



وزارت صنعت، معدن و تجارت

**دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی
خدمات پس از فروش صنعت خودرو**

بازنگری ۴
اسفند ۱۳۹۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

صفحات	موضوع
۲	مقدمه
۳	بخش اول : کلیات.....
۱۰	بخش دوم : ارزیابی خدمات پس از فروش شرکتهای عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز
۱۱	• شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش شرکتهای عرضه کننده و نمایندگی های مجاز خودرو
۲۱	• چگونگی رتبه بندی شرکتهای و نمایندگی های مجاز آنها.....
۲۴	• شرایط تشویق و تنبیه بر اساس عملکرد.....
۲۶	بخش سوم : شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز.....
۶۶	بخش چهارم : چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو
۶۸	• پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش.....
۷۰	• پرسشنامه (DSI)
۷۲	پیوست ها

مقدمه

صاحب نظران بر این باورند که حمایت از حقوق مصرف کنندگان و مشتری مداری رمز بقای عرضه کنندگان کالا و خدمات بوده و یکی از مهمترین معیارهای حیات هر بنگاه توجه به خدمات پس از فروش خصوصاً در مورد کالاهای مصرفی با دوام می باشد.

کیفیت بالا و قیمت رقابت پذیر و معقول شرط لازم برای موفقیت در فروش کالا می باشد لیکن شرط کافی برای تداوم حضور یک محصول در بازار، تضمین خدمات پس از فروش آن است بنابراین توجه و رسیدگی به خواست مشتری در حفظ بازارهای موجود و گسترش آن نقش قابل توجهی را می تواند ایفا کند .

در ضمن در فضای رقابتی امروز، آنچه رویکرد استقبال از کالا را افزایش می دهد، ارتقای کیفیت خدمات پس از فروش آن است و تنها راه دستیابی به یک اقتصاد آزاد و حرکت سریع تر به سمت جهانی شدن برای رقابت با کالاهای مشابه خارجی، ارتقای کیفی محصولات و ایجاد اطمینان از کیفیت و خدمات پس از فروش می باشد. هر چه شرایط گارانتی و خدمات بهتر باشد نگاه مشتری با اعتماد بیشتری همراه خواهد شد. در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، تولیدکنندگان کالا و خدمات، برای جلب مشتری ضمن کیفی سازی تولیدات خود، کالا را با تسهیلات ویژه ای به دست مصرف کننده می رسانند. ضمن اینکه خریدار همواره با اطمینان بیشتری به سمت خرید محصولات دارای گارانتی می رود.

در چند سال اخیر رشد فزاینده تیراژ تولید و عرضه خودرو و افزایش انتظارات مشتریان باعث گردید موضوع خدمات پس از فروش بیش از پیش مورد توجه دست اندرکاران صنعت خودروسازی و وزارت صنعت، معدن و تجارت که به عنوان متولی امر صنعت در کشور می باشد، قرار گیرد که از جمله آن می توان به نظام مند کردن وضعیت خدمات پس از فروش از طریق تدوین دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش خودرو اشاره نمود. نسخه پیش رو چهارمین ویرایش از الزامات دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش بوده و نسخه های پیشین در سال های ۱۳۸۵، ۱۳۸۷ و ۱۳۹۰ ارائه گردیده بود.

این دستورالعمل به عنوان حداقل شرایط و ضوابط مورد پذیرش وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه خدمات پس از فروش صنعت خودرو تلقی می گردد و رعایت مفاد آن برای کلیه عرضه کنندگان خودرو، واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز الزامی می باشد.

بخش اول

کلیات

۱- هدف:

هدف از تدوین این ضوابط، تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگیهای مجاز آنهادر راستای اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرائی آن به جهت ارائه خدمات پس از فروش مناسب می باشد تا رضایت مشتریان در این بخش به نحو مطلوب حاصل گردد.

۲- دامنه کاربرد:

محدوده این ضوابط شامل کلیه عرضه کننده های خودرو، واسطه های خدمات پس از فروش خودرو و نمایندگیهای مجاز تعمیراتی می باشد.

۳- تعاریف:

۳-۱- عرضه کننده : هر شخص حقیقی یا حقوقی که بطور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود می کند.

۳-۲- نمایندگی مجاز : شخصیت حقیقی و یا حقوقی است که از طرف عرضه کننده خودرو و یا واسطه فروش و خدمات پس از فروش به عنوان نماینده رسمی و به صورت مستقیم عهده دار ارائه خدمات فروش یا پس از فروش (ویا هر دوی آنها) بوده و دارای مجوز از عرضه کننده و پروانه کسب از مراجع ذیربط می باشد.

۳-۳- واسطه خدمات پس از فروش : به شخص حقیقی یا حقوقی دارنده مجوز های مربوطه اطلاق می شود که مستقیماً توسط عرضه کننده خودرو عهده دار ارائه خدمات پس از فروش از طریق نمایندگی های مجاز در طول دوره ضمانت و تعهد می باشد. واسطه خدمات پس از فروش می تواند به عنوان بخشی از مجموعه عرضه کننده خودرو و یا به عنوان واحدی مستقل تحت نظارت عرضه کننده خودرو فعالیت نموده و خدمات خود را ارائه نماید.

۳-۴- خدمات پس از فروش خودرو : عبارت است از کلیه خدماتی از قبیل ضمانت، تعهد (پشتیبانی خدمات، تعمیرات و تأمین قطعات استاندارد) که بر عهده عرضه کننده خودرو قرار می گیرد و موجب تعهد و تضمین کارکرد مطلوب محصول می شود.

۳-۵- بازرسی : شخصیت حقوقی است که پس از تأیید صلاحیت از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، برای وظیفه ارزیابی عملکرد عرضه کننده، واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز، تهیه گزارش های ادواری یا موردی و ارائه به همراه اظهار نظر لازم به وزارت صنعت، معدن و تجارت، معرفی می شود.

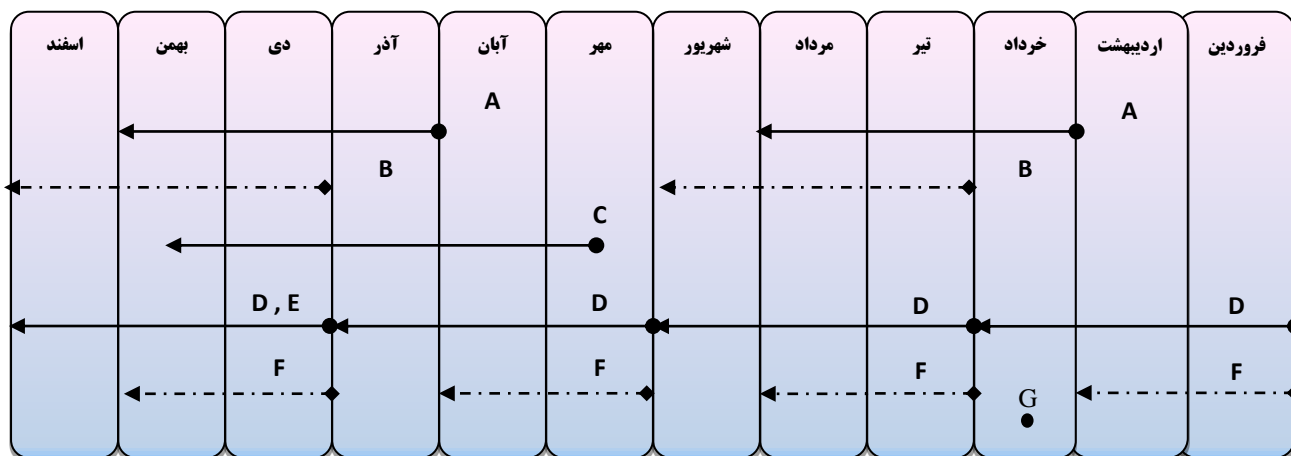
۴- دوره های ارزیابی و ارائه گزارشات:

ارزیابی شرکت های عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز و پایش نتیجه عملکرد آنها طی دوره های زمانی مطابق با جداول (۱-۱ و ۱-۲) انجام می گیرد.

جدول ۱-۱- معرفی حوزه ها و گزارشهای ارزیابی

ردیف	حوزه	شرح	مشخصه
۱	عرضه کننده خودرو/ واسطه های خدمات پس از فروش	ارزیابی موارد مرتبط با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آئین نامه اجرایی آن	A
۲	فروش	گزارش نتیجه ارزیابی عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش	B
۳	نمایندگی های مجاز	ارزیابی موارد مرتبط با شرایط و ضوابط نمایندگی های مجاز	C
۴	پایش عملکرد عرضه کنندگان/ نمایندگی های مجاز	ارزیابی رضایت مندی مشتریان	D
۵		ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها	E
۶		گزارش ارزیابی رضایت مشتریان و ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها	F
۷	رتبه بندی شرکت ها	گزارش ارزیابی نمایندگی های مجاز و رتبه بندی شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز	G

جدول ۱-۲- زمان بندی اجرا و گزارش دهی



لازم به ذکر است دوره های زمانی سالانه انجام ارزیابی ها از ابتدای هر سال شروع و تا پایان سال ادامه خواهد داشت که در زمان اعلام نتایج پس از اتمام دوره سالانه، رتبه بندی شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز را در آن سال مشخص می نماید.

تبصره

امتیاز نهایی رضایت مندی مشتریان در قالب جمع بندی ۴ دوره سه ماهه منتهی به اسفند ماه همان سال میباشد.

۵- مسولیت ها:

۴-۱- مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل مطابق با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشد.

انجام ارزیابی های این دستورالعمل توسط شرکت مورد اعتماد و واجد صلاحیت منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود و پس از معرفی ارزیاب کلیه شرکت ها ملزم به همکاری لازم برای اجرای هرچه بهتر ارزیابی می باشند.

تبصره

تهیه چک لیستهای ارزیابی بر اساس معیارهای اعلام شده در این دستورالعمل به عهده بازرس میباشد.

۴-۲- گزارشات ارزیابی وضعیت خدمات پس از فروش عرضه کنندگان / واسطه های خدمات پس از فروش خودرو در موعد مقرر بر اساس جداول فوق به وزارت صنعت، معدن و تجارت، شرکت های عرضه کننده و واسطه های خدمات پس از فروش ارائه خواهد شد.

تبصره

ارائه گزارشات به رسانه ، مطبوعات و سایر ارگانها در صورت لزوم توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت صورت می پذیرد.

۴-۳- مسئولیت ارائه اطلاعات لازم جهت اجرای فرآیند ارزیابی و انجام هماهنگی و همکاری لازم در راستای اجرای ارزیابی ها به عهده عرضه کنندگان خودرو/ واسطه های خدمات پس از فروش می باشد.

۴-۴- مواردی که می بایست توسط عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش ارائه گردد:

۴-۴-۱- نام و نشانی کلیه نمایندگی های مجاز فعال و تعلیق شده سراسر کشور (ماهانه)

۴-۴-۲- مشخصات کلیه مشتریان مراجعه کننده به شبکه خدمات پس از فروش به صورت دسترسی آنلاین برای بازرس، که شامل نام مشتری، شماره تماس، نوع خودرو، تاریخ پذیرش و نمایندگی که به آن مراجعه شده، میباشد.

۴-۴-۳- اطلاعات فنی مرتبط با نمایندگی های مجاز نظیر لیست و مشخصات دستگاه های عیب یاب و استانداردهای آموزشی پرسنل. (سالانه)

۴-۴-۴- سایر اطلاعات مورد نیاز مرتبط با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن.

۴-۴-۵- لیست کلیه خودروهای پذیرش شده می بایست به صورت ماهانه و مطابق جداول ۱-۳ و ۱-۴ به بازرس اعلام گردد و صحه گذاری آن نیز بر عهده بازرس می باشد.

جدول ۱-۳ جدول ارائه گزارشات ماهانه توسط واسطه خدمات پس از فروش

وضعیت پذیرش (تعداد)							نوع خودرو	ساعت فعالیت روزانه	نوع فعالیت		شهر	استان	کد نمایندگی	نام نمایندگی
امداد	سرویس ادواری	گازسوز/ هیبرید	جلوبندی	الکتریکی	مکانیکی	کل پذیرش ماهانه			سنگین	سبک				

جدول ۱-۴ جدول ارائه گزارشات سرویس ادواری

سهم فعالیت تعمیراتی (درصد)			کل پذیرش ماهانه	نوع خودرو
جلوبندی	الکتریکی	مکانیکی		

وضعیت پذیرش نمایندگی های مجاز می بایست ماهانه توسط شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش به بازرس اعلام گردد. مواردی که جهت محاسبه آن لازم است مد نظر قرار گیرد عبارتند از:

۱- آمار کل پذیرش نمایندگی مربوط به فعالیت های الزامی و تحت مسئولیت مطابق با جداول ۱-۳ و ۱-۴

۲- محاسبات متوسط پذیرش بر مبنای ۲۶۰ روز کاری در سال میباشد.

۳- با توجه به اینکه فعالیتهای تعیین شده در انجام سرویس های ادواری خودروها صرفاً مختص به یک فعالیت

نبوده و تمامی فعالیت های مکانیکی، برق و جلوبندی را در بر می گیرد، شرکت های عرضه کننده خودرو

می بایست تعداد پذیرش های مربوط به سرویس های ادواری را به همراه سهم هریک از فعالیت ها (درصد)

در سرویس اعلام نماید.

۴-۴-۶- شرکت های عرضه کننده خودرو موظف به تحت کنترل درآوردن کلیه مراجعات غیر گارانتی در سطح

شبکه نمایندگی های مجاز خود می باشند.

۶- منابع و ماخذ:

▪ استاندارد ISO 9001:2008

▪ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

▪ آیین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

▪ دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش بازنگری ۳

▪ روش اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو مصوب شورای سیاستگذاری صنعت خودرو- تیرماه ۸۷

▪ استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت ایران خودرو

▪ استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت سایپا یدک

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت ولوو

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت نیسان

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت هیوندایی

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت کیا

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت مزدا

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت تویوتا

▪ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت دایملر

▪ نظرات پیشنهادی سازمان ها و نهادهای ذیربط

۷- اعضای کارگروه بازننگری:

بازنگری چهارم این دستورالعمل که در سال ۱۳۹۳ به اتمام رسید طی چندین جلسه کارشناسی با حضور دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه وزارت صنعت ، معدن و تجارت ، سازمان ملی استاندارد ایران ، شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران ، انجمن صنفی شرکتهای خدمات پس از فروش ، شرکت ایساکو، شرکت سایپا یدک شرکت خدمات فنی رنا ، شرکت گواه و شرکت اطلس خودرو تشکیل و در نهایت به اتفاق آراء جمع بندی گردید.

۷- بازننگری:

این دستورالعمل در شرایط عادی هر دو سال یکبار مورد بازبینی قرار گرفته و در صورت نیاز بازننگری می گردد. این دستورالعمل در صورت نیاز در موارد خاص به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت می تواند مورد بازننگری قرار گیرد.

بخش دوم

شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش

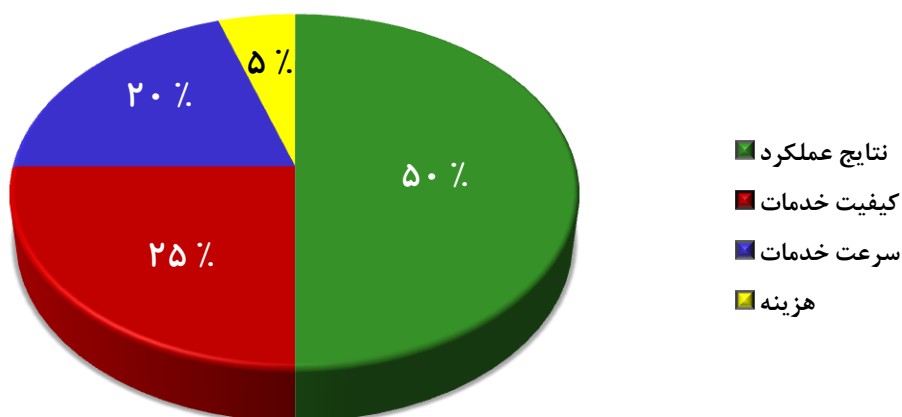
شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش

شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

به طور کلی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو بر اساس چهار شاخص ذیل مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت:

- ۱- کیفیت خدمات
- ۲- سرعت خدمات
- ۳- هزینه
- ۴- نتایج عملکرد



جدول ۱-۲ شاخص ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو به همراه ضریب وزنی

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	ضریب	
کیفیت خدمات	٪۲۵	وضعیت نمایندگی ها	نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات، فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان و سیستم مدیریت کیفیت	۷۰	
			مهارت نیروی انسانی	آموزش و مهارت پرسنل نمایندگی ها و شرکت	۱۰
		نظامات کیفیت	سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات	سیستم های مدیریت کیفیت و ...	۲.۵
				تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی	۳
		سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات	کیفیت خدمات	طراحی و اجرای سیستم نظارت بر نمایندگی های مجاز	۴.۵
				تدوین و اجرای نظام انگیزی نمایندگی های مجاز	۲
				ضمانت خودرو، قطعات و خدمات	۴
				پایش و تحلیل نظرات مشتریان	۲
				تدوین و اجرا ضوابط مربوط به پذیرش، گردش کار و ترخیص	۲
		جمع			
سرعت خدمات	٪۲۰	شبکه تعمیرگاهی	توسعه شبکه تعمیرگاهی	۱۰	
			امداد خودرو	۱۰	
			کارایی نمایندگی ها (تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف متعارف)	۱۵	
		قطعات یدکی و ابزار مخصوص	رسیدگی به شکایات مشتریان	تامین و توزیع مناسب قطعات یدکی	۳۰
				تامین و توزیع مناسب ابزار مخصوص	۵
		سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات	سرعت خدمات	بررسی فرآیند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان	۱۵
				توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین شرکت و مشتریان	۲
				توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین شرکت و نمایندگی های مجاز	۲
				تدوین و اجرای آیین نامه اعطا و لغو امتیاز نمایندگی	۲
				پرداخت خسارت خواب خودرو	۹
جمع				۱۰۰	
هزینه خدمات	٪۵	هزینه های خدمات و قطعات	تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات	۲۰	
			تدوین جدول قیمت قطعات یدکی	۲۰	
			نظارت بر هزینه های دریافتی از مشتریان	۴۰	
			برآورد و تامین بودجه پرداخت خسارت خواب خودرو	۲۰	
		جمع			
نتیجه عملکرد	٪۵۰	رضایتمندی	ارزیابی رضایت مشتریان	۶۰	
			رضایت نمایندگی ها (DSI)	۱۰	
		نتایج فرآیندها	نتایج عملکرد	بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها	۳۰
				جمع	

جدول ۲-۲ شاخص ارزیابی نمایندگی های مجاز به همراه ضریب وزنی

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	ضریب
وضعیت نمایندگی	۵۰٪	نیروی انسانی	آموزش، مهارت، تعدد و شرایط	۲۶
			تجهیزات و ابزار آلات	۱۸
		امکانات و تجهیزات	فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری	۹
			الزامات محیطی (نظام آراستگی، تابلوها، رفاه مشتریان و ایمنی)	۷
		فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان	سفارش گذاری و تامین قطعات	۱۰
			مدیریت ارتباط با مشتریان	۵
			پذیرش تا ترخیص	۱۵
			ضمانت و گارانتی	۱۰
		جمع		۱۰۰
نیزجه عملکرد	۵۰٪	رضایت مشتریان	ارزیابی رضایت مشتریان	۷۸
			کارائی نمایندگی (تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف متعارف)	۲۰
		مدیریت منابع انسانی	شاخص ماندگاری پرسنل *	۲
			جمع	

* در خصوص نمایندگی هایی که مشمول این امتیاز نمی باشند، این شاخص حذف و شاخص کارایی با ضریب ۲۲ درصد مورد محاسبه قرار خواهد گرفت.

فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز

۱- کیفیت خدمات

۱-۱- وضعیت نمایندگی ها

وضعیت نمایندگی ها شاخصی می باشد که بر اساس متوسط امتیاز ارزیابی کلیه نمایندگی های خدمات پس از فروش شرکت عرضه کننده محاسبه می گردد. شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها عبارتند از:

۱-۱-۱- مهارت نیروی انسانی

نیروی انسانی از مهمترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها می باشد. ۲۶ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به نیروی انسانی می باشد.

نیروی انسانی در نمایندگی از دو جنبه مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

الف- آموزش و مهارت

آموزش و مهارت نیروی انسانی ۸۰ درصد امتیاز زیر شاخص نیروی انسانی را تشکیل می دهد. ارزیابی وضعیت آموزش و کنترل مهارت پرسنل نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز صورت می گیرد.

ب- تعدد و شرایط

تعدد و شرایط نیروی انسانی ۲۰ درصد امتیاز زیر شاخص نیروی انسانی را تشکیل می دهد. ارزیابی وضعیت نیروی انسانی از لحاظ تعدد و شرایط احراز پرسنل در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۱-۱-۲- امکانات و تجهیزات

امکانات و تجهیزات یکی از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی می باشد. ۳۴ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به امکانات و تجهیزات می باشد. این حوزه شامل موارد ذیل می باشد:

۱-۱-۲-۱- تجهیزات و ابزارآلات

تجهیزات و ابزارآلات یکی دیگر از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها بوده و ۱۸ درصد امتیاز این شاخص را تشکیل می دهد. در ارزیابی این بخش وجود تجهیزات و ابزار آلات، در دسترس بودن، سالم بودن، مهارت استفاده و استفاده مستمر در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز کنترل می گردد.

۱-۱-۲-۲- فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری

۹ درصد امتیاز ارزیابی وضعیت نمایندگی ها مربوط است به فضای تعمیراتی، ستادی و اداری و ... که از لحاظ تعدد و شرایط و بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۱-۱-۲-۳- الزامات محیطی

الزامات محیطی ۷ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی را تشکیل می دهد. این بخش در برگیرنده حوزه های نظام آراستگی، رفاه مشتریان، تابلوها و ایمنی می باشد. ارزیابی الزامات محیطی در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت. امتیاز سوالات این بخش به نسبت مساوی تقسیم خواهد شد.

۱-۱-۳- فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان

فرایند های مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان یکی از مهمترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی های مجاز می باشد. این بخش ۴۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را دارا می باشد.

الف- فرایند سفارش گذاری و تامین قطعات

۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به نحوه سفارش گذاری و برنامه ریزی تامین قطعات یدکی مورد نیاز می باشد. ارزیابی فرایند سفارش گذاری و تامین قطعات در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

ب- فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان

۵ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان می باشد. ارزیابی فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

ج- فرایند پذیرش تا ترخیص

۱۵ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند پذیرش تا ترخیص می باشد. ارزیابی فرایند پذیرش تا ترخیص در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

د- فرآیند ضمانت و گارانتی

۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند ضمانت می باشد. ارزیابی فرایند ضمانت در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۱-۲- مهارت نیروی انسانی

ارزیابی فرآیند آموزش و کنترل مهارت پرسنل نمایندگی های مجاز و شبکه خدمات پس از فروش در شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و ماده آیین نامه اجرائی آن

۱-۳- نظامات کیفیت

این بخش مربوط به استقرار سیستم های مدیریت کیفیت در حوزه خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو می باشد.

۱-۴- سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات

این بخش شامل سایر موارد مرتبط با کیفیت خدمات مندرج در قانون و آیین نامه اجرایی آن می باشد این موارد عبارتند از:

✓ تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص بر اساس الزام آئین نامه
✓ اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس الزام آیین نامه
✓ تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز بر اساس الزام آیین نامه
✓ ضمانت خودرو، قطعات و خدمات بر اساس الزامات آئین نامه و سایر موارد مربوط به اجرای الزامات ضمانت آیین نامه اجرائی قانون.

✓ پایش و تحلیل نظرات مشتریان و اعمال اقدامات اصلاحی موثر بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون
✓ تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، برنامه ریزی تعمیرات، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون.
✓ ارائه آموزش نحوه استفاده از محصول به مصرف کنندگان بر اساس الزام آیین نامه اجرایی قانون.

۲- سرعت خدمات

۲-۱- شبکه تعمیرگاهی

دسترسی به شبکه تعمیرگاهی و زمان بهینه دریافت خدمات از مهمترین شاخص های مدنظر مشتریان می باشد.
که بر اساس موارد ذیل مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت:
الف- ارزیابی طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن
ب- ارزیابی فرآیند خدمات رسانی سیار بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن.
ج- کارائی نمایندگی ها
به منظور سنجش میزان کارائی نمایندگی ها شاخص زیر در نظر گرفته شده است که عبارتند از:
نسبت خودروهایی که کلیه عیوب ثبت شده آنها طی ۲ روز کاری به صورت کامل در نمایندگی رفع گردیده است.

۲-۲- قطعات یدکی و ابزار مخصوص

الف- قطعات یدکی

تامین و توزیع مناسب و به موقع قطعات یدکی شرط لازم جهت افزایش سرعت خدمات رسانی به مشتریان می باشد.

در ارزیابی این شاخص مواردی از قبیل برنامه ریزی، تامین، کنترل کیفیت، ردیابی، انبارش و توزیع مناسب قطعات یدکی بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آیین نامه اجرایی آن مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

ب-ابزار مخصوص

عرضه کننده خودرو / شرکتهای واسطه خدمات پس از فروش میبایست ابزارهای درج شده در دستورالعمل های فنی خودرو ها را تهیه و توزیع نماید.

۲-۳- بررسی فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان در شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه های خدمات پس از فروش بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

شایان ذکر است در این خصوص شاخص هایی نظیر نسبت شکایات مشتریان به میزان مراجعات شبکه خدمات پس از فروش، متوسط مدت زمان پاسخگویی به شکایات مشتریان و نسبت شکایات منجر به رضایت مشتریان مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهد گرفت.

۲-۴- سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات

این بخش شامل سایر موارد مرتبط با سرعت خدمات مندرج در قانون و آیین نامه اجرائی آن می باشد این موارد عبارتند از:

- ✓ توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان، نمایندگی های مجاز و عرضه کنندگان خودرو یا واسطه های خدمات پس از فروش بر اساس آیین نامه اجرائی قانون
- ✓ تدوین و اجرای آیین نامه اعطا و لغو امتیاز نمایندگی ها بر اساس الزام آیین نامه اجرایی قانون
- ✓ پرداخت خسارت خواب خودرو بر اساس الزامات آیین نامه اجرایی قانون

۳- هزینه

۳-۱- هزینه خدمات و قطعات

در خصوص ارزیابی این شاخص برنامه ریزی و کنترل هزینه های دریافتی از مشتریان در نمایندگی های مجاز مورد نظر می باشد که بر اساس موارد ذیل پایش خواهد شد :

۳-۱-۱-۱- تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات و قیمت قطعات یدکی، ابلاغ آن به نمایندگی های مجاز و اطلاع رسانی هزینه ها به مشتریان بر اساس الزام آیین نامه اجرائی قانون

۳-۱-۲- نظارت بر صدور صورت حساب و هزینه های دریافتی از مشتریان در نمایندگی های مجاز بر اساس دستورالعمل زمان و نرخ استاندارد تعمیرات مطابق الزام آیین نامه اجرائی قانون

۴- نتیجه عملکرد

در این بخش نتیجه عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو در راستای سه شاخص اصلی ارائه خدمات پس از فروش یعنی کیفیت، سرعت و هزینه خدمات مورد پایش قرار خواهد گرفت. سر فصل های ارزیابی نتایج عملکرد عرضه کنندگان خودرو عبارتند از :

۴-۱- رضایتمندی

۴-۱-۱- نتایج مشتریان

ارزیابی رضایتمندی مشتریان عمده ترین شاخص پایش عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو می باشد. این شاخص در مجموع ۶۰ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان خودرو را شامل می شود. رضایتمندی مشتریان بر مبنای پرسشنامه مندرج در دستورالعمل اجرائی اندازه گیری رضایت مشتریان و مطابق جدول ۲-۳ می باشد.

جدول ۲-۳ پرسش های ارزیابی رضایتمندی مشتریان

شماره پرسش	نوع پرسش
۲،۳،۴،۵،۸،۹،۱۱،۱۵،۱۶،۱۷،۱۹	پرسش با طیف پنج گزینه ای
۱،۱۰،۱۳،۱۴	پرسش کنترلی
۷،۶	پرسش شاخص کارایی
۱۸	پرسش عملکردی شرکت
۷،۱۲	پرسش عملکردی نمایندگی

۴-۱-۲- نتایج نمایندگی ها (رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو)

با عنایت با اینکه رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان خودرو بر رضایتمندی مشتریان نیز تاثیرگذار می باشد بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان خودرو مورد بررسی قرار خواهد گرفت. چگونگی سنجش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو در بخش چهارم به صورت کامل تشریح شده است.

۴-۲- نتایج فرآیندها

۴-۲-۱- بررسی اثر بخشی اجرای فرآیندها

در این بخش به بررسی اثربخشی فرآیندهای اجرا شده در مراحل قبلی می پردازیم و با توجه به اهمیت موضوع در مجموع ۳۰ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان خودرو را شامل می شود.

جدول ۲-۴ رتبه بندی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

بر اساس امتیازات کسب شده در فرآیند ارزیابی های ادواری در پایان هر سال رتبه شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز آنها مطابق جداول ذیل محاسبه و اعلام خواهد شد.

امتیاز زیر شاخص			امتیاز کل (A)	رتبه	
ضریب خدمت*	امتیاز توسعه شبکه	نتیجه عملکرد			
حداقل ۷۵	حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A \leq 100$	★★★	یک
حداقل ۵۰	-	حداقل ۷۰ درصد	$70 \leq A < 85$	★★☆	دو
-	-	حداقل ۵۵ درصد	$55 \leq A < 70$	★☆☆	سه
-	-	پایین تر از ۵۵ درصد	$A < 55$	☆☆☆	مردود

تبصره ۱

شرکتهایی که در ارزیابی های ادواری همکاری لازم جهت انجام ارزیابی ها را به عمل نیاورند با امتیاز صفر به عنوان مردود شناخته خواهند شد.

* ضریب خدمت : عبارت است از میزان تحت پوشش قرار دادن کلیه خودروهای فروخته شده توسط شرکت عرضه کننده خودرو طی ۱۰ سال دوران تعهد که مطابق با فرمول ذیل محاسبه می گردد.

$$X = \frac{\text{آمارمجموع مراجعات سال}}{\sum_{i=1}^{10} R_i E_i P_i}$$

R = نرخ بقاء خودرو در شبکه

E = ضریب مراجعه سالانه خودروها

P = تعداد تولید محصول

i = سال تولید

پارامترهای اشاره شده در فرمول فوق بر اساس اطلاعات دریافتی از شرکت های عرضه کننده خودرو اخذ و پس از تایید توسط بازرس اعمال می گردد.

تبصره ۲

شرکتهای متقاضی واردات خودرو نیز جهت شروع فعالیت می بایست حداقل ۵۵ درصد از امتیاز مجموع شاخص های کیفیت، سرعت و هزینه خدمات پس از فروش را کسب نمایند.

جدول ۲-۵ رتبه بندی نمایندگی مجاز

امتیاز زیر شاخص ها		رتبه	امتیاز کل (A)
نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی به تفکیک شاخص های نیروی انسانی، تجهیزات، فضای فیزیکی و نظام آراستگی و غیره		
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد	★★★★★	$95 \leq A \leq 100$
حداقل ۷۵ درصد	حداقل ۸۰ درصد	★★★★☆	$85 \leq A \leq 95$
حداقل ۶۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	★★★☆☆	$70 \leq A < 85$
حداقل ۵۵ درصد	حداقل ۶۰ درصد	★★☆☆☆	$55 \leq A < 70$
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر از ۶۰ درصد	☆☆☆☆☆	$A < 55$

تبصره ۳

چنانچه امتیاز کلی یک نمایندگی در محدوده یکی از رتبه های ۱ و ۲ قرار گرفت، لیکن امتیاز زیر شاخص ها در آن نمایندگی به حد تعریف شده رتبه مورد نظر نبود، حداکثر یک رتبه تنزل جهت آن نمایندگی منظور خواهد شد.

تبصره ۴

در ارزیابی های ادواری کلیه نمایندگی های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند می بایست توسط شرکتهای عرضه کننده خودرو جهت ارزیابی معرفی شوند در غیر اینصورت به عنوان مردود شناخته شده و مجاز به ارائه خدمات به مشتریان نخواهند بود ضمناً امتیاز این نمایندگی ها صفر در نظر گرفته خواهد شد و در متوسط امتیاز شبکه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده مربوطه لحاظ می گردد.

تبصره ۵

نظر به رسالت دستورالعمل ، ارزیابی ادواری کلیه نمایندگی های مجاز به صورت سرزده و بدون هماهنگی قبلی با شرکت های عرضه کننده خودرو صورت می پذیرد.

* نمایندگی مجاز در صورت حائز رتبه ممتاز خواهد شد که علاوه بر کسب شروط تعیین شده در جدول ۲-۵

رتبه بندی نمایندگی مجاز وجود موضوعات ذیل احراز شده باشد:

ردیف	شرایط
۱	کف پوش های نوین صنعتی
۲	امکان استفاده از اینترنت وایرلس رایگان در محل انتظار مشتریان
۳	امکان رویت خودرو در حین انجام تعمیرات از طریق نمایشگر و یا پنجره مشرف به فضای تعمیر خودرو
۴	آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۱۸۰۰۰ و ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ و ۹۰۰۱
۵	تدوین و اجرای نظام انگیزشی کارکنان
۶	متوسط پذیرش روزانه نمایندگی بیش از متوسط پذیرش شرکت عرضه کننده
۷	کسب حداقل امتیاز ۹۰٪ در شاخص ایمنی
۸	بالتر بودن نسبت پذیرش خودروهای وارانتهی به خودروهای گارانتهی

شرایط تشویق و تنبیه بر اساس عملکرد

۱- چنانچه هر یک از نمایندگی های مجاز در ارزیابی های دوره ای مردود شناخته شوند، ۲ ماه از زمان اعلام نتایج ارزیابی به نمایندگی مربوطه فرصت داده می شود تا نسبت به اصلاح موارد اقدام نماید و پس از آن لازم است جهت ارزیابی مجدد از طرف شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش به بازرسی معرفی گردد.

چنانچه نمایندگی مجاز در فرصت تعیین شده نسبت به رفع کاستی ها اقدام ننماید و یا در ارزیابی مجدد نیز مردود شناخته شود بصورت موقت و تا زمان ارتقاء سطح نمایندگی، امتیاز فروش و خدمات ضمانت (گارانتی) نمایندگی لغو و مجاز به پذیرش مشتریان نمی باشد.

نمایندگی که امتیاز آن به صورت موقت لغو شده است میبایست با مجوز مجدد بازرسی در ارزیابی دوره ای بعد شرکت نماید و در صورتیکه نتواند سطح کیفی قابل قبول را کسب نماید امتیاز خدمات فروش و خدمات نمایندگی به صورت دائم لغو خواهد شد که در این صورت نمایندگی مربوطه مجاز به ادامه فعالیت در هیچ یک از شرکت های عرضه کننده خودرو نخواهد بود.

۲- محدودیت های ذیل در مورد شرکتهای عرضه کننده که امتیازات خدمات پس از فروش آنها از حد قابل قبول* پایین تر باشد می تواند اعمال می گردد :

- عدم استفاده از تسهیلات ماده ۱۳۸ قانون مالیاتها

- عدم دریافت مجوز پیش فروش

- عدم صدور مجوز توسعه و افزایش ظرفیت تولید

- عدم تمدید گواهینامه ثبت نمایندگی رسمی شرکت خارجی

* رتبه های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و امتیاز پایین تر از رتبه ۳ مردود می باشد.

۳- رتبه های ارزیابی خدمات پس از فروش بعنوان یکی از معیارهای اصلی پاداش مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره منظور خواهد شد.

۴- رتبه های ارزیابی نمایندگی های مجاز می بایست بعنوان یکی از ملاک های اصلی نظام انگیزشی نمایندگی ها در دستورالعمل تشویق منظور گردد.

۵- نظام انگیزشی نمایندگی ها میبایست در بازه های زمانی مشخص مورد پایش قرار گیرد و بر این اساس اقدامات اصلاحی مناسب تعریف گردد.

بخش سوم

شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز

۱- تعاریف مربوط به نمایندگی های مجاز:

۱-۱- فضای تعمیراتی:

به محلی که دارای نیروی انسانی، فضای فیزیکی و تجهیزات مناسب جهت انجام تعمیرات خودرو در نظر گرفته می شود اطلاق می گردد که لازم است فضای تعمیراتی مسقف و دارای تابلوی نوع فعالیت باشد.

۱-۲- انبار قطعات یدکی:

محلی که برای نگهداری قطعات یدکی در نظر گرفته شده است و بایستی دارای قفسه بندی مناسب و همچنین دارای سیستم کدبندی قطعات یدکی باشد.

تبصره ۱

برای کنترل موجودی، انبارهای لوازم یدکی باید حداقل به سیستم کاردکس مجهز باشد.

تبصره ۲

نمایندگی میبایست جهت برنامه ریزی تامین قطعات یدکی اقدام به تعریف نقطه سفارش و نقطه ذخیره احتیاطی نماید و نظارت بر اجرای آن را نیز انجام دهد.

۱-۳- انبار قطعات داغی:

این انبار محلی برای جمع آوری قطعات و لوازم داغی در نمایندگی می باشد.

۱-۴- انبار مواد مصرفی:

این انبار برای نگهداری روغنها، ضدیخ، گریس و سایر مواد مصرفی در نمایندگی در نظر گرفته میشود.

۱-۵- انبار ابزار آلات:

بمنظور نگهداری مناسب از ابزار مخصوص و ابزار دقیق از این انبار استفاده میگردد.

تبصره

این انبارها می توانند در یک فضا بصورت مجزا و مشخص قرار گرفته شده باشند.

