
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
СТАНДАРТ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р
ИСО 10001—
2026

Менеджмент качества

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Рекомендации по правилам поведения
для организаций

(ISO 10001:2018, IDT)

Москва
Российский институт стандартизации
2026

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Ассоциацией по сертификации «Русский Регистр» (Ассоциация «Русский Регистр») на основе собственного перевода на русский язык англоязычной версии стандарта, указанного в пункте 4

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 076 «Системы менеджмента»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 13 мая 2026 г. № 476-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 10001:2018 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по правилам поведения для организаций (ISO 10001:2018 «Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for codes of conduct for organizations», IDT).

При применении настоящего стандарта рекомендуется использовать вместо ссылочных международных стандартов соответствующие им национальные стандарты, сведения о которых приведены в дополнительном приложении ДА

5 ВЗАМЕН ГОСТ Р ИСО 10001—2009

Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «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 (www.rst.gov.ru)

Содержание

1 Область применения	1
2 Нормативные ссылки	1
3 Термины и определения	1
4 Руководящие принципы	3
5 Структура правил	4
6 Планирование, разработка и развитие	5
7 Внедрение	6
8 Поддержание и улучшение	7
Приложение А (справочное) Упрощенные примеры элементов правил для различных организаций	9
Приложение В (справочное) Взаимосвязи настоящего стандарта, ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004	10
Приложение С (справочное) Рекомендации для малого бизнеса	11
Приложение D (справочное) Рекомендации по обеспечению доступности	12
Приложение E (справочное) Рекомендации по получению данных от заинтересованных сторон	13
Приложение F (справочное) Структура правил	14
Приложение G (справочное) Руководство по применению правил, разработанных другой организацией	15
Приложение H (справочное) Руководство по разработке правил	16
Приложение I (справочное) Руководство по разработке планов обмена информацией	17
Приложение ДА (справочное) Сведения о соответствии ссылочных международных стандартов национальным стандартам	18
Библиография	19

Введение

0.1 Общие положения

Поддержание высокого уровня удовлетворенности потребителей является важнейшей задачей для многих организаций. Одним из способов решения этой задачи являются разработка и использование правил достижения удовлетворенности потребителя. Эти правила представляют собой обязательства и соответствующие средства обеспечения, относящиеся к поставке продукции, ее возврату, работе с персональной информацией потребителей, рекламе и свойствам продукции или ее изготовлению (примеры приведены в приложении А). Правила достижения удовлетворенности потребителя могут быть частью действенного подхода к управлению претензиями, что включает в себя:

- а) предотвращение возникновения претензий путем использования соответствующих правил достижения удовлетворенности потребителя;
- б) рассмотрение претензий внутри организации в случаях, когда получены свидетельства неудовлетворенности;
- с) разрешение споров с привлечением внешних сторон в ситуациях, когда претензии не могут быть удовлетворительно разрешены внутри организации.

В настоящем стандарте содержатся рекомендации, помогающие организации определить, что положения правил достижения удовлетворенности потребителя соответствуют потребностям и ожиданиям потребителей и что правила являются точными и не вводят в заблуждение. Использование рекомендаций может:

- расширить практику добросовестных торговых отношений и повысить доверие потребителей к организации;
- улучшить понимание потребителями того, чего следует ожидать от организации с точки зрения ее продукции и услуг и отношений с потребителями, тем самым снижая вероятность недоразумений и претензий;
- потенциально уменьшить потребность в новых положениях, регулирующих поведение организации по отношению к своим потребителям.

В центре внимания настоящего стандарта находится удовлетворенность лиц или организаций, которые могли бы получить или получили продукцию или услугу от государственной или частной организации.

0.2 Связь с ИСО 9001 и ИСО 9004

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

ИСО 9001 определяет требования к системе менеджмента качества. Правила достижения удовлетворенности потребителя, разработанные в соответствии с настоящим стандартом (ИСО 10001), могут быть использованы как элемент системы менеджмента качества.

ИСО 9004 содержит руководящие указания для достижения устойчивого успеха организации. Использование настоящего стандарта (ИСО 10001) может способствовать дальнейшему улучшению деятельности по применению правил и повысить степень удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон в целях содействия достижению устойчивого успеха, а также способствовать постоянному повышению качества продукции, услуг и процессов на основе обратной связи от потребителей и других заинтересованных сторон.

П р и м е ч а н и е — Помимо потребителей другие заинтересованные стороны могут включать поставщиков, отраслевые ассоциации и их членов, потребительские организации, соответствующие государственные учреждения, персонал, владельцев и других лиц, на которые влияют правила организации по достижению удовлетворенности потребителя.

0.3 Связь с ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004

Настоящий стандарт применяется совместно с ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004. Указанные четыре стандарта могут использоваться как независимо, так и совместно. При совместном использовании настоящий стандарт, а также ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004 могут быть частью более ши-

рокой и интегрированной основы для повышения удовлетворенности потребителей путем применения правил достижения удовлетворенности потребителя, обработки претензий, разрешения споров, мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей (см. приложение В).

ИСО 10002 содержит руководящие указания по обработке претензий, связанных с продукцией и услугами, внутри организации. Выполняя обязательства, декларированные в правилах достижения удовлетворенности потребителя, организации снижают вероятность возникновения проблем, поскольку существует меньше возможностей для дезориентации потребителей в отношении организации, ее продукции и услуг.

ИСО 10003 содержит руководящие указания по разрешению споров, связанных с претензиями на продукцию и услуги, которые не могут быть удовлетворительным образом урегулированы внутри организации. При возникновении споров наличие правил достижения удовлетворенности потребителя может помочь сторонам в понимании ожиданий потребителей и попыток организации оправдать эти ожидания.

ИСО 10004 содержит руководящие указания по созданию результативных процессов мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей. Основное внимание уделяется потребителям за пределами организации. Руководящие указания, приведенные в ИСО 10004, могут способствовать разработке и внедрению правил достижения удовлетворенности потребителя. Например, процессы, описанные в ИСО 10004, могут помочь организации контролировать и измерять удовлетворенность потребителей действующими правилами (см. 8.3). Аналогичным образом правила достижения удовлетворенности потребителя могут помочь организации в определении и внедрении процессов мониторинга и оценки удовлетворенности потребителей. Например, организация может разработать правила обеспечения конфиденциальности информации о потребителях при мониторинге и измерении удовлетворенности потребителей (см. ИСО 10004:2018, 7.3.4).

