

**Орган з сертифікації та оцінки відповідності «Метрологія»  
Національного наукового центру «Інститут метрології»  
(ООВ «Метрологія»)**

ЗАТВЕРДЖУЮ



Керівник ООВ «Метрологія»

П.І. Неєжмаков

2017 р.

**МЕТОДИКА.  
ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017**

Дата введення 01.02.2017 р.

Примірник № \_\_\_\_\_

Редакція № 2

Ця методика встановлює єдині вимоги щодо організації та порядку проведення рекламацийних робіт при виконанні робіт з оцінки (підтвердження) відповідності, сертифікації ООВ «Метрологія».

Методику розроблено у доповнення до СОУ-РК/00.001:2015 Руководство по качеству ННЦ «Институт метрологии» та СОУ ОС НЯ-5.2/192:2017 Настанова з якості органу з сертифікації та оцінки відповідності «Метрологія» Національного наукового центру «Інститут метрології» (ООВ «Метрологія»).

Методика є обов'язковою для всіх фахівців ООВ «Метрологія».

Харків  
2017

ООВ «Метрологія»	Методика. Організація рекламацийної роботи	СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017 Редакція № 2 Стор. 2 Всього сторінок 8
------------------	---	--

## ЗМІСТ

		<b>С.</b>
1	Сфера застосування	3
2	Нормативні посилання	3
3	Терміни та визначення понять	3
4	Загальні положення	3
5	Опис виконання вимог щодо організації рекламацийної роботи	5
6	Облік та зберігання документів по рекламацийній роботі	6
	Лист ознайомлення з методикою	7
	Лист внесення змін	8

Розробив:	Перевірено:	Видав:	Введено:
Коробчанська О.І.	Стрілець В.О.	ННЦ «Інститут метрології»	01.02.2017 р.

ООВ «Метрологія»	Методика. Організація рекламційної роботи	СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017 Редакція № 2 Стор. 3 Всього сторінок 8
------------------	--	--

## 1 СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

1.1 Ця методика встановлює єдині вимоги організації та порядку проведення рекламційної роботи при виконанні робіт з оцінки (підтвердження) відповідності, сертифікації (далі – сертифікації) ООВ «Метрологія».

## 2 НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

2.1 Під час розроблення цієї методики враховані вимоги та подані посилання на наступні нормативні документи:

ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів;

ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги;

ДСТУ ISO 9004-2012 Системи управління якістю. Керівні вказівки з покращення діяльності;

ДСТУ ISO/IEC 17000:2007 Оцінювання відповідності. Словник термінів і загальні принципи (ISO/IEC 17000:2004 IDT);

ДСТУ EN ISO/IEC 17065:2014 Оцінка відповідності. Вимоги до органів з сертифікації продукції, процесів та послуг;

СОУ ОС ІСЯ-8.2.4/180:2018 Журнал форм, передбачених документами системи управління якістю органу з сертифікації та оцінки відповідності «Метрологія» Національного наукового центру «Інститут метрології» (ООВ «Метрологія»).

## 3 ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

3.1 Терміни та визначення понять, що застосовуються у цій методиці, відповідають термінам та їх визначенням, наведеним в ДСТУ ISO 9000 та ДСТУ ISO/IEC 17000.

## 4 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

4.1 Апеляції, скарги та спірні питання, що надходять до ООВ «Метрологія» від постачальників або інших сторін, треба розглядати згідно з процедурами ООВ «Метрологія».

4.2 ООВ «Метрологія» повинен:

- реєструвати та відстежувати всі апеляції, скарги і спірні питання щодо сертифікації, а також заходи з усунення їх причин;
- виконувати належні подальші дії;

Розробив:	Перевірено:	Видав:	Введено:
Коробчанська О.І.	Стрілець В.О.	ННЦ «Інститут метрології»	01.02.2017 р.

ООВ «Метрологія»	Методика. Організація рекламацийної роботи	СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017 Редакція № 2 Стор. 4 Всього сторінок 8
------------------	---	--

- документально оформлювати проваджені дії і оцінювати їхню ефективність.

4.3 ООВ «Метрологія» повинен вимагати від постачальників сертифікованої продукції:

- реєструвати всі скарги, що надійшли до нього, які стосуються відповідності продукції вимогам стандартів, а також надавати на вимогу ООВ «Метрологія» доступ до цих зареєстрованих даних;

- вживати відповідних заходів щодо таких скарг і невідповідностей, які виявлено у продукції або послугах, що негативно впливають на відповідність продукції сертифікаційним вимогам;

- документально оформлювати вжиті заходи.

4.4 Рекламацийна робота – це виконання в найкоротший термін, але не пізніше встановлених даною методикою, комплексу організаційних та технічних дій, направлених на:

- усунення виявленої споживачем невідповідності продукції вимогам стандартів з метою якнайшвидшого її усунення та проведення заходів з метою подальшого недопущення появи даної невідповідності;

- усунення виявленої споживачем невідповідності продукції з метою якнайшвидшого відновлення її працездатності та усунення можливості її появи;

- проведення аналізу та дослідження невідповідності з метою встановлення причин виникнення невідповідності та розробки заходів, спрямованих на усунення цих причин;

- проведення аналізу невідповідностей, розробку і здійснення попереджувальних дій з метою подальшої недопущення появи даної невідповідності;

- підвищення відповідальності фахівців за якість виконуваних робіт шляхом різних мотивацій;

- проведення роз'яснювальної роботи серед споживачів з метою підвищення його відповідальності за невиконання вимог експлуатаційної документації.

4.5 Період рекламацийної роботи охоплює час від виявлення невідповідності до впровадження заходів щодо усунення причин її виникнення та перевірки ефективності вжитих коригувальних дій. Рекламациєю вважається звернення замовника, виражене письмово, яка пред'являє обґрунтовані претензії з приводу неналежної якості виконаних робіт з вимогою їх усунення. Обґрунтованою претензією вважається тоді, коли вимоги до цих робіт і послуг не виконані, виконані частково або недостатньо.

Розробив:	Перевірено:	Видав:	Введено:
Коробчанська О.І.	Стрілець В.О.	ННЦ «Інститут метрології»	01.02.2017 р.

ООВ «Метрологія»	Методика. Організація рекламацийної роботи	СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017 Редакція № 2 Стор. 5 Всього сторінок 8
------------------	---	--

## 5 ОПИС ВИКОНАННЯ ВИМОГ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМАЦІЙНОЇ РОБОТИ

5.1 Процедура прийняття претензій / рекламаций починається з її реєстрації у відповідному журналі за формою 16 згідно СОУ ОС ІСЯ-8.2.4/180.

До критичних змін якості відносяться:

- невідповідності, використання яких прямо чи опосередковано можуть становити ризик;
- невідповідності, які можуть вплинути на виконання функцій, пов'язаних з безпекою життя людей або екологічною безпекою;
- невідповідності, які можуть призвести до небажаних фінансових наслідків для клієнта або підприємства, а також до неправильної юридичної оцінки.

Всі дані про рекламации враховуються, досліджуються, проводяться коригувальні дії з метою усунення невідповідності. У разі необхідності розробляються попереджувальні дії, спрямовані на усунення причин виникнення невідповідностей надалі. Всі дані про рекламации підлягають зберіганню. Претензія визнається ООВ «Метрологія» у разі, якщо вона відноситься до конкретної продукції, робіт або послуг. Претензія розглядається групою організації та контролю ООВ «Метрологія» і направляється для розгляду і проведення, у разі необхідності, коригувальних (попереджувальних) дій фахівцям, які проводили роботи з сертифікації.

Рішення щодо розгляду скарги або апеляції, або її аналізування та затвердження повинні проводити особи, що не були залучені до діяльності з сертифікації, пов'язаної з апеляцією.

З метою проведення дослідження невідповідності складається звіт про дослідження невідповідності за формою 13 згідно СОУ ОС ІСЯ-8.2.4/180, отриманого за рекламацийним актом. Після дослідження невідповідності відповідальний виконавець, якому доручено розгляд даної претензії, розробляє план коригувальних, а разі потреби, запобіжних дій, форму 38 якого наведено в СОУ ОС ІСЯ-8.2.4/180.

Після проведення коригувальних дій та оцінки їх ефективності відмітка про підтвердження усунення невідповідностей, вноситься до протоколу невідповідностей (форма 5 СОУ ОС ІСЯ-8.2.4/180).

У разі обґрунтованості претензії, всі роботи щодо її вирішення проводяться за рахунок ООВ «Метрологія».

5.2 Рекламация вважається задоволеною, якщо невідповідність усунуто і проведені коригувальні дії забезпечують неможливість повторення усунених

Розробив:	Перевірено:	Видав:	Введено:
Коробчанська О.І.	Стрілець В.О.	ННЦ «Інститут метрології»	01.02.2017 р.

ООВ «Метрологія»	Методика. Організація рекламацийної роботи	СОУ ОС МСЯ-7.13/179:2017 Редакція № 2 Стор. 6 Всього сторінок 8
------------------	---	--

невідповідностей.

5.3 Рекламация закрыта, якщо вона повністю задоволена, проведені дослідження, встановлено характер і причини невідповідності, затверджений і розісланий звіт про дослідження невідповідності, вжиті заходи щодо усунення причин появи невідповідностей.

## **6 ОБЛІК ТА ЗБЕРІГАННЯ ДОКУМЕНТІВ ПО РЕКЛАМАЦІЙНІЙ РОБОТІ**

6.1 Обліку підлягають рекламацийні акти, протоколи невідповідностей, програми дослідження невідповідностей, отриманих за рекламацийними актами, звіти про дослідження невідповідностей, журнал обліку рекламаций, план коригувальних (попереджувальних) дій та інші документи, пов'язані з вирішенням претензії.

6.2 Документи, на які не заведені журнали, обліковуються та зберігаються в папках з найменуванням справ.

6.3 Перелік документів та терміни їх зберігання:

- накази і розпорядження, що стосуються рекламацийної роботи – 5 років;
- рішення, протоколи нарад з рекламацийної роботи – 5 років;
- щорічні матеріали зі статистичного аналізу рекламаций – 5 років;
- справи, які проводяться по рекламацийної роботи – 3 роки;
- звіти про дослідження невідповідностей – 3 роки;
- протоколи невідповідностей – 3 роки;
- рекламацийні акти, отримані підприємством – 5 років;
- журнал обліку рекламаций – 5 років;
- план коригувальних (попереджувальних) дій – 3 роки.

Терміни зберігання обчислюються з грудня місяця того року, коли закінчено справу (журнал).

Розробив:	Перевірено:	Видав:	Введено:
Коробчанська О.І.	Стрілець В.О.	ННЦ «Інститут метрології»	01.02.2017 р.



