

شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

**خلاصه گزارش ارزیابی
وضعیت خدمات پس از فروش
شرکت های عرضه کننده خودرو
در سال ۱۳۹۱**

بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو (بازنگری ۳)



فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان مطلب
۳	۱ - مقدمه
۵	۲ - امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی
۶	۳ - چکیده ارزیابی سال ۹۱
۱۱	۴ - ارزیابی سیستم خدمات پس از فروش شرکتهای عرضه کننده خودرو
۳۲	۵ - ارزیابی وضعیت نمایندگی های مجاز شرکتهای عرضه کننده خودرو
۳۶	✓ وضعیت ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو- سبک
۴۵	✓ وضعیت امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی نمایندگی های مجاز به تفکیک استان- حوزه سبک
۴۹	✓ وضعیت ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو- سنگین
۵۷	✓ وضعیت امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی نمایندگی های مجاز به تفکیک استان- حوزه سنگین
۶۱	۶ - وضعیت ارزیابی رضایتمندی مشتریان
۶۷	۷ - وضعیت شاخص رضایت نمایندگی های مجاز از شرکت عرضه کننده خودرو (DSI)
۷۰	۸ - امتیاز نهایی وضعیت خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو



مقدمه

امروزه کسب و کارها، در هر زمینه و شاخه ای که مشغول به فعالیت باشند، بیش از هر زمان دیگری با فشارهای ناشی از رقابت مواجهند. محصولات و خدمات ارائه شده از سوی شرکت ها روز به روز بیشتر به هم شبیه می شوند. در این شرایط از میزان وفاداری مشتریان کاسته شده و تمایل آنها برای روی آوردن به محصولات دیگر رقبا نیز افزایش می یابد.

در این شرایط، شرکت ها برای کسب موفقیت باید از طریق ارائه خدمات و محصولاتی برتر، خود را از دیگر رقبا متمایز ساخته و برای کسب مزیت رقابتی، تجربه ای ارزشمند و به یاد ماندنی در ذهن مشتری بر جای بگذارند. سازندگان تکنولوژی و پدیدآورندگان خدمات فهمیده اند که خدمات پس از فروش قسمت هزینه بر ولی بسیار مهم فروش محصولات است. چگونگی عملکرد شرکت هنگامی که مشتری به مشکلی در رابطه با محصول برمی خورد، بر روی وفاداری و رفتارهای آیند مشتری در قبال خرید محصولات از آن شرکت، تاثیر مستقیم دارد. وزارت صنایع و معادن به عنوان متولی امر صنعت در کشور با ایجاد راهکارهایی سعی در ارتقاء توان شرکت های عرضه کننده خودرو و ارائه خدمات پس از فروش مناسب به مشتریان داشته که از آن جمله می توان به نظام مند کردن وضعیت خدمات پس از فروش از طریق تدوین دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو اشاره نمود.

نسخه اولیه دستورالعمل فوق الذکر در سال ۱۳۸۲ با مشارکت صاحبان نظران صنعت خودرو و با همکاری شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران در ستاد سیاستگذاری خودرو و وزارت صنایع و معادن به تصویب رسید. این دستورالعمل تاکنون ۳ بار در سال های ۱۳۸۵، ۱۳۸۷ و ۱۳۹۰ مورد بازنگری قرار گرفته است.

در سال ۱۳۹۰ با برنامه ریزی صورت گرفته از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت و شورای سیاستگذاری صنعت خودرو این دستورالعمل در کارگروه مربوطه و با محوریت الزامات در نظر گرفته شده در قانون حمایت از حقوق

مصرف کنندگان خودرو (مصوب مجلس شورای اسلامی) مورد بازرسی قرار گرفت و بر اساس آن شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران به نمایندگی از وزارت صنعت، معدن و تجارت، وضعیت خدمات پس از فروش کلیه شرکت های عرضه کننده خودرو و تعمیرگاه های مجاز تحت پوشش را مورد ارزیابی و رتبه بندی قرار می دهد.

الزامات قانون

ارزیابی خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو بر اساس **الزامات قانونی** ذیل به اجرا در می آید:

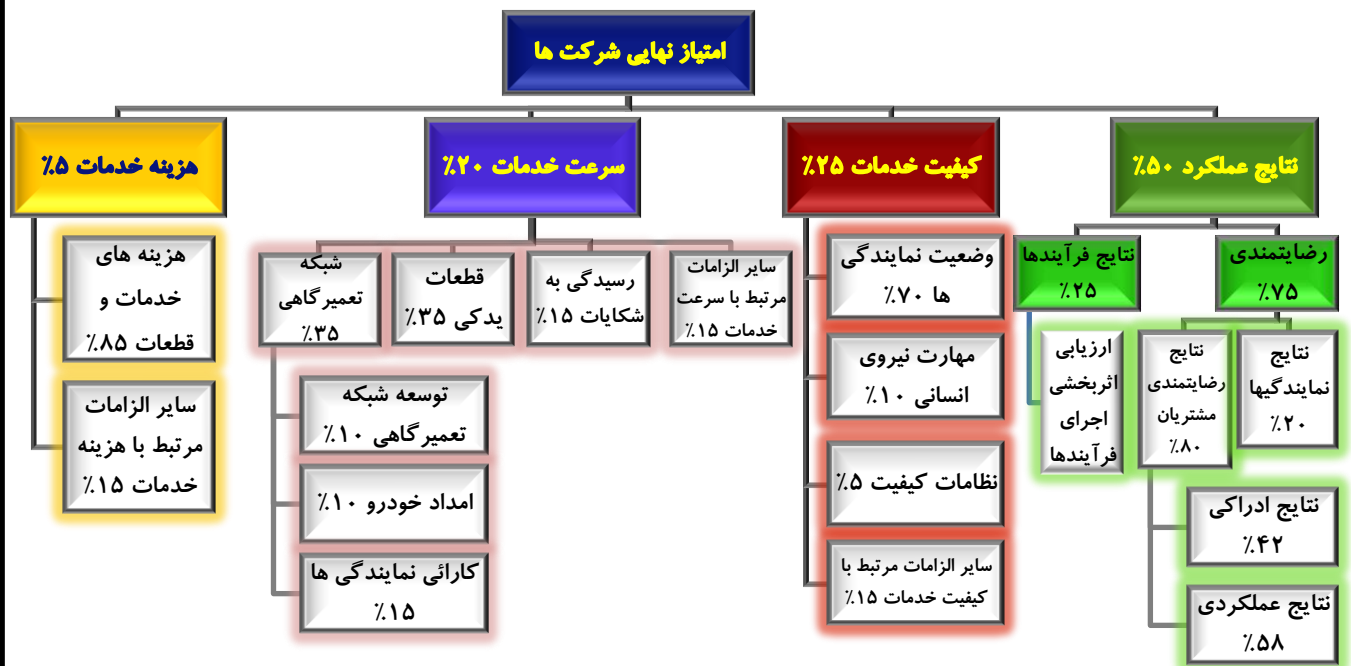


رویکردهای انجام بازرسی دستورالعمل



امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی

بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش (بازنگری ۳)



جدول روند انجام فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو در سال ۱۳۹۱

زمان				موضوع ارزیابی
سه ماهه اول ۹۱	سه ماهه دوم ۹۱	سه ماهه سوم ۹۱	سه ماهه چهارم ۹۱	
←←←←←				سنجش رضایتمندی مشتریان در حوزه شاخص های ادراکی، عملکردی و کارایی
←←←←←				ارزیابی سیستم خدمات پس از فروش
←←←←←				ارزیابی نمایندگی های مجاز
←←←←←				اندازه گیری رضایت مدیران نمایندگی ها (DSI)



چکیده ارزیابی - سال ۹۱

❖ در سال ۱۳۹۱ تعداد ۳۸ شرکت عرضه کننده خودرو و در ۲ حوزه شرکت های عرضه کننده خودرو سبک و سنگین توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران مورد ارزیابی قرار گرفتند. که در از این تعداد در مجموع تعداد ۲۴ شرکت جزو شرکت های تولید کننده خودرو و تعداد ۱۲ شرکت جزو شرکت های وارد کننده خودرو بوده است.

