

Technická univerzita v Liberci
Ekonomická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Technická univerzita v Liberci

Ekonomická fakulta

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika

Výběr dodavatelů ve firmě Škoda Auto a.s.

Selection of suppliers at Škoda Auto company

DP-EF-KMG-2010-63

DANA VIGLÁŠOVÁ

Vedoucí práce: Ing. Světlana Myslivcová, KMG

Konzultant: Ing. Lubomír Vitvera, Škoda Auto a.s., vedoucí NVS

Počet stran: 75 bez příloh

Počet příloh: 6

27.04. 2010

Zadání DP (odevzdala jsem na studijní) dodat nasčenované

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 27.04. 2010

Dana Viglášová

Anotace

Diplomová práce se zabývá výběrem nejvhodnějších dodavatelů a pomocí teorie je aplikován do praxe. Je zde detailněji přiblíženo oddělení nákupu ve firmě Škoda Auto, jeho charakteristika a popsání přínosů pro podnik. Dále se práce zabývá obecnou problematikou nákupu ve firmě a přibližuje jednotlivé procesy, které zde probíhají. Není opomenut udržitelný rozvoj dodavatelů, který se stal jedním z prvků, které začínají být součástí nákupních podmínek firmy.

Klíčová slova

B2B	business to business, transakce mezi dvěma firmami
CSC	koncernové grémium Volkswagen
DUNS	celosvětový identifikační kód o devíti místech
EBP	interní systém využívaný odbornými útvary pro elektronické vystavování objednáček návrhů
GLOBE	systém pro evidenci a prezentování obchodních případů
LDB	databanka uživatelů
OVS	systém pro online jednání
Pre-Meeting	interní grémium pro schvalování obchodních případů
SAP	centrální informační systém
VW	Volkswagen AG
www.vwgroupsupply.com	platforma pro dodavatele

Anotation

The theme of my diploma work is dedicated to the choice of the best suppliers and the theory is then applicated to the practical part. I closely described The purchasing department in the company Skoda Auto, its characterization and description of contributions to the company. Then I also analyze the general problems in purchasing department of Skoda Auto and I closely follow the procesess that have been working in the company. I also didn't forget to mention the maintable development process of suppliers that has become one of the important point as a part of purchasing conditions in the company.

Key words

B2B	business to business
CSC	Volkswagen concern meeting
DUNS	global identifications number
EBP	intern system for expose ordering proposals
GLOBE	system for register and presentation of the contracts
LDB	databank of users
OVS	online negotiation`s system
Pre-Meeting	intern meeting for approval of the contracts
SAP	central information`s system
VW	Volkswagen AG
www.vwgroupsupply.com	platform for customers

OBSAH:

1	Úvod.....	10
2	Nákup firmy	11
2.1	Funkce a úkoly nákupu	11
2.2	Nákup z pohledu marketingu.....	12
2.3	Způsob výběru dodavatelů.....	14
2.3.1	Výběr dodavatelů dle povahy nákupu	16
2.4	Výzkum trhu dodavatelů.....	17
2.5	Nákupní proces	18
2.6	Formy nákupu	19
3	Proces nákupu v automobilovém průmyslu současnosti.....	21
4	Firma Škoda Auto a její krátké představení.....	23
4.1	Historie firmy.....	23
4.2	Vývoj značky Škoda	25
4.3	Organizační struktura Škody Auto	29
5	Nákup Škoda Auto	30
5.1	Struktura útvaru Všeobecného nákupu a jeho činnosti.....	30
5.2	Informační systémy využívané interně v podniku.....	32
5.2.1	Systém SAP.....	33
5.2.2	Systém EBP.....	34
5.3	Realita výběru dodavatele ve Škoda Auto	36
5.3.1	Samotné výběrové řízení	37
5.3.2	Výběrové řízení pomocí Global Sourcingu	38
5.3.3	Vybraný dodavatel a nabídka	39
6	B2B platforma dodavatelů	40
6.1	Nutné předpoklady pro využívání B2B platformy	41
6.1.1	DUNS & BRADSTREET (D-U-N-S číslo)	41
6.1.2	Základní údaje o podniku (firma a administrátor).....	44
6.1.3	B2B-Nutzungsvereinbarung	46
6.1.4	Doplnění dodatečných informací.....	47
6.2	Proces samotné registrace a možné statusy dodavatele	48
6.2.1	Výhody platformy B2B	51
6.2.2	Nevýhody platformy B2B	52
6.3	GLOBE	52
6.4	OVS-Online Verhandlungs-System.....	54
6.4.1	Výhody online jednání	57

6.4.2	Nevýhody online jednání.....	57
6.5	Holand-Ticker (holandská aukce).....	58
6.5.1	Výhody a nevýhody holandské aukce	59
7	Udržitelný rozvoj ve vztazích vůči dodavatelům.....	60
7.1	Požadavky na dodavatele	61
7.2	Dosavadní rozvoj	63
7.3	Budoucí vývoj.....	65
8	SWOT analýza nákupního procesu a výběru dodavatelů.....	68
9	Doporučení na zefektivnění činnosti.....	69
10	Závěr.....	72

_Toc260132626

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ (abecedně utříděný)

ASAP Škoda

AZNP Škoda

B2B

CSC

CTM

D&B

DUNS

EBP

EMAS

GEKO

GLOBE

ISO

IT

LDB

MM

NV

NVI

NVS

OVS

POBJ

SAP

SAP R/3

SIT

TPCA

UPIK

VW

SEZNAM TABULEK:

Označení	Název	Strana
Tab. 1	Vývoj firemního loga Škoda	26
Tab. 2	Přehled dodavatelských firem pro spolupráci v rámci udržitelného rozvoje	66
Tab. 3	SWOT analýza	68

SEZNAM OBRÁZKŮ:

Označení	Název	Strana
Obr. 1	Nové modely značky Škoda – Fabia RS, Fabia Combi RS	25
Obr. 2	Brand Guide Line - Simply Clever	28
Obr. 3	Struktura Všeobecného nákupu	30
Obr. 4	Úvodní strana internetového portálu VW	40
Obr. 5	UPIK databáze	42
Obr. 6	Registrační proces	43
Obr. 7	První krok registrace na VW platformě	44
Obr. 8	Registrační statusy	48
Obr. 9	Bieterliste	54
Obr. 10	Dodržování standardů při výrobě	64
Obr. 11	Zelená flotila v Číně	65

1 Úvod

Cílem této diplomové práce je přiblížení oddělení nákupu ve firmě Škoda Auto, jeho charakteristika, popsání jeho přínosů pro podnik a návrh možných zlepšení. Práce se snaží co nejlépe popsat obecnou problematiku nákupu a výběru dodavatelů ve firmě, zmapovat a přiblížit jednotlivé procesy, které v oddělení nákupu probíhají.

Útvar nákupu firmy funguje jako mezičlánek mezi vnějším a vnitřním okolím podniku. Na straně vnější ve formě dodavatelů, na straně vnitřní ve formě, konkrétně, útvaru Všeobecného nákupu.

První část této diplomové práce je zaměřena na charakteristiku všeobecných funkcí a úkolů útvaru Všeobecného nákupu z pohledu marketingu a přibližuje hlavní charakteristiky.

Druhá část práce již zahrnuje popis jednotlivých procesů v oddělení Všeobecného nákupu ve firmě Škoda Auto a detailněji popisuje výběr vhodného dodavatele a přibližuje proces poptávání nových dodavatelů pomocí platformy B2B.

Kapitola seznamuje s pozitivy, ale i s negativy této aplikace a navrhuje její využití v dalších oblastech, jako je např. online jednání, které je používáno při výběru vhodného dodavatele.

Dále tato část popisuje činnost nákupčích v útvaru Všeobecného nákupu a přibližuje nástroje, které ve své práci využívají.

Diplomová práce také seznamuje s novými požadavky koncernu Volkswagen na trvale udržitelný rozvoj dodavatelů. Jedná se o nový projekt, který je v zárodku, přesto je zde podrobně popsán a rozebrán. Došlo k vytipování konkrétních dodavatelských firem, jejich oslovení s dotazníkem, pomocí kterého se snažíme získat informace, jaké povědomí mají dodavatelské firmy o udržitelném rozvoji.

V části vlastního přínosu je sestavena matice SWOT a identifikovány slabé a silné stránky, hrozby i příležitosti. Na základě této analýzy jsou v závěru navržena možná řešení, jak zlepšit a zefektivnit činnost v útvaru nákupu, a které činnosti by bylo vhodné přepracovat.

2 Nákup firmy

Nákup firmy zařazujeme mezi tři základní podnikové funkce průmyslového marketingu:

- nákup
- výroba
- prodej

Oddělení nákupu je součástí podniku bez rozdílu, zda se jedná o podnik obchodní, výrobní nebo podnik zabývající se službami. Aby útvar nákupu správně fungoval, je nutné mít správně a konkrétně vymezené činnosti jednotlivých procesů.

2.1 *Funkce a úkoly nákupu*

Základní funkcí útvaru nákupu je efektivně uspokojovat potřeby vyplývající z plánovaného průběhu základních, pomocných i obslužných výrobních i nevýrobních procesů, a to zajišťováním dodávek surovin, základních i pomocných materiálů, nakupovaných výrobků a součástek, polotovarů, náhradních dílů, nářadí, přípravků, režijních materiálů a pomůcek pro řízení a správu, pro sociální služby a bezpečnost podniku, a zabezpečit tak bezporuchový chod podniku. [4]

Pokud je tato základní funkce splněna a je-li v souladu s ekonomickou efektivností, můžeme v následujících bodech shrnout hlavní činnosti nákupu:

- přesně a včas zjistit předpokládanou budoucí spotřebu materiálu či zboží
- systematicky zvažovat potenciální disponibilní zdroje pro uspokojování těchto potřeb
- kompletně a včas projednávat a uzavírat kontrakty, sledovat jejich realizaci, projednávat případné změny v potřebách
- sledovat a regulovat stav zásob a zajistit tak jejich nejefektivnější využití
- zajistit efektivní fungování skladového hospodářství
- zajistit efektivní dopravu

- zajistit efektivní fungování manipulačních procesů
- dodržovat, přizpůsobovat a aktualizovat informační systém odpovídající řízení nákupního procesu
- zabezpečit personální, metodický, technický a organizační rozvoj řídicích a hmotných procesů
- zajistit odpovídající servis,...

Při výčtu těchto činností bychom neměli opomenout skutečnost, že od okamžiku uzavření smlouvy s dodavateli, kdy jsou veškeré podmínky projednány a zpracovány do smlouvy, se převádí odpovědnost na logistiku, která zahajuje svou činnost ve formě např. přejímky nebo skladování.

2.2 *Nákup z pohledu marketingu*

Moderní podniky v tržně vyspělých ekonomikách začaly v posledních letech uplatňovat i v oblasti nákupu marketingové přístupy, metody a techniku. Je nutno připomenout, že se marketing v podnicích začal rozvíjet nejprve v podobě, které dominovala strana výstupní, tj. prodej. Teprve mnohem později, v USA v poválečných letech, v Evropě nejméně o dvě desetiletí později, se objevují snahy o praktickou implementaci marketingu na tržním vstupu do podniku, tj. v nákupu.

Potřeba rozvíjet marketing v nákupu s důrazem i na vnější strategické a taktické aktivity se stále naléhavěji projevuje poté, co se dřívější, vesměs deficitní trh, kdy převažovala poptávka nad nabídkou, měnil v dynamicky vyrovnaný, a kdy mezi dodavateli sílí konkurenční napětí, projevující se v úsilí získat zákazníka lepším uspokojením jeho potřeb. [5]

Stejně jako u prodejních aktivit podniku, tak i v nákupu je využíváno marketingového mixu. Ze čtyř prvků se nákupní marketingový mix rozšiřuje na prvků deset. Jedná se o soubor nástrojů, které pomáhají plnit nákupní funkce podniku. Tento marketingový mix tvoří: informační mix, komunikační mix, dodavatelský mix, konkurenční mix, cenový

mix, výrobní mix, mix kvality, množství mix, termínový mix a mix nákupních podmínek. Detailněji tyto marketingové mixy zahrnují:

1. **Informační mix** představuje schopnost vytvořit a využít nákupní informační systémy při rozhodování odběratele.
2. **Komunikační mix** představuje soubor nástrojů, které podnik odběratele uplatňuje v komunikaci jak s dodavateli, tak v rámci vlastních vnitropodnikových útvarů.
3. **Dodavatelský mix** znamená schopnost podniku zvolit optimální dodavatele (perspektivní a schopné dlouhodobé spolupráce).
4. **Konkurenční mix** je spojován se schopností identifikovat konkurenční situaci mezi dodavateli. S tím souvisí také schopnost volby optimálního dodavatele a rozhodování o nákupní strategii.
5. **Cenový mix** znamená schopnost provádět optimální cenovou politiku nákupu, která nesleduje pouze určitou výši ceny, ale vede k rozhodnutí minimalizující celkové náklady pořízení a využívání dodávky.
6. **Výrobní mix** je spojován se schopností nákupu rozhodnout o optimální variantě nakupovaného výrobku (jeho technických a estetických parametrech), který tvoří vhodný základ pro finální produkt.
7. **Mix kvality** spočívá ve schopnosti zajistit kvalitu ve všech oblastech dodavatelsko-odběratelských vztahů a dodávky.
8. **Množství mix** zahrnuje činnosti spojené s dodávkou, především výši a frekvenci realizované dodávky.¹

¹ KOTLER, P., KELLER, K.L. *Marketing Management*. 12. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5

9. **Termínový mix** je spojován se schopností podnikového nákupu časově usměrňovat průběh vnitřních a vnějších hmotných a informačních toků jak ve vazbě s dodavateli, tak na ostatní podnikové útvary.
10. **Mix nákupních podmínek** představuje schopnost vyžadovat a realizovat optimální platební, dodací a logistické podmínky dodávek ve vztahu k dodavatelům, ale i dalším navazujícím článkům (např. ve výrobě)². [4]

V případě, že není pro odběratele žádným problémem dodržet výše uvedený výčet deseti bodů nákupního marketingového mixu, není pro něj problémem ani správný výběr dodavatele ani jeho následná budoucí spolupráce s ním. Podmínkou je však, aby nákupní strategie byla správně a důkladně vymezena. Její dodržování nákupčími a ostatními zaměstnanci útvaru nákupu je zárukou správného fungování oddělení.

2.3 Způsob výběru dodavatelů

U rozhodování při výběru dodavatelů, je důležité faktory, které nás ovlivňují, rozdělit na faktory racionální a emocionální.

Mezi racionální faktory řadíme:

- cenu
(v úvahu se musí brát úspora lidské práce, energie, materiálu atd.)
- kvalitu
(protože se zvyšuje konkurence, tak se pod jejím tlakem zvyšuje i kvalita, je vyžadována stejná úroveň kvality dodávaných výrobků nebo služeb)
- služby
(školení, garance, servis,...)

² KOTLER, P., KELLER, K.L. *Marketing Management*. 12. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5

- plynulost dodávek
(jakékoliv narušení dodávek může ohrozit výrobu, narušit procesy, prodej,...)
- vzájemnost

Emocionální faktory jsou důležité především na spotřebitelských trzích a řadíme sem:

- postavení a odměny
- riziko
- přátelské vztahy

Při výběru dodavatelů můžeme spoléhat na tyto faktory nebo také vycházet ze znalosti dodavatelů atd.

Naše rozhodování je možné rozčlenit dle následujícího chování:

- vycházíme ze znalosti dodavatelů
- bereme v potaz užitnou hodnotu
- bereme v potaz dodavatelské schopnosti, které dále členíme na:
 - technicko-výrobní (kvalita) schopnosti
 - řídicí schopnosti
 - finanční stav
 - servis dodavatele

Výběr dodavatele zahrnuje:

- kvalitu výstupní produkce
- nákladovost
- rychlost dodávky
- připravenost dodávky
- flexibilitu dodávky

Metody výběru dodavatele mohou být:

- metody expertního odhadu (kvalitativní metoda prováděná pracovníky nákupu a managementu + externími pracovníky)
- bodového hodnocení dodavatelů (kvantitativní vyhodnocování podle norem ISO 9000)
- metoda cenového porovnání (nákladovost dodavatelů)

V souvislosti s dodavateli si můžeme položit otázku, jaké je využití nákupního marketingu, který ve skutečnosti a realitě českých firem stojí pouze na okraji zájmu. Zkušenosti však ukazují, že je více než potřebný.

Podstata nákupního marketingu spočívá především v chápání dodavatelů jako specifických zákazníků dané firmy. Stejně jako je nutné dobře poznat stávající a potenciální zákazníky, je třeba analyzovat i stávající a potenciální dodavatele.

2.3.1 Výběr dodavatelů dle povahy nákupu

Výběr dodavatelů se liší dle povahy nákupu. Nákup, který podnik uskutečňuje, může být ve formě:

- opakovaného nákupu
- modifikovaného (upraveného) nákupu
- prvonákupu

Při opakovaném nákupu se jedná o nejjednodušší formu nákupu. Nákupní oddělení tak nakupuje zboží nebo službu na základě předchozích zkušeností, rutiny.

Modifikovaný nákup se od předchozí formy liší tím, že se jedná o nákup, který je sice také opakovaný, ale došlo ke změně některých propozic (cena, specifikace výrobku, dodací podmínky), které ale neměly za následek vyvolání nového výběrového řízení.

Při prvonákupu se jedná o první nákupní úlohu, kdy je nejdůležitější získat co nejvíce informací o dodavateli, produktu, službě. Důležitá je kvalita, spolehlivost a pružnost

možného dodavatele, protože firma nemůže stavět na svých zkušenostech a je závislá na referencích nebo zkušenostech ostatních firem.³

2.4 Výzkum trhu dodavatelů

Při prvním nákupu je pro firmu důležité, aby měla co nejkompletnější informace o možném dodavateli, které jsou na trhu k dispozici. Buď samotný nákup, nebo oddělení odpovědné za odborné posouzení, provede průzkum trhu, aby mohl získat potřebné informace o dodavatelích.

Mezi nejčastěji používané metody, které firma při monitorování trhu provádí, jsou:

- marketingové nákupní zpravodajství
- inzeráty a reklama dodavatelských firem
- informace získané na výstavách a trzích
- odborný tisk
- výzkumné zprávy a testy
- zprávy z obchodních cest
- informace od obchodních přátel
- zkušenosti jiných odběratelů, ...

Při výběru nového dodavatele existuje také určité riziko, že nákupčí nebo člověk, který je výběrem pověřen z odborného útvaru, bude ovlivněn svými návyky, může se jednat např. o:

- až příliš velké spoléhání na konkrétního dodavatele (například způsobené přátelským vztahem ze soukromého života)
- rychlé nebo ukvapené rozhodnutí způsobené časovým tlakem
- určení pouze základních kritérií a opomenutí jiných, které výrazně ovlivní konečný výběr

³ KAPLAN, M., ZRNÍK, J. a kolektiv, *Firemní nákup a e-aukce*, Grada, 2007, ISBN 978-80-247-2002-9

Také dodavatel může výrazně ovlivnit, jak k němu potenciální zájemce přistupuje. Může být inovativní, tzn., že bude kreativní při změnách výrobků, otevřený k novým technologiím a připraven na nejrůznější změny a aktualizace v požadavcích firem.

Na druhou stranu může být také dodavatel, který sice nemění tak často své návyky, nezapojuje do výrobních procesů často nové technologie, ale klade důraz na spolehlivé a kvalitní dodávky. Často je takový dodavatel ovlivněn letitými zkušenostmi s konkrétními firmami, které ho ani k inovacím netlačí.

2.5 *Nákupní proces*

Nákupní proces je nezbytnou součástí při vyřizování potřebných vstupů. Nákupní proces má několik fází, kdy se význam jednotlivých fází liší podle toho, o jaký typ nákupu se jedná – opakovaný nákup, modifikovaný nákup, nový nákup.

Rozpoznání problému

Jakmile vznikne potřeba nebo problém, který povede k zahájení nákupu, dochází k zahájení nákupního procesu.

Identifikace charakteru potřeby

Po zahájení nákupního procesu je nutné charakterizovat potřebu pomocí určení druhu a množství daného zboží. Tuto identifikaci provádí odborný útvar, kterému potřeba vznikla.

Specifikace výrobku nebo služby

V dalším kroku je nutno danou potřebu specifikovat z hlediska technických parametrů. V tomto stádiu již oddělení nákupu spolupracuje s odborným útvarem, kde potřeba vznikla.

Nákupní průzkum, průzkum dodavatelů

V další fázi dochází ke shromažďování informací o potenciálních dodavatelích. Samozřejmostí je aktualizace stávajících, ale i vyhledávání úplně nových dodavatelů v dané oblasti.

Vyhodnocení a posouzení nabídek

Jakmile jsou pohromadě všechny informace od potenciálních dodavatelů, dochází k jejich posouzení, pomocí informačních systémů nebo osobních jednání. Na základě tohoto posuzování jsou někteří dodavatelé vyloučeni z výběru ihned, jiní se dostávají do „dalšího kola“.

Výběr dodavatelů

V další fázi nákupčí vybírá dodavatele dle mnoha kritérií, jakými jsou např. cena, kvalita, technická způsobilost, termín dodávky nebo nabízený servis.

Objednávka

Dodavatel, který nejvíce vyhovuje zadaným kritériím, je osloven a dochází k objednávce.

Zhodnocení dodavatelů

Po uskutečnění objednávky se provede celkové shrnutí dodavatelů a jejich vyhodnocení.⁴

2.6 Formy nákupu

Nákup může mít podobu tří možných variant:

- přímý nákup
- operativní leasing
- pronájem

Přímý nákup je forma nákupu, která se nejčastěji využívá i ve firmě Škoda Auto. Jedná se o formu buď jedné přímé platby, nebo platby ve dvou splátkách v domluveném časovém horizontu. Tato forma nákupu se využívá nejčastěji při výstavbě nových budov.

Výhodou další formy, operativního leasingu, je skutečnost, že nejsou vyžadovány okamžité vysoké výdaje. Nejčastěji jsou takto nakupovány počítače, tiskárny,

⁴ KOTLER, P. a kolektiv, *Moderní marketing*, 4. vydání, Grada, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2

vysokozdvížené vozíky nebo nákladní automobily, které vlastní leasingová společnost a společnost Škoda Auto si je pronajímá.

Třetí formou nákupu je pronájem. Pronajaty mohou být různé skladovací plochy nebo určitá výrobní zařízení, která jsou potřebná pouze na určitou dobu.

3 Proces nákupu v automobilovém průmyslu současnosti

Většina společností byla pod vlivem současné hospodářské situace nucena zavést nová opatření v oblasti nákupu. Vyplývá to z pravidelného průzkumu Ernst & Young „Praxe v oblasti řízení nákupu a zásobování“ provedeného mezi předními společnostmi v České republice. Mezi nejčastější opatření patří optimalizace procesů v nákupním oddělení, přehodnocení podmínek s klíčovými dodavateli včetně revize dodavatelských smluv, jednání o platebních a dodacích podmínkách a cenová vyjednávání.

Téměř polovina společností již přistoupila ke snižování počtu zaměstnanců v nákupním oddělení, přitom by bylo možné řádově větší přínosy získat užší spoluprací s dodavateli.

Nákupní oddělení mají pod kontrolou obvykle 75 % - 100 % výdajů společnosti a proto mají strategický význam při implementaci programů na snižování nákladů. Snižování nákladů v oblasti nákupu a zásobování má velký dopad jak na řízení pracovního kapitálu, tak na finanční toky společností. Možnosti úspory na straně materiálových vstupů, osobních a fixních nákladů jsou přitom při současné globální konkurenci značně omezené. V současných ekonomických podmínkách, kdy dochází ke zvyšování tlaku na ceny, lze úspěšného snížení nákladů v oblasti nákupu dosáhnout zejména optimalizací dodavatelského řetězce a interních procesů spojených s pohybem materiálů i informací a snížením nákladů pro odběratele i dodavatele.

Aktivní proces strategického nákupu se zapojením měřitelných klíčových ukazatelů výkonnosti a jejich benchmarking společně s procesem řízení dodavatelů a využitím systému hodnocení dodavatelů mají významný dopad na cenu nakupovaných položek. Zároveň to umožňuje vytvoření silnější pozice vůči dodavateli a tím i zlepšení dodacích nebo platebních podmínek, v případě dostatečné likvidity i možnost slevy za dřívější platby. [6]

V České republice dochází k růstu automobilového průmyslu především vlivem příchodu nových velkých výrobců automobilů. Můžeme zmínit společnost TPCA – sdružení zahraničních značek Toyota, Peugeot, Citroën Automobile. Tato firma od roku 2007 montuje na území České republiky vozy nižší cenové kategorie. Další společností je například Hyundai, se sídlem v Nošovicích.

Pro automobilový průmysl v České republice je do budoucna velmi důležité, aby byla udržena stejně vysoká kvalita, jakou zákazníci i zahraniční firmy požadují. Rozhodující pro automobilové společnosti by také měla být schopnost, jak se dokážou vyrovnat s nedostatkem kvalifikovaných sil na trhu práce, s růstem cen dílů, součástí a surovin nebo jak zareagují na změny směnného kursu.

Nutným předpokladem pro udržení pozice na trhu je neustálá inovace a vývoj. Jen tak bude moci automobilový průmysl zůstat na předních příčkách českého hospodářství.

4 Firma Škoda Auto a její krátké představení

4.1 Historie firmy

Historie firmy sahá až do roku 1895, kdy mechanik Václav Laurin a knihkupec Václav Klement v Mladé Boleslavi začali vyrábět jízdní kola značky Slavia. O 4 roky později, v roce 1899, již jako firma Laurin & Klement zahajují výrobu motocyklů.

První automobil, Voiturette A, opustil brány závodu roku 1905 a stal se později klasikem mezi veterány. Výroba automobilů zajistila firmě stabilní postavení a v roce 1907 uskutečnili Václav Laurin a Václav Klement přeměnu firmy na akciovou společnost.

Po první světové válce procházela firma všeobecnou hospodářskou krizí, kterou v roce 1925 vyřešila sloučením se silným strojírenským koncernem Škoda Plzeň. Toto sloučení vedlo k zániku značky Laurin & Klement, zároveň se však od této doby pro všechny vyrobené automobily začalo používat označení Škoda.

V roce 1930 došlo k vyčlenění produkce automobilů z plzeňského koncernu. Vznikla Akciová společnost pro automobilový průmysl Škoda (ASAP Škoda). Prvním úspěchem této společnosti byl model Škoda 420 Popular.

