
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
СТАНДАРТ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р
54732—
2011/
ISO/TS 10004:2010

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Удовлетворенность потребителей Руководящие указания по мониторингу и измерению

ISO/TS 10004:2010
Quality management — Customer satisfaction —
Guidelines for monitoring and measuring
(IDT)

Издание официальное



Москва
Стандартинформ
2012

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 на русский язык международного документа, 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 13 декабря 2011 г. № 901-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному документу ISO/TS 10004:2010 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по мониторингу и измерению» (ISO/TS 10004:2010 «Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for monitoring and measuring»).

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

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, 2012

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

1	Область применения	1
2	Нормативные ссылки	1
3	Термины и определения	1
4	Концепция удовлетворенности потребителей	2
5	Основа мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей	2
6	Планирование мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей	2
6.1	Определение цели и задач	2
6.2	Определение объема и периодичности	3
6.3	Определение способов реализации и ответственности	3
6.4	Выделение ресурсов	3
7	Меры по мониторингу и измерению удовлетворенности потребителей	3
7.1	Общие положения	3
7.2	Определение ожиданий потребителей	4
7.3	Сбор данных об удовлетворенности потребителей	4
7.4	Анализ данных об удовлетворенности потребителей	6
7.5	Обеспечение обратной связи для улучшения	8
7.6	Мониторинг удовлетворенности потребителей	8
8	Поддержание на должном уровне и улучшение процессов мониторинга и измерения	9
	Приложение А (рекомендуемое) Концептуальная модель удовлетворенности потребителей	10
	Приложение В (рекомендуемое) Определение ожиданий потребителей	12
	Приложение С (рекомендуемое) Непосредственное измерение удовлетворенности потребителей	14
	Приложение D (рекомендуемое) Анализ данных об удовлетворенности потребителей	18
	Приложение E (рекомендуемое) Использование информации об удовлетворенности потребителей	22
	Приложение ДА (справочное) Сведения о соответствии ссылочного международного стандарта ссылочному национальному стандарту Российской Федерации	23
	Библиография	24

Введение

0.1 Общие положения

Одним из ключевых элементов успеха организации является удовлетворенность потребителей организацией и ее продукцией, что обуславливает необходимость осуществлять мониторинг и измерение удовлетворенности потребителей.

Информация, полученная в результате мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей, может помочь в выявлении возможностей для улучшения стратегий, продукции, процессов и характеристик организации, важных для потребителей, и может служить задачам организации. Такие улучшения могут повысить доверие потребителей и привести к коммерческим и прочим выгодам.

Настоящий стандарт содержит рекомендации для организации по созданию эффективных процессов мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей.

0.2 Связь со стандартом ИСО 9001:2008

Настоящий стандарт совместим со стандартом ИСО 9001:2008, цели которого он поддерживает за счет предоставления рекомендаций по мониторингу и измерению удовлетворенности потребителей. Настоящий стандарт может помочь при применении конкретных разделов стандарта ИСО 9001:2008, относящихся к удовлетворенности потребителей, а именно:

а) подраздела 5.2, касающегося ориентации на потребителя: «Высшее руководство должно обеспечивать определение и выполнение требований потребителей для повышения их удовлетворенности»;

б) подраздела 6.1 б), касающегося менеджмента ресурсов: «Организация должна определить и обеспечивать ресурсы, требуемые... для повышения удовлетворенности потребителей путем выполнения их требований»;

с) подраздела 8.2.1, касающегося удовлетворенности потребителей: «Организация должна проводить мониторинг информации, касающийся восприятия потребителем выполнения организацией его требований, как одного из способов измерения работы системы менеджмента качества. Должны быть установлены методы получения и использования этой информации»;

д) подраздела 8.4, касающегося анализа данных: «Организация должна определять, собирать и анализировать соответствующие данные для демонстрации пригодности и результативности системы менеджмента качества, а также оценивания, в какой области возможно постоянное повышение результативности системы менеджмента качества. Данные должны включать в себя информацию, полученную в результате мониторинга и измерения и из других соответствующих источников. Анализ данных должен представлять информацию, относящуюся к ... удовлетворенности потребителей ...».

Настоящий стандарт может также использоваться независимо от стандарта ИСО 9001.

0.3 Связь со стандартом ИСО 9004:2009

Настоящий стандарт также совместим со стандартом ИСО 9004:2009, который дает рекомендации по менеджменту для достижения устойчивого успеха организации. Настоящий стандарт дополняет данные рекомендации, приведенные в:

- подразделе В.2, касающемся ориентации на потребителя;

- подразделах 8.3.1 и 8.3.2, касающихся определения нужд, ожиданий и удовлетворенности потребителей.

0.4 Связь со стандартами ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003

Стандарт ИСО 10001 содержит рекомендации по правилам поведения организаций для достижения удовлетворенности потребителей. Такие правила могут уменьшить вероятность возникновения проблем и устранить причины жалоб и разногласий, способных понизить удовлетворенность потребителей.

Стандарт ИСО 10002 содержит рекомендации по внутреннему обращению с жалобами, относящимися к продукции. Такие рекомендации способны помочь сохранить удовлетворенность и лояльность потребителей за счет результативного и эффективного урегулирования жалоб.

Стандарт ИСО 10003 содержит рекомендации по разрешению споров, касающихся претензий к продукции, которые не могут быть должным образом разрешены в рамках организации. Стандарт ИСО 10003 способен помочь в сведении к минимуму неудовлетворенности потребителей в связи с неурегулированными жалобами.

Таким образом, совместное применение стандартов ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003 способствует повышению удовлетворенности потребителей.

Настоящий стандарт дополняет стандарты ИСО 10001, ИСО 10002 и ИСО 10003 путем предоставления рекомендаций по мониторингу и измерению удовлетворенности потребителей. Полученная информация может быть использована организацией для определения мер, направленных на сохранение или повышение удовлетворенности потребителей.