تعداد شرکتها		نوع خودروهای عرضه شده	نوع شرکتها	ردیف
سال ۹۱	سال ۹۰			
۶	۸	سبک	تولید کننده خودرو	۱
۱۸	۱۴	سنگین		۲
۱۰	۱۰	سبک	واردکننده	۳
۲	۰	سنگین		۴
۳۶	۳۲	جمع		

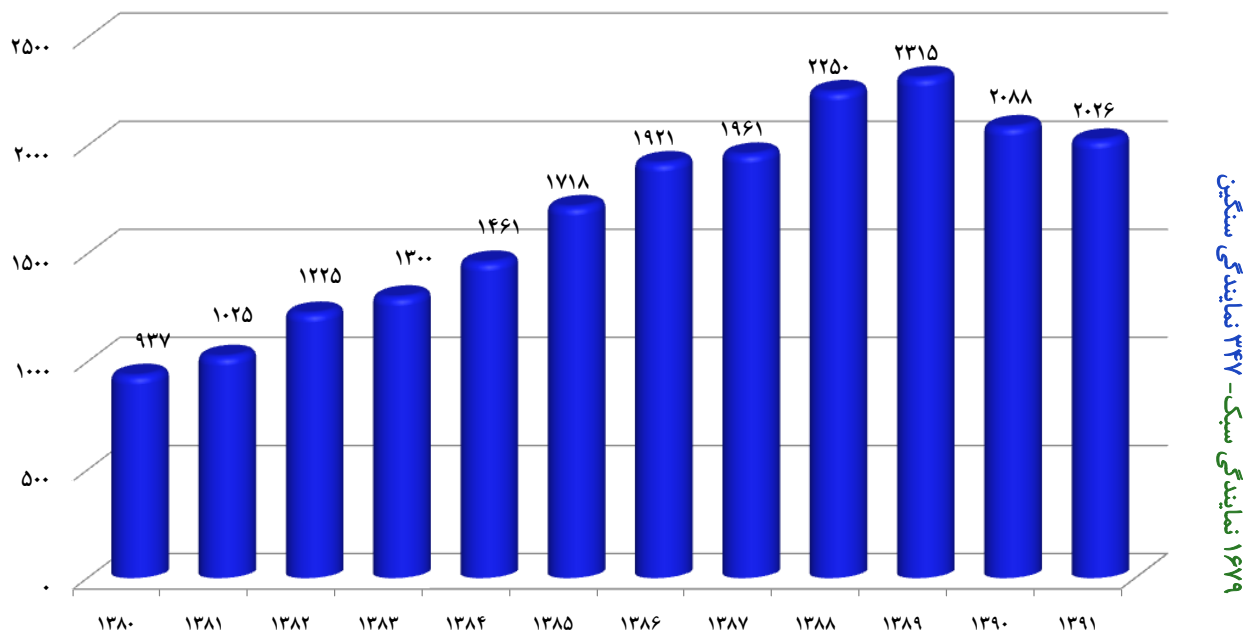
که نام شرکت های ارزیابی شده در حوزه شرکت های عرضه کننده خودروی سبک و سنگین به شرح جدول ذیل می باشد.

توضیحات	شرکت های عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش			
	سنگین		سبک	
	نام شرکت	ردیف	نام شرکت	ردیف
* به دلیل عدم امکان ارزیابی برخی از شاخص های مدل ارزیابی، این شرکت در رده بندی کلی قرار نمی گیرد.	ارس خودرو دیزل	۱	ایساکو	۱
	بهمن دیزل	۲	بم خودرو	۲
	پیشرو شتاب	۳	پرستوی آبی ارگ	۳
	خدمات فنی رنا	۴	سایپا یدک	۴
	راینیران	۵	مدیران خودرو	۵
	ماموت دیزل	۶	مرتب خودرو	۶
	زامیاد	۷	خودروسازی سینا	۷
	آریا دیزل موتور	۸	اطلس خودرو	۸
	شهاب یار	۹	ایرتویا	۹
	عقاب افشان	۱۰	آسان موتور	۱۰
	کاریزان خودرو	۱۱	ستاره ایران	۱۱
	گواه	۱۲	مدیا موتورز	۱۲
	سیبا موتور	۱۳	مزدا یدک*	۱۳
	نیرو خودرو آسیا	۱۴	معین موتور*	۱۴
	کاسپین خودرو	۱۵	پریشیا خودرو*	۱۵
	ستاره نیک آریا	۱۶	نگین خودرو*	۱۶
	آذهایتکس*	۱۷	آلفا موتور*	۱۷
	آکیا خودرو*	۱۸		
	صنایع خودرو کویر*	۱۹		
	زرین خودرو*	۲۰		



❖ در سال ۱۳۹۱ تعداد ۲۰۲۶ نمایندگی مجاز خدمات پس از فروش خودرو در ۲ حوزه شرکت های عرضه کننده خودرو سبک و سنگین توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران مورد ارزیابی قرار گرفتند. که جهت ارزیابی این نمایندگی های مجاز به ۳۴۸ شهر در سطح کشور مراجعه گردیده است.

در نمودار زیر مقایسه تعداد نمایندگی های مجاز صنعت خودرو در ۱۲ سال گذشته نشان داده شده است.



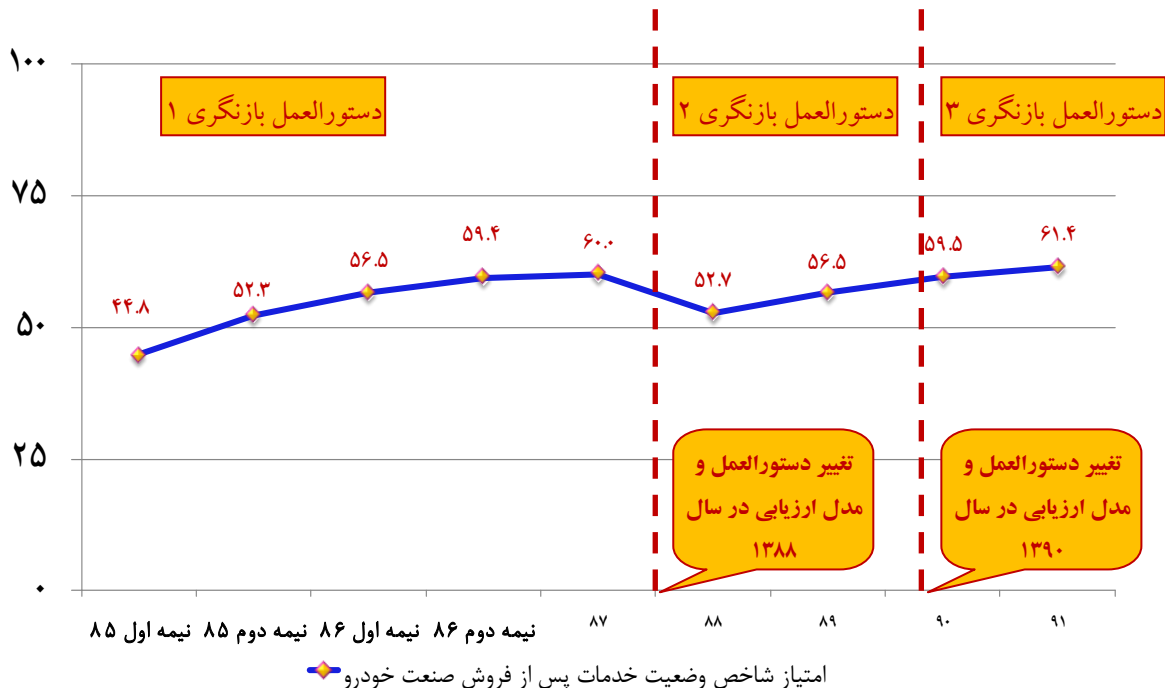
در سال ۱۳۹۱ به واسطه بروز برخی از مشکلات اعم از تحریم و کاهش میزان تولیدات خودرو، تعداد شبکه نمایندگی های مجاز صنعت خودرو با افت نسبی مواجه بود. به طوری که تعداد نمایندگان از ۲۰۸۸ به ۲۰۲۶ تقلیل پیدا کرد.

❖ ارزیابی خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۱۳۹۱، ماحصل بیش از ۲۲۰/۰۰۰ نفر ساعت کار مستمر کارشناسی در گروه های مختلف کاری به منظور بررسی شاخصهای مختلف در شبکه خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو می باشد که در این سال ارزیابی های شبکه خدمات پس از فروش برای اولین بار کاملاً به صورت webbased و online در سراسر کشور صورت گرفته است.



❖ نتایج ارزیابی های صورت گرفته نشان می دهد وضعیت خدمات پس از فروش صنعت خودرو نسبت به سال گذشته رشد نسبی داشته است به طوری که شاخص کل وضعیت خدمات پس از فروش صنعت خودرو در سال ۹۱ نسبت به سال ۹۰ تقریباً با ۲ واحد رشد همراه بوده است.

در نمودار زیر روند شاخص کل وضعیت خدمات پس از فروش صنعت خودرو در ۷ سال گذشته نشان داده شده است.



❖ ارزیابی های سیستم خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو نشان می دهد شاخص تامین قطعات یدکی به دلیل موانع واردات با افت قابل توجهی همراه بود.

❖ ارزیابی ها نشان می دهد موضوع نظارت بر هزینه های دریافتی از مشتریان که یکی شاخصه های مهم در کسب رضایت مشتریان محسوب می شود، کمتر توسط شرکت های عرضه کننده خودرو مورد توجه قرار گرفته است.

❖ بر اساس ارزیابی انجام شده برخی از شرکت های عرضه کننده خودرو ارائه خدمات ضمانت (گارانتی) را مطابق با مدت زمان تعیین شده در آیین نامه اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو (خودروی سبک داخلی ۲ سال یا ۴۰ هزار کیلومتر، خودروی سبک وارداتی ۵ سال یا ۱۵۰ هزار کیلومتر و خودروی سنگین ۳ سال یا ۲۰۰ هزار کیلومتر) انجام نداده اند.



