

Bulletin společnosti Český lodní a průmyslový registr

Interní audity a auditoři
strana 2

Úloha ISO v době krize
strana 3

Nezávislé inspekční činnosti
strana 5



Další orientace Českého lodního a průmyslového registru

Český lodní a průmyslový registr s.r.o. je jednou z organizací rodiny firem, které tvoří Germanischer Lloyd Group. V této skupině mají všechny firmy společnou mateřskou organizaci, Germanischer Lloyd SE, jednu z největších světových inspekčních a certifikačních společností. Germanischer Lloyd SE realizuje poslední tři roky strategii mimořádného růstu a rozšiřování aktivit. Díky akvizicím dalších firem dochází k mimořádnému nárůstu počtu organizací ve skupině. Germanischer Lloyd Group dnes zahrnuje 270 subjektů s vlastním právním postavením v různých zemích a během posledních let se počet kmenových zaměstnanců skupiny zvýšil na více jak dvojnásobek - z 3 240 kmenových zaměstnanců v 2006 na 6 760 v 2010. Tento mimořádný nárůst velikosti skupiny vyvolal přirozenou potřebu tvorby společné vize a hodnot celé skupiny, využití synergie ke zvýšení efektivity skupiny jako celku.

Vizí společnosti je představovat organizaci, která by byla v celosvětovém měřítku nejrespektovanějším poradenským centrem, nejvyšší přirozenou technickou autoritou ve všech disciplínách, kterými

se zabývá. Tato politika vyžaduje vytváření co nejvyššího odborného potenciálu v hlavních oborech působnosti a netříštit síly rozptýlením kapacit firem skupiny do příliš mnoha menších oborů, kde s ohledem na kapacity a potenciál úrovně světové špičky nebude dosaženo.

Proto se skupina koncentruje na poradenskou činnost, inspekce, certifikace a management projektů ve třech odvětvích, a to v oboru námořních plavidel, těžbě a zpracování ropy a plynu a v energetice, především ve využití obnovitelných zdrojů energie.

Tato koncentrace sil se promítla i do strategie Českého lodního a průmyslového registru. Z inspekčních činností byly vyčleněny obory, u kterých poptávka v České republice představovala minimální objem aktivit a obory nepatřily do portfolia služeb, rozvíjených mateřskou společností. Naopak se společnost více zaměřila na inspekce výrobků, dodávaných čs. výrobci pro lodní průmysl do celého světa, na inspekce výrobků pro energetiku, ať už pro zahraniční podniky na těžbu, dopravu, zpracování ropy a plynu, nebo na jiná energetická zařízení v tuzemsku i zahraničí. V těchto aktivitách je samozřej-

mostí spolupráce s ostatními organizacemi skupiny Germanischer Lloyd Group, protože se zpravidla jedná o projekty, pokrývající současně několik zemí i světadílů. Pozornost je rovněž věnována certifikačním systémům řízení, kdy celá skupina rovněž prošla změnami. Dochází k výraznějšímu propojení jednotlivých v různých zemích akreditovaných subjektů skupiny a sjednocování postupů. I pro Český lodní a průmyslový registr vize v oboru systémových certifikací představuje zaměření se na to, aby audity našich auditorů přinášely klientům i další hodnoty, než pouhé konstatování, zda systém řízení odpovídá normě či nikoliv.

Vedení Českého lodního a průmyslového registru je přesvědčeno, že tato vize mateřské společnosti, promítnutá do všech aktivit organizace, představuje zvýšení potenciálu, kdy jsme schopni našemu partneru-klientovi více pomoci při hledání řešení k jeho problémům, které mnohdy ani přímo s certifikací nesouvisí. Proto v krátké době obdrží námi certifikovaní klienti dotaz, v čem vidí své těžkosti a my se budeme snažit i s případnou pomocí dalších členů skupiny hledat pro ně řešení.