Slibný vývoj však přerušila 2. světová válka, kdy se firma musela zaměřit na válečnou výrobu. Společnost se stala součástí německého koncernu Herman Göring Werke a plně se přeorientovala na válečnou výrobu. Vedle jednotlivých součástí zbraní se zde vyráběly také různé druhy terénních vozidel.

Po 2. světové válce a po obtížích, které souvisely s leteckými nálety, kdy byly zničeny dvě třetiny budov, se podnik přeměnil na národní podnik AZNP Škoda a získal tak monopolní postavení ve výrobě automobilů u nás. Známým poválečným vozem se stala v roce 1946 Škoda 1101/1102 Tudor. V dalších letech úspěch firmy pokračoval, svědčí o tom další modely – Škoda 1200, Spartak, Octavia, Felicia, Škoda 1000MB, Škoda 100-130. Obrovský nárůst ve výrobě znamenal rok 1988, kdy se vyrobilo více jak 1 milion kusů modelů Škoda Favorit.

Po politických změnách v roce 1989 se firma začala poohlížet po zahraničním partnerovi, který by ji díky kapitálu pomohl k dalšímu rozvoji. Možnými partnery mohly být podniky Volkswagen, Renault, Citroen nebo General Motors.

V prosinci roku 1990 tehdejší vláda zvolila německý koncern Volkswagen a Škoda se tak stala čtvrtou značkou koncernu – VW, Audi, Seat, Škoda. K připojení firem došlo 16. dubna 1991.

Prvním vozem značky Škoda se po spojení s VW stala Škoda Felicia, která svými kvalitami odpovídala mezinárodním měřítkům. Další model Škoda Octavia byl uveden na trh v roce 1996, jeho prodloužená verze Škoda Octavia Combi v roce 1998.

V září 1999 byl představen model Škoda Fabia, o rok později se začaly vyrábět její dvě verze – Fabia Combi a Fabia Sedan.

V roce 2001 byla na trh uvedena limuzína Škoda Superb, která tehdy však nenaplnila taková očekávání, jak se předpokládalo.

Octavia nové generace byla představena a uvedena na trh v roce 2004.

V roce 2006 přišla automobilka na trh se zcela novým typem vozu, který je jinak pro značku Škoda charakteristický – Škoda Roomster. Tento model byl prezentován jako dynamický, aktivní, emocionální a sportovní vůz.

Také v dalších letech automobilka nezhálela a uvedla na trh faceliftové verze modelů Octavia, Octavia Combi i Superb, které se těšily obrovskému zájmu a úspěchu.

V roce 2009 uvedla automobilka na trh prodlouženou verzi modelu Superb Combi. Jednalo se o model, který dokázal přilákat pozornost, a značka Škoda začala být silným konkurentem takových značek, jako je např. Audi.

Dalším modelem uvedeným na trh v roce 2009 byl první SUV značky Škoda - vůz Škoda Yeti. Byl představen jako dokonalý mix komfortu i praktičnosti zároveň stejně jako sportovního stylu a elegance.

V první čtvrtině roku 2010 představuje automobilka nové faceliftové verze již tak úspěšných modelů Fabia a Roomster.

Nejčerstvější novinkou je nová Škoda Fabia RS a Škoda Fabia Combi RS, které společně s omlazenou řadou Fabia a Roomster, byly jako horká novinka představeny na autosalonu v Ženevě v březnu roku 2010. Veřejnosti budou dostupné od poloviny roku 2010 a již nyní je o ně obrovský zájem.



Obr. 1 – Nové modely značky Škoda – Fabia RS, Fabia Combi RS

Zdroj: http://www.skoda-auto.cz/SiteCollectionImages/Info_service/news/Fabia_RS/780x585/01.jpg

4.2 Vývoj značky Škoda

Stejně tak, jako se vyvíjel samotný podnik Škoda Auto, vyvíjelo se i jeho logo a značka. Dle níže uvedeného přehledu je patrné, jak se logo postupem času měnilo:

Tab. 2: Vývoj firemního loga Škoda

	1895 – 1905
	1905 – 1925
	1926 – 1933
	1926 – 1990
	Od roku 1991 do současnosti

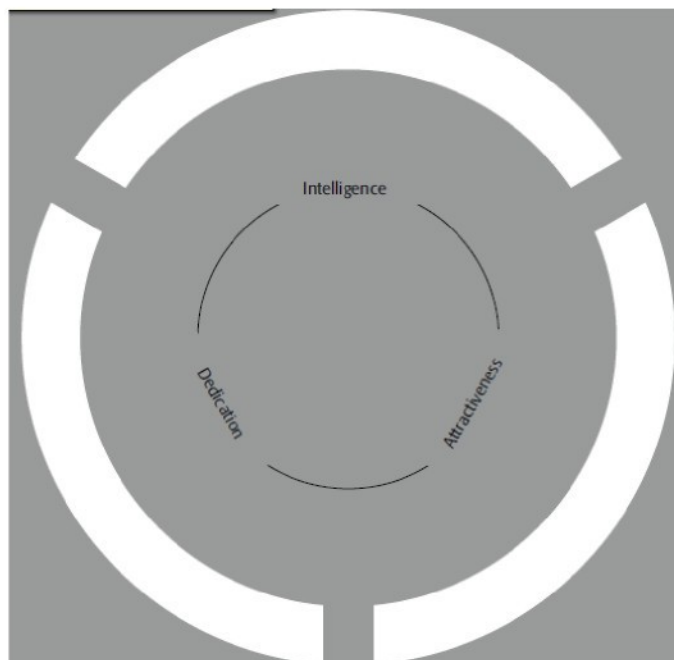
Zdroj: <http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/tradition/logo/Pages/logo.aspx>

Jak ukazuje tabulka, v současnosti je platné logo zeleného okřídleného šípů ve velkém černém kruhu. Logo je obrazem značky a má svůj výklad:

- **Velký kruh** (mezikruží) – všestrannost výroby, dokonalost produkce, zeměkoule, svět
- **Perut'** (křídlo) – technický pokrok, rozpětí výrobního programu, odbyt výrobků ve světě
- **Šíp** – pokrokové výrobní metody, vysoká produktivita práce
- **Kroužek** (oko) – přesnost výroby, technická bystrost, rozhled
- **Černá barva** – stoletá tradice
- **Zelená barva** – ekologická produkce, ochrana životního prostředí, recyklace použitých materiálů [8]

Obraz značky definuje vlastní vnímání značky Škoda. Stanovuje její strategické zaměření a jednoznačně ji odlišuje od konkurence. Prosazováním všech kritérií obrazu značky vytvoříme svět prožitků pro zákazníky: dnešní obraz značky se takto zítra stane součástí vnímání zákazníků.

V roce 2003 byl veřejnosti představen nový Brand Guide Line (vize značky) značky Škoda. Nové prohlášení značky „Škoda – Simply Clever“ je podepřeno hodnotami značky „Intelligence“, „Attractiveness“ a „Dedication“. Tyto základní hodnoty se stále odrážejí ve firemní komunikaci, produktové strategii, podnikové kultuře i každodenním jednání.



Obr. 2 – Brand Guide Line - Simply Clever

Zdroj: interní materiály Škoda Auto

Intelligence – Intelligence

Vozy Škoda jsou charakteristické technikou orientovanou na zákazníka. S vozy Škoda získá zákazník nejen variabilní a prostorná auta, ale i auta s velmi dobrým poměrem cena/výkon.

Attractiveness – Přitažlivost

Díky pokrokovému, a přitom klasickému, atraktivnímu a energickému designu, může Škoda nabídnout vůz se špičkovým designem, výkonem a jízdními vlastnostmi. Vše je doladěno jedinečným řešením detailů a vynikajícím jízdním komfortem.

Dedication – Obětavost

Jediným cílem je nadchnout zákazníka. K jejich dosažení je důležitý osobní a intenzivní vztah ke každému zákazníkovi, který je spojen s kvalitou vozů Škoda.

4.3 Organizační struktura Škody Auto

Vrcholovým orgánem společnosti je představenstvo, které má 7 členů. V čele stojí předseda představenstva, kterým je v současné době Reinhard Jung.

Každý z členů představenstva zastupuje jednu oblast:

- Komunikace a kvalita, oblast G, Reinhard Jung
- Ekonomie, oblast E, Winfried Krause (od 04/2010)
- Prodej a marketing, oblast P, Reinhard Fleger
- Nákup, oblast N, Karlheinz Emil Hell – nová oblast v celé historii (od 01/2010)
- Výroba a logistika, oblast V, Michael Oeljeklaus (od 08/2010)
- Technický vývoj, oblast T, Eckhard Scholz
- Personalistika, oblast Z, Klaus Dierkes

5 Nákup Škoda Auto

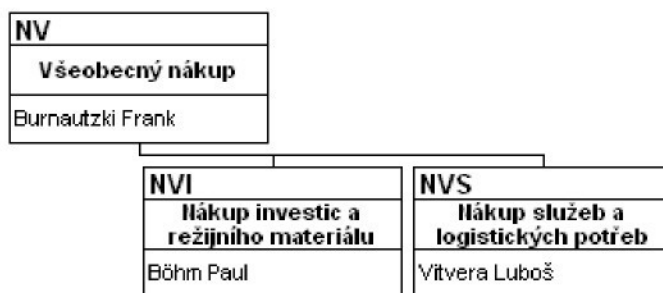
Oddělení, které má ve firmě Škoda Auto na starosti nákup dodávek a služeb pro závody Mladá Boleslav, Kvasiny a Vrchlabí se nazývá Všeobecný nákup, interně označovaný písmeny NV. Oddělení je dále dle činností rozděleno na NVI – Nákup investic a režijního materiálu a NVS – Nákup služeb a logistických potřeb.

Tento útvar odpovídá za nabídky od externích firem, za jednání s dodavateli, za ceny a jiné podmínky. Zajišťuje také zpracování odpadů a prodej nepotřebných zásob zaměstnancům.

5.1 Struktura útvaru Všeobecného nákupu a jeho činnosti

Útvar Všeobecného nákupu je, jak již bylo zmíněno, rozdělen na oddělení NVI – Nákup investic a režijního materiálu a NVS – Nákup služeb a logistických potřeb.

Struktura útvaru NV vypadá takto:



Obr. 3 – Struktura Všeobecného nákupu

Zdroj: interní materiály Škoda Auto

Hlavními činnostmi útvaru NV jsou níže uvedené aktivity:

- výběr a optimalizace struktury dodavatelů v rámci koncernu a jeho procesu CSC
- podpora nákupních činností v zahraničních lokalitách společnosti (Čína, Indie, Rusko, ...)

- prodej nepotřebných zásob a šrotové hospodářství
- recycling
- smluvní zajištění dodávek, snižování nákladů

Tyto činnosti jsou dále rozčleněny dle útvarů a zabývají se nákupem těchto dodávek a služeb:

NVI – Nákup investic a režijního materiálu

- lisovací zařízení
- zařízení na výrobu a manipulaci s karoseriemi
- zařízení do lakoven
- montážní zařízení
- transportní zařízení
- zařízení určená k obrábění
- IT-zařízení
- měřicí a zkušební technika
- stavební práce a infrastruktura
- logistické služby
- stavební a sanitární materiál
- nábytek
- šroubovací a svařovací technika
- ruční nářadí
- oleje, tuky, brusný materiál
- provozní prostředky

- kancelářský materiál,
- palubní literatura
- CTM management (C-Teile management)
- výstavy a veletrhy
- služební cesty
- tlumočnictví, překladatelství
- prodej šrotu
- prodej použitého zařízení

V roce 2008 bylo jedním z hlavních úkolů oddělení Všeobecného nákupu podílet se na rozšíření pobočného závodu Kvasiny. Vedle výstavby nové montážní haly a svařovny se jednalo o výrobní zařízení a technologie, které umožňují integrovanou výrobu více modelů, v tomto případě modelu Škoda Superb, Škoda Superb Combi a Škoda Yeti.

Dalším významným projektem bylo pořízení zkušební technologie pro nové Technologické centrum vývoje Škoda Auto. Jak s náběhem výroby modelů Škoda Superb a modernizovanou verzí Škoda Octavia, tak s rostoucími počty expedovaných rozložených vozů vyvstaly před Všeobecným nákupem úkoly zajistit potřebné logistické toky. Celkový počet dodavatelů Všeobecného nákupu dosáhl v roce 2008 úrovně 5 460 (2007: 5 579), přičemž celkový objem Všeobecného nákupu tvořil 17,4 mld. Kč (2007: 17,7 mld. Kč). [7]

5.2 Informační systémy využívané interně v podniku

Všechny informační systémy, které jsou ve firmě Škoda Auto využívány, jsou nástrojem interakce, neboť zajišťují vzájemné propojení jednotlivých subjektů. Jsou nutné k zefektivnění práce, protože jednou již nashromážděná data jsou uchovávána, aby mohla být do budoucna opět co nejefektivněji využita.

Zaměstnanci společnosti Škoda Auto si službu nebo produkt mohou objednat pomocí systému EBP. Po elektronickém odsouhlasení předem nadefinovaných osob je tzv.

objednací návrh (dokument vzniklý systémem EBP) předán do útvaru Všeobecného nákupu. Zde jsou využívány informační systémy, jejichž základem je systém SAP. Pro komunikaci s dodavateli je využívána platforma B2B, které se věnuji v následující kapitole 6.

Pro ještě větší efektivnost využívají pracovníci kromě systému SAP samozřejmě také internet, intranet a e-mailovou komunikaci.

5.2.1 Systém SAP

Systém SAP je centralizovaný informační systém, vyvinutý společností SAP, která na českém trhu působí od roku 1992. Firma SAP je největším dodavatelem softwaru pro informační systémy podniků. Ihned v roce 1992 byl systém SAP implementován ve firmě Škoda Auto a.s. Systém SAP propojuje podnikové procesy s procesy dodavatelů a zákaznických firem.

Ve Škoda Auto byl zaveden systém SAP R/3, jako informační systém s již upraveným standardem na českou právní úpravu. Skládá se z různých modulů, jako např. finanční účetnictví, skladové hospodářství, logistika, podpora prodeje nebo plánování výroby. [3]

V útvaru Všeobecného nákupu je systém SAP R/3 využívám modulem MM – Materiálové hospodářství. Tento modul slouží především k vystavování objednávek.

Systém SAP usnadňuje nákupčím jejich činnost. V systému pomocí standardních neměnicích textů jsou nadefinovány podmínky, podpisové vzory, dodavatelské podmínky atd, které nákupčí nemusí při každé objednávce znovu psát. Objednávky jsou tak snadno dohledatelné pomocí jejich čísel; je možné získávat potřebná data; může být doložen celý proces apod.

Na druhou stranu je práce nákupčích přímo závislá na tomto systému a bez jeho fungování je omezena i jeho činnost a nemá jinou možnost, jak objednávky vystavovat.

5.2.2 Systém EBP

Systém EBP je zkratkou počátečních písmen Enterprise Buyer Professional.

Jedná se o nadstavbu systému SAP, který využívají téměř všichni pracovníci (musí mít aktivní oprávnění) firmy Škoda Auto a.s.

EBP je využíván jako systém pro elektronické vystavování nákupních dokladů, tzn. požadavků na objednávku (POBJ). POBJ vystavuje vždy odborný útvar a po jeho elektronickém schválení je další „stanicí“ útvar Všeobecného nákupu.

V systému EBP existují tři možnosti, jak vystavit „košík“:

- výběrem ze skladových položek
- výběrem z E-Katalogu
- samotným popisem požadavku

Výběrem ze skladových položek může objednavatel objednávat například kancelářské, počítačové nebo reklamní potřeby. Jedná se o potřeby, které jsou nasmlouvány firmou na určité období, vloženy do katalogu položek a objednavatel si tak během určeného období může vybírat z aktuální nabídky. Co není na skladě, není v systému. Odborný útvar, zabývající se celou distribucí (útvar EOC, který zajišťuje management kancelářských služeb), následně zajistí doručení materiálu přímo k odběrateli.

E-Katalog představuje externí katalog, kterým nejčastěji výroba objednává především potřebná nářadí.

Samotným popisem požadavku si může objednavatel objednat téměř cokoliv, co není obsahem dvou předchozích skupin.

Systém EBP slouží jako náhrada běžných objednacích návrhů v papírové podobě. Celý proces probíhá elektronickou formou, která celý systém urychluje. Je dostupný z komunikačního serveru – Můj portál – a přístupný po udělení oprávnění, o které musí uživatel požádat.

Při žádosti si uživatel musí vyplnit požadavek na zřízení a požádat o přidělení role.

Role, které mohou být zaměstnancům přiděleny, jsou následující:

- role Žadatel – objednává sám za sebe
- role Sekretářka – objednává sám ze sebe, ale i za ostatní (např. vedoucí)
- role Manager – neboli schvalovatel v rámci útvaru, může být ekonom, controlling, odborný útvar nebo jiná osoba s podpisovým oprávněním
- role Administrátor – jedná se o roli pro údržbu rolí ostatním (bývá odpovědná osoba za systém, tzv. GEKO)

Jak bylo zmíněno, systém EBP je náhradou za papírové objednávací návrhy. Ty vznikají pomocí systému a jsou elektronicky postupovány a schvalovány. Každý objednávací návrh má svůj postup schvalování, který je předem nadefinovaný. Rozdílů jsou dle výše ceny objednávacích návrhů, charakteru služby či materiálu.

V systému jsou od sebe odlišeny objednávací návrhy investiční a objednávací návrhy režijní.

U režijních objednávacích návrhů rozlišujeme tři druhy schvalování:

- věcné
- odborné
- finanční

Věcné schvalování je prováděno nejbližší osobou s patřičným podpisovým oprávněním nebo pracovníkem, který je na vyšším postu a má podpisové oprávnění.

Odborné schvalování provádí odborný útvar, který je za technickou stránku odpovědný, například útvar zabývající se IT technologiemi, nebo útvar výstavby apod.

Finanční schvalování probíhá většinou automaticky, protože je systémem nastaven finanční limit, podle kterého ke schvalování dochází.

Druhou skupinou objednacích návrhů jsou investiční objednací návrhy. Jedná se již o poněkud složitější proces, který má, oproti režijním objednacím návrhům, o 3 kroky navíc.

Tzn., že schvalování investičních objednacích návrhů může být až šestidruhovové:

- schválení koordinátorem investic (dle oblasti žadatele)
- věcné schválení (nastavuje vedoucí žadatele)
- schválení oblastním schvalovatelem (není vždy, nepovinné)
- odborné schválení (dle odbornosti)
- schvalování investičním kontrolérem (dle pracovníka na controllingu)
- schválení investiční účtárnou

Jakmile je košík schválen, automaticky se z něj stane POBJ, tedy požadavek na objednávku. Dle charakteru služby nebo materiálu je přiřazen kompetentnímu nákupčímu. Ten již odpovídá za vystavení objednávky a v případě potřeby také zahájí výběrové řízení.

5.3 Realita výběru dodavatele ve Škoda Auto

Než se začneme zabývat samotným procesem výběrových řízení ve firmě Škoda Auto, dovolte mi upozornit na jednu zásadní skutečnost. Ačkoliv teorie nám říká, že při výběru dodavatele by firma měla brát v úvahu všechna kritéria – emocionální i racionální faktory – Škoda Auto jde svou cestou.

Firma naprosto eliminuje emocionální faktory a vše podřizuje pouze faktorům racionálním.

Praxe je taková, že firma jde při výběru svou vlastní cestou, nezáleží, zda dodavatelské firmy do Škoda Auto již dodávaly, žádná z firem si nemůže být jistá, že svou zakázku získá i v dalším období, pouze na základě předchozích objednávek.

Doba si vyžaduje neustále inovace a úspory a proto je tlak na nižší ceny stále vyšší.

5.3.1 Samotné výběrové řízení

Výběrové řízení neprobíhá vždy podle stejného scénáře. Jeho způsob můžete rozčlenit do následujících skupin dle předpokládané výše dodávky:

- CTM (C-Teile Management) – do výše 60 tis Kč
- Střední obchodní případ – do 50 tis EUR
- Velký obchodní případ – nad 50 tis EUR

CTM vznikl jako reakce na snahu urychlit celý proces objednávání u malých případů. Podstatou je, že výstavce objednávacího návrhu si již v procesu objednávání zvolí předpokládaného dodavatele a výše celého objednávacího návrhu nesmí překročit hranici 60 tisíc Kč. Bez ohledu na to, o jakou službu se jedná, postupuje objednávací návrh přímo do tzv. CTM (C-Teile Management).

Určený nákupčí tak pomocí SAP tiskne všechny objednávky, které jsou během dne k dané skupině přiřazeny a každý den tak odchází z nákupu dávka objednávek, bez zbytečných odkladů a s co největší časovou úsporou.

U středního obchodního případu, který se pohybuje do max. výše 50 tisíc EURO, je již součástí objednávacího návrhu tzv. Technické zadání, které vyhotovuje odborný útvar, jenž danou službu či materiál požaduje. Pouze odborný útvar totiž ví, jaké vlastnosti musí daná služba či materiál splňovat a ucelené požadavky jsou obsahem právě zmiňovaného Technického zadání.

Do útvaru nákupu se dostane přehled technicky vyhovujících i technicky nevyhovujících dodavatelů. Technicky vyhovující jsou poté nákupem obchodně projednány a vše je zaprotokolováno pomocí Jednacího protokolu, který stvrzuje i dodavatel. Poté již dochází přímo k vystavení objednávky, která je vybranému dodavateli doručena.

Střední obchodní případ tedy není projednán pomocí systému GLOBE, o kterém hovořím v kapitole 6.4

5.3.2 Výběrové řízení pomocí Global Sourcingu

Nad hranici 50 tisíc EURO již hovoříme o tzv. velkém obchodním případě, kdy k jeho projednávání využívá útvar Nákupu systém GLOBE. Dané řízení má název Global Sourcing. Podstatou tohoto výběrového řízení je vybrat, co nejvhodnější dodavatele na světě. Global Sourcing využívají všechny závody koncernu VW a zajišťují tak co nejvhodnější výběr potencionálního dodavatele.

Celý proces začíná u vystavení objednáčím návrhu odborným útvarem, který také vyplní již zmiňované Technické zadání. Protože se jedná o velký obchodní případ, je také nutné schválení objednáčím návrhu útvarem Controllingu.

Jakmile je toto schvalování u konce, postoupí objednáčím návrh do útvaru Nákupu. Zde, příslušný nákupčí, již stanoví okruh dodavatelů, kteří budou poptáni. Jejich volba je plně v kompetenci útvaru Nákupu, odborný útvar však může některé firmy doporučit.

Nákupčí tak sestaví tzv. Bieterliste, tedy seznam všech možných a doporučených dodavatelů.

Další postup se liší dle výše objednáčím návrhu, která se udává v eurech.

50.000 – 250.000 €:

Schválení celého obchodního případu proběhne interně, v rámci tzv. interního Pre-Meetingu. Jedná se o interní jednání, kterého se účastní vedoucí útvaru Všeobecného nákupu, jeho nákupčí a koordinátoři, kterých se daný případ týká.

250.000 – 1.000.000 €:

Obchodní případy, které spadají do této hranice, se schvalují na tzv. Pre-Meetingu, který se koná den po interním Pre-Meetingu. Na tomto jednání jsou obchodní případy prezentovány pomocí videokonference s VW. Vždy mají možnost se k případu vyjádřit pracovníci nákupů celého koncernu.

1.000.000 € a výše:

Obchodní případy, které jsou vyšší než tato cenová hranice, jsou již projednávány přímo ve Wolfsburgu, tedy ve VW. Toto jednání se nazývá CSC – Corporate Sourcing Comitee.

Toto grémium rozhoduje o vhodnosti a potvrdí nebo zamítne vybraného dodavatele. Jednání CSC probíhá každý týden, celý rok a účastní se ho všichni vedoucí všech útvarů nákupu v koncernu.

5.3.3 Vybraný dodavatel a nabídka

Jakmile je vypracován seznam možných potenciálních dodavatelů, je nákupčím do dodavatelských firem rozesílána informace se žádostí o vyplnění a stanovení nabídky na konkrétní službu či materiál. Poptávka, která je do společností zasílána, musí splňovat nařízené náležitosti:

- popis a charakteristika
- číslo poptávky
- jméno osoby, která zodpoví případné otázky
- datum, do kdy musí být nabídka odevzdána
- forma odevzdání
- dodací podmínky
- platební podmínky, ...

Všechny doručené nabídky předá nákupčí odbornému útvaru k technickému posouzení a případnému technickému jednání s potenciálními dodavateli. Podstatou těchto jednání je další dodatečné upřesnění požadované služby nebo prostor pro případné dotazy dodavatelů. Jednání probíhají samostatně, nikoliv všechny firmy dohromady.

Po uzavření technických jednání odborný útvar stanoví přehled firem, které jsou technicky vyhovující nebo technicky nevyhovující.