❖ بر اساس ارزیابی های انجام شده در سطح شرکت های عرضه کننده خودرو برخی از الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان عمدتاً از نگاه شرکت های عرضه کننده خودرو مغفول مانده که تعدادی از آنها به شرح ذیل می باشد:

ردیف	ماده قانونی	شرح مختصر
۱	ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	تعویض خودروی معیوب با نو یا استرداد بهای آن چنانچه نقص یا عیب قطعات ایمنی خودرو در طول دوره ضمانت پس از سه بار تعمیر همچنان باقی باشد یا خودرو بیش از سی روز به دلیل تعمیرات غیر قابل استفاده بماند...
۲	ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	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...
۳	تبصره ۲ ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	دوره تعهد یا دوره تامین قطعات و ارائه خدمات فنی استاندارد، برابر ده سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف کننده می باشد.
۴	ماده ۵ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	حداقل دوره تضمین برای خودروهای سبک از تاریخ تحویل به مصرف کننده دو سال یا کارکردی برابر (۴۰۰۰۰) کیلومتر، و برای خودروهای وارداتی پنج سال یا (۱۵۰۰۰۰) کیلومتر و برای خودروهای سنگین سه سال یا (۲۰۰۰۰۰) کیلومتر...
۵	تبصره ۴ ماده ۵ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	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.
۶	ماده ۸ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	چنانچه رفع عیوب خودرو تحت 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 می باشد.
۷	ماده ۱۱ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو	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.



- ❖ وضعیت نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۱۳۹۱ نسبت به سال ۹۰ با رشد ۳ درصدی همراه بود. این رشد عمدتاً در شاخص تجهیزات و نیروی انسانی نمود پیدا کرده است.
- ❖ وضعیت رضایتمندی مشتریان خدمات پس از فروش در حوزه خودروهای سبک نسبت به سال ۱۳۹۰ با رشد ۱,۴ درصدی همراه بود لیکن این شاخص در حوزه خودروهای سنگین به همین میزان کاهش پیدا کرد.
- ❖ بر اساس مصاحبه با بیش از ۱ میلیون مشتری مراجعه کننده به شبکه خدمات پس از فروش در سال ۹۱ عمده علل نارضایتی مشتریان کمبود یا نبود قطعات یدکی، کیفیت پایین قطعات اولیه خودرو و کیفیت پایین خدمات و تعمیرات بوده است.
- ❖ همچنین بر اساس نظرسنجی انجام شده در سه ماهه چهارم سال ۹۱ از مشتریان مراجعه کننده به شبکه تعمیرگاهی، بالاترین رضایت از ارائه خدمات مربوط به مشتریان خودروی ام جی ۵۵۰ بوده و پایین ترین رضایت مربوط به خودرویی توجوی بوده است.
- ❖ شاخص رضایت نمایندگی های مجاز از شرکت عرضه کننده خودرو (DSI) به طور متوسط ۶۶ درصد بود که این رقم نسبت به دوره مشابه سال ۱۳۹۰ به میزان ۳ درصد کاهش پیدا کرد.
- ❖ عدم رضایت از واحد امور نمایندگی های مجاز و امور مالی از عمده دلایل نارضایتی نمایندگی های مجاز از شرکت واسطه خدمات پس از فروش بوده است.
- ❖ در سال ۱۳۹۱ وضعیت خدمات پس از فروش شرکت های وارد کننده نسبت به تولید کنندگان با رشد چشمگیری همراه به بود به نحوی که نیمی از ۱۰ شرکت برتر در حوزه خدمات پس از فروش مربوط به سال ۱۳۹۱ را وارد کنندگان خودرو در بر می گیرند.



۱- ارزیابی سیستم خدمات پس از فروش شرکتهای عرضه کننده خودرو

(بر اساس الزامات آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو)



ارزیابی سیستم خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو بر اساس الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در دوره های زمانی ۶ ماهه توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران به اجرا در می آید.

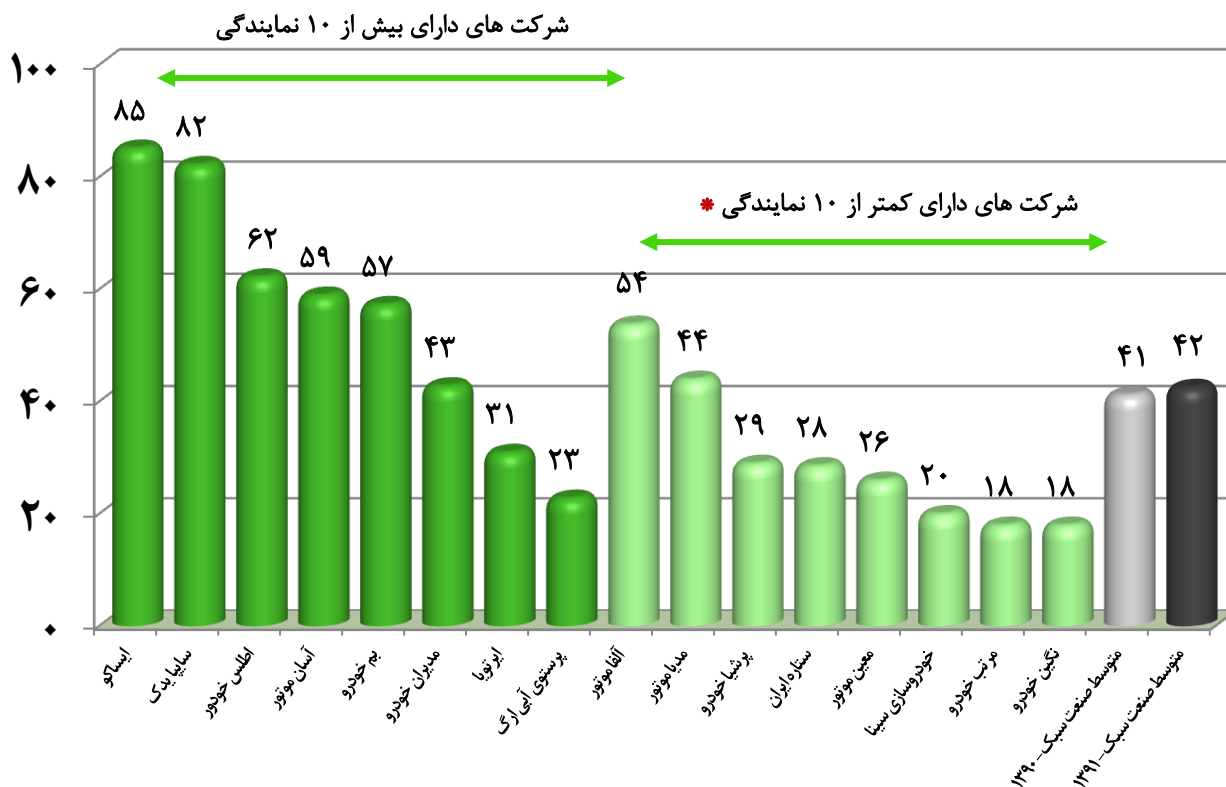
ارزیابی مذکور در ۴ حوزه کیفیت، سرعت، هزینه خدمات و نتیجه عملکرد انجام می شود که شاخص های تحت بررسی در هر حوزه در جدول ذیل آمده است:

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	امتیاز
کیفیت خدمات	۲۰,۲۵٪	مهارت نیروی انسانی	آموزش و مهارت پرسنل نمایندگی ها و شرکت	۳۳
		نظامات کیفیت	سیستم های مدیریت کیفیت و ...	۱۷
		سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات	بر اساس بندهای مرتبط با کیفیت در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه مربوطه	۵۰
سرعت خدمات	۴۶٪	شبکه تعمیرگاهی	توسعه شبکه تعمیرگاهی	۱۲
		قطعات یدکی	تامین و توزیع مناسب قطعات	۴۱
		رسیدگی به شکایات مشتریان	بررسی فرآیند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان	۱۸
		سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات	بر اساس بندهای مرتبط با سرعت در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه مربوطه	۱۸
هزینه خدمات	۱۳,۵٪	هزینه های خدمات و قطعات	تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات	۲۰
		سایر الزامات قانونی مرتبط با هزینه خدمات	تدوین قیمت جدول قطعات یدکی	۲۰
		نتایج فرآیندها	نظارت بر هزینه های دریافتی از مشتریان	۴۵
		سایر الزامات قانونی مرتبط با هزینه خدمات	بر اساس بندهای مرتبط با هزینه در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه مربوطه	۱۵
نتیجه عملکرد	۲۰,۲۵٪	نتایج فرآیندها	بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها	۱۰۰
		جمع		۱۰۰