Менеджмент качества

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Рекомендации по правилам поведения для организаций

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

Дата введения — 2027—02—01

1 Область применения

Настоящий стандарт предоставляет руководящие указания по планированию, проектированию, разработке, внедрению, поддержанию и совершенствованию правил достижения удовлетворенности потребителя.

Настоящий стандарт применим к правилам, связанным с продукцией и услугами, содержащим обязательства, принимаемые организацией перед потребителями в отношении ее делового поведения. Такие обязательства и связанные с ними положения направлены на повышение удовлетворенности потребителей. В приложении А приводятся упрощенные примеры элементов подобных норм для различных организаций.

Примечание — В настоящем стандарте термины «продукция» и «услуга» относятся к результатам работы организации, которые предназначены для потребителя или затребованы им.

Настоящий стандарт предназначен для применения любой организацией, независимо от ее типа или размера, продукции и услуг, которые она предоставляет, включая организации, которые разрабатывают правила достижения удовлетворенности потребителя, для использования другими организациями. В приложении С содержатся конкретные указания для малых предприятий.

Настоящий стандарт ориентирован на правила достижения удовлетворенности потребителя, касающиеся физических лиц, приобретающих или использующих товары, имущество или услуги в личных или домашних целях, хотя он применим к любым правилам достижения удовлетворенности потребителя.

В настоящем стандарте не задается основное содержание правил достижения удовлетворенности потребителя и не рассматриваются другие виды правил, например правила, касающиеся взаимодействия между организацией и ее персоналом или между организацией и ее поставщиками.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использована нормативная ссылка на следующий стандарт [для датированных ссылок применяют только указанное издание ссылочного стандарта, для недатированных — последнее издание (включая все изменения)]:

ISO 9000:2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по ИСО 9000, а также следующие термины с соответствующими определениями.

ИСО и МЭК поддерживают терминологические базы данных, используемые в целях стандартизации, по следующим адресам:

- платформа онлайн-просмотра ИСО: доступна по адресу <https://www.iso.org/obp>;
- Электропедия МЭК: доступна по адресу <https://www.electropedia.org/>.

3.1 правила достижения удовлетворенности потребителя; правила (customer satisfaction code of conduct, code): Обещания, данные *потребителю* (3.4) *организацией* (3.9) относительно ее поведения, направленного на повышение *удовлетворенности потребителя* (3.5), и соответствующие меры их обеспечения.

Примечание 1 — Меры обеспечения могут включать в себя цели, условия, ограничения, контактную информацию и процедуры обращения с претензиями.

Примечание 2 — Далее в настоящем стандарте используется краткий термин «правила» вместо термина «правила достижения удовлетворенности потребителя».

[ИСО 9000:2015, 3.9.5, изменено — добавлен краткий термин «правила» в качестве допустимого и изменено примечание 2]

3.2 заявитель (complainant): Лицо, *организация* (3.9) или их представитель, подающие *претензию* (3.3).

3.3 претензия (удовлетворенность потребителей) (complaint): Выражение *организации* (3.9) не-удовлетворенности ее продукцией, услугой или непосредственно процессом управления претензиями в ситуациях, где явно или неявно ожидается ответ или решение.

Примечание 1 — Претензии могут быть поданы в отношении других процессов, в которых организация взаимодействует с *потребителем* (3.4).

Примечание 2 — Претензии могут подаваться в организацию непосредственно или через посредников.

[ИСО 9000:2015, 3.9.3, изменено — добавлены примечания 1 и 2]

3.4 потребитель (customer): Лицо или *организация* (3.9), которые могут получать или получают продукцию или услугу, предназначенные для этого лица или организации или требуемые ими.

Пример — Клиент, заказчик, конечный пользователь, розничный продавец, получатель продукции или услуг как результатов внутреннего процесса, бенефициар и покупатель.

Примечание — Потребитель может быть внутренним или внешним по отношению к организации.

[ИСО 9000:2015, 3.2.4]

3.5 удовлетворенность потребителя (customer satisfaction): Восприятие *потребителем* (3.4) степени выполнения его ожиданий.

Примечание 1 — Ожидания потребителя могут быть не известны *организации* (3.9) или даже самому потребителю, пока продукция или услуги не будут ему поставлены/оказаны. Для достижения высокой удовлетворенности потребителя необходимо выполнять ожидание потребителя, даже если оно не установлено, или обычно не предполагается, или не является обязательным.

Примечание 2 — *Претензии* (3.3) являются показателем низкой удовлетворенности потребителя, но их отсутствие не обязательно предполагает высокую удовлетворенность потребителя.

Примечание 3 — Даже если требования потребителя были с ним согласованы и выполнены, это не обязательно обеспечивает высокую удовлетворенность потребителя.

[ИСО 9000:2015, 3.9.2]

3.6 обслуживание потребителя (customer service): Взаимодействие *организации* (3.9) с *потребителем* (3.4) на всех стадиях жизненного цикла продукции или услуги.

[ИСО 9000:2015, 3.9.4]

3.7 обратная связь (удовлетворенность потребителя) (feedback): Мнения, комментарии и выражения заинтересованности в продукции, услуге или процессе обработки претензий.

Примечание — Обратная связь может быть связана с другими процессами, при выполнении которых *организация* (3.9) взаимодействует с *потребителем* (3.4).

[ИСО 9000:2015, 3.9.1, изменено — добавлено примечание]

3.8 заинтересованная сторона; стейкхолдер (interested party, stakeholder): Лицо или *организация* (3.9), которые могут воздействовать на осуществление деятельности или принятие решения, быть подверженными их воздействию или воспринимать себя в качестве последних.

Пример — Потребители (3.4), владельцы, работники в организации, поставщики, банкиры, регулирующие органы, союзы, партнеры или сообщество, которое может включать конкурентов или группы противодействия.

[ИСО 9000:2015, 3.2.3, изменено — исключено примечание]

3.9 организация (organization): Лицо или группа людей, связанные определенными отношениями, имеющие ответственность, полномочия и выполняющие свои функции для достижения общих целей.