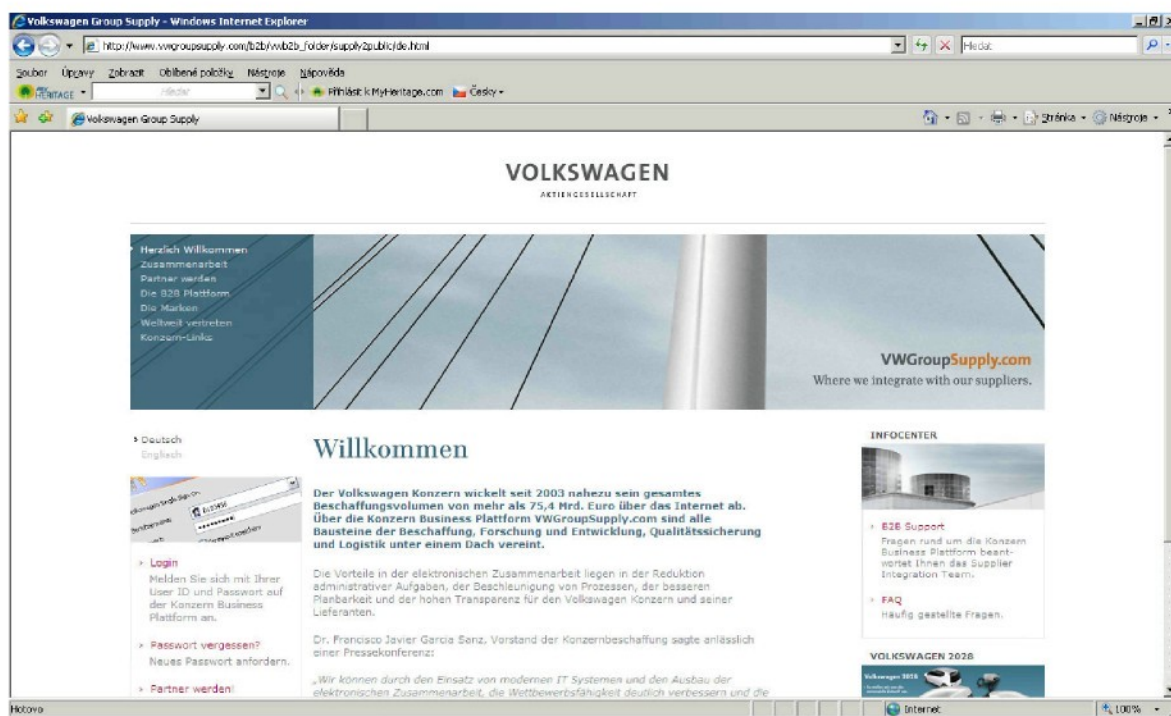
S dodavateli, kteří jsou odborným útvarem označeni jako technicky vyhovující, je útvarem Nákupu vedeno obchodní jednání, jehož cílem je vyjednat pro Škoda Auto, co nejvýhodnější podmínky. Hlavní jednání se týká vyjednávání cen, které se nákupčí snaží ponížít. Vyjednávání může probíhat pomocí online jednání, o kterých hovořím v kapitole 6.5

6 B2B platforma dodavatelů

Pro komunikaci s dodavateli je ve firmě Škoda Auto a.s. využito platformy B2B, která byla zavedena v roce 2002 a neustále se vyvíjí. Existují novější verze, které se snaží být pro dodavatele uživatelsky co možná nejpřijatelnější.

K tomu, aby dodavatelé mohli komunikovat s firmou, je nutné, aby měli přístup k internetu. K aplikaci B2B se dodavatelé přihlásí přes internetovou adresu, která je provozována na serverech koncernu VW: www.vwgroupsupply.com

Uživatel si může vybrat ze dvou jazyků – anglický nebo německý.



Obr. 4 – Úvodní strana internetového portálu VW

Zdroj: <http://www.vwgroupsupply.com>

Vzhledem k tomu, že aplikace „běží“ na serveru VW, odpovídají za její funkčnost také pracovníci koncernu VW, tzv. Supplier Integration Team. Tým vznikl v roce 2003 a jeho členové jsou k dispozici od pondělí do pátku od 8:00 do 18:00 hodin. Pracovníci tohoto kolektivu jsou jazykově vybaveni tak, aby byli schopni se domluvit s dodavateli z 10-ti zemí (jedna z pracovníků je i česky hovořící a pomáhá tak usnadnit komunikaci s dodavateli

z České republiky, kteří neovládají cizí jazyk). Možností, jak tento help desk kontaktovat je více: telefonicky, faxem i mailem.

6.1 Nutné předpoklady pro využívání B2B platformy

Nutnými předpoklady, které musí dodavatelé splňovat, aby mohli bez problémů využívat platformu B2B jsou:

- přístup k internetu
- DUNS číslo
- sídlo firmy (adresa)
- kontaktní partner

V předešlé kapitole jsem zmínila přístup k internetu, který je jediným možným kanálem, jak se na platformu B2B přihlásit. Dalším předpokladem, který je nutný při zaregistrování firmy, je tzv. DUNS číslo. O tomto více v následující kapitole.

6.1.1 DUNS & BRADSTREET (D-U-N-S číslo)

Registrací na portálu DUNS & BRADSTREET (www.upik.de) musí firma zažádat o přidělení tzv. DUNS čísla. Jedná se o 9-ti místné číslo, které je jedinečné (jako rodné číslo u člověka) a je uváděné ve formátu xx-xxx-xxxx (někdy však tolerované i psané dohromady).

Jedná se o světový zdroj hospodářských informací po více než 160 let. D&B poskytuje informace, nástroje a zkušenosti, které dodavatelům umožňují rozhodovat v podnikání s jistotou. Zákazníci používají produkty D&B k činnostem označeným Řízení úvěrových rizik za účelem omezení nebezpečí spojených s poskytováním úvěrů, D&B Marketingové informace pro získávání nových zákazníků a D&B Řízení nákupu pro efektivní vztahy s dodavateli. Firmy také využívají informací a technologií D&B k ověření a prověření potenciálních obchodních partnerů on-line, což zvyšuje jejich důvěru a jistotu při elektronických transakcích. Po zaregistrování získá dodavatel unikátní identifikační

devítimístný číselný znak zavedený společností Dun & Bradstreet. Pomocí DUNS je možné spolehlivě nalézt firmu v kterékoli části světa a v řadě případů rozpoznat její vlastnické vazby. D&B sleduje pomocí DUNS čísel vazby mezi mateřskými a dceřinými společnostmi, ústředím a pobočkami. Systém je používán nejvlivnějšími světovými organizacemi, je uznáván, doporučován a vyžadován více než 50 světovými průmyslovými a obchodními uskupeními, OSN, vládami USA a Austrálie, Evropskou komisí. [1]



Obr. 5 – UPIK databáze

Zdroj: <http://www.upik.de/>

DUNS číslo je v současnosti standardní identifikací pro firmy na celém světě. Vyřízení a přidělení čísla trvá max. 6 týdnů a po obdržení DUNS čísla se dodavatel již může zaregistrovat na portálu www.vwgroupsupply.com pod záložkou „Partner werden!“ nebo „Team up with us!“ (dle výběru jazykové mutace), o kterém jsem psala v předchozí kapitole.

Firmy, které získají své DUNS číslo, se mohou tedy okamžitě zaregistrovat na zmiňované platformě www.vwgroupsupply.com. Jakmile dojde k registraci, jsou všechny firmy automaticky zařazeny do tzv. LDB (Lieferantendatenbank). Jedná se o databázi dodavatelů.

Proč je vlastně tato registrace pro dodavatelské firmy tak důležitá?

Samotný systém vznikl jako důsledek vzrůstající neuspořádanosti informací o dodavateli v jednotlivých koncernových systémech. Každý z nákupních systémů využívaných ve VW měl svoji vlastní databanku kmenových záznamů o firmách, dodavateli, jejich výrobním programu, finančních datech, atd. Při změně aktuálních údajů o firmě nebyly tyto informace aktualizovány ve všech programech, neboť neexistoval mechanismus, jak to zajistit. Právě z těchto důvodů byla LDB založena. Jakmile dodavatel obdrží své DUNS číslo, zaregistruje se na adrese www.groupsupply.com. Na této platformě dodavatel vyplní základní údaje o firmě a administrátorovi a uvede zde možné oblasti spolupráce. Informace se tak stanou přístupné v rámci celého koncernu. Pracovníci tzv. Supplier Integration Teamu zkontrolují zadané údaje s údaji uvedenými v databázi D&B. A to vše lze pouze v případě, že dodavatel má své vlastní DUNS číslo.

Proto je registrace na tomto portálu pro společnost Škoda Auto, VW koncern i dodavatelské firmy tak důležitá.

Samotný proces registrace se stává z několika kroků:



Obr. 6 – Registrační proces

Zdroj: interní materiály Škoda Auto

- vyplnění personálních dat (údaje o podniku a administrátorovi)
- vyplnění formuláře „B2B-Nutzungsvereinbarung“ a zaslání do VW

- po obdržení hesla dokončit registraci a doplnit informace o nabízejících službách
- jmenování firemního administrátora

6.1.2 Základní údaje o podniku (firma a administrátor)

Při prvním a druhém kroku je dodavatel vyzván k vyplnění základních údajů o podniku. Jakmile tyto údaje vyplní, obdrží do emailové schránky registrační údaje (heslo a jméno). Tyto údaje mají platnost pouze 3 dny, proto je nutné po jejich obdržení ihned změnit systémově přidělené heslo na vlastní bezpečné heslo. Po následném přihlášení může začít samotná registrace. Nejprve se vyplňují informace o administrátorovi firmy.

Obr. 7 – První krok registrace na VW platformě

Zdroj: <http://www.vwgroupsupply.com>

Konkrétně se jedná o:

- titul: dosažený akademický stupeň, oslovení osoby, např. pan, paní, madam, atd.
- příjmení, jméno, rodné jméno, přídomek před jménem: šlechtický přídomek, např. von, van, dodatek za jménem: šlechtický titul, např. hrabě, lord atd.
- místo narození a stát, poštovní adresa
- útvar: interní oddělení ve firmě, kterému je pracovník externí firmy přidělen, adresa firmy: obchodní poštovní adresa pracovníka externí firmy v jeho podniku, poštovní schránka, PSČ, město, spolková země: je uvedená v obchodní poštovní adrese
- telefon/ email, telefonní číslo: uvedené ve formě předvolby státu, předvolby města, tel. číslo firmy a případné provolby, číslo faxu: uvedené ve stejné formě, jako číslo telefonní
- emailová adresa: obchodní emailová adresa pracovníka (administrátor), na kterou budou zasílány e-maily s přístupovými daty pro dodavatelskou platformu
- preferovaný jazyk: jedná se o jazyk, ve kterém budou psány e-maily z platformy dodavatelů pro pracovníka externí firmy. Vybrat si mohou z anglického nebo německého jazyka

Po vyplnění potřebných údajů je formulář potvrzen a odeslán. V případě chybných údajů (špatná předvolba, neexistující DUNS číslo,...) systém upozorní na chybu a vyzve uživatele k opravě. Do systému odchází pouze korektní data. Veškeré údaje jsou verifikovány. Jakmile je vše úspěšně provedeno, registrátor obdrží přístupová data, aby se mohl přihlásit na www.vwgroupsupply.com, jako uživatel na dodavatelské platformě. Posledním krokem je založení identity uživatele. K tomu je potřeba zvolit administrátora firmy nazývaného „Company Admin“, o kterém se zmíním v jedné z dalších kapitol.

Jakmile registrátor založí veškeré údaje potřebné k úspěšné registraci, obdrží ještě jednu potvrzovací informaci, zda vše proběhlo úspěšně. Následně je firma povinná prostudovat,

schválit a vyplnit formulář B2B-Nutzungsvereinbarung, o kterém se zmíním v následující kapitole. Na odeslání formuláře má firma 6 týdnů, během kterých má její registrace status „nedokončeno“ avšak s plnými právy. V případě, že centrála obdrží podepsaný dokument, elektronicky dodavatele schválí a firma má tak již plnou registraci a splňuje všechny podmínky. V případě, že Supplier Integration Team potřebné dokumenty neobdrží, vyzve dodavatele během 6-ti týdnů emailem a pokud ani v tomto případě nedojde k zaslání dokumentace, je registrace dodavatele zablokována a dodavatel tak nemůže využívat databáze www.vwgroupsupply.com pro nesplnění podmínek.

6.1.3 B2B-Nutzungsvereinbarung

Okamžitě po zaregistrování obdrží firma tzv. B2B-Nutzungsvereinbarung (viz. příloha). Jedná se o dokument o cca 9 stránkách, ve kterém jsou přesně daná kritéria a povinnosti obou stran. Jedná se například o zavázání se firmy, že v případě obdržení zakázky, je povinna dodržovat mlčenlivost o tajných informacích, které by mohly poškodit firmu Škoda Auto a.s. atd.. V této smlouvě dodavatel doplňuje ručně přesnou adresu firmy, DUNS číslo a na závěr je nutné smlouvu podepsat a opatřit razítkem. Kompletní dokument zašle dodavatel na adresu B2B-týmu do Wolfsburgu, do Německa. Jakmile tým ve VW smlouvu obdrží, překontroluje veškeré údaje a pokud je vše v pořádku, elektronicky potvrdí správnost údajů a registrace je úspěšně a kompletně dokončena. Dodavatel je o kroku ihned informován a okamžitě může využívat veškerá práva, která s oprávněním souvisí.

Dodavatel tak ihned získává přístup k následujícím aplikacím:

- všeobecné dokumenty
- B2B
- uživatelský management
- výzkum a vývoj
- databáze dodavatelů
- infobox
- news

- online normy
- dokumenty o kvalitě

Firma může mít přístupná i další oprávnění, ale ty jsou již přidělovány přímo týmem ve VW, sám si je uživatel nepřihlíží.

6.1.4 Doplnění dodatečných informací

Po obdržení hesla je firma povinna doplnit informace o nabízených službách. Jedná se o jakousi vizitku firmy, která bude prezentována v celém koncernu VW. Vyplňuje se zde:

- oblast podnikání
- relevantní firemní data
- kontaktní osoby z více útvarů podniku (nákup, fakturace, marketing,...)
- firemní spektrum poskytovaných služeb

Firma je povinna si při registraci zvolit svého administrátora, tzv. „Company Admin“. Administrátor je osoba, která je zodpovědnou osobou za firmu a současně i osobou kontaktní. Administrátor firmy má za úkol:

- založit identitu
- přidělit přístupová práva a aplikace platformy, tzv. role uživatelům – např. role OVS
- může přidělovat a měnit hesla
- deaktivovat nepoužívané uživatele, zakládat nové uživatele
- pečovat o aktualizaci osobních dat uživatelů

6.2 *Proces samotné registrace a možné statusy dodavatele*

Doposud jsem přiblížila povinnosti dodavatele, jak ale nákupčí zjistí, že firma má již provedenou registraci?

Odpověď je jednoduchá. Nákupčí se přihlásí na portál VW, zadá DUNS číslo potřebného dodavatele a následně zjistí, jaký má dodavatelská firma status.

Status firmy může mít 5 podob:

- D&B
- Ersterfassung
- Bewerber
- Neu
- Aktive

Co znamenají výše uvedené statusy, vysvětlím podrobně v dalším výkladu:



Obr. 8 – Registrační statusy

Zdroj: interní materiály Škoda Auto

Status D&B

Přesná definice: Základní údaje dodavatele jsou v LDB zadány

Co to znamená:

- základní firemní data, struktura podniku a jednatel z databáze D&B jsou zadána
- jsou zadány další záznamy společnosti VW (např. dodavatelské číslo, číslo kreditora, apod.)

Status Ersterfassung

Přesná definice: Dodavatel je ve fázi zadávání dat do LDB

Co to znamená:

- dodavatel je ještě v registračním procesu
- při jakýchkoliv dotazech směřovat stále na tým SIT ve VW

Status Bewerber

Přesná definice: Dodavatel ukončil zadávání dat do LDB

Co to znamená:

- dodavatel je ještě v registračním procesu
- dodavatel již ukončil i zadávání dat v LDB
- zbývá vyplnit a zaslat B2B-Nutzunsvereinbarung a určení firemního administrátora (Company Admin)

Status Neu

Přesná definice: Dodavatel je registrovaný na B2B platformě

Co to znamená:

- jmenován firemní administrátor (Company Admin)
- mohou být udělována práva k aplikacím platformy
- jedná se o nového dodavatele bez dřívějších zkušeností s kontakty přes platformu

Status Aktive

Přesná definice: Dodavatel je registrovaný na B2B platformě

Co to znamená:

- oproti statusu „Neu“ znamená, že dodavatel je již zkušeným dodavatelem a má obchodní kontakty s VW koncernem

Může nastat situace, kdy v předem určené lhůtě 6 týdnů, firma dokument B2B-Nutzungsvereinbarung nezašle. Dodavatel je tak v systému označen jako „dočasně uvolněný“ a je mu určeno další datum, do kterého je povinen vše napravit. VW tak vychází vstříc dodavatelům, kdy může zpoždění nastat zpožděním pošty apod. Podle časové dostupnosti tak můžeme označit průběh doručení smlouvy jako optimální nebo problematický.

V případě optimálního průběhu trvá celý proces max. uvedených 6 týdnů. Poté má dodavatel již úplný a neomezený přístup na platformu.

Pokud je průběh problematický, znamená to, že dodavatel nesplnil požadovanou lhůtu 6 týdnů. O termínu byl informován včas a mohl se tak přizpůsobit. V případě, že tedy opravdu tato situace nastane, je přístup dodavateli na platformu dočasně uzavřen. Následuje 4týdenní lhůta, do které musí vše napravit. Pokud v tomto období chce již dodavatel se Škoda Auto a.s. spolupracovat a dostávat zakázky, musí se zkontaktovat se Supplier Integration Teamem, který mu na základě nafaxované kopie smlouvy účet odblokuje, ale pouze na stanovené 4 týdny. Tato doba je maximální doba, do které musí být doručen originál podepsané smlouvy B2B-Nutzungsvereinbarung.

Pokud ani tak není termín dodržen, dostává dodavatel poslední možnost, jak vše napravit a obdrží poslední prodloužení ve lhůtě 2 týdnů. Celkem všechna prodloužení představují dalších 6 týdnů (dohromady 12). Nyní je již na Supplier Integration Teamu, jak celou situaci vyřeší a jak naloží s dodavatelem a jeho registrací.

Mohou nastat situace, kdy se dodavatel nachází v následujících statusech:

- přístup mírně omezený
- přístup otevřený
- přístup suspendovaný

Přístup mírně omezený znamená, že dodavatel se může na platformu přihlásit, ale může využívat pouze omezené aplikace, které jsou označovány jako standardní.

Přístup, který je označen jako otevřený, je zcela neomezený přístup. Dodavatel tak nepozná žádné omezení.

Suspendovaný přístup je již označení pro úplné zablokování dodavatele, tedy nemá žádný přístup na platformu.

To, jak je dodavatel na platformě registrován, hodně vypovídá i o firmě. Nákupčí je tak při poptávání firem ovlivněn právě tímto statusem a může se stát, že firma bez úplného zaregistrování nebude tolik poptávána jako firma s registrací úplnou. Dodavatelská firma bez úplné registrace, nebo problematické registrace, je vnímána jako firma, nemající velký zájem o spolupráci.

6.2.1 Výhody platformy B2B

Hlavní výhodou platformy B2B je bezesporu úspora času pro firmu i dodavatele. Nákupčí tak ihned zjistí, která firma a kolik dodavatelů danou službu nebo produkt nabízí, jaké jsou zkušenosti a reference na ně. Další výhodou je rychlá komunikace mezi oběma stranami a samozřejmě také úspora nákladů. Dodavateli tak nevznikají dodatečné náklady za jízdné a cestovné, které by vznikly, pokud by poptávky doručoval osobně.

6.2.2 Nevýhody platformy B2B

Za hlavní nevýhodu platformy B2B můžeme určitě označit jazykovou bariéru. Platforma totiž umožňuje vybrat dodavateli obsluhu portálu pouze v anglickém nebo německém jazyce. Tzn., že i komunikace e-mailové, faxové i telefonní probíhají pouze v těchto dvou jazykových mutacích. Ale, jak již bylo zmíněno, pro komunikaci s dodavateli byl zřízen Supplier Integration Team, ve kterém jsou pracovníci vybaveni tak, aby se byli schopni porozumět s dodavateli z 10-ti různých zemí světa. Pro česky hovořící dodavatele je k dispozici paní Danielle Teker, která pomáhá při řešení různých problémů s VW platformou našim firmám. Bohužel se i v současné době setkáváme s případy, kdy ve firmě nemluví nikdo ani jedním ze dvou nabízených jazyků a v případě nepřítomnosti paní Teker je komunikace tedy naprosto nemožná.

Dalším nevýhodou platformy B2B je častá obsazenost telefonních linek. Ačkoliv zde pracuje několik zaměstnanců, kteří se zastupují, může čekání na spojení trvat dlouho. Někteří dodavatelé ztrácejí trpělivost a může se stát, že než se nakonec zkontaktují, může uběhnout týden a firma, která např. čekala na oprávnění pro online jednání, tímto čekáním přijde i o možnost účastnit se online aukce. Jak jsem ale již zmínila, stává se to u firem, které svou registraci včas nezahájily nebo neřešily možné komplikace.

Na druhou stranu nám tato nepříjemná skutečnost s časovou náročností naznačuje, že zřízení Supplier Integration Teamu byl opravdu dobrý tah a dotazy dodavatelů, nebo vyřešení jejich problémů jsou nyní dosaženy v kratším termínu, než když tým vůbec neexistoval.

6.3 *GLOBE*

Další aplikací, která je v nákupu firmy Škoda Auto a.s. využívána v B2B komunikaci je program GLOBE. O systému GLOBE jsem v předchozích kapitolách hovořila ve spojitosti s výběrovým řízením a tzv. Global Sourcingem.

Tento program využívají pracovníci nákupu (pouze zaměstnanci, program je pro okolí neznámý) pro elektronické zpracování a rozesílání poptávek a zadávání nabídek. Jedná se

o systém, ve kterém se aplikují a sdílejí informace o nákupních případech nad 50.000 EURO v rámci všech oddělení všeobecného nákupu celého koncernu. Systém zajišťuje proces sestavení tzv. Bieterliste (seznam dodavatelů nabízejících danou službu nebo produkt), schválení Bieterliste, informace o nabídkách firem před i po technickém jednání a po obchodním jednání.

Dovoluji si nyní připomenout, jak celý proces probíhá, detailněji jsem se mu již věnovala v kapitole o výběrovém řízení pomocí tzv. Global Sourcingu.

Jakmile jsou jednotlivé případy zpracovány, následuje fáze, ve které dochází k finálnímu představení celého obchodního případu a jeho schválení. Dochází k tomu na tzv. Pre-Meetingu a CSC jednání. Jedná se o pravidelné termíny, které se uskutečňují každý týden na půdě koncernu Volkswagen a pomocí videokonferenčních jednání jsou přenášena do všech společností – tedy Škoda, Seat, Audi, VW Mexico, VW South Africa atd.

Na těchto jednáních je představen konkrétní obchodní případ, odprezentován se všemi přílohami, které s případem souvisí a v případě schválení je předáno k realizaci dodavateli. Videojednání probíhají každý týden, po celý rok.

Nevýhodou zmíněných jednání je zpracování veškerých podkladů v německém nebo anglickém jazyce. Samozřejmě se překlad do cizího jazyka nevyžaduje po dodavatelských firmách. Tato povinnost je úkolem každého nákupčího, který případ řeší.

Globe													
Globe													
Arbeitsvorrat Zurück Vorwärts Aktualisieren Speichern Logbuch Anhang Netz Verhandlungsprotokoll													
Grunddaten													
Bieter													
Bedarf													
Angebote													
Präsentation													
Vorgang													
Präsentation am: 11.02.2010													
Präsentationsblatt													
Stammdaten													
Altkennzeichen: SK 2009 000476 Status: Zur Präsentation													
vom: 30.10.2009 eClass: Palette (Metall, Packmittel)													
Einlieferer: Petr.Vondracek petr.vondracek@skoda-auto.cz Projekt/Budgetwert: 441.891 €													
+420-326-8-31828													
Sourcing Art: Ist(Default): K(K) Interner Beschreibung des Beschaffungsvorhabens:													
ONLINE VERHANDLUNG													
Spezialmetallbehälter fuer Transport der Karosserieteile nach Russland (Waggon AGS, 22 Positionen) - SKD													
Präsentation													
Vorgangsvolumen: 382.731 € Bieterlebensverlängerung: ja													
Projekt-/Budgetwert: 441.891 € Konzernstandardbieterliste: nein													
Vergabewert: 392.660 € Liefertermin: 08.01.2010													
Savings: 11,14 % Einzelbestellung Marke/Work: Mlada Boleslav													
Beschaffungsart: Program: Sonstige/Others													
Anforderer: Pavel.Ludky@skoda-auto.cz													
Bieter													
X	Marke	Lieferanten...	Land	BA Audit	LDB Status	Status	NW-Status	TP-Ergebnis	Vor Prüfung	Nach Prüfung	Nach Verhan...	WSA	Bemer
A	SK	skauter pal...	CZ	39	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	715.106 €	715.106 €	58.851 €	X	Angebot
A	SK	Strane...	PL	6	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	441.188 €	441.188 €	99.852 €	X	Angebot
A	SK	POLEIN Flot...	CZ	4	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	598.037 €	598.037 €	114.253 €	X	Angebot
A	SK	HESO s.r.o...	CZ	5	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	633.658 €	633.658 €	119.704 €	X	Angebot
V	SK	Volkswagen ...	BA	12	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	157.239 €	157.239 €	44.274 €		Angebot
V	SK	SANEXO spol...	CZ	0	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	349.885 €	349.885 €	175.236 €		Angebot
V	SK	DAMROB Sp...	PL	1	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	434.459 €	434.459 €	272.778 €		Angebot
V	SK	Upraco s.r.o...	CZ	0	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	548.651 €	548.651 €	462.279 €		Angebot
V	SK	Josef Sevc...	CZ	3	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	652.142 €	652.142 €	549.597 €		Angebot
V	SK	Korpel Dobr...	CZ	1	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	636.671 €	636.671 €	564.040 €		Angebot
V	SK	Paul Müller T...	DE	7	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	800.855 €	800.855 €	681.376 €		Angebot
SK	SK	Ayex Trade...	CZ	0	Aktiv	Angebot		technisch i.O.	75.568 €	75.568 €			Angebot
SK	SK	Transpa CZ...	CZ	0	D&B	Angebot		technisch i.O.	539.890 €	539.890 €			Absage
SK	SK	Koelsch und ...	DE	3	Aktiv	Absage Liefe...							
SK	SK	Svarovsky M...	CZ	0	Ersterfassung	Absage Liefe...							
SK	SK	WINTER, s...	CZ	0	Aktiv	Absage Liefe...							

Obr. 9 – Bieterliste

Zdroj: interní materiály Škoda Auto

6.4 OVS-Online Verhandlungs-System

OVS značí zkratku pro Online Verhandlungs-System (z německého jazyka a znamená systém pro online jednání). Tento systém slouží k uskutečňování jednotlivých online cenových jednání – tj. výběrového řízení. Odpovědná osoba nejprve sestaví příslušné online jednání, tj. nadefinuje jednotlivé účastníky, nastaví parametry jednání (dobu online jednání, stanoví, které informace mohou účastníci znát a které nikoliv, minimální a maximální kroky při změně ceny, atd...)