Ing. Jiří Dinybyl, MBA
ředitel
Český lodní a průmyslový registr

Interní audity a auditori

Interní audity systému řízení jakosti, systému environmentálního managementu a obdobné podle ostatních norem nabývají s dobou zavedení příslušného systému řízení na důležitosti.

Požadavky norem na interní audity je sice možné splnit formálně, mít směrnici na plánování a provádění interních auditů, ukázat auditorovi roční plány, krasopisné záznamy o provedení auditu s poznámkou, že žádné neshody nebo doporučení na zlepšení nebyly nalezeny atd. Auditor certifikačního orgánu výsledek přijme, ale není veškerá energie na vytvoření takovýchto papírových důkazů o formálním splnění požadavků normy pouze ztrátou času, nejsou to vyhozené peníze za externí audit a promarněná příležitost využít tyto audity k něčemu užitečnějšímu?

Princip interního auditu

Zařazení vlastních interních auditů do požadavků norem je naprosto přirozené. Lze těžko očekávat, že nějaký systém funguje, aniž by byly kontrolovány a vyhodnocovány výsledky, pro které byl vytvořen a hledána cesta, jak zajistit a řídit jeho fungování. Proto ať chceme či ne, vždy v nějaké podobě existuje mechanismus, který vhodnost, účinnost a efektivnost systému sleduje, vyhodnocuje a systém mění ve snaze o jeho zlepšení. Normy ISO tomuto nástroji říkají interní audity a přezkoumání vedením.

Norma ISO 9001 základní požadavky na kontrolu řízení vložila do čl. 8.2.2. Smyslem tohoto požadavku je vytvořit systém kontroly, který ověřuje zda:

a) systém řízení vyhovuje pro plánování

a realizaci produktu (7.1), požadavkům ISO normy a hlavně těm, které si organizace stanovila pro vlastní potřebu,

b) systém je efektivní,

c) je sestavován formální plán – zda si firma uvědomuje nezbytnost kontroly, i když se na první pohled zdá, že vše probíhá hladce a vše je pod kontrolou, zda si sama stanovuje, kdy a kde budou kontroly probíhat, jaká je optimální frekvence těchto kontrol, kdy se bude vedení zamýšlet nad důležitostí procesů ve firmě, nasazením a zapojením lidí do sledování kvality, ekologie, bezpečnosti práce,

d) existuje dokumentovaný postup, který firmu zavazuje kontrolu provádět a jakým způsobem,

e) jsou pořizovány záznamy o výsledku kontrol, aby se na ně nezapomnělo v návalu dalších problémů k řešení a výsledky byly použitelné pro další rozvoj firmy,

f) jsou přijímána nápravná opatření a je zajištěna kontrola jejich splnění s očekávaným efektem.

Toto jsou naprosto logické požadavky každého kontrolního mechanismu a dobře fungující firma je v nějaké podobě používá, i kdyby o normách ISO nikdy neslyšela.

Vlastní kontrolní mechanismus firmy

A tady začíná situace, kdy firma používá vlastní kontrolní mechanismus, sleduje hospodářské výsledky, ředitel navštěvuje útvary, kde cítí problémy, kdy v případě výskytu problémů v průběhu obchodního případu a realizace zakázky pověřený pracovník prošetřuje nastalou situaci. Zároveň ale vzniká paradoxní situace, kdy v případě interních auditů k nim firma přistupuje jako k něčemu, co je od dění a potřeb firmy oddělené, něco navíc, co

bude chtít vidět auditor.

Proč nedat interním auditům jiný smysl, proč povinnost je provádět nespojit s interní potřebou firmy procesy kontrolovat, nedostatky napravit a hledat cesty na nikdy nekončící zlepšování?

Velice jednoduše je možné sloučit požadavky interního auditu a vlastní potřeby kontroly nad chodem organizace u malé firmy. V těchto případech většinou sám majitel má zájem na fungování firmy a určitě si procesy kontroluje podle vlastní potřeby. Využití plánování interních auditů je jednou z cest, jak do těchto kontrol vnést řád, sledování nápravných opatření, úkolování zaměstnanců. Periodická potřeba kontrol přiměje majitele malé firmy k prověření chodu firmy i v případech, kdy se na první pohled jeví vše v pořádku.

