



Опыт ведения рекламационной работы в ЗАО «Авиа-Проект». 2010-2013



**Начальник отдела
реализации и рекламации
Болотнов С. Н.**



Схема предъявления рекламации

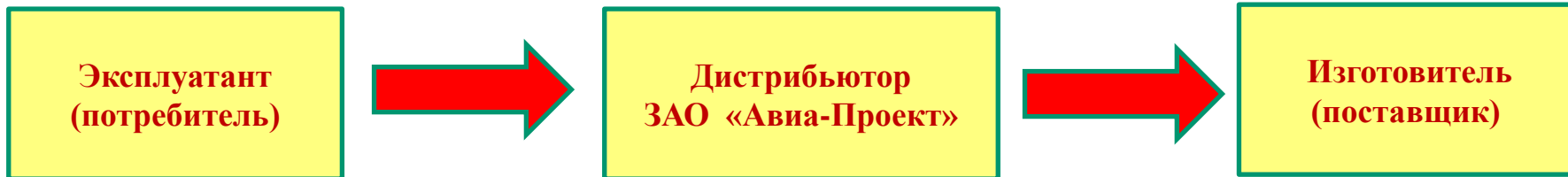
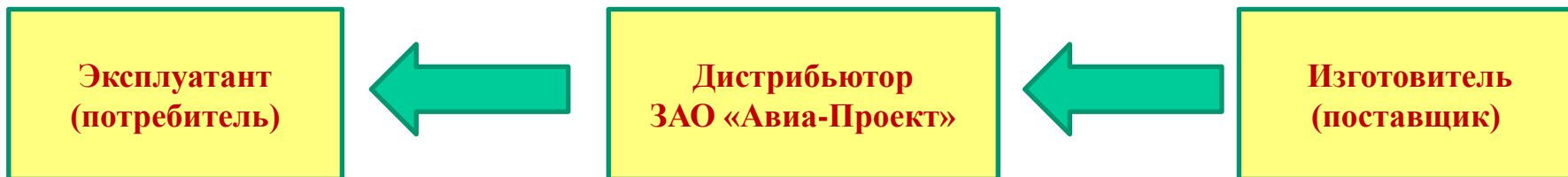


Схема удовлетворения рекламации





Результаты рекламационной работы ЗАО «Авиа-Проект» в 2010- 2013 гг.

Распределение рекламаций по способу удовлетворения (закрытия)

Показатель	2010	2011	2012	2013	Всего	%
Всего предъявлено рекламаций	70	84	69	82	305	100 %
Из них удовлетворено способом:						
Замены	9	11	4	5	29	9,5 %
Восстановления	61	73	64	75	273	89,5 %
Находятся в работе	-	-	1	2	3	1 %



Результаты рекламационной работы ЗАО «Авиа-Проект» в 2010- 2013 гг.

Распределение рекламаций по причинам дефектов (на основании отчетов (актов) по исследованию)

Показатель	2010	2011	2012	2013	Всего	%
Всего Актов исследований	70	84	65	74	293	100 %
Производственный дефект (Отказ ПКИ)	39(6)	41(4)	39(5)	47(12)	166(27)	57 %
Эксплуатационный дефект	4	7	8	5	24	8 %
Изделие соответствует ТУ	27	36	18	22	103	35%



Распределение рекламаций по Поставщикам продукции

Показатель	2010	2011	2012	2013	Всего	%
Всего предъявлено претензий, в том числе:	70	84	69	82	305	100 %
Заводам изготовителям	68	79	68	82	297	97 %
Ремонтным организациям	0	0	0	0	0	0 %
Дистрибьюторам	2	5	1	0	8	3 %

Количество поставщиков, которым предъявлены претензии от потребителей.