۱-۶- پارکینگ خودروهای منتظر تعمیر و تعمیر شده:

از این پارکینگ برای توقف خودروهای تعمیر شده و منتظر تعمیر استفاده می گردد. پارکینگ باید به گونه ای باشد که امکان ورود و خروج خودروها به راحتی در آن وجود داشته باشد.

۱-۷- نگهداری و تعمیرات:

نمایندگی می بایست جهت تجهیزات مشخص شده در جدول ۳-۲- ۹ اقدام به تدوین دستورالعمل نگهداری و تعمیرات نموده به نحوی که برنامه زمان بندی، نوع سرویس و سایر شرایط مورد نیاز در آن تعریف شده باشد.

۱-۸- نمایندگی فعال:

نمایندگی فعال محسوب می گردد که تا زمان شروع فرایند ارزیابی نمایندگی های مجاز مشغول به فعالیت بوده است.

تبصره

بدیهی است اعلام لغو و یا تعلیق بودن نمایندگی در بازه انجام ارزیابی توسط بازرس مورد صحه گذاری قرار خواهد گرفت.

۱-۹- نقطه سفارش:

منظور از نقطه سفارش سطحی از موجودی است که جوابگوی "نیاز نمایندگی" در دوره انتظار برای تامین مجدد می باشد.

۱-۱۰- ذخیره احتیاطی:

ذخیره احتیاطی یا حداقل موجودی عبارت است از میزان اضافه موجودی انبار برای جلوگیری از کمبود های احتمالی در زمان انتظار جهت دریافت قطعه .

شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز

✓ نیروی انسانی

✓ امکانات و تجهیزات

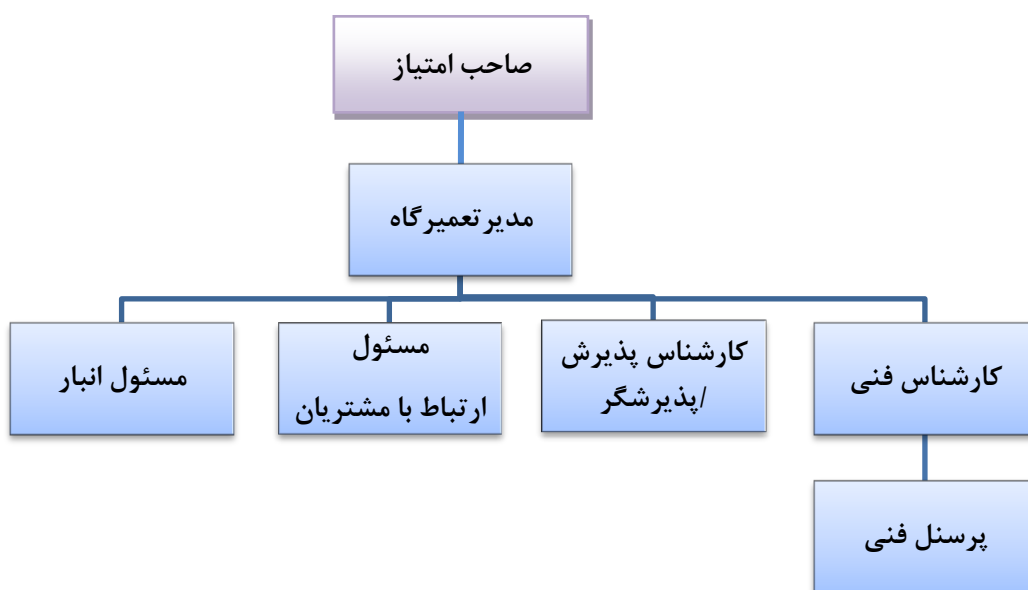
✓ فرایندهای مرتبط با حقوق مصرف کنندگان

✓ امتیازهای تشویقی

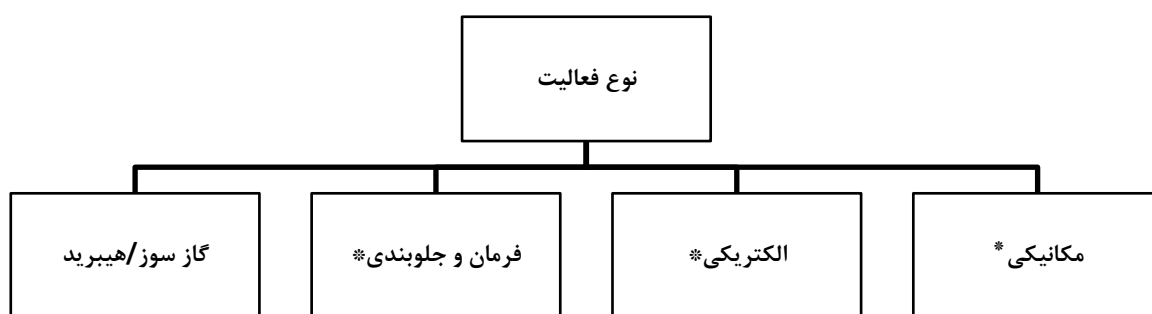
۱- نیروی انسانی

مدیریت و نیروی انسانی یکی از پارامترهای مهم در نمایندگی مجاز به جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان محسوب می گردد که بر این اساس تعیین تعداد نیروی انسانی کافی با توجه به تعداد پذیرش در هر نمایندگی مجاز به جهت برآورده کردن امکانات خدماتی صحیح و موثر می بایست صورت گیرد.

۱-۱- ساختار سازمانی نمایندگی مجاز



* صاحب امتیاز نمایندگی می تواند در صورت احراز شرایط مدیر تعمیرگاه ، این سمت را نیز به عهده داشته باشد.



*وجود فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلو بندی در هر نمایندگی مجاز الزامی می باشد.

۱-۲- تعیین تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در نمایندگی مجاز

جدول ۱-۳-۱ تعداد نفرات مورد نیاز مدیریت و نیروی انسانی نمایندگی سبک

تعداد				سمت	ردیف
$30 \leq R$	$20 \leq R < 30$	$10 \leq R < 20$	$0 < R < 10$		
۱				مدیر نمایندگی	۱
۱	۱	۱		کارشناس پذیرش	۲
۲	۱			پذیرشگر	۳
۱	۱			مسئول ارتباط با مشتریان	۴
۱				مسئول انبار	۵

$R =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه

جدول ۱-۳-۱ تعداد نفرات مورد نیاز مدیریت و نیروی انسانی نمایندگی سنگین

تعداد				سمت	ردیف
$15 \leq R$	$10 \leq R < 15$	$5 \leq R < 10$	$0 < R < 5$		
۱				مدیر نمایندگی	۱
۱	۱	۱		کارشناس پذیرش	۲
۲	۱			پذیرشگر	۳
۱	۱			مسئول ارتباط با مشتریان	۴
۱				مسئول انبار	۵

جدول ۱-۳-۲ تعداد نفرات مورد نیاز کارشناس فنی نمایندگی سبک

تعداد					سمت	ردیف
$40 \leq T$	$30 \leq T < 40$	$20 \leq T < 30$	$10 \leq T < 20$	$0 < T < 10$		
۵	۴	۳	۲	۱	کارشناس فنی	۱

$T =$ تعداد پرسنل فنی ($T_M + T_C + T_E + T_G$)

جدول ۳-۱-۲ تعداد نفرات مورد نیاز کارشناس فنی نمایندگی سنگین

تعداد					سمت	ردیف
$20 \leq T$	$15 \leq T < 20$	$10 \leq T < 15$	$5 \leq T < 10$	$0 < T < 5$		
۵	۴	۳	۲	۱	کارشناس فنی	۱

$$T = T_M + T_C + T_E + T_G$$

تبصره ۱

تعیین تعداد پرسنل فنی مورد نیاز در هر فعالیت تعمیراتی (مکانیکی، برق، جلوبندی و گازسوز/هیبرید) در نمایندگی مجاز بر اساس تعداد پذیرش:

جدول ۳-۱-۳ تعداد نفرات مورد نیاز پرسنل فنی نمایندگی سبک

پست	مکانیک	جلوبندی کار	برق کار	گازسوز کار / هیبرید کار
نماد	T_M	T_C	T_E	T_G
نحوه محاسبه	$\left[\frac{R_M * 2.5}{t} \right]$	$\left[\frac{R_C * 1.5}{t} \right]$	$\left[\frac{R_E * 1}{t} \right]$	$\left[\frac{R_G * 1.5}{t} \right]$

جدول ۳-۱-۳ تعداد نفرات مورد نیاز پرسنل فنی نمایندگی سنگین

پست	مکانیک	جلوبندی کار	برق کار	گازسوز کار / هیبرید کار
نماد	T_M	T_C	T_E	T_G
نحوه محاسبه	$\left[\frac{R_M * 4}{t} \right]$	$\left[\frac{R_C * 3}{t} \right]$	$\left[\frac{R_E * 2}{t} \right]$	$\left[\frac{R_G * 3.2}{t} \right]$

$$R_M = \text{متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت مکانیکی}$$

$$R_C = \text{متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت جلوبندی}$$

$$R_E = \text{متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت الکتریکی}$$

$$R_G = \text{متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت گازسوز و هیبرید کار}$$

t = ساعت کار نمایندگی در یک روز (به صورت پیش فرض ساعت کارکرد نمایندگی ۸ ساعت در نظر گرفته می شود و در صورت وجود بانک اطلاعاتی مشخص از وضعیت ساعت کارکرد نمایندگی های مجاز و صحه گذاری آن توسط شرکت های عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش و پس از تایید آن توسط بازرس جهت نمایندگی هایی که بیش از ۸ ساعت در روز فعالیت دارند، ساعت فعالیت آنها لحاظ خواهد شد)

- محاسبه تعداد پرسنل فنی در نمایندگی های مجاز بر اساس گرد کردن افزایشی (Round up) مجموع تعداد پرسنل هر فعالیت تعمیراتی محاسبه خواهد شد.

تبصره ۲ (در خصوص نمایندگی های سبک)

✓ در مورد نمایندگی های مجاز با پذیرش روزانه ۱ تا ۱۰ خودرو وجود یک نفر به عنوان کارشناس فنی، کارشناس پذیرش و مسئول ارتباط با مشتریان مورد قبول می باشد که لازم است ضمن احراز شرایط کارشناس فنی دوره های آموزشی مربوط به پذیرشگر و مسئول ارتباط با مشتریان را نیز گذرانده باشد

✓ در صورتی که متوسط تعداد پذیرش روزانه نمایندگی مجاز ۵ خودرو و یا کمتر باشد، وجود حداقل ۲ پرسنل فنی که آموزش های مربوط به فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلوبندی و گاز سوز (در صورت وجود فعالیت) را گذرانده باشد در نمایندگی قابل قبول می باشد.

تبصره ۳ (در خصوص نمایندگی های سنگین)

✓ در مورد نمایندگی های مجاز با پذیرش روزانه یک تا پنج خودرو وجود یک نفر به عنوان کارشناس فنی، کارشناس پذیرش و مسئول ارتباط با مشتریان مورد قبول می باشد که لازم است ضمن احراز شرایط کارشناس فنی دوره های آموزشی مربوط به پذیرشگر و مسئول ارتباط با مشتریان را نیز گذرانده باشد

✓ در صورتی که متوسط تعداد پذیرش روزانه نمایندگی مجاز سه خودرو و یا کمتر باشد، وجود حداقل دو پرسنل فنی که آموزش های مربوط به فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلوبندی و گاز سوز (در صورت وجود فعالیت) را گذرانده باشد در نمایندگی قابل قبول می باشد.

تبصره ۴

✓ علاوه بر پرسنل مورد نیاز مطابق با جدول بالا سایر پرسنل شاغل در پست های یاد شده در نمایندگی نیز ثبت و مطابق با جداول شرایط احراز ارزیابی خواهند گردید.

✓ نفراتی قابل ثبت و ارزیابی می باشند که حداقل یک ماه از تاریخ شروع کار آنها در نمایندگی مجاز مورد ارزیابی گذشته باشد، حداقل سن آنها ۱۸ سال تمام بوده و در کلیه ساعت های کاری نمایندگی فعالیت داشته باشد. ارائه مدارک و مستندات جهت اثبات این موضوع توسط نمایندگی مجاز الزامی است.

تبصره ۵

نحوه محاسبه و افراز تعداد پرسنل فنی مطابق با حجم پذیرش هر یک از فعالیت ها خواهد بود.

تبصره ۶

کلیه پرسنل نمایندگی مجاز می بایست از طرف عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش به عنوان پرسنل نمایندگی مجاز با ثبت عنوان شغلی مورد تایید قرار گرفته باشد.

تبصره ۷

واسطه خدمات پس از فروش می بایست بسته آموزشی مورد نیاز کارشناس فنی، پذیرشگر، مسئول انبار، کارشناس سیستم و ارتباط با مشتری و پرسنل فنی را طراحی و کلیه سر فصل های آموزشی مورد نیاز را به آنها آموزش دهد و پس از اطمینان از کسب مهارتهای لازم توسط آنها برای ایشان، گواهینامه تایید صلاحیت احراز پست مربوطه در خصوص کلیه خودروهای تحت مسئولیت آن نمایندگی صادر نماید. سر فصل های این بسته آموزشی می بایست حداقل شامل موارد مورد اشاره در این دستورالعمل باشد.

نحوه امتیاز دهی پرسنل ستادی و کارشناس فنی:

محاسبه امتیاز آموزش براساس گذراندن کلیه دوره های آموزشی مورد نیاز هر پست می باشد

نحوه امتیاز دهی پرسنل فنی:

محاسبه امتیاز آموزش بر اساس نوع آموزشی فردی و گروهی میباشد.

آموزش فردی: گذراندن حداقل یک سرفصل از یکی از خودروهایی تحت مسئولیت نمایندگی

$T_s =$ (تعداد دوره ها \times تعداد پرسنل) \div (تعداد دوره های گذرانده شده مستقل از نوع خودرو)

آموزش گروهی: مجموع دوره های آموزشی مورد نیاز در هر پست کاری بر اساس تعداد پذیرش روزانه کلیه خودروهایی تحت مسئولیت

$T_p =$ (تعداد دوره ها \times تعداد پرسنل) \div (تعداد دوره های گذرانده شده مستقل از نوع خودرو)

تبصره ۸- بسته آموزشی بر اساس پذیرش خودرو در فعالیت مربوطه محاسبه می گردد.

۱-۳- شرایط احراز پرسنل نمایندگی های مجاز

۱-۳-۱- مدیر نمایندگی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس و بالاتر با سه سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو
- فوق دیپلم با پنج سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم با هفت سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

- آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی شرکت مربوطه
- مدیریت نمایندگی با توجه به الزامات شرکت خودرو ساز
- آشنایی با الزامات آخرین بازنگری دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو
- مشتری مداری
- ایمنی گاز سوز (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گاز سوز باشد)

• آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO 9001

▪ شرح وظایف

- نظارت بر سیستم خدمات پس از فروش
- طراحی، سازماندهی و برنامه ریزی خدمات
- نظارت بر چگونگی رسیدگی به شکایات مشتریان و بررسی روند آنها
- نظارت بر نحوه ارائه خدمات گارانتی و وارانتهی
- بکارگیری استراتژی های کسب و کار در جهت رسیدن به اهداف تجاری
- نظارت بر کنترل کیفی تعمیرات و خودروهای برگشتی
- تجزیه و تحلیل شرایط بازار
- تجزیه و تحلیل شاخص های کلیدی عملکرد
- ارتباط مستقیم با عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش

۱-۳-۲- کارشناس فنی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس فنی و بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- فوق دیپلم فنی با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم فنی با حداقل شش سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- مشتری مداری
- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم موتور، سیستم گیربکس، سیستم سوخت رسانی، سیستم ترمز ، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم تهویه مطبوع و تعمیرات آن، سیستم تعلیقات خودرو، روش کار با کلیه ابزار مخصوص ها و دوره تخصصی تعمیرات سیستم های گازسوز CNG / هیبرید و ایمنی (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گاز سوز باشد)

▪ شرح وظایف

- ارائه مشاوره فنی و پاسخ به سؤالات پرسنل نمایندگی در ارتباط با مسائل نگهداری خودرو، تعمیرات، کاربرد ابزار مخصوص و تجهیزات، انتخاب روانکارها، سوخت و سایر مواد مصرفی در موتور و ارائه توصیه های لازم برای جلوگیری از بروز سوانح و عیوب خودرو
- آموزش پرسنل فنی و تعمیرکاران نمایندگی مجاز
- انجام آزمایش های لازم قبل از شروع کار تعمیرات و انجام عملیات تعمیراتی به طور سیستماتیک با توجه به موعد تحویل خودرو و در نهایت ارائه مشاوره به مشتریان
- دریافت اطلاعاتی های فنی، دستورالعمل های فراخوان و نظارت بر اجرای اطلاعاتی ها و دستورالعمل ها، نگهداری و طبقه بندی و آموزش آن به پرسنل نمایندگی
- حفظ و نگهداری مستندات فنی برای هر کدام از مدل های خودرو در آرشیو فنی و بروز کردن آنها
- بررسی نحوه تعمیرات انجام شده توسط پرسنل فنی
- انجام تستهای لازم بر روی خودرو قبل از تحویل آن به مشتری
- ارائه گزارشات مورد نیاز به مدیریت نمایندگی

۱-۳-۳- کارشناس پذیرش

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم فنی و یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- پذیرش
- مشتری مداری
- دوره های تعمیرات شامل : سیستم موتور، سیستم گیربکس، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم تعلیقات خودرو و تعمیرات سیستم گاز سوز/هیبرید خودرو(در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گاز سوز/هیبرید باشد)

▪ شرح وظایف

- برنامه ریزی و کنترل نوبت دهی
- پذیرش محترمانه مشتری و تکمیل فرم های مربوطه
- تخمین زمان مورد نیاز و هزینه تعمیر خودرو
- پیگیری تعمیرات و هماهنگی با مشتری در صورت لزوم در حین انجام کار
- تحویل خودرو به مشتری با ارائه توضیحات و توصیه های لازم
- اطمینان از جلب رضایت مشتری در هنگام تحویل خودرو
- شرح تعمیرات و خدمات انجام شده برای مشتری
- ترخیص خودرو

۱-۳-۳- پذیرشگر

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- پذیرش
- مشتری مداری

▪ شرح وظایف

- ثبت ایرادات خودرو بر اساس اظهارات مشتری
- پیگیری تعمیرات و هماهنگی با مشتری در صورت لزوم در حین انجام کار
- ترخیص خودرو

۱-۳-۴- مسئول انبار

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

• آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه

• قطعه شناسی

• اصول انبار داری

• اصول 5S

• ایمنی انبار

تبصره ۱

دوره اصول انبارداری میبایست سرفصل های انبار گردانی، کنترل موجودی، کد گذاری اقلام، نحوه چیدمان، آدرس دهی و سفارش گذاری را پوشش دهد.