Efektivní kontrolní mechanismus s interními audity pomáhá firmě i v certifikačním procesu. Certifikační orgán nenalézá neshody, firma se na svůj kontrolní mechanismus může spolehnout. Navíc se v rámci certifikačního systému uvažuje o použití metody dozorových auditů, kdy se auditor certifikační společnosti více spolehne na efektivnost interních auditů, audit se zjednoduší, zkrátí a soustředí se pouze na podstatné věci. Tzv. „Program pokročilého dozoru a opakovaného posuzování“ (Advanced Surveillance and Reassessment Procedures – ASRP).

Úspěch využití interních auditů ale má jednu zásadní podmínku – kvalitního interního auditora. Řada firem, které sledují pouze splnění požadavků normy, využívá externího auditora – konzultanta. To má jistě své výhody; použije se člověk se znalostí normy, je to pohled zvenku, nečerpá se kapacita vlastních lidí. Má to ale i několik nevýhod; není to zadarmo, externista se soustředí se na formální splnění normy, nemusí rozpoznat příčinu problémů ve firmě.

ČLPR Akademie

ČLPR chce svým klientům pomoci. V rámci ČLPR Akademie a nové akreditace na certifikaci personálu probíhají školení interních auditorů a auditorů, kteří chtějí dosáhnout úrovně, požadované ČSN EN ISO 19 011. Tato dvou-denní školení seznámí a naučí auditory lépe chápat požadavky norem, využít pro interní potřebu firmy, provádět efektivní audit a objasní metody a přístupy auditorů certifikačního orgánu. Zároveň jako certifikační orgán se ujistíme, že takovýto interní auditor je schopen zajistit efektivní interní audity a že tomu můžeme přizpůsobit i náš certifikační audit. Nabídka těchto kurzů je na www.clpr.cz



Úloha ISO v době krize

Hospodářské zprávy posledních měsíců podle teoretických ekonomů vyvolávají optimismus, že krize ustupuje. Podle průzkumů, které provádí Svaz průmyslu mezi podnikateli, ale více jak dvě třetiny dotázaných firem oživení nepocítuje. Firmy nadále bojují s poklesem poptávky o každého zákazníka mnohem úporněji, než kdy v předchozích letech, tlak na snížení ceny nadále roste, platební morálka klesá, nedostupnost úvěrů nadále pokračuje. Navíc se mnohdy setkáváme i s tím, že slovo krize se pro některé podnikatele stává zaklínadlem, které by jim mělo poskytnout nárok na nesmyslné slevy od svých dodavatelů a neplacení pohledávek by z důvodu krize mělo být chápáno jako samozřejmost - nárok. To vše dohromady vytváří pro poctivé podnikatele svízelné situace. Největší pesimismus vládne ve stavebnictví, kde meziročně poklesly výkony o dalších 4,5%, stavební úřady vydaly o 12% méně stavebních povolení. I rok 2011 je viděn černě a mluví se o možném krachu až pětiny dnes existujících stavebních firem.

Co může podnik v takové tržní situaci dělat?

Při obtížích, první co napadne podnikatele a k čemu je donucen je začít škrtnout ve výdajových položkách. Strategie podniků se zaměří na krátkodobé cíle, přežití, dochází k omezení těch výdajů, které krátkodobě představují úsporu a usnadnění zvládnutí momentální situace. Podnikatelům většinou nic jiného nezbývá, i když jsou si vědomi, že z dlouhodobého hlediska tyto škrty zhoršují výhled pro rozvoj po obnovení hospodářského růstu. Tato opatření vedou k zastavení rozvoje prodeje, dokonce k jeho poklesu, což vyvolá potřebu dalších škrtnutí v nákladech. Firma se dostává do pasti; ze stromu se ořezávají málo plodící větve a neroubují se nové tak dlouho, až strom uschne.

