



وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستور العمل شرایط ، ضوابط و ارزیابی
خدمات پس از فروش صنعت موتورسیکلت

اسفند ۱۳۹۳

۲	مقدمه
۳	بخش اول: کلیات
		بخش دوم:
۷	• شاخص‌های ارزیابی خدمات پس از فروش شرکتهای عرضه کننده و نمایندگی‌های مجاز موتورسیکلت
۱۵	• چگونگی رتبه بندی شرکتهای و نمایندگی‌های مجاز آنها
۱۶	• شرایط تشویق و تنبیه بر اساس عملکرد.....
۱۸	بخش سوم: شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی‌های مجاز.....
۳۲	بخش چهارم : چگونگی پایش عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت و نمایندگی‌های مجاز
۳۴	• چگونگی ارزیابی رضایت مشتریان
۳۵	• پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان
۳۷	• چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز از شرکت‌های عرضه کننده موتورسیکلت (DSI)
۳۸	• پرسشنامه (DSI)
۴۰	پیوست ها
۴۱	الف- قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
۴۶	ب- آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

مقدمه

صاحب‌نظران بر این باورند که حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و همچنین مشتری‌مداری را رمز بقای تولیدکنندگان دانسته و اینکه در تمام دنیا یکی از مهمترین معیارهای حیات هر گونه بازار، توجه به خدمات پس از فروش در هر نوع کالا میدانند. کیفیت بالا و قیمت معقول شرط لازم برای موفقیت در فروش کالا، شرط کافی برای تداوم یک محصول و تضمین برای خدمات پس از فروش آن است. بنابراین توجه و رسیدگی به خواست مشتری در حفظ بازارهای موجود و گسترش آن نقش قابل توجهی را می‌تواند ایفا کند.

ارتباط دو سویه با مشتریان، با توجه به امر مشتری‌مداری و توسعه فرهنگ حمایت از مصرف‌کنندگان امری است که باید توجه خاصی نسبت به آن شود. با چنین وضعیتی فعالان حوزه اقتصاد می‌بایست علاوه بر ارائه آخرین دستاوردها در زمینه خدمات پس از فروش، نسبت به معرفی خدمات جدید در این راستا برای عموم مشتریان خود مسئله تحول در مدیریت کیفیت خدمات را معرفی و مورد بحث و تبادل نظر قرار دهند. در فضای رقابتی امروز آنچه رویکرد استقبال از کالا را افزایش می‌دهد، 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 نوعی اطمینان در مصرف‌کنندگان است. در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های تولیدی در کشور از عنوان گارانتی و خدمات پس از فروش تنها به عنوان ابزار تبلیغاتی برای جذب مشتریان و فروش بیشتر کالای خود بهره‌برداری به نفع خود می‌نمایند. در چند سال اخیر رشد تیراژ تولید و عرضه موتورسیکلت و افزایش انتظارات مشتریان باعث گردید موضوع خدمات پس از فروش بیش از پیش مورد توجه دست‌اندرکاران صنعت موتورسیکلت و وزارت صنعت، معدن و تجارت که به عنوان متولی امر صنعت در کشور می‌باشد، قرار گرفته است که از جمله آن می‌توان به نظام مند کردن وضعیت خدمات پس از فروش از طریق تدوین دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش موتورسیکلت اشاره نمود که معیارهای مرتبط با واسطه‌های خدمات پس از فروش و نمایندگی‌های مجاز و نحوه ارزیابی آنها مشخص شده است.

این دستورالعمل به عنوان حداقل شرایط و ضوابط مورد پذیرش وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه خدمات پس از فروش صنعت موتورسیکلت تلقی می‌گردد و رعایت مفاد آن برای کلیه عرضه‌کنندگان موتورسیکلت، واسطه‌های خدمات پس از فروش و نمایندگی‌های مجاز الزامیست.

بخش اول

کلیات

۱- هدف:

هدف از تدوین این ضوابط، تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز آنها 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 موتور سیکلت (شامل تولید کنندگان و واردکنندگان)، واسطه های خدمات پس از فروش موتور سیکلت و نمایندگیهای مجاز تعمیراتی می باشد.

۳- دوره های ارزیابی و ارائه گزارشات:

ارزیابی شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت، نمایندگی های مجاز و پایش نتیجه عملکرد آنها طی دوره های زمانی مطابق با جداول (الف و ب) انجام می گیرد.

جدول الف

ردیف	حوزه ارزیابی	موارد ارزیابی	دوره زمانی ارزیابی
۱	عرضه کننده موتورسیکلت / واسطه های خدمات پس از فروش	موارد مرتبط با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آئین نامه اجرائی آن	شش ماهه
۲	تعمیرگاه های مجاز	موارد مرتبط با شرایط و ضوابط تعمیرگاه های مجاز	شش ماهه
۳	پایش عملکرد عرضه کنندگان / نمایندگی های مجاز	سنجش رضایتمندی مشتریان	سه ماهه
		ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها	سالانه

جدول ب

ردیف	موارد گزارش	دوره زمانی گزارش دهی
۱	گزارش نتیجه ارزیابی عرضه کننده موتورسیکلت / واسطه های خدمات پس از	شش ماهه
۲	گزارش ارزیابی تعمیرگاه های مجاز	شش ماهه
۳	رتبه بندی شرکت های عرضه کننده موتور سیکلت و تعمیرگاه های مجاز	سالانه
۴	گزارش سنجش رضایتمندی مشتریان	سه ماهه

۴- مسولیت:

۴-۱- مسولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشد. انجام ارزیابی های این دستورالعمل توسط بازرس مورد اعتماد و واجد صلاحیت منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود و پس از معرفی بازرس 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 می باشد. ۴-۲- گزارشات ارزیابی وضعیت خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت 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- مسولیت ارائه اطلاعات لازم جهت اجرای فرآیند ارزیابی و انجام هماهنگی و همکاری لازم در راستای اجرای ارزیابی ها به عهده عرضه کنندگان موتورسیکلت/ 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 آدرس کلیه نمایندگی های مجاز فعال و تعلیق شده سراسر کشور. (شش ماهه) ۴-۴-۲- مشخصات کلیه مشتریان مراجعه کننده به شبکه خدمات پس از فروش که شامل نام مشتری، شماره تماس، نوع موتورسیکلت، تاریخ پذیرش و نمایندگی که به آن مراجعه شده، می باشد. (سه ماهه) ۴-۴-۳- اطلاعات فنی مرتبط با نمایندگی های مجاز نظیر لیست و مشخصات تجهیزات و استانداردهای آموزشی پرسنل. (شش ماهه)

۵- منابع و ماخذ:

- استاندارد ISO 9001
- قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
- آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
- دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو 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 های عرضه کننده موتورسیکلت (داخلی و خارجی)
- نظرات کارشناسان و صاحب نظران خبره در حوزه صنعت خودرو و موتورسیکلت

۶-اعضای کارگروه تهیه دستورالعمل:

این دستورالعمل در سال ۱۳۹۳ با برگزاری چندین جلسه کارشناسی با حضور نمایندگان دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت ، سازمان ملی استاندارد ایران ، شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران و همچنین شرکتهای پیشتاز موتور توس، تندر شهاب قم، نیرو موتور شیراز، یکتاز سیکلت کویر، فارس موتور سیکلت، نیرو محرکه، تکتاز موتور، ایران دوچرخ، تلاش، سابین خودرو، جهان رو ، ثامن سیکلت تهیه شده است .

۷-بازنگری:

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

بخش دوم

شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش

شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت و نمایندگی های مجاز

به طور کلی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت بر اساس چهار شاخص ذیل

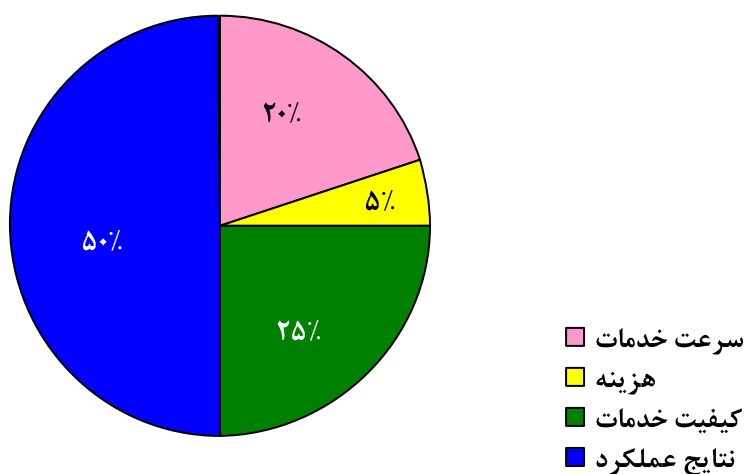
مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت:

۱- کیفیت خدمات

۲- سرعت خدمات

۳- هزینه

۴- نتیجه عملکرد



شاخص ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت 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	
				سیستم های مدیریت کیفیت و ...	۲,۵	
		سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات			تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی	۳
					طراحی و اجرای سیستم نظارت بر نمایندگی های مجاز	۴,۵
					تدوین و اجرای نظام انگیزشی 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	۱۰۰
سرعت خدمات	٪۲۰	شبکه تعمیرگاهی	توسعه شبکه تعمیرگاهی	۱۰		
			امداد سیار	۱۰		
			کارائی نمایندگی ها (تعمیر مناسب موتورسیکلت در زمان توقف متعارف)	۱۵		
		قطعات یدکی و ابزار مخصوص			تامین و توزیع مناسب قطعات یدکی	۳۰
					تامین و توزیع مناسب ابزار مخصوص	۵
		رسیدگی به شکایات مشتریان			بررسی فرآیند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان	۱۵
		سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات			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	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	۲۰		
			جمع	۱۰۰		
نتیجه عملکرد	٪۵۰	رضایتمندی	ارزیابی رضایت مشتریان	۶۰		
			رضایت نمایندگی ها (DSI)	۱۰		
		نتایج فرآیندها			بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها	۳۰
					جمع	۱۰۰

شاخص ارزیابی نمایندگی های مجاز به همراه ضریب وزنی

امتیاز	عوامل	زیر شاخص	ضریب وزنی	شاخص
۴۰	آموزش و مهارت	نیروی انسانی	۵۰٪	وضعیت نمایندگی
۱۰	تعدد و شرایط			
۳۰	تجهیزات و ابزار آلات	تجهیزات		
۱۰	فضای فیزیکی	شرایط محیطی		
۱۰	آراستگی			
۱۰۰	جمع			
۱۰۰	ارزیابی رضایت مشتریان	رضایت مندی	۵۰٪	نتیجه عملکرد
۱۰۰	جمع			
			۱۰۰٪	جمع

فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت 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. ۵۰ 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 ۴۰ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها 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 ۱۰ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها 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- تجهیزات و ابزار آلات

تجهیزات و ابزارآلات یکی دیگر از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها بوده و ۳۰ درصد امتیاز این شاخص را تشکیل می دهد. در ارزیابی این بخش وجود تجهیزات و ابزار آلات، در دسترس بودن، سالم بودن و استفاده مستمر در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز کنترل می گردد.