Parametry, které se musí na počátku nastavit, jsou následující:

- účastníci (firmy), kteří budou mít přístup na online jednání
- čas a délka online jednání
- parametry jednání, tj. jaký produkt nebo služba bude „dražena“ – (může jít o celkové ceny, jednotkové ceny, ceny servisních zásahů...)
- jaké údaje budou firmám (účastníkům) zpřístupněny a jaké ne
- výše nejlepší nabídky

V předem určený čas se jednotliví účastníci přihlásí na internetové stránce www.vwgroupsupply.com pod záložkou Beschaffung nebo Procurement (dle jazykové mutace), zadají své ID a heslo a dostanou se automaticky přímo na jim určené online jednání (online jednání je přístupné pouze předem nadefinovaným uživatelům).

Během online jednání systém sám vyhodnocuje informace a sestavuje průběžné pořadí jednotlivých firem – účastníků cenového online jednání, přičemž nikdo z těchto účastníků nemá možnost sledovat pořadí ostatních.

Celé jednání řídí odpovědná osoba, která má oprávnění během jednání zaslat zprávu, např. výstrahu o blížícím se ukončení, stejných cenách s konkurentem apod. Nikdy se konkurentům nezobrazují ceny, firmy tak nemají informaci, zda je jejich konkurence za nebo před nimi.

Používají se dvě možnosti určování pořadí: pomocí barevných proužků (tzv. semafor) nebo pomocí pořadí (1., 2., 3....), tzv. Ticker.

Charakteristické pro „semafor“ je, že se využívají tři barvy jako na běžném semaforu – zelená barva určuje dodavatele s nejlepší cenou, žlutá barva označuje „zlatý střed“ a červená barva označuje dodavatele s nejhoršími, tedy s nejvyššími cenami.

Během samotného online jednání se může taktika změnit, tzn., že můžeme semafor zaměnit za pořadí nebo naopak. Často je využíváno možnosti, že jednání začíná se semaforem, během online jednání se na 1 minutu vymění za pořadí a poté opět vrátí na semafor. Jedná se o pomoc dodavatelům v případě, kdy dodavatel u sebe může vidět červený proužek, tzn., že je mezi nejhoršími cenami, ale jeho cena se může lišit jen

minimálně od prvního dodavatele, tzn., že je třetí, nikoliv např. 15, jak by se mohl domnívat.

V poslední době se zavedla možnost, ukázat soutěžícím tzv. „Best Price“. V případě, že online jednání stagnuje, tzn., že soutěžící nemění své ceny pružně nebo pouze reagují na změnu ceny konkurentem, dojde pomocí oznámení k doručení zprávy, že během určené doby jim bude ukázána nejlepší cena. Znamená to, že se soutěžícím na okamžik neukazují barevné proužky ani pořadí, ale uvidí cenu, která je v celé online aukci nejnižší. Nevidí samozřejmě, který dodavatel tuto cenu navrhuje, ale vidí, jak daleko je cena jejich. Zkušenosti jsou takové, že firmy, které se od této nejlepší ceny výrazně liší, odstupují od aukce, protože vědí, že tato cena je mimo jejich možný rámec realizace.

Naopak firmy, které jsou svými cenami vzdálené od nejlepší nabídky jen o malé částky, výrazně ovlivní jednání tím, že sleví o vyšší částku, ke které by nedošlo, pokud by nejlepší nabídku neznaly.

Online jednání má pevně určený přesný čas, např. 15 minut. Může se ale stát, že účastníci i ke konci tohoto časového intervalu budou stále zadávat nové nabídky a budou pro nás i nadále zajímavé, tzn., že cena bude stále nižší a nižší. V tomto případě se čas online jednání automaticky prodlužuje vždy o předem nadefinovaný časový úsek. (např. dojde-li v poslední minutě o změnu ceny, automaticky se online prodlouží o další 3 minuty). Takovýto opakování může být nastaveno až 99, tzn., že se může stát, že online skončí např. až po 4 hodinách.

Online jednání se automaticky ukončí v případě, že již nepřicházejí žádné další nabídky, cena se tedy již nemění a automaticky tak dojde k vypršení času.

Po ukončení online jednání je ihned známé pořadí účastníků a tedy samotný „vítěz“. Všem zúčastněným stranám je zasíláno potvrzení z jednání, které každá z firem potvrdí svým podpisem. Vždy je uváděna poznámka: „Firma Škoda Auto a.s. si vyhrazuje právo dodatečného dojednání“. Postupuje se tak v případě, že se vítězná firma nakonec ukáže jako nevyhovující (mohla zatajit některé skutečnosti) nebo dojde ze strany firmy Škoda Auto a.s. k dodatečným změnám.

Ceny, na kterých online aukce skončí, jsou považovány za konečné a tak jsou i dodavatelé informováni. Cenu již nelze dodatečně navyšovat ani snižovat (v případě prodeje šrotu se jedná o opak – šrot se prodá za nejvyšší cenu, služba nebo produkt se kupuje za cenu nejnižší).

6.4.1 Výhody online jednání

Hlavní a nepopíratelnou výhodou je, že celý proces je průhledný a tedy spravedlivý. Celé jednání a kroky soutěžících i moderátora jsou monitorovány a archivovány. Riziko korupčního chování je tak sníženo na maximální možné minimum.

Další výhodou je, že firmy se navzájem nevidí, nemohou se například potkat nebo dohodnout. V případě, pokud by jednání probíhalo při osobních schůzkách, mohlo by dojít k neplánovanému setkání konkurentů.

Vzhledem k tomu, že se online jednání uskutečňuje ve stejný okamžik se všemi firmami, neměli bychom opomenout, že další výhodou je úspora času.

Na hraně mezi výhodami a nevýhodami online jednání bychom měli označit absenci osobního kontaktu. Výhodou je, že vyjednavatel není osobním kontaktem ovlivňován.

6.4.2 Nevýhody online jednání

Začneme-li pokračováním absence osobního jednání, můžeme za negativní důsledek označit nevýhodu osobně si ověřit některé skutečnosti a vůbec existenci partnera.

Celý proces online jednání byl zaveden, aby ulehčil, zprůhlednil a urychlil jednání a proto je málo negativních poznatků. Nevýhodou, o které se ale zmínit musím, je nutnost internetového připojení. I když v dnešní době má internet téměř každý, je to ještě stále pro některé dodavatele překážka, jak se online jednání účastnit.

Další negativum, které bych chtěla zmínit, je náročnost online jednání na psychickou stránku soutěžících. Celé jednání se, oproti osobnímu jednání, vyvíjí velmi rychle a není čas na potřebné kalkulace nebo propočty. Vše je řízeno časem a může tak vzniknout zbytečný tlak na soutěžící.

6.5 Holand-Ticker (holandská aukce)

Dalším způsobem, jak uskutečnit online jednání, je tzv. holandská aukce, nebo-li „aukce naruby“.

Rozdíl oproti klasickému online jednání je v tom, že dodavatel nesnižuje svou cenu a nesnaží se tak získat zakázku podle nejnižší ceny, kterou vysoutěží, ale my, jakožto Škoda Auto, ukazujeme postupně cenu (která se postupně snižuje v pravidelných intervalech) a kdo ji bude jako první akceptovat, ten zakázku získá.

Jedná se o vyjednávání, které je považováno za drsnější způsob, než „obyčejná“ online aukce, kde může soutěžící změnit cenu podle svého uvážení (musí pouze splnit minimální krok, nastavený firmou).

U holandské aukce existují pouze dvě možnosti „být rychlý a zakázku získat“, nebo „zaváhat a tedy nezískat“.

Pro snadnější pochopení, jak holandská aukce probíhá, můžeme stanovit výši nabídky na 50.000 Kč. Každou minutu nastavíme pokles ceny o 5.000 Kč. Propočítáme-li tedy ceny, vychází nám, že doba, po kterou bude holandská aukce probíhat, bude maximálně 10 minut. Po startu online aukce se odpočítává čas a po jedné minutě vždy klesne cena o zmíněných 5.000 Kč.

Dodavatel, který první „stiskne tlačítko“ vyhrává a ostatní prohrávají.

Každá firma si tak před začátkem aukce musí stanovit svou minimální cenovou hranici a tu se snažit podchytit - tzn., čím déle firmy vydrží s nervy, tím nižší bude cena zakázky, kterou získají.

6.5.1 Výhody a nevýhody holandské aukce

Mezi hlavní výhodu holandské aukce patří bezesporu časová úspora a jistota, že my získáme tu nejlepší a pro nás nejvýhodnější nabídku. Dopředu víme, jaký bude maximální čas aukce, můžeme naplánovat několik aukcí za sebou a vítězná firma má jasnou a průhlednou představu o ceně. Není prostor na zbytečná další vyjednávání.

Nevýhodou může být velký stres pro dodavatele. V případě, že se nepřihlásí včas, se může stát, že je o dodavateli již rozhodnuto. Také může dojít k potvrzení ceny, kterou by dodavatel při jiné formě jednání neakceptoval (vlivem stresu apod.). Mezi slabé stránky také patří, že neznáme, kam až by byly firmy ochotny zajít s cenou, neznáme jejich možnosti.

7 Udržitelný rozvoj ve vztazích vůči dodavatelům

Novým tématem, kterým se nyní začal zabývat celý koncern Volkswagen je udržitelný rozvoj ve vztazích vůči dodavatelům. Jedná se o ucelený projekt, jehož cílem je dosáhnout jednotného vztahů koncernu vůči dodavatelům, což neznamena pouze vztah koncern x dodavatel, ale dílčí společnosti jako je právě Škoda Auto nebo Seat, Audi, VW Jižní Amerika, Brazílie a ostatní společnosti koncernu Volkswagen.

V roce 2009 byl vytvořen tým, kdy se představitelé těchto značek scházejí na pravidelných grémiích a diskutují o dosavadních krocích, představují své návrhy pro další zlepšení a společně promýšlejí strategii, jak daného cíle co nejdříve a nejkvalitněji dosáhnout. Mám tu čest, že partnerem pro koncern za firmu Škoda Auto jsem právě já a mám možnost, tuto, zatím v plenkách strážnou, aktivitu Vám nyní představit.

Společnost Volkswagen vydala v roce 2009 tzv. „Požadavky koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči dodavatelům“. V těchto požadavcích je předepsáno, jak se mají chovat obchodní partneři v rámci své podnikatelské činnosti ve vztahu k centrálním ekologickým a sociálním aspektům. Tyto požadavky se považují za základ úspěšného utváření obchodních vztahů mezi společnostmi Volkswagen a jejími partnery. Požadavky vycházejí interně z politiky životního prostředí, ekologických cílů a záměrů z ní odvozených, z politiky kvality. Prohlášení k sociálním právům společnosti Volkswagen a antikorupčního systému koncernu Volkswagen. Externě se orientují na principy Global Compact, Chartu pro dlouhodobě udržitelný rozvoj Mezinárodní obchodní komory a příslušné konvence Mezinárodní organizace práce.

Tyto požadavky na udržitelný rozvoj ve vztahu k obchodním partnerům koncernu Volkswagen obsahují očekávání k aspektům ochrany životního prostředí, práv zaměstnanců, bezpečnosti práce a ochrany zdraví a platí pro všechny obchodní vztahy koncernu Volkswagen.

Volkswagen je oprávněn kdykoliv prověřit dodržování uvedených požadavků přímo u obchodního partnera.

Volkswagen očekává, že obchodní partneři zajistí dodržování těchto požadavků u svých subdodavatelů.

V požadavcích je také zakotveno, že třetí strana nemůže uplatňovat žádné úroky.

Obchodní partneři společnosti Volkswagen se významnou měrou podílí na podnikatelském úspěchu koncernu. Partnerské chování vytváří stabilní obchodní vztahy, které jsou užitečné pro obě strany. Proto se Volkswagen zaměřuje na úzkou spolupráci se svými obchodními partnery. Základními hodnotami této spolupráce jsou integrita, poctivost, transparentnost a partnerství. Jakékoliv korupční chování je třeba odmítnout.

7.1 Požadavky na dodavatele

Hlavním požadavkem koncernu Volkswagen na dodavatele je, že očekává od svých obchodních partnerů dodržování všech ekologických zákonů a ustanovení země, ve které probíhá činnost dodavatelů. Závazné jsou: politika životního prostředí Volkswagen, ekologické cíle technického vývoje, norma VW 01155 (Automobilové díly od dodavatelů), norma VW 01154 (Podmínky vývoje) a zadání v soupisech výkonů pro standardní díly.

Koncern Volkswagen dále očekává od svých obchodních partnerů dodržování těchto požadavků:

1. Vytvoření a užívání systému řízení životního prostředí

Management orientovaný na životní prostředí je jedním z prvořadých cílů politiky podniku. Společnost Volkswagen proto očekává od všech obchodních partnerů s výrobními závody vhodný systém řízení životního prostředí. Mimo to očekává společnost Volkswagen od svých hlavních dodavatelů certifikovaný systém řízení životního prostředí podle mezinárodním norem ISO 14001 nebo EMAS předpisů Evropské unie.

2. Aktivní zacházení s ekologickými výzvami

S ekologickými výzvami se zachází prozíravě a předvídavě. Zavádějí se opatření pro zacházení s životním prostředím s vědomím odpovědnosti. Je třeba se snažit vyvíjet a rozšiřovat ekologicky čisté technologie.

3. Zabránění ekologickým a zdravotním škodám; produkty a procesy s nízkou spotřebou zdrojů

Zabránit, nebo pokud možnost minimalizovat, dopady na životní prostředí a zdraví pracovníků při všech aktivitách. Jak při vývoji, výrobě a ve fázi užívání výrobků, tak i při vývoji a provádění výrobních procesů jakož i při jiných činnostech se zohledňuje úsporné použití energií a surovin, použití obnovitelných zdrojů a minimalizace škod pro životní prostředí a pro zdraví.

4. Odpady a recyklace

Jak při vývoji, výrobě a ve fázi užívání výrobků, tak i při vývoji a provádění výrobních procesů jakož i při jiných činnostech se zohledňuje zabránění vzniku odpadů, opětovné použití, recyklace, jakož i bezpečná a ekologicky čistá likvidace zbytkového odpadu.

5. Školení zaměstnanců

Zaměstnanci jsou dle svých pracovních úkolů informováni, kvalifikováni a motivováni v oblasti ochrany životního prostředí.

Pro společnost Volkswagen je respektování všeobecných lidských práv základem pro všechny obchodní vztahy. Společnost Volkswagen proto očekává od svých obchodních partnerů dodržování všeobecných lidských práv a pracovního práva v zemi, ve které působí.

Proto je třeba dbát dalších následujících požadavků:

1. Svoboda spolčování

Uznání základního práva všech zaměstnanců zakládat odbory a zastoupení zaměstnanců a být jejich členy. Tam, kde je toto právo v důsledku lokálních zákonů omezeno, by měly být požadovány alternativní možnosti v souladu se zákonem.

2. Diskriminace

Zaručuje se rovnost šancí a rovné jednání nezávisle na etnickém původu, barvě pleti, pohlaví, náboženském vyznání, státní příslušnosti, sexuální orientaci, sociálním původu nebo politickém zaměření, pokud tyto spočívají na

demokratických principech a toleranci vůči jinak smýšlejícím. Zaměstnanci jsou zásadně vybíráni, přijímáni a podporováni na základě své kvalifikace a svých schopností.

3. Nucená práce

Společnost Volkswagen odmítá jakékoliv vědomé využívání nucené a povinné práce včetně dlužního porobení nebo nedobrovolné práce vězňů.

4. Dětská práce

Práce dětí je zakázána. Dbá se na minimální věk pro zaměstnání dle pravidel státních norem.

5. Odměny

Odměny a výkony, které jsou vypláceny za normální pracovní týden, odpovídají minimálně příslušným národním zákonným minimálním normám, popř. minimálním normám příslušných národních hospodářských oblastí.

6. Pracovní doba

Pracovní doba odpovídá minimálně příslušným národním zákonným normám, popř. minimálním normám daných hospodářských oblastí.

7. Bezpečnost práce a ochrana zdraví

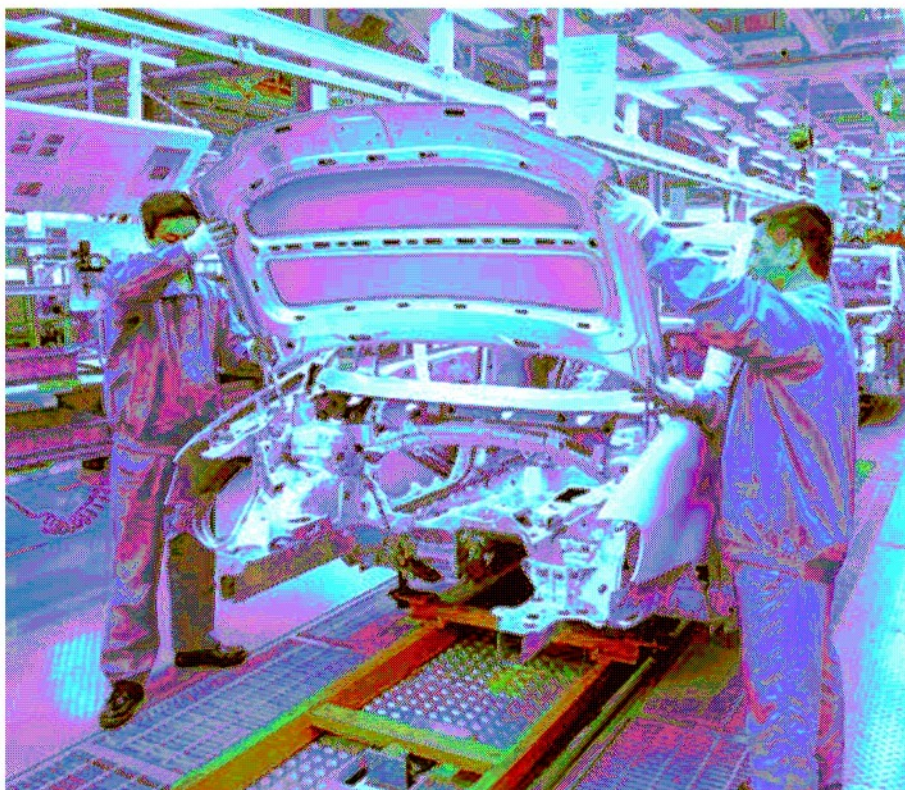
Obchodní partner dodržuje minimálně příslušné národní standardy bezpečnosti práce a ochrany zdraví a zavádí v tomto rámci přiměřená opatření k zajištění zdraví a bezpečnosti na pracovišti, aby zajistil pracovní podmínky v souladu se zdravím pracovníků.

7.2 Dosavadní rozvoj

Nejvýraznější událostí, ke které došlo v rámci tématu udržitelného rozvoje, je zavedení této tematiky v Číně, ke které došlo v roce 2009. Pro Čínu, kde není neobvyklé, že bezpečnost práce, ochrana zdraví nebo dětská práce jsou naprosto běžnou situací, je zavedení

udržitelného rozvoje, nesmírným krokem kupředu. Celý projekt zaštiťuje VW koncern, který se stal se jakýmsi „mustrem“ pro zavádění udržitelného rozvoje v ostatních koncernových společnostech. Čína tak dokázala tuto tematiku prosadit do všeobecných nákupních podmínek a smluv, ve kterých se dodavatelské firmy zavazují, že budou dodržovat pravidla, která souvisí s udržitelným rozvojem.

Níže uvádím obrázek z reportu, který prezentoval, jak všechna místa v produkci v celém koncernu (nyní i Čína) jsou řízena certifikovaným systémem řízení životního prostředí dle mezinárodních norem ISO 14001. Těmito povinnostmi se musí řídit i veškeré dodavatelské firmy:



Obr. 10 - Dodržování standardů při výrobě

Zdroj: http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/info_center/

Vzhledem k tomu, že se jedná o významnou událost v rámci celého koncernu, bylo toto zavedení i viditelně prezentováno. Byla zavedena například tzv. Zelená flotila (u nás známé jako Green Line vozy), která měla symbolizovat „vše pro přírodu“. Koncern i

dodavatel se tak podílí na výrobě, při které jsou dodržovány veškeré požadavky zakotvené v Požadavcích na udržitelný rozvoj a zároveň tak výrobky neohrožují přírodu.



Obr. 11 – Zelená flotila v Číně

Zdroj: http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/info_center/

7.3 *Budoucí vývoj*

V listopadu roku 2009 proběhlo v německém Wolfsburgu grémium, na kterém byly stanoveny další požadavky a kroky, které musí všechny koncernové značky splnit.

V rámci celého projektu byl vytvořen dotazník, který bude předložen našim (Škoda Auto) významným dodavatelům.

Jaký byl postup?

Na počátku došlo k vytipování dodavatelských firem, které budou osloveny. Protože firma Škoda Auto má přes tisíce dodavatelů, musela jsem specifikovat kritéria, dle kterých budou

nejvhodnější kandidáti vybráni. Vycházelo se z praxe a zkušeností, které s dodavateli Škoda Auto má.

Hlavními kritérii byly:

- velikost firmy
(vytipovány spíše velké firmy se stálými zaměstnanci)
- přístup
(firmy, které se „s chutí“ účastní online jednání, nemají problém s elektronickým přístupem a vždy jsou otevřené k inovacím a změnám)
- velikost zakázek
(jedná se o firmy s většími kontrakty, rámcovými smlouvami – budoucnost)

Následující seznam obsahuje vytipované firmy:

Tab. 2 – Přehled dodavatelských firem pro spolupráci v rámci udržitelného rozvoje

Jméno firmy
BOLESLAVSKÁ POJIZERSKÁ spol.s r.o
D+D ELEKTROMONT s.r.o.
HASKO
PROMUS KATOWICE
B.P.B.P. org.složka
PILOUS
HORIZONT
TFN (dříve JANA)
KUKU
MANPOWER

Zdroj: vlastní

Všechny jmenované firmy byly osloveny a požádány o spolupráci a vyplnění sestaveného dotazníku.

Dotazník v sobě zahrnuje následující otázky, týkající se informací poskytovateli služeb, dále zjišťuje informovanost o ochraně životního prostředí, odpadovém hospodářství atd. Zjednodušeně řečeno, jedná se o průřez celou tematikou a snahou je zjistit, jak velká informovanost mezi našimi dodavateli je a jak velká bude potřebná další spolupráce – školení, osobní návštěvy, zavedení ISO apod.

Protože se jedná o dokument o 9-ti stránkách, byl zařazen pro větší přehlednost, do příloh na konci této diplomové práce.

Na základě odpovědí, které se shromažďují, bude sestavena statistika a provedeno vyhodnocení, jak naši dodavatelé splňují určené požadavky pro udržitelný rozvoj.

Další aktivitou a opatřením, které proběhne, bude setkání s těmito dodavateli a prodiskutování jejich případných slabých stránek a navržení možných řešení pro jejich zlepšení.

Dále bude následovat zakomponování požadavků koncernu na udržitelný rozvoj do Všeobecných nákupních podmínek. Projednají se body, které budou ke konci roku 2010 opět prezentovány v německém Wolfsburgu a dojde ke společnému dojednání kroků o dalších budoucích požadavcích na naše dodavatelské firmy.

Abychom shrnuli aktivity, které s touto tematikou souvisí - zde krátké připomenutí:

- 1) vytipování vhodných dodavatelů
- 2) obeslání dodavatelů dotazníky
- 3) pozvání dodavatelů na společné jednání a workshop
- 4) vyhodnocení slabých stránek dodavatelů
- 5) možné návrhy na zlepšení dodavatelů
- 6) další spolupráce a udržování komunikace
- 7) zapracování udržitelného rozvoje do nákupních podmínek

8 SWOT analýza nákupního procesu a výběru dodavatelů

Pro přehledné vypracování mých návrhů na zlepšení celého nákupního procesu ve firmě Škoda Auto, které vznikly na základě mého průzkumu, je vhodné sestavit tzv. SWOT analýzu, která zároveň poslouží jako vodítko pro zefektivnění nákupní činnosti.

Tab. 3 – Návrh SWOT analýzy nákupního procesu ve firmě Škoda Auto

Silné stránky	Slabé stránky
- jednotný nákupní systém v celém koncernu - provázanost databází ve firmě - spolupráce se zahraničními partnery - elektronické schvalování při vystavování objednacích návrhů - rychlost vyjednávání díky online aukcím - průhlednost vyjednávání díky online aukcím - image značky	- jazyková bariéra ve VW - jazyková nevybavenost nákupčích v ŠA - absence jedné kontaktní osoby pro dodavatele a jejich dotazy v ŠA
Hrozby	Příležitosti
- útěk ke konkurenci, která nemá tak složitý systém - ztráta kvalitních dodavatelů kvůli absenci elektronického připojení	- zavedení kontaktní osoby v ŠA - přeložení B2B-Nutzungsvereinbarung do českého jazyka - zavedení elektronického podpisu na objednávkách - zavedení celého nákupního procesu v elektronické podobě

Zdroj: vlastní

9 Doporučení na zefektivnění činnosti

Přestože se nákup ve firmě Škoda Auto neustále vyvíjí, jsou zaváděny nové technologie, nové systémy i postupy, dovoluji si navrhnout některá možná doporučení, jak činnost v oddělení Všeobecného nákupu ve firmě Škoda Auto ještě více zkvalitnit.

Má doporučení vycházejí z vlastní zkušenosti a spolupráce právě v tomto útvaru, kde již třetím rokem pracuji. Na těchto podkladech jsem sestavila SWOT analýzu, která je uvedena v kapitole 8. V této analýze jsou přehledně znázorněny slabé a silné stránky celého nákupního procesu v útvaru Všeobecného nákupu Škoda Auto. Zároveň jsou zde zobrazeny hrozby a možné příležitosti, ve kterých je patrná šance na úspěch a případná zlepšení.

Jak jsem zmiňovala v předešlých kapitolách, jsou dodavatelské firmy povinné registrovat se na portálu VW a projít registračními kroky, prostudovat a podepsat B2B-Nutzungsvereinbarung. Na základě mých zkušeností musím podotknout, že není samozřejmostí, aby dodavatelská firma komunikovala německým nebo anglickým jazykem. Setkáváme se často s případy, že lidé z dodavatelské firmy nehovoří žádným světovým jazykem, nebo pouze rusky. To bohužel v procesech koncernu nestačí. Proto firmy kontaktují Všeobecný nákup, žádají o pomoc, neboť v případě, že česky mluvící pracovnice v Supplier Teamu ve Wolfsburgu není přítomna, nemají šanci se s kolegy v Německu domluvit. Neumí si přeložit dokument, který mají podepsat. Nevědí, co znamenají poznámky, které je provázejí během registrace atd. V případě, že se nepodaří kontaktovat kompetentní osobu, která má k celé registraci poskytnout dostatek informací, zvyšuje se nervozita a nespokojenost dodavatelských firem. V extrémních případech daná situace může vést dokonce k tomu, že dodavatelská firma se rozhodne s firmou Škoda Auto vůbec nespolupracovat, protože vnímá neúplné informace jako velké riziko, které může případnou spolupráci negativně ovlivnit.