Mezi takto krátkodobě zbytné výdaje patří položky v nepřímých nákladech, např. náklady na marketing, nákup služeb, jako jsou např. konzultační služby, vzdělávání zaměstnanců, odkládají se investice do nového vybavení, zastavují se projekty do inovací, kde vždy existuje určitá nejistota s výsledkem. Následný pokles prodeje pak vede k dalším škrtnutím tentokrát už v přímých nákladech a dochází k propouštění zaměstnanců.

V této souvislosti se často objevuje názor pozastavit certifikaci a udržování systémů řízení podle norem ISO, pokud momentálně neexistuje zakázka, kde zákazník certifikovaný systém tvrdě vyžaduje. Tyto tendence se objevují především u malých firem, na které pokles zakázek dopadl tvrdě a které se cítí existenčně ohrožené. Tento jev je z pohledu menšího podnikatele pochopitelný ale zároveň ukazuje, že dotyčná firma v certifikátu vidí pouze papír, nutné zlo, vstupenku na to a že až tak to nemusí myslet s kvalitou svých dodávek příliš vážně.

Při krizi, nasycení trhu a všeobecném poklesu poptávky má podnik na přežití a růst pouze jedinou šanci-převzít klienty konkurence lepším a lacinějším produktem.

Systém řízení podle norem ISO, založený na

vymezení podstatných procesů, představuje možný model řešení, jak situaci podniku zlepšit a získat konkurenční výhodu.

Existuje celá řada manažerských modelů na krizové řízení. Většinou jsou ale orientované na krizi v podniku samotném při relativně stabilním a nekrizovém vnějším prostředí. To ale není dnešní situace. V obecném krizovém vývoji může přežít a dokonce se rozvíjet podnik, který si situaci uvědomí a bude hledat vlastní model reakce na situaci, který se bude lišit od obecně známých a všeobecně použitelných učebnicových teorií.

Jít cestou pouze úspor v nákladech může firmu v bezprostředním ohrožení zachránit, ale situaci to neřeší a firma se bude nadále propadat. Vedení rozumné firmy jde jinou cestou. Samozřejmě se hledají úspory v nákladech, ale cestou hledání maximální efektivity všech činností a tak, aby procesy pro rozvoj zůstaly zachovány, i když pod přísnou kontrolou efektivity. Zároveň firma buduje užší vazby na své zákazníky, snaží se upravit produkt tak, aby přinášel zákazníkům zvýšený užitek, hledá intenzivně cesty k novým zákazníkům, snaží se rozšířit portfolio svých produktů bez nutnosti investic – posiluje svou orientaci na zákazníka a marketingové myšlení v celé firmě.

Příčina spadnutí firmy do problémů

Manažéři uvažují většinou podle svých zvyků a v zaběhlých schématech. Velice často se tak dostávají do pastí a výsledek je úplně jiný, než očekávali. Tento jev se zvyrazňuje se zhoršováním tržního prostředí. Teorie managementu mluví o 3 pastích pro manažerské uvažování, které vedou k hlubokým omylům.

a) Past předvídaní vývoje

Odhadování vývoje na základě statistických dat, např. prodeje, cen má nedostatek v tom, že statistická data představují historii, která se zítra už nemusí opakovat.

Odhadování vývoje extrapolací dosavadního vývoje předpokládá, že se nic v okolí nezmění a na trhu budou stejné podmínky zítra jako dnes.

Vývoj na počátku r. 2009 ukázal, že předvídat a plánovat na základě dlouhodobých prognóz, založených na historických zkušenostech, je téměř nemožné. Podmínky a následně prognózy se mění ve velice krátkých intervalech. Past předvídaní je v domněnce, že můžeme přesně předvídat okolní události. Zaskočení recesí je toho důkazem.

b) Zákaznická past

Zákaznická past je v tom, že se manažer domnívá, že zná požadavek zákazníka a že se zákazník bude chovat dnes a mít stejné priority, jako měl včera. Že ví, jak ovlivnit zákazníka.