Примечание — Понятие организации включает в себя, но не ограничивается следующими примерами: индивидуальный предприниматель, компания, корпорация, фирма, предприятие, орган власти, товарищество, ассоциация, благотворительное учреждение, а также их часть или их объединение, являющиеся юридическим лицом или нет, государственные или частные.

[ИСО 9000:2015, 3.2.1, изменено — исключено примечание 2]

4 Руководящие принципы

4.1 Общие положения

Результативные и эффективные планирование, проектирование, разработка, внедрение, поддержание и совершенствование правил основаны на соблюдении ориентированных на потребителя руководящих принципов, изложенных в 4.2 — 4.13.

4.2 Принятие обязательств

Организации следует взять на себя обязательства по принятию, интеграции и распространению правил и выполнению своих обязательств.

4.3 Обеспечение возможности

Необходимо выделить достаточные ресурсы для планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и совершенствования правил, а также для результативного и эффективного управления ими.

4.4 Прозрачность

Следует доводить правила до сведения потребителей, персонала и других соответствующих заинтересованных сторон. Физических лиц следует обеспечить адекватной информацией о правилах и их применении в той части, которая касается этих потребителей.

4.5 Доступность

Следует обеспечить, чтобы правила и соответствующая информация о них были легкодоступны и просты в обращении (см. приложение D).

4.6 Реагирование

Организации следует учитывать потребности и ожидания потребителей и ожидания других соответствующих заинтересованных сторон в своих правилах (см. приложение E).

4.7 Информационная целостность

Организации следует обеспечить, чтобы ее правила и информация о них были точными, не вводящими в заблуждение и доступными для проверки и чтобы собранные данные были актуальными, правильными, полными, значимыми и полезными.

4.8 Ответственность

Организации следует устанавливать и поддерживать ответственность и отчетность в отношении решений и действий, касающихся ее правил.

4.9 Улучшение

Повышение результативности и эффективности правил и их применения следует сделать постоянной целью организации.

4.10 Конфиденциальность

Следует обеспечивать конфиденциальность и защиту информации, идентифицирующей личность, используемой в связи с применением правил, кроме тех случаев, когда раскрытие требуется по закону или если получено согласие на раскрытие от соответствующего лица.

Примечание — Информация, идентифицирующая личность, — это информация, которая при соотнесении с физическим лицом может быть использована для его идентификации по имени, почтовому адресу, адресу электронной почты, номеру телефона или аналогичному конкретному идентификатору. Точное значение данного термина различается в разных странах мира.

4.11 Ориентация на потребителя

Организации следует принять в правилах ориентированный на потребителя подход и быть открытой для обратной связи.

4.12 Компетентность

Персоналу организации следует обладать личными качествами, навыками, подготовкой, образованием и опытом, необходимыми для разработки и применения правил.

4.13 Своевременность

Разработку и внедрение правил следует осуществлять как можно быстрее с учетом характера правил и применяемого процесса реализации.

5 Структура правил

5.1 Среда организации

При планировании, проектировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании правил и их структуры организации следует учитывать имеющуюся среду путем:

- выявления и учета внешних и внутренних факторов, влияющих на цели организации и на ее способность достигать целей, на которые ориентированы правила;
- определения заинтересованных сторон, значимых с точки зрения положений правил и организационной среды, и учета соответствующих потребностей и ожиданий этих заинтересованных сторон;
- определения области действия правил и их структуры, включая их границы и применимость, а также учета внешних и внутренних факторов и потребностей заинтересованных сторон, упомянутых выше.

5.2 Разработка

Следует обеспечить поддержку правил организационной структурой для принятия решений и действий по их реализации при планировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании правил. Данная организационная структура включает оценку, предоставление и развертывание ресурсов, необходимых для осуществления взаимосвязанных мероприятий по достижению целей правил (см. приложение F). Она также включает в себя лидерство и обязательства, распределение соответствующих обязанностей и полномочий, а также наличие профессиональной подготовки в рамках всей организации.

При разработке и применении правил организации следует рассматривать и направлять усилия на риски и возможности, которые могут возникнуть, что включает в себя:

- мониторинг и оценку процессов, внешних и внутренних факторов, касающихся рисков и возможностей;
- выявление и оценку конкретных рисков и возможностей;
- планирование, проектирование, разработку, внедрение и анализ корректирующих действий и улучшений, связанных с выявленными и оцененными рисками и возможностями.

Как определено в ИСО 9000:2015, 3.7.9, риск — это влияние неопределенности, которое может быть отрицательным или положительным. Применительно к правилам примером отрицательного влияния является неудовлетворенность потребителей, обусловленная нехваткой ресурсов для выполнения обязательств, закрепленных в правилах, а примером положительного влияния — то, что организация

в результате анализа структуры правил пересматривает ресурсы, выделенные для выполнения обязательств, закрепленных в правилах. Эти риски могут быть учтены путем пересмотра распределения ресурсов, что приведет к выделению дополнительных ресурсов или к разработке менее затратных способов выполнения обязательств, содержащихся в правилах.

Возможность связана с выявлением нового перспективного способа получения положительных результатов, который не обязательно вытекает из существующих рисков организации. Например, организация может выйти на новую продукцию, услугу или процесс в результате предложения потребителя, возникшего в ходе выполнения обязательств правил.

5.3 Интеграция

Структуру правил следует основывать на системе менеджмента качества и других системах менеджмента организации и интегрировать с ними, когда это возможно.

6 Планирование, разработка и развитие

6.1 Определение целей правил

Организации следует определить цели, которые должны быть достигнуты введением правил.

Цели правил следует формулировать таким образом, чтобы их выполнение можно было измерить с помощью показателей результативности, установленных организацией.

6.2 Сбор и оценка информации

Следует собирать и оценивать информацию, касающуюся:

- проблем, на решение которых направлены правила;
- того, как возникают эти проблемы;
- того, как эти проблемы могут быть решены;
- того, как и в какой степени эти проблемы влияют на деятельность организации, не связанную с правилами;
- того, как другие организации решают эти проблемы;
- возможных ресурсов и иных последствий решения этих проблем с применением положений правил;
- действующих законодательных и нормативных требований, связанных с решением этих проблем с применением положений правил;
- рисков и возможностей, связанных с разработкой, оценкой и анализом правил.

