



**ΕΝΩΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ
- Ε.Δ.Ε.Υ.Α. -**

Πατρόκλου 15, 412 22 Λάρισα
Τηλ.2410258261, Fax 2410532347,
e-mail:info@edeya.gr
web:www.edeva.gr

24η ΤΑΚΤΙΚΗ ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΗΣ Ε.Δ.Ε.Υ.Α.

Χίος, 12 & 13 Ιουλίου 2012

**(Ομήρειο Πνευματικό Κέντρο Δήμου Χίου, Ηρώων Πολυτεχνείου 5,
Χίος)**

Εισηγητής:

**Γιώργος Πετκανάς, Πρόεδρος Δ.Ε.Υ.Α. Καστοριάς,
Μέλος Δ.Σ. Ε.Δ.Ε.Υ.Α.**

Θέμα:

**“Βελτίωση παρεχομένων υπηρεσιών, αποτελεσματικότητας και Εικόνας των
Δ.Ε.Υ.Α. μέσω Μετρήσεων Ικανοποίησης των Πελατών.**

**Ανάπτυξη - Εφαρμογή συστήματος Αμφίδρομης Επικοινωνίας Επιχείρησης –
Καταναλωτών”.**

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Στον κόσμο των Επιχειρήσεων, ένα θέμα που συζητείται και αναλύεται ως ένα από τα σοβαρότερα για την ίδια την ύπαρξη μίας Επιχείρησης, είναι η σχέση μεταξύ κερδοφορίας και τάξης πιστών πελατών.

Είναι γεγονός αναμφισβήτητο ότι, η πίστη των πελατών μεταφράζεται σε υψηλότερα κέρδη.

Με απλά λόγια, μία Επιχείρηση που έχει πιστούς πελάτες (δηλαδή πελάτες που την εμπιστεύονται ή εμπιστεύονται τα προϊόντα της) έχει πολλές περισσότερες πιθανότητες να επιτύχει σε σχέση με τις άλλες.

Ευνόητα πολλοί θα αναρωτηθούν, τι αναλογία μπορεί να υπάρχει μεταξύ της σχέσης κερδοφορίας και τάξης πιστών πελατών, μίας ιδιωτικής επιχείρησης που κινείται μέσα σε ένα δύσκολο ανταγωνιστικό περιβάλλον και μίας Δημοτικής Επιχείρησης που είναι εκ των πραγμάτων κάτι διαφορετικό και δεν έχει και ανταγωνιστές;

Για να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση, θα πρέπει να τεθεί μία άλλη, πάρα πολύ απλή ερώτηση.

Ποια θα ήταν η οικονομική αλλά και η γενικότερη κατάσταση των ΔΕΥΑ, εάν όλοι οι καταναλωτές εξοφλούσαν τους λογαριασμούς τους (κανονικά στη λήξη τους) ;

Οι ΔΕΥΑ είναι εταιρείες, είναι κανονικότερες Επιχειρήσεις που παρέχουν μάλιστα σημαντικότερες υπηρεσίες, άκρως απαραίτητες για τον κάθε άνθρωπο (δεν χρειάζεται εδώ να επεκταθούμε).

Οι ΔΕΥΑ επαναλαμβάνω είναι Επιχειρήσεις που δεν έχουν σε καμία απολύτως περίπτωση (ειδικά στους δύσκολους καιρούς που διανύουμε) την πολυτέλεια να παραβλέπουν αυτό το γεγονός.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Επιχείρηση χωρίς εισπράξεις, χωρίς κέρδη δεν μπορεί να υπάρξει. Το τι γινόταν στο παρελθόν, δεν μπορεί και δεν πρέπει να μας απασχολεί. Είναι πιστεύω ξεκάθαρο σε όλους όσους βρισκόμαστε εδώ, ότι όποιος και αν είναι ο σκοπός, όποια και αν είναι τα χαρακτηριστικά και ο τρόπος λειτουργίας μίας Επιχείρησης, αυτή δεν μπορεί να έχει καμία τύχη, κανένα απολύτως μέλλον χωρίς κέρδη.

Άρχισα την εισήγηση μου με το, αυτονόητο στον κόσμο των Επιχειρήσεων: ότι υπάρχει σχέση μεταξύ της κερδοφορίας και της τάξης των πιστών πελατών.