Doporučením č. 1 je tak zavedení kontaktní osoby v útvaru Všeobecného nákupu, která by byla partnerem pro dodavatelské firmy z České republiky. Odpadly by tak jazykové bariéry, proces by se urychlil a dodavatelské firmy by ze strany Škoda Auto cítily větší

vstřícnost. Bohužel, ve společnosti VW je někdy patrné, že vůbec nepřipouští možnost, že by někdo v České republice nebo Škoda Auto nemluvil německým nebo anglickým jazykem. Vzhledem k dřívější politické situaci je v českém státě ale velmi časté, že se lidé dorozumí více rusky než německy. Firmy, které dodávají do společnosti Škoda Auto, nejsou vždy zcela nově vzniklé, moderní marketingové firmy. Jedná se často o dodavatele, kteří zaměstnávají pracovníky středního věku, nabízejí takové práce jako je např. truhlářství (např. palety), úklidové práce (pracovnice úklidové firmy nemusí být vybavena jazykovými znalostmi) nebo šrotové hospodářství. Z mého pohledu by bylo vhodné více podporovat dodavatele a po komunikativní stránce zlepšit přístup k nim.

Doporučení č. 2 úzce souvisí s předešlým návrhem. Dokument, který dodavatelské firmy musí prostudovat a poté podepsat (tzv. B2B-Nutzungsvereinbarung) je k dispozici pouze v německém jazyce. Firmy bez jazykových znalostí mají problém tento dokument prostudovat. Svým podpisem tak často stvrzují něco, čemu vůbec nerozumí. Některé firmy si dokonce najímají externí překladatele, aby jim smlouvu přeložil. Nejjednodušším řešením je danou smlouvu přeložit do českého jazyka. Dodavatelé si tak budou moci prostudovat celé znění dokumentu v rodném jazyce. Tento krok považuji za standard, který by měla firma Škoda Auto svým dodavatelům nabízet.

Doporučení č. 3 není zřejmě doporučením taktickým, vzhledem k mé pozici v útvaru Všeobecného nákupu. Přesto se domnívám, že se jedná o problém, který zbytečně prodlužuje některé činnosti jednotlivých nákupčích, porozumění úkolům a prostudování potřebných nabídek. Hlavní problém a místo pro zlepšení vidím v jazykové nevybavenosti některých nákupčích. Jedná se o pracovníky, kteří do útvaru nákupu nastoupili před více jak 15-ti lety a jejich jazyková vybavenost stagnovala na tehdejší úrovni. Často se tak může stát, že pochopení úkolu, zadání práce nebo prostudování nabídek, trvá těmito pracovníkům podstatně déle, než jejich kolegům, kteří jazyk ovládají. Vzhledem k tomu, že se jedná o útvar, který má sloužit jako první kontakt s potenciálním dodavatelem, vidím jazykovou nevybavenost některých nákupčích jako bariéru pro případné prostudování jiných trhů, než pouze na území České republiky.

Posledním doporučením, je možné snížení nákladů a úspora času při podepisování objednávek. Útvar nákupu těchto objednávek vytiskne denně stovky, nákupčí je podepíše, předají svému nadřízenému ke stvrzení a následně odešlou dodavatelům. Řešením by mohlo být zavedení automatických elektronických podpisů a odesílání schválených objednávek elektronicky tak, jak se s tím můžeme setkat na některých úřadech. Současně již nyní vidím problém v tom, že dané navržení by vyžadovalo nutnost zavedení podpůrného systému, který by tuto funkcionalitu umožňoval ve firmě Škoda Auto i u dodavatelů.

10 Závěr

Současná moderní doba si žádá rychlé rozhodování, kvalitu práce a přizpůsobivost.

Kdo nejde s dobou, nemá šanci na úspěch.

Neznalost neomlouvá.

Silná slova, ale bohužel v tomto rychlém světě je mezi firmami a dodavateli tak velká konkurence, že výše citovaná a známá úsloví jsou pravdivá.

Ve své diplomové práci přibližuji oddělení nákupu ve firmě Škoda Auto, popisuji jeho charakteristiku i přínos pro podnik. Jsou zde zmapovány a přiblíženy jednotlivé procesy, které v oddělení nákupu probíhají.

První část diplomové práce je zaměřena na charakteristiku všeobecných funkcí a úkolů útvaru Všeobecného nákupu z pohledu marketingu a přibližuje hlavní charakteristiky.

Druhá část práce popisuje jednotlivé procesy a detailně charakterizuje výběr vhodného dodavatele a celý proces poptávání nových dodavatelů pomocí platformy B2B.

Diplomová práce také seznamuje s novými požadavky koncernu Volkswagen na trvale udržitelný rozvoj dodavatelů. Celá práce může sloužit jako tzv. „kuchařka“ pro ty, kteří se chtějí informovat o činnosti nákupního oddělení největšího českého importéra v České republice.

Jak jsem zmínila v úvodu této kapitoly, moderní doba si vyžaduje moderní, rychlá a kvalitní řešení, která dávají prostor pro další investování uspořené náklady. Proto funkcionality jako jsou online jednání, elektronické registrace, různé databáze nebo i katalogová objednávání jsou tím, čeho si dnešní svět žádá. Rychlost. Kvalita. Úspora.

SEZNAM LITERATURY:

Citace:

- [1] *DB Czech* [online], [cit. 2010-03-13], dostupné z [www: http://dbczech.dnb.com/czech/default.htm](http://dbczech.dnb.com/czech/default.htm)
- [2] LUKOSZOVÁ, X. *Nákup a jeho řízení*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0174-6.
- [3] *SAP CZ* [online], [cit. 2010-03-14] dostupné z [www: http://www.sap.com/cz/index.epx](http://www.sap.com/cz/index.epx)
- [4] SYNEK, M. A KOL. *Podniková ekonomika*. 4.vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-892-4.
- [5] SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-9069-6.
- [6] *Technický portál* [online], 30. 09. 2009 [cit. 2010-03-06] dostupné z [www: http://www.techportal.cz/1/1/efektivni-rizeni-nakupu-a-zasobovani-ma-v-dobe-krize-strategicky-vyznam-cid222869/](http://www.techportal.cz/1/1/efektivni-rizeni-nakupu-a-zasobovani-ma-v-dobe-krize-strategicky-vyznam-cid222869/)
- [7] *Výroční zpráva* [online], 25. 02. 2009 [cit. 2010-03-20] dostupné z [www: http://www.skoda-auto.cz/company/CZE/Documents/Pro_investory/Vyrocní_zpravy/SkodaAuto_AnnualReport_2008_CZ.pdf](http://www.skoda-auto.cz/company/CZE/Documents/Pro_investory/Vyrocní_zpravy/SkodaAuto_AnnualReport_2008_CZ.pdf)
- [8] *Vývoj značky Škoda* [online], [cit. 2010-03-20] dostupné z [www: http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/tradition/logo/Pages/logo.aspx](http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/tradition/logo/Pages/logo.aspx)

Bibliografie:

- KAPLAN, M., ZRNÍK, J. a kolektiv, *Firemní nákup a e-aukce*, Grada, 2007, ISBN 978-80-247-2002-9
- KOTLER, P. a kolektiv, *Moderní marketing*, 4. vydání, Grada, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2
- KOTLER, P., KELLER, K.L. *Marketing Management*. 12. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5
- STRNAD, P., MYSLIVCOVÁ, S., *Průmyslový marketing*, TU Liberec, 2007, ISBN 978-80-7372-254-8
- TOMEK, G., TOMEK, J., *Nákupní marketing*, Grada, 1996, ISBN 80-85623-96-X

TOMEK, J., HOFMAN, J., *Moderní řízení nákupu*, Management Press, 1999, ISBN 80-85943-73-5

Dr. W. P. TRAUTMANN, *Moderne Einkaufs-Praxis*, Forkel-Verlag, 1962, Stuttgart

Automobilwoche – Die Branchen- und Wirtschaftszeitung, Crain Communications GmbH, 2009

SEZNAM PŘÍLOH:

Příloha č. 1	-	B2B – Nutzungsvereinbarung	- počet stran 8
Příloha č. 2	-	Všeobecné nákupní podmínky	- počet stran 1
Příloha č. 3	-	Jednací protokol	- počet stran 1
Příloha č. 4	-	Požadavek o zřízení uživatele EBP	- počet stran 1
Příloha č. 5	-	Zvací dopis pro dodavatele	- počet stran 1
Příloha č. 6	-	Dotazník pro dodavatele	- počet stran 12

Die folgende / The following

B2B Nutzungsvereinbarung / B2B User Agreement

über die Nutzung der Volkswagen Konzern B2B-Lieferantenplattform /

governing the Use of the Volkswagen Group B2B Supplier Platform

„VW Group Supply.com“

wird geschlossen zwischen / is hereby entered into by and between:

Name der Firma / Company Name :

Straße / Street :

PLZ und Ort / Postal Code and Place: :

Land / Country: :

DUNS - Nr. :

- im folgenden Nutzer genannt -
- hereinafter referred to as the User Entity -

und der / and

VOLKSWAGEN AKTIENGESELLSCHAFT

38436 Wolfsburg

- im folgenden Lieferantenplattform-Betreiberin (kurz LB) genannt -
- hereinafter referred to as the Supplier Platform Operator (the Platform Operator) -

0. Präambel

Über die Volkswagen Konzern B2B Lieferantenplattform **VW Group Supply.com** wollen die Gesellschaften des Volkswagen Konzerns mit Geschäftspartnern kommunizieren, verschiedene Geschäftsprozesse unterstützen und Geschäfte abwickeln. Insbesondere werden Applikationen und Informationsdienste aus den Geschäftsbereichen Entwicklung, Beschaffung, Qualität, Logistik und Finanz zur Nutzung bereitgestellt. Der Austausch der zur Vertragsanbahnung und Leistungserbringung dienenden Informationen soll dabei schneller und effektiver werden. Elektronisch übermittelte Willenserklärungen sollen ebenso rechtsverbindlich sein, wie in anderer Form - etwa per Fax oder Telefon - abgegebene Erklärungen. Hierzu sind u.a. besondere Verfahrensweisen und Sorgfaltspflichten zu beachten. Nachfolgende Grundsätze gelten für sämtliche Nutzer der VW Group Supply.com. Die Grundsätze finden Anwendung auf die Nutzung der www.vwgroupsupply.com sowie aller zu dieser Domain gehörenden Subdomains und ihrer Anwendungen.

0. Preamble

The companies in the Volkswagen Group wish to utilize the Volkswagen Group B2B supplier platform **VW Group Supply.com** to communicate, transact business, and facilitate various business processes with business counterparties. In particular, individual applications and information services are provided for use in the areas of research & development, procurement, quality assurance, logistics and finance. This is intended to achieve faster and more effective exchange of the information needed to enter into and perform a contract. Electronically transmitted declarations of intent are to have the same legally binding effect as declarations conveyed by other means, such as by fax or telephone. Among other things, special procedures and standards of due care apply in this context. The following terms apply to all entities using VW Group Supply.com. They govern the use of www.vwgroupsupply.com together with all of this domain's subdomains and their applications.

1. Definitionen und rechtliche Stellung

1.1 Nutzer

(1) **Nutzer** der VW Group Supply.com und der auf ihr zur Verfügung gestellten Anwendungen sind die Lieferantenplattformteilnehmer und die Konzerngesellschaften der Volkswagen AG.

(a) **Lieferantenplattform-Teilnehmer (LT)** sind Lieferanten, welche vorliegende B2B Nutzungsvereinbarung als verbindlich anerkennen und ihre Daten in der Lieferantendatenbank gemäß Ziffer 7 vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung hinterlegt haben. Es besteht kein Anspruch des LT auf Nutzung sämtlicher Anwendungen.

(b) **Konzerngesellschaften** sind Unternehmen, an denen die Volkswagen AG direkt oder indirekt mit mehr als 50% beteiligt ist und welche vorliegende B2B Nutzungsvereinbarung als verbindlich anerkennen. Die Konzerngesellschaften handeln als jeweils selbstständige juristische Personen.

Die Volkswagen AG kann neben ihrer Funktion als Lieferantenplattformbetreiberin auch Nutzer der VW Group Supply.com sein.

(2) Die Nutzer räumen sich gegenseitig, soweit sie miteinander über die VW Group Supply.com kommunizieren und/oder Geschäfte abwickeln, das Recht ein, die Regelungen dieser B2B Nutzungsvereinbarung zugrunde zu legen. Treten die Nutzer unter Nutzung

1. Definitions and Legal Status

1.1 User Entity

(1) In relation to VW Group Supply.com and the applications available on this website, the term **User Entity** refers to Supplier Platform Participants and Volkswagen AG Group Companies.

(a) The term **Supplier Platform Participant (Platform Participant)** refers to suppliers that have agreed to be bound by this B2B User Agreement and entered their data in the supplier database in accordance with sec. 7 of this User Agreement. Platform Participant status does not confer the right to use all applications.

(b) The term **Group Companies** refers to entities in which Volkswagen AG holds a direct or indirect ownership interest of more than 50% that have agreed to be bound by this B2B User Agreement. Each Group Company act as a separate legal entity on its own behalf.

In addition to its function as supplier platform operator, Volkswagen AG may also constitute a User Entity of VW Group Supply.com.

(2) To the extent they communicate and/or transact business with each other through VW Group Supply.com, the User Entities mutually grant each other the right to do so on the basis of the terms of this B2B User Agreement. The general and special terms of this B2B

der Anwendungen auf der VW Group Supply.com in Kontakt, gelten die allgemeinen und besonderen Regelungen vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung zwischen den Nutzern.

1.2 Lieferantenplattform-Betreiberin (LB)

- (1) Als LB betreibt die Volkswagen AG die Lieferantenplattform **VW Group Supply.com** und deren Anwendungen.
- (2) Die LB ist in ihrer Funktion als LB in die Geschäftsbeziehungen und Vertragsabschlüsse zwischen den Nutzern nicht involviert. Sie stellt die technischen Möglichkeiten für die Nutzung der VW Group Supply.com, deren Anwendungen und für die Durchführung der Geschäftskontakte zur Verfügung und ist für den Betrieb der Plattform erforderlichen Dienste und Anwendungen verantwortlich.
- (3) Der Geschäftskontakt und Vertragsschluss sowie die Erfüllung der unter Nutzung der VW Group Supply.com und der auf ihr bereitgestellten Anwendungen geschlossenen Verträge erfolgt ausschließlich zwischen den Nutzern. Die LB ist nicht verantwortlich für die im Rahmen der Geschäftskontakte zwischen dem LT und den jeweiligen Konzerngesellschaften ausgetauschten Informationen und Daten.

1.3 Applikationen und Informationsdienste

- (1) **Applikationen** sind interaktiv und bilden in sich geschlossene Teilschritte aus Geschäftsprozessen ab. Applikationen können zu Vertragsschlüssen führen, aber auch lediglich zum Datenaustausch dienen. Über **Informationsdienste** werden für die Nutzer Informationen und Daten zum Abruf zur Verfügung gestellt.
- (2) Applikationen und Informationsdienste werden den Nutzern gemäß Ziffer 2 Absatz 3 und 4 in Abhängigkeit der Erforderlichkeiten aus dem Geschäftskontakt zur Verfügung gestellt.

1.4 Nachricht

Die Kommunikation erfolgt entweder innerhalb der Plattform über in die jeweilige Applikation eingestellte Daten oder über einen Datenaustausch durch elektronische Übertragung von Informationen (z.B. EDI (Electronic Data Interchange), E-Mail) in die Kommunikationseinrichtung des Empfängers.

1.5 Empfänger einer Nachricht

Empfänger einer Nachricht sind die Nutzer.

2. Regelungsinhalt

- (1) Vorliegende B2B Nutzungsvereinbarung enthält Regelungen für die Nutzung der VW Group Supply.com, deren Applikationen, Informationsdienste und der damit verbundenen besonderen elektronischen Form der Kommunikation, welche die LB und der Nutzer als für sich verbindlich vereinbaren.
- (2) Die Applikationen und deren besonderen Regelungen sind in den jeweiligen Startseiten zu den Applikationen oder in der Applikation selbst durch Handbücher oder Leitfäden beschrieben. Soweit besondere Regelungen vorhanden sind, gelten diese über die allgemeinen Regelungen hinaus für die jeweilige Applikation. Sie können Bestimmungen enthalten, die etwa für das Zustandekommen eines Vertrages von wesentlicher Bedeutung sind oder besondere Handlungspflichten begründen. Diese besonderen Regelungen sind integrale Bestandteile dieser B2B Nutzungsvereinbarung und gehen für die jeweilige Anwendung davon abweichenden allgemeinen Regelungen dieser B2B Nutzungsvereinbarung vor.
- (3) Änderungen oder Ergänzungen im Sinne dieser B2B Nutzungsvereinbarung sind Änderungen oder Ergänzungen der Vereinbarung selbst sowie Änderungen bestehender oder die Einführung neuer Applikationen und Informationsdiensten. Informationen über Änderungen oder Erweiterungen erfolgen grundsätzlich formlos.
- (4) Über Änderungen in der Funktion, dem Prozess oder dem Inhalt geschlossener B2B Nutzungsvereinbarungen informiert die LB die Company Administratoren der Nutzer (Ziffer 8). Gleiches gilt für die Einführung weiterer Applikationen. Die LB vergibt Administrationsrechte an die Company Administratoren, welche dadurch in die Lage versetzt werden, die geänderte oder weitere Applikation zu prüfen und, analog Ziffer 8 Absatz 2, für den Nutzer zu entscheiden, ob und falls ja, an wen beim Nutzer die Berechtigung zur künftigen Nutzung der geänderten oder zusätzlichen Applikation vergeben werden. Soweit der Company Administrator bereits Berechtigungen für Applikationen erteilt hat, die geändert worden sind, hat er zu entscheiden, ob die Berechtigungen beibehalten werden oder zu entziehen sind.

User Agreement shall apply amongst User Entities that employ the applications on VW Group Supply.com to establish contact with each other.

1.2 Supplier Platform Operator (Platform Operator)

- (1) Volkswagen AG shall operate the supplier platform **VW Group Supply.com** and its applications as Platform Operator.
- (2) In its function as such, the Platform Operator is not involved in the business dealings and contracts between the User Entities. It provides the technical resources for the use of VW Group Supply.com for business contact and interchange, makes the related applications available, and bears responsibility for the services and applications necessary to operate the platform.
- (3) The business contact, the entry into a contract, and the performance of contracts entered into using VW Group Supply.com and the applications available on this website take place solely between the User Entities. The Platform Operator is not responsible for the information and data exchanged between the Platform Participant and the respective Group Company or Companies in the context of the business contact.

1.3 Applications

- (1) Applications are interactive and display self-contained sub-stages of business processes. Applications may lead to the formation of a contract or merely facilitate the exchange of data. Information services make information and data available for retrieval by User Entities.
- (2) Applications and information services are made available to User Entities in accordance with sec. 2 (3) and (4) below depending on the needs that result from the business contact.

1.4 Communications

Communications are effected either within the platform by posting data in a particular application or by electronic transmission (e.g. via Electronic Data Interchange (EDI) or e-mail) to the recipient's communications facility.

1.5 Communications recipient

The User Entities are the recipients of communications.

2. Matters Governed

- (1) This B2B User Agreement contains terms by which the Platform Operator and the User Entity agree to be bound that govern the use of VW Group Supply.com, its applications, information services, and the associated special form of electronic communication.
- (2) The applications and the terms specific to each are described on the start pages of the respective applications or in the application itself by handbooks or manuals. Where special terms are specified, these apply over and above the general terms for the respective application. They may contain provisions that are e.g. of material importance for the formation of a contract or that create obligations to take special action. These special terms are an integral part of this B2B User Agreement and, with respect to the application to which they relate, take precedence over any conflicting general terms of this B2B User Agreement
- (3) Within the meaning of this B2B User Agreement, the terms "changes" and "additions" refer both to amendments or additions to the agreement itself and to modifications of existing applications or information services and the introduction of new applications or information services. There is no prescribed form for notices regarding changes or additions
- (4) The Platform Operator notifies the User Entities' Company Administrators (section 8) regarding changes in the functions, procedures, or contents of existing B2B User Agreements. The same applies with regard to the introduction of additional applications. The Platform Operator issues administrator rights to the Company Administrators, thus enabling them to examine the changed or new application and decide for the User Entity, in a procedure analogous to that in sec. 8 (2) below, whether any of the User Entity's users shall receive the right to make future use of the modified or additional application and, if so, which ones. To the extent the Company Administrator has already issued user authorizations for applications that have been modified, he or she must decide whether these authorizations should remain in force or be cancelled.

- (5) Entscheidet sich der Nutzer gegen eine Nutzung der geänderten oder weiteren Applikation oder wird die Änderung der geschlossenen B2B Nutzungsvereinbarung vom Nutzer nicht akzeptiert, hat er dies unverzüglich der LB schriftlich mitzuteilen.
- 3. Anwendungsbereich**
- (1) Diese B2B Nutzungsvereinbarung regelt ausschließlich die Nutzung der VW Group Supply.com und die damit verbundene besondere elektronische Form der Kommunikation durch die Nutzer.
- (2) Zur Abwicklung der einzelnen Geschäftskontakte bedienen sich die Nutzer der Applikationen und Informationsdienste der VW Group Supply.com.
- (3) Die Inhalte der einzelnen Geschäftskontakte zwischen den Nutzern, d.h. zwischen dem LT und der Konzerngesellschaft, sind von vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung unabhängig und unterliegen den Vereinbarungen der Nutzer im jeweiligen Einzelfall.
- 4. Zulässige Nutzung der VW Group Supply.com**
- (1) Der Nutzer verpflichtet sich, die VW Group Supply.com nur bestimmungsgemäß zu benutzen.
- (2) Die LB und der Nutzer verpflichten sich, keine rechtlich unzulässigen Inhalte auf die VW Group Supply.com einzustellen oder diese für deren Übermittlung zu nutzen.
- (3) Wird die LB für vom Nutzer entgegen Absatz 2 eingestellte oder übermittelte unzulässige Inhalte von Dritten berechtigt in Anspruch genommen, stellt der Nutzer die LB von sämtlichen Ansprüchen Dritter diesbezüglich frei.
- 5. Kommunikationseinrichtungen und Pflichten bei der Kommunikation**
- (1) Die LB und der Nutzer sind verpflichtet, ihre Kommunikationseinrichtungen in funktionsfähigem Zustand bereitzuhalten und die Funktionsfähigkeit während der Laufzeit dieser Vereinbarung entsprechend dem Stand der Technik aufrechtzuerhalten.
- (2) Die elektronische Kommunikation über die VW Group Supply.com erfolgt durch Übermittlung von Nachrichten. Die Kommunikation innerhalb der Plattform erfolgt verschlüsselt. E-Mails, die von Anwendungen an Systeme des LT außerhalb der Plattform gehen, sind unverschlüsselt.
- (3) Die LB und der Nutzer werden eintreffende Nachrichten stets unverzüglich bearbeiten und beantworten, soweit in den Anwendungen keine Fristen geregelt sind.
- (4) Die Parteien verzichten auf die Anwendung der Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312e Abs. 1 Nr. 1-3 und S. 2 Bürgerliches Gesetzbuch.
- 6. Austausch und Wirksamkeit von Erklärungen**
- (1) Eine elektronische Nachricht gilt als dem Empfänger dann zugegangen, wenn sie in die Kommunikationseinrichtung des Empfängers eingegangen ist. Eingegangen ist eine Nachricht mit dem Erreichen der ersten technischen Vorrichtung der Kommunikationseinrichtung des Empfängers. Die Nachricht gilt schon dann als in die Kommunikationseinrichtung des Empfängers eingegangen, wenn der Absender die ordnungsgemäße Absendung nachweist, es sei denn, der Empfänger macht glaubhaft, dass er die Nachricht nicht erhalten hat. Als Kommunikationseinrichtung gilt die Gesamtheit der technischen Geräte und Mittel, insbesondere der Hard- und Software, der sich die Nutzer zur Durchführung des elektronischen Nachrichtenaustausches auf der Basis dieser B2B Nutzungsvereinbarung bedienen. Bei Anwendungen gilt eine in die Datenbank der Anwendung eingestellte Nachricht als zugegangen, wenn der Empfänger Kenntnis von der Nachricht bei Einhaltung der Prüfungspflicht nach Abschnitt 5 Abs. 3 dieser B2B Nutzungsvereinbarung hätte nehmen müssen. In Fällen des Eingangs von elektronischen Nachrichten zur Unzeit (außerhalb der branchenüblichen Geschäftszeiten) erfolgt in Fällen der Fristwahrung der Zugang am folgenden Arbeitstag.
- (2) Werden Daten unter Einhaltung der in dieser B2B Nutzungsvereinbarung bzw. der besonderen Regelungen in den Applikationsbeschreibungen vorgeschriebenen Regeln versendet, so gilt zwischen den Nutzern dasjenige, was eine Partei empfangen und daraufhin gespeichert hat, als verbindlich, es sei denn, die empfangende Partei hätte die Unrichtigkeit der Erklärung erkennen können oder müssen. Dies gilt nicht für Daten, die nicht lesbar sind. Eine elektronische Nachricht gilt dann als nicht lesbar, wenn sie nicht im abgesprochenen oder allgemeingültigen Kontext von der anderen Partei ordnungsgemäß interpretiert werden kann.
- (5) Should the User Entity decide not to use a modified or additional application or not to consent to a change in the existing B2B User Agreement, the User Entity must notify the Platform Operator accordingly in writing without delay.
- 3. Scope**
- (1) This B2B User Agreement governs solely the use of VW Group Supply.com and the associated special form of electronic communication.
- (2) User Entities make use of the applications and information services of VW Group Supply.com to effect individual business contacts and transactions.
- (3) The contents of the individual business contacts and transactions between User Entities, i.e. between a Platform Participant and a Group Company, are independent of the instant B2B User Agreement and governed by the agreements of the User Entities in each specific instance.
- 4. Permissible Use of VW Group Supply.com**
- (1) The User Entity agrees to use VW Group Supply.com solely for its intended purposes.
- (2) The Platform Operator and the User Entity agree not to post legally impermissible (illicit) content on VW Group Supply.com or to use VW Group Supply.com to transmit such content.
- (3) Should legitimate claims be raised by third parties against the Platform Operator by reason of illicit content posted or transmitted by the User Entity in contravention of subsection 2, the user shall indemnify the Platform Operator against and procure its release from all such third party claims.
- 5. Communications facilities and communication responsibilities**
- (1) The Platform Operator and the User Entity are required to keep their communication facilities in operational readiness and to maintain such operational capability in accordance with the state of the art for the duration of this Agreement.
- (2) Electronic communication via VW Group Supply.com is accomplished by transmitting messages. Communication within the platform is encrypted. E-mails from applications to systems of the Platform Participant that are external to the platform are not encrypted.
- (3) The Platform Operator and the User Entity shall process and reply to all incoming messages without delay, unless the applications specify deadlines.
- (4) The parties waive application of the requirements for electronic business transactions contained in § 312e (1) nos. 1-3 and sent. 2 of the German Civil Code.
- 6. Exchange and Validity of Declarations**
- (1) An electronic message is deemed to have been received by the recipient upon arrival at the recipient's communication facility. A message arrives when it reaches the initial technical device in the recipient's communication facility. A message is presumed to have arrived at the recipient's communication facility if the sender shows that it was properly dispatched, unless the recipient makes a prima facie showing that it did not receive the message. The term communications facility refers to the entirety of the technical equipment and resources, including the hardware and software, employed by User Entities to effect electronic exchange of messages on the basis of this B2B User Agreement. With respect to applications, a message posted to the application's database is deemed to have been received when the recipient should have become cognizant of the message assuming compliance with the inspection requirement of section 5 (3) of this B2B User Agreement. An electronic message arriving at an unreasonable time (outside of the business hours customary in the industry) is received on the next following business day for purposes of meeting deadlines.
- (2) Where data is sent in compliance with the rules prescribed by this B2B User Agreement including the special terms in the description of the applications, then that which a party has received and thereupon saved shall be considered binding between the User Entities unless the receiving party could or should have realized the incorrectness of the declaration. This does not apply to data that is unreadable. An electronic message is considered to be unreadable if the other party is unable to interpret it properly in the agreed or generally applicable context. The sending User Entity is entitled to invoke mutatis mutandis the right stipulated in sec. 10 (3) sent. 5.