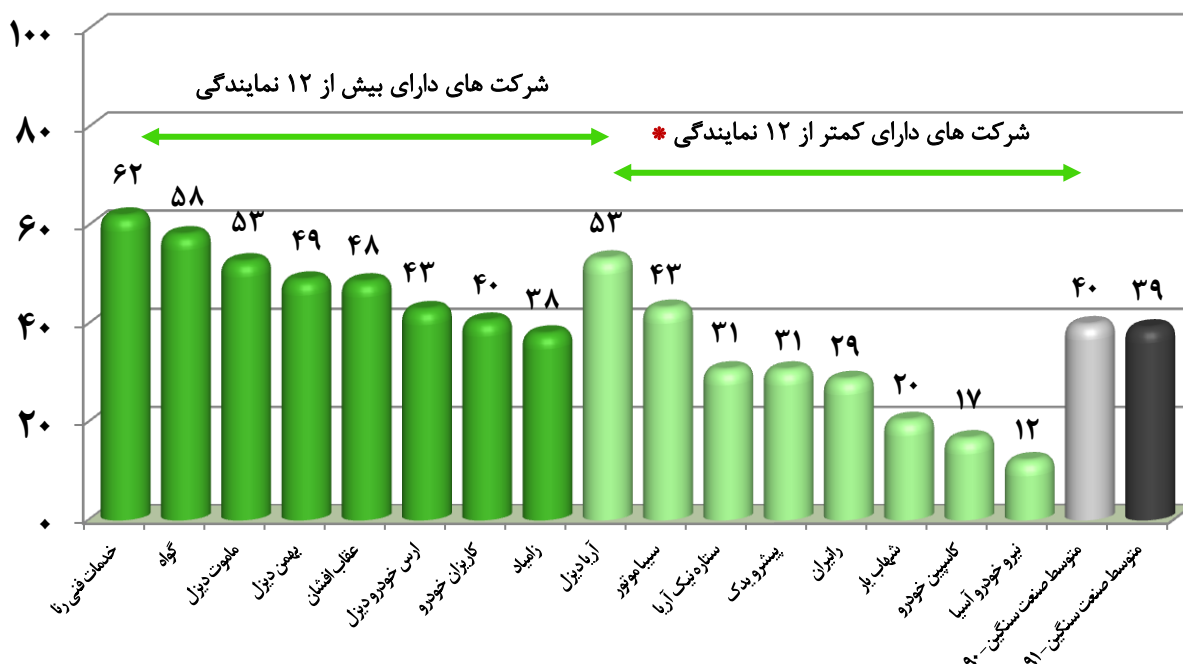
وضعیت ارزیابی سال ۱۳۹۱ شرکت ها در انطباق با الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت در صفحات بعدی تشریح می گردد.



مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکتها - خودروهای سبک



مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکتها - خودروهای سنگین



* این شرکت ها به جهت عدم گستردگی شبکه خدمات متناسب با آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو در رده بندی کلی قرار نگرفته اند.



۱- کیفیت خدمات

مهارت نیروی انسانی - پرسنل نمایندگی ها

تبصره ۱ ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و ماده ۲۴ آیین نامه اجرایی قانون حمایت از

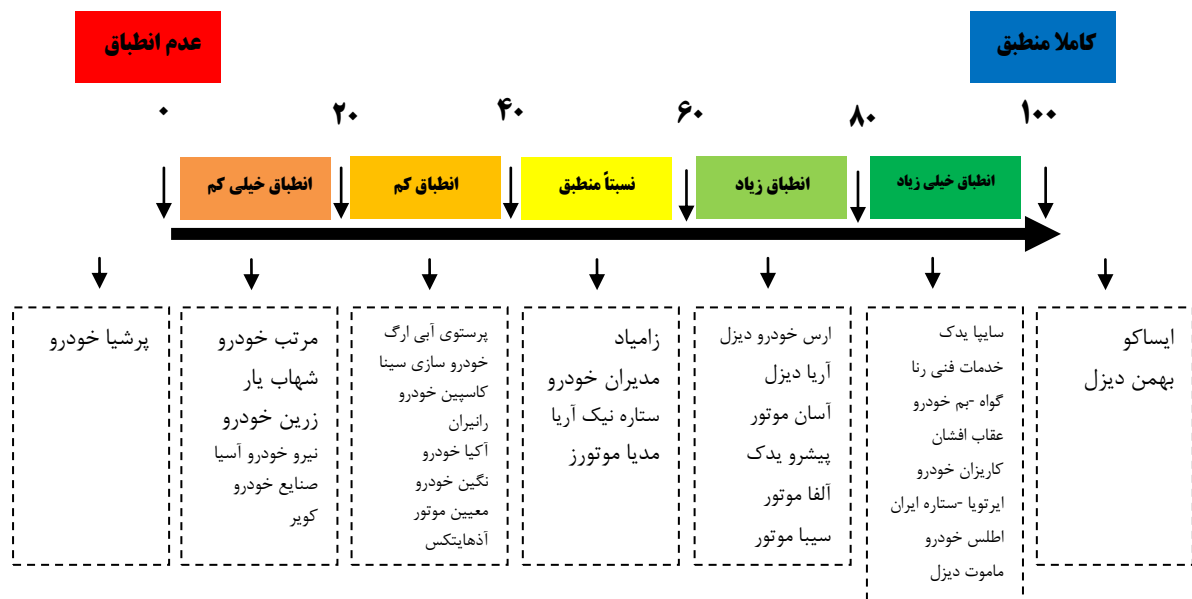
حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- 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 نمی تواند مصرف کننده را به مراجعه به نمایندگی معینی اجبار نماید.
- عرضه کننده خودرو باید ضمن آموزش کارکنان خدمات پس از فروش و تعمیرگاهها، مستندات اجرایی لازم برای ارائه خدمات به هر محصول، کلیه دستورالعملهای 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 نمایندگیهای مجاز ارائه نماید

وضعیت مورد انتظار

- تدوین استاندارد آموزشی پرسنل نمایندگی های مجاز
- طرح ریزی مکانیزم شناسایی پرسنل و تطبیق با استاندارد آموزشی
- برنامه ریزی جهت برگزاری دوره های آموزشی (بلند مدت و کوتاه مدت)

وضعیت موجود





۱- کیفیت خدمات - ادامه

مهارت نیروی انسانی - پرسنل شرکت خدمات پس از فروش

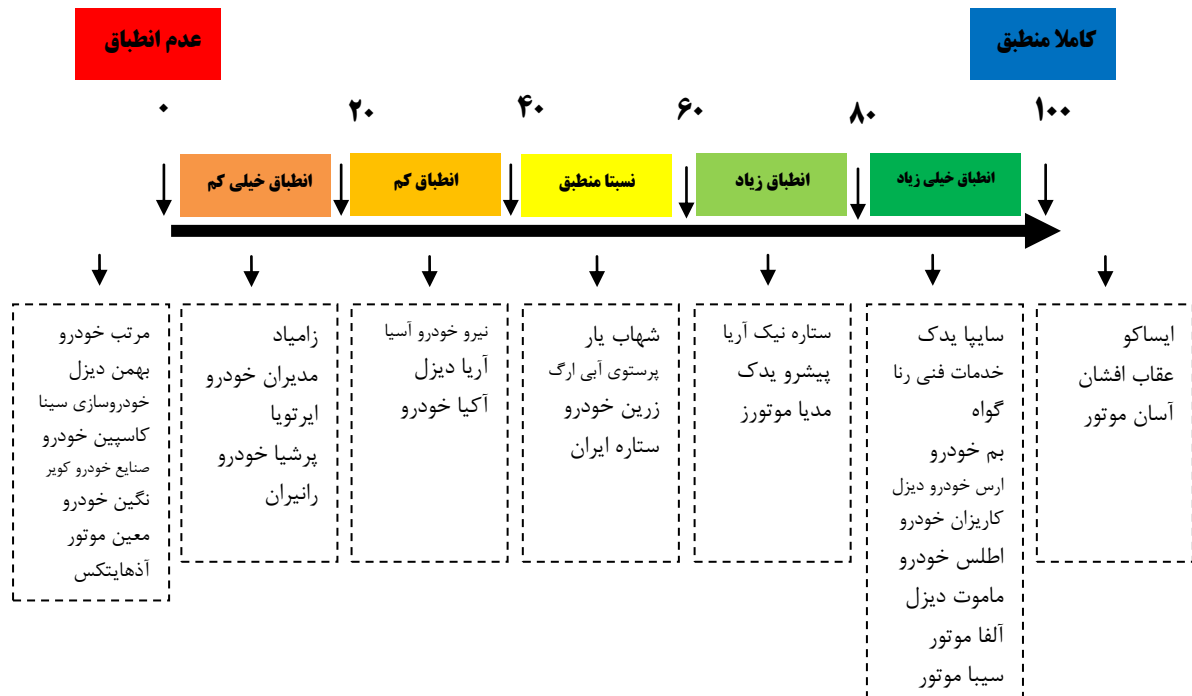
ماده ۲۴ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

عرضه کننده خودرو باید ضمن آموزش کارکنان خدمات پس از فروش و تعمیرگاهها، مستندات اجرایی لازم برای ارائه خدمات به هر محصول، کلیه دستورالعملهای 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 نمایندگیهای مجاز ارائه نماید.

