ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р ИСО 10001— 2009

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций

ISO 10001:2007
Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for codes of conduct for organizations
(IDT)

Издание официальное

БЗ 4—2009/164

Москва
Стандартинформ
2009

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», а правила применения национальных стандартов Российской Федерации — ГОСТ Р 1.0—2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения»

Сведения о стандарте

1 ПОДГОТОВЛЕН Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») на основе собственного аутентичного перевода стандарта, указанного в пункте 4

2 ВНЕСЕН Управлением технического регулирования и стандартизации Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 мая 2009 г. № 166-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 10001:2007 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций» (ISO 10001:2007 «Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for codes of conduct for organizations»).

При применении настоящего стандарта рекомендуется использовать вместо ссылочного международного стандарта соответствующий ему национальный стандарт Российской Федерации, сведения о которых приведены в дополнительном приложении J

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты», а текст изменений и поправок — в ежемесячно издаваемых информационных указателях «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ежемесячно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет

© Стандартинформ, 2009

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

Введение . . . IV
0.1 Общие положения . . . IV
0.2 Совместимость с ИСО 9001 и ИСО 9004 . . . IV
0.3 Совместимость с ИСО 10002 и ИСО 10003 . . . IV
0.4 Утверждения относительно соответствия . . . V
1 Область применения . . . 1
2 Нормативные ссылки . . . 1
3 Термины и определения . . . 2
4 Руководящие принципы . . . 2
4.1 Общие положения . . . 2
4.2 Обязательство . . . 2
4.3 Возможность . . . 3
4.4 Видимость . . . 3
4.5 Доступность . . . 3
4.6 Способность к реагированию . . . 3
4.7 Точность . . . 3
4.8 Отчетность . . . 3
4.9 Постоянное улучшение . . . 3
5 Структура правил . . . 3
5.1 Введение . . . 3
5.2 Интеграция . . . 3
6 Планирование, проектирование и разработка . . . 3
6.1 Определение целей правил . . . 3
6.2 Сбор и оценка информации . . . 3
6.3 Получение и оценка входных данных от заинтересованных сторон . . . 4
6.4 Подготовка правил . . . 4
6.5 Подготовка показателей процесса . . . 4
6.6 Подготовка процедур, необходимых для разработки правил . . . 4
6.7 Подготовка плана внутренних и внешних взаимодействий . . . 4
6.8 Определение необходимых ресурсов . . . 5
7 Внедрение . . . 5
8 Поддержание и улучшение . . . 5
8.1 Сбор данных . . . 5
8.2 Оценка выполнения правил . . . 5
8.3 Удовлетворенность правилами . . . 5
8.4 Анализ правил и их структуры . . . 6
8.5 Постоянное улучшение . . . 6
Приложение А (справочное) Простейшие примеры возможных частей, составляющих правила для различных организаций . . . 7
Приложение В (справочное) Взаимосвязь ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003 . . . 8
Приложение С (справочное) Рекомендации для малого бизнеса . . . 9
Приложение D (обязательное) Рекомендации по доступности . . . 10
Приложение Е (обязательное) Рекомендации по входным данным от заинтересованных сторон . . . 11
Приложение F (справочное) Структура правил . . . 12
Приложение G (справочное) Рекомендации по адаптации правил сторонних организаций . . . 13
Приложение Н (обязательное) Рекомендации по подготовке правил . . . 14
Приложение I (обязательное) Рекомендации по разработке планов внутренних и внешних взаимодействий . . . 15
Приложение J (справочное) Сведения о соответствии национального стандарта Российской Федерации ссылочному международному стандарту . . . 16
Библиография . . . 17

Введение

0.1 Общие положения

Поддержание высокой степени удовлетворенности потребителя — важнейшая задача для многих организаций, один из способов осуществления которой заключается во внедрении и применении правил достижения удовлетворенности потребителя. Эти правила представляют собой обещания и соответствующие средства обеспечения, относящиеся к поставке продукции, ее возврату, работе с персональной информацией потребителей, рекламе и свойствам продукции или ее изготовлению (см. примеры в приложении А). Правила достижения удовлетворенности потребителя могут быть частью результативного подхода к управлению жалобами, который предусматривает:

a) предупреждение возникновения жалоб посредством применения соответствующих правил достижения удовлетворенности потребителя;

b) внутреннюю работу с жалобами, например в случаях недовольства или неудовлетворенности потребителя;

c) внешнее урегулирование спорных вопросов в ситуациях, когда организации не удается урегулировать жалобу своими силами.

В настоящем стандарте содержатся рекомендации, помогающие организации определить, соответствуют ли правила достижения удовлетворенности потребителя его потребностям и ожиданиям и являются ли они точными и не вводящими в заблуждение. Применение указанных правил позволит:

- улучшить практику ведения торговли на основе взаимной выгоды и повысить доверие к организации со стороны потребителей;
- снизить вероятность возникновения спорных вопросов и жалоб в результате лучшего понимания потребителями своих ожиданий от организации относительно ее продукции и взаимодействия с ними;
- потенциально уменьшить необходимость разработки новых документов, регулирующих поведение организации по отношению к потребителям.

0.2 Совместимость с ИСО 9001 и ИСО 9004

Настоящий стандарт совместим с ИСО 9001 и ИСО 9004 и поддерживает цели этих двух стандартов посредством эффективного и действенного применения процесса разработки и внедрения правил достижения удовлетворенности потребителя. Настоящий стандарт может быть также использован независимо от ИСО 9001 и ИСО 9004.

