

Удовлетворенность потребителей в системе менеджмента качества предприятия химической промышленности

Цыганенко А.В., магистрант кафедры «Управление качеством, стандартизации и документационного обеспечения управления», СибГУ им. М.Ф. Решетнева, Красноярск, Россия

Трошкова Е.В., к.э.н., доцент кафедры «Управление качеством, стандартизации и документационного обеспечения управления», СибГУ им. М.Ф. Решетнева, Красноярск, Россия

Аннотация. На примере предприятия химической промышленности определены целевые показатели процесса, связанного с потребителями; представлена связь удовлетворенности с эффективностью предприятия; проведена самооценка организации на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 10002-2007; разработаны мероприятия по совершенствованию системы менеджмента качества в части управления претензиями потребителей.

Ключевые слова: ГОСТ Р ИСО 9001-2015, ГОСТ Р ИСО 10002-2007, коэффициент, показатели процесса, предприятие химической промышленности, принципы менеджмента качества, система менеджмента качества, удовлетворённость потребителя, управление претензиями.

Satisfaction of consumers in the quality management system of the chemical industry enterprise

Tsyganenko A.V., magistant kafedry «Quality Management, standardization and management documentation» Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russia

Troshkova E.V., k.e.n., Associate Professor of the Department «Quality Management, standardization and management documentation» Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russia

Annotation. On the example of a chemical industry enterprise, the target indicators of the process associated with consumers; relationship of satisfaction with the efficiency of the enterprise; carried out a self-assessment of the organization for compliance with the requirements of ISO 10002:2004; Measures have been developed to improve the quality management system in the management of consumer claims.

Keywords: ISO 9001:2015, ISO 10002:2007, coefficient, process indicators, chemical industry enterprise, quality management principles, quality management system, customer satisfaction, claims management.

Одним из принципов менеджмента качества ISO 9001:2015¹ является ориентация на потребителя. В соответствии с п. 9.1.2 «Удовлетворенность потребителей» организация должна проводить мониторинг данных, касающихся восприятия потребителями степени удовлетворения их потребностей и ожиданий». Под удовлетворенностью потребителей (customer satisfaction) мы понимаем восприятие потребителем степени выполнения его ожиданий. Насколько организацией выполнены ожидания потребителей, настолько будет вероятность его повторного обращения к ней. Сохранить потребителя значительно дешевле, чем привлечь новых, отмечает Ф. Котлер², приводя данные по издержкам, которые на привлечение новых потребителей в 5-10 раз больше, чем на удержание существующих, а снижение уровня оттока потребителей на 5% может привести к увеличению доходов на 25-85% (в зависимости от отрасли). Управлять можно только тем, что можно измерить, поэтому при анализе системы показателей предприятий различной отраслевой направленности можно встретить такие показатели как: «число потерянных клиентов» и «количество повторных обращений».

Для измерения и оценивания результатов процессов и продукции организации могут применяться следующие методы: измерительный – основан

¹ ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. «Системы менеджмента качества. Требования» (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 №1391-ст) -[Электронный ресурс]:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194941

² Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я [Текст]: Пер. с англ. / Под ред. Т.Р. Тэор, Изд. дом Нева, 2003. – 224 с. – С.61.

на информации, получаемой с использованием технических средств (например, измерение температуры в аудитории, уровня излучения от ПЭВМ и т. д.); регистрационный – основан на информации, получаемой путем подсчета числа определенных предметов, событий или затрат; расчетный – основан на информации, получаемой с помощью теоретических и эмпирических зависимостей, например, процент охвата социологическими опросами; экспертный метод – проводится группой специалистов, например, оценка соответствия программы учебной дисциплины требованиям федерального государственного образовательного стандарта; социологический – проводится методом опросов, например, внутренних и внешних потребителей³.

Рассмотрим на примере предприятия химической промышленности подходы к управлению процессом, связанным с потребителями, в том числе удовлетворенностью потребителей готовой продукцией, которых далее мы будем называть клиентами. Анализ внутренних потребителей не является темой текущего исследования. Предприятие химической промышленности (далее Предприятие) - крупнейший производитель химической продукции эластичных пенополиуретанов полного цикла. Номенклатура продукции включает более 30 марок ППУ с различными техническими характеристиками. Продукция поставляется потребителям в виде блоков, листов, контурных изделий различной сложности. Инновационные решения используются потребителями в таких отраслях как: мебельная, текстильная, аэрокосмическая, медицинская, транспорт, теплоизоляция и звукоизоляции, системы фильтров. Высокое качество производимой продукции достигается благодаря тому, что: используются новейшие технологии Multiflex, Hennecke, Bayer Compani; установлено современное оборудование для производства и переработки пенополиуретана; используется только качественное сырье известных фирм Shell, BASF, Bayer, Degussa, проходящее входной контроль на предприятии; по каждой выпущенной партии лабораторией предприятия проводятся физико-

³ Левшина, В.В., Трошкова Е.В. Система менеджмента качества: инновационный проект. Монография [Текст]. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2016. – 160 с. – С. 65.