وضعیت مورد انتظار

- تدوین استاندارد آموزشی پرسنل نمایندگی های مجاز
- طرح ریزی مکانیزم شناسایی پرسنل و تطبیق با استاندارد آموزشی
- برنامه ریزی جهت برگزاری دوره های آموزشی (بلند مدت و کوتاه مدت)

وضعیت موجود





۱- کیفیت خدمات - ادامه

دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص

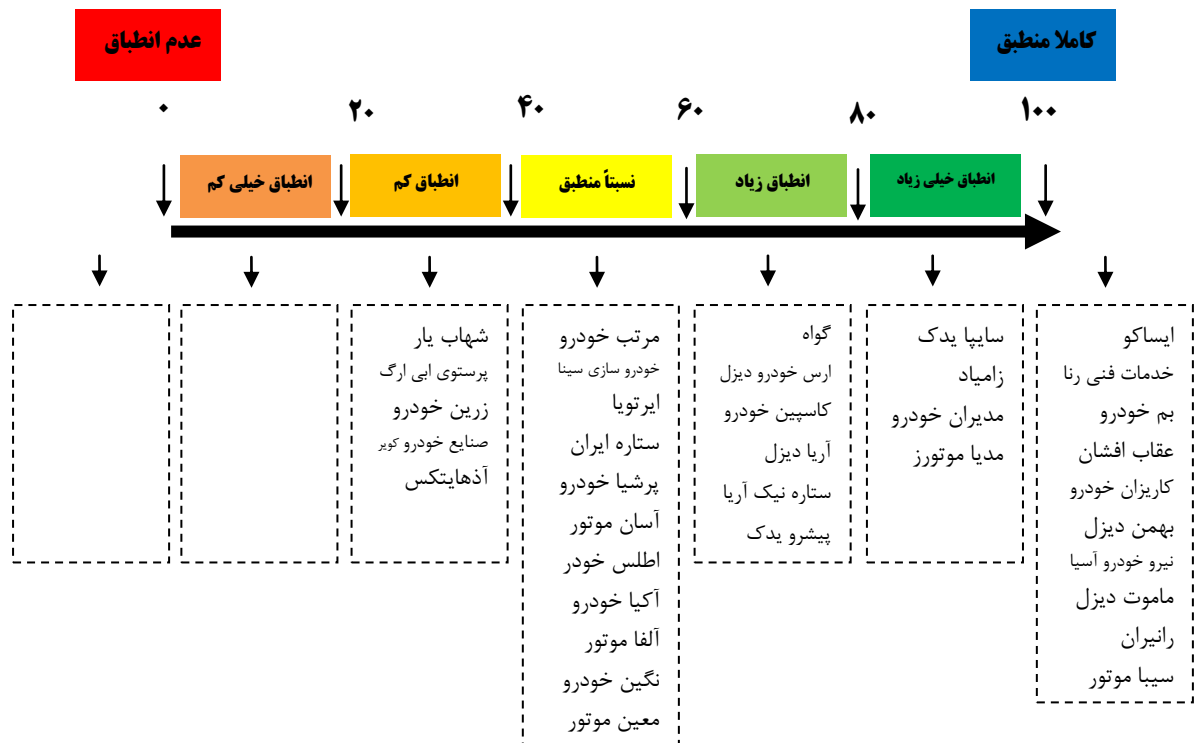
ماده ۲۴ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

عرضه کننده خودرو باید ضمن آموزش کارکنان خدمات پس از فروش و تعمیرگاهها، مستندات اجرایی لازم برای ارائه خدمات به هر محصول، کلیه دستورالعملهای 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 نمایندگیهای مجاز ارائه نماید.

وضعیت مورد انتظار

- تهیه و ترجمه دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و همچنین راهنمای استفاده از ابزار مخصوص برای کلیه خودروهای تحت مسئولیت
- ارسال دستورالعمل های فوق به کلیه نمایندگی های تحت پوشش و حصول اطمینان از دریافت آنها توسط نمایندگی ها

وضعیت موجود





۱- کیفیت خدمات - ادامه

دستورالعمل‌های پذیرش، ترخیص و گردش کار در نمایندگی

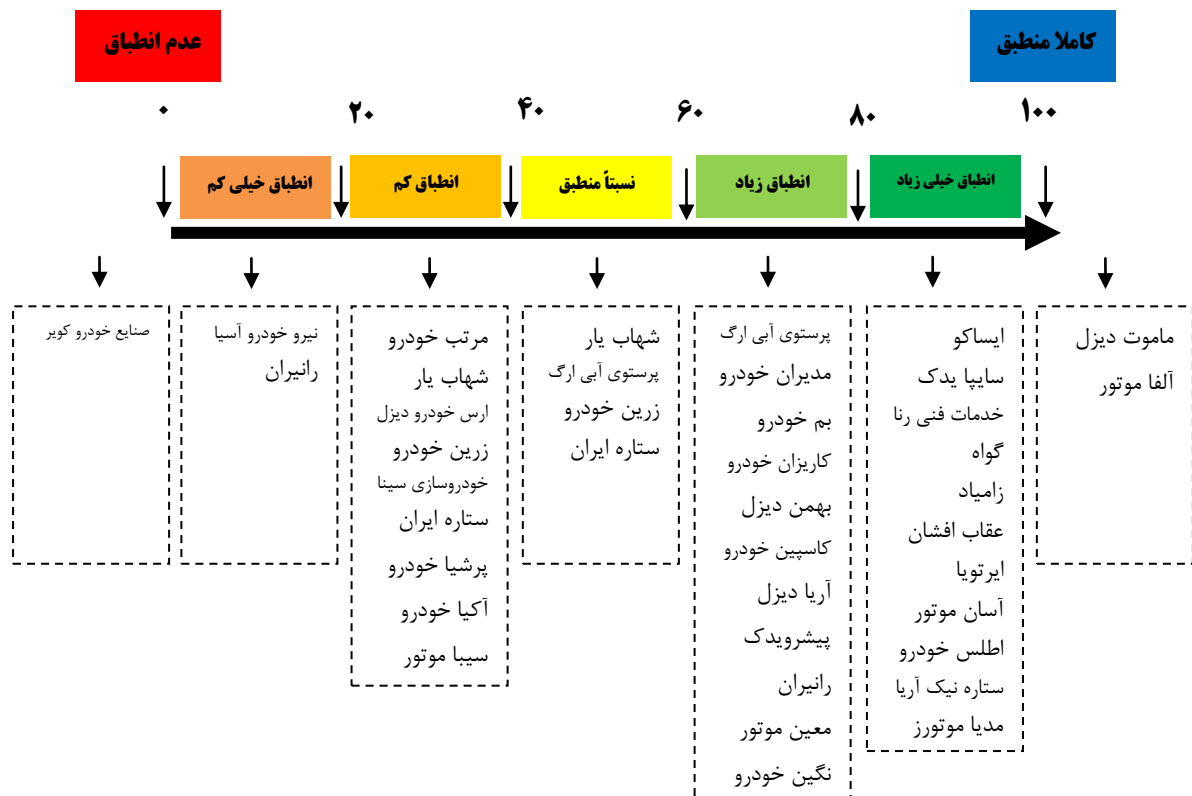
ماده ۲۲ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار

- تدوین دستورالعمل ضوابط پذیرش، ترخیص و برنامه ریزی تعمیرات در نمایندگی ها با در نظر گرفتن الزامات مشخص در آیین نامه اجرایی قانون
- ارسال ضوابط فوق به کلیه نمایندگی های تحت پوشش و حصول اطمینان از دریافت آن توسط نمایندگی ها

وضعیت موجود



۱- کیفیت خدمات - ادامه

سیستم نظارتی بر تعمیر گاههای خدمات پس از فروش

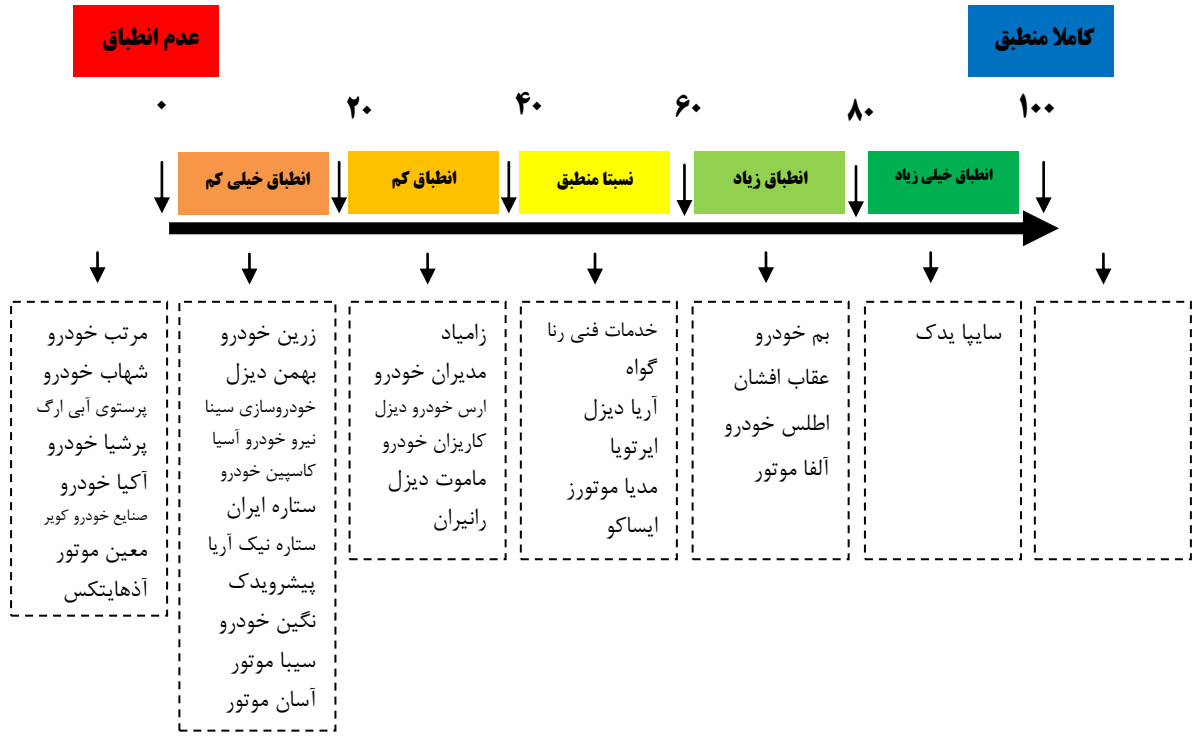
ماده ۳۲ آئین نامه اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار

• وجود و اجرای مکانیزم نظارتی بر کلیه نمایندگی های مجاز تحت پوشش در دوره های زمانی مشخص

وضعیت موجود





۱- کیفیت خدمات - ادامه

ضمانت خودرو، کتابچه راهنمای مشتریان

ماده ۴ و ۵ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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.

