

**С. П. Щекутьева, инженер по маркетингу ОАО «Завод «Старорусприбор», аспирант
ОПЫТ ОАО «ЗАВОД «СТАРОРУСПРИБОР» В МОНИТОРИНГЕ
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Для современного российского рынка сертификация системы менеджмента качества предприятия на основе международных стандартов серии ISO 9000 стала практически необходимостью. Мониторинг удовлетворенности потребителей — это одно из требований системы. Согласно государственному стандарту России ИСО 9001-2001 «Системы менеджмента качества. Требования», «организация должна проводить мониторинг информации, касающийся восприятия потребителями соответствия организации требованиям потребителей, как одного из способов измерения работы системы менеджмента качества. Должны быть установлены методы получения и использования этой информации».

ОАО «Завод «Старорусприбор» является производителем горелочных устройств для бытовых и промышленных котлоагрегатов, приборов контроля и регулирования технологических процессов, средств измерения расхода и уровня различных сред. Система менеджмента качества предприятия сертифицирована и действует с 2001 года, и мониторинг удовлетворенности потребителей является частью маркетинговой деятельности предприятия. Разработан стандарт, устанавливающий порядок изучения и анализа отношения потребителей к предприятию в целом, к отдельным аспектам его деятельности, к продукции, производимой ОАО «Завод «Старорусприбор».

На основе проводимых исследований удовлетворенности вносятся предложения по улучшению системы управления качеством предприятия.

• Теоретический аспект

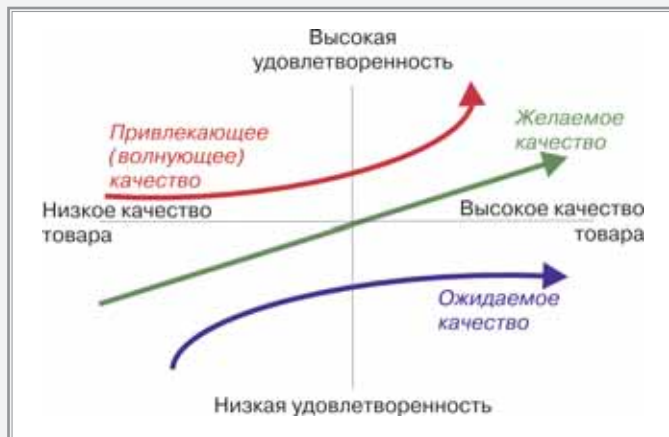
Прежде всего, коснемся теоретического аспекта понятия «удовлетворенность». ГОСТ Р ИСО 9000—2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» определяет удовлетворенность как восприятие потребителями степени выполнения их требований. Тамара Глушакова в своей статье «Удовлетворенность управляет качеством» [1], подробно объясняет понятие и природу удовлетворенности и неудовлетворенности товаром. Понятие «удовлетворенность потребителей», по ее словам, представляет собой комплекс из большого числа компонентов, различных для разных предприятий и потребителей. И, прежде всего, удовлетворенность потребителей определяется качеством товара, то есть его способностью выполнять предназначенные функции. В соответствии с моделью Н. Кано (Noriaki Kano), существуют три уровня качества товара, соответствующие разной степени удовлетворенности потребителей.

Ожидаемое качество товара* — это свойства товара, которые являются необходимыми условиями удовлетворенности, т.е. отсутствие этих свойств вызывает неудовлетворенность, при этом их увеличение (рост) не вызывает повышения удовлетворенности.

Желаемое качество товара — свойства товара, совершенствуемого в соответствии с желаниями потребителя. При этом пропорционально повышению этих свойств возрастает и удовлетворенность.

Привлекающее или волнующее качество товара — представляет собой неожиданный по уровню сервис. В таких

* При этом понятие «товар» включает все, что при восприятии вкладывает в него потребитель. Это сам продукт, имидж организации-продавца и ряд дополнительных факторов.



случаях потребители бывают приятно удивлены, восхищены и даже ошеломлены.

Полная удовлетворенность потребителей является необходимым фактором для их лояльности. Об этом пишет и Геннадий Ли в своей статье «Удовлетворенность потребителей и лояльность» [2]. Поэтому компании необходимо иметь четкое представление об уровне удовлетворенности своих клиентов.

В соответствии с данной классификацией, а также с рекомендациями стандарта ГОСТ Р ИСО 9004—2001 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности», на ОАО «Завод «Старорусприбор» определены следующие факторы, на основе которых возможно регулирование уровня удовлетворенности потребителей.