Οι Διοικήσεις των περισσότερων Δημοτικών Επιχειρήσεων, έχοντας να αντιμετωπίσουν:

Την πολύ δύσκολη καθημερινότητα, τα οικονομικά προβλήματα (παρελθόντος, λόγω κρίσης και περικοπών), τις Καλλικρατικές υπερ - υποχρεώσεις, τις αλληλοαναιρούμενες εγκυκλίους και την αθάνατη γραφειοκρατία, πέφτουν πάνω σε ένα τεράστιο τείχος που ακυρώνει ακόμη και το πιο απλό, το πιο αυτονόητο.

Την αναμφισβήτητη σχέση μεταξύ κερδοφορίας Επιχειρήσεων και τάξης πιστών πελατών, εάν την προσαρμόσουμε στα δεδομένα των ΔΕΥΑ γίνεται η «σχέση μεταξύ των εισπράξεων της Επιχείρησης και της τάξης των ικανοποιημένων καταναλωτών».

Οι ΔΕΥΑ όπως σας είπα είναι κανονικότερες Επιχειρήσεις και επιτελούν σοβαρότατο έργο, αλλά δεν αναζητούν, ούτε υιοθετούν σύγχρονες μεθόδους και πρακτικές από τον χώρο των Επιχειρήσεων, δεν προβάλλουν το έργο που επιτελούν και τη σημαντικότητα του και δεν φροντίζουν εντέλει (για το αυτονόητο) να βελτιώνουν συνεχώς τον βαθμό ικανοποίησης των καταναλωτών, με στόχο τη δημιουργία μίας σταθερής σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ ΔΕΥΑ και καταναλωτών.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Η εμπειρία μου, (18 χρόνια Δημοτικός Σύμβουλος και 7 χρόνια στην Προεδρία της ΔΕΥΑΚ) αν με δίδαξε κάτι, είναι ότι δεν υπάρχει αυτονόητο.

Οι πολίτες των δήμων μας, οι καταναλωτές των ΔΕΥΑ, οι συμπολίτες μας, ακόμη και οι δικοί μας άνθρωποι δεν γνωρίζουν ή δεν αντιλαμβάνονται το τι απαιτείται για να

μπορούν (οποιαδήποτε στιγμή θελήσουν) να ανοίξουν τη βρύση τους και να τρέξει καθαρό και ασφαλές νερό. Θεωρούν απολύτως αυτονόητο ότι ανοίγοντας τη βρύση τρέχει νεράκι, απολύτως αυτονόητο ότι λειτουργεί ο βιολογικός καθαρισμός και δεν επιβαρύνεται το περιβάλλον.

Ναι, και φυσικά πρέπει να είναι αυτά αυτονόητα εν έτη 2012 σε όλες τις πολιτισμένες χώρες του κόσμου.

Η πλειονότητα των καταναλωτών όμως (όπως σας είπα) δεν γνωρίζει, δεν αντιλαμβάνεται ότι για να απολαμβάνει το υπέρτατο αγαθό της φύσης που είναι το νερό και για να μην «κολυμπάει» η γειτονιά του, η πόλη του σε λίμνες λυμάτων, υπάρχει μία Επιχείρηση, με εγκαταστάσεις, μηχανήματα, εξοπλισμούς, τεχνικούς, εργατοτεχνίτες και Διοίκηση που πασχίζουν καθημερινά.

Και αν προσθέσουμε (και πρέπει να το κάνουμε) την γενικότερη και επικρατούσα άποψη των πολιτών για πολλές Δημοτικές Επιχειρήσεις, τις οποίες σημειωτέον αντιλαμβάνονται ως κομμάτι ή συνέχεια του (κακού) κράτους, δημιουργείται ένα εκρηκτικό μίγμα (άγνοια + άποψη για το δημόσιο) που μεταμορφώνεται σε απαξίωση. Και η απαξίωση της ΔΕΥΑ σίγουρα δεν τους οδηγεί στο ταμείο, για έγκυρη εξόφληση του λογαριασμού τους. Ούτε είναι σε θέση να δείξουν την παραμικρή ανοχή μόλις προκύψει μία βλάβη, ή ένα πρόβλημα. Και το τι λένε, επηρεάζοντας και άλλους καταναλωτές και συμπολίτες τους, ας μην το σχολιάσουμε...

