

כיצד הנהלת הארגון יוצרת בקרב העובדים נכונות לדווח על תלונה

רעות שאבו

תקציר

מרבית הארגונים, מכל קשת העיסוקים, מתמודדים על בסיס יום יומי וכחלק מהתנהלותם השוטפת, עם תלונות לקוחותיהם. מחקרים שונים שנערכו מעידים על כך שתלונות ולמידה אפקטיבית מהן, יעילות לארגון בהיותן משפרות את השירות הניתן ללקוחות, את שביעות רצונם ובהתאמה את רווחי הארגון. עד עתה נידונו תלונות לקוחות בספרות המחקרית בעיקר מהפן של הלקוחות ורק מחקרים מעטים עסקו בנושא מנקודת המבט של נותני השירות, והעלו כי לאלו האחרונים נכונות נמוכה לדווח על תלונות לקוחות לגורמים שונים בארגון.

בשל החשיבות הרבה שבהתמודדות נכונה עם תלונות, מבקש מחקר זה לדון בהרחבה בתלונות לקוחות בארגונים עסקיים ובמסרים הארגוניים המועברים בארגונים מעין אלו, העשויים להוביל להגברת נכונותם של נותני השירות לדווח על תלונות.

על מנת לעשות זאת, תובא סקירה של הספרות המחקרית הקיימת, העוסקת בנושא התלונות ממגוון היבטים. תידון שאלת חשיבותו של מתן שירות איכותי ללקוח, התמודדות נכונה עם תלונות לקוח כחלק מאותו שירות איכותי ולמידה ארגונית מתלונות לקוח. מטרת המחקר הינה לתאר כיצד עוברים מסרים ארגוניים בנוגע לדיווח על תלונות לקוחות. לשם כך יעשה שימוש במסגרת התיאורטית של אקלים, העוסק בין היתר באופן בו מועברים מסרים ארגוניים, וידונו סוגי האקלים הידועים בספרות המחקרית. אקלים שירות יידון בהרחבה בשל הקשר של אקלים זה לעולם התוכן אותו אני מבקשת לחקור ולאקלים לדיווח על תלונה, אשר טרם דובר עליו בספרות המחקרית.

שאלת המחקר העומדת בבסיסו של מחקר זה הינה מהן הדרכים והשיטות באמצעותן ההנהלה מעבירה לעובדים מסרים בנוגע לחשיבות הדיווח על תלונה. הטענה המרכזית הינה שהמסרים השונים המועברים בארגון, יחד עם התנהגויות של מנהלים בדרגים שונים, מגבירים את נכונות העובדים לדווח על תלונות לקוחות. ניכר כי המסרים וההתנהגויות דהיינו המדיניות המוצהרת והמדיניות המיושמת, עשויים ליצור בארגון אקלים לדיווח על תלונה, אקלים אשר כאמור טרם דובר עליו בספרות.

מחקר זה הינו מחקר איכותני, לפיכך התבצע איסוף הנתונים באמצעות ראיונות חצי מובנים. נערכו ראיונות עם 35 מנהלים בדרגים שונים ומארגונים העוסקים מתחומים שונים, במטרה לבחון את האופן בו הם מעבירים לעובדיהם מסרים ארגוניים בנוגע לחשיבות הדיווח על תלונה. המידע אשר התקבל מהראיונות סווג באמצעות ניתוח תוכן לכדי קטגוריות ותמות מרכזיות ולאחר מכן נערך דיון בתוצאות שהתקבלו.

חשוב להדגיש כי המנהלים שרואיינו לצורך המחקר מגיעים כולם מארגונים עסקיים, המספקים לקהל לקוחותיהם שירותים מסחריים, לא רואיינו מנהלים מארגונים ציבוריים או מארגונים ללא כוונות רווח.

ממצאי המחקר מראים כי בארגונים שונים נעשה שימוש משולב במדיניות מוצהרת ובמדיניות מיושמת על מנת להעביר לעובדים מסרים בנוגע לחשיבות הדיווח על תלונות לקוחות. נראה כי בארגונים המעוניינים להעביר לעובדיהם מסרים בנוגע לדיווח על תלונות לקוח, מייחסת ההנהלה הבכירה חשיבות לנושא, דהיינו יש עיסוק בנושא ברמת המדיניות המוצהרת. עוד נמצא כי מסרים מועברים גם באמצעות מדיניות מיושמת, כלומר באמצעות העברת מסרים מהמנהלים לעובדים על בסיס קבוע; באמצעות בקרה על דיווח התלונות ובאמצעות מתן יחס חיובי לעובדים המרבים לדווח על תלונות.

לבסוף, מוצגות מגבלות המחקר ומוצעים רעיונות למחקרי המשך בתחום. המגבלה הראשונה נעוצה בעובדה שהמדגם מכיל 35 מנהלים מארגונים עסקיים בלבד. בשל כך, יכולת הכללת הממצאים מוגבלת ולא ניתן לקבוע בוודאות האם התוצאות תואמות אף את המתרחש בארגונים מהמגזר השלישי, ללא כוונות רווח. מגבלה נוספת של המחקר קשור להיותו המחקר הראשון העוסק במשתנה אקלים לדיווח על תלונה. בהיותו מחקר חלוצי, רשימת הקטגוריות והתמות נבנתה בפעם הראשונה לצורך המחקר ולכן אף לא נערכו לה מבחני תוקף ומהימנות. במחקרי המשך מומלץ לבצע מדידת אקלים כמותית על מנת לבחון את קיומו של אקלים לדיווח על תלונה בארגונים השונים ואת התפיסות של העובדים בנושא. בנוסף, הראיונות שהתקיימו עם המנהלים הראו כי ישנם נושאים אשר אינם נידונים בחלק מהארגונים, ברמת המדיניות המוצהרת או המיושמת. במחקר המשך ניתן יהיה לבדוק האם עצם העובדה שהמנהלים אינם עוסקים באותם הנושאים מובילה לבעיות ארגוניות בשירות.