Dem absendenden Nutzer steht das Recht aus Abschnitt 10 Abs. 3 Satz 5 entsprechend zu.

- (3) Die Nutzer erklären sich mit der in vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung beschriebener und definierter Abwicklung betreffend Abgabe und Zugang von Erklärungen sowie Austausch von Informationen und sonstigen Daten einverstanden. Insoweit haben die Nutzer das gemeinsame Verständnis, dass bei Einhaltung der oben beschriebenen Vorgehensweise die Beweisregel des § 371a ZPO entsprechend gilt. Damit verzichten die Parteien darauf, außer in den Fällen der gesetzlichen Anfechtungsrechte sowie der Abschnitt 10 Abs. 3 Satz 5, die Wirksamkeit von über eine Anwendung der VW GroupSupply.com abgegebene Erklärungen zu bestreiten.

7. Lieferantendatenbank

- (1) Die Lieferantendatenbank (LDB) dient der zentralen Verwaltung aller Stammdaten der Nutzer der VW Group Supply.com. Teil der Stammdaten ist die sog. DUNS Nummer, über welche die Identifizierung der einzelnen Standorte des Nutzers erfolgt.
- (2) Die DUNS Nummer ist Teil des Unique Partner Identification Key (UPIK®). UPIK® ist ein eindeutiges, einheitliches und firmenübergreifendes Online-Identifizierungssystem zur Neuanlage und Pflege von Geschäftspartner-Informationen. Aufgebaut wurde es unter anderem vom Verband der Automobilindustrie (VDA) gemeinsam mit D&B Deutschland.
- (3) Auf die vom LT eingetragenen Stammdaten (Firmenname und Anschrift) greifen alle Applikationen zu, die Stammdaten zur Prozesssteuerung erfordern. Fehlerhafte oder veraltete Stammdaten können somit zu Prozessstörungen führen.
- (4) Der LT ist verantwortlich für die Richtigkeit und Aktualität der Stammdaten und ist verpflichtet, alle Daten in die aufgeführten Pflichtfelder in der LDB vollständig und richtig anzugeben und, soweit diese bereits ausgefüllt sind, auf ihre Vollständigkeit und Richtigkeit regelmäßig zu überprüfen. Soweit sich Änderungen in den Daten über den LT in der LDB ergeben, hat der LT diese Änderungen unverzüglich in die LDB einzugeben. Soweit der LT Kannfelder mit Daten gefüllt hat, gilt gleiches für diese Daten. Um das Risiko auftretender Prozessstörungen zu minimieren, prüft die LB eingegebene Änderungen bei den Stammdaten im Abgleich zu UPIK®. Soweit der Datenabgleich Unterschiede aufweist, werden die Stammdatenänderungen von der LB zunächst abgelehnt und der LT aufgefordert, die Widersprüche gegenüber UPIK® zu klären.
- (5) Sollten der LB oder den Konzerngesellschaften dennoch aus Prozessstörungen wegen unrichtigen oder veralteten Stammdaten Schäden entstehen, hat der LT dafür einzustehen.

8. Administration und Autorisierungen

- (1) Der LT bestimmt einen Company Administrator, der gegenüber der LB und den Konzerngesellschaften als für den LT mit Vertretungsbefugnis ausgestattet gilt. Im Rahmen der Registrierung legt der LT diesen im sog. User Management System (UMS) an. Änderungen hinsichtlich der Person des Company Administrators hat der LT unverzüglich im UMS unter einer neuen UserID einzupflegen; bis zur Änderung im UMS gilt der vom LT der LB gegenüber benannte Company Administrator als berechtigt.
- (2) Die LB richtet die Administrationsrechte für die jeweiligen Applikationen für den Company Administrator des LT im UMS ein. Der Company Administrator gilt der LB und den Konzerngesellschaften gegenüber als berechtigt, Mitarbeitern des LT (Anwendern) für Applikationen der VW Group Supply.com Anwendungsbefugnisse zu verleihen und die Zugangsberechtigung im UMS zu vergeben (Autorisierung), diese zu ändern und zu löschen. Abschnitt 10 Abs. 3 gilt entsprechend. Soweit mit Autorisierungen ausgestattete Anwender aus dem Unternehmen des LT ausscheiden, hat der LT diese unverzüglich im UMS zu sperren und für deren Nachfolger ggf. neue Autorisierungen anzulegen.
- (3) Der LT ist verpflichtet, sicherzustellen, dass die Anwender über ausreichende Vertretungsberechtigung zum Abschluss der über die Anwendungen abzuwickelnden Transaktionen verfügen. Jeder vom LT oder dessen Company Administrator benannte Anwender gilt für die Ausführung von Transaktionen gegenüber den Konzerngesellschaften für die jeweils autorisierte Anwendung als vom

- (3) The User Entities declare their assent to the procedures described and defined in this B2B User Agreement regarding the dispatch and receipt of declarations and the exchange of information and other data. In as much, the User Entities mutually understand that the evidentiary rule of § 371a ZPO (German Code of Civil Procedure) applies mutatis mutandis where the above described procedures are adhered to. The parties accordingly waive their right to contest the validity of declarations made using an application of VW Group Supply.com, except in cases presenting legal grounds for avoidance and in situations to which sec. 10 (3) sent. 5 applies.

7. Supplier Database

- (1) The Supplier Database facilitates the central administration of all master data pertaining to the User Entities of VW Group Supply.com. The master data include the so-called DUNS number, by means of which the various locations of the User Entity are identified.
- (2) The DUNS number is part of the Unique Partner Identification Key (UPIK®). UPIK® is a one-to-one, uniform, inter-company online identification system for creating and managing information on business counterparties. The system was established by the German Association of the Automotive Industry (VDA) in cooperation with D&B Germany.
- (3) All applications that require master data for process control purposes rely on the master data entered by the Platform Participant (company name and address). Inaccurate or outdated master data can thus result in process disruption.
- (4) The Platform Participant is responsible for ensuring that the master data are accurate and up to date. It is required to enter all data in the designated mandatory fields of the Supplier Database completely and correctly, and, once these have been filled out, must periodically verify the completeness and accuracy of the data. Should the data on the Platform Participant in the Supplier Database change in any way, the Platform Participant must enter such changes in the Supplier Database without delay. To the extent the Platform Participant has entered data in optional fields, the same applies for such data. In order to minimize the risk of process disruption, the Platform Operator will cross-check any changes entered in the master data against UPIK®. Should the data cross-check reveal differences, the Platform Operator will initially reject the master data changes and request the Platform Participant to clarify the discrepancies in comparison with UPIK®.
- (5) Should the Platform Operator or the Group Companies nevertheless suffer loss due to process disruptions resulting from incorrect or outdated master data, the Platform Participant is required to hold them harmless.

8. Administration and User Authorizations

- (1) The Platform Participant designates a Company Administrator who is deemed to be authorized to represent the Platform Participant vis-à-vis the Platform Operator and the Group Companies. In the course of registration, the Platform Participant enters this person in the User Management System (UMS). Any change in the identity of the Company Administrator must be immediately entered in the UMS under a new User ID by the Platform Participant. Until the UMS entry is changed, the last Company Administrator designated by the Platform Participant to the Platform Operator is considered to be authorized.
- (2) The Platform Operator configures the Company Administrator's administration rights for the various applications in the UMS. In relation to the Platform Operator and the Group Companies, the Company Administrator is deemed to have the authority to assign user rights and access rights (user authorization) in the UMS for applications of VW Group Supply.com to the Platform Participant's employees (users), as well as authority to modify and cancel such rights. Sec. 10 (3) applies analogously. When users to whom user authorizations have been issued cease to be employed by the Platform Participant, the Platform Participant must immediately block access by such persons in the UMS and configure new user authorizations as needed for their successors.
- (3) The Platform Participant is required to ensure that its users have sufficient authority to conclude the business transacted using the applications. Every user appointed by the Platform Participant or its Company administrator is deemed authorized by the Platform Participant to transact business with the Group Companies using the application(s) for which he or she has user authorization.

LT bevollmächtigt.

- (4) Der LT hat die Vergabe von Autorisierungen sowie deren Änderung und Löschung stets unverzüglich im UMS einzugeben. Nur im UMS geführte Anwender und/oder Company Administratoren sind berechtigt, auf der VW Group Supply.com zu verkehren. Die LB behält sich das Recht vor, sich die im UMS eingetragenen Anwender in regelmäßigen Abständen vom Company Administrator bestätigen zu lassen.
- (5) In vergleichbarer Weise sind die Anwender in den Konzerngesellschaften über die LB und den Administratoren in den Konzerngesellschaften berechtigt.
- (6) Der Nutzer trifft alle Entscheidungen über die Vergabe von Anwendungsbefugnissen allein und eigenverantwortlich. Die LB hat keine Möglichkeit, Änderungen an den Anwendungsbefugnissen vorzunehmen.
- (7) Benutzt eine Applikation, die LB oder eine Konzerngesellschaft eine vom LT in der LDB oder im UMS eingetragene Kommunikationsadresse, so hat sich der LT deren Richtigkeit zurechnen zu lassen. Für elektronische Nachrichten gilt Abschnitt 6 Abs. 1. Erhält die LB oder eine Konzerngesellschaft eine Nachricht von einer der in den Datenbanken eingegebenen Kommunikationsadressen des LT, so gilt diese Nachricht als vom LT wesentlich abgegeben. Der LT kann sich insoweit nicht darauf berufen, dass die in der LDB und im UMS hinterlegten Kommunikationsadresse nicht mehr aktuell ist.
- (4) The Platform Participant shall immediately enter all assignments, modifications, and cancellations of user authorizations in the UMS. Only users and/or Company Administrators registered in the UMS are entitled to log onto VW Group Supply.com. The Platform Operator reserves the right to require the Company Administrator to confirm at regular intervals the users registered in the UMS.
- (5) The users in the Group Companies are authorized in a similar manner through the Platform Operator and the administrators of the Group Companies.
- (6) The User Entity alone shall make and bear sole responsibility for all decisions regarding the assignment of user rights. The Platform Operator is unable to modify user rights.
- (7) If an application, the Platform Operator, or a Group Company uses a communication address that a Platform Participant has entered in the Supplier Database or in the UMS, the Platform Participant bears responsibility for the accuracy of the address. Sec. 6 (1) applies to electronic messages. A message received by the Platform Operator or a Group Company from a communication address of the Platform Participant entered in the Supplier Database is deemed to have been knowingly sent by the Platform Participant. In such cases, the Platform Participant is barred from claiming that the communication address registered in the Supplier Database is no longer valid.

9. Kosten

- (1) Die LB stellt auf der VW Group Supply.com eigenentwickelte Applikationen und Informationsdienste den Nutzern kostenneutral zur Verfügung.
- (2) Zur Nutzung der VW Group Supply.com, deren Informationsdienste und Applikationen ist grundsätzlich eine Hochleistungsdatenverbindung und ein handelsüblicher Internetbrowser erforderlich.
- (3) Jede Partei trägt ihre Kosten selbst, die ihr durch und im Zusammenhang mit ihrer Nutzung der VW Group Supply.com entstehen, insbesondere Kosten für Personalaufwand, Betrieb und Beschaffung ihrer Kommunikationseinrichtungen und dazugehöriger Software, Beseitigung etwaiger Störungen ihrer Einrichtungen, tatsächliche und vermutete Fehleridentifizierung sowie die Kosten, die notwendig sind, die Kommunikationseinrichtung auf dem Stand der Technik zu halten.

10. Sicherungspflichten/Fehlerprüfung und Fehlervermeidung

- (1) Die LB und der Nutzer verpflichten sich, ihre Kommunikationseinrichtungen gegen unbefugten Zugriff Dritter, unbefugte Übermittlung von Informationen oder anderen Missbrauch, gegen Verlust von Ein- und Ausgabedaten, unbefugte Veränderungen der Daten, Verzögerungen bei der Übertragung von Nachrichten sowie Zerstörung der elektronischen Informationen nach dem jeweiligen Stand der Technik zu sichern. Darüber hinaus verpflichten sie sich, in angemessenem Umfang geänderten technischen Anforderungen und Änderungen der auf der VW Group Supply.com angewendeten Verfahren Rechnung zu tragen und diese in angemessener Frist umzusetzen. Über besondere Anforderungen der LB wird die LB den Nutzer informieren.
- (2) Die Parteien verpflichten sich, ausreichende, dem Stand der Technik entsprechende Sicherheitsverfahren und -maßnahmen einzuhalten. Dazu gehört auch die Überprüfung der Plausibilität des Ursprungs und der Integrität von empfangenen Nachrichten.
- (3) Die Parteien haben sicherzustellen, dass Passwörter oder andere Zugangskennungen sorgfältig vergeben, weitergegeben, aufbewahrt und geheim gehalten werden, um Missbrauch zu vermeiden. Insbesondere sind passwortgeschützte Anwendungen stets vor Verlassen des Bildschirms zu beenden. Sobald eine Partei Grund zu der Annahme hat, dass Unberechtigte Kenntnis von einem Passwort erlangt haben, muss das Passwort unverzüglich geändert werden. Nutzt ein Dritter die VW Group Supply.com mit einer Zugangsberechtigung vom Nutzer, so werden die so abgegebenen Erklärungen dem Nutzer zugerechnet. Diese Zurechnung entfällt in dem Umfang, wie der Nutzer nachweisen kann, dass die Erklärung nicht von ihm stammt und er den Missbrauch der Zugangsberechtigung nicht zu vertreten hat.
- (4) Den Parteien sind die Risiken im Zusammenhang mit der Online Nutzung von Softwareprodukten bekannt.
- (5) Die LB wird sich bemühen, den möglichst störungsfreien Lauf der im Rahmen der VW Group Supply.com eingesetzten Software sicherzustellen. Dem Nutzer ist jedoch bekannt, dass nach dem

9. Costs

- (1) The Platform Operator makes self-engineered applications and information services available for use on a cost-neutral basis by User Entities on VW Group Supply.com.
- (2) The use of VW Group Supply.com requires in general a high-speed data connection and a standard commercial Internet browser.
- (3) Each party shall bear its own costs arising in connection with its use of VW Group Supply.com and the website's applications, including without limitation personnel costs, the cost of procuring and operating its communications facilities and related software, the cost of correcting malfunctions of its equipment, the cost of tracing real or supposed errors, and the cost necessary to keep its communication facility up to the state of the art.

10. Security Obligations / Error Tracing and Avoidance

- (1) The Platform Operator and the User Entity agree that they shall at all times employ state-of-the-art technology to secure their communications facilities against unauthorized access by third parties, unauthorized transmission of information or other misuse, losses of input and output data, unauthorized modification of data, delays in the transmission of messages, and destruction of the electronic information. They in addition agree to respond appropriately to changing technical requirements and changes in the procedures used on VW Group Supply.com and to implement these within a reasonable time period. The User Entity will be informed by the Platform Operator as to the latter's special requirements, if any.
- (2) The parties agree to employ adequate security procedures and measures and to maintain these at a state-of-the-art level. This includes verifying the plausibility of the origin and the integrity of messages received.
- (3) To prevent abuse, the parties shall ensure that due care is used in issuing, transmitting, archiving, and maintaining the secrecy of passwords or other access codes. In particular, password-protected applications shall always be terminated before leaving the monitor. Should any party have reason to believe that unauthorized persons have gained access to a password, the password must be changed immediately. In the event a third person employs an access authorization from the User Entity to access VW Group Supply.com, any declarations so issued will be imputed to the User Entity. Such imputation shall not occur to the extent the User Entity can prove that the declaration did not originate with it and that it is not legally responsible for the misuse of the access authorization.
- (4) The parties are aware of the risks associated with the online use of software products.
- (5) The Platform Operator will attempt to ensure that the software used in connection with VW Group Supply.com runs as smoothly as possible. The User Entity is, however, aware that the state of the art

Stand der Technik Software nicht vollständig fehlerfrei hergestellt werden kann.

- (6) Jede Partei ist verpflichtet, im Falle der Störung des Kommunikationssystems alle ihr zur Schadensminderung zur Verfügung stehenden Maßnahmen der Fehleridentifikation und Fehlervermeidung zu ergreifen. Dies gilt jedoch nur insoweit, als der Aufwand der Maßnahmen nicht in einem unangemessenen Verhältnis zur dadurch erreichbaren Schadensminderung steht.

11. Datenschutzrichtlinien

- (1) Der Nutzer ist damit einverstanden, dass sämtliche über ihn gespeicherte Daten im Rahmen der Geschäftskontakte und der Vertragsdurchführung von der LB und den Konzerngesellschaften gespeichert, verarbeitet und verwendet werden.
- (2) Die im Rahmen vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung und den Anwendungen der VW Group Supply.com erhobenen personenbezogenen Daten und Informationen werden ausschließlich für die Verwaltung der Nutzer und zur Sicherstellung eines ordnungsgemäßen Geschäftsablaufes und Betriebs der VW Group Supply.com verwendet. Die Verarbeitung oder Nutzung in diesem Zusammenhang entstandener personenbezogener Daten erfolgt ausschließlich im Rahmen der geltenden Datenschutzgesetze.
- (3) Der LT ist verpflichtet, bei berechtigter Einschaltung von Unterauftragnehmern entsprechendes vertraglich zu vereinbaren.

12. Archivierung und Aufbewahrung

Der Nutzer ist für die Einhaltung der bei Handelsdokumenten einschlägigen gesetzlichen und sonstigen Aufbewahrungspflichten sowie für eine ordnungsgemäße Archivierung selbst verantwortlich. Zu diesem Zwecke hat der Nutzer das Recht, die eingestellten und ihm übermittelten Dokumente auf eigenen Datenträgern zu speichern.

13. Geheimhaltung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen

- (1) Die LB und der Nutzer verpflichten sich, die nachfolgend definierten **vertraulichen Geheimhaltungsgegenstände** strikt geheim zu halten, Dritten nicht zu offenbaren, sie ausschließlich für die vertraglich vorgesehenen Zwecke zu verwenden sowie, in Übereinstimmung mit den in vorliegendem Vertrag festgelegten Regeln, alle geeigneten Schritte zu unternehmen, um hinsichtlich der vertraulichen Geheimhaltungsgegenstände die Geheimhaltung zu wahren.
- (2) **Vertrauliche Geheimhaltungsgegenstände** sind insbesondere alle Unterlagen, einschließlich vorliegenden B2B Nutzungsvereinbarung, Daten, Informationen und Erkenntnisse die von der LB oder dem Nutzer im Zusammenhang mit vorliegender B2B Nutzungsvereinbarung oder dessen Erfüllung eingebracht oder gegenseitig bekannt werden. Davon umfasst sind auch solche Daten, Informationen und Erkenntnisse, die im Rahmen des Zugangs oder der Nutzung einer Applikation oder des nicht öffentlichen Bereichs der VW Group Supply.com zur Verfügung gestellt oder ausgetauscht werden. Vertrauliche Geheimhaltungsgegenstände sind auch solche, die von der LB oder einem Nutzer eingebracht werden und ausdrücklich als solche gekennzeichnet sind oder erkannt werden.
- (3) Geheimhaltungsgegenstände sind gesichert aufzubewahren. Nach Abschluss der Zusammenarbeit sind schriftliche Informationen und Geheimhaltungsgegenstände - insbesondere ausgehändigtes oder erarbeitetes Material - vollständig gegenseitig zurückzugeben bzw. zu übergeben oder nach Abstimmung zu vernichten.
- (4) Die Verpflichtung nach Absatz 1 gilt nicht für solche Geheimhaltungsgegenstände, für die die offenbarende Partei nachweisen kann, dass diese zur Zeit ihrer Übermittlung durch die bekannt gebende Partei bereits offenkundig, d. h. veröffentlicht oder allgemein zugänglich gewesen sind, oder zur Zeit ihrer Übermittlung durch die bekannt gebende Partei bereits bekannt waren, oder nach ihrer Übermittlung durch die bekannt gebende Partei ohne Verschulden des Nutzer offenkundig werden, oder nach ihrer Übermittlung dem Nutzer von dritter Seite auf gesetzliche Weise und ohne Einschränkung in Bezug auf Geheimhaltung oder Verwendung bekannt gemacht wurden.
- (5) Sofern nicht ausdrücklich schriftlich etwas Gegenteiliges mitgeteilt wird, gelten auch die mit den Nutzern nach §15 AktG verbundenen Unternehmen als Dritte im Sinne dieser Verpflichtungserklärung.
- (6) Zur Erfüllung der vorstehenden Geheimhaltungsverpflichtungen wird der Nutzer mit seinen Mitarbeitern, Erfüllungs- und Verrich-

does not permit the development of software that is entirely error-free.

- (6) In the event of a malfunction of the communications system, each party is obligated to employ all means of error identification and error prevention at its disposal to minimize damages. This applies, however, only to the extent the effort associated with the measures is not unreasonably disproportionate to the minimization of damages thereby attainable.

11. Data Protection Guidelines

- (1) The User Entity grants permission for the Platform Operator and the Group Companies to store, process, and use, in connection with business contacts and the performance of contracts, all stored data relating to the User Entity.
- (2) The personal data and information collected in the context of this B2B User Agreement and the applications of VW Group Supply.com shall be used solely for purposes of User Entity management and to ensure the proper functioning and operation of VW Group Supply.com. The processing or use of personal data collected in this connection shall be strictly in accordance with applicable data protection laws.
- (3) The Platform Participant is required to impose corresponding contractual obligations on any subcontractors to which it permissibly resorts.

12. Archiving and Retention

The User Entity is itself responsible for compliance with its obligations, statutory and otherwise, to retain and properly archive commercial documents. For this purpose, the User Entity is entitled to store posted documents and documents transmitted to it on its own data storage media.

13. Safeguarding of Business and Trade Secrets

- (1) The Platform Operator and the User Entity agree to preserve the strict secrecy of the of **confidential property** defined below; they covenant not to reveal or disclose such property to third parties, to use it solely for the contractually contemplated purposes, and to take all appropriate action in accordance with the terms of this User Agreement to preserve the secrecy of the confidential property and prevent any disclosure thereof.
- (2) The term "**confidential property**" includes without limitation all documents, including this B2B User Agreement, all data, information, and all knowledge that the Platform Operator or the User Entity contributes, or of which they become mutually aware, in connection with this B2B User Agreement or its performance. The term also includes such data, information, and knowledge that are made available or exchanged in connection with the access to or the use of an application or the non-public area of VW Group Supply.com. Confidential property furthermore includes any document, data, information, knowledge, or other item contributed by the Platform Operator or a User Entity that is expressly designated as such or is recognized as such.
- (3) Confidential property shall be held in a secure manner. After conclusion of the collaboration, written information and confidential property, such as materials provided or produced, shall be mutually returned or handed over in its entirety or, if so agreed, destroyed.
- (4) The obligation under subsection 1 does not apply to confidential property as to which the disclosing party is able to prove (i) that, at the time of its communication by the party that provided it, it was either (a) a matter of common knowledge, i.e. already published or generally accessible, or (b) already known to the disclosing party, or (ii) that, subsequent to its communication by the party that provided it, it became a matter of common knowledge without fault on the part of the disclosing party, or (iii) that, subsequent to its communication, it was made available to the disclosing party by a third party in a lawful manner without restrictions regarding the confidentiality or use thereof.
- (5) Unless otherwise expressly stated in writing, the enterprises affiliated with the User Entities within the meaning of § 15 AktG (German Stock Corporation Law) are also considered to be third parties for purposes of this section 13.
- (6) In fulfilling the above confidentiality obligations, the User Entity shall impose corresponding written obligations on its employees, per-

tungsgehilfen, die mit der Durchführung dieser B2B Nutzungsvereinbarung bzw. mit der Nutzung der vwgroupsupply.com befasst sind oder sich Zugang zu Geheimhaltungsgegenständen beschaffen können, entsprechende schriftliche Verpflichtungen vereinbaren.

- (7) Die vorstehenden Geheimhaltungsverpflichtungen enden mit Ablauf des fünften (5.) Jahres auf die Beendigung dieser B2B Nutzungsvereinbarung.