Примечание — Приведенная информация предназначена для помощи организации в определении целей правил и соответствующего подхода к разработке, оценке и анализу, согласованным с другими видами деятельности организации. Руководящие указания по факторам, которые следует учитывать при принятии правил, разработанных другой организацией (например, отраслевой или профессиональной ассоциацией), содержатся в приложении G.

6.3 Сбор и оценка исходных данных от заинтересованных сторон

Важно, чтобы организация собирала и оценивала исходную информацию от соответствующих заинтересованных сторон (например, потребителей, поставщиков, отраслевых ассоциаций, организаций потребителей, соответствующих государственных учреждений, персонала, владельцев) относительно содержания и применения правил (см. приложение E). Организации следует понимать связанные с этим ожидания и субъективное восприятие потребителей.

6.4 Подготовка правил

Правила следует разрабатывать на основе информации и данных, собранных организацией (см. приложение H). Правила должны быть четкими, краткими, точными, не вводящими в заблуждение, написанными простым языком и включающими в себя:

- область действия и цель правил, соответствующие организации и ее потребителям;
- обязательства, взятые организацией в отношении своих потребителей, которые могут быть выполнены, и любые ограничения в отношении этих обязательств;
- определения ключевых терминов, используемых в правилах;

- информацию о том, как и кому следует направлять запросы и претензии по поводу правил;
- описание того, какие действия будут предприняты в случае невыполнения обязательств, закрепленных в правилах.

Примечание — Запросы и претензии могут касаться как содержания правил, так и их применения. См. ИСО 10002 и ИСО 10003 для получения рекомендаций.

При подготовке правил организации следует обеспечить, чтобы они могли результативно применяться и чтобы их положения не нарушали запретов на недобросовестную или вводящую в заблуждение рекламу, а также запретов на действия, нарушающие конкуренцию. Организации следует также обеспечить, чтобы положения правил учитывали любые другие соответствующие своды практик и стандарты.

Организации следует рассмотреть возможность опробовать правила для определения необходимости в корректировках.

6.5 Разработка показателей результативности

Организации следует установить количественные или качественные показатели результативности, призванные помочь понять, насколько успешно правила выполняют свои задачи.

Примечание — Показатели результативности, связанные с правилами, могут включать оценку или ранжирование по результатам опросов удовлетворенности потребителей или статистику по претензиям и их разрешению. Примеры приведены в приложении А.

6.6 Разработка процедур, связанных с правилами

Организации следует разработать процедуры внедрения, поддержания и совершенствования правил, включая порядок рассмотрения запросов и претензий. Организации следует выявлять и устранять любые препятствия, мешающие результативному использованию правил, а также учесть все возможные благоприятные факторы, которые способствовали бы внедрению, поддержанию и улучшению правил. Процедуры будут различаться в зависимости от характера правил и организации, которая их применяет.

Примечание — Примеры видов деятельности, которые могут быть предметом процедуры, включают:

- информирование потребителей о правилах;
- обучение соответствующего персонала положениям правил;
- обработку случаев, когда обязательства правил не выполняются;
- регистрацию запросов и претензий по поводу правил;
- запись и оценку результатов выполнения правил;
- использование и управление записями;
- раскрытие информации о выполнении правил (см. приложение I).

6.7 Разработка плана внутреннего и внешнего обмена информацией

Организации следует разработать план обеспечения доступности своих правил и вспомогательной информации (например, формы обратной связи) для персонала и других сторон, участвующих в применении правил (см. приложение I).

6.8 Определение необходимых ресурсов

Организации следует определить ресурсы, необходимые для выполнения обязательств, закрепленных в правилах, и предоставить адекватные меры возмещения ущерба в случае невыполнения положений правил (например, компенсацию потребителю). Ресурсы включают в себя персонал, обучение, процедуры, документацию, поддержку специалистов, материалы и оборудование, вспомогательные средства, компьютерное оборудование, программное обеспечение и финансы.

7 Внедрение

Организации следует управлять деятельностью по внедрению правил своевременно и в соответствии с планом.

Организации на соответствующих уровнях следует:

а) применять соответствующие процедуры, а также планы внутреннего и внешнего обмена информацией;

б) предоставлять потребителям соответствующие меры по возмещению ущерба (например, компенсацию);

с) принимать необходимые меры для оперативного решения вопросов, связанных с невыполнением положений правил; эти действия могут быть инициированы после подачи претензии, связанной с правилами, или в результате сбора организацией информации о выполнении правил.

Организации следует регистрировать:

- использование ресурсов при применении правил;
- типы обучения и инструктажа в отношении правил, полученные персоналом;
- применение планов внутреннего и внешнего обмена информацией;
- рассмотрение запросов или претензий, связанных с правилами, и принятие организацией мер по исправлению положения.

8 Поддержание и улучшение

8.1 Сбор информации

Организации следует регулярно и систематически собирать информацию, необходимую для результативного и эффективного оценивания результатов применения правил, включая информацию, исходные данные и записи, указанные в разделах 6 и 7. Собранная информация должна быть актуальной, достоверной, полной, содержательной и полезной.

8.2 Оценка результативности правил

Организации следует регулярно и систематически оценивать результативность правил. В эту оценку следует включать проверку и анализ выполнения общих задач и обязательств правил.

Запросы и претензии по поводу правил или их применения следует классифицировать и анализировать для выявления системных, повторяющихся и единичных проблем и тенденций, а также для содействия устранению коренных причин претензий к правилам.

Примечание — Кроме того, рекомендуется, чтобы организация приняла меры для определения того, связаны ли запросы и претензии в отношении продукции и услуг или процессов, к которым правила не относятся, с положениями правил. Эти запросы и претензии могут свидетельствовать о неправильном применении положений правил.

Для оценки влияния правил необходима информация о ситуации до их внедрения, а также после внедрения, получаемая через соответствующие промежутки времени. Эта информация может быть использована не только для определения недостатков в разработке и внедрении правил, но и для демонстрации достигнутых результатов (если таковые имеются) и прогресса, достигнутого благодаря применению правил.