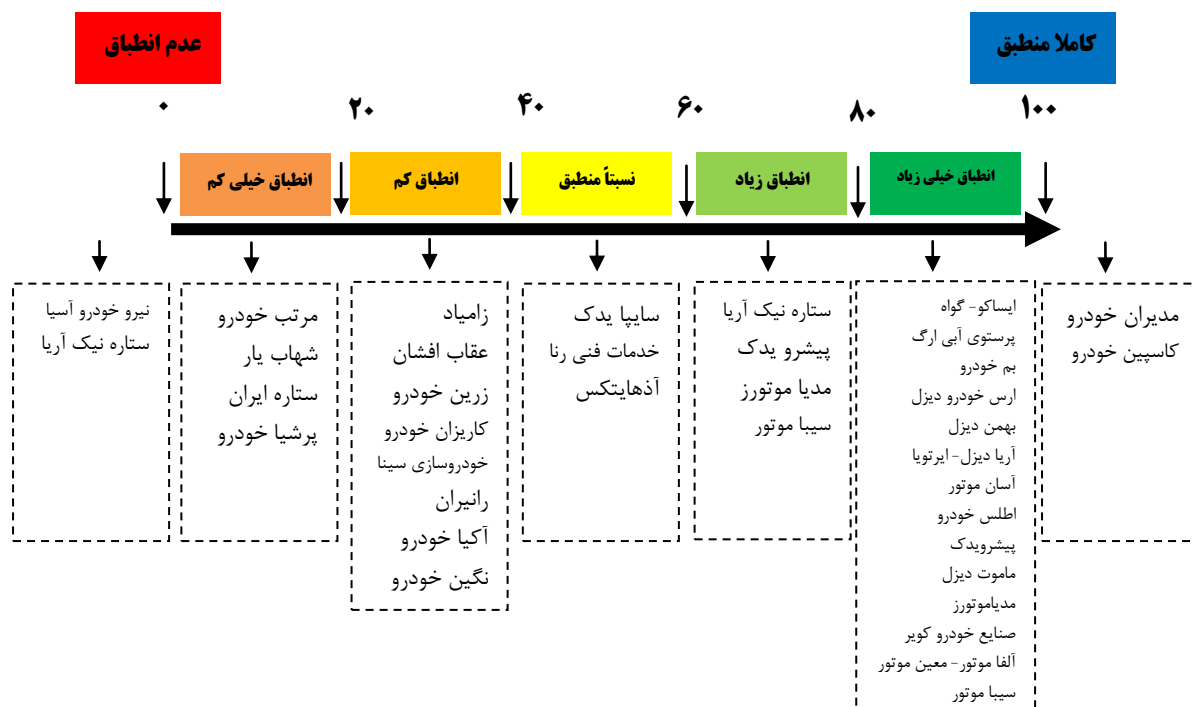
حداقل دوره تضمین برای خودروهای سبک (سواری، وانت، دو دیفرانسیل و ون) از تاریخ تحویل به مصرف کننده دو سال یا کارکردی برابر (۴۰۰۰۰) کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای خودروهای وارداتی پنج سال یا (۱۵۰۰۰۰) کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای خودروهای سنگین (مینی بوس، میدی باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون 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.

ضمانت رنگ برای خودروهای سبک حداقل سه سال و برای خودروهای سنگین حداقل هجده ماه می باشد. عرضه کننده 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.

وضعیت مورد انتظار

- تدوین کتابچه های راهنمای مشتریان کلیه خودروهای تحت مسئولیت شامل نحوه استفاده از خودرو و بازدیدهای ادواری، قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آیین نامه اجرایی آن، نام و آدرس نمایندگی های تحت پوشش، فهرست متعلقات و تجهیزات همراه خودرو و حصول اطمینان از ارائه به مشتریان
- تطابق ضمانت مربوط به خودرو مطابق با زمان های تعیین شده

وضعیت موجود





جدول وضعیت مدت زمان ارائه ضمانت (گارانتی) در تطابق با آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

ردیف	نام شرکت	نام خودرو	تطابق ✓	عدم تطابق ×
۱	ایران خودرو	کلیه محصولات	✓	
۲	سایپا	پراید		×
		تیبا	✓	
		سی فایو	✓	
		نیو سی فایو	✓	
		مگان	✓	
		لوگان	✓	
		پیکاپ		×
		رونیز	✓	
		سرازا	✓	
		ماکسیما	✓	
		مورانو	✓	
		تینا	✓	
		قشقایی	✓	
		وانت نیسان	✓	
۳	مزدا یدک	کلیه محصولات	✓ محصول ۴	× محصول ۱
۴	خدمات فنی رنا	کلیه محصولات	✓	
۵	ستاره نیک اریا	کلیه محصولات	✓ محصول ۱	× محصول ۱
۶	نیرو خودرو آسیا	کلیه محصولات	✓	×
۷	پرشیا خودرو	کلیه محصولات BMW		×
۸	آسان موتور	کلیه محصولات	✓	
۹	اطلس خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۰	مدیا موتورز	کلیه محصولات	✓	
۱۱	پرستوی آبی ارگ	کلیه محصولات	✓	
۱۲	خودروسازی سینا	کلیه محصولات	✓	



جدول وضعیت مدت زمان ارائه ضمانت (گارانتی) در تطابق با آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

ردیف	نام شرکت	نام خودرو	تطابق ✓	عدم تطابق ×
۱۳	بم خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۴	مرتب خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۵	کاسپین خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۶	اریتا	کلیه محصولات	✓	
۱۷	مدیران خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۸	نگین خودرو	کلیه محصولات	✓	
۱۹	معین موتور	کلیه محصولات	✓	
۲۰	ستاره ایران	کلیه محصولات		×
۲۱	آلفا موتور	کلیه محصولات	✓	
۲۲	آرین موتور پویا	کلیه محصولات	✓	
۲۳	شهاب یار	کلیه محصولات		×
۲۴	بهمن دیزل	کلیه محصولات	✓	
۲۵	گواه	کلیه محصولات	✓	
۲۶	زامیاد	کلیه محصولات		×
۲۷	آذهایتکس	کلیه محصولات	✓	
۲۸	سپهر دیزل کاوه	کلیه محصولات		×
۲۹	ارس خودرو دیزل	کلیه محصولات	✓	
۳۰	آکیا خودرو	کلیه محصولات	✓	
۳۱	کاریزان خودرو	کلیه محصولات		×
۳۲	پیشرو یدک (شتاب)	کلیه محصولات		×
۳۳	زرین خودرو	کلیه محصولات		×
۳۴	آریا دیزل موتور	کلیه محصولات	✓	
۳۵	عقاب افشان	کلیه محصولات		×
۳۶	رانیران	کلیه محصولات		×
۳۷	ماموت دیزل	کلیه محصولات		×



۱- کیفیت خدمات - ادامه

تدوین و اجرا نظام نظر سنجی مشتریان

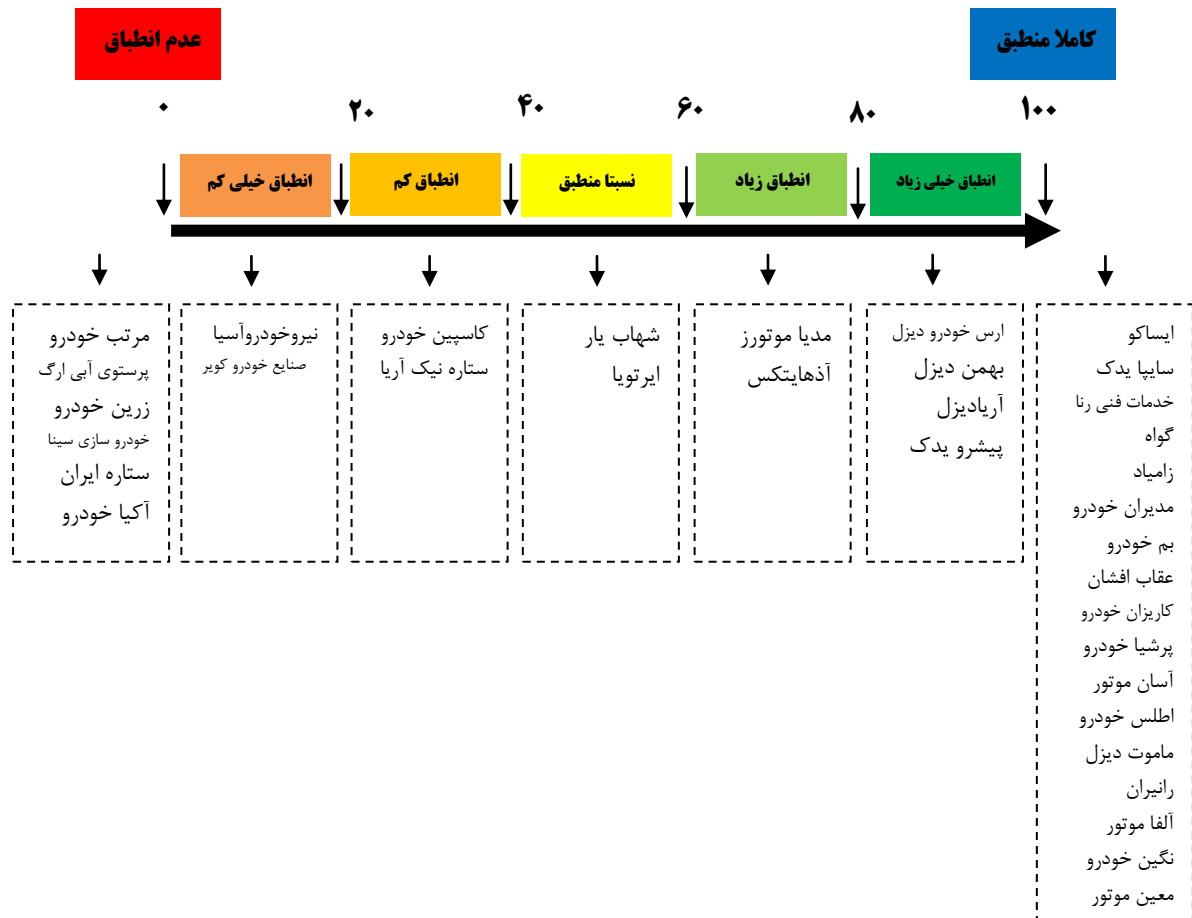
ماده ۳۱ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- 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.