Η απαξίωση μίας ΔΕΥΑ, το να τη θεωρούν ένα αναγκαίο κακό, έναν λογαριασμό παραπάνω, όπως σας είπα δεν τους οδηγεί στο ταμείο για έγκυρη εξόφληση. Αυτό αποτελεί ένα τεράστιο και ουσιαστικό πρόβλημα που δεν λύνεται, ειδικά σε περίοδο κρίσης, με αποσπασματικές ενέργειες, ούτε με άμεσες ή μεταμφιεσμένες απειλές διακοπής της παροχής, ούτε με παρακάλια και επαναλαμβανόμενες ρυθμίσεις οφειλών.

Υπάρχει ένας και μόνο τρόπος, η δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ ΔΕΥΑ και καταναλωτή.

Αυτό έχει ως απαραίτητες προϋποθέσεις:

1. Να γνωρίσει ο καταναλωτής ποια είναι, τι κάνει, ποιο το έργο και ποια η πραγματική και αναντικατάστατη προσφορά της ΔΕΥΑ.
2. Να αισθάνεται απόλυτα ασφαλής κάθε φορά που ανοίγει τη βρύση του. Και,
3. Να «μιλάει» και να του «μιλάει» η Επιχείρηση.

Για το τρίτο να γίνω πιο σαφής:

Πρέπει οπωσδήποτε να φροντίσουμε ώστε να υπάρξει αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή.

Εάν επιτευχθεί αυτή θα εξασφαλισθούν και οι δύο πρώτες προϋποθέσεις που ανέφερα.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Τρόποι για να γνωστοποιηθεί το έργο και η αναντικατάστατη προσφορά των ΔΕΥΑ, υπάρχουν.

Όπως υπάρχει και ο τρόπος (που εφαρμόζεται κιόλας – παράδειγμα «οι δρόμοι του νερού») μέσω του σχολείου και της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, να δοθεί η γνώση στα παιδιά, που σημαίνει παιδεία και ευαισθητοποίηση.

Και τρόπος αμφίδρομης επικοινωνίας υπάρχει, με θετικότερα αποτελέσματα που μεταφράζονται σε σημαντικότερα οφέλη στην ίδια την υπόσταση και εικόνα της επιχείρησης, που οδηγούν στους όλο και λιγότερους απλήρωτους λογαριασμούς.

Εν συντομία θα αναφερθώ σε ένα μέρος του προγράμματος αμφίδρομης επικοινωνίας που εφαρμόζει η ΔΕΥΑ Καστοριάς, όσον αναφορά στις έκτακτες βλάβες και στη μεταχείριση – διαχείριση των καταναλωτών που επηρεάζονται από αυτές.

24 ώρες το εικοσιτετράωρο και 365 μέρες τον χρόνο λειτουργεί ένας Τηλεφωνικός Αριθμός Βλαβών (που έχουμε γνωστοποιήσει σε όλους τους καταναλωτές). Δεν απαντά ηχογραφημένο μήνυμα, ούτε βαριεστημένος εργαζόμενος και δεν υπάρχει καμία αναμονή. Ο καταναλωτής συνομιλεί απευθείας με έναν ευγενικό και πρόθυμο άνθρωπο που αντιλαμβάνεται το πρόβλημά του και θέλει να τον εξυπηρετήσει. Ειδοποιείται άμεσα το συνεργείο βλαβών, που βρίσκεται συνεχώς σε επικοινωνία με τον χειριστή του τηλεφώνου βλαβών ώστε αυτός να είναι σε θέση να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στον καταναλωτή, μέχρι την επιδιόρθωση της βλάβης και αμέσως μετά από αυτή.

Πιστεύω, ότι δεν χρειάζεται να σας περιγράψω πόσο θετικά προσλαμβάνει ο καταναλωτής (που αντιμετωπίζει το πρόβλημα) την άμεση αυτή επαφή με την Επιχείρηση (γιατί έτσι ακριβώς αντιλαμβάνεται την συνομιλία, το ενδιαφέρον και την πληροφόρηση, ως άμεση επαφή με τη ΔΕΥΑΚ).

Αυτό αποτελεί το πρώτο βήμα αμφίδρομης επικοινωνίας και μάλιστα στον ιδιαίτερα ευαίσθητο τομέα της διαχείρισης βλαβών αλλά και προβλημάτων καθημερινότητας των καταναλωτών.