8.3 Оценка удовлетворенности правилами

Необходимо принимать регулярные и систематические меры для определения степени удовлетворенности потребителей правилами и их применением, что может иметь форму случайных опросов потребителей и иных методов.

Примечание 1 — Одним из методов оценки удовлетворенности потребителей является моделирование взаимодействия потребителя с организацией в ситуации, предусмотренной в правилах, если это разрешено законодательно.

Примечание 2 — Руководство по мониторингу и измерению удовлетворенности потребителей см. в ИСО 10004.

8.4 Анализ правил и их структуры

Организации следует проводить анализ правил и их структуры на регулярной и систематической основе, чтобы:

- а) поддерживать их пригодность, адекватность, результативность и эффективность;
- б) разрешать серьезные случаи невыполнения обязательств, указанных в правилах;

- с) оценивать необходимость и возможности для улучшения;
- d) оценивать результативность принимаемых мер в отношении рисков и возможностей;
- е) предусматривать соответствующие решения и действия в соответствующих случаях.

При проведении анализа организации следует рассматривать соответствующую информацию, касающуюся:

- изменений в правилах и их структуре;
- изменений в законодательных и нормативных требованиях;
- изменений в практике конкурентов или технологических инновациях;
- изменений в ожиданиях общества;
- выполнения обязательств, включенных в правила;
- рисков и возможностей, а также соответствующих действий;
- состояния корректирующих действий;
- обратной связи в отношении правил;
- предлагаемой продукции и услуг;
- действий, принятых по результатам предыдущих анализов.

8.5 Постоянное улучшение

Организации следует постоянно совершенствовать правила и их структуру в целях повышения удовлетворенности потребителей, используя такие средства, как корректирующие действия, меры, принимаемые в отношении рисков и возможностей, и инновационные улучшения.

Организации следует принять меры для устранения коренных причин существующих и потенциальных проблем, вызывающих претензии, чтобы предотвратить их повторение и возникновение.

Организации, применяющей правила, разработанные другой организацией, следует информировать эту другую организацию о любых проблемах, возникающих при их применении.

Организации следует:

- изучать, выявлять и применять передовые наработки в структуре, содержании и применении правил;
- формировать клиентоориентированный подход в организации;
- поощрять инновации, связанные с правилами;
- отмечать примеры выдающихся результатов и практик, связанных с правилами.

Приложение А
(справочное)

Упрощенные примеры элементов правил для различных организаций

Т а б л и ц а А.1 — Упрощенные примеры элементов правил для различных организаций

Пример элемента правил	Разновидность организаций				
	Поставщик пиццы	Клиника	Ассоциация розничной торговли	Отель	Железнодорожная компания
Обязательство	«Пицца бесплатно, если доставлена остывшей и более чем через 30 минут»	«Пациентам оперативно сообщат об отмене приема и предложат другое время»	«Если цена при сканировании выше, чем на ценнике, то физическое лицо или корпоративный покупатель имеет право получить товар бесплатно»	«Если гостя не устраивает обслуживание, отель приложит все усилия, чтобы это исправить, или предложит гостю скидку»	«В случае опоздания поезда, грязи в туалете или грубого обращения пассажиру возмещается стоимость билета»
Ограничения на обязательства, сообщенные потребителю	Ограничения, связанные с географическим расположением, погодой или дорожными проблемами	Чрезвычайные ситуации, нарушающие график приема	Не распространяется на косметические препараты и товары по индивидуальной цене	Обстоятельства вне контроля отеля	Плохие погодные условия
Иные положения правил	Положение о том, что стоимость доставленной с опозданием пиццы не вычитается из зарплаты разносчика	Положение о доступности врачей вне приемных часов	Формулировка цели правил: «обеспечивать точность сканированной цены»	Формулировка цели правил: «полная удовлетворенность гостя»	Формулировка цели правил: «чистые поезда, соблюдение расписания и вежливое обслуживание»
Дополнительная информация	Как подать претензию	Как сделать запрос	Как сделать запрос или подать претензию	Как получить скидку	Каким образом вернуть деньги

Приложение В
(справочное)

Взаимосвязи настоящего стандарта, ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004

На рисунке В.1 показаны процессы организации, связанные с правилами достижения удовлетворенности потребителя, обработкой претензий, разрешением внешних споров, мониторингом и оценкой удовлетворенности потребителей.

Примечание — Претензия может быть подана потребителем или другим заявителем.