۱-۱-۳- شرایط محیطی

۲۰ درصد امتیاز ارزیابی وضعیت نمایندگی ها مربوط است به شرایط محیطی شامل فضای فیزیکی و نظام آراستگی نمایندگی ها که بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز مورد ارزیابی قرار می گیرد.

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 موتورسیکلت یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن

۱-۳- ضمانت

ضمانت موتورسیکلت، قطعات، خدمات و سایر موارد مربوط به اجرای الزامات ضمانت آیین نامه اجرایی قانون.

۱-۴- نظارت

اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۱-۵- پایش و تحلیل نظرات مشتریان

پایش و تحلیل نظرات مشتریان و اعمال اقدامات اصلاحی موثر بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

۱-۶- تدوین و اجرای دستورالعمل پذیرش، ترخیص و گردش کار

تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

۱-۷- تدوین و اجرای دستورالعمل های فنی و تعمیراتی

تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۱-۸- تدوین و اجرای نظام تشویق و تنبیه

تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز

۲- سرعت خدمات

۲-۱- شبکه تعمیرگاهی

ارزیابی طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن

۲-۲- خدمات رسانی امداد سیار

ارزیابی فرآیند خدمات رسانی سیار بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی قانون

۲-۳- کارائی نمایندگی ها

به منظور سنجش میزان کارائی نمایندگی ها شاخص زیر در نظر گرفته شده است که عبارتند از: نسبت موتورسیکلت های که عیوب آنها طی دو روز کاری به صورت کامل در نمایندگی رفع گردیده است.

۲-۴- قطعات یدکی و ابزارمخصوص

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 اجرائی آن مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

ب- ابزار مخصوص

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

۲-۵- بررسی فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان در شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت یا واسطه های خدمات پس از فروش بر اساس آئین 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.

۲-۶- خسارت خواب

پرداخت خسارت خواب موتور سیکلت بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

۲-۷- توسعه شبکه ارتباطی بین شرکت و مشتریان

توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان، نمایندگی های مجاز و عرضه کنندگان موتورسیکلت یا واسطه های خدمات پس از فروش بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۲-۸- اعطا و لغو

تدوین و اجرای آیین نامه اعطا و لغو امتیاز نمایندگی ها بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۳- هزینه

۳-۱- تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات

تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات ، ابلاغ آن به نمایندگی های مجاز و اطلاع رسانی هزینه ها به مشتریان بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۳-۲- تدوین جدول قیمت قطعات یدکی

تدوین جدول قیمت قطعات یدکی، ابلاغ آن به نمایندگی های مجاز و اطلاع رسانی هزینه ها به مشتریان بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۳-۳- نظارت بر هزینه دریافتی از مشتریان

نظارت بر صدور صورت حساب و هزینه های دریافتی از مشتریان در نمایندگی های مجاز بر اساس دستورالعمل زمان و نرخ استاندارد تعمیرات مطابق آیین نامه اجرایی قانون و فراهم ساختن امکاناتی در نمایندگی های مجاز جهت مقایسه صورتحساب صادره با جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات در صورت درخواست مصرف کننده بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

۴- نتیجه عملکرد

در این بخش نتیجه عملکرد شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت 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 موتورسیکلت عبارتند از:

۴-۱- رضایتمندی مشتریان

ارزیابی رضایتمندی مشتریان عمده ترین شاخص پایش عملکرد شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت می باشد. این شاخص در مجموع ۶۰ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت را شامل می شود.

در این بخش رضایتمندی مشتریان و درک احساس مشتری از نحوه ارائه خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت و تعمیرگاه های مجاز آنها اندازه گیری خواهد شد. چگونگی سنجش رضایتمندی مشتریان در پیوست (ب) به صورت کامل تشریح شده است.

۴-۲- رضایتمندی نمایندگی ها (رضایتمندی تعمیرگاه های مجاز از شرکت های عرضه کننده

موتورسیکلت)

با عنایت به اینکه رضایتمندی تعمیرگاه های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت بر رضایتمندی مشتریان نیز تاثیرگذار می باشد بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این شاخص ۱۰ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت را شامل می شود.

۴-۳- بررسی اثربخشی 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.

رتبه بندی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان موتورسیکلت (رتبه بندی کل)

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

امتیاز زیر شاخص	امتیاز کل (A)	رتبه	
		نماد	رنگ
نتیجه عملکرد			
حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A \leq 100$	★★★	یک
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.

رتبه بندی نمایندگی مجاز

امتیاز زیر شاخص ها		امتیاز کل (A)	رتبه	
نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی		نماد	رنگ
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد	$95 \leq A \leq 100$	★★★★	ممتاز*
حداقل ۷۵ درصد	حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A < 95$	★★★☆	یک
حداقل ۶۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	$70 \leq A < 85$	★★☆☆	دو
حداقل ۵۵ درصد	حداقل ۶۰ درصد	$55 \leq A < 70$	★☆☆☆	سه
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر از ۶۰ درصد	$A < 55$	☆☆☆☆	مردود

تبصره ۲: در ارزیابی های ادواری کلیه نمایندگی های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند می بایست توسط شرکتهای عرضه کننده موتورسیکلت 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.

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 می بایست 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 خودرود 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.

