučili by ste spoločnosť známym?**10. Vaše pripomienky a návrhy s zlepšením.****9.4 Návrh formy navrátenia formulára**

V súčasnosti je registračný formulár zasielaný zákazníkom ako súčasť dokumentácie pri zakúpení výrobku. Vyplnený registračný formulár je možné spoločnosti vrátiť poštovou zásielkou. V tejto skutočnosti vidím dôvod, pre ktorý sa spoločnosti za rok 2011 vrátilo iba 5% zaslaných dotazníkov. Mojm návrhom je poskytovať vyplnenie dotazníka elektronickou formou. Či už by spoločnosť zasielala dotazník prostredníctvom mailu, prípadne vytvorením formulára na stránkach spoločnosti, kde by mohli zákazníci hodnotiť spoločnosť napríklad na základe zadania špecifického kódu, ktorý by bol obsahom dokumentácie pri zakúpení výrobku. Taktiež by mohla byť touto cestou vedená štatistika predaných a používaných výrobkov predovšetkým stomatologických súprav. Prínosom by mohlo byť možnosť prípadných operatívnych nedostatkov výrobku, ktorými by mohli zákazníci prispieť k zlepšeniu kvality a využiteľnosti výrobkov.

9.5 Ekonomické zhodnotenie návrhu

Z ekonomického pohľadu by návrhy zlepšenia nemali priniesť výrazné zvýšenie nákladov. Dodatočné náklady by mohli vzniknúť v súvislosti s úpravou stránky pre potreby možnosti vyplňania formulára on-line. Naopak ale by mal tento spôsob priniesť úsporu nákladov na tlač formulárov. Zároveň by sa pri použití on-line formulára znížili náklady spojené s ich spracovaním a taktiež by sa eliminovala chybovosť. Dlhodobo by teda tento spôsob mal priniesť úsporu nákladov. Presnejšia analýza spokojnosti zákazníkov by mala spoločnosti priniesť zlepšenie prosperity, keďže spokojný zákazník je základom pre perspektívny rozvoj spoločnosti.

ZÁVĚR

Témou bakalárskej práce bolo „Hodnocení spokojenosti zákazníků ve firmě Chirana-Dental, s.r.o.“ V tejto práci je stručne zhrnutá problematika riadenia kvality, ktorá má najväčší vplyv na spokojnosť zákazníkov. V teoretickej časti sú popísané atribúty dosahovania spokojnosti zákazníkov. Následne spôsoby akým je možné hodnotiť spokojnosť zákazníkov.

Základným pilierom riadenia kvality v spoločnosti Chirana-Dental, s.r.o. je certifikácia normami ISO a od týchto noriem sa odvíja celý systém riadenia kvality. K hodnoteniu spokojnosti zákazníkov spoločnosť využíva systém spätnej väzby. Úlohou tohto systému je konkrétne hodnotenie zo strany zákazníkov, ktoré je zabezpečované prostredníctvom registračného formuláru. Taktiež je ale súčasťou aj nepriame sledovanie spokojnosti zákazníkov a to prostredníctvom ďalších formulárov, ktoré slúžia na sledovanie reklamácií a porúch na produktoch.

Súčasťou praktickej časti práce je vyhodnotenie registračných formulárov, ktoré boli spoločnosti doručené za rok 2011. Z tohto hodnotenia vyplynulo, že väčšina zákazníkov spoločnosti, ktorú tvoria stomatológovia má so spoločnosťou dlhodobu dobrú skúsenosť. Spoločnosť má medzi stomatológmi dobré meno, z čoho vyplýva jej dobrá konkurencieschopnosť, ktorá vyplýva z jej dlhoročnej tradície a skúsenosti v odbore a taktiež na základe spojenia so značkou Diplomat, ktorá je zárukou mimoriadne vysokej kvality, moderného dizajnu, inovatívnych technológií a sofistikovanej ergonómie.

Práca ďalej obsahuje návrh novej podoby registračného formulára, ktorý by mal zlepšiť možnosti získavania informácií o spokojnosti stomatológov s produktmi spoločnosti.