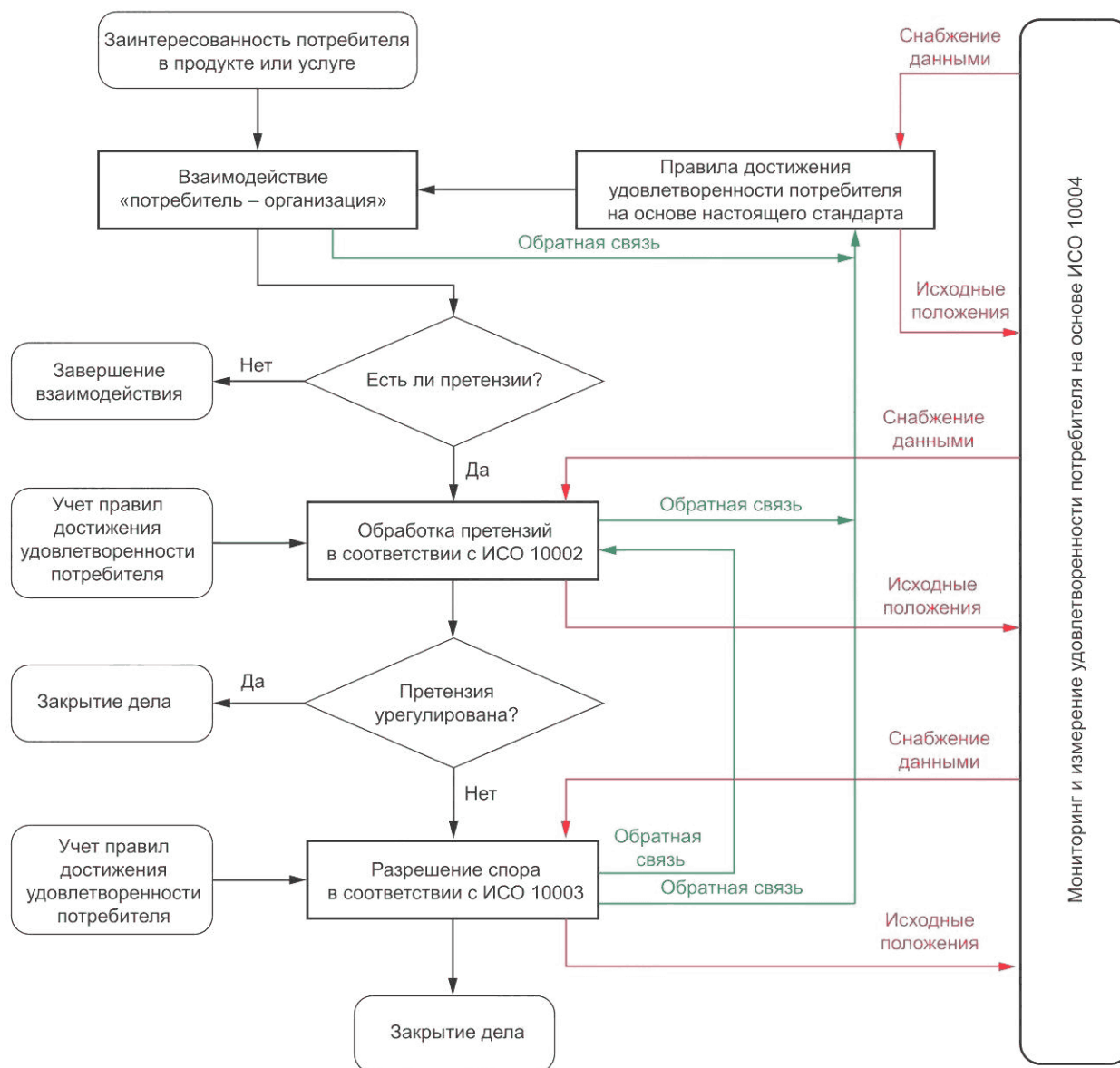


Рисунок В.1 — Взаимосвязи настоящего стандарта, ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004

Приложение С
(справочное)

Рекомендации для малого бизнеса

Настоящий стандарт предназначен для организаций любых размеров. Однако следует признать, что многие малые предприятия будут иметь ограниченные ресурсы для планирования, проектирования, разработки и внедрения, поддержания и улучшения правил достижения удовлетворенности потребителя. В приведенных ниже примерах рекомендаций указываются ключевые области, в которых организации могут сосредоточить свое внимание на разработке соответствующих правил с предложениями по действиям, связанным с каждой из них:

- изучите правила, применяемые другими организациями, и определите, могут ли они быть полезны для вашей организации;
- рассмотрите возможность применения уже действующих правил (например, принять участие в соответствующей программе, осуществляемой отраслевой или профессиональной ассоциацией);
- узнайте у потребителей и коллег по бизнесу, что они хотели бы видеть в качестве обязательств перед потребителем;
- проанализируйте, какие изменения в текущей деятельности организации потребуются для результативного и эффективного выполнения обязательств, закрепленных в правилах, включая соответствующие процедуры, подготовку новых сотрудников, смену помещений, новое оборудование или способы обмена информацией;
- подумайте, как ваша организация могла бы измерять, насколько результативно и эффективно она выполняет свои обязательства;
- протестируйте, насколько хорошо правила работают, прежде чем принять окончательный вариант и опубликовать их;
- установите простую процедуру, позволяющую потребителям делать запрос или подавать претензию по поводу положений правил или их выполнения;
- рассмотрите возможность участия во внешнем урегулировании споров;
- проанализируйте действующие законы и нормативные акты (например, закон о защите прав потребителей);
- информируйте потребителей соответствующими сообщениями, рекламой и другими средствами, что правила действуют;
- регулярно анализируйте, насколько хорошо организация выполняет свои обязательства, запрашивая у потребителей и коллег по бизнесу их мнения о правилах и их выполнении, и вносите изменения, чтобы гарантировать, что правила по-прежнему являются пригодным, адекватными, результативными и эффективными.

Приложение D
(справочное)**Рекомендации по обеспечению доступности**

Организации следует гарантировать доступность своих правил и дополнительной информации (например, формы претензии) своим потребителям, персоналу и другим соответствующим заинтересованным сторонам. Организации следует учитывать круг потенциально заинтересованных лиц (которые могут включать детей, пожилых людей, людей с разными возможностями). Следовательно, информацию и помощь, касающиеся правил, следует предоставлять на любых языках или в любых форматах, используемых для информирования о продукции и услугах при их предложении или предоставлении, чтобы потребители, желающие сослаться на правила, не испытывали неудобств. Организации, участвующей в соответствующей программе правил другой организации (например, отраслевой или профессиональной ассоциации), следует сделать свою программу действий доступной для потребителей и других заинтересованных сторон, относящихся к сторонней организации.

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

Примечание — Альтернативный формат описывает другой вид представления или представление, предназначенное для того, чтобы сделать информацию доступной посредством различных органов чувств. Предоставляя все исходные данные и все результаты (т. е. информацию и функции) по крайней мере в одном альтернативном формате (например, визуальном и тактильном), можно помочь большему числу людей, включая имеющих языковые проблемы или малограмотных. Факторы, которые могут повлиять на удобство чтения и простоту понимания, включают в себя:

- размещение;
- цвет и контрастность печати;
- размер и стиль шрифта и символов;
- выбор и использование нескольких языков.

Принципы и рекомендации по разработке инструкций по применению продукции потребителями приведены в Руководстве ИСО/МЭК 37.

Приложение Е
(справочное)

Рекомендации по получению данных от заинтересованных сторон

Организации следует определять соответствующие заинтересованные стороны и прислушиваться к их мнению. Организации следует:

а) рассматривать спектр имеющихся методов получения исходной информации, включая открытые встречи, фокус-группы, вопросники и анкеты, экспертные комиссии, рабочие совещания и интернет-форумы;

б) определять финансовые и людские ресурсы, связанные с получением исходных данных от соответствующих заинтересованных сторон.

Для обеспечения результативности процесса получения данных от соответствующих заинтересованных сторон организациям следует:

- сформулировать цель процесса (включая цели, область применения процесса и то, как будет выглядеть конечный результат);

- надлежащим образом определять сроки выполнения процесса, чтобы они позволяли соответствующим заинтересованным сторонам участвовать в нем, и предусматривать определенную гибкость в отношении непредвиденных событий;

- привлекать соответствующие заинтересованные стороны;

- обеспечивать, при необходимости, сохранение конфиденциальности информации, поступающей от сторон, предоставляющих материалы;

- обеспечивать использование соответствующих механизмов получения данных и надлежащее финансирование;

- обеспечивать понимание и принятие сторонами основных правил процесса.

После завершения процесса получения данных от соответствующих заинтересованных сторон организации следует использовать результаты для последующего планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и улучшения правил. Организации следует информировать соответствующие заинтересованные стороны о том, как использовались результаты этого процесса. Следует провести оценку результативности и эффективности процесса получения информации от соответствующих заинтересованных сторон.

Приложение F
(справочное)

Структура правил

На рисунке F.1 представлена управленческая структура для принятия решений и действий, которые следует предпринимать при планировании, проектировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании правил.

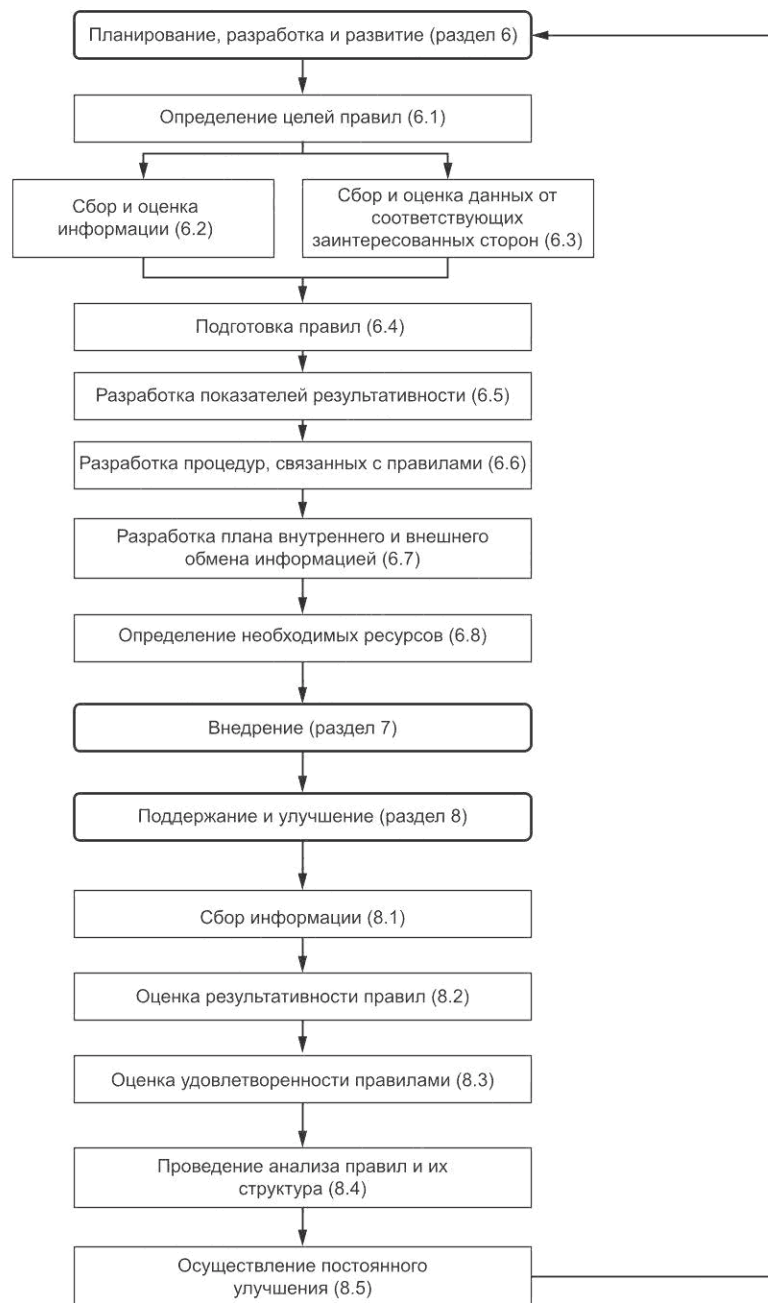


Рисунок F.1 — Структура правил

Приложение G
(справочное)

Руководство по применению правил, разработанных другой организацией

Организация может рассмотреть вопрос о принятии правил, подготовленных другой организацией (называемой «поставщиком правил»), или об участии в программе поставщика правил. Факторы, которые необходимо при этом учитывать:

- Подходят ли правила для организации?
- Какова репутация поставщика правил (например, хорошо ли он воспринимается потребителями, другими предприятиями и госорганами; имеет ли поставщик правил существенное влияние в отрасли)?
- Какой процесс использовал поставщик правил при проектировании и разработке правил? Открыт ли он для всех соответствующих заинтересованных сторон? Каков опыт других организаций в отношении поставщика правил и самих правил?
- Имеют ли правила высокую репутацию на рынке?
- Каковы затраты и преимущества участия в программе поставщика правил?
- Ведет ли поставщик правил мониторинг и обеспечивает ли он соблюдение правил, и если да, то как?
- Являются ли правила обязательными для организации, их принимающей, и каковы последствия их невыполнения?
- Располагает ли поставщик правил достаточными ресурсами для выявления инцидентов, когда правила не соблюдаются, и реагирования на них?
- Какую подготовку поставщик правил предоставляет своим сотрудникам и тем организациям, которые его выбрали для применения?
- Какие стимулы (в том числе и отрицательные) применяются поставщиком правил, чтобы побудить организации следовать правилам?
- Какая информация должна быть раскрыта поставщику правил организацией, принимающей правила?
- Какую информацию поставщик правил раскрывает общественности, правительственным организациям и организациям, принимающим правила (например, ежемесячные, ежеквартальные, двухгодичные или годовые отчеты)?