Zákaznická kupní síla se mění skokem stejně jako nabízený produkt, priority zákazníka, padají bariery mezinárodního obchodu, jedná se o trh kupujícího, zákazník má všechny informace pomocí Internetu, vybírá si. Firma se na znalost zákazníka podle jeho dosavadního chování nemůže spolehnout.

c) Tržní past

Globalizaci nelze zastavit. Je poznamenána dvěma protichůdnými jevy a lze velice těžko odhadnout, který pro daný produkt a prodejní místo převládne.

Globalizace vede ke standardizaci produktu – stejné charakteristiky po celém světě a tím i dopad zahraniční konkurence na dříve místní trh. Protichůdnou tendencí je tzv. customisace – přizpůsobení se výrobku kultuře zákazníka; vyhovět požadavku, který jde proti jednotnosti standardizace a který může blokovat vstup na trh ve vzdálené zemi.

Spadnout do tržní pasti znamená domnívat se, že je manažer schopen definovat jednoznačně trh a konkurenci.

Na tyto pasti různé teorie před nástupem recese upozorňovaly. Přesto jsou firmy posledním vývojem zaskočeny a mnoha firmám spadnutí do těchto pastí způsobilo až likvidační situace. Nejenom, že firmy nebyly na prudké změny poptávky schopné reagovat, ale ani nemohly, protože je nedokázaly zachytit.



Systémy řízení jakosti spadnutí do uvedených pastí nezabránily. Možné jsou dvě příčiny:

a) v rámci systému řízení vůbec neexistují procesy, které zajistí průzkum trhu, průběžné monitorování a dostatečně přesný zdroj informací pro objektivní prognózu – v procesech k prvkům, týkajícím se zákazníka, jako jsou 7.2 a 8.2.1 něco podstatného chybí

b) procesy, týkající se tvorby produktu, zdrojů a pravomocí a odpovědností, které reagují na požadavky ISO 9001 čl. 7.2, kap. 6, čl. 7.5.5, jsou nastaveny tak, že neumožňují rychlou změnu a možná ani ke změně nevybízejí.

firmy by měl být zahrnut i proces tvorby scénáře. Přímo k takovému procesu se nabízí požadavek ISO 9001 ve článku 5.4.2 - Plánování systému managementu a scénáře se jistě dotknou celé kapitoly 6 v požadavcích na zdroje a v 7.3 ve změnách produktu.

Proces by měl zahrnovat kroky:

Analýzu prostředí – je možné použít výsledek prognózy a identifikovat ohrožení nebo příležitosti.

Určení několika málo hlavních prvků, které mají

ale soustředit se na klasické marketingové nástroje, kterými jsou

- úprava produktu tak, aby se zvýšila hodnota a atraktivnost pro zákazníka

- cena, která odpovídá trhu a je přijatelná pro zákazníka

- distribuce produktu tak, aby se produkt pro zákazníka stal snadno dostupným

- propagace, aby se zákazník o produktu dozvěděl a vznikl u něj zájem si produkt opatřit.

Uvedené nástroje jsou natolik otevřené, že každá firma s kreativním přístupem je může využít osobitým originálním způsobem a upoutat tak pozornost zákazníků i při obtížných tržních podmínkách. Na druhé straně, bez zásahu do těchto marketingových nástrojů firma období snížení poptávky těžko přežije.

Je proto téměř nezbytné mít tvorbu uvedených nástrojů obsaženou mezi hlavními procesy a je vhodné všechny zahrnout do návrhu a vývoje produktu pod ISO 9001 čl. 7. 3.