Návratnosť registračných formulárov za rok 2011 tvorila 5%. Tento fakt bol pravdepodobne spôsobený skutočnosťou, že zákazníci majú možnosť doručiť vyplnené formuláre prostredníctvom poštovej zásielky. Možnosť vyplňať formuláre prostredníctvom internetovej stránky spoločnosti, prípadne zaslať elektronickou poštou by mohla výrazne napomôcť zvýšeniu množstva doručených formulárov

Na záver by som chcela poďakovať spoločnosti za poskytnuté informácie a dúfam, že bude moja práca pre spoločnosť prínosná a prispeje k zdokonaleniu systému hodnotenia spokojnosti zákazníkov.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BRÍŠ, Petr, 2010. *Management kvality. 2., uprav. vyd.* Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-912-9
- BUREŠ, Ivan a ŘEHULKA, Pavel, 2006. *10 zlatých pravidel péče o zákazníka, aneb, CRM v digitálním věku. 2. vyd.* Praha: Management Press. ISBN 80-7261-149-6
- FIALA, Alois, 2000. *Management jakosti s podporou norem ISO 9000:2000.* Praha: Dashöfer. ISBN:80-86229-19-X
- FOSTER, Timothy R. 2002. *Jak získat a udržet zákazníka.* Praha: Computer Press. ISBN 8072266632
- CHMELÁROVÁ, Petra. *Firma a její propagace na internetu - s akcentem na zvýšení konkurenceschopnosti.* Zlín, 2010. Diplomová Práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí diplomové práce Petr Podlešák.
- JANEČEK, Zdeněk, 2001. *Zajišťování jakosti.* Plzeň: Západočeská univerzita. ISBN 8070828072
- KLAPALOVÁ, Alena, 2004. *Kvalita zboží.* Brno: Masarykova univerzita. ISBN 8021034580
- NENADÁL, Jaroslav, 2004. *Měření v systémech managementu jakosti. 2., dopl. vyd.* Praha: Management Press. ISBN 80-7261-110-0
- NENADÁL, Jaroslav, 2008. *Moderní management jakosti: principy, postupy, metody.* Praha : Management Press. ISBN 978-80-7261-186-7
- PEŠEK, Jaromír, 2003. *Tvorba systému jakosti ve zdravotnictví a lékárenství s využitím norem ISO.* Praha: Grada. ISBN 80-247-0551-6
- PLURA, Jiří, 2001. *Plánování a neustálé zlepšování jakosti.* Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-543-1
- TUČEK, David a BOBÁK, Roman, 2006. *Výrobní systémy.* Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 80-7318-381-1
- VEBER, Jaromír, 2002. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele.* Praha: Grada. ISBN 80-247-0194-4

ZAJÍC, Jiří a Veselý, Jiří, 2005. *Komentář k vydání ČSN EN ISO 9001:2001 : systémy managementu kvality : jak zavést systém managementu kvality : příručka pro zavádění ČSN EN ISO 9001:2001 v malých a středních organizacích*. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti. ISBN 80-728-3178-X

Internetové zdroje:

API, © 2005 – 2012. Analýza a měření práce. *E-api.cz* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: <http://e-api.cz/page/68397.analyza-a-mereni-prace/>

CHIRANA. 2012. O společnosti. *Chirana.sk* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: <http://www.chirana.sk/o-spolocnosti/spolocnost/>

CHIRANA MEDICAL. 2012. Profil. *Chirana.eu* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z : http://www.chirana.eu/data/svk/profil_svk.htm

CHROMJAKOVÁ, Felicita. ©2012. PDCA cyklus. In: *Fraunhofer IPA Slovakia* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: http://www.ipaslovakia.sk/slovník_view.aspx?id_s=43

KAVO. Company. 2012. *Kavo.com* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z : <http://www.kavo.com/Default.aspx?navid=7&oid=002&lid=en>

SIRONA. About Sirona, 2012. *Sirona.com* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z : <http://www.sirona.com/en/company/about-sirona/>

STRNÁTKOVÁ, Anna. ©2012. TQM - Totálne riadenie kvality. In: *Fraunhofer IPA Slovakia* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: http://www.ipaslovakia.sk/slovník_view.aspx?id_s=60

Ďalšie zdroje:

Interné zdroje spoločnosti Chirana-Dental, s.r.o

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

obr.	obrázok
č.	číslo
tj.	to je
atd.	a tak ďalej
tzv.	tak zvaný
apod.	a podobne
TQM	Total Quality Management
EFQM	European Foundation for Quality Management
ISO	International Organization for standardization
QFD	Quality Function Deployment
SMK	Systém managemnetu kvality
R/OÚ	Riaditeľ obchodného úseku
OTS	Obchodno-technické služby

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1: EFQM Model Excellence (Briš, 2010, s. 47)</i>	16
<i>Obr. 2: Vzor hlavičky dokumentu (Veber, 2002, s. 69)</i>	19
<i>Obr. 3: Štruktúra dokumentácie QMS s príkladmi (Veber, 2002, s. 69)</i>	19
<i>Obr. 4: Dom kvality (Briš, 2010, s. 7)</i>	21
<i>Obr. 5: PDCA cyklus (API, © 2005 – 2012)</i>	23
<i>Obr. 6: Juranova špirála kvality (Janeček, 2001, s. 61)</i>	24
<i>Obr. 7: Porovnanie ISO a „Quality Journal” (Briš, 2010, s. 43)</i>	25
<i>Obr. 8: Porovnanie japonského a „západný” prístupu k procesu zlepšovania (Nenadál, 2008, s. 240)</i>	26
<i>Obr. 9: Kanov model spokojnosti zákazníka (Nenadál, 2004, s. 69).....</i>	31
<i>Obr. 10: Stomatologické súpravy (Chirana, 2012)</i>	36
<i>Obr. 11: Stomatologické kreslá (Chirana, 2012)</i>	36
<i>Obr. 12: Stomatologické stoličky (Chirana, 2012).....</i>	36
<i>Obr. 13: Stomatologické svietidlá (Chirana, 2012)</i>	37
<i>Obr. 14: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → podľa typu</i>	43
<i>Obr. 15: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → podľa štátu</i>	44
<i>Obr. 16: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 1</i>	46
<i>Obr. 17: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 2</i>	47
<i>Obr. 18: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 3</i>	48
<i>Obr. 19: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 4</i>	49
<i>Obr. 20: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 6</i>	50
<i>Obr. 21: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 7</i>	51
<i>Obr. 22: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 8</i>	51
<i>Obr. 23: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 9</i>	52
<i>Obr. 24: Vyhodnotenie registračných formulárov 2011 → otázka č. 10</i>	53