Настоящий стандарт устанавливает требования к системе менеджмента качества, которые могут быть использованы для целей внутреннего применения организациями, сертификации или заключения контрактов. Правила достижения удовлетворенности потребителя, внедренные в соответствии с настоящим стандартом, могут являться элементом системы менеджмента качества. Настоящий стандарт не предназначен для целей сертификации или заключения контрактов.

ИСО 9004 содержит рекомендации по постоянному улучшению функционирования систем менеджмента качества. Применение настоящего стандарта может в дальнейшем улучшить работу в отношении правил и повысить степень удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон. Его применение также может способствовать постоянному улучшению качества продукции и процессов, основанных на обратной связи от потребителей и других заинтересованных сторон.

Примечание — Заинтересованными сторонами могут быть: потребители, промышленные объединения и их члены, потребительские организации, соответствующие правительственные органы, персонал, владельцы и другие.

0.3 Совместимость с ИСО 10002 и ИСО 10003

Настоящий стандарт совместим с ИСО 10002 и ИСО 10003. Эти три стандарта могут быть использованы как по отдельности, так и совместно друг с другом. При совместном использовании ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003 могут стать частью более обширной интегрированной системы на основе правил достижения удовлетворенности потребителя, обращения с жалобами и урегулирования разногласий (см. приложение В).

ИСО 10002 содержит рекомендации по обращению с жалобами, относящимися к продукции. Выполняя обещания, содержащиеся в правилах достижения удовлетворенности потребителя, органи-

зации уменьшают вероятность возникновения жалоб за счет исключения недопонимания со стороны потребителей в отношении их ожиданий от организации и ее продукции.

ИСО 10003 содержит рекомендации по урегулированию разногласий, связанных с жалобами, относящимися к продукции, когда внутри организации не удается разрешить жалобу способом, который бы удовлетворил все заинтересованные стороны. При возникновении спорных ситуаций наличие правил достижения удовлетворенности потребителя поможет сторонам понять ожидания потребителя и старания организации по их удовлетворению.

0.4 Утверждения относительно соответствия

Настоящий стандарт разработан для самостоятельного использования в качестве руководящего документа. При выполнении всех требований, установленных настоящим стандартом, организация может сделать заявление, что правила достижения удовлетворенности потребителя спланированы, спроектированы, разработаны, внедрены, поддерживаются и улучшаются на основе настоящего стандарта.

Однако любых заявлений о соответствии ИСО 10001, противоречащих настоящему стандарту, следует избегать.

Заявление о соответствии ИСО 10001 не допускается размещать в любых рекламных и информационных материалах, пресс-релизах, брошюрах, видео, официальных заявлениях, эмблемах, лозунгах и заголовках для различных средств массовой информации — от печати и радиовещания до Интернета и мультимедийных приложений, ярлыков на продукцию, символов и баннеров.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций

Quality management. Customer satisfaction.
Guidelines for codes of conduct for organizations

Дата введения — 2010—07—01

1 Область применения

Настоящий стандарт содержит рекомендации по планированию, проектированию, разработке, внедрению, поддержанию и улучшению правил достижения удовлетворенности потребителя. Настоящий стандарт предназначен для применения к правилам, относящимся к продукции и содержащим обещания, которые организация дает потребителям. В приложении А представлены простейшие примеры элементов правил для различных организаций.

Примечания

1 В соответствии с настоящим стандартом термин «продукция» включает в себя услуги, программное обеспечение, оборудование и обрабатываемые материалы.

2 В настоящем стандарте термин «продукция» применен только к продукции, предназначенной для потребителя или запрашиваемой им.

Настоящий стандарт предназначен для применения всеми организациями независимо от их типа, размера и выпускаемой продукции, включая организации, разрабатывающие правила достижения удовлетворенности потребителей для использования в других организациях. В приложении С даны специальные рекомендации для малого бизнеса.

Настоящий стандарт не содержит установленных и реально действующих правил достижения удовлетворенности потребителя, а также правил других видов, в частности связанных с взаимодействием персонала внутри организации или между организацией и ее поставщиками.

Настоящий стандарт не предназначен для целей сертификации или заключения контрактов. Он также не предназначен для изменения каких-либо прав или обязанностей, установленных соответствующими законодательными и другими обязательными требованиями.

Примечания

1 Несмотря на то, что настоящий стандарт не предназначен для заключения контрактов, обязательства, установленные в правилах достижения удовлетворенности потребителей, могут содержаться в заключаемых организацией договорах.

2 Настоящий стандарт направлен на исполнение правил достижения удовлетворенности потребителя в отношении каждого покупателя, приобретающего или использующего продукцию, собственность или услуги для личных или бытовых нужд, так же как он применим для всех потребителей.

2 Нормативные ссылки

Указанный ниже ссылочный документ необходим для использования настоящего стандарта. Для датированных ссылок применяют только ту версию, которая была упомянута в тексте. Для недатированных ссылок необходимо использовать самое последнее издание документа (включая любые поправки).

ИСО 9000:2005 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

Издание официальное

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины, данные в ИСО 9000:2005, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 **правила (достижения удовлетворенности потребителя)** (code): Обязательства, данные **потребителю** (3.4) **организацией** (3.6) относительно достижения **удовлетворенности потребителя** (3.5) и соответствующих средств обеспечения.

Примечания

1 Средства обеспечения могут включать в себя цели, условия, ограничения, контактные данные и процедуры обращения с претензиями.

2 Здесь и далее в настоящем стандарте термин «правила» заменяет термин «правила достижения удовлетворенности потребителя».