Audit ČLPR

ČLPR se již v r. 2008 začal intenzivněji zabývat vizí, že certifikovaná firma musí dostat od certifikující společnosti něco víc, než pouhý papír v podobě certifikátu. Hlavní myšlenkou této vize je názor, že když už má firma uspořádanou svou činnost do systému procesů podle některé normy ISO, může snadno použít tyto uspořádané procesy po malé úpravě k orientaci firmy na zákazníka stejně jako na kontrolu nákladů a přidání hodnoty jednotlivých procesů. V ČLPR se snažíme neustále zkvalitňovat tým našich auditorů o odborníky v jednotlivých oborech, schopných poradit s technologií, chováním na trhu s možnou redukcí nákladů na některé procesy. Kmenoví auditoři ČLPR byli vyškoleni všimati si při auditech, jak jsou v jednotlivých procesech zahrnuty požadavky na marketingově orientovanou firmu, jak jsou úpravy produktu v co nejlepším souladu s požadavkem zákazníka, na tvorbu optimální ceny a co neúčinnější propagace. Podobně jsou auditoři seznámeni s modelem řetězce hodnot, který slouží k rozboru nákladů jednotlivých procesů a možností změn jejich přidání hodnoty.

Samozřejmě, při vlastních auditech mohou auditoři pouze poukázat na některé nevyužité možnosti ve firmách, ale nemají prostor na podrobné zpracování uvedených modelů pro konkrétní firmu. K tomu slouží další produkty ČLPR a to jsou semináře, pořádané v rámci ČLPR Akademie, zaměřené na tyto modely a zpracovávání projektů pro firmy, které na tyto činnosti nemají potřebné odborné kapacity. K tomu ČLPR využívá tým odborníků, který byl původně vytvořen jako tým expertů, používaných při auditech, dnes výhradně pracujících jako specialisté v oboru řízení.

Krise podnikatelského prostředí není pro žádnou firmu příjemným zážitkem. Samozřejmě, firma nemusí dělat nic a jenom čekat, jak to dopadne. Povinnost přežít neexistuje. Každý problém je ale zároveň výzvou. ČLPR je připraven svým partnerům pomoci. Není nutné čekat až na audit. Pomoc ze strany ČLPR využít procesy, nastavené v rámci ISO k řízení v době všeobecných ekonomických potíží bude poskytnuta kdykoliv.

Ing. Jiří Dynybl, MBA



Úprava procesů ve firmě

a) Prognóza vývoje tržní a podnikatelské příležitosti V kapitole 4.1, kdy si firma stanoví hlavní procesy pro vznik výrobku nebo služby tak, aby došlo k co nejdokonalejšímu uspokojení potřeby zákazníka, by měl být zahrnut i proces tvorby co neobjektivnější prognózy poptávky – jaký produkt, cena, distribuce a propagace.

Je jasné, že žádná tvorba prognózy se nevyhne chybám ze subjektivního názoru tvůrce. Exaktní metoda neexistuje. Signály velkých změn bývají na začátku velmi slabé, jeví se jako bezvýznamné a snadno přehlédnutelné. Prognóza bývá dotčena účelovým přístupem tvůrce, přehnaným optimismem nebo naopak konzervativním myšlením, je více zbožným přáním, než očekávanou realitou, založená na prvním dojmu, deformovaná vzpomínkami.

Aby byl proces prognózy co nejpřesnější, nemůže představovat pouze názor jednoho člověka, ale měl by zahrnovat sledování vybraných ukazatelů, zprávy z obchodu, metody jako brainstorming, hloubkový pohovor s obchodníky a klienty, skupinové diskuse s obchodníky a projektanty produktu, Delfskou metodu, metodu přímého pozorování a v nejnáročnějších případech použití specializované marketingové organizace nebo experimenty s tzv. projekční technikou.

Je úplně jedno, zda tento proces je v rámci ISO 9001 zařazen pod požadavky článků 7. 2. nebo 8. 2.

b) Tvorba scénářů na rozdílné vývoje

Firmě nestačí mít pouze prognózu, ale musí na ní umět optimálně reagovat. Protože prognóza je zatížena vždy nejistotou a očekávání je vždy spojeno pouze s určitou pravděpodobností, je vhodné být s reakcí na vývoj podmínek být připraven ve variantách. Proto v hlavních procesech

největší vliv na budoucí vývoj.