Год	2010	2011	2012	2013
Количество поставщиков	16	19	13	14

Количество поставщиков уменьшилось в 2010 г. в 2 раза



Место выявления дефектов

Место выявления дефекта	2010	2011	2012	2013	ИТОГО	%
На входном контроле	32	53	50	54	189	62 %
В процессе эксплуатации АТ	38	31	19	28	116	38 %
Всего	70	84	69	82	305	100 %

Время удовлетворения рекламаций (дни)

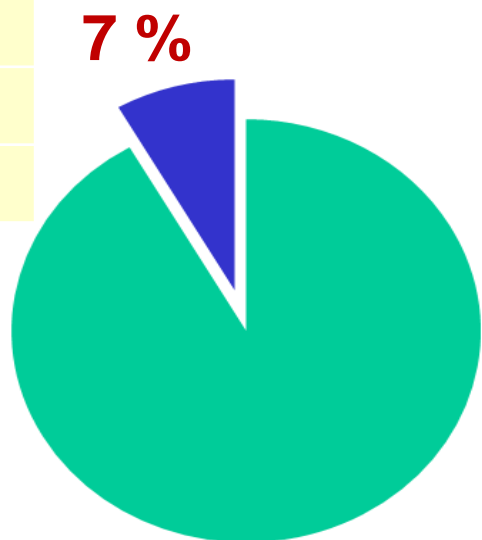
Показатель	Среднее время закрытия	Среднее время исследования	Среднее время восстановления	Среднее Время заменой
2010	75	15	34	53
2011	84	10	44	127
2012	69	13	44	122
2013	26	20	30	32
В среднем:	64	15	38	84



Экономическая эффективность рекламационной работы организации (авиационного дистрибьютора)

Доля стоимости продукции, по которой предъявлены претензии (рекламации), в общем объеме поставок за год

2010	9 %
2011	5 %
2012	4 %
2013	10 %





Результативность рекламационной работы Организации

За отчетный период (2010-2013) закрытые позиции составляют **99 %** от предъявленных претензий.

На **7** заводов–изготовителей приходится **76%** всех претензий.

57% претензий имели производственный характер (ПД).

8% претензий имели эксплуатационный характер (ЭД).

35 % претензий , когда изделия соответствуют ТУ т.е. были необоснованно предъявлены Изготовителям.

Характер причин дефектов на совместных исследованиях :

50% претензий - вина производства (ПД);

25% претензий - вина эксплуатации (ЭД);

25% претензий - изделия соответствуют ТУ, как необоснованно предъявленные.

Среднее время закрытия претензий – **64 суток**.

Среднее время на исследование изделий на заводах изготовителях – **15 суток**.

Среднее время на восстановление изделий на заводах изготовителях - **38 суток** .

Среднее время при замене изделия на новое – **84 суток** .

Совместные исследования несут позитивный характер в отношениях между Заказчиками , Потребителями, Производителями и приветствуются как Заводами-изготовителями так и Эксплуатантами.

Совместные исследования способствуют объективно выявить истинную причину отказа (предъявленного дефекта).



Рекомендации из опыта рекламационной работы

Дистрибьюторам.

1. Рекламационная работа в Организации должна вестись регулярно, в доступной форме, с периодическим отчетом и анализом со стороны руководства.
2. Рекламационная работа существенно влияет на взаимоотношения между организациями, на работу Поставщиков (Заводов-изготовителей), повышает их ответственность и качество выпускаемой продукции, совершенствует технологию изготовления и сборки изделий, способствует поддержанию исправности как самого изделия, так и воздушного судна.
3. Работа с рекламациями положительно отражается на имидже Организации, а также экономит финансовые средства.
4. Активно применять на практике новые методы и способы предъявления объективных фактов по отказам изделий, оперативно информировать Поставщика об отказах, используя современные средства связи.

Эксплуатантам. Исключить случаи необоснованного предъявления претензий. Регулярно проводить техническую учебу с персоналом по изучению требований Руководств по эксплуатации ВС, изделий и ПКИ.

Изготовителям. Проводить занятия с исполнителями на знание технологических карт, технологического процесса, применяемого инструмента, приспособлений, их особенностей использования и применения.