3.2 **истец** (complainant): Лицо, **организация** (3.6) или их представитель, подающий **жалобу** (3.3).

Примечание — Данное определение уточняет термин, приведенный в ИСО 10002: от имени лица или организации может выступать представитель.

3.3 **жалоба** (complaint): Направленное в **организацию** (3.6) выражение неудовлетворенности ее продукцией или самим процессом обращения с жалобами, в явной или неявной форме предполагающее ответ или резолюцию.

[ИСО 10002:2004, статья 3.2]

Примечание — Жалоба также может быть подана в отношении **правил** (3.1).

3.4 **потребитель** (customer): **Организация** (3.6) или лицо, получающее продукцию.

Пример — Клиент, заказчик, конечный пользователь, розничный торговец, бенефициар и покупатель.

Примечания

1 Потребитель может быть внутренним или внешним по отношению к организации.

2 Применительно к настоящему стандарту термин «потребитель» включает в себя также потенциального потребителя.

3 Термин адаптирован из ИСО 9000:2005, 3.3.5.

3.5 **удовлетворенность потребителя** (customer's): Восприятие **потребителем** (3.4) степени выполнения его требований.

Примечания

1 **Жалобы** (3.3) потребителей являются общим показателем низкой удовлетворенности потребителей, однако их отсутствие не обязательно предполагает высокую удовлетворенность потребителей.

2 Даже если требования потребителей были с ними согласованы и выполнены, это не обязательно обеспечивает высокую удовлетворенность потребителей.

[ИСО 9000:2005, статья 3.1.4]

3.6 **организация** (organization): Группа работников и необходимых средств с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений.

Пример — Компания, корпорация, фирма, предприятие, учреждение, благотворительная организация, предприятие розничной торговли, ассоциация, а также их подразделения или комбинация из них.

Примечание — Термин адаптирован из ИСО 9000:2005, 3.3.1.

4 Руководящие принципы

4.1 Общие положения

В основе эффективного и результативного планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и улучшения правил лежит четкое следование принципам, ориентированным на потребителя, установленным в 4.2—4.9.

4.2 Обязательство

Организация должна взять на себя обязательства по принятию, интеграции и распространению правил, а также выполнению своих обещаний.

4.3 Возможность

Организация должна обеспечить наличие ресурсов, достаточных для планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и улучшения правил, а также для эффективного и результативного управления ими.

4.4 Видимость

Потребители, персонал и другие заинтересованные стороны должны быть хорошо осведомлены о правилах.

4.5 Доступность

Правила и относящаяся к ним информация должны быть легкодоступны и просты в обращении (см. приложение D).

4.6 Способность к реагированию

Учитывая правила, организация должна отвечать потребностям потребителей и ожиданиям заинтересованных сторон (см. приложение E).

4.7 Точность

Организация должна обеспечить, чтобы ее правила и связанная с ними информация были точными, не вводящими в заблуждение, доступными для проверки и не противоречили действующим в данной сфере законодательным и другим обязательным требованиям.

4.8 Отчетность

Организация должна внедрить и поддерживать в рабочем состоянии отчетность о действиях и решениях, принятых в отношении правил.

4.9 Постоянное улучшение

Повышение эффективности и результативности правил и их применения должно быть постоянной целью организации.

5 Структура правил

5.1 Введение

Правила должны обеспечиваться организационной взаимосвязью принятия решений и действий при их планировании, проектировании, разработке, внедрении, поддержании и улучшении. Структура правил включает в себя оценку, обеспечение и перераспределение ресурсов, необходимых для осуществления взаимодействия, направленного на достижение целей правил (см. приложение F), в том числе обязательство высшего руководства, распределение ответственности и полномочий и подготовку персонала на всех уровнях организации.

5.2 Интеграция

Структура правил должна быть основана на системе менеджмента качества и других системах менеджмента организации и интегрирована с ними, если это применимо.

6 Планирование, проектирование и разработка

6.1 Определение целей правил

Организация должна определить цели, которые она предполагает достичь с помощью правил.

Примечание — Рекомендуется цели правил формулировать таким образом, чтобы их выполнение можно было измерить с использованием определенных организацией показателей процесса.

6.2 Сбор и оценка информации

Организация должна собирать информацию относительно:

- спорных вопросов, на решение которых направлены правила;
- механизма возникновения спорных вопросов;
- способов урегулирования спорных вопросов;
- степени влияния спорных вопросов на деятельность организации, на которую не распространяются данные правила;
- урегулирования спорных вопросов в других организациях;
- необходимых ресурсов и других условий для урегулирования спорных вопросов с помощью правил;
- законодательных и других обязательных требований, учитываемых при применении правил для решения спорных вопросов.

Примечание — Сбор данной информации требуется для того, чтобы помочь организации сформулировать цели правил и определить соответствующие подходы к их разработке и оценке, согласованные с остальными видами деятельности организации. Рекомендации, учитывающие критерии, необходимые при адаптации правил, разработанных сторонними организациями (например, отраслевой или межотраслевой ассоциацией), приведены в приложении G.

6.3 Получение и оценка входных данных от заинтересованных сторон

Для организации важно получать и оценивать входные данные от заинтересованных сторон (например, потребителей, поставщиков, отраслевых ассоциаций, потребительских организаций, персонала, владельцев), относящиеся к содержанию и применению правил (см. приложение E).