• Факторы, вызывающие неудовлетворенность

- Непредвиденные дополнительные расходы в связи с приобретением продукции
- Нарушение сроков поставки
- Затягивание сроков заключения договора
- Дефекты продукции
- Технические проблемы с наладкой и присоединением
- Проблемы в получении сервисного обслуживания и гарантийного ремонта
- Равнодушный персонал к претензиям и вопросам
- Некомпетентный или неквалифицированный персонал

• Факторы, вызывающие удовлетворение

- Хороший имидж и репутация завода
- Качество выпускаемой продукции
- Высокий технический уровень
- Скидки
- Широкий ассортимент
- Быстрое и качественное обслуживание
- Хороший сервис
- Качественный и быстрый ремонт
- Комплектность поставки
- Ремонтопригодность
- Низкая цена
- Надежность
- Удобство эксплуатации

- Хорошая упаковка
 - Квалифицированный персонал
 - Услужливость контактного персонала
 - Наличие сертификата качества ИСО-9001
 - **Факторы, вызывающие восхищение**
 - Разработка новых инновационных продуктов (ноу-хау)
 - Экологически чистое производство
 - Благоприятные санитарно-гигиенические и эстетические условия
 - **Уровень удовлетворенности потребителей**
- ОАО «Завод «Старорусприбор»**

В процессе анализа удовлетворенности потребителей ОАО «Завод «Старорусприбор» производится рассылка «Анкет удовлетворенности». Пример такой анкеты приведен на рисунке.

Результаты исследования удовлетворенности потребителей за 2003 г. показали, что определяющими факторами при покупке изделий ОАО «Завод «Старорусприбор» яв-

ляются: стоимость изделий (75% опрошенных), комплектность (50% респондентов), надёжность, ремонтпригодность и удобство эксплуатации изделий (по 37,5%).


Потребители в большинстве удовлетворены уровнем обслуживания, ассортиментом, сроками поставки. Также не имеется и претензий к упаковке.

Были даны различные предложения от потребителей, в том числе по совершенствованию некоторых технических характеристик изделий, по организации представительства предприятия, а также по ценовой политике ОАО «Завод «Старорусприбор».

Лояльность достаточно высокая, во всяком случае, для данной группы потребителей — 88% собираются повторить покупку.

[1] Глушакова Т. Удовлетворенность управляет качеством. //Лаборатория рекламы. 2001. №11-12 (19).

[2] Ли Г. Удовлетворенность потребителей и лояльность //Энциклопедия маркетинга.
<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a47.htm>



СТАРОРУСПРИБОР

175200 Россия Новгородская область г. Старая Русса ул. Минеральная 24
 Тел.: (81652) 27-414, 27-422, 27-460
 Факс: (81652) 3-73-96, 5-70-43

E-mail: zavod@staroruspribor.ru
<http://www.staroruspribor.ru>

ОАО "Завод "Старорусприбор"
 Лауреат конкурса
 "1000 лучших предприятий России XXI века"

Анкета

Уважаемый _____!

Пожалуйста, ответьте на нижеприведенные вопросы:

1. Как часто Вы покупаете продукцию ОАО «Завод «Старорусприбор»?

2. Какие факторы являются определяющими при покупке наших товаров?
 комплектность надёжность удобство в эксплуатации
 ремонтпригодность стоимость высокий технический уровень
3. Что не устраивает Вас в наших приборах?
 качество цена комплектность
 другое: _____
4. Удовлетворены ли Вы уровнем обслуживания?
 Да Нет
5. Удовлетворены ли Вы контактным персоналом?
 Да Нет
6. Удовлетворяет ли Вас ассортимент нашей продукции?
 Да Нет
7. Удовлетворяет ли Вас сроки поставки?
 Да Нет
8. Имеются ли у Вас претензии к упаковке?
 Да Нет
9. Намерены ли Вы повторить покупку?
 Да Нет
10. Ваши предложения (пожелания) по усовершенствованию наших изделий:

тип прибора	предложение
_____	_____
_____	_____
11. Каким аналогичным приборам других заводов-изготовителей Вы отдаёте предпочтение?

тип прибора	завод-изготовитель	причина предпочтения
_____	_____	_____
_____	_____	_____
12. Ваши предложения:

Благодарим Вас за предоставленные сведения!