Maticice významu prvku z pohledu důležitosti/pravděpodobnosti uskutečnění.

Tvorba scénářů reakce na situace-nejhorší/nejllepší/pravděpodobná situace.

Stanovit ukazatele, signalizující, která situace nastává.

c) Strategie firmy

Scénáře představují hrubé strategie, jak se bude firma chovat v hypotetických situacích. Protože ale předem není jasné, jaká situace nastane, mohou tyto připravené strategie být značně rozdílné a protože změny nastávají v současné době velice rychle, kdy i roční strategie se může stát brzdou, musí být firma na prudké změny připravena.

Obecná strategie by tedy měla hledat v procesech firmy svou schopnost rychle reagovat s minimálními negativními dopady. Proto firma musí:

zajistit svou flexibilitu pomocí upřednostňování multifunkční technologie, univerzální vybavení a víceprofesní zaměstnance – viz. ISO 9001 – kap. 6 o zdrojích

tvorit organizaci – organizační strukturu, pravomoci a odpovědnosti přizpůsobit tzv. "učící se" samooorganizující se organizaci se silně decentralizovanými a delegovanými pravomocemi, odměňováním podle výkonu - viz. ISO 9001 čl. 7.2.3 o komunikaci se zákazníky - viz. ISO 9001 čl. 7.2.3 o komunikaci se zákazníky využívat náhodná a dočasná vzájemné výhodná spojení a spolupráci atd. - viz. ISO 9001 čl. 7. 4. o nákupu a procesy oboustranného outsourcingu

d) Soustředění se na produkt

Hlavním krokem firmy v době odbytové krize je

Nezávislé inspekční činnosti

Řada našich klientů, zejména v oboru strojírenství, se stále více setkává s požadavkem zákazníka na dozor při výrobě a přejímku výrobků nezávislou inspekční organizací. Vývoj ukázal, že certifikované systémy řízení inspekce prováděnou nezávislým inspektorem nenahradí a poslední dobou počet případů přítomnosti inspektorů, vybraných a jmenovaných zákazníkem, rychle narůstá.

Inspektoři ČLPR se dnes účastní celé řady dozorů a přejímek ve výrobních závodech. Za zmínku stojí především probíhající největší zakázka

ve Vítkovicích Heavy Machinery, kde již v r. 2010 probíhaly přejímky dodávek dílů pro jednu z největších hydroelektráren, která se buduje v jihoamerické Venezuele s generálním dodavatelem stavby, argentinskou společností IMPSA. Jedná se o turbinové hřídele, náboje Kaplanových turbín a dalších dílů. Jedná se o extrémně velké výkovky a odlitky, kde Vítkovice zajistí komplexní výrobu od vykování jednotlivých částí až po svaření a finální opracování. Tento příklad spolupráce významného výrobce s ČLPR je příkladem, jak zvýšit jistotu zákazníka

o kvalitě dodávaného výrobku. Takto komplexně nabídnutá služba představuje konkurenční výhodu také pro výrobce nebo dodavatele, která mnohdy umožní výrobcí zakázku vůbec získat.

ČLPR je připraven v případě situace, kdy se náš partner do této situace dostane, okamžitě spolupracovat a společnými silami zakázku pro partnera získat.