6.4 Подготовка правил

На основе полученной информации и входных данных организация должна подготовить правила (см. приложение H). Правила должны быть четкими, краткими, точными, не вводящими в заблуждение и написанными простым языком. Правила должны включать в себя:

- область применения и цели правил достижения удовлетворенности как организаций, так и потребителей;
- обещания, данные организацией своим потребителям, которые она может выполнить, и любые связанные с этими обещаниями ограничения;
- определения основных терминов, используемых в правилах;
- информацию о том, как и кому будут направлены запросы и жалобы, относящиеся к правилам;
- описание действий, которые будут предприняты в случае невыполнения обещаний, установленных в правилах.

Примечание — Запросы и жалобы могут быть связаны как с содержанием правил, так и с их применением. См. рекомендации в ИСО 10002 и ИСО 10003.

При разработке правил организация должна обеспечить, чтобы правила были внедрены результативно и предусматриваемые меры не противоречили никаким законодательным и другим обязательным требованиям, особенно направленным против вводящей в заблуждение рекламы и недобросовестной конкуренции. Организация должна также обеспечить, чтобы правила достижения удовлетворенности потребителя учитывали любые другие связанные с ними правила и стандарты.

Организация должна рассмотреть возможность опробования правил в целях выявления необходимости их корректировки.

6.5 Подготовка показателей процесса

Организация должна разработать качественные или количественные показатели процесса для определения, в полной ли мере правила удовлетворяют поставленным целям.

Примечание — Показатели процесса включают в себя оценки или рейтинги по результатам исследования удовлетворенности потребителей, или статистические данные по жалобам и принятым по ним решениям. Примеры представлены в приложении A.

6.6 Подготовка процедур, необходимых для разработки правил

Организация должна подготовить процедуры внедрения, поддержания и улучшения правил, включая организацию работы с запросами и жалобами. Организация должна определить и устранить любые препятствия, мешающие результативному применению правил, а также учесть все возможные благоприятные факторы, которые будут содействовать внедрению, поддержанию и улучшению правил. Процедуры будут различаться в зависимости от вида правил и организаций, их применяющих. Разработанные процедуры не должны противоречить соответствующим законодательным и другим обязательным требованиям.

Примечание — Примеры действий, которые могут быть установлены процедурами:

- информирование потребителей о правилах;
- обучение соответствующего персонала правилам;
- решение вопросов, связанных с невыполнением содержащихся в правилах обещаний;
- регистрация запросов и жалоб, связанных с правилами;
- ведение записей и управление ими;
- раскрытие информации относительно выполнения правил (см. приложение I).

6.7 Подготовка плана внутренних и внешних взаимодействий

Организация должна разработать план обеспечения доступности правил и связанной с ними информации (например, форма для обратной связи) для персонала и других сторон, участвующих в их реализации (см. приложение I).

6.8 Определение необходимых ресурсов

Организация должна определить ресурсы, необходимые для выполнения содержащихся в правилах обещаний и наличия требуемых средств для возмещения ущерба в случае невыполнения правил (например, компенсация потребителю). Ресурсы включают в себя: персонал, подготовку, процедуры, документацию, экспертную поддержку, материалы и оборудование, производственные площадки, программное обеспечение и компьютеры, финансы.

7 Внедрение

Организация должна управлять деятельностью по внедрению правил своевременно и в соответствии с планом.

На соответствующих уровнях организация должна:

a) применять соответствующие процедуры, а также планы внутренних и внешних взаимодействий;

b) обеспечивать соответствующие меры по возмещению ущерба потребителю (например, компенсации);

c) предпринимать необходимые действия по оперативному реагированию в случаях сбоя в работе средств обеспечения правил. Эти действия могут быть вызваны поступившей в отношении правил жалобой или информацией об их выполнении, собранной организацией.

Организация должна вести записи:

- о ресурсах, используемых в ходе реализации правил;
- о видах обучения и подготовки, пройденной персоналом в отношении правил;
- об использовании планов внутренних и внешних взаимодействий;
- о работе со спорными вопросами и жалобами, относящимися к правилам, и принятых организацией мерах по возмещению ущерба.

8 Поддержание и улучшение

8.1 Сбор данных

Организация должна на регулярной и систематической основе собирать информацию, требуемую для эффективной и результативной оценки выполнения правил, включая информацию, входные данные и записи, в соответствии с разделами 6 и 7.

8.2 Оценка выполнения правил

Организация должна на регулярной и систематической основе оценивать выполнение правил. Оценка выполнения правил должна включать в себя верификацию и анализ достижения целей и обещаний, содержащихся в правилах.

Запросы и жалобы, связанные с правилами или их применением, должны быть классифицированы и проанализированы в целях выявления систематических, повторяющихся и случайных проблем и тенденций, а также выяснения основных причин возникновения жалоб, связанных с правилами.

Примечание — Дополнительно организации рекомендуется предпринять действия для определения относящихся к продукции или процессам запросов или жалоб, не охватываемых правилами, но имеющих к ним отношение и могущих стать помехой для них.

Для оценки эффекта от внедрения правил необходима информация о ситуации до и через определенные интервалы времени после их введения в действие. Данная информация может быть использована не только для выявления слабых мест при разработке и внедрении правил, но также для демонстрации результатов (при наличии таковых) и прогресса, достигнутых посредством применения правил.

8.3 Удовлетворенность правилами

Организация должна регулярно и на систематической основе определять степень удовлетворенности потребителя правилами и их применением. При этом могут быть использованы анкетирование потребителей и другие методы.

Примечание — Один из методов оценки удовлетворенности потребителя заключается в моделировании взаимодействия организации с потребителем в соответствии с правилами, если это не противоречит законодательству.