14. Haftung

- (1) Die LB und der Nutzer haften für Personenschäden sowie bei allen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhenden Schäden nach den gesetzlichen Bestimmungen. Im Übrigen haften die LB und der Nutzer gleich aus welchem Rechtsgrund nur wegen der schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Der Schadenersatz für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist jedoch auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden begrenzt.
- (2) Die Haftung für den Ersatz von mittelbaren Schäden ist, soweit gesetzlich zulässig, ausgeschlossen.
- (3) Nicht Gegenstand dieser Haftungsregelung sind Schäden, die im Zusammenhang stehen mit aus einem Geschäftskontakt zwischen den Nutzern etwaig auszutauschenden und/oder ausgetauschten Waren oder Dienstleistungen (z.B. Mängelhaftung, Haftung, Produkthaftung); diese Haftung unterliegt den jeweiligen Vereinbarungen zwischen den Nutzern für den einzelnen Geschäftskontakt.
- (4) Die Schadensersatzpflicht tritt nur insoweit ein, als der Empfänger die mangelnde Echtheit, Richtigkeit oder Unversehrtheit der Nachricht nicht erkannt und bei angemessener Sorgfalt auch nicht hätte erkennen können.
- (5) Ein Mitverschulden des jeweils anderen Teils ist diesem anzurechnen.

15. Kündigung der B2B Nutzungsvereinbarung

- (1) Diese B2B Nutzungsvereinbarung wird auf unbestimmte Zeit geschlossen.
- (2) Die B2B Nutzungsvereinbarung ist mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende eines Kalenderjahres ordentlich kündbar. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Die LB hat insbesondere dann einen wichtigen Grund zur Kündigung, wenn hinsichtlich des Nutzers ein Insolvenzverfahren eingeleitet, gegen geltendes Recht verstoßen oder eine Pflicht trotz Abmahnung fortwährend verletzt wird.
- (3) Die Gültigkeit von Einzelverträgen zwischen den Nutzern wird von einer Kündigung dieser B2B Nutzungsvereinbarung nicht berührt; insoweit gilt diese B2B Nutzungsvereinbarung für unter Nutzung der Anwendungen geschlossene Einzelverträge zwischen den Nutzern weiter.
- (4) Der LT hat mit Beendigung seiner Geschäftsbeziehung zu einzelnen Konzerngesellschaften nach Wahl der jeweiligen Konzerngesellschaft von der LB erhaltene Daten und Software sowie Dokumente und Ähnliches bezogen auf die Zusammenarbeit mit dieser Konzerngesellschaft zu löschen bzw. zu vernichten oder an die jeweilige Konzerngesellschaft herauszugeben, soweit nicht gesetzliche Aufbewahrungspflichten bestehen.
- (5) Der LT hat nach Beendigung dieser B2B Nutzungsvereinbarung nach Wahl der LB alle von der LB erhaltenen Daten und Software sowie Dokumente und Ähnliches zu löschen bzw. zu vernichten oder an die LB herauszugeben, soweit nicht gesetzliche Aufbewahrungspflichten bestehen. Im Übrigen gilt Absatz 4 betreffend die Umfänge der Konzerngesellschaften.

16. Schlussbestimmungen

- (1) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme seiner kollisionsrechtlichen Bestimmungen und mit Ausnahme des Übereinkommens der Vereinten Nationen vom 11.04.1980 über Verträge über den internationalen Warenkauf.
- (2) Gerichtsstand hinsichtlich Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit dieser B2B Nutzungsvereinbarung ist das für Wolfsburg zuständige Gericht. Die LB ist auch berechtigt, jedes andere zuständige Gericht anzurufen. Soweit sich aus den Vereinbarungen zwischen den Nutzern betreffend den jeweiligen Geschäftskontakt zu einem Einzelvertrag eine abweichende Gerichtsstands- oder Schiedsvereinbarung getroffen ist, werden Streitigkeiten im Zu-

formance assistants (§ 278 German Civil Code), and vicarious agents (§ 831 German Civil Code) that are involved in performing this B2B User Agreement or using VW Group Supply.com, or are able to obtain access to confidential property.

- (7) The above confidentiality obligations terminate at the end of the fifth (5th) year following the termination of this B2B User Agreement.

14. Liability

- (1) The Platform Operator and the User Entity are liable in accordance with the statutory provisions for personal injuries and for all damage resulting from intentional or grossly negligent conduct. Otherwise, regardless of the legal grounds of liability, the Platform Operator and the User Entity shall be liable only for the culpable breach of material contractual obligations. Damages for the breach of material contractual obligations is, however, limited to the foreseeable damages typical of the contract in question.
- (2) All liability for indirect damages is excluded to the extent the law allows.
- (3) These liability provisions do not apply to damages arising in connection with any goods or services provided or to be provided amongst the User Entities as a result of a business contact (e.g. warranty obligations, liability, product liability). Such liability is subject to the agreements between the User Entities with respect to the transaction in question.
- (4) An obligation to pay damages arises only to the extent the recipient does not recognize that a message is not authentic, not accurate, or not intact, and could not have done so with the exercise of due diligence.
- (5) Account shall be taken of the claimant party's contributory negligence, if any.

15. Termination of the B2B User Agreement

- (1) This B2B User Agreement is entered into for an indefinite period.
- (2) The B2B User Agreement may be terminated without cause at the end of any calendar year by notice given three months in advance. The foregoing is without prejudice to rights of termination for important cause. The circumstances pertaining to the User Entity in which the Platform Operator has important cause to terminate include without limitation the commencement of an insolvency proceeding, violations of applicable law, and continuing breach of obligations despite notice given thereof.
- (3) The termination of this B2B User Agreement is without prejudice to the validity of separate contracts between the User Entities. Despite termination, it continues to apply to separate contracts entered into between the User Entities using the applications.
- (4) Upon termination of its business relationship with any Group Company, the Platform Participant shall, at the discretion of the company in question, erase all data and software relating to the collaboration with this Group Company that it received from the Platform Operator and destroy all such documents and similar materials so received, or deliver such to the respective Group Company, to the extent consistent with statutory document retention obligations.
- (5) Upon termination of this B2B User Agreement, the Platform Participant shall at the discretion of the Platform Operator either erase all data and software received from the Platform Operator and destroy all documents and similar materials so received, or deliver such to the Platform Operator, to the extent consistent with statutory document retention obligations. Otherwise, subsection 4 applies with regard to the data, etc. of Group Companies.

16. Concluding Provisions

- (1) This Agreement shall be governed by the law of the Federal Republic of Germany, except that its choice-of-law provisions and the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods of 11 April 1980 shall not apply.
- (2) Actions relating to disputes arising out of or in connection with this B2B User Agreement may be brought only in the court of proper jurisdiction for Wolfsburg, Germany. The Platform Operator is also entitled to bring an action in any other court of proper jurisdiction. To the extent the agreements amongst the User Entities regarding a particular business contact and the separate contract arising therefrom contain a different terms on venue or arbitration, disputes

sammenhang mit der B2B Nutzungsvereinbarung, die auch die Rechte und Pflichten aus einem solchen Vertrag betreffen, entsprechend der so zwischen den Nutzern vereinbarten Gerichtsstands- und Schiedsvereinbarung entschieden.

- (3) Die im Rahmen der Nutzung der VW Group Supply.com zwischen den Nutzern geschlossenen Verträge und sonstigen Vereinbarungen richten sich nach dem aufgrund der jeweils vereinbarten Geschäftsbedingungen der betreffenden Konzerngesellschaft einschlägigen nationalen Recht und Gerichtsstand. Insofern entfaltet für Streitigkeiten allein aus und im Zusammenhang mit den Einzelverträgen Abschnitt 16 Absätze 1 und 2 keine Wirkung.
- (4) Veröffentlichungen, die den Inhalt dieser Vereinbarung oder diese Vereinbarung selbst betreffen, sind nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der jeweils anderen Partei zulässig. Die LB und die Konzerngesellschaften dürfen über diese Vereinbarung allgemein, ohne Nennung des LT, auch ohne dessen Zustimmung Veröffentlichungen vornehmen.
- (5) Die Parteien dürfen nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der jeweils anderen Partei mit dieser Geschäftsverbindung werben. Das schriftliche Einverständnis zur Werbung mit der Geschäftsverbindung ist vom LT von der zuständigen Stelle der LB einzuholen.
- (6) Sollten eine oder mehrere Klauseln dieser Vereinbarung unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so bleibt die Vereinbarung im Übrigen gültig. Die Parteien werden sich gemeinsam bemühen, die unwirksame oder undurchführbare Klausel durch eine wirksame und durchführbare Regelung zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen oder undurchführbaren Klausel möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für Regelungslücken in dieser Vereinbarung.
- (7) Soweit nach diesem Vertrag eine Erklärung „schriftlich“ oder in „Schriftform“ abzugeben ist, muss diese Erklärung den Aussteller erkennen lassen und der anderen Vertragspartei entweder als Original, als Telefax oder als Email mit einfacher elektronischer Signatur übermittelt werden.
- (8) Bei der Auslegung dieser Vereinbarung ist die deutschsprachige Version maßgeblich. Gegebenenfalls bestehende anderssprachige Fassungen, insbesondere nebenstehende Englische Fassung, dienen lediglich dem Verständnis.
- (9) Vorliegende Vereinbarung ist rechtsverbindlich, auch wenn die Unterschriften der Volkswagen AG lediglich in Faksimile erfolgt sein sollten.
- (3) The contracts and other agreements entered into between the User Entities in the course of using VW Group Supply.com shall be governed by the provisions on controlling national law and venue that are contained in the terms and conditions of the respective Group Company as agreed in each instance. Sec. 16 (1) and (2) are thus inapplicable to disputes that arise solely out of or in connection with separate contracts.
- (4) Publications and public statements by a party relating to the terms of this Agreement or to the Agreement itself are permitted only with the prior written consent of the other party. The Platform Operator and the Group Companies may publish comments of a general nature regarding this Agreement without the Platform Participant's consent, provided it is not referred to by name.
- (5) Neither party may advertise the fact of the business relationship without the other party's prior written consent. Any written consent by the Platform Operator to the Platform Participant's advertising use of the business relationship must be obtained from the Platform Operator's authorized department.
- (6) Should one or more clauses of this Agreement be or become invalid or unenforceable, this shall not affect the validity of the remainder of the Agreement. The parties shall mutually strive to replace the invalid or unenforceable clause with a valid and enforceable provision that approximates as closely as possible the economic purpose of the invalid or unenforceable clause. The above shall apply analogously in the event of gaps in the terms of this Agreement.
- (7) Where this Agreement requires a declaration to be made "in writing" or "in written form," the declaration must be such as to permit identification of its issuer and must be transmitted to the other contracting party either in the original, per facsimile copier, or per e-mail with simple electronic signature.
- (8) The construction and interpretation of this Agreement shall be determined solely on the basis of its German language version. Any other language versions, especially this English version, are purely for the sake of convenience and not authoritative.
- (9) This Agreement is legally binding even if the signatures on behalf of Volkswagen AG are merely in facsimile form.

Wolfsburg, August 2008

Volkswagen Aktiengesellschaft

i.V.



R. Piñero Prat

i.V.



J. Kokoschko

Im Namen von / on behalf of
Firma/Company:

rechtsverbindlich akzeptiert am (TT.MM.JJJJ) / accepted with legally binding effect on Date (day/month/year) _____

Unterschrift / by Signature

Unterschrift / by Signature

Name in Druckbuchstaben / Name Printed

Name in Druckbuchstaben / Name Printed

Position _____

Position _____

Všeobecné nákupní podmínky ŠKODA AUTO a.s.

I. Platnost Všeobecných nákupních podmínek

Pro veškeré vztahy mezi společností ŠKODA AUTO a.s. (dále jen „společnost Škoda Auto“) a dodavatelem, vzniklé na základě nebo v souvislosti s objednávkou společnosti Škoda Auto, se použijí tyto Všeobecné nákupní podmínky, pokud nebylo písemně dohodnuto něco jiného, a to i tehdy, jestliže dodavatel uplatňuje své vlastní dodací podmínky. Jakékoliv obchodní podmínky dodavatele nejsou součástí smlouvy, i když při uzavření smlouvy nejsou výslovně vyloučeny.

II. Objednávky a uzavření smlouvy

1. Objednávky jsou pro společnost Škoda Auto závazné jen tehdy, jestliže byly provedeny písemně a společností Škoda Auto podepsány. Pro přijetí objednávky a tedy pro uzavření smlouvy je nutno vrátit jednu kopii objednávky řádně podepsanou oprávněnými osobami.

2. Pokud nebude přijetí objednávky doručeno společností Škoda Auto do 30 dnů od jejího vystavení, pak si společnost Škoda Auto vyhrazuje právo objednávku odvolat.

III. Písemná forma a odchylující se ujednání

Změny a doplňky těchto Všeobecných nákupních podmínek a smlouvy musí být sjednány písemně. To se týká i samotného požadavku na písemnou formu.

IV. Utajení

1. Dodavatel je povinen nakládat se smlouvou a se všemi s její realizací souvisejícími obchodními a technickými informacemi jako s obchodním tajemstvím společnosti Škoda Auto.

2. Na obchodní vztah se společností Škoda Auto může dodavatel ve své reklamě poukázat pouze, pokud to společnost Škoda Auto předem písemně odsouhlasí.

3. Povinnost utajení platí nezávisle na tom, zda smlouva byla uzavřena, i pro informace získané během nabídkové fáze a po skončení smlouvy.

V. Technické podklady a výrobní prostředky

1. Ke všem vyobrazením, výkresům, výpočtům, technickým popisům a dalším podkladům jakož i modelům, vzorům, maticím, šablonám a nářadím (dále jen „technické podklady a výrobní prostředky“), které poskytne společnost Škoda Auto k dispozici dodavateli, si společnost Škoda Auto zvláště upozorňuje. Technické podklady a výrobní prostředky nesmí být bez výslovného předchozího písemného souhlasu společnosti Škoda Auto zpřístupněny třetím osobám. Totéž platí pro předměty vyrobené pomocí těchto technických podkladů a výrobních prostředků: tyto předměty mohou být dodávány pouze společností Škoda Auto.

2. Pokud z jakýchkoliv důvodů nedojde k uzavření smlouvy či realizaci obchodu, musí být tyto technické podklady a výrobní prostředky vráceny společnosti Škoda Auto.

3. Tyto technické podklady a výrobní prostředky jsou určeny výlučně pro splnění uzavřené smlouvy a po jejím skončení musí být neproděné bez vyzvání vráceny společnosti Škoda Auto.

4. Předměty, které společnost Škoda Auto vyvinula nebo zdokonalila ve spolupráci s dodavatelem, mohou být dodávány pouze společností Škoda Auto.

5. V případě, že jsou k objednávce připojeny zvláštní dodací podmínky, technické nebo zkušební podmínky, specifikace, instrukce pro balení, značení a odeslání, tvoří tyto nedílnou součást smlouvy a jsou pro obě smluvní strany závazné.

VI. Plnění

1. Místem plnění je Mladá Boleslav, Česká republika, pokud společnost Škoda Auto neurčí jiné místo plnění.

2. Plnění musí přesně odpovídat sjednaným podmínkám a musí být provedeno ve stanoveném termínu.

3. Společnost Škoda Auto není povinná převzít nesjednané částečné plnění nebo plnění většího množství. Plnění před sjednaným termínem je možné pouze po písemném souhlasu společnosti Škoda Auto.

VII. Platební podmínky

1. V korespondenci, dodacích listech, účtech atd. je nutno bezpodmínečně vždy uvádět celé číslo objednávky a číslo dodavatele, jinak není možno docílit rychlého vyřízení jednotlivých písemností, na což v oboustranném zájmu společnost Škoda Auto zvláště upozorňuje.

2. Preferována metoda zpracování účetních dokumentů je forma selfbillingu nebo využití elektronických fakturačních dat.

3. V případě vadného plnění je společnost Škoda Auto oprávněna zdržet platbu až do řádného splnění.

4. Dodavatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu společnosti Škoda Auto, který nesmí být bezdůvodně odepřen, své pohledávky vůči společnosti Škoda Auto postoupit nebo zastavit.

VIII. Zadržovací právo a započtení

1. Právo společnosti Škoda Auto vykonat zadržovací právo vůči dodavateli a právo společnosti Škoda Auto započíst vzájemné pohledávky nesmějí být omezena.

2. Společnost Škoda Auto je oprávněna jednostranně započítat své nesplatné pohledávky. Dále je společnost Škoda Auto oprávněna jednostranně započítat vůči nesplatným pohledávkám dodavatele.

IX. Transport – Náklady – Přechod nebezpečí

1. Společnost Škoda Auto si vyhrazuje určení přepravní trasy a způsobu přepravy stejně jako dopravního prostředku a způsobu balení.

2. Pro obchodní doložky platí INCOTERMS v nejnovějším znění platném v okamžiku uzavření smlouvy.

X. Vyšší moc

1. Za okolnosti vyšší moci jsou považovány takové okolnosti, které vznikly po uzavření smlouvy jako výsledek nepředvídatelných a smluvními stranami neodvratitelných událostí mimořádného charakteru, jako například přírodní katastrofy nebo války. Smluvní strana, pro kterou se plnění smluvních povinností stalo nemožným, musí při vzniku a ukončení výše uvedených okolností druhou smluvní stranu ihned písemně vyznamovat a předložit ji důkazy, že tyto okolnosti měly rozhodující vliv na plnění smluvních povinností. Vyskyt zmetkového materiálu, opožděné subdodávky a stavku nelze pokládat za vyšší moc a nedávají žádné oprávnění k prodloužení potvrzené dodací lhůty.

2. Pokud společnost Škoda Auto brání okolnosti vyšší moci převzít plnění na sjednaném místě, je po dobu trvání této překážky vyloučeno prodloužení plnění společnosti Škoda Auto s převzetím stejně jako jsou vyloučeny nároky dodavatele na protiplnění, resp. na náhradu škody. Po dobu trvání této překážky je dodavatel povinen skladovat zboží na vlastní náklady a nebezpečí.

3. Jestliže by měly uvedené nepředvídatelné okolnosti trvat déle než 6 měsíců u plnění, pro které neprekračuje lhůta k plnění 1 rok, nebo déle jak 9 měsíců u plnění, u kterého lhůta k plnění překračuje 1 rok, má společnost Škoda Auto právo od smlouvy odstoupit. Dodavatel je v tomto případě povinen vrátit částky zaplacené společností Škoda Auto s připočítáním úroků ve výši repo sazby stanovené Českou národní bankou, zvýšené o sedm procentních bodů. V každém kalendářním pololetí, za které se úroky platí, je výše úroků z prodloužení závislá na výši repo sazby stanovené Českou národní bankou a platné pro první den příslušného kalendářního pololetí.

XI. Odpovědnost za vady a záruka

1. Pokud není ohledně odpovědnosti za vady dojednáno něco jiného, přebírá dodavatel odpovědnost za vady svých plnění podle zákonných předpisů.

2. Záruční doba činí u strojů 24 měsíců od jejich uvedení do provozu. Záruční doba u náhradních dílů činí 24 měsíců od jejich zabudování, nejvýše však 30 měsíců od data dodání. U jiného zboží a služeb činí záruční doba 24 měsíců od jejich dodání. U kompletního zařízení platí za datum, od kterého se počítá záruční doba, datum dodání posledního dílu celého zařízení. Jestliže dodavatel provádí montáž, počítá se záruční doba od data uvedení celého zařízení do provozu.

3. Odstranění vad spočívá buď v jejich opravě, nebo ve výměně vadných součástí. Pokud dodavatel vady přes vyzvání včas nebo řádně neodstraní, je společnost Škoda Auto oprávněna bez újmy práv společnosti Škoda Auto z odpovědnosti za vady a ze záruky tyto vady na účet dodavatele odstranit nebo nechat odstranit. Pokud to nebude možné, je společnost Škoda Auto oprávněna odstoupit od smlouvy. Malé vady nebo takové, jejichž odstranění nesnese žádný odklad, odstraní společnost Škoda Auto sama a dodavatel nahradí společnosti Škoda Auto skutečné náklady. Při výměně nebo opravě součástí se prodlužuje záruční doba o dobu potřebnou pro výměnu nebo opravu.

XII. Látky narušující strukturu laku

Veškerá plnění dodavatele – bez ohledu na jejich druh – nesmějí obsahovat látky narušující strukturu laku a nesmí je ani emitovat do okolí.

XIII. Smluvní pokuta

1. Pokud nebude ve stanovené lhůtě řádně splněno, zaplatí dodavatel společnosti Škoda Auto smluvní pokutu ve výši 0,5 % z ceny celého plnění za každý započatý týden, maximálně však 5 % z ceny celého plnění. Společnost Škoda Auto je oprávněna započíst pohledávku na zaplacení smluvní pokuty proti pohledávce dodavatele na zaplacení ceny plnění.

2. Zaplacení smluvní pokuty a úroků z prodloužení nemá vliv na nárok společnosti Škoda Auto na náhradu případné další vyšší škody. Povinnost zaplatit smluvní pokutu trvá i po skončení smlouvy.

XIV. Rozhodné právo a příslušnost soudů

1. Smlouva, jakož i právní vztahy vzniklé porušením smlouvy, se řídí právním řádem České republiky. Použití mezinárodního práva soukromého, jakož i Úmluvy o smlouvách o mezinárodní koupi zboží se vylučuje.

2. Pro veškeré spory vznikající ze smlouvy nebo v souvislosti s ní je příslušný soud České republiky, v jehož obvodu leží sídlo společnosti Škoda Auto.

XV. Salvátorská klauzule

Pokud by některé ustanovení těchto Všeobecných nákupních podmínek a dalších dotčených ujednání bylo nebo se stalo neplatným, pak tím není dotčena platnost smlouvy jako celku. Smluvní strany se zavazují nahradit neplatné ustanovení ustanovením platným, které nejlépe odpovídá ekonomickému účelu ustanovení neplatného. Totéž platí v případě mezer v úpravě práv a povinností smluvních stran.

XVI. Vypověď

V následujících případech je společnost Škoda Auto oprávněna smlouvu s okamžitými účinky vypovědět nebo od smlouvy odstoupit.

- dodavatel zastavil platby;
- bylo zahájeno insolvenční nebo jiné podobné řízení u dodavatele;
- dodavatel vstoupil do likvidace;
- u dodavatele došlo k ukončení jedné z jeho činností, bez které není možné splnění účelu smlouvy;
- dodavatel nesplní předmět smlouvy řádně a včas.

XVII. Zvláštní ujednání

1. Dodavatel se zavazuje dodržovat veškeré právní předpisy v oblasti ochrany životního prostředí. Nejlepším dokladem ekologického chování dodavatele je certifikát dle ISO 14001 nebo EMAS.

2. Dodavatel působící v areálech společnosti Škoda Auto je povinen dodržovat všechny požadavky a příslušné interní předpisy společnosti Škoda Auto, které jsou dostupné na <https://share.skoda-auto.com/supplier/default.aspx> a www.vwgroupsupply.com, zejména zde uveřejněné požadavky z oblasti ochrany životního a pracovního prostředí, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a požární ochrany. Výše uvedenou internetovou platformu může společnost Škoda Auto využít i pro předávání dalších podkladů týkajících se smluvních vztahů s dodavateli.



Jednací protokol

Poptávka č.

ON č.

Dodavatel:

Věc:

Nabídka č. **ze dne:**

Účastníci jednání
(telefonicky):

Dodavatel:

Škoda:

e-mail:

e-mail:

Tel:

Tel:

FAX:

FAX:

TARGET (cílová hodnota):

CZ

Objem dodávky: CZK

Objem výkonů: CZK

Nabídka před jednáním: CZK

Nabídka po úpravě jednotkových cen: CZK

Sleva CZK

Nabídka po jednání: CZK

Zúčtování se provádí dle: ☐ paušálních cen

☐ skutečně provedených výkonů na základě jednotkových cen

Dodací podmínky :

1. Platí "Všeobecné nákupní podmínky" firmy Škoda Auto a.s.
2. Budou závazně dodrženy interní standardy Škoda Auto a.s.
3. Veškeré ceny jsou neměnné až do definitivního ukončení dodávky či výkonů.
4. Dojednané podmínky zůstávají v platnosti i při eventuelních pozdějších změnách objemu dodávky či výkonů. Na případné změny musí být poukázáno v nabídce změny.
5. Zaručujete nám, že dodávka neobsahuje látky narušující strukturu laku a takové neemituje do okolí.

Tvorba ceny :

DDP ŠKODA Auto a.s., procleno

01 = do závodu

02 = ze závodu

04 = na staveniště/místo použití

05 = na vagon / nákladní auto

11 = včetně obalu

21 = na českou hranici

12 = bez obalu

89 = automaticky včetně obalu,
jež bude následně opět
odebrán, vše bez nákladů
pro Škoda

Termíny:

Závazný příslib (pevné termíny):

Realizace -

Penále z prodlení dodávky:

0,5 % objednané hodnoty za každý dokončený týden překročení termínu, avšak nanejvýše max. 5 % při konečném zúčtování. Právo fy. ŠKODA Auto a.s. na uplatnění následných požadavků způsobených pozdní dodávkou po předložení důkazu zůstává nedotčeno.

dojednáno

ano

ne

Záruka:

Začíná po převzetí dodávky / výkonů a trvá - **24 měsíců** bez omezení směnného provozu.