Dr.-Ing.Petr Hyspecký

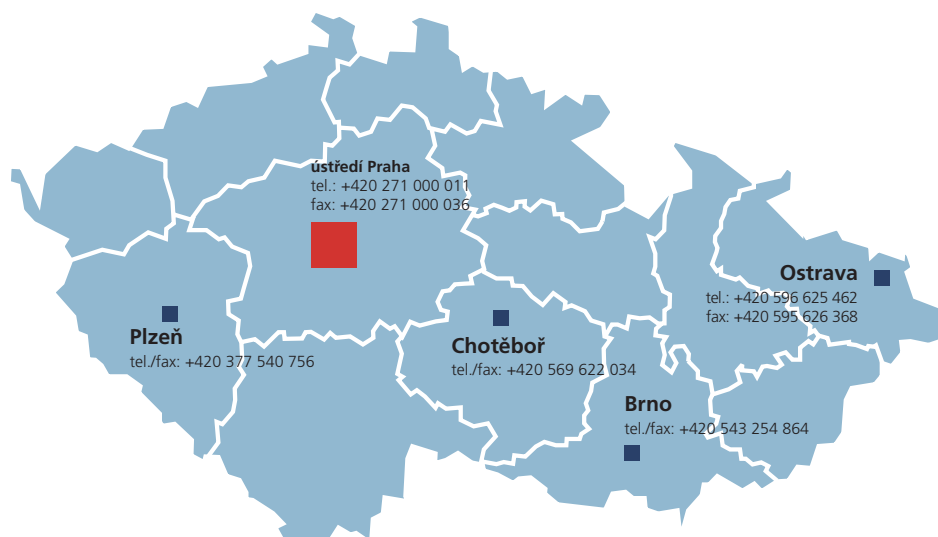
Spokojenost s auditem ČLPR – akce Germanischer Lloyd SE

Naše mateřská společnost, Germanischer Lloyd, se orientuje na sběr informací od klientů za účelem úpravy poskytovaných inspekčních, konzultačních a certifikačních služeb tak, aby tyto služby co nejvíce vyhovovaly klientům. Mezi tyto akce patří i výzva k vyplnění dotazníku, který klientům ČLPR rozesílá útvar Germanischer Lloyd – Quality&Improvement. Každé čtvrtletí tuto výzvu obdrží klienti, u kterých v předchozích třech měsících proběhl audit. Pro ČLPR jsou výsledky celé akce velice cenné

a umožní nám rozlišit, co je pro audit podle pohledu klienta podstatné a kam směřovat výběr a výcvik našich auditorů.

Děkujeme Vám za Vaši účast v této akci, kdy se jako naši významní obchodní partneři podílíte na tvorbě našeho produktu do podoby, která Vám bude nejvíce vyhovovat.

Ing. Jiří Dynybyl, MBA



Ústředí Praha

Soběslavská 2063/46
130 00 Praha 3 - Vinohrady
tel.: 271 000 011
fax: 271 000 036
e-mail: clpr@clpr.cz
info@clpr.cz, www.clpr.cz

Ředitel

Ing. Jiří Dynybyl, MBA
tel.: 271 000 011

Obchodně-ekonomický náměstek

Ing. Jiří Tomáš
tel.: 271 000 011

Vedoucí inspekčního oddělení

Dr.-Ing. Petr Hyspecký
tel.: 271 000 015
mob.: 777 767 703

Vedoucí certifikačního oddělení

Ing. Jiří Hemr
tel.: 271 000 035
mob.: 777 767 718

Pobočky ČLPR

BRNO, Vlhká 140/21
602 00 Brno-Trnitá
tel./fax: +420 543 254 864
rimanova@clpr.cz

PLZEŇ, Pod Vinicemi 931/2
301 00 Plzeň-Severní
Předměstí
tel./fax: +420 377 540 756
janku@clpr.cz

CHOTĚBOŘ,
Brigádnická 1072
583 01 Chotěboř
tel./fax: +420 569 622 034
misar@clpr.cz

OSTRAVA, 28. října 81/203
709 00 Ostrava-Mar.Hory
tel.: +420 596 625 462
fax: +420 595 626 368
mihalikova@clpr.cz

CompassNews - podnikový bulletin ČLPR

je určen pro zaměstnance firmy a zákazníky ČLPR

vydává: Český lodní a průmyslový registr s.r.o.

redakce: Alena Vávrová, vavrova@clpr.cz

grafická příprava a tisk: 20fingers s.r.o.