8.4 Анализ правил и их структуры

Организация должна регулярно и на систематической основе проводить анализ правил и их структуры, чтобы:

a) поддерживать их пригодность, соответствие, эффективность и результативность;
b) реагировать на серьезные случаи невыполнения содержащихся в правилах обещаний;
c) оценивать необходимость и возможности для улучшения;
d) принимать соответствующие решения и предпринимать действия, если это применимо.

В процессе анализа организация должна изучать следующую информацию:

- изменения в правилах и их структуре;
- изменения в законодательстве;
- изменения в деятельности конкурентов или технические инновации;
- изменение ожиданий общества;
- выполнение обещаний, содержащихся в правилах;
- статус корректирующих и предупреждающих действий;
- информацию о предложенной продукции;
- действия, предпринятые по итогам предыдущих исследований.

8.5 Постоянное улучшение

Организация должна постоянно улучшать правила и их структуру в целях повышения удовлетворенности потребителя посредством реализации предупреждающих и корректирующих действий, а также инновационных улучшений.

Организация должна предпринимать действия по устранению основных причин возникновения жалоб и проблем, ведущих к их появлению, для предупреждения повторного возникновения.

Примечание 1 — Рекомендуется, чтобы организация, применяющая правила, разработанные сторонней организацией, сообщала последней обо всех возникающих в процессе их применения проблемах.

Организация должна:

- исследовать, установить и внедрить передовой опыт в структуру, содержание и применение правил;
- способствовать внедрению в организации подхода, ориентированного на потребителя;
- поощрять инновации в отношении правил;
- признавать случаи ненадлежащего исполнения правил и реализации их на практике.

Примечание 2 — Для получения дополнительных рекомендации по общей методологии постоянного улучшения организации могут воспользоваться ИСО 9004:2000 (приложение В).

Приложение А
(справочное)

Простейшие примеры возможных частей, составляющих правила для различных организаций

Таблица А.1

Примеры возможных частей, составляющих правила	Тип организации				
	Компания по доставке пиццы	Поликлиника	Ассоциация розничной торговли	Гостиница	Поезд
Обещание	«Пицца, не доставленная горячей в течение 30 мин, будет бесплатной»	«Пациенты будут немедленно проинформированы о любых задержках на прием, и им будут предоставлены варианты переноса визита на другое время»	«Если сканер выдал цену за единицу продукции большую, чем заявлено, физическое или юридическое лицо — потребитель получит этот товар бесплатно»	«Если гость не удовлетворен обслуживанием, руководство гостиницы сделает все возможное для исправления ситуации или же гость получит скидку»	«Если поезд опоздал, туалет грязный или обслуживание невежливое, пассажиру будет возмещена стоимость билета»
Ограничения, относящиеся к выполнению обещания, доведенные до сведения потребителя	Географические, погодные условия или загруженность на дорогах	Неотложные обстоятельства, нарушающие установленное расписание часов приема	Не применяется к товарам, продаваемым «через прилавок» и с индивидуально установленной ценой	Обстоятельства, лежащие вне сферы контроля гостиницы	Суровые погодные условия
Другие средства обеспечения правил	Заявление о том, что стоимость пиццы, доставленной с опозданием, не вычитается из заработной платы разносчика	Заявление о доступности врачей вне приемных часов	Заявленная цель правил: «поддержание точности при сканировании цен»	Заявленная цель правил: «удовлетворение гостя в полном объеме»	Заявленная цель правил: «чистые, идущие в соответствии с расписанием поезда и вежливое обслуживание»
Вспомогательная информация	Информация о том, как подавать жалобу	Информация о том, как задавать вопрос	Информация о том, как задавать вопрос или подавать жалобу	Информация о том, как получить скидку	Информация о том, где вернуть деньги за билет
Действия по планированию, проектированию, разработке и внедрению правил	Пилотный запуск программы в тестовом режиме	Обучение службы работы с клиентами	Консультации с членами ассоциации	Привлечение фокус-группы для определения наиболее подходящих мер по исправлению ситуации	Обучение персонала общению с потребителями
Деятельность по поддержанию и улучшению	Проведение исследования и внесение изменений в формулировку правил	Данные об оценке жалоб	Вовлечение потребительских организаций в анализ данных	Переработанная маркетинговая программа	Изменение процедур мытья туалетов
Показатели функционирования	Процент доставок, совершенных вовремя	Процент проинформированных пациентов	Процент товаров с неправильно указанной ценой	Процент неудовлетворенных гостей	Процент жалоб от пассажиров

Приложение В
(справочное)

Взаимосвязь ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003

На рисунке В.1 изображены процессы организации, связанные с правилами поведения, обработкой жалоб и разрешением спорных вопросов.

Примечание — Жалоба может исходить от потребителя или другого истца.

