

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ ПРЕТЕНЗИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

М. А. Паршина, студентка 5 курса ГОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева».

В статье отражена проблема рассмотрения претензий потребителей в организации, предложен возможный вариант упорядочения процесса управления претензиями потребителей.

Ключевые слова: претензия, ориентация на потребителя, документированная процедура, распределение ответственности и полномочий, удовлетворенность потребителя.

Деятельность предприятий сегодня происходит в условиях высокой конкуренции, развития внутренних и внешних связей, усложнения производственных процессов, ограниченности ресурсов, и, как следствие, повышенного уровня риска и неопределенности.

Одним из важнейших факторов успеха организации становится ее ориентация на потребителя, когда производство и реализация продукции и услуг основываются на понимании и удовлетворении его потребностей. При этом удовлетворенность потребителя определяется соотношением его ожиданий и реальным качеством приобретенной им продукции или услуги.

В такой ситуации необходимо не только лучше понимать своих клиентов, но и быстро реагировать на их потребности и запросы, предугадывать и направлять эти потребности, оперативно и качественно рассматривать их претензии, т.е. управлять ими.

Одной из проблем на российских предприятиях является отсутствие конкретной процедуры рассмотрения претензий. В результате чего претензии, поступающие на предприятия, зачастую теряются и клиенты не получают ответа, касающегося интересующей их проблемы и из-за этого их удовлетворенность значительно падает.

В настоящее время разработан и действует специальный стандарт,

регулирующий деятельность предприятия в области работы с претензиями, – это ГОСТ Р ИСО 10002-2007 «Удовлетворенность потребителей. Руководство по управлению претензиями в организациях»

Он является руководством по разработке и внедрению результативного и эффективного процесса управления претензиями для всех типов коммерческой или некоммерческой деятельности, включая деятельность, связанную с электронной торговлей. Стандарт предназначен для организаций и потребителей, предъявляющих претензии, и других заинтересованных сторон [1].

Стандарт гласит, что информация, полученная в процессе работы с претензиями, может использоваться для совершенствования продукции и процессов и, если претензии должным образом обработаны, может улучшить репутацию организации независимо от ее размера, местоположения и сферы деятельности.

Стандарт предназначен для использования организациями всех размеров и сфер деятельности [1].

В каждом разделе стандарта рассматривается отдельный вопрос, касающийся работы с претензиями потребителей:

- раздел 4 «Основные руководящие принципы» содержит основные принципы, необходимые для эффективного управления претензиями;

- раздел 5 «Структура обработки претензий» гласит, что организация должна принимать на себя активные обязательства по результативному и эффективному управлению претензиями;

- раздел 6 «Планирование и разработка» содержит требования для планирования и разработки результативного и эффективного процесс управления претензиями. В соответствии с политикой и целями управления претензиями этот процесс должен включать в себя набор взаимосвязанных и согласованно функционирующих видов деятельности и использование различных человеческих, информационных, материальных, финансовых ресурсов и ресурсов инфраструктуры;

– раздел 7 «Основные виды деятельности процесса управления претензиями» раскрывает сущность основных этапов процесса управления претензиями;

– раздел 8 «Обслуживание и улучшение» устанавливает требования к обслуживанию и улучшению процесса управления [1].

Руководствуясь данным стандартом, можно предложить организации порядок работы с претензиями, который позволит систематизировать данный процесс и избежать утерю претензии потребителя.

Подготовительный этап работы предполагает четкое распределение ответственности и полномочий между сотрудниками организации по разработке документированной процедуры процесса управления претензиями потребителей.

Примерная структура матрицы распределения ответственности и полномочий на этапе подготовительного цикла работ по внедрению процесса «Управление претензиями потребителей» на предприятии представлена в таблице 1.

В таблице имеются следующие обозначения:

ДП – документированная процедура;

СлК – служба качества;

ОМ – отдел маркетинга;

ЗС – заинтересованные стороны;

О – ответственный за этап;

У – участвует в проведении работ;

И – получает информацию о проведении работ и результатах.

После проведения предварительного цикла работ, необходимо приступить к реализации требований, прописанных в документированной процедуре.

Начальник службы качества осуществляет общее руководство, принимает решения, несет ответственность за конечный результат процесса. Он имеет

полномочия по участию в распределении ресурсов для реализации процесса «Управления претензиями потребителей».