механические испытания на соответствие установленным нормативным требованиям. Наглядно связь удовлетворенности клиентов от других показателей предприятия отражает карта сбалансированных показателей (рис. 1).

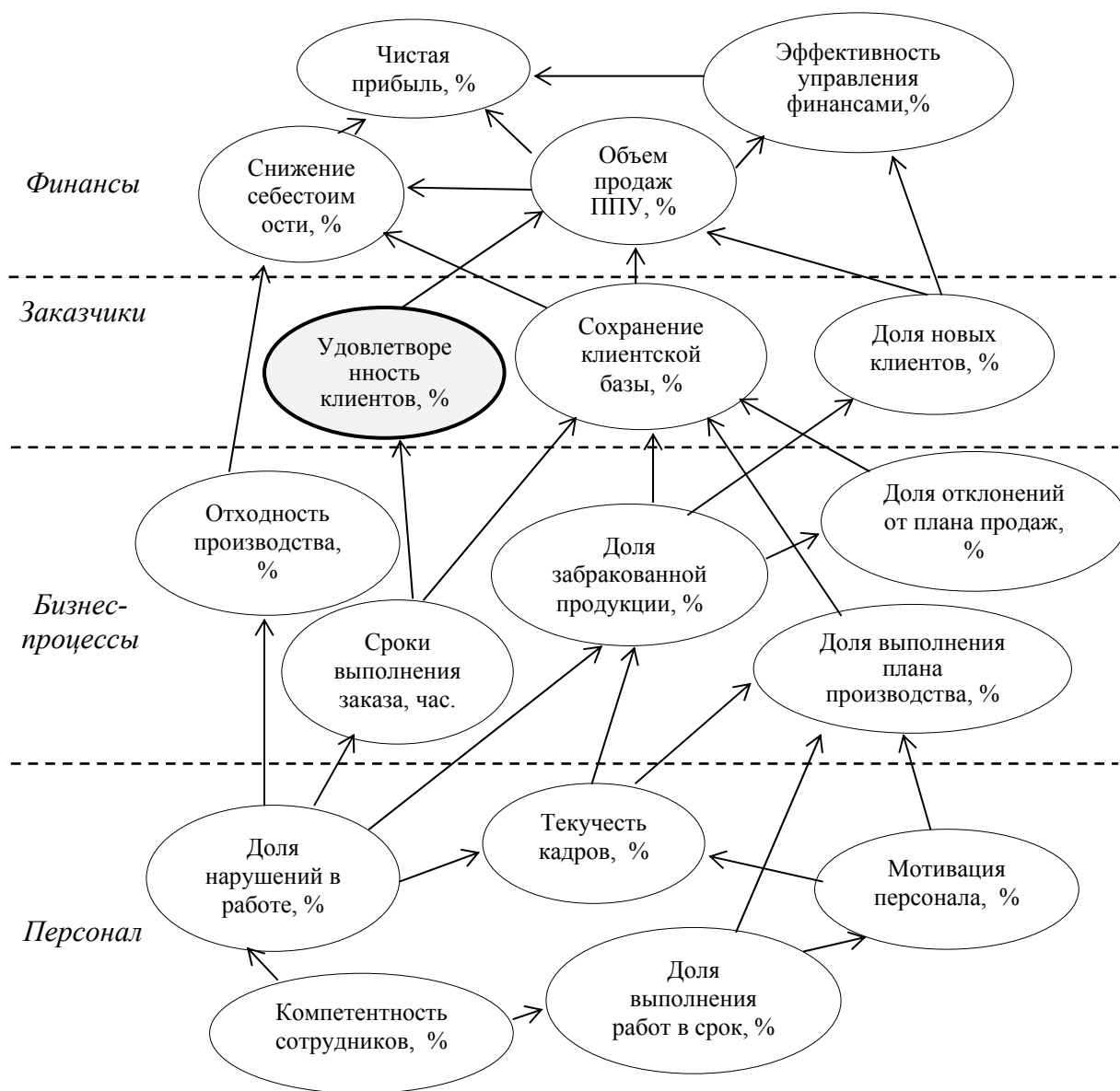


Рис. 1 – Карта сбалансированных показателей предприятия

В таблице 1 представлен фрагмент целевых (плановых) показателей процесса, связанного с потребителями, на текущий год с указанием периодичности измерения, ответственных должностных лиц и результатов контроля. На предприятии установлены требования к целям, которые

включают: достижимость; напряжённость (достижимость лишь при эффективном управлении и рациональном использовании ресурсов); гибкость (возможность их корректировки); измеримость (возможность количественного измерения); конкретность (однозначно определить направление организационной деятельности); совместимость (соответствие долгосрочных и краткосрочных целей, целей тех подсистем, от которых зависит эффективность организационной деятельности); приемлемость (для тех, кому их придётся достигать).