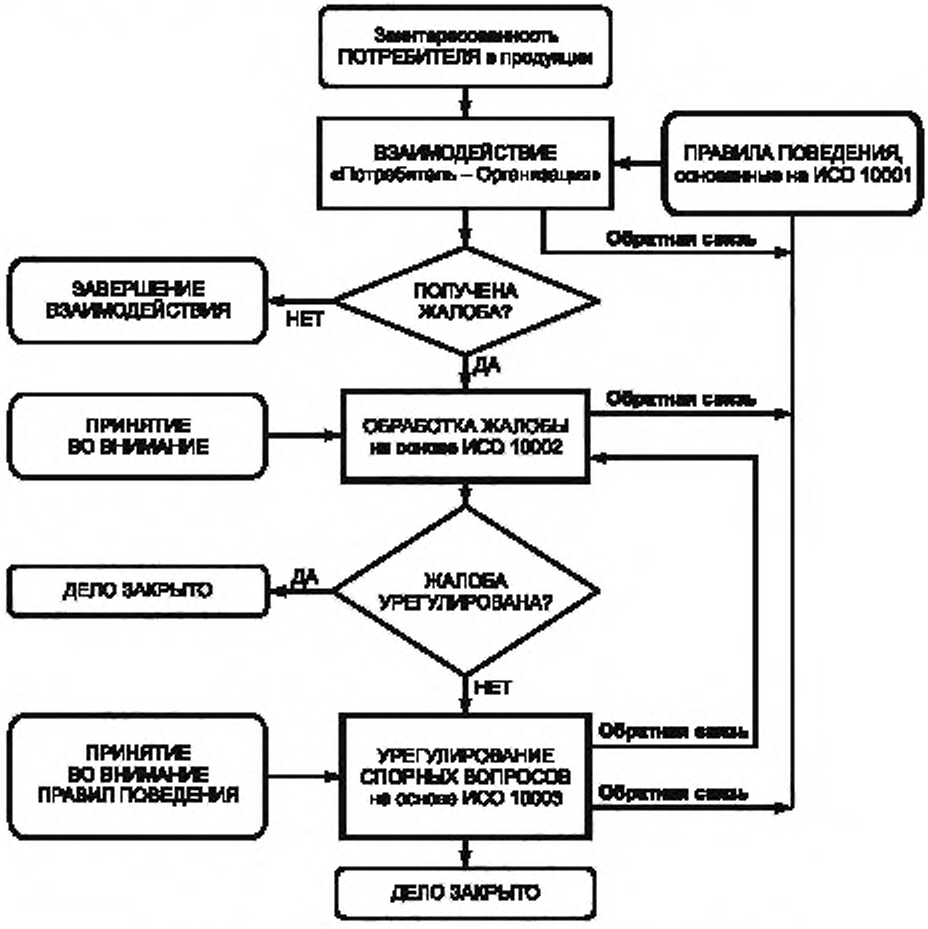

Рисунок В.1 — Взаимосвязь ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003

Приложение С
(справочное)

Рекомендации для малого бизнеса

Настоящий стандарт предназначен для применения организациями всех размеров. Однако у многих малых организаций могут быть ограничены ресурсы на планирование, проектирование, разработку, внедрение, поддержание и улучшение правил достижения удовлетворенности потребителя. Ниже приведены примеры ключевых направлений, в которых организация может сосредоточить свои усилия по созданию соответствующих правил, и предложены действия по каждому из них:

- изучить правила, действующие в других организациях, и определить, могут ли они быть полезны для вашей организации;
- рассмотреть возможность соблюдения уже установленных правил (например, принять участие в программе и следовать правилам, разработанным отраслевой или профессиональной ассоциацией);
- провести опрос потребителей и коллег по бизнесу о том, какие обещания они предпочли бы видеть в правилах;
- подумать, какие изменения необходимо внести в текущую деятельность организации, чтобы эффективно и результативно выполнять содержащиеся в правилах обещания, включая соответствующие процедуры, обучение, новых работников, изменения на производственных участках, новое оборудование или средства связи;
- подумать о возможности организации провести измерения на предмет эффективного и результативного выполнения своих обещаний;
- проверить, насколько удовлетворительно работают правила в тестовом режиме до того, как завершить их опробование и обнародовать;
- внедрить простую процедуру для работы с вопросами и жалобами потребителей, связанными с правилами и их реализацией,
- рассмотреть возможность участия во внешней программе урегулирования спорных вопросов;
- с помощью объявлений, рекламы или других средств проинформировать потребителей о введении правил в действие;
- регулярно проводить анализ, насколько удовлетворительно организация выполняет свои обещания, посредством опроса мнений потребителей и коллег по бизнесу о правилах и их введении, и вносить изменения для обеспечения пригодности, соответствия, эффективности и результативности правил.

Приложение D
(обязательное)

Рекомендации по доступности

Организация должна обеспечить доступность правил и вспомогательной информации (например, формы подачи жалобы) для потребителей, персонала и других заинтересованных сторон. Организация должна принимать во внимание категории потенциально заинтересованных сторон (среди которых могут быть дети, пожилые люди, люди с разными возможностями). Вследствие этого информация и содействие касательно правил должны быть доступны на всех языках и во всех форматах, которые организация использует для информирования при предложении или поставке продукции. Таким образом, потребители, желающие ознакомиться с правилами, не будут испытывать неудобств. Организация, участвующая в программе правил сторонней организации (например, отраслевой или профессиональной ассоциации), должна сделать свою программу доступной для потребителей и других заинтересованных сторон, относящихся к сторонней организации.

Информация должна быть четкой, не допускающей двоякого толкования, и доступной в альтернативных формах, подходящих для действующих и потенциальных потребителей: записана на аудионосителях, напечатана крупным шрифтом, шрифтом Брайля, отправлена по электронной почте или размещена на веб-сайте.

Примечание — Альтернативный формат представляет собой другой способ изложения или воспроизведения с целью обеспечить доступность информации для восприятия с помощью различных органов чувств. Представление всех входных и выходных данных (например, информации и перечня функций) хотя бы в одном альтернативном формате (например, визуальном или тактильном) поможет большему числу людей с языковой проблемой или малограмотных. Доходчивые и простые для понимания способы изложения информации предусматривают:

- схематичное изображение,
- цветную контрастную печать;
- определенные размеры и стиль шрифта и символов;
- возможность выбора и использования нескольких языков.