Претензии в организацию могут поступать от потребителей по нескольким каналам: личная явка потребителя; звонок в организацию; письмо, посланное потребителем в организацию по почте, либо через интернет; факс, отправленный от лица потребителя.

Т а б л и ц а 1

Матрица распределения ответственности и полномочий на этапе подготовительного цикла работ по внедрению процесса «Управление претензиями потребителей»
Письма и звонки потребителей может получать менеджер отдела

маркетинга, оформляя их документально Наименование действия	Ген. Директор	Начальник СлК	Начальник ОМ	ЗЕ
Подготовка и утверждение Приказа о проведении работ по управлению претензиями	О	У	И	И
Проведение координационного совещания для вовлечения руководителей предприятия в проект	О	У	У	И
Распределение ответственности и полномочий по управлению претензиями	О	И	И	И
Обучение персонала организации в области работы с претензиями	И	О	И	И
Разработка документированной процедуры «Управление претензиями потребителей»	И	О	И	И
Назначение руководителя разработки Документированной процедуры	О	У	И	И
Определение требований к содержанию документированной процедуры	О	У	У	И
Сбор и обработка материалов	И	О	У	И
Разработка проекта документированной процедуры	И	О	И	И
Обсуждение проекта документированной процедуры	И	О	У	У
Внесение изменений в проект	-	О	И	И
Согласование проекта документированной процедуры	У	О	У	И
Утверждение проекта документированной процедуры	У	О	-	-
Введение ДП в действие: Тиражирование ДП	-	У	И	И
Рассылка ДП	-	У	И	И
Регистрация ДП	-	У	У	У
Ознакомление персонала с требованиями и положениями ДП	У	О	О	О
Хранение ДП	-	О	-	-
Введение в действие процесса «Управление претензиями потребителей»	И	О	И	И

В стандарте также должны быть прописаны четкие сроки рассмотрения претензий потребителей.

Потребитель, пришедший в организацию лично, направляется к начальнику службы качества, который рассматривает его претензию.

В случае если изложенные в устном обращении факты и обстоятельства являются очевидными и не требуют дополнительной проверки, ответ на обращение с согласия клиента может быть дан устно в ходе личного приема, о чем делается запись в карточке личного приема потребителя. В остальных случаях дается письменный ответ по существу поставленных в обращении вопросов.

Письменное обращение, поступившее в организацию, рассматривается в течение 30 дней со дня регистрации письменного обращения.

В исключительных случаях руководитель организации или начальник службы качества вправе продлить срок рассмотрения обращения не более чем на 30 дней, уведомив о продлении срока его рассмотрения гражданина, направившего обращение.

Информация о месте приема, а также об установленных для приема днях и часах доводится до сведения потребителей путем размещения данной информации на официальном сайте в интернете.

При личном приеме потребитель предъявляет документ, удостоверяющий его личность.

Содержание устного обращения заносится в карточку личного приема потребителя.

В письменном обращении потребитель в обязательном порядке указывает наименование организации, фамилию, имя, отчество Генерального директора, а также свои фамилию, имя, отчество, почтовый адрес, по которому должен быть направлен ответ, излагает суть предложения, претензии, ставит личную подпись и дату.

В случае необходимости в подтверждение своих доводов потребитель прилагает к письменному обращению документы и материалы либо их копии.

После получения претензии менеджер отдела маркетинга немедленно отправляет сообщение о получении претензии потребителю, направившему данную претензию (по почте, телефону, электронной почте).

После получения каждой претензии начальник отдела маркетинга проводит ее первоначальную оценку с точки зрения таких критериев как важность, безопасность, сложность, возможные последствия.

После первоначальной оценки начальник отдела маркетинга отправляет претензию начальнику службы качества, который относит претензию к одной из групп:

- претензия относительно качества продукции;
- претензия относительно цены продукции;
- претензия относительно сроков поставки продукции;
- претензия относительно качества упаковки;
- претензия относительно реагирования на претензию.

После всех вышеуказанных действий начальник службы качества проводит расследование всех необходимых обстоятельств, связанных с претензией.

После расследования обстоятельств и выявления фактов по претензии предлагаются ответные действия, например исправление проблемы и/или предупреждение ее повторного появления в будущем.