▪ شرح وظایف

• ایجاد سیستم سفارش گذاری منظم در بازه های زمانی مورد نیاز با در نظر گرفتن میزان موجودی، نرخ مصرف و نقطه سفارش

• طبقه بندی و کدگذاری قطعات

• کنترل موجودی انبار و بهینه کردن مدیریت موجودی

• ایجاد سیستم سفارش گذاری منظم در بازه های زمانی مورد نیاز با در نظر گرفتن میزان موجودی، نرخ مصرف و نقطه سفارش

• رعایت شرایط نگهداری قطعات یدکی در انبار

• بایگانی اسناد و مدارک مرتبط با انبار و سفارش گذاری

• تحویل گرفتن قطعات خریداری شده مطابق با نیاز سنجی خرید

• صدور حواله هنگام تحویل دادن قطعات

• ارائه گزارشات لازم به مدیریت نمایندگی

۱-۳-۵- مسئول ارتباط با مشتریان

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ فوق دیپلم یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کاری مرتبط

▪ دوره های آموزشی

• آشنایی با آخرین ویرایش الزامات سیستم های مدیریت کیفیت ISO 9001 ,ISO 10002

,ISO10004

• آشنایی با الزامات آخرین بازنگری دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو

• مشتری مداری

• اصول و فنون مذاکره

▪ شرح وظایف

• کمک به توسعه و حفظ روابط با مشتریان

• بررسی سریع شکایات مشتریان

• تجزیه و تحلیل مناسب شکایات مشتریان

• طراحی و توسعه برنامه های افزایش ارتقاء سطح رضایت مندی مشتریان

• حفظ مستندات و سوابق مرتبط

• نظارت بر نحوه پیاده سازی و اجرای سیستم مدیریت کیفیت

• تماس با مشتریان جهت تکمیل نمودن فرم های نظر سنجی

• پیگیری مراحل انجام تعمیرات خودرو و اطلاع رسانی آن به مشتری

• هماهنگی با مشتریان در صورت تاخیر در انجام تعمیرات و یا تغییر هزینه ها

مکانیک :

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دیپلم و یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

• دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم موتور، سیستم گیربکس، سیستم سوخت رسانی، سیستم ترمز، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، روش کار با ابزار مخصوص

برق کار :

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دیپلم و یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

• دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم برق، سیستم تهویه مطبوع و تعمیرات آنها، سیستم سوخت رسانی ، روش کار با ابزار مخصوص، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب

جلوبندی کار :

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دیپلم و یا بالاتر با حداقل چهارسال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم فرمان، سیستم تعلیق، سیستم جلوبندی، سیستم ترمز، روش کار با ابزار مخصوص گازسوزکار/هیبریدکار :

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم و یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم برق (مربوط به سوخت رسانی گازسوز/هیبرید)، سیستم موتور (مربوط به سیستم گازسوز/هیبرید)، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، روش کار با ابزار مخصوص و ایمنی

تبصره ۱

رشته های تحصیلی فنی عبارتند از :

مهندسی مکانیک (کلیه گرایش ها)، برق (کلیه گرایش ها)، اتومکانیک و ماشین آلات کشاورزی، تعمیرات مکانیکی، تعمیر و نگهداری خودرو، کنترل کیفی قطعات خودرو، الکترو تکنیک

تبصره ۲

رشته های کامپیوتر (سخت افزار) و خدمات پس از فروش بعنوان رشته های تحصیلی مرتبط در سمت های پذیرش و کارشناس فنی مورد قبول می باشد.

تبصره ۳

دوره آموزشی سیستم ترمز بسته به اعلام واسطه خدمات پس از فروش، مربوط به یکی از پست های مکانیکی یا جلوبندی می باشد و شرکت عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش می تواند دوره آموزشی مذکور را برای یکی از پست های مکانیک و جلوبندی لحاظ نماید.

تبصره ۴

در صورت برگزاری دوره های آموزشی در سایر مراکز آموزشی خارج از شرکت واسطه خدمات پس از فروش، ثبت دوره های آموزشی با تایید شرکت واسطه خدمات پس از فروش امکان پذیر می باشد.

۴-۱- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۲۶ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در جداول ۱-۱-۳، ۲-۱-۳، ۳-۱-۳ سبک و سنگین و براساس ضرایب جدول ۳-۱-۴ تعیین می گردد.

جدول ۳-۱-۴ ضرایب پرسنل تعمیرگاه مجاز

ردیف	سمت	ضریب
۱	کارشناس فنی	۳
۲	کارشناس پذیرش	۲
۳	پذیرشگر	۱
۴	پرسنل فنی شامل مکانیک، برق کار، جلوبندی کار و گازسوز کار/هیبریدکار	۲
۵	مدیر نمایندگی	۱.۵
۶	کارشناس سیستم و ارتباط با مشتریان	۱.۵
۷	انباردار	۱.۵

تبصره ۱

بسیست درصد امتیاز هر یک از پرسنل مربوط به سوابق تحصیلی و کاری و هشتاد درصد مابقی مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد.

تبصره ۲

مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- مدارک صادر شده توسط وزارت آموزش و پرورش
- مدارک صادر شده توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری

سوابق کاری مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- لیست بیمه

تبصره ۳

در خصوص سوابق کاری و تحصیلی پرسنل نمایندگی های مجاز امتیاز سوابق ارائه شده در ارزیابی به نسبت سوابق تعیین شده در دستورالعمل لحاظ می گردد.

تبصره ۴

سوابق و مستندات دوره های آموزشی برگزار شده توسط واسطه خدمات پس از فروش با اعلام بازرسی می بایست توسط انجمن صنفی شرکت های خدمات پس از فروش مورد تایید قرار گیرد.

تبصره ۵

در خصوص مدارک تحصیلی و سوابق شغلی فقط اصل و یا کپی برابر اصل مدرک که توسط دفاتر اسناد رسمی و همراه با مهر برجسته صادر شده باشد قابل قبول خواهد بود.
ارائه سوابق آموزشی از طریق سایت رسمی شرکت واسطه خدمات پس از فروش و یا اصل گواهینامه آموزشی همراه با مهر شرکت مربوطه قابل قبول میباشد.

۲- تجهیزات تعمیرگاهی

۲-۱- بالابرها (نمایندگی های سبک)

در نمایندگی های سبک حداقل نیمی از فضا های تعمیراتی مکانیکی و فرمان و جلوبندی مورد نیاز می بایست مجهز به بالابر دو ستونه یا قیچی باشند.

تبصره ۱

در صورت انجام فعالیت گاز سوز در نمایندگی وجود حداقل یک بالابر دو ستونه یا قیچی در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

تبصره ۲

در کلیه نمایندگی های مجاز به منظور انجام فعالیت تنظیم فرمان وجود یک جک چهارستونه (یا جک قیچی دابل) همراه با صفحات لغزان و گردان و جک تودلی الزامی است.

۲-۲- بالابرها (نمایندگی های سنگین)

در نمایندگی سنگین حداقل نیمی از فضاهاى تعمیراتی مکانیکی و فرمان و جلوبندی مورد نیاز می بایست مجهز به چال سرویس یا جک موبایل باشند.

تبصره ۱

در صورت انجام فعالیت گاز سوز در نمایندگی وجود حداقل یک چال سرویس یا جک موبایل در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

تبصره ۲

در کلیه نمایندگی های مجاز به منظور انجام فعالیت تنظیم فرمان وجود یک جک چال سرویس همراه با صفحات لغزان و گردان الزامی است.

۲-۲- تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

تجهیزات عمومی تعمیرگاهی می بایست مطابق با جداول ۱-۲-۳ الی ۳-۲-۳ تهیه گردد.

جدول ۱-۲-۳ تعداد تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

امتیاز	تجهیزات	ردیف
۱۰	جرثقیل زنجیری سقفی یا جک سیار موتور درآر	۱
۱۰	پرس هیدرولیکی حداقل ۳ تن نمایندگی سبک پرس هیدرولیکی حداقل ۲۰ تن نمایندگی سنگین	۲
۱۰	دستگاه شستشوی قطعات (حداقل ابعاد مطابق با بلوک سیلندر کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۳
۱۰	کمپرسور هوا	۴
۵	میکرومتر* (۰-۲۵، ۲۵-۵۰، ۵۰-۷۵)	۵
۵	کولیس* (حداقل ۳۰ cm)	۶
۵	ساعت اندازه گیری با پایه*	۷
۵	دماسنج رادیاتور (نصب بروی درب رادیاتور کلیه خودروهای تحت مسئولیت) یا پیرومتر	۸
۱۰	دستگاه مکش روغن	۹
۱۰	میز دوار موتور و گیربکس با قابلیت نصب کلیه موتورها و گیربکس های خودروهای تحت مسئولیت نمایندگی	۱۰
۱۰	ترکمتر (مطابق با نیروی مورد نیاز تعیین شده در دستورالعمل های فنی کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۱۱
۱۰	دستگاه شارژ باطری	۱۲
۵	مولتی متر*	۱۳
۵	دستگاه تستر باطری (با قابلیت نمایش میزان شارژ دینام)	۱۴
۱۵	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر*	۱۵
۱۵	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو	۱۶
۲۰	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری*	۱۷
۱۵	دستگاه بالانس چرخ*	۱۸
۱۵	دستگاه آنالیز چهار گاز یا پنج گاز نمایندگی سبک دستگاه تست دود نمایندگی سنگین	۱۹
۵	گیج اندازه گیری کمپرسور موتور*	۲۰
۱۵	دستگاه شستشوی انژکتور(۱)- بر روی خودرو یا خارج از خودرو	۲۱
۱۰	دستگاه تست روغن ترمز	۲۲
۲۰	دستگاه عیب یاب	۲۳
۱۵	اگزوز فن (جهت نیمی از فضاهای مکانیکی و الکتریکی)	۲۴

جدول ۳-۲-۲ تعداد تجهیزات جایگاه گازسوز/هیبرید

ردیف	نوع تجهیزات	امتیاز
۱	دستگاه عیب یاب- دارای نرم افزار و سخت افزار مربوط به سیستم های گاز سوز	۲۰
۲	دستگاه نشت یاب	۱۰
۳	دستگاه آنالیز پنج گاز(در نمایندگی سبک)	۱۵

جدول ۳-۲-۳ تعداد تجهیزات تکمیلی

ردیف	تجهیزات تکمیلی	امتیاز
۱	دستگاه تزریق روغن	۱۰
۲	دستگاه تست ترمز (تست لاین)	۱۰
۳	دستگاه تست کمک فتر (تست لاین)	۱۰

تبصره ۳

در صورتی که شرکت عرضه کننده خودرو تاییدیه شرکت مادر (طراح خودرو) مبنی بر عدم نیاز به استفاده از دستگاه شستشوی انژکتور برای محصولات تحت پوشش را ارائه نماید، این دستگاه از فهرست تجهیزات مربوط به ارزیابی نمایندگی های مجاز آن شرکت حذف خواهد شد.

تبصره ۴

دستگاه میزان فرمان می بایست قابلیت اندازه گیری کلیه زوایای چرخهای جلو و عقب مطابق دستورالعمل فنی محصول (کستر، کمبر، کینگ پین، تو این و تو اوت) را دارا باشد. در غیر این صورت امتیازی به دستگاه تعلق نخواهد گرفت.

همچنین دستگاه فوق می بایست قابلیت استفاده برای کلیه محصولات تحت پوشش نمایندگی را دارا باشد. در غیر این صورت امتیاز ناقص برای دستگاه منظور می گردد. (مشروط به دارا بودن شرایط لازم)

تبصره ۵

در صورت عدم وجود صفحات لغزان، گردان و جک تودلی در بالابر به دستگاه میزان فرمان امتیازی تعلق نخواهد گرفت.

تبصره ۶

در صورت وجود قابلیت تعریف خودروها در نرم افزار دستگاه میزان فرمان، میبایست کلیه محصولات تحت پوشش نمایندگی در نرم افزار تعریف شده و حدود قابل پذیرش کلیه زوایا نیز در آن درج شده باشد.

تبصره ۷

وجود تجهیزات تکمیلی در نمایندگی ها اختیاری است و در صورت وجود، دارای امتیاز مازاد یا تشویقی می باشد. تجهیزات تکمیلی حداکثر ۲ امتیاز به امتیاز تجهیزات تعمیرگاهی اضافه می نماید که در صورت وجود هر یک از تجهیزات جدول فوق به نسبت امتیاز محاسبه خواهد شد.

۲-۳- کالیبراسیون، نگهداری و تعمیرات

تجهیزات و ابزار آلات مشخص شده در جدول ذیل نیاز به کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات دوره ای دارند. کالیبراسیون میبایست توسط یکی از مراجع معتبر که دارای گواهی تایید صلاحیت از سازمان ملی استاندارد ایران می باشد انجام گردد.

جدول ۲-۳-۸ تجهیزات مورد نیاز جهت کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات

ردیف	نوع تجهیزات	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	بالابر ها		✓
۲	پرس هیدرولیکی حداقل ۳ تن (سبک)	✓	✓
	پرس هیدرولیکی حداقل ۲۰ تن (سنگین)	✓	✓
۳	دستگاه شستشوی قطعات		✓
۴	کمپرسور هوا	✓	✓
۵	میکرومتر (mm ۰-۲۵، ۲۵-۵۰، ۵۰-۷۵)	✓	
۶	کولیس (حداقل ۳۰ cm)	✓	
۷	ساعت اندازه گیری با پایه	✓	
۸	دماسنج رادیاتور یا پیرومتر	✓	
۹	ترکمتر	✓	
۱۰	مولتی متر	✓	
۱۱	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر	✓	✓
۱۲	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری	✓	✓
۱۳	دستگاه بالانس چرخ	✓	✓
۱۴	دستگاه آنالیز چهار گاز و پنج گاز نمایندگی سبک	✓	
	دستگاه تست دود نمایندگی سنگین	✓	
۱۵	گیج اندازه گیری کمپرسور موتور	✓	
۱۶	دستگاه تست ترمز (تست لاین)		✓
۱۷	دستگاه تست کمک فنر (تست لاین)		✓

تبصره ۱

صرفاً به دستگاه ها و تجهیزات سالم که نصب و مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز تعلق می گیرد.

تبصره ۲

پرسنل فنی میبایست مهارت استفاده و دانش راه اندازی تجهیزات پست مرتبط با خود را داشته باشند. در صورت عدم مهارت پرسنل امتیازی به تجهیزات پست مربوطه تعلق نخواهد گرفت. در خصوص دستگاه عیب یاب در صورت مهارت استفاده فقط توسط کارشناس فنی بلامانع می باشد.

۲-۴- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۸ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش براساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

جدول ۳-۲-۹ ضرایب بالابرها و تجهیزات عمومی نمایندگی

ردیف	شرح	ضریب
۱	بالابرها	۱.۵
۲	تجهیزات عمومی نمایندگی	۷.۵

تبصره ۱

روش امتیاز دهی در بخش تجهیزات به شرح ذیل می باشد.

- ۱- در صورت وجود تجهیز به صورت ناقص، نیمی از امتیاز به آن تجهیز تعلق خواهد گرفت.
- ۲- در صورت وجود تجهیز به صورت خراب یا عدم استفاده یا عدم توانایی در استفاده از تجهیز امتیازی به آن تجهیز تعلق نخواهد گرفت.
- ۳- در صورت کالیبره نبودن هر یک از تجهیزات مورد نیاز ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد
- ۴- در صورت عدم اجرای نگهداری و تعمیرات تجهیزات مورد نیاز ۲۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

۳- شرایط محیطی

۳-۱- فضای فیزیکی

فضای فیزیکی در نمایندگی به سه بخش فضای ستادی و انبار، پارکینگ و فضای تعمیراتی تقسیم می گردد :

۳-۱-۱- فضای اداری، ستادی و انبار

جدول ۳-۳-۱ مترآژ مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی سبک

ردیف	نام واحد	حداقل مترآژ موجود در نمایندگی - متر مربع			
		$0 < R \leq 10$	$10 < R \leq 20$	$20 < R \leq 30$	$30 < R$
۱	پذیرش، ترخیص و فضای اداری	۱۰	۲۰	۳۰	۴۰
	محل ثبت پذیرش (فیزیکی و اداری)	۲۰	۳۰	۴۰	۵۵
۲	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۳۵	۴۰	۶۰	۸۰
	انبار روغن و روانکارها	۵	۵	۱۰	۲۰
	انبار قطعات داغی	۵	۵	۱۰	۲۰
	انبار ابزار آلات و تجهیزات	۵	۵	۱۰	۲۰
مجموع مترآژ		۸۰	۱۰۵	۱۶۰	۲۳۵

(متوسط تعداد پذیرش روزانه = R)

جدول ۳-۳-۱ مترائز مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی سنگین

ردیف	نام واحد	حداقل مترائز موجود در نمایندگی - متر مربع			
		$0 < R \leq 5$	$5 < R \leq 10$	$10 < R \leq 15$	$15 < R$
۱	پذیرش، ترخیص و فضای اداری	۱۰	۲۰	۳۰	۴۰
	محل ثبت پذیرش (فیزیکی و اداری)	۴۰	۶۰	۸۰	۱۱۰
۲	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۴۰	۵۰	۷۰	۹۰
	انبار روغن و روانکارها	۱۵	۱۵	۲۰	۳۰
	انبار قطعات داغی	۱۵	۱۵	۲۰	۳۰
	انبار ابزار آلات و تجهیزات	۱۰	۱۰	۱۵	۲۵
مجموع مترائز		۱۳۰	۱۷۰	۲۳۵	۳۲۵

(R=متوسط تعداد پذیرش روزانه)

تبصره ۱

در نمایندگی های مجاز قطعات یدکی، روغن ها و روانکارها، قطعات داغی و همچنین ابزارآلات و تجهیزات میتواند در یک فضا نگهداری شود، مشروط به اینکه قسمت نگهداری این اقلام در فضای مذکور تفکیک شده باشد. ضمناً در مواردی که محفظه یا قفسه هایی جهت نگهداری ابزار آلات و تجهیزات در نمایندگی تعبیه می گردد، فضای آن نیز به عنوان انبار ابزارآلات و تجهیزات مورد پذیرش خواهد بود.

تبصره ۲

در حوزه فضای اداری و انبارها طول و عرض فضای فیزیکی می بایست به اندازه ای باشد که علاوه بر کسب مترائز یاد شده در جدول ۳-۳-۱ نمایندگی سبک و سنگین قابلیت استفاده با عنوان آن را داشته باشد.

تبصره ۳

فضای فیزیکی پذیرش می بایست به گونه ای طراحی گردد که توقف خودرو برای پذیرش مانع از ورود و خروج سایر خودرو ها به داخل و یا خارج نمایندگی نشود.

۳-۱-۲- فضای تعمیراتی

الف - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سبک

جمع تعداد پرسنل فنی = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۲۸ متر مربع = ۴×۷ = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۱۴ متر مربع = ۴×۳.۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ب - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سنگین

جمع تعداد پرسنل فنی = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۵۰ متر مربع = ۵×۱۰ = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۲۵ متر مربع = ۵×۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ج - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس

جمع تعداد پرسنل فنی = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۷۵ متر مربع = ۵×۱۵ = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۳۷.۵ متر مربع = ۵×۷.۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

تبصره ۴

در صورتی که ۲ فضای تعمیراتی روبروی هم قرار گرفته باشند، وجود تنها یک فضای تردد در بین آنها کافی می باشد.

تبصره ۵

فضاهای تعمیراتی و انبارها می بایست مسقف باشد و حداقل ابعاد تعیین شده در آنها رعایت گردد.