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

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

۴- 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

- ✓ نیروی انسانی
- ✓ تجهیزات تعمیرگاهی
- ✓ شرایط محیطی
- ✓ 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- تعیین تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در نمایندگی مجاز

جدول الف - مدیریت و نیروی انسانی

تعداد		سمت	ردیف
نمایندگی مجاز	نمایندگی مرکزی		
یک نفر	یک نفر	مدیر نمایندگی	۱
	یک نفر	مسئول فنی و پذیرش	۲
	یک نفر	مسئول انبار	۴
یک نفر	۳ نفر	پرسنل فنی	۵

تبصره ۱

عرضه کنندگان موتورسیکلت یا واسطه خدمات پس از فروش می بایست حداقل دارای یک نمایندگی مرکزی باشد و همچنین موظف به ایجاد و معرفی حداقل یک نمایندگی مجاز در هر یک از استانهای کشور می باشند. در خصوص استانهایی که شرکت عرضه کننده در آنها موتورسیکلت به فروش نرسانده است احتیاج به معرفی نمایندگی در آن استانها نمی باشند. در صورت اعلام عدم فروش موتورسیکلت در یک استان شرکت عرضه کننده موتورسیکلت یا واسطه خدمات پس از فروش می بایست مستندات مربوطه را جهت صحه گذاری به بازرس ارائه کند. تبصره فوق مربوط به اولین سال ارزیابی پس از ابلاغ دستورالعمل مربوطه می باشد و در سالهای بعدی ملاک ارزیابی تعداد نمایندگی ها بر اساس الزامات مندرج در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو می باشد.

تبصره ۲

واسطه خدمات پس از فروش می بایست بسته آموزشی مورد نیاز مسئول انبار و مسئول فنی و پذیرش و پرسنل فنی را طراحی و کلیه سر فصل های آموزشی مورد نیاز 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 موتورسیکلت های تحت مسئولیت آن نمایندگی صادر نماید. سر فصل های این بسته آموزشی می بایست حداقل شامل موارد مورد اشاره در این دستورالعمل باشد.

۲-۱- شرایط احراز پرسنل نمایندگی های مجاز

۱-۲-۱- مدیر نمایندگی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس و بالاتر با یک سال سابقه کار مرتبط با موتور سیکلت یا خدمات تعمیرگاهی
- فوق دیپلم با دو سال سابقه کار مرتبط با موتور سیکلت یا خدمات تعمیرگاهی
- دیپلم با چهار سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی
- زیر دیپلم با هشت سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی

▪ دوره های آموزشی

- مدیریت نمایندگی با توجه به الزامات شرکت عرضه کننده موتور سیکلت
- آشنایی با الزامات دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش موتورسیکلت
- آشنایی با نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- مشتری مداری

۱-۲-۲- مسئول فنی و پذیرش

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- فوق دیپلم یا بالاتر با دو سال سابقه کار مرتبط با موتور سیکلت یا خدمات تعمیرگاهی
- دیپلم با چهار سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی
- زیر دیپلم با هشت سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی

▪ دوره های آموزشی

- آشنایی با الزامات دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش موتورسیکلت
- مشتری مداری

• پذیرش

• دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم قوای محرکه ، سیستم برق و سیستم ترمز

۱-۲-۳- مسئول انبار

▪ سوابق تحصیلی و کاری

• دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کاری مرتبط با موتور سیکلت یا خدمات تعمیرگاهی

• زیر دیپلم با هشت سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی

▪ دوره های آموزشی

• سیستم های سفارش گذاری موجودی انبار

• قطعه شناسی

• اصول 5S

• ایمنی انبار

۱-۲-۴- پرسنل فنی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

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

• زیر دیپلم با هشت سال سابقه کار مرتبط با موتورسیکلت یا خدمات تعمیرگاهی

▪ دوره های آموزشی

• دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم قوای محرکه ، سیستم برق و سیستم ترمز

تبصره ۳

شرکتهای عرضه کننده موتورسیکلت می بایست کلیه دوره های آموزشی خود را از حیث کمی و کیفی به اطلاع و تأیید اتحادیه صنف تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکاران دوچرخه و موتورسیکلت برسانند.

تبصره ۴

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 ۵

درخصوص 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.

۳-۱- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۵۰ درصد امتیاز کل نمایندگی موتورسیکلت می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در جدول الف و براساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

ردیف	سمت	ضریب
۱	مدیر نمایندگی	۳
۲	مسئول فنی و پذیرش	۳
۳	پرسنل فنی	۲
۴	مسئول انبار	۱

تبصره ۶

۲۰ درصد امتیاز هر یک از پرسنل مربوط به سوابق تحصیلی و کاری و ۸۰ درصد مابقی مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد.

تبصره ۷

با توجه به سوابق کاری و تحصیلی تعیین شده در خصوص پرسنل نمایندگی های مجاز به نسبت سوابق کاری ارائه شده امتیاز تعلق می گیرد.

۲- تجهیزات تعمیرگاهی

تجهیزات عمومی که جهت تعمیرات موتورسیکلت در نمایندگی ها مورد استفاده قرار می گیرد می بایست توسط واسطه خدمات پس از فروش تعیین و در نمایندگی ها به تناسب تعداد پرسنل فنی وجود داشته باشد.

واسطه خدمات پس از فروش می بایست ابزار مخصوص مورد نیاز جهت تعمیرات (مندرج در کتب راهنمای تعمیرات)- در صورت وجود- کلیه موتورسیکلت های تحت مسئولیت هر نمایندگی را تهیه و در اختیار نمایندگی ها قرار دهد.

ابزارها می بایست در محل نمایندگی موجود و به صورت مستمر توسط پرسنل نمایندگی جهت انجام تعمیرات مورد بهره برداری قرار گیرد.

تبصره ۱

جهت ارزیابی ابزار مخصوص می بایست کتب راهنمای تعمیرات و ابزار مخصوص بر اساس نوع محصول در نمایندگی موجود بوده و در صورت عدم وجود کتب مربوطه در نمایندگی ابزار مخصوص قابل ارزیابی نمی باشد و امتیازی تعلق نمی گیرد.

تبصره ۲

صرفاً به دستگاه ها و تجهیزات سالم که نصب و مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز تعلق می گیرد. حداکثر امتیاز این بخش ۳۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد.

جدول الف - ابزارآلات عمومی تعمیرگاه

ردیف	نام ابزار	تعداد مورد نیاز	امتیاز
۱	پیچ گوشی تخت از تمام اندازه ها	۲ دست	۲
۲	پیچ گوشی چهارسو از تمام اندازه ها	۱ دست	۲
۳	آچار دو سر تخت (۵-۳۰ mm)	۱ دست	۲
۴	آچار رینگ (۵-۳۰ mm)	۱ دست	۲
۵	آچار فرانسه	۱ عدد	۲
۶	آچار شلاقی	۱ عدد	۲
۷	آچار بکس	۱ دست	۲
۸	آچار شمع	۲ عدد	۲
۹	آچار آلن (۳-۲۲ mm)	۱ دست	۲
۱۰	آچار لوله ای (۵-۳۰ mm)	۱ دست	۲
۱۱	انبردست	۲ عدد	۲
۱۲	دم باریک	۲ عدد	۲
۱۳	سیم چین	۲ عدد	۲
۱۴	خار جمع کن	۱ عدد	۲
۱۵	خار باز کن	۱ عدد	۲
۱۶	چکش پلاستیکی	۱ عدد	۲
۱۷	چکش نرم	۱ عدد	۲
۱۸	چکش سخت	۱ عدد	۲
۱۹	سوهان تخت	۱ دست	۲
۲۰	سوهان گرد	۱ دست	۲
۲۱	سوهان نیم گرد	۱ دست	۲
۲۲	قلم تخت	۱ عدد	۲
۲۳	پولی کش	۱ عدد	۲
۲۴	بیرون کشنده پیچ	۱ عدد	۲
۲۵	بیرون کشنده بوش و بلبرینگ	۱ عدد	۲
۲۶	انبر قفلی	۱ عدد	۲
۲۷	انبر کلاغی	۱ عدد	۲
۲۸	سمبه	۱ عدد	۲
۲۹	قیچی آهن بر	۱ عدد	۲

جدول ب- تجهیزات عمومی تعمیرگاه

ردیف	نوع تجهیزات	تعداد مورد نیاز	امتیاز
۱	جک تعمیر موتورسیکلت	به تعداد پرسنل فنی	۱۵
۲	سیستم مرکزی هوای فشرده	۱ عدد	۱۰
۳	دستگاه آزمایش شمع*	۱ عدد	۱۰
۴	دستگاه شارژر باتری	۱ عدد	۱۰
۵	دستگاه عیب یاب	۱ عدد	۱۰
۶	دستگاه پرس (۳ تن)	۱ عدد	۵
۷	دستگاه جوش برق	۱ عدد	۵
۸	سنگ رومیزی	۱ عدد	۵
۹	هویه ۶۰ وات	۱ عدد	۵
۱۰	دریل	۱ عدد	۵
۱۱	میکرومتر (۰-۲۵ mm)*	۱ عدد	۵
۱۲	کولیس ۱۵۰ میلیمتری*	۱ عدد	۵
۱۳	ساعت اندازه گیری با پایه*	۱ عدد	۵
۱۴	فیلر*	۱ عدد	۵
۱۵	ترکمتر*	۱ عدد	۵
۱۶	وسیله اندازه گیری فشار باد لاستیک	۱ عدد	۵
۱۷	مولتی متر*	۱ عدد	۵
۱۸	میزکار با گیره	۱ عدد	۵

تبصره ۳

تجهیزات و ابزارآلاتی که با علامت * مشخص شده اند نیاز به کالیبراسیون دوره ای دارند. کالیبراسیون میبایست توسط یکی از مراجع معتبر که دارای گواهی تایید صلاحیت از سازمان ملی استاندارد میباشد انجام گردد.

تبصره ۴

در صورت کالیبره نبودن هر یک از تجهیزات ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

تبصره ۵

در صورتی که نمایندگی مجهز به سیستم مرکزی هوای فشرده باشد این سیستم می بایست در فضای های تعمیراتی مورد نیاز انشعاب داشته باشد.

تبصره ۶

در صورتی که محصولات عرضه شده توسط شرکت عرضه کننده موتور سیکلت نیاز به عیب یابی از طریق دستگاه عیب یاب داشته باشد شرکت عرضه کننده موظف می باشد مدل و محدوده عملکرد دستگاه را معرفی نماید. در غیر این صورت این تجهیز از لیست تجهیزات عمومی آن شرکت حذف خواهد گردید.

جدول ج - تجهیزات تکمیلی

ردیف	نوع تجهیزات	امتیاز
۱	دستگاه شستشوی قطعات	۱۵
۲	کارواش	۱۵
۳	آچار بادی	۱۰
۴	پیچ سنج	۵

وجود تجهیزات تکمیلی در نمایندگی ها اختیاری است و در صورت وجود، دارای امتیاز مازاد یا تشویقی می باشد. تجهیزات تکمیلی حداکثر ۳ امتیاز به امتیاز تجهیزات تعمیرگاهی اضافه می نماید که در صورت وجود هر یک از تجهیزات جدول فوق به نسبت امتیاز محاسبه خواهد شد.

نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۳۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد.

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

ردیف	شرح	ضریب
۱	تجهیزات عمومی نمایندگی	۳
۳	ابزار مخصوص	۲
۴	ابزار آلات عمومی	۱

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 ستادی و انبار

ردیف	نام واحد	حداقل متراژ موجود در نمایندگی مرکزی - متر مربع	حداقل متراژ موجود در نمایندگی مجاز - متر مربع
۱	پذیرش و فضای اداری	۶	۳
	محل انتظار مشتریان محل ثبت پذیرش و ترخیص	۴	
۲	بخش انبار	۳۰	۴
	انبار قطعات یدکی		
	انبار روغن و روانکارها انبار قطعات داغی		
مجموع		۴۰	۷

۳-۱-۲- فضای تعمیراتی

تعیین تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز در نمایندگی

تعداد پرسنل فنی = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۷ متر مربع = $۲ \times ۳,۵$ = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

تبصره ۱

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

۳-۱-۳- فضای پارکینگ (پارکینگ موتور سیکلت های آماده تعمیر و تعمیر شده)

تعیین تعداد پارکینگ مورد نیاز در نمایندگی

۲متر مربع = 1×2 = اندازه فضای هر پارکینگ

ردیف	نوع نمایندگی	تعداد پارکینگ
۱	نمایندگی مرکزی	۱۰
۲	نمایندگی مجاز	۴

تبصره ۲

فضاهای تعمیراتی و پارکینگ ها بدون در نظر گرفتن راهروها محاسبه می شود به طوری که موتورسیکلت های متوقف در این مکان ها براحتی امکان تردد و ورود و خروج را داشته باشند.

۳-۱-۴- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد.

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

ردیف	شرح	ضریب
۱	فضای ستادی و انبار	۳
۲	فضای پارکینگ	۲
۳	فضای تعمیراتی	۵

تبصره ۳

متراژ (طول، عرض و کل فضا) چنانچه کمتر از ۷۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن بخش امتیازی تعلق نخواهد گرفت. در صورتیکه ۷۰ درصد و بیش از آن باشد امتیاز آن به نسبت محاسبه خواهد شد.

۳-۲- نظام آراستگی

۳-۲-۱- مستندات

- ✓ کلیه کتب فنی و دستورالعمل های موتور سیکلت مورد تعمیر در تعمیرگاه می بایست موجود باشد و به صورت منظم در محل قابل دسترسی برای همه پرسنل جمع آوری 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

۳-۲-۲- انبارها

- ✓ کلیه قطعات در انبار می بایست در قفسه نگهداری شوند و قابلیت شناسایی داشته باشند
- ✓ چیدمان مناسب کالاها در انبار می بایست رعایت گردد
- ✓ کلیه مواد مصرفی و قطعات داغی گارانتی در انبار نگهداری شوند
- ✓ شرایط نگهداری کالاها در انبار می بایست رعایت گردد (رطوبت، نور آفتاب، نفوذ آب باران، گرد و غبار و ...)

۳-۲-۳- تابلوها

- ✓ تابلو حقوق مشتریان (منطبق بر ضوابط تعیین شده در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرایی آن) می بایست در معرض دید مشتریان در نمایندگی نصب باشد.

تبصره ۴

- تابلو حقوق مشتریان می بایست حداقل در قطع A2 بوده و سایز متن آن بگونه ای باشد که به راحتی برای مشتریان قابل خواندن 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.
- ✓ تابلو رتبه (به تفکیک شاخص های ارزیابی) نمایندگی در آخرین ارزیابی انجام شده با ذکر دوره ارزیابی در معرض دید مشتریان در نمایندگی نصب شده باشد.

تبصره ۵

تابلو رتبه می بایست حداقل در قطع A2 بوده و سایز متن آن بگونه ای باشد که به راحتی برای مشتریان قابل خواندن باشد.

۳-۲-۴- ایمنی

✓ نمایندگی باید دارای سیستمی جهت اطفای حریق باشد. (به عنوان مثال کپسول آتش نشانی / سیستم هوشمند اطفای حریق و ...)

✓ کپسول های آتش نشانی در محل فضاهای تعمیراتی نصب و دارای تاریخ اعتبار و معتبر باشد.

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

۳-۲-۵- رفاه مشتری

✓ محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها می بایست متناسب با تعداد پذیرش روزانه نمایندگی باشد.

✓ محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم تهویه مناسب باشد (گرمایش، سرمایش)

۳-۲-۶- نظافت و تمیزی

✓ قطعات داغی و نامنطبق در فضاهای تعمیراتی نگهداری نشود

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

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

✓ ابزارآلات و تجهیزات می بایست تمیز باشد.

✓ کلیه موتورسیکلت های در تعمیرگاه می باشند باید دارای روکش محافظ باشند.

۳-۲-۷- پرسنل

✓ کلیه پرسنل باید دارای لباس کار متحدالشکل باشند

✓ لباس پرسنل می بایست تمیز باشد

✓ کلیه پرسنل باید دارای اتیکت شناسایی بوده و روی لباس کار آنها نصب شده باشد

۳-۲-۸- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد که به طور مساوی به عوامل موجود تعلق می گیرد.

۴- امتیاز های تشویقی

۴-۱- در صورت استقرار آخرین ویرایش هر یک از سیستم های مدیریت کیفیت شامل ISO 9001 - ISO 10002-10004 در نمایندگی های مجاز هر کدام به میزان ۵ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۴-۲- چنانچه نمایندگی مجاز بر اساس مدل استاندارد شرکت اصلی(مادر) عرضه کننده خودرو مورد ارزیابی قرار گرفته و تائید شده باشد ۵ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

بخش چهارم
چگونگی پایش عملکرد عرضه کنندگان
موتورسیکلت 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 متغییرهای 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 یک ساله	تعداد نمونه سه ماهه
۱	$100 \leq N \leq 200$	۲۵
۲	$200 < N \leq 500$	۵۰
۳	$500 < N \leq 1000$	۱۰۰
۴	$1000 < N \leq 5000$	۲۰۰
۵	$N > 5000$	۳۰۰

پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت و نمایندگی های مجاز

سلام، من هستم. می‌خواستم با آقای صحبت کنم؟ خودم هستم گوشی خدمتتان صدایش کنم

(تکرار معرفی صاحب‌کننده) تشریف ندارند (تشکر و قطع مصاحبه)

شما در تاریخ / / موتورسیکلت خود را به تعمیرگاه مجاز شرکت برده‌اید. به سفارش وزارت صنعت، معدن و تجارت بنده مامورم تا نظرات شما را از این نمایندگی ارزیابی کرده برای اینکه نقاط ضعف و قوت نمایندگی را بهتر بشناسیم تا نمایندگی در آینده خدمات بهتری ارائه نماید. من حدود ۵ دقیقه وقت شما را خواهم گرفت. آیا مایلید با بنده همکاری کنید و نظرات خود را بیان نمایید؟ بله خیر (تشکر و قطع مصاحبه)

۱- موتورسیکلت شما به چه دلیل در نمایندگی پذیرش شده است؟

سرویس های ادواری ایراد فنی سایر موارد

۲- بطور کلی از این نمایندگی چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۳- آیا مسئول پذیرش تمام عیوبی که ذکر کردید را یادداشت کرد؟

بله خیر (چرا؟ قطعه نداشتند وقت نداشتند تجهیزات تعمیراتی نداشتند پرسنل تعمیراتی نداشتند سایر

۴- از مدت زمانی که طول کشید تا موتورسیکلتتان را پذیرش کنید، چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۵- مسئول پذیرش زمان تحویل موتورسیکلت را چه زمانی تعیین کرد؟ همان روز فردا چند روز بعد روز تعیین نکردند

۶- موتورسیکلت را چه زمانی به شما تحویل دادند؟ همان روز فردا چند روز بعد روز

۷- بطور کلی از زمان تعمیر و تحویل به موقع موتورسیکلت چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۸- آیا تمام عیوب را برطرف کرده بودند؟ بله خیر (چندتا ایراد برطرف نشده بود؟ ایراد)

۹- بطور کلی از کیفیت خدمات و تعمیرات چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۰- برای تعمیر موتورسیکلتتان قطعه ای نیاز بود؟ بله خیر (سوال ۱۳)

۱۱- آیا قطعات مورد نیاز به موقع تامین شدند؟ بله خیر

۱۲- از به موقع تامین شدن قطعه توسط نمایندگی چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۳- بطور کلی از رفتار مودبانه پرسنل تعمیرگاه چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۴- از توضیحات مسئول مربوطه در پایان کار در خصوص کارهای انجام شده و قطعات تعویض شده چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۵- آیا صورتحساب (فاکتور) به شما ارائه گردید؟ بله خیر

۱۶- آیا هزینه ای بابت خدمات و یا تعویض قطعات پرداخت نمودید؟ بله خیر (سوال ۱۸)

۱۷- از هزینه پرداختی برای خدمات انجام شده چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۸- از نحوه ارائه سرویس‌های ادواری شرکت چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۱۹- از سهولت دسترسی به نمایندگی‌های این شرکت چقدر رضایت دارید؟

(حداکثر رضایت) ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ (حداقل رضایت) نظری ندارم

۲۰- رضایت شما تا آن اندازه هست که مراجعه به این تعمیرگاه را به دوستانتان توصیه کنید؟ بله خیر

..... (چرا؟).....

.....

.....

*- در پایان پیشنهاد و انتقادات خود را در رابطه با عملکرد این نمایندگی و یا شبکه خدمات پس از فروش شرکت بیان نمایید.

.....

.....

مشخصات مشتری

۱) جنسیت: زن (۱) مرد (۲)

۲) سن: ۱۸ تا ۳۰ سال ۳۱ تا ۴۵ سال ۴۶ تا ۶۰ سال ۶۱ سال به بالا (۴)

۳) تحصیلات: زیر دیپلم (۱) دیپلم (۲) فوق دیپلم (۳) لیسانس (۴) فوق لیسانس و بالاتر (۵)

۴) تعداد دفعات مراجعه به نمایندگی: یکبار (۱) دوبار (۲) سهبار (۳) بیش از سهبار (۴)

۵) شهر محل سکونت: نام و نام خانوادگی: (۶)

۷) تلفن تماس:

مشخصات موتورسیکلت

۸) نوع موتورسیکلت: (۸) شرکت سازنده:

۹) سال خرید: (۱۰) نوع سوخت: بنزین سوز برقی (۲)

توسط پرسشگر تکمیل گردد

استان: شهر: کد نمایندگی:

کد شناسایی: تاریخ پذیرش: / /

تاریخ انجام مصاحبه: / / زمان شروع مصاحبه: زمان پایان مصاحبه:

کد پرسشگر: امضا پرسشگر:

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

از آنجا که رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان موتورسیکلت 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 موتورسیکلت مورد بررسی قرار می گیرد.

در همین راستا پرسشنامه ای به منظور پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد شرکت های عرضه کننده موتورسیکلت/ واسطه خدمات پس از فروش بر اساس نیاز سنجی انجام شده از مدیران نمایندگیهای مجاز تدوین گردیده است. این پرسشنامه که نتایج آن به عنوان نتایج عملکردی شرکتهای عرضه کننده موتورسیکلت/واسطه خدمات پس از فروش شناخته می شود همزمان با ارزیابی های ادواری ، 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 موتورسیکلت / واسطه خدمات پس از فروش

با سلام،

خواهشمند است به منظور شناخت نقاط قوت و نواحی قابل بهبود شرکت عرضه کننده موتورسیکلت / 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.

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

شاخص					ردیف
تا چه حد از شاخص مطرح شده رضایت دارید؟					
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۲۶ میزان رضایت شما از شرایط و نحوه توزیع ابزار مخصوص توسط شرکت چقدر است؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۲۷ رضایتمندی شما از شرایط و نحوه توزیع تجهیزات و ابزارآلات در نمایندگی چگونه است
			خیلی	بلی	۲۸ آیا نظام انگیزشی نمایندگی ها در شرکت وجود دارد؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۲۹ تا چه اندازه نظام انگیزشی را منصفانه و بر اساس عملکرد نمایندگی می دانید؟
					۳۰ میزان رضایت شما از سیاست های ارتقای سهم بازار نمایندگی توسط شرکت چقدر است؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۱ تا چه اندازه نظام انگیزشی را منصفانه و بر اساس عملکرد نمایندگی می دانید؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۲ میزان اطلاع رسانی واحد فنی شرکت در خصوص سیستم های فنی جدید موتورسیکلت ها چگونه است
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۳ مستندات فنی که از طرف شرکت ارائه می گردد تا چه حد کاربردی می باشد
			خیلی	بلی	۳۴ آیا سیستم رایانه ای جهت ارتباط با شرکت وجود دارد؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۵ سیستم رایانه ای موجود در نمایندگی را تا چه حد مفید و اثر بخش می دانید؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۶ اطلاعات موجود در سیستم رایانه ای تا چه اندازه پاسخگوی نیاز های شما در زمینه خدمات پس از فروش می باشد؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۷ میزان رضایت شما از نحوه برخورد مسئولین و مدیران شرکت چگونه است؟
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	۳۸ در صورت دریافت پیشنهاد با شرایط مشابه از شرکت های دیگر تا چه اندازه تمایل به ادامه همکاری با شرکت فعلی دارید؟

نظرات و پیشنهادات

مشخصات مصاحبه شونده

۱. جنسیت:	(۱) زن	(۲) مرد		
۲. سن:	(۱) ۳۰ تا ۱۸ 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 می‌گیرد، پس از اتمام کار، به صورت مکتوب کلیه عیب‌ها و نقص‌های 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 نمایندگی‌های 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 می‌آید. مدت تعلیق به دوره ضمانت افزوده می‌شود.

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 مشمولین 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 اشاره 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 واجرت 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) می‌باشد.

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 می‌گردد) 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 می‌شود. هزینه‌های انجام بازرسی ها 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 نمایندگی های 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 دوره های 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 (مینی بوس، میدی باس، 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 می باشد.

تبصره ۱- عرضه کننده می تواند بر اساس سیاست تجاری خود و به منظور ارتقاء رضایت مندی مصرف کننده نسبت به افزایش دوره ضمانت با تعهدات مربوطه اقدام نماید که در این صورت جزئیات شرایط آن باید به طور شفاف به مصرف کننده اعلام گردد.

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

تبصره ۳* - اقلام ضمانت در خودرو شامل مواد و قطعات مصرفی از قبیل روغن، مایع خنک کننده و نظایر آن و استهلاک قطعات استهلاکی از قبیل لنت ترمز، تیغه برف پاک کن، صفحه کلاچ و نظایر آن (به جز اقلام مصرفی) که از طرف عرضه کننده تضمین گردیده است، نمی باشد.

تبصره ۴* - تعویض قطعات مصرفی و قطعات استهلاکی که ناشی از عیب موجود در هر یک از مجموعه های خودرو باشد بر عهده عرضه کننده بوده و مشمول تضمین می گردد.

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 نمی گردد.

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 عرضه‌کننده 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 عرضه‌کننده، واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز) شروع و در روزی که نمایندگی مجاز پس از انجام تعمیرات لازم، آمادگی تحویل خودرو به مصرف‌کننده را اعلام می‌نماید، خاتمه می‌یابد.

تبصره-* در صورت مراجعه مصرف‌کننده 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 مازاد بر دو روز کاری یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرسی 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 مازاد بر دو روز کاری، یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرسی مورد تأیید قرار گرفته است، بمقدار بیست ده هزارم (۰/۰۰۲۰) بهای خودرو توسط عرضه کننده به مصرف کننده پرداخت می شود.

ج - خودرو های سنگین (مینی بوس، میدی باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون و کشنده): برای کلیه خودروهای سنگین به ازای هر روز توقف مازاد بر دو روز کاری یا زمان استاندارد تعمیرات که قبلاً از سوی بازرسی 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 ۱۵-* 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* - عرضه‌کنندگان موظف به بکارگیری سامانه پذیرش موضوع ماده (۶) برای دوران تعهد نیز می‌باشند.

ماده ۱۵* - عرضه‌کننده 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 نمایندگیهای مجاز خود ابلاغ نماید تا صورتحساب مصرف‌کننده بر آن اساس صادر و به مصرف‌کننده تحویل شود. عرضه‌کننده باید در نمایندگیهای مجاز امکاناتی را فراهم نماید تا در صورت درخواست مصرف‌کننده، امکان مقایسه صورت حساب صادره با جداول مذکور وجود داشته باشد.

ماده ۱۶* - عرضه‌کننده موظف است نمایندگیهای 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، می‌باشد.

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 مصرف‌کننده تماس گرفته و از او جهت انجام تعمیر کسب تکلیف نماید.

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

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

ماده ۲۰* - ایجاد نمایندگی مجاز توسط عرضه‌کنندگان انواع خودرو مطابق ضوابط زیر می‌باشد:

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 نمایندگی های 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 نمایندگی های مجاز مستقر نماید و گزارش عملکرد دوره ای 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 نمایندگان 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 نمایندگان 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 نمایندگان 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 می تواند 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