См. Руководство ИСО/МЭК 37.

Приложение Е
(обязательное)

Рекомендации по входным данным от заинтересованных сторон

Организация должна определять заинтересованные стороны и прислушиваться к их мнениям. Организация должна:

a) продумать все возможные методы получения входных данных, включая встречи, фокус-группы, вопросники и исследования, консультативный совет, рабочие группы и электронные совещания;

b) определить финансовые и человеческие ресурсы, связанные с получением входных данных от заинтересованных сторон.

Для того чтобы процесс получения входных данных от заинтересованных сторон был результативным, организация должна:

- сформулировать цель процесса (включая задачи, область применения процесса и выходы);
- определить временные рамки протекания процесса так, чтобы они позволяли заинтересованным сторонам участвовать в нем и были гибкими в отношении непредвиденных обстоятельств;
- вовлекать соответствующие заинтересованные стороны;
- обеспечивать поддержание конфиденциальности входных данных, получаемых от заинтересованных сторон, если это применимо;
- обеспечивать использование и надлежащее финансирование соответствующих механизмов получения входных данных;
- обеспечивать доступность пониманию и принятие заинтересованными сторонами основных положений процесса.

Результаты процесса получения входных данных от заинтересованных сторон организация должна использовать для последующего планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и улучшения правил. Организация должна сообщить заинтересованным сторонам о том, как были использованы результаты данного процесса. Должна быть проведена оценка эффективности и результативности процесса получения входных данных от заинтересованных сторон.

Приложение F
(справочное)

Структура правил

На рисунке F.1 представлена организационная структура принятия решений и действий по планированию, проектированию, разработке, внедрению, поддержанию и улучшению правил.

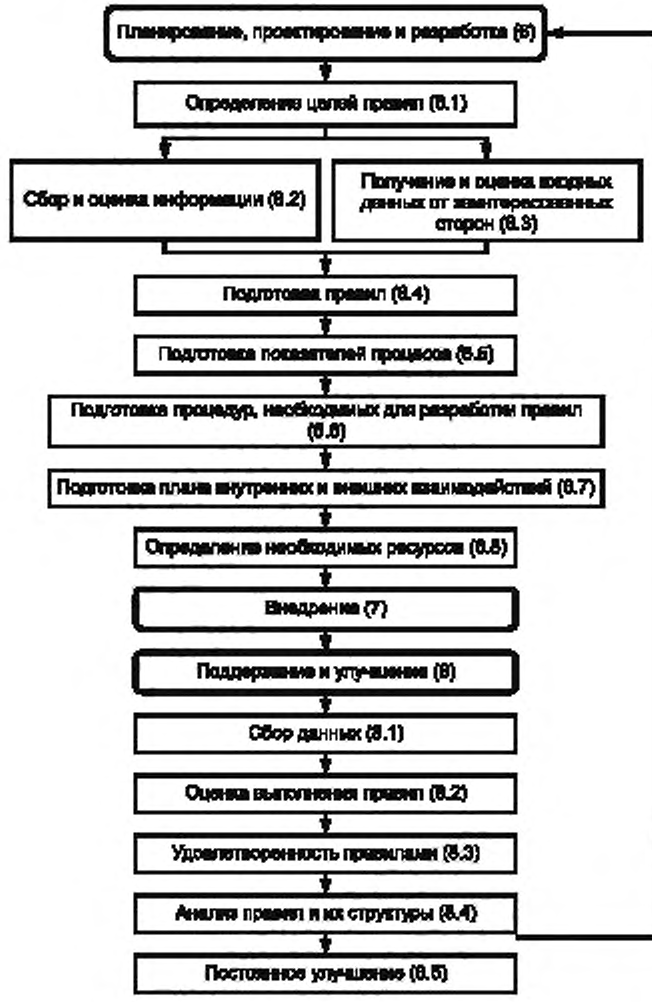

Рисунок F.1 — Структура правил

Приложение G
(справочное)

Рекомендации по адаптации правил сторонних организаций

Организации рекомендуется рассмотреть возможность адаптации правил, подготовленных сторонней организацией (далее — поставщик правил), или участия в ее программе. Ниже перечислены факторы, которые при этом следует учитывать.

- являются ли правила подходящими и пригодными для организации?
- какова репутация поставщика правил (например, пользуется ли он уважением потребителей, организаций и регулирующих органов из других сфер деятельности; значительным ли влиянием он обладает в данной области)?
- как проходил процесс проектирования и разработки данных правил у поставщика? Был ли он открыт для доступа всех заинтересованных сторон? Каким опытом сотрудничества с данным поставщиком и адаптации его правил обладают организации?
- обладают ли правила высокой рыночной ценностью?
- каковы затраты и преимущества участия в программе поставщика правил?
- осуществляет ли поставщик мониторинг и надзор за выполнением своих правил? Если да, то каким образом?
- обязательны ли правила для адаптировавшей их организации? Каковы последствия их несоблюдения?
- обладает ли поставщик правил достаточными ресурсами для выявления случаев несоблюдения правил и реагирования на них?
- какие виды обучения поставщик правил предоставляет своему персоналу и организациям, выбравшим их для адаптации?
- какими стимулирующими (или сдерживающими) факторами поставщик правил побуждает организации следовать им?
- какая информация должна быть раскрыта поставщику правил организацией, адаптирующей их?
- какую информацию поставщик правил раскрывает обществу, правительству и организациям, адаптирующим правила (например, отчетность раз в месяц, раз в квартал, два раза в год, ежегодно)?