۳-۱-۳- فضای پارکینگ (پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده)

الف- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سبک

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ × تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۱۱ متر مربع = ۲.۲×۵ = اندازه فضای هر پارکینگ

۷.۷ متر مربع = ۲.۲×۳.۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ب- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سنگین

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ × تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۲۴ متر مربع = ۳×۸ = اندازه فضای هر پارکینگ

۱۵ متر مربع = ۳×۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ج- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ * تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۳۶ متر مربع = ۳×۱۲ = اندازه فضای هر پارکینگ

۱۵ متر مربع = ۳×۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

تبصره ۶

در صورت افزایش فضای پارکینگ خودروهای فروش (در صورت کاربرد) و خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده در نمایندگی ثبت فضا بر اساس افزایش انجام شده صورت می پذیرد. در غیر این صورت فضای پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تحویل با نسبت ۷۰٪ محاسبه خواهد شد.

تبصره ۷

در نمایندگی های مجاز صرف نظر از تعداد پذیرش روزانه خودرو وجود حداقل سه فضای تعمیراتی و سه فضای پارکینگ خودرو الزامی بوده و مازاد بر آن بر اساس فرمول های مذکور محاسبه خواهد شد.

۳-۱-۴- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۹ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و براساس ضرایب جدول زیر محاسبه می گردد.

جدول ۳-۳-۲ ضرایب فضاهای تعمیراتی و تردد

ردیف	شرح	ضریب
۱	فضای تعمیراتی	۴
۲	فضای ستادی و انبار	۲
۳	فضای پارکینگ	۲
۴	فضای تردد خودرو	۱

تبصره ۱

مترای (طول و عرض) فضای تعمیراتی، فضای تردد و فضای پارکینگ چنانچه کمتر از ۸۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن بخش امتیازی تعلق نخواهد گرفت. در صورتیکه ۸۰ درصد و بیش از آن باشد امتیاز آن به نسبت محاسبه خواهد شد.

۴- الزامات محیطی

۴-۱- نظام آراستگی

نمایندگی می بایست کلیه الزامات نظام آراستگی را به نحوی مطلوب ایجاد و پیاده سازی نماید. نظام آراستگی شامل حوزه های پرسنل، تعمیرگاه و انبار می باشد.

۴-۱-۱ پرسنل

✓ کلیه پرسنل ستادی و تعمیرگاهی می بایست دارای لباس کار استاندارد شرکت مادر باشند.

✓ لباس پرسنل می بایست تمیز باشد.

✓ کلیه پرسنل ستادی می بایست دارای اتیکت شناسایی با فرمت مشخص شده از سوی شرکت خدمات پس از فروش بوده و روی لباس کار آنها نصب شده باشد.

✓ کلیه افراد شاغل (ذکر شده در دستور العمل) در تعمیرگاه باید دارای پرونده پرسنلی باشند- در پرونده های پرسنلی باید سوابق شغلی، سوابق تحصیلی، سوابق آموزشی موجود باشد.

۴-۱-۲- تعمیرگاه

✓ کلیه کتب فنی و دستورالعمل های خودروهای مورد استفاده در تعمیرگاه می بایست مطابق با آخرین تغییرات اعمال شده از سوی شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش موجود باشد و به صورت منظم در محل قابل دسترسی برای پرسنل مرتبط جمع آوری شده باشد. موارد فوق می تواند به صورت کاغذی و یا الکترونیکی باشد.

✓ قرار گرفتن قطعات داغی و معیوب در فضاهای تعمیراتی مجاز نمی باشد.

✓ کف سالن و فضاهای تعمیراتی، دیوارها و شیشه ها می بایست تمیز باشند.

✓ کف سالن و فضاهای تعمیراتی می بایست مسطح بوده و به گونه ای باشد که در حین انجام فعالیت های تعمیراتی گرد و غبار ایجاد نگردد.

تبصره ۱

✓ نمایندگی مجاز میبایست سیستم گرمایش و سرمایش لازم را در محل کار پرسنل اداری و تعمیرگاهی فراهم نماید.

✓ ابزارآلات و تجهیزات می بایست تمیز باشند

✓ کلیه خودروهای در حال تعمیر می بایست دارای روکش محافظ (شامل : روکش گلگیر، صندلی، زیرپایی، فرمان و دسته دنده) باشند.

۲-۴- تابلوها

تابلوهای راهنمای فعالیت ها و مکان های مختلف نمایندگی مشخص و در معرض دید مشتریان نصب شده باشد. این تابلوها باید بنحوی باشد که در زمان ورود مشتری به نمایندگی قابل رویت باشند.

جدول ۳-۳-۱ تابلوها و شرایط آنها

ردیف	نام تابلو	شرایط
۱	حقوق مشتریان	حداقل در قطع A2 بوده و اندازه متن و محل نصب آن بگونه ای باشد که به راحتی برای مشتریان قابل خواندن باشد
۲	رتبه نمایندگی	
۳	محل انتظار مشتریان	مطابق با الزامات شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش
۴	محل پذیرش، ترخیص و صندوق	
۵	انبار یدکی، انبار داغی، انبار روغن	
۶	پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده، پارکینگ فروش (در صورت مشمولیت)	
۷	مدیریت، حسابداری، مالی	
۸	فعالیت های تعمیراتی	
۹	ارتباط با مشتریان	
۱۰	کلیه تابلو های ایمنی	

تبصره ۲

تابلو حقوق مشتریان میبایست منطبق بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرایی آن باشد. توجه: در صورت عدم نصب تابلو حقوق مشتریان در محل قابل رویت مشتریان بیست درصد از جمع کل امتیاز کسب شده نمایندگی در دوره ارزیابی مربوطه کسر خواهد شد.

تبصره ۳

تابلو رتبه (به تفکیک شاخص های ارزیابی شامل وضعیت نیروی انسانی، تجهیزات، فضای فیزیکی، نظام آراستگی، رضایتمندی مشتریان، امتیاز کل بر حسب درصد و رتبه و دوره ارزیابی) نمایندگی در آخرین ارزیابی انجام شده با ذکر دوره ارزیابی و با فرمت تایید شده توسط بازرس مورد قبول می باشد. توجه: در صورت عدم تطابق امتیازات و رتبه تابلو نصب شده با نتایج اعلامی بازرس، ۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی به عنوان جریمه کسر خواهد گردید.

۴-۳- رفاه مشتری

✓ محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها می بایست متناسب با تعداد پذیرش روزانه نمایندگی باشد و حداقل ۳۰٪ مشتریانی که در یک روز پذیرش می شوند امکان استراحت در محل انتظار مشتریان را داشته باشد.

✓ محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.

✓ نمایندگی میبایست امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان، نمایشگر با امکان نمایش وضعیت خودرو در سالن تعمیرات در صورت عدم امکان مشاهده وضعیت خودرو از محل انتظار مشتریان، تلویزیون، و دستگاه آب سرد و گرم برای مشتریان ایجاد نماید.

۴-۴- ایمنی

✓ نمایندگی می بایست ریسک های ناشی از خطرات کار با دستگاهها و تجهیزات تعمیرگاهی را شناسایی نموده و طریقه پیشگیری از خطر را به صورت بصری و یا مکتوب به اطلاع پرسنل برساند. برای کاهش احتمال وقوع خطر اقدامات لازم را نیز اجرا نماید.

✓ بر اساس آیین نامه عمومی ایمنی در تعمیرگاهها نمایندگی میبایست دارای سیستم مناسبی جهت اعلام حریق در کل فضای نمایندگی باشد.

✓ در صورت استفاده از کپسول های اطفاء حریق:

۱- کپسول های آتش نشانی به تعداد کافی و مناسب با نوع حریق قابل وقوع، در محل های تعمیراتی، انبارها، فضای ستادی و اداری به همراه دستورالعمل نحوه استفاده نصب و دارای تاریخ اعتبار و معتبر باشد.

۲- حداکثر فاصله دسترسی بین دو خاموش کننده می بایست از ۲۳ متر تجاوز ننماید.

۳- نزدیک به ورودی ها و خروجی ها باشد.

۴- حداکثر در فاصله ای ۱.۵ متری از سطح زمین نصب گردد.

۵- به راحتی قابل دیدن باشد.

۶- از تاریخ شارژ بیش از یک سال نگذشته باشد.

۷- درجه برروی رنگ سبز باشد.

✓ وجود هواکش مناسب جهت تهویه هوا در فعالیت های باطری سازی، گاز سوز الزامی می باشد.

✓ جعبه کمک های اولیه باید موجود و در دسترس باشد.

تبصره ۱

وجود جعبه کمک های اولیه مجزا در صورت تفکیک سالن های تعمیراتی در هر محل الزامی است.

✓ محتویات جعبه کمک های اولیه می بایست حداقل شامل محلول ضد عفونی کننده، گاز استریل، باند استریل، چسب زخم، قیچی، پماد سوختگی و پنبه استریل باشد. در غیر این صورت امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.

✓ نمایندگی میبایست محل تجمع ایمن پرسنل در زمان وقوع حوادث طبیعی نظیر زلزله را شناسایی و مشخص نماید.

✓ تابلو های مربوط به ایمنی مطابق با آیین نامه علائم ایمنی وزارت کار و امور اجتماعی در محل های مورد نظر در

نمایندگی نصب شده باشد.

✓ میزان بار قرارگرفته برروی بالابر ها می بایست مطابق با توان جک بوده و دارای سیستمی باشد که در صورت

اضافه بار از حرکت جک جلوگیری به عمل آورد.

✓ محل نصب کمپرسور هوا باید به گونه ای باشد تا کارگران در معرض آلودگی صوتی قرار نگیرند.

تبصره ۲

در صورت کسب گواهینامه ایمنی از سازمان آتش نشانی، شاخص ایمنی از فرآیند ارزیابی خارج و امتیاز کامل برای این حوزه لحاظ می گردد.

۴-۵- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۷ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد که به طور مساوی بین کلیه موارد تقسیم می گردد.

۵- اجرای فرایندهای مرتبط با حقوق مصرف کنندگان

۵-۱- فرایند پذیرش تا ترخیص

✓ نمایندگی می بایست مکانیزمی را جهت انجام برنامه ریزی تعمیرات ارجاع شده به صورت روزانه و با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر نیروی انسانی، فضای تعمیراتی، زمان انجام تعمیرات، نوع فعالیت تعمیراتی، قطعات یدکی مورد نیاز، زمان و تجهیزات در دسترس پیاده سازی نماید.

تبصره ۱

این برنامه ریزی باید به گونه ای باشد که حجم خودروهای منتظر تعمیر مانده از روزهای قبل و همچنین پذیرش روز جاری را پوشش دهد.

✓ نمایندگی می بایست انحرافات موجود در برنامه ریزی تعمیرات را اندازه گیری نموده و پایش کند و از اطلاعات مذکور به عنوان مبنای برنامه ریزی های آتی استفاده نماید.

✓ اظهارات مشتری می بایست عینا و به صورت دقیق و بدون تغییر و تفسیر در برگه پذیرش ثبت گردد.

✓ نمایندگی میبایست هزینه و زمان تقریبی تعمیرات را بر اساس منطق محاسباتی به اطلاع مشتری رسانده و آن را در برگه پذیرش ثبت نماید.

تبصره ۲

در صورت کشف عیوب احتمالی در حین انجام تعمیرات، زمان و هزینه انجام آن به برآورد اولیه اضافه خواهد گردید.

✓ نمایندگی می بایست کیلومتر کارکرد و میزان سوخت موجود در خودرو را در برگه پذیرش ثبت نماید.

✓ اظهارات ثبت شده در برگه های پذیرش می بایست به تایید مشتری رسیده باشد.

✓ نمایندگی میبایست مکانیزمی ایجاد نماید که شناسایی اولیه عیوب خودرو با حضور مشتری صورت پذیرد.
✓ در صورت انجام تعمیرات اضافه بر روی خودرو می بایست هماهنگی هزینه و زمان تعمیرات با مشتریان صورت پذیرد و به صورت مکتوب نیز در برگه پذیرش درج گردد.

✓ نمایندگی می بایست مکانیزمی به منظور کنترل کیفی تعمیرات انجام شده با استفاده از کارشناس فنی ایجاد نماید.

✓ نمایندگی میبایست مکانیزمی ایجاد نماید که صحت اجرای تعمیرات انجام شده در حضور مشتری و از طریق پذیرشگر یا کارشناس فنی انجام پذیرد.

✓ مکانیزم ترخیص باید به گونه ای باشد که تحویل خودرو همراه با تست (در صورت نیاز) و در حضور مشتری صورت پذیرد.

تبصره ۳

در خصوص خودروهایی که صرفاً جهت سرویس های دوره ای پذیرش شده اند تحویل خودرو همراه با تست مورد نیاز نمی باشد.

✓ نمایندگی می بایست کلیه قطعات داغی غیر گارانتی را در زمان ترخیص خودرو تحویل مشتری نماید.

تبصره ۴

در صورت عدم تمایل مشتری به دریافت قطعات داغی می بایست تاییدیه مشتری در این خصوص ثبت شده باشد.

✓ فاکتور نهایی صادر شده میبایست با اظهارات و درخواست مشتری تطابق داشته باشد.

✓ مبلغ پرداخت شده توسط مشتری میبایست مطابق با فاکتور نهایی صادر شده باشد.

۵-۲- فرایند ضمانت و گارانتی

- ✓ ارائه فاکتور رسمی و سیستمی هزینه تعمیرات و قطعات در زمان تحویل خودرو به مشتریان
- ✓ اجرای ضوابط گارانتی در خصوص هزینه ها میبایست مطابق با الزامات قانونی و آیین نامه اجرایی باشد.
- ✓ هزینه های دریافتی از مشتریان می بایست مطابق نرخ مصوب مورد نظر آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو باشد.

- ✓ چنانچه مصرف کننده در دوران ضمانت به نمایندگی مجاز مراجعه نماید و رفع کامل ایرادات خودرو تحت هر شرایطی در مدت زمان باقی مانده از دوران ضمانت خودرو برای نمایندگی مقدور نباشد، عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش موظف است، ضمن الزام نمایندگی مجاز به اعلام کتبی موضوع به مصرف کننده ترتیبی اتخاذ نماید که خودرو مصرف کننده در اولین فرصت ممکن تحت شرایط ضمانت رفع نقص گردد.
- ✓ نمایندگی مجاز تحت هر شرایطی ملزم به پذیرش خودروهایی است که به دلیل موارد ایمنی قادر به تردد نمی باشند.

۵-۳- فرایند تامین و سفارش گذاری قطعات یدکی

- ✓ نمایندگی مجاز موظف می باشد مکانیزمی در خصوص سفارش گذاری قطعات تعریف و بر اساس آن اقدام نماید
- ✓ در صورت وجود قطعات غیر شرکتی، تاییدیه شرکت خدمات پس از فروش جهت مصرف و ارائه آن به مشتری الزامی میباشد.
- ✓ سیستم کاردکس باید منظم و به روز باشد.
- ✓ کلیه قطعات در انبار می بایست در قفسه نگهداری شوند و قابلیت شناسایی داشته باشند قابلیت شناسایی حداقل می بایست شامل نام و کد قطعه باشد.
- ✓ کلیه مواد مصرفی و قطعات داغی گارانتی در انبار نگهداری شوند.

✓ شرایط نگهداری وچیدمان کالاها در انبار می بایست رعایت گردد (جهت چیدمان قطعه، عدم بیرون زدگی قطعات از قفسه، رطوبت، نور آفتاب، نفوذ آب باران، گرد و غبار، نفوذ پرندگان، طرح بسته بندی قطعات دریافتی از شرکت عرضه کننده خودرو)

۵-۴- فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان

✓ نمایندگی می بایست مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان را مستقر، اجرا و پایش نماید.
✓ مکانیزم رسیدگی به شکایات می بایست به نحوی موثر به مشتریان اطلاع رسانی گردد.
✓ نمایندگی می بایست وضعیت نهایی شکایات مشتریان را حداکثر تا بیست روز کاری مشخص نماید.
✓ گزارش های حاصل از نظر سنجی و شکایات مشتریان می بایست به وسیله ابزارها و تکنیک های آماری مورد سنجش و پایش قرار گیرند.
✓ در بررسی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان سوابق پیاده سازی استانداردهای مدیریت کیفیت ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ مورد نظر می باشد.

۷- امتیاز های تشویقی

۷-۱- در صورت استقرار آخرین ویرایش هر یک از سیستم های مدیریت کیفیت شامل ISO 9001- ISO 14000- ISO 10002- ISO 10004- OHSAS 18001 و یا مدل تعالی سازمانی در نمایندگی های مجاز، مجموعاً سه درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.
✓ در صورت پیاده سازی سیستم های مدیریت کیفیت نمایندگی می بایست از شرکت های گواهی دهنده معتبر استفاده نماید و صحه گذاری آن بر اساس ثبت شماره گواهینامه و نام نمایندگی در سایت رسمی شرکت صادر کننده گواهی نامه خواهد بود.
✓ شرکت صادر کننده گواهینامه مدیریت کیفیت می بایست دارای تاییدیه مرکز ملی تایید صلاحیت ایران باشد.
✓ در صورت گذشت بیش از یک سال از تاریخ صدور گواهینامه پذیرش آن منوط به دریافت توصیه نامه خواهد بود.
✓ پذیرش گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت مشروط به صحه گذاری وجود مدارک، مستندات و سوابق پیاده سازی آن توسط بازرس میباشد.

۴-۷- چنانچه متوسط پذیرش روزانه نمایندگی بیش از دو برابر متوسط پذیرش شرکت عرضه کننده باشد (در صورت ارسال اطلاعات نظرسنجی به صورت دسترسی آنلاین) و امتیاز رضایتمندی مشتریان آن نمایندگی نیز از متوسط امتیاز رضایت مشتریان آن شرکت بالاتر باشد، بر اساس پذیرش روزانه آن نمایندگی نسبت به بالاترین پذیرش روزانه در کلیه نمایندگی های آن شرکت (با استثنای پذیرش نمایندگی های مرکزی) حداکثر تا ۵٪ به امتیاز نتیجه عملکرد آن نمایندگی اضافه خواهد شد.

۵-۷- چنانچه متوسط پذیرش نمایندگی مجاز در دوران تعهد (وارانتی) بیشتر از متوسط پذیرش در دوران ضمانت (گارانتی) باشد (در صورت ارسال اطلاعات نظرسنجی به صورت دسترسی آنلاین) بر اساس پذیرش روزانه آن نمایندگی در دوران تعهد نسبت به بالاترین پذیرش روزانه در کلیه نمایندگی های آن شرکت در دوران تعهد حداکثر تا ۱۰٪ به مجموع امتیاز نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۷- درخصوص نمایندگی هایی که تنوع خودروهای تحت مسئولیت آنها بیش از سایر نمایندگی های شرکت باشد حداکثر تا ۱.۵ درصد امتیاز تشویقی به امتیاز نتیجه عملکرد نمایندگی اضافه خواهد شد.