SEZNAM PŘÍLOH

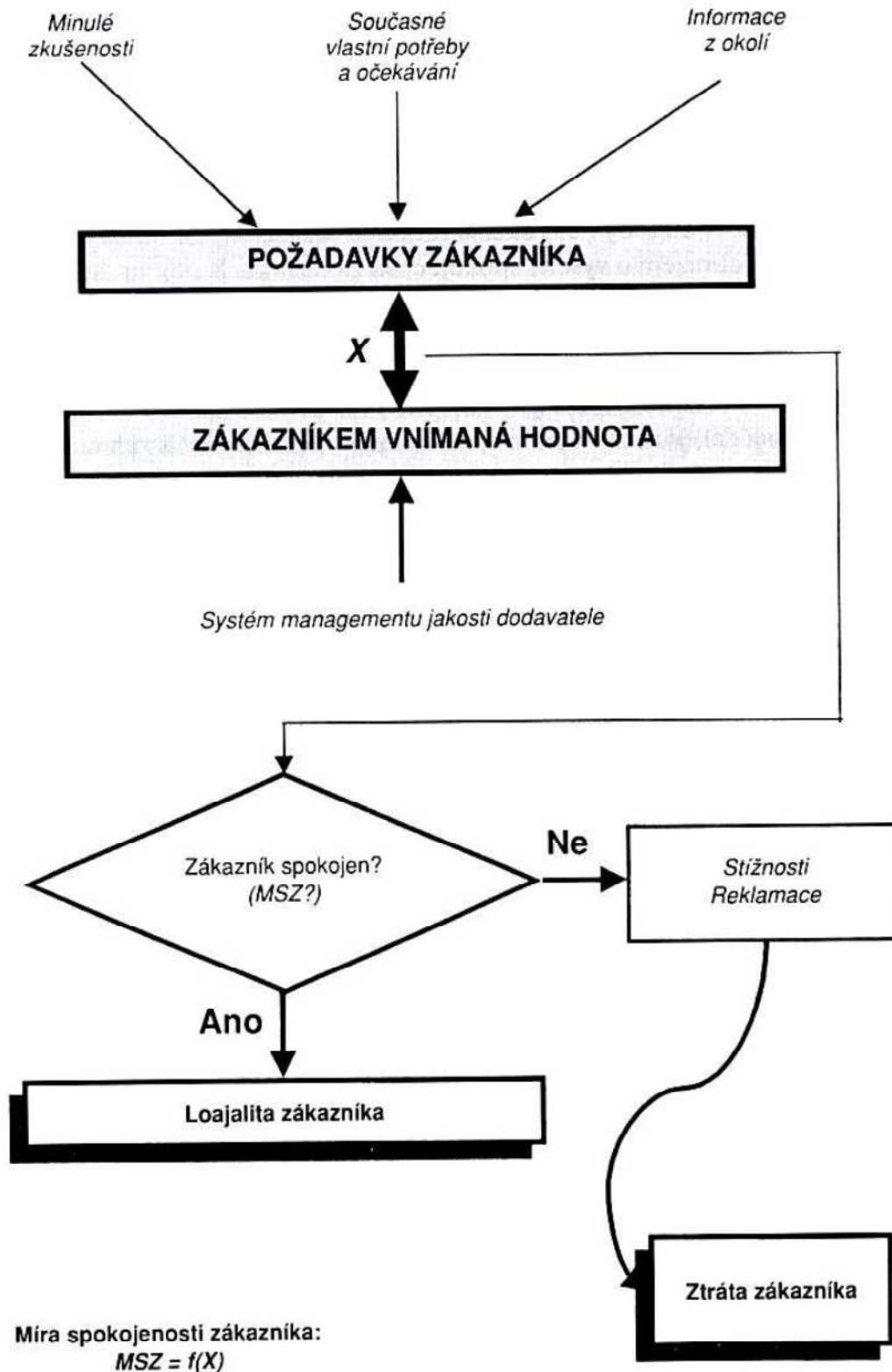
P I: MODEL SPOKOJNOSTI ZÁKANÍKA

P II: ZÁRUČNÝ FORMULÁR PRE KONEČNÉHO UŽÍVATEĽA

P III: ZÁRUČNÝ FORMULÁR PRE SERVISNÚ ORGANIZÁCIU, KTORÁ
ODOVZDÁVA VÝROBOK KONEČNÉMU UŽÍVATEĽOVI K POUŽÍVANIU

P IV: REGISTRAČNÝ FORMULÁR

**PŘÍLOHA P I: MODEL SPOKOJNOSTI ZÁKAZNÍKA (NENADÁL,
2004, S. 64)**



PRÍLOHA P II: ZÁRUČNÝ FORMULÁR PRE KONEČNÉHO UŽÍVATEĽA (INTERNÝ ZDROJ CHIRANA-DENTAL, S.R.O)

VRÁTIŤ VÝROBCOVI !

Adresa: **Chirana - Dental, s.r.o.**
Obchodný úsek
Vrbovská cesta 17
921 01 Piešťany
Slovenská republika

KONEČNÝ UŽÍVATEĽ (LEKÁR)

ISO 13 485:2003
EN ISO 9001:2000

ZÁRUČNÝ FORMULÁR

Vypĺňa užívatel zdravotnickeho prostriedku (lekár).

Nutnosť vyplnenia tohoto formuláru je na základe splnenia požiadavky normy ISO 13 485:2003.

Po obdržaní vyplneného formuláru výrobca Chirana-Dental, s.r.o. poskytnuté informácie zaeviduje do databázy pre interné spracovanie. Databáza slúži na:

- vybavovanie prípadných reklamácií a sťažností
- poskytovanie technických informácií
- zaslanie informácií o zistení prípadných nepredvídateľných väd

Pri nezaslaní vyplneného tlačiva výrobcovi nemusí byť uznaná prípadná reklamácia!

Zdravotnícky prostriedok

Diplomat Lux

Diplomat Consul

Diplomat Economy

Diplomat Adept

Iný.....
(vypísať)

Diplomat DM10 /DM10 E

Diplomat DM 20

Diplomat DE 20

Diplomat D10L

Iný.....
(vypísať)

Údaje pre interné spracovanie:

Výrobné číslo:

Dátum inštalácie:

Meno užívateľa:

Inštaláciu vykonal:

(názov firmy)

Adresa užívateľa:.....