Таблица 1

Целевые показатели процесса, связанного с потребителями

Цель процесса	Целевой показатель, ед. измерения	Плановый показатель	Периодичность	Ответственный	Результат контроля
Сохранить количество активных клиентов в базе предприятия	Доля активных клиентов, %	на 90%	1 раз в год	Владелец процесса	Отчет по продажам
Увеличить количество новых клиентов	Доля новых клиентов, %	на 10%	1 раз в год		Отчет по продажам
Увеличить объем продаж	Выполнение плана продаж, %	на 5 %	1 раз в квартал		Отчет по продажам
Повысить удовлетворенность клиентов	Степень удовлетворенности, %	на 95%	1 раз в год		Ежегодный итоговый отчет
	Количество претензий, шт.	не более 5	1 раз в месяц		Ежемесячный отчет

Одним из показателей, измеряющих удовлетворенность потребителей на Предприятии, является количество претензий. Для разработки и внедрения процесса управления претензиями было принято решение руководствоваться требованиями ГОСТ Р ИСО 10002-2007⁴. Первоначально была проведена самооценка данного процесса на соответствие требований стандарта и разработан план по внедрению необходимых мероприятий. Результаты самооценки представлены на рисунке 2. Было установлено, что в целом данный

⁴ ГОСТ Р ИСО 10002-2007 Национальный стандарт Российской Федерации. «Менеджмент организации. Удовлетворенность потребителя. Руководство по управлению претензиями в организации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200057478>

процесс соответствует требованиям стандарта, но требуется незначительная доработка и корректировка процесса в части п. 6 Планирование и разработка.

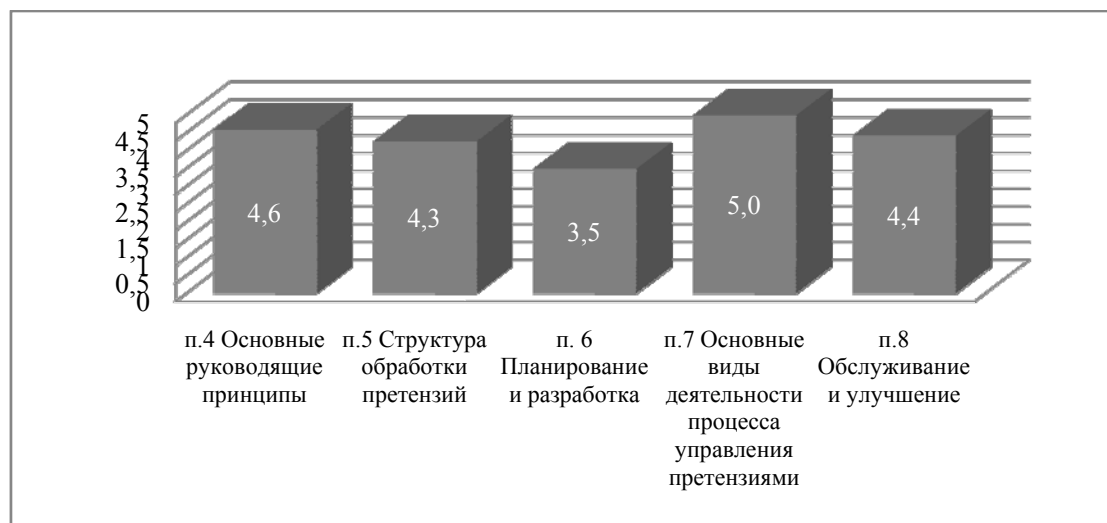


Рис. 2 – Анализ процесса управления претензиями на соответствие требований ГОСТ Р ИСО 10002-2007

На предприятии с целью оперативного приема и выполнения заявок потребителей установлены внутренние нормативы: время рассмотрения заказа – не более 3 часов; время выставления счета – не более 3 часов; время изготовления заказа – не более 7 суток; срок принятия решения по поступившей претензии – до 5 календарных дней. С целью получения обратной связи от потребителей, оперативного приема заявок, отзывов, жалоб, претензий по качеству и работе подразделений Предприятие запустило B2B-портал для постоянных клиентов. Этот сервис позволяет клиентам оперативно, в режиме 24 часов в сутки, работать в Личном кабинете. Работа через Личный кабинет позволяет самостоятельно размещать заказы на желаемую дату отгрузки, видеть статусы уже сделанных заказов (Согласован, В производстве, Готов к отгрузке, Полностью отгружен). Покупатели в онлайн-режиме видят Акты сверки и взаиморасчеты по всем своим юридическим лицам. Сервис очень прост и интуитивно понятен. Для удобства разработано мобильное приложение для устройств на платформах iOS и Android. Главные выводы во время работы на B2B-портале, которые делают покупатели, отмечая преимущества внедрения данного портала: удобство; простота; оперативность. Удовлетворенность