۷-۷- در صورتی که نمایندگی مجاز دارای جایگاه (فعالیت) سرویس سریع (Quick Service) با شرایط ذیل باشد، پنج درصد به امتیاز وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

تعریف سرویس سریع:

در صورتیکه زمان های صرف شده جهت انجام کل تعمیرات برای یک خودرو کمتر از شصت دقیقه باشد می توان جهت پذیرش و رفع عیوب خودروی مشتری از سیستم سرویس سریع استفاده نمود. سرویس سریع شامل خدمات ذیل می باشد:

تعویض ها شامل: روغن موتور، روغن ترمز، فیلترها، لنت ترمز، تسمه های کولر، دینام و پمپ هیدرولیک، شمع ها، وایرها، فیوز و لامپ های سوخته، باتری، تیغه های برف پاک کن، لاستیک و رینگ، چشمی شیشه شور و عملیات هایی نظیر جابجایی لاستیک ها، رگلاژ ترمز و کلاچ، بالانس چرخ، پنچرگیری، تنظیم روغن هیدرولیک، تنظیم باد لاستیک، تنظیم دهانه شمع، تمیز کردن شمع ها، تنظیم نور چراغ ها، میزان فرمان.

بازدیدها شامل: باتری، عملکرد کولر و بخاری، سیستم شستشوی شیشه و برف پاک کن، مایع خنک کننده موتور، روغن ترمز، رگلاژ ترمز و کلاچ، سیستم خنک کاری موتور، دینام و پمپ هیدرولیک

این موارد جزو مواردی می باشد که یک تعمیرکار با توانایی خوب می تواند حداقل سه مورد از مجموع این تعمیرات را در زمان شصت دقیقه انجام دهد.

شرایط سرویس سریع (تفاوت با سرویس عادی)

-سرویس سریع شامل تعمیرات خاص و تخصصی نمی باشد.

-پذیرش مشتری حضوری بوده و از سیستم نوبت دهی استفاده نمی شود.

-مشتری می تواند در صورت تمایل با در نظر گرفتن ملاحظات ایمنی در کنار خودرو حاضر بوده و ناظر بر تعمیرات باشد.

-زمان ترخیص و هزینه ها بطور دقیق به مشتری اعلام می گردد.

-جایگاه سرویس سریع دارای تابلویی است که کلیه کارهای قابل انجام به همراه قیمت قطعات و دستمزد را در معرض دید مشتری قرار داده است.

مشخصات فضای سرویس سریع:

جایگاه با حداقل ابعاد ۴*۷ متر و کف موزاییک یا پلی اورتان و یا اپوکسی، دارای نور کافی و دسترسی راحت و آسان مشتری جهت ورود خودرو و رعایت کلیه موارد ایمنی

تجهیزات مورد نیاز:

ردیف شرح ابزار و تجهیزات

۱- جک قیچی یا دوستون

۲- مخزن نگهداری روغنهای سوخته

۳- گیج تست فشار باد

۴- تجهیزات تست نشتی تایر

۵- جک سوسماری

۶- لاستیک درآر

۷- بالانس چرخ درجا یا ثابت *

۸- مکش روغن *

۹- تستر باتری یا مولتی متر*

* وجود حداقل یکدستگاه ازهریک ازتجهیزات ردیفهای ۷ و ۸ و ۹ در نمایندگی الزامیست.

تبصره- محاسبه تجهیزات فوق الذکر جدا از تجهیزات عمومی تعمیرگاه صورت می پذیرد.

شغل : یکی از نفرات مکانیکی نمایندگی می تواند در این جایگاه مشغول بکار باشد.

تبصره: متوسط زمان استاندارد سرویس سریع سی دقیقه می باشد که در محاسبه نیروی مکانیک مورد نیاز، می بایست

حجم پذیرش سرویس سریع و زمان مذکور در نظر گرفته شود.

آموزش مورد نیاز:

دوره آموزشی سرویس و نگهداری خودرو

بخش چهارم

چگونگی پایش عملکرد

عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز

ارزیابی رضایت مشتریان

اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش ارائه شده توسط عرضه کنندگان و نمایندگان مجاز آنان به شرح ذیل صورت می پذیرد.

۱- پرسشنامه

با توجه به اینکه طراحی پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان با بهره گیری از خواسته ها و نیازهای مشتریان انجام می گردد لذا در طراحی پرسشنامه سعی گردیده است ضمن بررسی این نیازها سوالاتی در پرسشنامه مطرح شود که جزو خواسته های اصلی و عمومی مشتریان باشد، از سوالات غیر ضروری پرهیز شود، برداشت افراد از سوالات یکسان باشد و سوالات متغیرهای مورد نظر را اندازه گیری نماید. پس از طراحی اولیه، پرسشنامه به صورت آزمایشی مورد مصاحبه و بررسی علمی و آماری قرار گرفته و با انجام اصلاحات لازم ساختار نهایی پرسشنامه تایید گردیده است.

۲- تعیین حجم نمونه

با توجه به تجارب قبلی و همچنین با استفاده از تکنیک های آماری تعیین حجم نمونه طبق جدول تعیین حجم نمونه جهت اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش محاسبه می گردد.

جدول تعیین حجم نمونه جهت اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش

در بازه های زمانی سه ماهه

ردیف	تعداد پذیرش نمایندگی در بازه سه ماهه	تعداد نمونه سه ماهه	تعداد نمونه ماهانه
۱	$100 \leq N \leq 200$	۷۵	۲۵
۲	$200 < N \leq 500$	۱۶۰	۵۳
۳	$500 < N \leq 1000$	۱۹۵	۶۵
۴	$1000 < N \leq 5000$	۲۳۰	۷۷
۵	$N > 5000$	۲۵۰	۸۳



شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

"پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش"

ردیف						خصوصیت						تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟					
سوالات						خیلی زیاد						خیلی کم					
						زیاد						متوسط					
						کم						خیلی کم					
						ندارم						نظری					
۱						آیا شما از سیستم نوبت دهی نمایندگی استفاده نموده اید؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۲						میزان رضایت شما از نحوه نوبت‌دهی چقدر است؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۳						تا چه میزان از مدت زمانی که برای پذیرش خودروی خود صرف نموده‌اید رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۴						میزان رضایتمندی شما از ثبت ایرادات مطرح شده در زمان پذیرش توسط پذیرشگر چقدر است؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۵						از مدت زمان تعمیر و تحویل خودرو تا چه میزان رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۶						خودرو را چه زمانی به شما تحویل دادند؟						همان‌روز <input type="checkbox"/> فردا <input type="checkbox"/> چند روز بعد <input type="checkbox"/> روز					
۷						آیا تمام عیوب را برطرف کرده بودند؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۸						از نحوه ارائه سرویس‌های ادواری این نمایندگی چقدر رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۹						میزان رضایت شما از کیفیت تعمیرات ارائه شده از سوی نمایندگی چقدر است؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۱۰						برای تعمیر خودرویتان قطعه‌ای نیاز بود؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۱۱						از تأمین به موقع قطعات مورد نیاز در تعمیر خودروی خود تا چه میزان رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۱۲						آیا صورتحساب تعمیراتی (فاکتور) به شما ارائه گردید؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۱۳						آیا در این مراجعه هزینه‌ای بابت خدمات ارائه شده پرداخت نموده اید؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۱۴						هزینه پرداختی بابت کدام مورد بود؟						اجرت <input type="checkbox"/> تعویض قطعات <input type="checkbox"/> هر دو <input type="checkbox"/>					
۱۵						از هزینه پرداختی (قطعه و اجرت) برای خدمات انجام شده چقدر رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۱۶						از توضیحات ارائه شده هنگام ترخیص خودرو در خصوص کارهای انجام شده و قطعات تعویضی چقدر رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۱۷						از رفتار و برخورد پرسنل تعمیرگاه چقدر رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
۱۸						آیا در سه ماه گذشته به نمایندگی مراجعه نموده اید که نمایندگی از پذیرش خودروی شما جلوگیری نماید؟						<input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر					
۱۹						سهولت دسترسی به نمایندگی‌های این شرکت چقدر رضایت دارید؟						۱ ۲ ۳ ۴ ۵					
به طور کلی تا چه میزان از خدمات پس از فروش ارائه شده رضایت دارید؟ <input type="checkbox"/> خیلی زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> نظری ندارم																	
پیشنهادات و انتقادات:																	

مشخصات مشتری					
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)					
۲. سن (۱) ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> (۴) ۶۱ به بالا <input type="checkbox"/>					
۳. میزان تحصیلات (۱) زیر دیپلم <input type="checkbox"/> (۲) دیپلم <input type="checkbox"/> (۳) فوق دیپلم <input type="checkbox"/> (۴) لیسانس <input type="checkbox"/> (۵) فوق لیسانس و بالاتر <input type="checkbox"/>					
۴. شهر محل سکونت: ۵. نام و نام خانوادگی مشتری:					
۶. تلفن تماس:					
مشخصات خودرو					
۷. نوع خودرو: ۸. سال خرید: ۹. شرکت سازنده: ۱۰. وضعیت خودرو: گارانتی <input type="checkbox"/> وارانته (خارج از گارانتی) <input type="checkbox"/>					
توسط پرسشگر تکمیل گردد					
استان: شهر: کد نمایندگی:					
کد شرکت بازرسی: تاریخ پذیرش: / /					
تاریخ انجام مصاحبه: زمان شروع مصاحبه: زمان پایان مصاحبه: کد پرسشگر:					

چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو (DSI)

از آنجا که رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان خودرو و واسطه های خدمات پس از فروش بر رضایتمندی مشتریان نیز اثر گذار است بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان خودرو مورد بررسی قرار می گیرد.

در همین راستا پرسشنامه ای به منظور پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش بر اساس نیاز سنجی انجام شده از مدیران نمایندگی های مجاز تدوین گردیده است. این پرسشنامه که نتایج آن به عنوان نتایج عملکردی شرکتهای عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش شناخته می شود در بازه های زمانی ۳ ماهه، بر اساس نظرسنجی از مدیران کلیه نمایندگی های مجاز تکمیل خواهد شد.

بنام خدا

پرسشنامه اندازه گیری رضایت نمایندگی های مجاز از شرکتهای عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش

با سلام.

خواهشمند است به منظور شناخت نقاط قوت و نواحی قابل بهبود شرکت عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش، پرسشنامه ذیل را تکمیل فرمایید. بدیهی است نظرات و پیشنهادات شما محرمانه تلقی شده و پاسخ های صحیح شما موجب بهبود شرایط فعلی و رشد و تعالی سیستم خدمات پس از فروش خواهد شد.

تا چه حد از شاخص مطرح شده رضایت دارید؟					شاخص	ردیف
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	به طور کلی چقدر از همکاری در زمینه خدمات پس از فروش با شرکت رضایت دارید؟	۱
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایت شما از مکانیزم های سفارش گذاری قطعات یدکی به چه میزان است؟	۲
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایت شما از نحوه سفارش گذاری و تامین قطعات اضطراری چقدر میباشد؟	۳
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایت شما از هماهنگی قیمت قطعات یدکی ارائه شده با بازار چقدر است؟	۴
.....روز.					به طور معمول چه مدت پس از درخواست، قطعات یدکی مورد نیاز را دریافت می کنید.	۵
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایتمندی شما از سرعت عمل شرکت در ارسال قطعات (از زمان درخواست تا تحویل قطعات) چگونه است؟	۶
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از سطح کیفیت قطعات یدکی ارائه شده از شرکت چگونه است؟	۷
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایت شما از دقت در بررسی قطعات داغی گارانتی چقدر میباشد؟	۸
.....روز.					به طور معمول چه مدت زمان پس از ارسال داغی گارانتی، نتایج آن به شما اعلام می گردد؟	۹
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایت شما از سرعت عمل در بررسی قطعات داغی گارانتی چقدر است؟	۱۰
گاهی اوقات			خیر	بلی	آیا دلایل عدم پذیرش قطعات داغی گارانتی به شما اعلام میشود؟	۱۱
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	به نظر شما این دلایل تا چه میزان مطابق استاندارد می باشد؟	۱۲
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از محل تحویل قطعات داغی چگونه است؟	۱۳
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان اطلاع رسانی شرکت در خصوص شرایط و ضوابط گارانتی قطعات و خدمات چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	۱۴
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایتمندی از مکانیزم برگزاری دوره های آموزشی (اطلاع رسانی، دعوت، ثبت نام در دوره های آموزشی) چگونه است؟	۱۵
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از کیفیت دوره های آموزشی فنی و تئوری برگزار شده برای پرسنل نمایندگی چقدر است؟	۱۶
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از شرایط و محل برگزاری دوره های آموزشی چقدر است؟	۱۷
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سرعت امور مالی در رسیدگی به صورتحساب های مالی نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	۱۸
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان دقت و شفافیت در رسیدگی به صورتحساب ها توسط امور مالی چگونه است؟	۱۹
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان مطلوبیت نرخ های قطعات تعمیرات تعیین شده از سوی شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟	۲۰
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان مطلوبیت نرخ های اجرت تعمیرات تعیین شده از سوی شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟	۲۱
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	فعالیت امور نمایندگی ها در جهت ارتقاء نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است	۲۲
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از سهولت ارتباط با مدیران و مسئولان مرتبط چقدر است؟	۲۳
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از مکانیزم رسیدگی به درخواستها و شکایات شما چقدر است؟	۲۴
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از نحوه نظارت در محل نمایندگی توسط پرسنل شرکت چقدر است؟	۲۵

۲۶	آیا سیستم رایانه ای جهت ارتباط با شرکت وجود دارد؟	بلی	خیر		
۲۷	سیستم رایانه ای موجود در نمایندگی را تا چه حد مفید و اثر بخش می دانید؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم
۲۸	اطلاعات موجود در سیستم رایانه ای تا چه اندازه پاسخگوی نیاز های شما در زمینه خدمات پس از فروش می باشد؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم
۲۹	میزان رضایت شما از نحوه برخورد مسئولین و مدیران شرکت چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم
۳۰	در صورت دریافت پیشنهاد با شرایط مشابه از شرکت های دیگر تا چه اندازه تمایل به ادامه همکاری با شرکت فعلی دارید؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم

نظرات و پیشنهادات

مشخصات مصاحبه شونده

۱. جنسیت:	(۱) زن	(۲) مرد		
۲. سن:	(۱) ۳۰ تا ۳۵ سال	(۲) ۳۱ تا ۴۵ سال	(۳) ۴۶ تا ۶۰ سال	(۴) ۶۱ به بالا
۳. میزان تحصیلات (۱) دیپلم	(۲) فوق دیپلم	(۳) لیسانس	(۴) فوق لیسانس و بالاتر	
۴. نام و نام خانوادگی:	سمت:			
مشخصات نمایندگی	نام شرکت:	کد نمایندگی:		
کد شرکت بازرسی کیفیت:	شهر:	تلفن:		

توسط ارزیاب/ پرسشگر تکمیل گردد

تاریخ انجام مصاحبه:	نام پرسشگر/ ارزیاب:
زمان شروع مصاحبه:	زمان پایان مصاحبه:
کد ارزیاب/ پرسشگر:	

پیوست ها

پیوست الف
قانون حمایت از
حقوق مصرف کنندگان خودرو

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

(مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۸۶/۴/۳ به شماره ۵۲۶/۴۹۵۲۵)

ماده ۱

اصطلاحات ذیل در معانی مشروح مربوط به کاربرده می‌شود:

- ۱- خودرو: هر نوع وسیله نقلیه موتوری تولید داخل یا خارج برای استفاده در معابر عمومی برای حمل سرنشین و بار تا ظرفیت مجاز.
- ۲- عرضه کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی و وارداتی خود می‌کند.
- ۳- واسطه فروش: هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه کننده نسبت به فروش خودرو اقدام می‌کند.
- ۴- نمایندگی مجاز: هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه کننده عهده‌دار فروش و خدمات پس از فروش خودرو در طول مدت ضمانت است.
- ۵- مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد.
- ۶- بهای خودرو: مبلغی است که در قرارداد واگذاری و یا در برگه فروش توسط عرضه کننده قید گردیده است.

ماده ۲*

- عرضه کننده موظف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف کننده می‌باشد.
- تبصره ۱- دوره تضمین نمی‌تواند کمتر از یک سال از زمان تحویل خودرو به مصرف کننده یا کارکردی برابر با سی هزار کیلومتر (هر کدام زودتر به پایان برسد) باشد.
 - تبصره ۲- دوره تعهد یا دوره تامین قطعات و ارائه خدمات فنی استاندارد، برابر ده سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف کننده می‌باشد.

ماده ۳*

عرضه کننده در طول مدت ضمانت مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب (ناشی از طراحی ، مونتاژ ، تولید ، یا حمل) است که در خودرو وجود داشته یا در نتیجه استفاده معمول از خودرو بروز نموده و با مفاد ضمانتنامه و مشخصات اعلام به مصرف کننده مغایر بوده یا مانع استفاده مطلوب از خودرو یا نافی ایمنی آن باشد یا موجب کاهش ارزش معاملاتی خودرو شود. هزینه رفع نقص یا عیب خودرو در طول مدت ضمانت و جبران کلیه خسارات وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث ، اعم از خسارات مالی و جانی و هزینه‌های درمان ناشی از نقص یا عیب (که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد) هزینه‌های حمل خودرو به تعمیرگاه، تامین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت تعمیرات (چنانچه مدت توقف خودرو بیش از چهل و هشت ساعت باشد) برعهده عرضه کننده می باشد.

تبصره ۱* - تعهدات عرضه کننده به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش یا نمایندگی مجاز ایفاء می‌شود. عرضه کننده مکلف به ایجاد شبکه خدمات پس از فروش یا نمایندگی های مجاز تعمیر و توزیع قطعات یدکی و تامین آموزشهای لازم متناسب با تعداد خودروهای عرضه شده در سطح کشور بوده و نمی‌تواند مصرف کننده را به مراجعه به نمایندگی معینی اجبار نماید.

تبصره ۲* - در صورت بروز اختلاف بین طرفین موضوع ماده فوق، موضوع اختلافی حسب درخواست طرفین ابتدا در هیات حل اختلاف مربوطه، متشکل از نمایندگیهای عرضه کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری و کارشناس نیروی انتظامی به ریاست کارشناس رسمی دادگستری طرح و رای لازم با اکثریت آراء صادر خواهد شد. در صورت اعتراض هر یک از طرفین به رای صادره، خواسته در دادگاه صالحه قابل پیگیری خواهد بود . دادگاه صالحه باید خارج از نوبت و حداکثر ظرف دو ماه انشاء رای نماید.

ماده ۴*

چنانچه نقص یا عیب قطعات ایمنی خودرو در طول دوره ضمانت پس از سه بار تعمیر همچنان باقی باشد یا در صورتی که نقص یا عیب قطعاتی که موجب احتمال صدمه جسمی یا جانی اشخاص گردد و با یک تعمیر برطرف نشده باشد یا خودرو بیش از سی روز به دلیل تعمیرات غیر قابل استفاده بماند، عرضه کننده مکلف است حسب درخواست مصرف کننده خودروی معیوب را با خودروی نو تعویض یا با توافق، بهای آن را به مصرف کننده مسترد دارد.

تبصره ۱- در صورت بروز اختلاف بین طرفین، حل و فصل آن از طریق هیات حل اختلاف موضوع تبصره (۲) ماده (۳) این قانون می باشد.

تبصره ۲- عرضه کننده حق واگذاری یا استفاده از خودروی مسترد شده را پیش از رفع عیب ندارد، واگذاری خودروی مزبور پس از رفع عیب و نقص قبلی و با اعلام صریح عیوب مزبور در اسناد واگذاری مجاز می باشد.

ماده ۵*

عرضه کننده، واسطه فروش و نمایندگی مجاز تعمیر موظفند هر بار که خودروی موضوع ضمانت، مورد تعمیر یا خدمات مختلف دوره‌ای قرار می گیرد، پس از اتمام کار، به صورت مکتوب کلیه عیب ها و نقص های اعلامی از سوی مصرف کننده، اقدامهای انجام شده و قطعات تعمیر یا تعویض شده را در صورت وضعیت ذکر نموده و آن را تسلیم مصرف کننده نماید.

تبصره* - استفاده از قطعات غیر استاندارد یا تایید نشده توسط عرضه کننده و نمایندگی های مجاز تعمیر ممنوع می باشد.

ماده ۶*

چنانچه انجام تعهدات عرضه کننده به دلیل حوادث غیر مترقبه (غیر قابل پیش بینی و غیر قابل رفع) ناممکن باشد، این تعهدات به حالت تعلیق در می آید. مدت تعلیق به دوره ضمانت افزوده می شود.

ماده ۷*

هر نوع توافق مستقیم یا غیر مستقیم بین عرضه کننده، واسطه فروش یا مصرف کننده که به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که عرضه کننده بر طبق این قانون و یا ضمانتنامه صادر بر عهده دارد، ساقط نماید یا به عهده واسطه فروش یا هر عنوان دیگری گذارده شود، در برابر مصرف کننده باطل و بلااثر می‌باشد. تبصره* - انعقاد هر نوع قراردادی که حقوق و تکالیف طرفین قرارداد و مضمولین این قانون در آن رعایت نشود به استناد ماده ۱۰ قانون مدنی و مورد مشابه غیر قانونی و از درجه اعتبار ساقط است.

ماده ۸*

هرگونه عیب و نقص و خسارات جانی و مالی وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث که به دلیل تعویض یا نصب قطعات و سیستمهای جانبی و یا دریافت خدمات خارج از شبکه رسمی و مجاز عرضه کننده توسط مصرف کننده طی دوران ضمانت ایجاد شود از شمول این قانون خارج است و هیچ گونه حقی برای مصرف کننده و اشخاص ثالث در برابر عرضه کننده ایجاد نمی‌کند.

ماده ۹

عرضه کننده مکلف است تعهدات موضوع این قانون را به صورت کتبی در اوراق ضمانتنامه قید نموده و در زمان تحویل خودرو، به نحو مقتضی موضوع این قانون را به طور صریح و روشن به مصرف کننده اعلام نماید.

ماده ۱۰

آئین نامه اجرائی این قانون (به ویژه در مورد ملاکهای ایجاد نمایندگی مجاز تعمیر در سطح کشور به ازاء تعداد خودروها عرضه شده) ظرف سه ماه از تاریخ تصویب توسط وزارت صنایع و معادن تهیه شده و به تصویب هیات وزیران می‌رسد.

ماده ۱۱

وزارت صنایع و معادن مکلف به نظارت بر اجراء این قانون در راستای حفظ حقوق مصرف کنندگان و اعلام گزارش ادواری شش ماهه به کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی است.

پیوست ب

آیین نامه اجرائی قانون حمایت از

حقوق مصرف کنندگان خودرو

آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو (ابلاغیه شماره ۴۳۶۷۸/۰۴۴۱۳۳ مورخ ۸۹/۰۲/۲۹ هیئت وزیران)

ماده ۱: ضوابط مندرج در این آئین نامه شامل عرضه کنندگان، واسطه های فروش، واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز انواع خودرو اعم از سواری، وانت، دو دیفرانسیل، ون، مینی بوس، میدی باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون، کشنده و موتورسیکلت که در داخل کشور تولید و یا در چارچوب مقررات جاری به کشور وارد شده و یا می شود، می باشد.

ماده ۲: تعاریف و اصطلاحات این آئین نامه به شرح زیر است:

الف - خدمات پس از فروش: عبارت است از کلیه خدمات پس از فروش یک محصول از قبیل ضمانت، تعهد، پشتیبانی خدمات، تعمیرات و تامین قطعات استاندارد) که موجب تضمین کارکرد مطلوب محصول می باشد.

ب - دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو: این دستورالعمل شامل حداقل شرایط کمی و کیفی خدمات پس از فروش است که توسط وزارت صنایع و معادن به کلیه شرکتهای عرضه کننده خودرو ابلاغ گردیده و در فواصل زمانی تعیین شده در آن، توسط بازرسی مورد بازرسی و ارزیابی قرار می گیرد.

پ - واسطه خدمات پس از فروش: به شخص حقیقی یا حقوقی اطلاق می شود که توسط عرضه کننده عهده دار خدمات پس از فروش خودرو (از طریق نمایندگی های مجاز) در طول دوره تضمین و تعهد می باشد. واسطه خدمات پس از فروش می تواند به عنوان بخشی از مجموعه عرضه کننده یا به عنوان شرکتی مستقل تحت نظارت عرضه کننده فعالیت نموده و خدمات خود را ارائه نماید.

ت - استانداردهای ابلاغی: کلیه معیارها و مشخصات فنی ناظر بر کیفیت، چگونگی تولید (فروش) و خدمات پس از فروش که حسب مورد توسط دولت، وزارتخانه های صنایع و معادن و بازرگانی، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، سازمان حفاظت محیط زیست و کمیته معیار مصرف سوخت ابلاغ می گردد.

تبصره: استانداردهای فنی شرکتهای عرضه کننده خودرو در صورت عدم مغایرت با موارد فوق الاشاره جزء استانداردهای ابلاغی محسوب خواهد شد.

ث - **تضمین یا ضمانت:** به مجموعه خدمات تعهد شده اعم از تامین قطعات، خدمات فنی استاندارد و یا تعویض خودرو اعلام شده از طرف عرضه کننده به مصرف کننده (مطابق مفاد این آئین نامه) اطلاق می گردد که در یک دوره زمانی یا طی مسافت مشخصی انجام آنها به طور رایگان از سوی عرضه کننده تامین می گردد.

ج - **ضمانت نامه:** سندی است که توسط عرضه کننده به همراه خودرو تحویل مصرف کننده می گردد و در برگیرنده تعهدات دوران ضمانت و تعهد خدمات عرضه کننده می باشد. در ضمانت نامه شرح قطعات مصرفی و استهلاکی که مشمول ضمانت نمی شود ذکر می گردد.

چ - **خدمات تعهد شده:** به مجموعه خدمات شامل تعمیرات، تامین لوازم یدکی، پشتیبانی خدمات و اجرت المثل اطلاق می شود که انجام آن در یک دوره زمانی مشخص از سوی عرضه کننده تعهد می گردد.

ح - **استفاده مطلوب از خودرو:** استفاده از هر خودرو مطابق مشخصات اعلام شده از سوی عرضه کننده (رعایت تعداد سرنشین و مقدار بار تا ظرفیت مجاز، شیوه نگهداری خودرو و نظایر آن) که در ضمانت نامه توضیح داده شده است، می باشد.

خ - **کتابچه راهنمای مصرف کنندگان:** کتابچه ای است که حاوی مواردی از قبیل نحوه استفاده مطلوب از خودرو، فهرست متعلقات و تجهیزات همراه خودرو، فهرست تجهیزات و وسایل اضافی خودرو، بازدیدهای دوره ای، قانون و آئین نامه حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو، فهرست نمایندگی های مجاز شبکه فروش و خدمات پس از فروش می باشد و در زمان تحویل خودرو باید توسط عرضه کننده به مصرف کننده ارائه گردد.

د - **تامین خودرو جایگزین مشابه:** منظور از تامین خودروی جایگزین (فقط در دوران ضمانت) واگذاری خودرو مشابه و در صورت عدم امکان، پرداخت خسارت خواب خودرو (توقف بلا استفاده خودرو) می باشد.

ذ - **قیمت کارشناسی:** قیمت کارشناسی خودرو بر اساس نظر کارشناس رسمی دادگستری در رشته مرتبط (بر مبنای اولین زمان اعلام عیبی که منجر به تعویض خودرو می گردد) خواهد بود.

ر - **بازرس:** شخصیت حقوقی است که توسط وزارت صنایع و معادن در مورد خودروهای ساخت داخلی و در مورد خودروهای وارداتی توسط وزارت بازرگانی برای نظارت بر عملکرد عرضه کننده، واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز، تهیه گزارشهای ادواری/موردی و ارائه به همراه اظهار نظر لازم به

مراجع ذیربط (برای خودروهای ساخت داخل به وزارت صنایع و معادن و برای خودروهای وارداتی به وزارت بازرگانی) معرفی می شود. هزینه‌های انجام بازرسی‌ها بر عهده عرضه کننده می‌باشد. در صورتی که سازندگان خودرو داخلی اقدام به واردات خودرو نمایند، به جهت هماهنگی در انجام فرآیند بازرسی، بازرس مورد نظر توسط وزارت صنایع و معادن معرفی خواهد شد.

ز- عیب: زیاده، نقیصه و یا تغییر حالتی است که موجب کاهش ارزش اقتصادی کالا و خدمات و یا عدم امکان استفاده متعارف از آن می‌گردد.

ژ- قطعات ایمنی خودرو: قطعاتی که نقص یا عیب آنها موجب احتمال صدمه جسمی یا جانی اشخاص گردد.

ماده ۳: وزارت صنایع و معادن و سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران موظفند فهرست قطعات مشمول استاندارد ملی، و فهرست قطعات و عیوب ایمنی را تهیه و ابلاغ نمایند.

ماده ۴: * عرضه کننده خودرو موظف است کتابچه راهنمای مصرف کنندگان، اوراق ضمانت نامه به زبان فارسی، مشخصات خودرو، سند فروش، پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان و نظرسنجی، نام و نشانی نمایندگی‌های مجاز در سراسر کشور را در زمان تحویل خودرو به مصرف کننده تحویل نماید.

تبصره ۱* - برای خودروهای سبک و موتورسیکلت آموزش نحوه استفاده به مصرف کنندگان می‌تواند از طریق ارائه کتابچه یا لوح فشرده صورت پذیرد. برای خودروهای سنگین علاوه بر موارد فوق برگزاری دوره‌های آموزشی حضوری (حداقل ۲ ساعت) الزامی است.

تبصره ۲* - رعایت ضوابط مندرج در کتابچه راهنمای مصرف کننده برای مصرف کننده الزامی است.

ماده ۵* - حداقل دوره تضمین برای خودروهای سبک (سواری، وانت، دو دیفرانسیل و ون) از تاریخ تحویل به مصرف کننده دو سال یا کارکردی برابر (۴۰۰۰۰) کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای خودروهای وارداتی پنج سال یا (۱۵۰۰۰۰) کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای خودروهای سنگین (مینی‌بوس، میدی‌باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون و کشنده) از تاریخ تحویل به مصرف کننده سه سال یا کارکردی برابر (۲۰۰۰۰۰) کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای موتورسیکلت از تاریخ تحویل به مصرف کننده شش ماه می‌باشد.

تبصره ۱- عرضه‌کننده می‌تواند بر اساس سیاست تجاری خود و به منظور ارتقاء رضایت‌مندی مصرف‌کننده نسبت به افزایش دوره ضمانت با تعهدات مربوطه اقدام نماید که در این صورت جزئیات شرایط آن باید به طور شفاف به مصرف‌کننده اعلام گردد.

تبصره ۲-* ضمانت رنگ برای خودروهای سبک حداقل سه سال و برای خودروهای سنگین حداقل هجده ماه می‌باشد.

تبصره ۳-* ارقام ضمانت در خودرو شامل مواد و قطعات مصرفی از قبیل روغن، مایع خنک‌کننده و نظایر آن و استهلاک قطعات استهلاکی از قبیل لنت ترمز، تیغه برف پاک‌کن، صفحه کلاچ و نظایر آن (به جز ارقام مصرفی) که از طرف عرضه‌کننده تضمین گردیده است، نمی‌باشد.

تبصره ۴-* تعویض قطعات مصرفی و قطعات استهلاکی که ناشی از عیب موجود در هر یک از مجموعه‌های خودرو باشد بر عهده عرضه‌کننده بوده و مشمول تضمین می‌گردد.

تبصره ۵-* تعمیر خودرو یا تعویض قطعات ناشی از خسارت حاصل از حادثه یا تصادف بوجود آمده، که به علت ایرادات فنی خودرو نباشد مشمول ضمانت نمی‌گردد.

ماده ۶-* عرضه‌کنندگان موظف به تهیه و راه‌اندازی سامانه‌ای می‌باشند که به کمک آن، مصرف‌کنندگان در صورت تمایل بتوانند قبل از مراجعه به نمایندگیهای مجاز از طریق ارتباط با آن، زمان و محل مراجعه خود را مشخص نمایند. در صورتی که مصرف‌کننده تاکید بر پذیرش در نمایندگی خاصی را داشته باشد عرضه‌کننده باید در اولین زمان ممکن نسبت به این موضوع اقدام نماید.

ماده ۷-* در دوران ضمانت، نمایندگیهای مجاز موظف به پذیرش کلیه خودروهای تحت مسئولیت می‌باشند. شرح خدمات انجام شده و لیست قطعات تعویض شده باید به صورت کتبی به مصرف‌کننده تحویل گردد.

ماده ۸-* چنانچه رفع عیوب خودرو تحت ضمانت (که ناشی از خسارت حاصل از حادثه و یا تصادف نباشد) بیش از دو روز کاری طول بکشد، واسطه خدمات پس از فروش موظف به تامین خودرو مشابه جایگزین و در صورت عدم امکان، پرداخت خسارت خواب خودرو به شرح ماده (۱۰) این آئین نامه می‌باشد.

تبصره-* چنانچه عیوب موجود در هر یک از مجموعه‌های خودرو به تشخیص کارشناس فنی راهنمایی و رانندگی سبب بروز حادثه و یا تصادف شده باشد، خدمات مربوطه مشمول ضوابط این ماده بوده و بر عهده عرضه کننده می‌باشد.

ماده ۹-* مدت زمان خواب خودرو برای پرداخت خسارت بعد از دو روز کاری، برای کلیه روزهای توقف خودرو در نمایندگی (اعم از تعطیل و غیر تعطیل بدون در نظر گرفتن فرآیندهای داخلی عرضه کننده، واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز) شروع و در روزی که نمایندگی مجاز پس از انجام تعمیرات لازم، آمادگی تحویل خودرو به مصرف کننده را اعلام می نماید، خاتمه می یابد.

تبصره-* در صورت مراجعه مصرف کننده به همان نمایندگی مجاز و یا هر یک از نمایندگیهای دیگر، برای بار دوم، برای رفع ایراد تکراری، زمان خواب خودرو از بدو تاریخ پذیرش خودرو برای پرداخت خسارت محاسبه می‌گردد.

ماده ۱۰-* ضوابط پرداخت خسارت خواب خودرو (به استثنای خسارات ناشی از موارد حادثه و تصادف) به صورت زیر می باشد:

الف - خودروهای سواری: برای توقف کلیه خودروهای سواری از زمان تحویل خودرو به نمایندگی به ازای هر روز توقف مزاد بر دو روز کاری یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرس مورد تأیید قرار گرفته است، بمقدار پانزده ده هزارم (۰/۰۰۱۵) قیمت های اعلامی فروش محصول توسط تولید کننده یا عرضه کننده به مصرف کننده پرداخت می شود.

ب - خودروهای عمومی (تاکسی، وانت و ون): برای توقف کلیه خودروهای عمومی از زمان تحویل خودرو به نمایندگی به ازای هر روز توقف مزاد بر دو روز کاری، یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرس مورد تأیید قرار گرفته است، بمقدار بیست ده هزارم (۰/۰۰۲۰) بهای خودرو توسط عرضه کننده به مصرف کننده پرداخت می‌شود.

ج - خودرو های سنگین (مینی بوس، میدی باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون و کشنده): برای کلیه

خودروهای سنگین به ازای هر روز توقف مزاد بر دو روز کاری یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرس

مورد تأیید قرار گرفته است، به مقدار یک هزارم (۰/۰۰۱) بهای خودرو توسط عرضه کننده به مصرف کننده پرداخت می شود.

د- موتورسیکلت: برای توقف انواع موتور سیکلت به ازای هر روز توقف مازاد بر دو روز کاری، به مقدار یک هزارم (۰/۰۰۱) بهای موتورسیکلت (حداقل مبلغ پانزده هزار (۱۵۰۰۰) ریال به ازای هر روز) توسط عرضه کننده به مصرف کننده پرداخت می شود.

تبصره ۱-* در صورتیکه توقف خودروی سنگین بیش از یک ماه بطول انجامد، با موافقت کتبی مصرف کننده، برای هر روز توقف خودرو مازاد بر یک ماه، عرضه کننده ملزم به پرداخت دو ده هزارم (۰/۰۰۰۲) بهای خودرو علاوه بر مقدار قبلی می باشد.

تبصره ۲-* در خصوص پرداخت خسارت خواب خودرو، عرضه کننده می تواند از طریق واسطه خدمات پس از فروش خود اقدام نماید.

ماده ۱۱-* چنانچه مصرف کننده در دوران ضمانت به نمایندگی مجاز مراجعه نماید و رفع کامل ایرادات خودرو تحت هر شرایطی در مدت زمان باقیمانده از دوره ضمانت خودرو برای نمایندگی مجاز مقدور نباشد، عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش موظف است ضمن الزام نمایندگی مجاز به اعلام کتبی موضوع به مصرف کننده ترتیبی اتخاذ نماید که خودرو در اولین فرصت ممکن تحت شرایط ضمانت رفع نقص گردد. تضمین تعمیرات انجام شده بر اساس ماده (۱۶) این آیین نامه الزامی می باشد.

تبصره-* کلیه خدمات ارایه شده در دوران ضمانت، از جمله تعمیرات اشاره شده در این ماده مشمول ضمانت مورد اشاره در ماده (۱۶) این آیین نامه می باشد.

ماده ۱۲-* عرضه کننده موظف است در صورتی که مدت خواب خودرو مطابق ترتیبات ماده (۹) بیش از یک ماه باشد مدت یاد شده را به زمان دوره تضمین خودرو مربوطه اضافه نماید.

تبصره-* در دوران ضمانت هزینه های بارگیری و حمل خودروهای در راه مانده و غیر قابل تعمیر (به استثناء موارد تصادفی) بر عهده عرضه کننده می باشد.

ماده ۱۳* - حداقل مدت زمان تعهد خدمات شامل تامین کلیه قطعات یدکی و ارائه خدمات تعمیراتی به مدت حداقل ده سال بعد از فروش آخرین دستگاه خودرو از نوع و مدل مربوطه توسط عرضه کننده می باشد.