Adresa:

.....

(mesto, krajina)

Meno, priezvisko:

Podpis:

Podpis:

Chirana - Dental, s.r.o. prehlasuje, že uvedené informácie nebudú zneužitá a budú slúžiť len pre interné spracovanie.

Prajeme Vám veľa spokojnosti s našim produktom.



PRÍLOHA P III: ZÁRUČNÝ FORMULÁR PRE SERVISNÚ ORGANIZÁCIU, KTORÁ ODOVZDÁVA VÝROBKOV KONEČNÉMU UŽÍVATEĽOVI K POUŽÍVANIU (INTERNÝ ZDROJ CHIRANA-DENTAL, S.R.O)

VRÁTITI VÝROBCOVI

Adresa: **Chirana - Dental, s.r.o.**
Obchodný úsek
Vrbovská cesta 17
921 01 Piešťany
Slovenská republika

SERVISNÁ ORGANIZÁCIA

ISO 13 485:2003
EN ISO 9001:2008

ZÁRUČNÝ FORMULÁR

Vypĺňa organizácia, ktorá previedla inštaláciu zdravotníckeho prostriedku, prípadne predala zdravotnícky prostriedok konečnému užívateľovi.

Nutnosť vyplnenia tohoto formuláru je na základe splnenia požiadavky normy ISO 13 485:2003.

Po obdržaní vyplneného formulára výrobca Chirana -Dental, s.r.o. poskytnuté informácie zaeviduje do databázy pre interné spracovanie. Databáza slúži na:

- vybavovanie prípadných reklamácií a sťažností
- poskytovanie technických informácií
- zaslanie informácií o zistení prípadných nepredvídateľných väd

Pri nezaslaní vyplneného tlačiva výrobcovi nemusi byť uznaná prípadná reklamácia!

Zdravotnícky prostriedok

Diplomat Lux

Diplomat Consul

Diplomat Economy

Diplomat Adept

Iný.....
(vypísať)

Diplomat DM10 /DM10 E

Diplomat DM 20

Diplomat DE 20

Diplomat D10L

Iný.....
(vypísať)

Postup pri inštalácii výrobku

1. Kontrola kompletnosti podľa baliaceho a kompletačného listu
2. Ukotvenie výrobku
3. Pripojenie médií do energobloku
4. Pripojenie súčastí :
 - rameno stolika
 - rameno svietidla
 - pľuvadlového bloku
 - nožného ovládača
 - stomatologického kresla
5. Doplnenie príslušenstva (nástroje a pod.)
6. Ustavenie jednotlivých častí stomatologickej súpravy
7. Doregulovanie tlakov na nástroje
8. Kontrola funkcií stomatologickej súpravy a kresla
9. Odovzdanie výrobku a zaškolenie lekára a personálu na obsluhu a údržbu

Výrobok napojený na napätie 230V ± 10%
Priložená elektrická revízná správa pred inštaláciou zdrav. prostr.



Údaje pre interné spracovanie:

Výrobné číslo:	Dátum inštalácie:
Dealer : (meno, priezvisko)	Inštaláciu vykonal: (názov firmy)
Dealer adresa: (mesto, krajina)	Adresa:
Konečný užív.: (meno, priezvisko)	Meno, priezvisko:
Adresa: (mesto, krajina)	Podpis:
Podpis:	

Chirana - Dental, s.r.o. prehlasuje, že uvedené informácie nebudú zneužitá a budú slúžiť len pre interné spracovanie.
Prajeme Vám veľa spokojnosti s našim produktom.

Zvláštne požiadavky pre všetky zdravotnícke prostriedky:

Platia požiadavky kapitoly 8 normy ISO 13 485:2003 - Meranie, analýza a zlepšovanie.

Organizácia je povinná vytvoriť a udržiavať dokumentovaný systém spätnej väzby poskytujúcej včasné upozornenie na problémy s kvalitou a pre vstup do systému pre opatrenia k náprave.

Všetky informácie zo spätnej väzby, vrátane oznámených sťažností zákazníka a vráteného výrobku, musí určená osoba dokumentovať, preveriť, vysvetliť, zhromaždiť a utriediť a oznámiť podľa stanovených postupov.