Приложение Н
(обязательное)

Рекомендации по подготовке правил

Правила должны быть согласованы с их целями. Правила могут различаться в зависимости от размера и вида организации, но общими являются следующие важные положения:

- обеспечение ясности области применения и параметров правил (например, предназначены ли для применения ко всей продукции организации или только к некоторым ее видам; действуют в любой географической зоне или на ограниченной территории);
- информирование о любых исключениях и недействительности правил (например, обещания не действуют в обозначенные периоды максимального товарооборота или при возникновении определенных чрезвычайных обстоятельств);
- обеспечение ясности в толковании ключевых терминов;
- по возможности, недопущение употребления жаргонизмов, аббревиатур или акронимов;
- установление четкой последовательности действий и процедур в случаях невыполнения обещаний.

Примечание — В таких случаях могут быть применены рекомендации по процессам работы с жалобами и внешнему урегулированию спорных вопросов в соответствии с ИСО 10002 и ИСО 10003;

- предоставление потребителю необходимой информации о правилах в надлежащие сроки (например, организация, предлагающая продукцию онлайн, может сообщить о защите конфиденциальной информации при сборе сведений на своем веб-сайте непосредственно перед тем, как потребитель приобретет продукцию);
- предоставление потребителю информации о контактном лице и способах обращения к нему с любыми вопросами, жалобами или комментариями;
- предоставление условий для того, чтобы правила были внедрены эффективно и результативно и предусматриваемые меры не противоречили никаким законодательным и другим обязательным требованиям, в частности направленным против вводящей в заблуждение рекламы и недобросовестной конкуренции.

Приложение I
(обязательное)

Рекомендации по разработке планов внутренних и внешних взаимодействий

I.1 Общие положения

Организация должна разработать план обеспечения доступности правил и вспомогательной информации для персонала и других сторон, вовлеченных в работу по их реализации. Данный план информирования будет зависеть от размера и типа организации, а также от природы правил и должен включать в себя следующее:

- определение внутренней и внешней аудитории и их индивидуальных потребностей;
- определение имеющихся в наличии ресурсов для информирования;
- определение и выбор возможных методов информирования;
- анализ их преимуществ, недостатков, результативности и стоимости (например, использование логотипов, рекламных объявлений, информации в местах продаж);
- предоставление соответствующей информации персоналу и другим сторонам, вовлеченным в работу по реализации правил как внутри, так и вне организации.

I.2 Внутренние взаимодействия

Информация должна включать в себя:

- цели правил и разъяснение средств их обеспечения;
- сведения о способах внедрения правил, включая ответственность персонала, связанного с реализацией правил и деятельностью по информированию;
- вспомогательную информацию по процессу работы с жалобами и обеспечению урегулирования любых разногласий.

До сведения персонала также должна быть доведена вся информация, находящаяся в открытом доступе.

I.3 Внешние взаимодействия

Информация для потребителей, истцов и других заинтересованных сторон должна быть легкодоступна, например в виде брошюр, проспектов, маркировки и размещения на веб-сайте. Предоставляемая заинтересованным сторонам информация должна быть точной и четкой, приведенной на соответствующих языках и в альтернативных форматах (см. приложение D). Данная информация может включать в себя:

- обещания организации потребителям;
- сведения о том, где и как можно задать вопрос или подать жалобу относительно правил;
- сведения о том, как запрос или жалоба будут обрабатываться, включая информацию об обратной связи относительно их статуса и времени прохождения через каждую стадию данного процесса,
- варианты уведомления потребителя о его вопросе и о возмещении ущерба истцу;
- доступность сведений о каком-либо процессе внешнего урегулирования спорных вопросов;
- результаты применения правил.

Примечание — В отношении жалоб и урегулирования спорных вопросов организации могут использовать рекомендации ИСО 10002 и ИСО 10003.

Организация должна защищать персональную информацию и обеспечивать конфиденциальность в отношении лиц, обратившихся к ней с вопросом или подавших жалобу.

Приложение J
(справочное)

Сведения о соответствии национального стандарта Российской Федерации ссылочному международному стандарту

Таблица J.1

Обозначение ссылочного международного стандарта	Обозначение и наименование соответствующего национального стандарта Российской Федерации
ИСО 9000:2005	ГОСТ Р ИСО 9000—2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

Библиография

[1] ISO 9001 Quality management systems — Requirements

[2] ISO 9004:2000 Quality management systems — Guidelines for performance improvements

[3] ISO 10002:2004 Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for complaints handling in organizations

[4] ISO 10003:2004 Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for dispute resolution external to organizations

[5] ISO/IEC Guide 37 Instructions for use of products of consumer interest

УДК 658.562.014:006.354 ОКС 03.120.10 Т59

Ключевые слова: удовлетворенность потребителей, правила достижения удовлетворенности потребителей, заинтересованные стороны, урегулирование спорных вопросов и жалоб, планы внутренних и внешних взаимодействий, входные данные, термины и определения

Редактор *Л.В. Афанасенко*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *Е.Д. Дульнева*
Компьютерная верстка *И.А. Налейкиной*

Сдано в набор 01.09.2009. Подписано в печать 19.10.2009. Формат 60 × 84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура Ариал. Печать офсетная. Усл. печ. л. 2,79. Уч.-изд. л. 1,90. Тираж 663 экз. Зак. 715.

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru info@gostinfo.ru
Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ.
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 6.