потребителей изучается путем опроса по телефону, по электронной почте или с помощью рассылки анкет. Результаты опроса потребителей анализируются, классифицируются, обсуждаются на совещаниях по качеству и используются в процессе планирования. Отделом клиентского сервиса постоянно осуществляется связь с потребителями по вопросам, касающимся претензий потребителей к качеству продукции. По каждой поступившей претензии проводится расследование, и применяются корректирующие и предупреждающие действия. Результаты принятых мер сообщаются в письменном виде потребителю.

Результаты самооценки показали, что на Предприятии ответственность и полномочия по управлению претензиями не формализованы и доводятся до участников процесса только в устной форме; отсутствует разработанная процедура по управлению претензиями, включая планирование процесса и периодичность представления отчетов о результатах процесса высшему руководству и возможностях его улучшения; не ведутся и не поддерживаются в рабочем состоянии записи по видам обучения и инструктажу, проведенным с лицами, участвующими в процессе управления претензиями; не проводятся аудиты процесса управления претензиями через запланированные интервалы времени.

Для анализа процесса, связанного с потребителями, в части управления претензиями, мы предлагаем использовать коэффициент своевременного устранения несоответствий ($K_{наруш}$), коэффициент повторения несоответствий ($K_{повтор}$) и коэффициент своевременности выполнения корректирующих мероприятий ($K_{коррек}$). Алгоритм расчета коэффициентов отражают формулы 1-3.

$$K_{наруш} = \frac{\text{количество своевременно устраненных несоответствий}}{\text{количество несоответствий} - (\text{количество несоответствий, устранение которых невозможно по объективным причинам})} \quad (1)$$

$$K_{повтор} = \frac{\text{количество несоответствий, выявленных повторно}}{\text{количество несоответствий, выявленных впервые}} \quad (2)$$

$$K_{коррек} = \frac{\text{количество своевременно выполненных мероприятий}}{\text{количество выполненных мероприятий}} \quad (3)$$

Результативность по процессу, связанному с потребителями, предлагается рассчитывать по формуле 4, где Р – результативность процесса; n – количество показателей; К – фактическое значение показателя; Н – нормативное значение показателя:

$$P = \left(\sum_{i=1}^n \frac{K_i}{N_i} \right) / n; \quad (4)$$

Таким образом, для улучшения процесса, связанного с потребителями, на Предприятии необходимо: распределить, формализовать и довести до сведения персонала обязанности, ответственность и полномочия в части управления претензиями, включая процедуру отчетности по результатам деятельности управления претензиями потребителей; разработать процедуру по процессу управления претензиями потребителей; повысить компетентность персонала, участвующего в процессе управления претензиями; в программу ежегодного внутреннего аудита предприятия включить аудит процесса, связанного с потребителями в части управления претензиями через запланированные интервалы времени.

Библиографический список

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. «Системы менеджмента качества. Требования» [Электронный ресурс].-Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194941
2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я [Текст]: Пер. с англ./Под ред. Т.Р. Тэор, Издательский дом Нева, 2003. – 224 с.
3. Левшина, В.В., Трошкова Е.В. Система менеджмента качества: инновационный проект. Монография [Текст]. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2016. – 160 с.
4. ГОСТ Р ИСО 10002-2007 Национальный стандарт Российской Федерации. «Менеджмент организации. Удовлетворенность потребителя.

Руководство по управлению претензиями в организации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200057478>

5. Хилл, Н., Сельф Б., Роше Г. Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000 [Текст]. – М.: Издательский Дом «Технологии», 2004. – 192 с.

References

1. ISO 9001-2015. National standard of the Russian Federation. «Quality management systems. Requirements» [Electronic resource]. – Access mode: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194941

2. Kotler, F. Marketing from A to Z [Text]: Trans. with English. / Ed. T.R. Theor, Neva Publishing House, 2003. – 224 p.

3. Levshina, V.V., Troshkova E.V. Quality management system: an innovative project. Monograph [Text]. – Novosibirsk: Izd. ANS «SibAK», 2016. – 160 p.

4. ISO 10002-2007 The national standard of the Russian Federation. «Organisation management. Customer satisfaction. Guide to the management of claims in the organization» [Electronic resource]. Access mode: <http://docs.cntd.ru/document/1200057478>

5. Hill, N., Selff B., Roche G. Measurement of customer satisfaction according to ISO 9000: 2000 [Text]. – Moscow: Publishing House «Technology», 2004. – 192 p.