Αυτό που περιληπτικά σας περιέγραψα, έχει και άλλα σημαντικότερα οφέλη για τη επιχείρηση όπως: οι δυνατότητες καταγραφής:

α) της συχνότητας και του είδους των βλαβών,

β) του απαιτούμενου χρόνου για την επιδιόρθωσή τους (ανά είδος και τόπο),

γ) του ελέγχου της αποτελεσματικότητας των συνεργείων και,

δ) την δυνατότητα της καλύτερης προετοιμασίας των συνεργείων (αριθμός ατόμων και απαιτούμενα υλικά, εξοπλισμός κλπ) και του όλου προγραμματισμού της επιχείρησης στον τομέα αντιμετώπισης βλαβών.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Δεν θα επεκταθώ στα άλλα μέρη του προγράμματος επικοινωνίας (που έχουν σχεδιαστεί και προγραμματιστεί), όπως η ηλεκτρονική ενημέρωση με email, sms, διαδικτύου, αλλά και μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Θα σταθώ όμως στην επιτακτική ανάγκη να γνωρίζουμε ως Διοίκηση (τι συμβαίνει μέσα στο σπίτι μας) δηλαδή στις υπηρεσίες της Επιχείρησης.

Βασικός στόχος κάθε επιχείρησης είναι η καλύτερη και αξιόπιστη εξυπηρέτηση των πελατών – καταναλωτών της. Στα πλαίσια αυτά, η Εκπόνηση Επιχειρησιακής Μελέτης με σκοπό την κατάθεση συγκεκριμένων προτάσεων που θα διευκολύνουν την Επιχείρηση στην αποτελεσματικότερη οργάνωση των υπηρεσιών με τελικό (όπως είπα) στόχο, τη Βελτίωση του Βαθμού Ικανοποίησης των Καταναλωτών, είναι αναγκαία.

Είναι αναγκαία (ειδικά στις ΔΕΥΑ όπου ο αριθμός των καταναλωτών, που επισκέπτονται τις υπηρεσίες, είναι μεγάλος. Η ανάπτυξη και εφαρμογή μιας έγκυρης και αξιόπιστης Μεθόδου Μέτρησης της Ικανοποίησης των Καταναλωτών από τις υπηρεσίες της Επιχείρησης,

σύμφωνης προς ανάλογες πανευρωπαϊκές πρακτικές εφαρμοζόμενες στον Ιδιωτικό και Δημόσιο Τομέα και στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, ενταγμένες στο πνεύμα και στη φιλοσοφία των Συστημάτων Διοίκησης Ολικής Ποιότητας.

Η Μέθοδος Μέτρησης Ικανοποίησης Καταναλωτών μπορεί να συμβάλει καθοριστικά, στο να διαπιστωθούν αδυναμίες και να βελτιωθούν οι υπηρεσίες και οι διαδικασίες με χαμηλό δείκτη ικανοποίησης, ώστε να ενισχυθεί η συνολική αποτελεσματικότητα αλλά και η εικόνα της Επιχείρησης, στη βάση συγκεκριμένων μετρήσιμων μεγεθών.

Με λίγα λόγια: Μέτρηση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των υπηρεσιών, μέσω της ανατροφοδότησης από τους ίδιους τους καταναλωτές.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Η μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης των καταναλωτών από τις υπηρεσίες των ΔΕΥΑ, θα διευκολύνει ουσιαστικά τις Διοικήσεις, ώστε να προχωρήσουν στις αναγκαίες αλλαγές, που θα βελτιώνουν τη λειτουργία, την αποδοτικότητα αλλά και την «εικόνα» της Επιχείρησης.

Η εφαρμογή ενός πολυεπίπεδου συστήματος επικοινωνίας με τους καταναλωτές – συμπολίτες μας (που είναι πολύ πιο απλό στην εφαρμογή από ότι πιθανόν πιστεύετε) μπορεί να συμβάλει τα μέγιστα στο οριστικό γκρέμισμα, (είτε το θέλουμε είτε όχι), της κυρίαρχης κακής εικόνας που συνοδεύει τις περισσότερες Δημοτικές Επιχειρήσεις. Η αποκατάσταση της εικόνας των ΔΕΥΑ σύμφωνα με το πραγματικό αναντικατάστατο έργο τους, θα καθορίσει την πορεία τους στο δύσκολο παρόν και στο απαιτητικό μέλλον.