وضعیت مورد انتظار

- وجود و اجرای مکانیزم نظرسنجی از مشتریان کلیه نمایندگی های مجاز تحت پوشش در دوره های زمانی مشخص

وضعیت موجود





۲- سرعت خدمات

برنامه توسعه شبکه نمایندگی های مجاز

ماده ۲۰ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

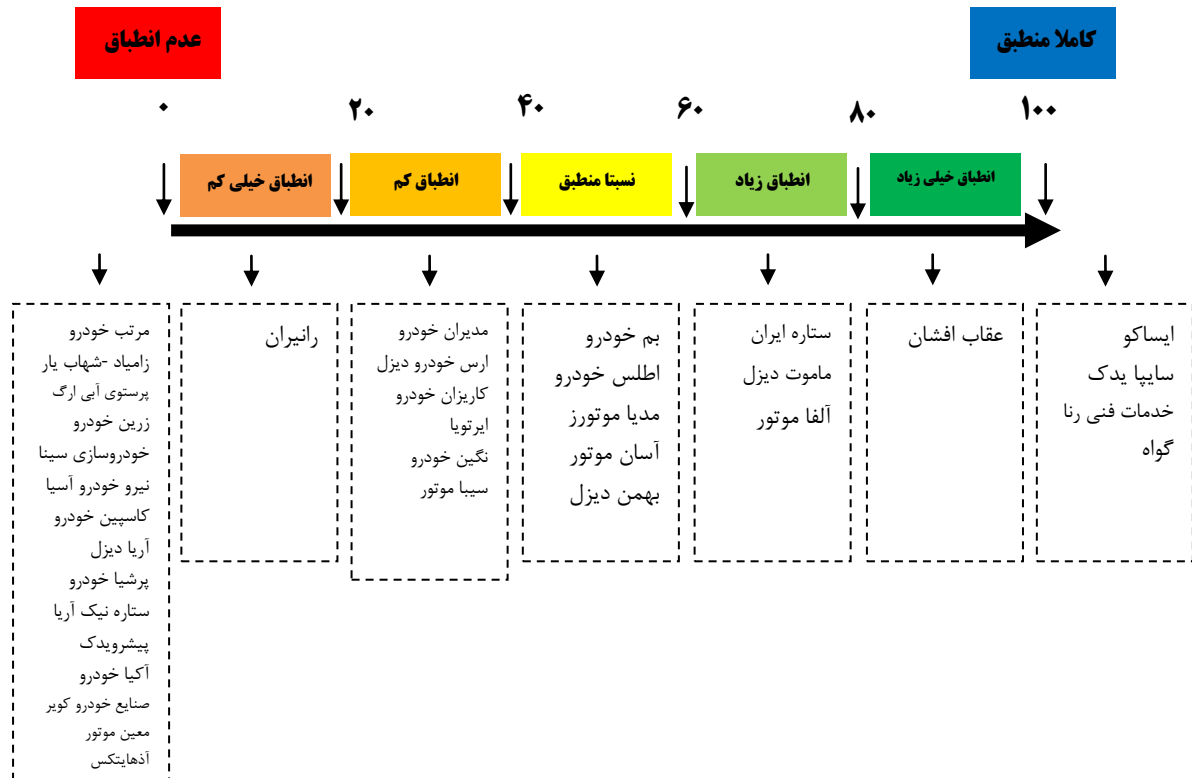
الف - حداقل امکانات مورد نیاز نماینده رسمی بر حسب تعداد دستگاه خودروهای سبک به شرح جدول پیوست شماره (۱) که به مهر " دفتر هیئت دولت " تایید شده است، می باشد.

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.

وضعیت مورد انتظار

- تدوین برنامه توسعه شبکه نمایندگی های مجاز با توجه به نوع خودروهای تحت مسئولیت
- محاسبه تعداد تعمیرگاه، تعداد فضاهای تعمیراتی و نیروی انسانی شبکه نمایندگی های مجاز و محاسبه پراکنش نمایندگی ها در هر استان

وضعیت موجود



۲- سرعت خدمات - ادامه

امداد رسانی سیار

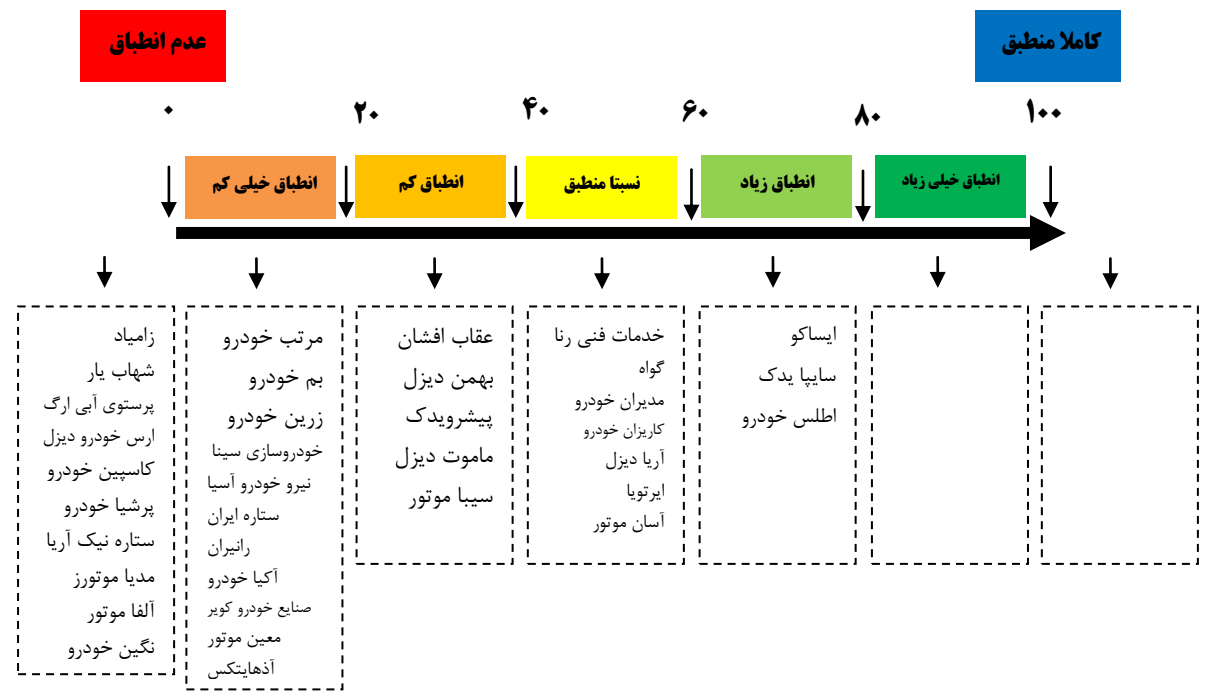
تبصره ۱ ماده ۱۲ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار

- وجود مکانیزم امداد رسانی سیار به مشتریان

وضعیت موجود



۲- سرعت خدمات - ادامه

قطعات یدکی

تبصره ۱ ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و ماده ۲۵ و ۲۶ آئین نامه اجرایی