Ak nenasleduje po akejkoľvek sťažnosti zákazníka opatrenie k náprave, musí sa dôvod zaznamenať.

Organizácia musí udržiavať záznamy o všetkých prešetrovaných sťažnostiach.

Organizácia musí vytvoriť, dokumentovať a dodržiavať postupy pre vydávanie informatívnych upozornení a sťahovaní zdravotníckych prostriedkov. Musí byť možné tieto postupy kedykoľvek zaviesť.

Poznámka:

Ak sa táto európska norma použije na preukázanie súladu s požiadavkami legislatívnych predpisov, ktorými sa požaduje dozor po zavedení na trh, musí byť tento dozor súčasťou systému spätnej väzby.

Ak sa táto európska norma použije na preukázanie súladu s požiadavkami predpisov, musí organizácia vytvoriť, dokumentovať a dodržiavať postupy pre oznámenie oprávnenému orgánu tých prípadov, ktoré spĺňajú uvedené kritériá.

Dátum:

Pečiatka:

Podpis:

PRÍLOHA P IV: REGISTRAČNÝ FORMULÁR (INTERNÝ ZDROJ CHIRANA-DENTAL, S.R.O)

VRÁTIŤ VÝROBCOVI !

Adresa: Chirana-Dental, s.r.o.
Obchodný úsek
Vrbovská 17
921 01 Piešťany
Slovenská republika

KONEČNÝ UŽÍVATEĽ (LEKÁR)

ISO 13485:2003
EN ISO 9001:2008

REGISTRAČNÝ FORMULÁR

Vyplňuje užívateľ výrobku (lekár).

Vážený zákazník, Chirana - Dental, s. r. o. Vám ďakuje za prejavenu dôveru a za zakúpenie nášho výrobku. Veríme, že Vaša investícia bola správna a výrobok Vám bude slúžiť k plnej spokojnosti.

Chirana - Dental, s.r.o. vo svojich výrobkoch aplikovala pripomienky zákazníkov s ohľadom na potreby a pohodlie pri jeho používaní.

Vážený zákazník, obraciame sa na Vás so žiadosťou o spoluprácu pri inováciách výrobkov a pri zadávaní nových výrobkov do výroby. Veríme, že nám pomôžete a vyplnením tohto formuláru i Vy svojimi návrhmi a pripomienkami z praxe, prispějete k neustálemu zvyšovaniu spoľahlivosti nášho výrobku a tým, k uspokojeniu požiadaviek zákazníka, čo je našim hlavným cieľom.

Ďakujeme za pochopenie.

Vyplnený formulár odošlite na adresu výrobcu Chirana-Dental, s.r.o. do 12. mesiacov odo dňa začatia používania (inštalácie) výrobku.

Názov výrobku:

Výrobné číslo:

Dátum zakúpenia (inštalácie):

Vaše meno:

Vaše priezvisko:

Vaša adresa:
(mesto, krajina)

PSC (kód pošty):

Tel. číslo:

Fax. číslo:



1. Poznali ste fy Chirana-Dental, s.r.o. pred zakúpením výrobku?

Áno Nie

2. Kde ste sa dozvedeli o našom výrobku?

Výstava Televízia, rozhlas Kolega, priatelia
 Dealer Odborný časopis (jeho názov)
 Iným spôsobom - akým?

3. Navrhovali by ste niečo zmeniť na našom výrobku?

Nie Áno - čo?

4. Ste spokojný s inštaláciou (ak je potrebná) výrobku?

Áno Nie Čiastočne Nie - prečo?
.....

5. Ako dlho používate výrobok?

..... rokovmesiacov

6. Reklamovali ste už výrobok?

Nie Áno- popis závady
.....

7. Ste spokojný s poskytovanými servisno-obchodnými službami?

Áno Čiastočne Nie - prečo?
.....

8. Boli ste oboznámený s obsluhou výrobku pri zakúpení?

Áno Nie

9. Ste spokojný s naším výrobkom?

Áno Čiastočne Nie - prečo?

10. Zakúpili by ste si znova náš výrobok?

Áno Nie - prečo?

11. Čo by ste odkázali výrobcovi Chirana-Dental, s. r. o.?

.....
.....

Dátum:

Pečiatka užívateľa:

Podpis užívateľa: