

Wykorzystanie postępowania reklamacyjnego w zarządzaniu przedsiębiorstwem produkcyjnym

Streszczenie

Procesy posprzedażowe, w tym proces reklamacyjny są jednym z ważniejszych elementów w strukturach przedsiębiorstw, a także w obszarze obsługi klienta. Mimo to, stanowią one wciąż temat tabu, o którym firmy nie chcą opowiadać. W literaturze naukowej występuje deficyt publikacji podejmujących problematykę reklamacji, szczególnie w przedsiębiorstwach produkcyjnych.

Niniejsza praca stanowi wkład w literaturę przedmiotu w postaci studium przypadku dużego przedsiębiorstwa produkcyjnego funkcjonującego na rynku polskim. Firma, która zgodziła się na przeprowadzenie badań empirycznych na potrzeby niniejszej pracy jest jednym z największych polskich producentów stolarki otworowej, zatrudnia ponad dwa tysiące pracowników, posiada pięć fabryk w różnych lokalizacjach, a jej roczne obroty sięgają 500 milionów złotych.

Praca została podzielona na część teoretyczną oraz część badawczą. W części teoretycznej na podstawie dostępnej literatury przedmiotu, badań naukowych oraz aktów prawnych omówiono europejskie i krajowe przepisy prawne dotyczące ochrony konsumenta oraz przedstawiono proces reklamacyjny jako narzędzie w doskonaleniu przedsiębiorstwa. W części badawczej przedstawiono przedmiot badań własnych, wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród sprzedawców sieci sprzedaży przedsiębiorstwa X oraz wyniki wywiadów bezpośrednich z najwyższym kierownictwem przedsiębiorstwa X.

Celem niniejszej dysertacji było wykazanie znaczenia postępowania reklamacyjnego jako elementu zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym.

Badania własne były podzielone na trzy etapy. Pierwszym etapem były badania eksploracyjne, polegające na obserwacji i analizie procesów posprzedażowych realizowanych w przedsiębiorstwie X. Następnie przeprowadzono badania ankietowe wśród pracowników sieci dealerskiej i autoryzowanych punktów sprzedaży przedsiębiorstwa X. Ostatnim etapem były wywiady bezpośrednie z najwyższym kierownictwem przedsiębiorstwa X.

Aby zrealizować wyznaczony cel pracy przyjęto trzy hipotezy badawcze, które zweryfikowano pozytywnie.

1. Przedsiębiorstwo X nie wykorzystuje w pełni informacji dostępnych w raportach reklamacyjnych.
2. Proces postępowania reklamacyjnego prowadzony w ramach badanego przedsiębiorstwa jest zbyt długi z punktu widzenia klienta.
3. Sprzedawcy, którzy współpracują z przedsiębiorstwem X i obsługują klientów posiadają niewystarczającą wiedzę na temat praw dotyczących ochrony konsumentów.

Przeprowadzone badania pozwoliły na zrealizowanie celu pracy, jakim było wykazanie znaczenia postępowania reklamacyjnego jako elementu zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym. Efektem badań na potrzeby niniejszej pracy były również elementy wdrożeniowe w przedsiębiorstwie X. Wykazano, że proces reklamacyjny jest jednym z ważniejszych procesów w przedsiębiorstwie, który bezpośrednio wpływa na doskonalenie jakości innych procesów oraz doskonalenie jakości produktów. Ponadto, przedstawiono postępowanie reklamacyjne jako bardzo ważny element w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Niniejsza praca może stanowić wstęp do dalszych badań naukowych w obszarze procesów posprzedażowych, a także inspirację dla innych przedsiębiorstw, które wciąż obawiają się i ukrywają temat reklamacji.