Политика организации по результатам ответов может включать в себя:

- оплату;
- замену;
- ремонт;
- замену на товары – субституты;
- техническую помощь;
- информацию;
- финансовую помощь;
- другую помощь;
- компенсацию;

- извинение;
- ценный подарок или знак от фирмы;
- данные об изменениях в продукции, процессе, политике или процедуре, произведенных по результатам претензий.

Если претензия не может быть немедленно удовлетворена, то организация будет искать способ ее решения, который может привести к наиболее эффективному результату в возможно более короткие сроки.

Организация должна проводить постоянный мониторинг процесса управления претензиями, потребностей в ресурсах (включая человеческие ресурсы) и необходимых данных.

За мониторинг процесса управления претензиями ответственным является начальник службы качества.

Обязанности ответственного персонала включают в себя следующее:

1. Начальник службы качества:

- определяет цели мониторинга;
- распределяет ответственность в области мониторинга;
- руководит проведением анализа процесса мониторинга;
- обеспечивает внедрение необходимых улучшений процесса управления претензиями;

2. Начальник отдела маркетинга:

- осуществляет процесс мониторинга;
- предоставляет отчет начальнику службы качества организации о результатах анализа процесса управления претензиями для внедрения всех необходимых улучшений;

3. Другие сотрудники организации, вовлеченные в работу с претензиями, обеспечивают:

- проведение мониторинга процесса управления претензиями и регистрацию соответствующих записей в рамках должностных полномочий;

- проведение корректирующих действий по процессу управления претензиями и регистрацию соответствующих записей в рамках должностных полномочий;

- доступность достоверных данных по управлению претензиями в рамках должностных полномочий для анализа процесса мониторинга со стороны высшего руководства.

Критериями мониторинга процесса управления претензиями могут являться следующие:

- понимание персоналом обязательств со стороны высшего руководства по управлению претензиями;

- распределение ответственности управления претензиями;

- наличие у персонала, взаимодействующего с потребителями, полномочий для разрешения претензий на месте;

- установление границ самостоятельной деятельности персонала, взаимодействующего с потребителями, полномочий для урегулирования претензий;

- доля обученного управлению претензиями персонала, взаимодействующего с потребителями;

- результативность и эффективность обучения работы с претензиями;

- число предложений со стороны персонала по улучшению работы с претензиями;

- частота проведения аудита процесса управления претензиями и/или анализа со стороны высшего руководства;

- время внедрения рекомендаций аудита процесса управления претензиями и/или анализа со стороны высшего руководства;

- время, затраченное для ответа предъявляющему претензию;

- степень удовлетворенности предъявляющего претензию;

- результативность и эффективность процессов по необходимым корректирующим и предупреждающим действиям.

Начальник службы качества представляет полный отчет о работе с претензиями потребителей за год Генеральному директору организации, в котором оценивается результативность процесса «Управление претензиями потребителей». Критериями результативности процесса являются:

- количество потребителей удовлетворенных ответом на претензию;
- степень выполнения плана по урегулированию претензий (отношение количества претензий урегулированных в установленные сроки к общему количеству претензий);
- уровень роста удовлетворенных потребителей урегулированием претензии (отношение количества потребителей удовлетворенных урегулированием претензии к общему количеству потребителей, направивших претензию).

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- в организации должен быть разработана четкая процедура рассмотрения претензий потребителей;
- любое сообщение о проблеме у потребителя должно разбираться по установленной процедуре;
- необходимо облегчить потребителю возможность передачи сообщения (по прямым телефонам и факсу, через интернет-сайт и электронную почту);
- необходимо не оставлять ни одну претензию без ответа.

Быстрое решение проблемы может не только снять проблему, но и показать потребителю, что организация им дорожит.

При реализации данных принципов удовлетворенность потребителей будет все больше возрастать, а значит и клиентов у предприятия будет больше. Ведь клиент готов простить неудобное положение организации, иногда и завышенную цену на товар, если он знает и чувствует, что в организации сделают все возможное, чтобы решить его проблему.

Библиографические ссылки

1. ГОСТ Р ИСО 10002–2007. Удовлетворенность потребителей. Руководство по управлению претензиями в организациях. – введ. 2008–06–01. – Нижний Новгород.: Изд-во стандартов. 2008. – 20 с.