Приложение Н
(справочное)

Руководство по разработке правил

Правила должны соответствовать установленным для них целям. Правила будут отличаться в зависимости от размера и характера организации, но, как правило, следующие факторы имеют большое значение:

- четкое определение области действия и параметров правил (например, относятся ли они ко всей продукции и услугам организации или только к некоторым; применяются ли они на всей территории или только в некоторых местах);
- информирование о любых исключениях (например, обязательства не распространяются на определенные пиковые периоды или в оговоренных экстраординарных обстоятельствах);
- четкое определение ключевых терминов;
- избегание, по возможности, жаргонизмов, сокращений или аббревиатур;
- четкое определение последствий и процедур, которыми следует руководствоваться в случае невыполнения обязательств.

П р и м е ч а н и е — Это может включать руководство по обработке претензий и процессам внешнего разрешения споров, как это предусмотрено в ИСО 10002 и ИСО 10003;

- предоставление потребителю соответствующей информации о правилах в соответствующее время (например, организация, предлагающая продукцию и услуги в режиме онлайн, может предоставить информацию о защите конфиденциальности на своем веб-сайте, в пункте выдачи и непосредственно перед покупкой продукции и услуг потребителем);
- предоставление информации о лице, с которым должен связаться потребитель, и о том, как обращаться к нему с любыми вопросами, претензиями или комментариями;
- обеспечение результативного и эффективного применения правил, чтобы положения правил не нарушали запретов на недобросовестную или вводящую в заблуждение рекламу, а также запретов на действия, нарушающие конкуренцию.

Приложение I
(справочное)

Руководство по разработке планов обмена информацией

I.1 Общие положения

Организации следует разработать план по предоставлению своих правил и дополнительной информации персоналу и другим сторонам, участвующим в выполнении обязательств правил. Этот план обмена информацией будет зависеть от размера и типа организации и характера правил, но в обязательном порядке должен включать:

- определение внутренних и внешних получателей информации, а также их специфичных потребностей и ожиданий;
- определение ресурсов, имеющихся для осуществления обмена информацией;
- определение и выбор возможных методов обмена информацией;
- анализ их относительных преимуществ, недостатков, действенности и стоимости (например, использование логотипов, рекламы, обмена информацией в пунктах продаж);
- предоставление соответствующей информации персоналу и другим сторонам, участвующим в выполнении обязательств правил, как внутри организации, так и за ее пределами.

I.2 Внутренний обмен информацией

Информация должна включать:

- цели правил и интерпретацию положений правил;
- сведения о том, как следовать положениям правил, включая обязанности персонала, связанные с выполнением правил и передачей информации;
- соответствующие сведения о процессе обработки претензий и о любых положениях по урегулированию споров;
- соответствующие сведения об удовлетворенности потребителей.

Примечание — В отношении обработки претензий, разрешения споров и информации об удовлетворенности потребителей организации могут использовать руководство, содержащееся соответственно в ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004.

Также персоналу следует ознакомиться со всей общедоступной информацией.

I.3 Внешний обмен информацией

Информацию для потребителей, заявителей претензий и других соответствующих заинтересованных сторон следует сделать легкодоступной, например с помощью брошюр, проспектов, этикеток и материалов веб-сайта. Данная информация должна быть точной и четкой, написанной на соответствующих языках и с применением альтернативных форматов (см. приложение D). Такая информация может включать:

- обязательства, принимаемые организациями перед потребителями;
- сведения о том, где и каким образом могут быть сделаны запросы и претензии или заданы вопросы, связанные с правилами;
- сведения о том, каким образом будет рассматриваться запрос или претензия, в том числе как будет обеспечиваться обратная связь, о ее состоянии и временных рамках, связанных с каждым этапом этого процесса;
- варианты подтверждения запроса и средств правовой защиты в связи с претензией;
- указание на наличие любого процесса внешнего разрешения споров;
- результаты применения правил, включая соответствующую информацию об удовлетворенности потребителей.

Примечание — В отношении обработки претензий, разрешения споров и информации об удовлетворенности потребителей организации могут использовать руководство, содержащееся соответственно в ИСО 10002, ИСО 10003 и ИСО 10004.

Организации следует защищать персональную информацию и обеспечивать конфиденциальность в отношении лиц, обратившихся к ней с запросами и претензиями.

Приложение ДА
(справочное)

Сведения о соответствии ссылочных международных стандартов национальным стандартам

Таблица ДА.1

Обозначение ссылочного международного стандарта	Степень соответствия	Обозначение и наименование соответствующего национального стандарта
ISO 9000:2015	IDT	ГОСТ Р ИСО 9000—2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»
П р и м е ч а н и е — В настоящей таблице использовано следующее условное обозначение степени соответствия стандарта: - IDT — идентичный стандарт.		

Библиография

- | | | |
|-----|------------------|--|
| [1] | ISO 9001:2015 | Quality management systems — Requirements |
| [2] | ISO 9004 | Quality management — Quality of an organization — Guidance to achieve sustained success |
| [3] | ISO 10002 | Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for complaints handling in organizations |
| [4] | ISO 10003 | Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for dispute resolution external to organizations |
| [5] | ISO 10004:2018 | Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for monitoring and measuring |
| [6] | ISO/IEC Guide 37 | Instructions for use of products by consumers |

УДК 658.562.014:006.354

ОКС 03.120.10

Ключевые слова: удовлетворенность потребителей, правила достижения удовлетворенности потребителей, заинтересованные стороны, урегулирование спорных вопросов и претензий, планы внутреннего и внешнего обмена информацией

Редактор *М.В. Митрофанова*
Технический редактор *И.Е. Черепкова*
Корректор *Л.С. Лысенко*
Компьютерная верстка *И.Ю. Литовкиной*

Сдано в набор 20.05.2026. Подписано в печать 01.06.2026. Формат 60×84 $\frac{1}{8}$. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 3,26. Уч.-изд. л. 2,71.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Создано в единичном исполнении в ФГБУ «Институт стандартизации»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
www.gostinfo.ru info@gostinfo.ru