Τελειώνοντας,

Η Επιχειρήσεις που υπηρετούμε πρέπει να αντεπεξέλθουν στην πολύ δύσκολη και σύνθετη εποχή μας. Η κάθε ΔΕΥΑ πρέπει να είναι ξεκάθαρη ως προς το τι αντιπροσωπεύει και το τι υπόσχεται στους καταναλωτές η Διοίκηση. Και να διαθέτει ξεκάθαρη πολιτική για το πώς θα πραγματοποιήσει αυτή την υπόσχεση και παράλληλα να μην αποσπάται η προσοχή της από βραχυπρόθεσμες ή έκτακτες καταστάσεις.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Το πώς πορεύτηκαν οι ΔΕΥΑ στο παρελθόν, έχει ίσως μία ιστορική αξία, αλλά το σήμερα και πολύ περισσότερο το αύριο επιβάλουν - όχι μόνο τον εκσυγχρονισμό των Επιχειρήσεων - αλλά και την αλλαγή της πολιτικής τους, και (επιτρέψτε μου να πω) της συνολικής, εκ βάθρων αλλαγής της ίδιας της φιλοσοφίας που διέπει όλους όσους ευθύνονται για τη λειτουργία τους (και δεν εξαιρείται κανένας).

Όσο πιο γρήγορα, ξεχάσουμε:

Το παρελθόν και τον τρόπο Διοίκησης και εργασίας που επέβαλε:

- Την μη ύπαρξη ανταγωνισμού και,
- Τις όποιες (πραγματικές ή μή) διαφορές μας με τον ιδιωτικό τομέα, Τόσο πιο γρήγορα θα είμαστε σε θέση να αλλάξουμε, να σχεδιάσουμε, να υιοθετήσουμε και να εφαρμόσουμε στην πράξη, όλα αυτά που θα εξασφαλίσουν:
- Την αποτελεσματική και αποδοτική λειτουργία των ΔΕΥΑ,
- Την ελκυστική εικόνα μίας σημαντικότητας και σύγχρονης Επιχείρησης,
- Την απρόσκοπτη συνέχιση της τεράστιας κοινωνικής και περιβαλλοντικής προσφοράς,
- Αλλά και τη δική μας αποδοχή από τους συνδημότες μας ως Διοίκηση χρήσιμη στον τόπο και στην κοινωνία που υπηρετούμε.

Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι,

Κλείνοντας, θέλω να προσθέσω έναν προβληματισμό αλλά και μία ευχή για το επόμενο συνέδριό μας.

Όπως γνωρίζετε η Καστοριά έχει την τύχη να είναι μία από τις πλουσιότερες περιοχές, σε αποθεματικό και ποιότητα, υδάτινων πόρων.

Πιστεύω ότι η ΕΔΕΥΑ έχει το μέγεθος, τους ανθρώπους και την ικανότητα ώστε, να αναζητήσει τις δυνατότητες εκμετάλλευσης του υδάτινου πλούτου. Πιστεύω ότι πρέπει να εξετάσουμε διεξοδικά την πιθανότητα η ΕΔΕΥΑ, να «μπει» δυναμικά στο χώρο της εμφιάλωσης και διακίνησης νερού. Εκμεταλλευόμενη (όπως είπα) τις πλούσιες σε πηγές περιοχές, τα ικανά στελέχη και τη δύναμή της, με πρώτο στόχο την εξυπηρέτηση των περιοχών, (Συναδέλφων ΔΕΥΑ), όπου το νερό δεν είναι πόσιμο. Γνωρίζω ότι το εγχείρημα δεν είναι εύκολο, αλλά πιστεύω ότι, εάν η ΕΔΕΥΑ καταφέρει να προωθήσει, στις συγκεκριμένες αγορές, εμφιαλωμένο νερό σε

ανταγωνιστική τιμή, θα έχει προστιθέμενη αξία και τεράστια οφέλη για τις Επιχειρήσεις μας σε όλη τη χώρα.

Είμαι βέβαιος ότι η 24^η Γενική Συνέλευση στη Χίο, θα έχει επιτυχία και είμαι αισιόδοξος ότι, έχουμε τις ικανότητες και την θέληση να «ανεβάσουμε» τις ΔΕΥΑ μας και την ΕΔΕΥΑ ψηλά, εκεί που αξίζουν να βρίσκονται.

Σας ευχαριστώ