ماده ۱۴* - در دوران تعهد عرضه کننده، واسطه خدمات پس از فروش و یا نمایندگی های مجاز موظف به پذیرش کلیه خودروهای تحت مسئولیت می باشند. صورت حساب مربوط به تعمیر و یا تعویض کلیه قطعات و مجموعه های معیوب گزارش شده توسط مصرف کننده باید بر اساس دستورالعمل زمان استاندارد (موضوع ماده ۱۵)، تنظیم و به مصرف کننده ارایه گردد.

تبصره ۱* - عرضه کننده، واسطه خدمات پس از فروش و یا نمایندگی های مجاز آن موظف به پذیرش کلیه خودروهای وارداتی مشابه که دارای نمایندگی رسمی آن در کشور است، می باشد و رعایت کلیه ضوابط این آیین نامه و مقررات وزارت بازرگانی در این خصوص الزامی است.

تبصره ۲* - عرضه کنندگان موظف به بکارگیری سامانه پذیرش موضوع ماده (۶) برای دوران تعهد نیز می باشند.

ماده ۱۵* - عرضه کننده باید نسبت به تدوین جدول زمان استاندارد تعمیرات و همچنین تعیین نرخ ساعت تعمیرات اقدام نماید و پس از تایید بازرس آن را به واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز خود ابلاغ نماید تا صورت حساب مصرف کننده بر آن اساس صادر و به مصرف کننده تحویل شود. عرضه کننده باید در نمایندگی های مجاز امکاناتی را فراهم نماید تا در صورت درخواست مصرف کننده، امکان مقایسه صورت حساب صادره با جداول مذکور وجود داشته باشد.

ماده ۱۶* - عرضه کننده موظف است نمایندگی های مجاز را ملزم نماید تا ضمن ارائه صورت حساب مندرج در ماده (۱۴)، خدمات ارائه شده خود را به مدت دو ماه و یا ۳۰۰۰ کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد، ضمانت نماید.

ماده ۱۷* - نمایندگی مجاز تحت هر شرایطی ملزم به پذیرش خودروهایی که به دلیل موارد ایمنی قادر به تردد نیستند، می باشد.

ماده ۱۸* - اگر نمایندگی مجاز تشخیص دهد علاوه بر عیوب مندرج در برگ پذیرش، خودرو دارای عیب دیگری است، قبل از تعمیر آن باید با مصرف کننده تماس گرفته و از او جهت انجام تعمیر کسب تکلیف نماید.

تبصره* - در دوران تعهد، نمایندگی مجاز بایستی داغی قطعات تعویضی را به مصرف کننده تحویل دهد.

ماده ۱۹* - چنانچه به تشخیص مراجع مقرر در این آیین نامه به علت استفاده از قطعات غیراستاندارد توسط عرضه کننده، واسطه خدمات پس از فروش و یا نمایندگی مجاز و یا ناشی از عدم کیفیت تعمیرات و یا در صورت سهل انگاری، خسارتی متوجه مصرف کننده گردد، عرضه کننده موظف به جایگزین کردن قطعات استاندارد و رفع نقصان خدمات، بدون دریافت وجوه جبران خسارات وارده می باشد.

ماده ۲۰ - ایجاد نمایندگی مجاز توسط عرضه کنندگان انواع خودرو مطابق ضوابط زیر می باشد:

الف - حداقل امکانات مورد نیاز نماینده رسمی بر حسب تعداد دستگاه خودروهای سبک به شرح جدول پیوست شماره (۱) که به مهر " دفتر هیئت دولت " تایید شده است، می باشد.

ب - عرضه کنندگان انواع خودروهای اتوبوس های برون شهری، کامیون و کشنده جهت ارائه خدمات پس از فروش به مصرف کنندگان، موظفند در هر یک از محورهای اصلی جاده ای کشور به شرح جدول پیوست شماره (۲) که به مهر " دفتر هیئت دولت " تایید شده است، حداقل یک نمایندگی مجاز ایجاد نمایند.

ج - عرضه کنندگان انواع موتورسیکلت جهت ارائه خدمات پس از فروش به مصرف کنندگان، موظفند در شهرهای مراکز استانها حداقل یک نمایندگی مجاز ایجاد یا اعلام نمایند.

تبصره - تعداد نمایندگیهای مجاز و پراکندگی آنها در سطح استانها، شهرها و محورهای ارتباطی کشور بر اساس پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب مراجعه سالانه خودروها در دوران ضمانت و تعهد، مدت زمان توقف خودروها در هر بار مراجعه به نمایندگیهای مجاز و پراکندگی خودروهای عرضه شده، توسط عرضه کنندگان محاسبه و بر اساس آن در صورت نیاز نسبت به توسعه شبکه نمایندگیهای مجاز اقدام خواهند نمود.

ماده ۲۱ - شرایط و ضوابط کمی و کیفی ایجاد نمایندگیهای مجاز و نحوه ارزیابی دوره ای نمایندگی های مذکور بر اساس دستورالعملی خواهد بود که به تصویب وزیر صنایع و معادن می رسد.

تبصره - عرضه کننده تحت هیچ شرایطی مجاز به جذب و بکارگیری نمایندگیهای تحت پوشش خود یا هر یک از شرکتهای عرضه کننده که بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو مردود

شناخته شده مردود شناخته شده و لغو دائم گردیده اند تا زمان انجام اصلاحات لازم و رسیدن به سطح کیفی قابل قبول نمی باشد.

ماده ۲۲- عرضه کننده خودرو باید نسبت به تهیه و ابلاغ ضوابط پذیرش، گردش کار خدمات قابل ارائه و ترخیص خودرو، به نمایندگیهای مجاز در چارچوب شرایط و ضوابط موضوع ماده (۲۱) و نظارت بر حسن اجرای آن اقدام نماید.

ماده ۲۳- نمایندگی های مجاز، موظف به نصب تابلو رتبه نمایندگی و همچنین نصب تابلوی حقوق مشتریان به نحوی که قابل رویت مصرف کنندگان باشد در محل پذیرش می باشند. تابلو حقوق مشتریان توسط وزارت صنایع و معادن در چارچوب آئین نامه، تدوین و به عرضه کنندگان اعلام خواهد شد.

ماده ۲۴- عرضه کننده خودرو باید ضمن آموزش کارکنان خدمات پس از فروش و تعمیرگاهها، مستندات اجرایی لازم برای ارائه خدمات به هر محصول، کلیه دستورالعمل های فنی، راهنمای تعمیراتی بخش های مختلف خودرو و آموزش استفاده از تجهیزات تخصصی ابزار مخصوص را فراهم و از طریق واسطه خدمات پس از فروش به کلیه نمایندگی های مجاز ارائه نماید.

ماده ۲۵- عرضه کننده باید برای خودروهای جدید، ابزار آلات، تجهیزات و قطعات یدکی مورد نیاز واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز را تامین و آموزش های لازم را برای کارکنان فنی آنها قبل از شروع تحویل خودرو به مصرف کننده، داده باشد.

ماده ۲۶- عرضه کننده موظف است سیستمی را برای تامین و توزیع به موقع قطعات یدکی مورد نیاز واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگیهای مجاز آنها بر اساس ضوابطی که توسط وزارت صنایع و معادن ابلاغ می شود جهت ارایه به مصرف کنندگان طراحی و اجرا نماید.

ماده ۲۷- عرضه کننده خودرو موظف است سیستم ردیابی قطعات، به ویژه قطعات ایمنی نصب شده بر روی خودروها را ایجاد نماید بطوری که در صورت تشخیص وجود نقص فنی در هر گروه از قطعات نصب شده که باعث بروز خسارت شده باشد، امکان فراخوان خودروهای مربوطه و برطرف نمودن نقص مزبور وجود داشته باشد.

ماده ۲۸- واسطه فروش و خدمات پس از فروش موظف است نظام رسیدگی به شکایات مصرف کنندگان را در شرکت و کلیه نمایندگیهای مجاز مستقر نماید و گزارش عملکرد دوره‌ای خود را به مراجع ذیربط ارسال نماید.

تبصره- در نظام فوق الذکر مدت زمان تعیین تکلیف نهایی شکایت مصرف کننده از زمان وصول شکایت توسط عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش نباید از (۲۰) روز تجاوز نماید.

ماده ۲۹- واسطه فروش و خدمات پس از فروش باید سامانه ای را برای پرداخت هزینه‌های خسارات وارده به مصرف کننده (مورد اشاره در قانون و این آئین نامه) همزمان با راه اندازی مستقر و اجرا نماید.

ماده ۳۰- عرضه کنندگان باید نسبت به استقرار شبکه اطلاعاتی رایانه‌ای بین واسطه فروش، خدمات پس از فروش و کلیه نمایندگیهای مجاز و آموزش عملی کارکنان آنها در زمینه بکارگیری آن اقدام نماید تا علاوه بر محاسبه مدت خواب خودرو، لیست قطعات مصرفی بر روی هر خودرو و صورتحساب هر مصرف کننده برای بازرسی قابل دسترسی باشد.

ماده ۳۱- واسطه فروش و خدمات پس از فروش موظف است نظام نظرسنجی از مراجعین کلیه نمایندگیهای مجاز را تحت نظر سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان تدوین و در بازه های زمانی به اجرا درآورد و بر اساس نتایج حاصله اقدامات اصلاحی موثر را اعمال نماید.

ماده ۳۲- واسطه فروش و خدمات پس از فروش موظف است سیستم نظارت بر نمایندگیهای مجاز را بر اساس وظایف تعیین شده در این قانون، آیین نامه مربوطه و دستورالعمل های ابلاغی مراجع ذیربط مذکور در این آئین نامه ایجاد و در بازه های زمانی مشخص اجرا نماید.

تبصره ۱- واسطه فروش و خدمات پس از فروش موظف است دستورالعمل اعطا و لغو نمایندگی ها را با معیارهای مشخص شده ابلاغی مراجع ذیربط تهیه و اجرا نماید.

تبصره ۲- واسطه فروش و خدمات پس از فروش باید نام و نشانی کلیه نمایندگی های مجاز خود را به همراه سایر مشخصات درخواستی جهت ارزیابی عملکرد آنها به بازرسی معرفی نماید.

ماده ۳۳- عرضه کنندگان خودرو موظف هستند رضایت مصرف کننده را از خدمات ارائه شده خود در دوران ضمانت و تعهد تامین نمایند. چنانچه رضایت مصرف کننده تامین نشود، وی بدو می‌تواند شکایت خود را در

مورد خودروهای ساخت داخل به وزارت صنایع و معادن و در مورد خودروهای وارداتی به وزارت بازرگانی (سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان) تسلیم نماید. شکایت مصرف کننده از سوی مرجع ذیربط ظرف مدت سی روز مورد رسیدگی قرار می گیرد و در صورت عدم حل و فصل موضوع هر یک از طرفین می توانند به هیات حل اختلاف مربوطه مرکب از نماینده عرضه کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری در رشته مرتبط و کارشناس راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی، به ریاست کارشناس رسمی دادگستری مراجعه نمایند. مرجع حل اختلاف موظف است ظرف مدت بیست روز از تاریخ دریافت شکایت به موضوع رسیدگی و نسبت به حل اختلاف اقدام نماید. در صورت اعتراض هر یک از طرفین به صورتجلسه حل اختلاف، خواسته در دادگاه صالحه قابل پیگیری خواهد بود.

تبصره - کلیه نهادها و سازمان هایی که مصرف کنندگان جهت طرح شکایت به آنها مراجعه می نمایند موظفند شکایت مصرف کننده را در مورد خودروهای ساخت داخل به وزارت صنایع و معادن و در مورد خودروهای وارداتی به وزارت بازرگانی (سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان) ارسال نماید.

ماده ۳۴ - مسئولیت اجرایی مفاد این آئین نامه بر عهده عرضه کننده خودرو می باشد.

ماده ۳۵ - نظارت بر حسن اجرای این آئین نامه بر عهده وزارت صنایع و معادن برای خودروهای وارداتی با هماهنگی وزارت بازرگانی می باشد.

ماده ۳۶ - ارزیابی های ادواری عرضه کنندگان خودرو، واسطه های فروش، واسطه های خدمات پس از فروش، نمایندگیهای مجاز و ارایه گزارش های ادواری موردی بر عهده بازرس که برای خودروهای ساخت داخل توسط وزارت صنایع و معادن و برای خودروهای وارداتی با هماهنگی وزارت بازرگانی تعیین می گردد، می باشد. جمع بندی گزارش ها و ارائه آن به کمیسیون صنایع و معادن مجلس بر عهده وزارت صنایع و معادن می باشد.

ماده ۳۷ - مسئولیت رسیدگی به شکایات مصرف کنندگان و جلب رضایت ایشان در مرحله اول بر عهده عرضه کننده می باشد. در صورت بروز اختلاف بین عرضه کننده و مصرف کننده مراتب از طریق مراجع حل اختلاف مورد اشاره در ماده (۳۳) این آیین نامه قابل پیگیری خواهد بود.

جدول شماره (۱)

ردیف	امکانات تعداد خودرو موجود در کشور	تعمیرگاه و فروشگاه مرکزی (۱)	تعمیرگاه و فروشگاه مجاز (۲)	نمایندگی مجاز تعمیراتی (۳)	فروشگاه مجاز لوازم یدکی (۴)
۱	صفر تا یکصد دستگاه	۱ واحد	-	-	۱ فروشگاه
۲	تا پانصد دستگاه	۱ واحد	-	۲ واحد	۵ فروشگاه
۳	تا (۱۰۰۰) دستگاه	۱ واحد	۱ واحد	۴ واحد	۱۰ فروشگاه
۴	تا (۵۰۰۰) دستگاه	۱ واحد	۵ واحد	۲۰ واحد	۲۶ فروشگاه
۵	بیش از (۵۰۰۰) دستگاه	۱ واحد	هر (۱۰۰۰) خودرو یک واحد	هر (۵۰۰) دستگاه خودرو یک واحد اضافه شود	هر (۲۵۰) خودرو یک واحد فروشگاه اضافه شود

۱- تعمیرگاه و فروشگاه مرکزی با مدیریت مستقیم نمایندگی رسمی فعالیت می نماید. رعایت این بند برای ردیفهای (۱ و ۲ و ۳) الزامی است.

۲- تعمیرگاه و فروشگاه مجاز تحت نظارت نمایندگی رسمی فعالیت می نماید.

۳- نمایندگی مجاز تعمیراتی، توان تعمیرات را دارا بوده و در صورت لزوم دوره های آموزشی را دیده است.

۴- در صورت عرضه خودرو بیش از (۵۰۰۰) دستگاه، ایجاد حداقل یک نمایندگی مجاز تعمیراتی در مرکز هر استان الزامی است.

جدول شماره (۲)

۱	محور اول شامل استان های اردبیل، گیلان و مازندران
۲	محور دوم شامل استان های گلستان و خراسان شمالی
۳	محور سوم شامل استان های سمنان و خراسان رضوی
۴	محور چهارم شامل استان های زنجان، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی
۵	محور پنجم شامل استان های مرکزی، همدان و کردستان
۶	محور ششم شامل استان های لرستان، کرمانشاه و ایلام
۷	محور هفتم شامل استان های یزد و کرمان
۸	محور هشتم شامل استان های بوشهر و هرمزگان
۹	محور نهم شامل استان های فارس، کهگیلویه و بویر احمد و خوزستان
۱۰	محور دهم شامل استان های تهران، قم و قزوین
۱۱	محور یازدهم شامل استان های اصفهان و چهارمحال و بختیاری
۱۲	محور دوازدهم شامل استان های سیستان و بلوچستان و خراسان جنوبی

پیوست ج

دستورالعمل چگونگی اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی ادواری خدمات پس از فروش صنعت خودرو

دستورالعمل چگونگی اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی ادواری خدمات پس از فروش صنعت خودرو

۱- هدف

هدف از تهیه این دستورالعمل ایجاد شرایط نظام مند جهت اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی های ادواری خدمات پس از فروش می باشد.

۲- دامنه کاربرد

محدوده این دستورالعمل شامل کلیه شرکت های عرضه کننده خودرو و واسطه خدمات پس از فروش مشمول فرآیند ارزیابی می باشد.

۳- تعاریف

■ امتیاز نهایی : امتیازی است که بر اساس ارزیابی در پایان هر دوره به شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه خدمات پس از فروش اختصاص می یابد.

■ رتبه : بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش کلیه شرکت ها بر اساس امتیازات کسب شده در چهار سطح رتبه بندی می شوند که رتبه های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و رتبه ۴ به عنوان پایین تر از سطح قابل قبول در نظر گرفته می شوند.

■ تبلیغات : عبارتست از کلیه فعالیتهایی که در زمینه اطلاع رسانی عمومی در خصوص نتایج ارزیابی ها صورت می گیرد. (اعم از مصاحبه های مطبوعاتی، تابلو های تبلیغاتی، متون منتشره در روزنامه های کثیرالانتشار و...)

۴- شرایط لازم جهت امکان استفاده از تبلیغات

تنها شرکت هایی می توانند بصورت تبلیغاتی از نتایج ارزیابی هر دوره استفاده نمایند که اولاً: حائز بالاترین امتیاز نهایی در بین کلیه شرکت های (سبک و سنگین) ارزیابی شده در دوره مربوطه بوده و ثانیاً: دارای یکی از شرایط زیر نیز باشند:

- حائز رتبه یک باشند.

- حائز رتبه دو در آخرین ارزیابی بوده و امتیاز نهایی آن نسب به دوره گذشته حداقل ۵ درصد رشد داشته باشند.

۵- شرایط متون تبلیغاتی

الف- کلیه متون تبلیغاتی قبل از هر اقدامی لازم است از نظر تطابق با نتایج ارزیابی به تایید وزارت صنعت، معدن و تجارت برسد.

ب- در متن تبلیغات، دوره زمانی ارزیابی صراحتاً مشخص شود.

ج- در متن تبلیغات به دامنه ارزیابی (حوزه خدمات پس از فروش خودرو در کشور) اشاره گردد.

د- در بیان مزیت کسب، بالاترین امتیاز، از واژه‌های ابهام آمیز مانند رتبه ۱، مقام اول و ... استفاده نگردد.

نکته : واژه‌های اشاره شده فوق تنها در صورتی قابل طرح در متن تبلیغات می‌باشند که شرکت حائز رتبه ۱ در سطوح تعریف شده گردیده باشد.

۶- محدوده زمانی

محدوده زمانی پیش بینی شده جهت اطلاع رسانی و تبلیغات شرکت ها در ارتباط با هر دوره، از زمان اعلام نتایج آن دوره آغاز و به محض اعلام نتایج دوره بعد پایان می یابد و در زمان مقرر شرکت اقدام کننده موظف به جمع‌آوری کلیه تبلیغات انجام شده می‌باشد.

تبصره : شرکت هایی که موفق به حفظ و یا ارتقاء نتیجه قبلی گردند با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت مجاز به ادامه تبلیغات می باشند.

۷- ضمانت اجرا

تمامی شرکت هایی که در فرآیند ارزیابی قرار دارند مکلف به اجرای دقیق کلیه مفاد این دستورالعمل بوده و در صورت بروز هر گونه تخلف و بی توجهی به موارد ذکر شده از سوی هر یک از شرکت ها، موضوع از طریق وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد پیگرد قانونی قرار می گیرد.