Platební podmínky:

Objem dodávky: ☐ 100% 30 dnů po dodání a obdržení vyúčtování
☐ 90% 30 dnů po předání do provozu a obdržení vyúčtování
10% po 4 týdenním bezporuchovém provozu

Objem výkonů: 30 dní po dokončení výkonů a obdržení vyúčtování

Mladá Boleslav, dne

.....
právně závazný podpis dodavatele

Žádost o zřízení uživatele EBP

Antrag auf Anlegen des EBP-Anwenders

☐ zřízení přístupu / Zugriff errichten	☐ změna přístupu / Zugriff ändern	☐ zrušení přístupu / Zugriff löschen
Údaje o uživateli / Anwenderdaten:		
Jméno a příjmení: Vorname und Name		
Osobní číslo: Personalnummer		
Sít' ŠKODA : název uživatelského účtu* / SKODA-Netz: User-ID		
SAP: : název uživatelského účtu** / SAP User-ID		
Org. Zkratka útvaru: Abteilung-Org. Abkürzung		
NS: Kostenstelle		
Budova / Místnost Gebäude / Raum		
Telefon / Fax		
E-Mail		

☐ Nová žádost / Neuer Antrag	☐ Náhrada za přestup / Ersatz für den Wechsel	☐ Náhrada za ukončení / Ersatz für den Abschluss
---	--	---

ROLE / Flur	Typ objednacích návrhů/ BANF-Typ
☐ Žadatel / Antragsteller	☐ Režijní Objednací návrhy /Gemeinkosten-BANF
☐ Sekretářka / Sekretärin	☐ Investiční Objednací návrhy /Investitions-BANF
☐ Manager / Manager	
☐ Administrátor / Administrator	

Poznámka / Notiz Schvalování položek v systému EBP	
Pro zaměstnance externích firem / Für MA der externen firmen Uživatel ext. firmy potvrdil zachování tajemství. Der Benutzer der ext. Firma bestätigte die Geheimhaltung.	Vedoucí útvaru uživatele (zadavatel) Fachbereichsleiter des Anwenders (Vergeber) podpis, jmenovka, razítko / Stempel Unterschrift Datum:
Schválil / Genehmigt : Vedoucí zodpědný za data/ Verantwortlicher Leiter: Podpis, jmenovka, razítko / Unterschrift Datum:	Zvláštní útvar*** / Sonderbereich podpis, jmenovka, razítko / Unterschrift, Stempel Datum:

Systém/ Systemm	☐ vývojový/Entwicklungssystem	☐ konsolidační, produktivní/ konsolidations-,produktives System
Klient/ Klient	☐ číslo klienta/Mandant	☐ číslo klienta/Mandant

Oprávnění požadováno/ Berechtigung beantragt: od/ Von 17.7.2007..... do/ bis.....
--

Podpis příslušného GEKA (ve zvláštních případech administrátor systému)/ Unterschrift von dem entsprechenden GEKO (in die Sonderfällen-Systemadministrator)	
GEKO EBP:	GEKO EINK:
Podpis/ Unterschrift:	
Datum:	

* Přihlašovací jméno do sítě ŠKODA/Anmeldename ans ŠKODA-Netz

** Přihlašovací jméno do systémů SAP pokud je již založeno/Anmeldename an die SAP-Systeme, falls angelegt

*** Kontroluje a vyplňuje nadřízený uživatel, jedná-li se o tajné/důvěrné informace/wird vom Vorgesetzten des Anwenders geprüft un ausgefüllt, falls es sich um geheime/vertrauliche Informationen handelt

Adresa dodavatelské firmy

Škoda Auto a.s.
Všeobecný nákup / NV
+420-326-8-31003

Dana.Viglasova1@skoda-auto.cz
26.04.10

Seznámení s požadavky na udržitelný rozvoj a certifikáty v databázi dodavatelů

Vážená/vážený...,

„Požadavky koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům“ je důležitým dokumentem, který podporuje spolupráci společnosti Volkswagen AG se svými obchodními partnery.

Pro úspěšnou obchodní spolupráci s dodavateli je pro Volkswagen AG důležité, aby byly naše požadavky udržitelnosti realizovány také našimi dodavateli v interních a externích procesech.

Chtěli bychom Vás proto požádat, abyste nám zaslali zpět do **xx.xx.xx** podepsané „Požadavky koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům“ a samotný dotazník, který je jeho součástí.

Zároveň Vás chceme požádat, abyste také aktualizovali Vaše podnikové informace o certifikátech na platformě dodavatelů B2B v položce:

- Menu/Certifikáty, systémy a metody

Zadávatel certifikátu neprobíhalo do této doby u všech dodavatelů stejně, proto byly údaje smazány a nyní žádáme o jednotné zadání.

Po skončení platnosti certifikátu obdržíte automaticky upozornění formou e-mailu prostřednictvím B2B dodavatelské platformy s požadavkem o aktualizaci.

Informace k požadavkům na udržitelný rozvoj VW AG a další informace naleznete na následujících stránkách portálu Volkswagen :

1. V rubrice „Udržitelnost/Nachhaltigkeit“ na dodavatelské platformě B2B www.vwgroupsupply.com jsou pro naše obchodní partnery shrnuta všechna důležitá zadání a očekávání
2. Team Volkswagen AG Vám rád kdykoliv objasní všeobecné dotazy k tomuto tématu na e-mail adrese: umweltdialog@vwgroupsupply.com

Děkujeme Vám za zpětné zaslání podepsaných požadavků na udržitelný rozvoj, dotazníku i za zadání Vašich aktuálních informací o certifikátech na platformě B2B.

S přátelským pozdravem

Bc. Dana Viglášová
Všeobecný nákup / NV

VOLKSWAGEN

Akciová společnost

Vysvětlivky k požadavkům koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům

1. Úvod

Volkswagen a. s. upřesňuje v „Požadavcích koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům“, jak se mají chovat obchodní partneři v rámci své podnikatelské činnosti ve vztahu k centrálním ekologickým a sociálním aspektům.

S pomocí následujících vysvětlení Vám je poskytnuta možnost, na základě jednotlivých otázek analyzovat a zhodnotit Vaše vlastní procesy ve vztahu na dodržování těchto požadavků.

Uvedené otázky slouží pro vysvětlení „Požadavků koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům“, které se musí brát na vědomí v rámci nabídkové kalkulace.

Nabízejí obchodním partnerům nákupu výroby možnost, samostatně identifikovat slabá místa jak v oblastech ochrany životního prostředí, sociálních standardů, tak i v oblasti bezpečnosti práce a ochrany zdraví. V případě potřeby poskytuje Volkswagen u opatření pro zlepšení podporu jak odborně, tak i personálně. K tomu rádi můžete kdykoliv kontaktovat náš tým expertů. Příslušné kontaktní osoby společnosti Volkswagen a. s. najdete na konci tohoto dokumentu v kapitole „Kontaktní místo“.

- Datum kontroly: _____

- Odpovědná kontaktní osoba (e-mail): _____

- Jméno a místo obchodního partnera, pro kterého platí kontrola (pokud je k dispozici, zadejte prosím příslušné DUNS-číslo vašeho místa!): _____

2. Subdodavatelé

Požadavek: Společnost Volkswagen očekává, že se budou obchodní partneři pro dodržování „Požadavků koncernu Volkswagen na udržitelný rozvoj ve vztazích vůči obchodním partnerům“ starat také o *vlastní* subdodavatele.

→ Podniky s vícestupňovým procesem tvorby hodnoty mají větší riziko, že některý z jejich subdodavatelů nedokáže dodržet ekologické nebo sociální standardy. Proto je důležité, aby podniky zadaly svým vlastním subobchodním partnerům příslušné standardy a aby se toto příslušným procesem tvorby hodnot předávalo od dodavatele k dodavateli. Při prezentaci vlastních dodavatelů byste měli na všechny tři otázky moct odpovědět „ano“.

2.1 Má Váš podnik vlastní dodavatele/poskytovatele služeb ?

Ano ☐ Ne ☐

Pokud ano:

2.2 Existují předem stanovené údaje k ochraně životního prostředí, které stanovujete pro Vaše vlastní dodavatele/poskytovatele služeb ?

Ano ☐ Ne ☐

2.3 Existují předem stanovené údaje k pracovním podmínkám, které stanovujete pro Vaše vlastní dodavatele/poskytovatele služeb ?

Ano ☐ Ne ☐

2.4 Existují předem stanovené údaje k bezpečnosti práce a ochraně zdraví, které stanovujete pro Vaše vlastní dodavatele/poskytovatele služeb ?

Ano ☐ Ne ☐

3. Dodržování zákona

Požadavek: Společnost Volkswagen očekává od svých obchodních partnerů dodržení všech příslušných ekologických zákonů a ustanovení dané země, ve které působí. Společnost Volkswagen dále očekává od svých obchodních partnerů dodržení všeobecných lidských práv a pracovního práva v dané zemi, ve které působí.

→ Dodržování národních zákonů poukazuje na vědomí odpovědnosti v podniku. Proto musíte vědět, které zákony platí pro Váš podnik pro ochranu životního prostředí, sociální práva a pro bezpečnost práce a ochranu zdraví. Pokud by byl Váš podnik v průběhu

posledních 24 měsíců na základě porušení zákona právně souzen, je nutno příčinu odsouzení co možná nejrychleji odstranit.

3.1 Byl Váš podnik v průběhu posledních 24 měsíců kvůli porušení ekologických zákonů, sociálních práv nebo právních předpisů v bezpečnosti práce a v ochraně zdraví právně souzen ?

Ano ☐ Ne ☐

3.2 Odstranil Váš podnik příčinu, které vedla k odsouzení ?

Ano ☐ Ne ☐

4. Ochrana životního prostředí

4.1 Vytvoření a užívání systémů řízení životního prostředí

Požadavek: Management, který je orientovaný na životní prostředí je jedním z prvořadých cílů politiky podniku. Společnost Volkswagen proto očekává od všech obchodních partnerů s výrobními závody vhodný systém řízení životního prostředí. Mimoto očekává společnost Volkswagen od svých hlavních dodavatelů certifikovaný systém řízení životního prostředí podle mezinárodních norem ISO 14001 nebo EMAS ředpisů Evropské unie.

→ Předpokladem pro efektivní ochranu životního prostředí je jasné ustanovení příslušností a odpovědností. Měli byste proto mít také kontaktní osobu pro ochranu životního prostředí ve Vašem podniku.

4.1.1 Je ve Vašem podniku kontaktní osoba pro ochranu životního prostředí ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Společnost Volkswagen očekává od dodavatelů systém řízení životního prostředí. Pro příslušnou certifikaci jsou ze zásady k dispozici na výběr dva systémy: nařízení 1836/93/EG (EMAS) a DIN EN ISO 14001.

4.1.2 Máte certifikovaný systém řízení ochrany životního prostředí ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Pokud ještě nevlastníte žádný certifikovaný systém, nyní stačí také systém řízení životního prostředí bez certifikace.

4.1.3 Existuje systém řízení životního prostředí bez certifikace ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Pro případ, že ve Vašem podniku není žádná forma systému řízení životního prostředí, měli byste moct odpovědět na následující otázky „ano“.

4.1.4 Vlastníte závazné směrnice/cíle životního prostředí popř. politiku životního prostředí ?

Ano ☐ Ne ☐

4.1.5 Jsou ve Vašem podniku definovány odpovědnosti na téma „ochrana životního prostředí“ ?

Ano ☐ Ne ☐

4.1.6 Existuje záznam o dodržování zákonných a provozních nařízení ohledně ochrany životního prostředí ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Zároveň je pro nás důležité, abyste dodržovali zákonné předpisy na téma životního prostředí dané země, které se týkají Vašeho provozu. Proto byste měli tyto co nejlépe znát a měli byste být schopni vysvětlit, jak je jejich dodržování zajištěno příslušnými procesními průběhy. Proto byste měli být schopni bez problémů odpovědět na následující otázky.

4.1.7 Jak zajistíte, aby byly zákonné předpisy na téma ochrany životního prostředí, které se týkají Vašeho provozu, dodržovány ?

4.2 Aktivní zacházení s ekologickými výzvami

Požadavek: S ekologickými výzvami se zachází prozíravě a předvídavě. Zavádějí se opatření pro zacházení s životním prostředím s vědomím odpovědnosti. Je třeba se snažit vyvíjet a rozšiřovat ekologicky čisté technologie.

→ Měli byste si uvědomit, jaká relevantní ekologická působení vycházejí z Vašeho podniku. Dále je nutno tato nejen vyjmenovat, ale také z nich důsledně vyvodit opatření, aby se mohlo s těmito ekologickými působeními zacházet prozíravě a předvídavě.

4.2.1 Jaká relevantní ekologická působení vycházejí z Vašeho podniku ?

Zacházíte ve Vašem podniku s těmito relevantními ekologickými působeními prozíravě a předvídavě ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Vývoj inovačních postupů pro ekologicky čisté technologie slouží ke snižování zatěžování životního prostředí na počátku jejich vzniku, tak i šetření zdrojů. Měli byste ve Vašem podniku přímo působit na vývoj a rozšiřování užitečných ekologicky čistých technologií prostřednictvím Vašich zaměstnanců.

4.2.2 Působíte na vývoj a rozšiřování ekologicky čistých technologií ve výrobě, vzhledem ke konstrukčním dílům nebo také při službách ?

Ano

☐

Ne

☐

4.3 Nízká spotřeba zdrojů

Požadavek: Jak při vývoji, výrobě a pro fázi užívání výrobků, tak i při vývoji a provádění výrobních procesů jakož i při jiných činnostech se zohledňuje úsporné použití energií a surovin, použití obnovitelných zdrojů a minimalizace škod pro životní prostředí a pro zdraví.

→ V rámci výrobních procesů se spotřebovávají globální a regionální zásoby energií, vody, půdy/plochy a jiné suroviny. Disponibilní množství dnes ještě nejvýznamnějších zdrojů energie jako je ropa, zemní plyn a uhlí jakož i minerální suroviny, je omezeno. Proto byste i Vy měli být schopni odpovědět na následující otázku „ano“ a vědět, kterých zdrojů přiměřeně Vaší činnosti se to obzvláště týká.

Dbáte ve svých výrobních procesech na nízkou spotřebu zdrojů (např. energií, vody, surovin) ?

Ano

☐

Ne

☐

4.4 Odpad a recyklace

Požadavek: Jak při vývoji, výrobě a pro fázi užívání výrobků, tak i při vývoji a provádění výrobních procesů jakož i při jiných činnostech se zohledňuje zabránění vzniku odpadů, opětovné použití, recyklace, jakož i bezpečná a ekologicky čistá likvidace zbytkového odpadu.

→ Zákonná ustanovení ohledně ochrany životního prostředí v Německu, Evropě a v celém světě kladou rostoucí komplexní požadavky na průmysl. Recyklace vozidel je zde rostoucí oblastí působnosti s rostoucím významem. Z tohoto důvodu je důležité, abyste mohli za svůj podnik odpovědět na obě otázky „ano“.

4.4.1 Dbá se ve vašem podniku při vývoji, konstrukci a při provozu, jak u výrobků, tak i u výrobních procesů a jiných činnostech na vyvarování se odpadů ?

Ano ☐ Ne ☐

4.4.2 Zohledňuje se ve výše uvedených procesech rovněž opětovné použití, recyklace, jakož i pro bezpečná ekologicky nezávadná likvidace zbytkového odpadu ?

Ano ☐ Ne ☐

4.5 Školení zaměstnanců

Požadavek: Zaměstnanci jsou dle svých pracovních úkolů informováni, kvalifikováni a motivováni v oblasti ochrany životního prostředí.

→ Pravidelná školení zaměstnanců jsou předpokladem pro úspěšnou realizaci ochrany životního prostředí v každodenní práci Vašeho podniku. Příslušná školení by měla být prováděna minimálně v rámci náboru zaměstnanců.

Jsou Vaši zaměstnanci informováni a kvalifikováni ohledně ochrany životního prostředí ?

Ano ☐ Ne ☐

5. Sociální standardy

Požadavek: Pro společnost Volkswagen je respektování všeobecných lidských práv základem pro všechny obchodní vztahy. Společnost Volkswagen proto očekává od svých obchodních partnerů dodržování všeobecných lidských práv a pracovního práva v zemi, v které působí.

5.1 Kontaktní osoby

→ Předpokladem pro dodržení sociálních práv a jejich permanentní zajištění je jasné usnesení ohledně příslušností a odpovědností. Měli byste proto mít ve Vašem podniku kontaktní osobu pro sociální standardy.

Je ve Vašem podniku kontaktní osoba pro sociální standardy ?

Ano ☐ Ne ☐

5.2 Svoboda spolčování

Požadavek: Uznání základního práva všech zaměstnanců zakládat odbory a zastoupení zaměstnanců a být jejich členy. Tam, kde je toto právo v důsledku lokálních zákonů omezeno, by měly být požadovány alternativní možnosti v souladu se zákonem.

→ Jako svoboda spolčování se označuje právo spolčovat se ke vzájemným účelům a cílům a o tyto usilovat. Dohody mohou být vytvářeny nebo rušeny, přidávány nebo odebírány. Je jedním z centrálních a základních lidských práv, které je chráněno ve výkladu lidských práv spojených národů z roku 1948 článkem 20. Pokud je toto právo omezeno lokálními zákony, měla by být dána alternativní možnost zastoupení zaměstnanců.

5.2.1 Zaručujete Vaším zaměstnancům – podle národních zákonných usnesení – právo zakládat odbory a zastoupení zaměstnanců, popř. k nim přistupovat ?

Ano ☐ Ne ☐

5.2.2 Pokud ano, jmenujte pro to ze strany zaměstnanců jednu kontaktní osobu ?

5.2.3 Pokud je toto právo lokálními zákony omezeno: Existují alternativní možnosti spolurozhodování pro Vaše zaměstnance ve Vašem podniku ?

Ano ☐ Ne ☐

Pokud ano, které ?

5.3 Diskriminace

Požadavek: Zaručuje se rovnost šancí a rovné jednání nezávisle na etnickém původu, barvě pleti, pohlaví, náboženském vyznání, státní příslušnosti, sexuální orientaci, sociálním původu nebo politickém zaměření, pokud tyto spočívají na demokratických principech a toleranci vůči jinak smýšlejícím. Zaměstnanci jsou zásadně vybíráni, přijímáni a podporováni na základě své kvalifikace a svých schopností.

→ Pod pojmem diskriminace se rozumí poškození lidí nebo skupin, což je v rozporu se zásadami rovnosti práv všech lidí. Přitom mohou hrát roli rozdílné důvody, které jsou uvedeny v následující otázce. Především v oblasti výběru personálu a vývoje má toto téma zvláštní úlohu, proč byste ve Vašem podniku měli dodatečně vyjasnit, která kritéria vedle kvalifikace by měla být použita.

5.3.1 Zaručujete rovnost šancí a rovné jednání nezávisle na etnickém původu, barvě pleti, pohlaví, náboženském vyznání, státní příslušnosti, sexuální orientaci, sociálním původu nebo politickém zaměření, pokud tyto spočívají na demokratických principech a toleranci vůči jinak smýšlejícím ?

Ano

☐

Ne

☐

5.3.2 Která další kritéria mimo kvalifikace upřednostňujete při výběru personálu ?

5.4 Nucená práce/práce dětí

Požadavek: Společnost Volkswagen odmítá jakékoliv vědomé využívání nucené a povinné práce včetně dlužního porobení nebo nedobrovolné práce vězňů. Práce dětí je zakázána. Dbá se na minimální věk pro zaměstnání dle pravidel státních norem.

→ Pod pojmem nucené práce se rozumí práce, ke které je osoba nucená při hrozbě nebo trestu. Mezinárodní organizace práce (IAO) definovala v roce 1930 v článku 2 odstavci 1 dohody o vynucené a povinné práci nucenou práci jako nedobrovolnou práci nebo službu, která je prováděna při hrozbě nebo při hrozbě trestu.

5.4.1 Používáte nucené a povinné práce nebo nedobrovolné práce vězňů ?

Ano

☐

Ne

☐

→ Práce dětí se vyznačuje nasazením dětí k výdělečné práci. Společnost IAO stanovila minimální věk 15 let. V méně rozvinutých zemích se bere minimální věk 14 let. Pro lehké práce je tento věk 13 let, v méně rozvinutých zemích 12 let. Pro nebezpečné práce je nutno obecně dodržovat minimální věk 18 let.

5.4.2 Respektujete minimální věk podle pravidel státní normy dané země pro možnost zaměstnání ?

Ano

☐

Ne

☐

5.5 Odměny

Požadavek: Odměny a výkony, které jsou vypláceny za normální pracovní týden, odpovídají minimálně příslušným národním zákonným minimálním normám, popř. minimálním normám příslušných národních hospodářských oblastí.

→ Odměny a výkony, které jsou vypláceny za normální pracovní týden, musí minimálně odpovídat zákonným minimálním normám a minimálním normám Vaší oblasti hospodaření. Aby se toto zaručilo, existují tarifní smlouvy, provozní dohody o náhradách a systémy náhrady jakož i seznamy mezd.

Odpovídají odměny a výkony, které jsou vypláceny za normální pracovní týden, minimálně národním normám popř. normám příslušné národní hospodářské oblasti ?

Ano ☐ Ne ☐

5.6 Pracovní doba

Požadavek: Pracovní doba odpovídá minimálně příslušným národním zákonným normám, popř. minimálním normám daných hospodářských oblastí.

→ Pracovní doba, jakož i počet přesčasových hodin musí být regulován v tarifních smlouvách, pracovních smlouvách nebo interních dokumentech, aby se zajistilo, že zdraví zaměstnanců a jiných aspektů produktivního života není ohroženo. Přesčasové hodiny nesmí představovat náhradu za nedostatečnou regulérní náhradu.

Odpovídají pracovní doby minimálním národním předpisům, popř. normám dané národní hospodářské oblasti ?

Ano ☐ Ne ☐

5.7 Informace zaměstnanců

→ Také v oblasti sociálních standardů byste měli informovat zaměstnance o svých právech jako zaměstnanec. Příslušné semináře je nutno vykonat minimálně pro nábor zaměstnance.

Jsou Vaši zaměstnanci informováni a kvalifikováni ohledně sociálních standardů ?

Ano ☐ Ne ☐

6. Bezpečnost práce a ochrana zdraví

Požadavek: Obchodní partner dodržuje příslušné národní zákony a předpisy ohledně bezpečnosti práce a ochrany zdraví a bude se v tomto rámci zasazovat o zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců.

→ Standardy v bezpečnosti práce a ochraně zdraví pro dodavatele a obchodní partnery, jakož i pro monitoring jejich dodržování zajišťují, že je společnost Volkswagen a. s. ve své společenské odpovědnosti v procesu tvorby hodnot odpovědná za své výrobky. Aby se zaručila spolupráce v této oblasti, je důležité mít u dodavatele kontaktní osobu pro bezpečnost práce a ochranu zdraví.

6.1 Jsou ve Vašem podniku odpovědnosti a úkoly v oblasti bezpečnosti práce a ochrany zdraví jednoznačně řízeny (organizace práce a ochrany zdraví) ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Bezpečnostně technická a pracovní lékařská obsluha je podpůrný faktor při plánování a navrhování bezpečných a zdravotně správných pracovních míst, pracovních průběhů a procesů, jakož i pro požadování zdraví zaměstnanců. Způsob a rozsah péče vychází z právních předpisů jakož i z provozních problémů/požadavků. Bezpečnostně technická a pracovní lékařská obsluha se provádí výhradně prostřednictvím speciálně kvalifikovaných interních nebo externích expertů.

6.2 Má Váš podnik pracovní lékařskou a bezpečnostně technickou obsluhu/poradenství prostřednictvím interních nebo externích expertů ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Posouzením pracovních podmínek je nutno určit s prací spojená nebezpečí (posouzení nebezpečí) a musí se stanovit příslušná ochranná opatření. Výsledek posouzení nebezpečí, stanovená opatření a výsledek Vaší prověrky je nutno přiměřeně dokumentovat. Tento postup je důležitým předpokladem pro efektivní bezpečnost práce a ochranu zdraví na daném místě.

6.3 Jsou ve Vašem podniku posuzována nebezpečí a jsou z těchto posouzení vyvíjena a realizována ochranná opatření a je kontrolována jejich účinnost ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Preventivní technická upravující/ochranná opatření mají za cíl, včas zabránit vzniku nebezpečí nebo chybnému zatížení nebo omezit jejich oblast působení. Proto je nutno je na rozdíl od organizačních a jednotlivých personálních opatření upřednostnit.

6.4 Mají ve Vašem podniku preventivní technická upravující/ochranná opatření přednost před organizačními a jednotlivými personálními opatřeními ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Analýza a vyhodnocení pracovních úrazů a onemocnění způsobených vykonáváním práce je důležitým stavebním kamenem pro zlepšení bezpečnosti práce a ochrany zdraví. Zjištěním příčin a stanovením preventivních ochranných opatření lze podobným úrazům a onemocněním způsobených vykonáváním práce v budoucnu zabránit.

6.5 Jsou ve Vašem podniku prošetřovány pracovní úrazy a onemocnění způsobených vykonáváním práce a jsou z toho vyvozována opatření, aby se redukoval počet a závažnost těchto událostí ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Díky předvídatelnému a pro zdraví správnému uspořádání práce, zohlednění jak ergonomických, tak i bezpečnostně technických aspektů při přebírání strojů a díky rozsáhlému pracovní-lekářskému a pracovní-vědeckému poradenství mohou být pracovníci chráněni před nebezpečím pro zdraví a mohou své zdraví udržovat a podporovat.

6.6 Jsou ve Vašem podniku při plánování nových strojů/zařízení zohledněny ergonomické a bezpečnostně-technické aspekty a jsou stroje/zařízení před uvedením do provozu přejímány na základě seznamu ergonomických a bezpečnostně-technických aspektů ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Díky lékařským preventivním prohlídkám lze včas rozeznat a ovlivnit zdravotní omezení, která jsou způsobená vykonáváním práce.

6.7 Jsou ve Vašem podniku prováděny pracovní-lekářské preventivní prohlídky ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Rychlá a kvalifikovaná lékařská pomoc může zachránit život. Proto by ve Vašem podniku měla existovat v závislosti na místních daných skutečnostech vnitropodnikově organizovaná první pomoc (akutní péče, záchranná služba).

6.8 Existuje ve Vašem podniku vnitropodnikově organizovaná první pomoc ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Dokumentace a vyhodnocení pro zdraví relevantních dat upozorňuje na problémové body a poskytuje příspěvek pro definici oblastí působení a pro vyhodnocení opatření

v bezpečnosti práce a v ochraně zdraví. Zároveň slouží k zajištění v rámci vedení dokladů.

6.9 Existují záznamy, které popisují zdravotní situaci zaměstnanců v podniku (především onemocnění, úrazy) a které dokumentují, že jsou zákonná a provozní nařízení dodržována ?

Ano ☐ Ne ☐

→ Především pro bezpečnost práce a ochranu zdraví představují školení zaměstnanců vztažená na danou činnost důležitou podmínku. Teprve poté mohou být zaměstnanci, s jejich činností spojená nebezpečí a ochranná opatření správně ohodnoceny, aby se mohlo postupovat bezpečně.

6.10 Jsou Vaši zaměstnanci poučeni o nebezpečích, která jsou spojená s jejich činnostmi a ochranných opatřeních ?

Ano ☐ Ne ☐

7. Kontaktní místa společnosti Volkswagen a. s. – Škoda Auto a.s.:

Nákup:

Zašlete prosím výsledky dotzníku na e-mailovou adresu:

Dana.Viglasova1@skoda-auto.cz

Budeme Vás po zaslání co nejrychleji kontaktovat !