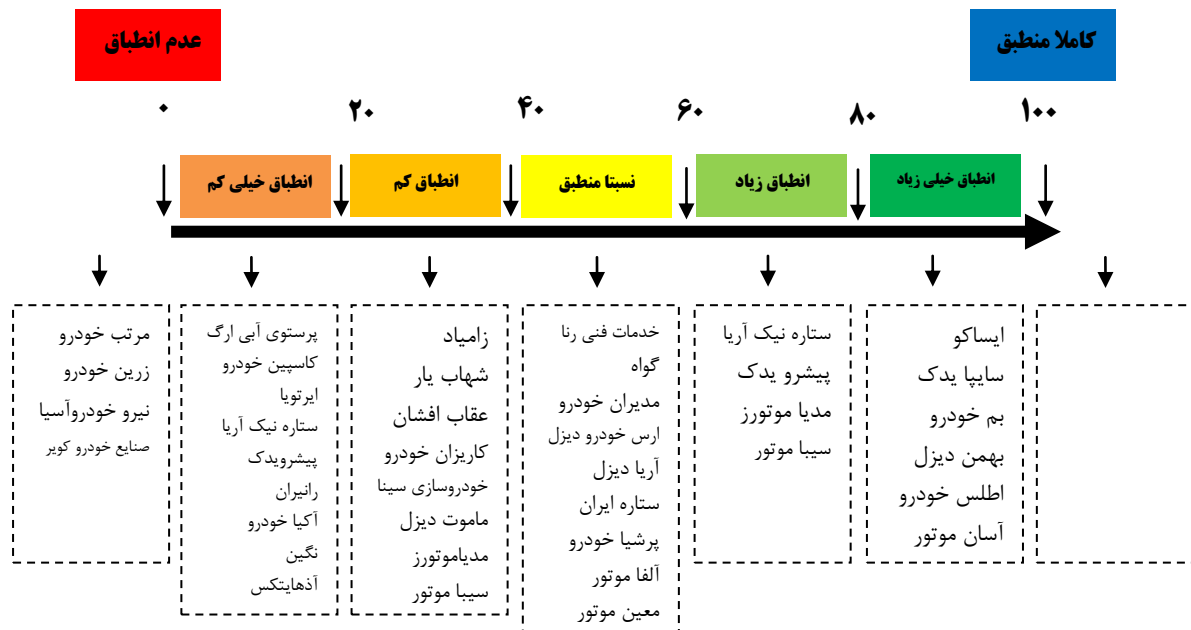
قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو :

- تعهدات عرضه کننده به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش یا نمایندگی مجاز ایفاء می شود. 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 نمی تواند مصرف کننده را به مراجعه به نمایندگی معینی اجبار نماید.
- 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.
- 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.

وضعیت مورد انتظار

- تامین و توزیع مناسب قطعات یدکی بر اساس نقطه سفارش و دخیره احتیاطی

وضعیت موجود





۲- سرعت خدمات - ادامه

طراحی و استقرار شبکه اطلاعاتی

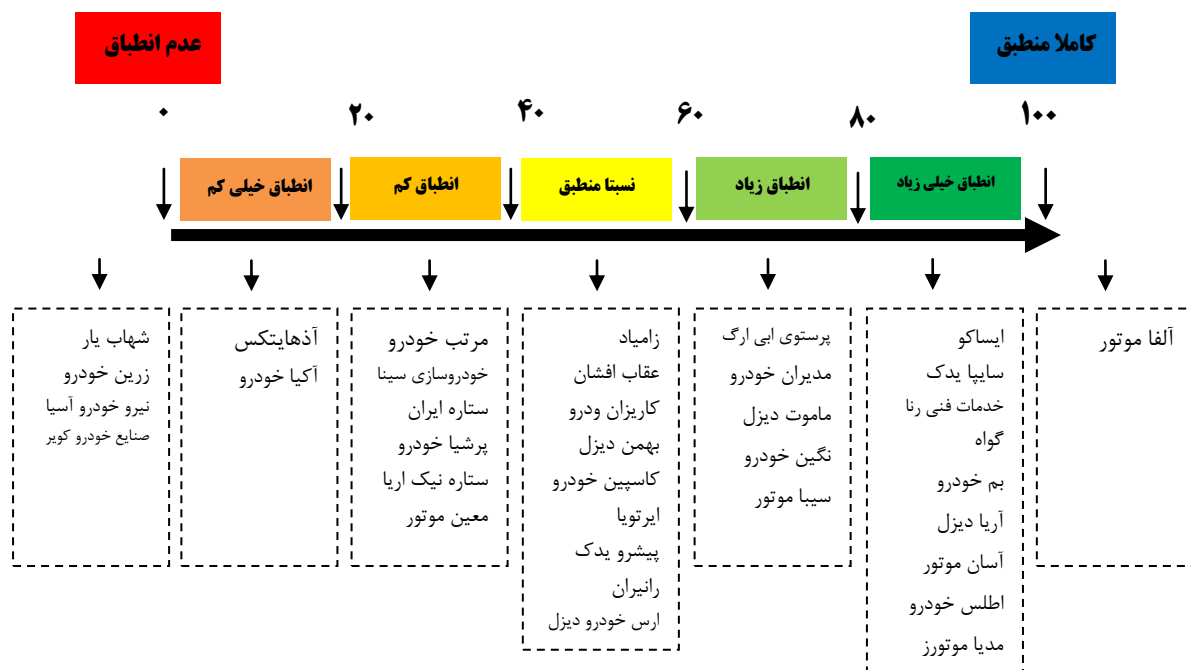
ماده ۶ و ۳۰ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- عرضه کنندگان موظف به تهیه و راه اندازی سامانه‌ای می‌باشند که به کمک آن، مصرف کنندگان 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 مصرف کننده تاکید بر پذیرش در نمایندگی خاصی را داشته باشد عرضه کننده باید در اولین زمان ممکن نسبت به این موضوع اقدام نماید.
- 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.

وضعیت مورد انتظار

- وجود سامانه ارتباطی بین مشتری و عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش
- وجود سامانه ارتباطی بین نمایندگی و شرکت عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش

وضعیت موجود



۲- سرعت خدمات - ادامه

خسارت خواب

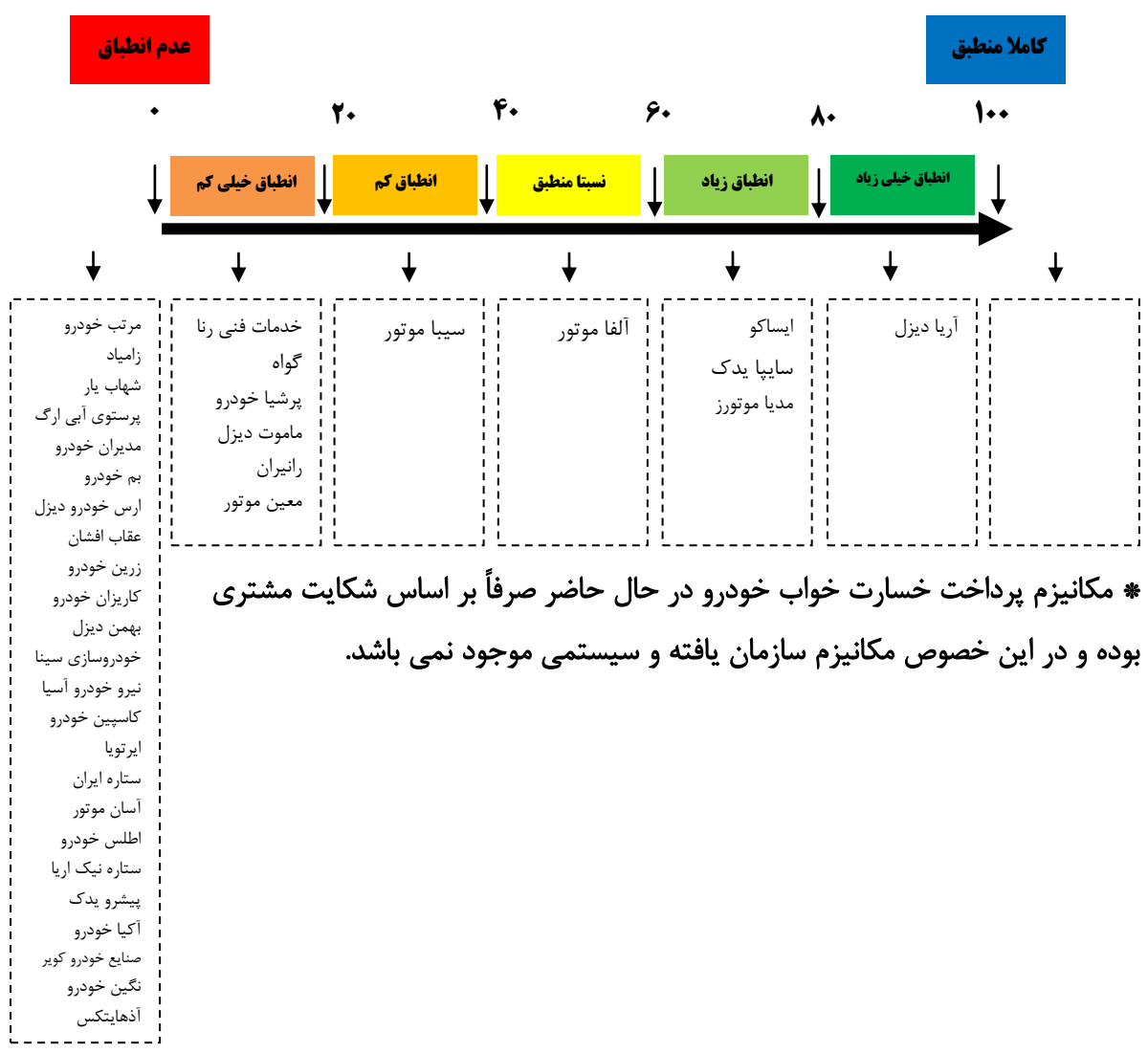
ماده ۹ و ۱۰ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- 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 می باشد

وضعیت مورد انتظار

- وجود و اجرای مکانیزم پرداخت خسارت خواب

وضعیت موجود





۲- سرعت خدمات - ادامه

دستورالعمل اعطا و لغو

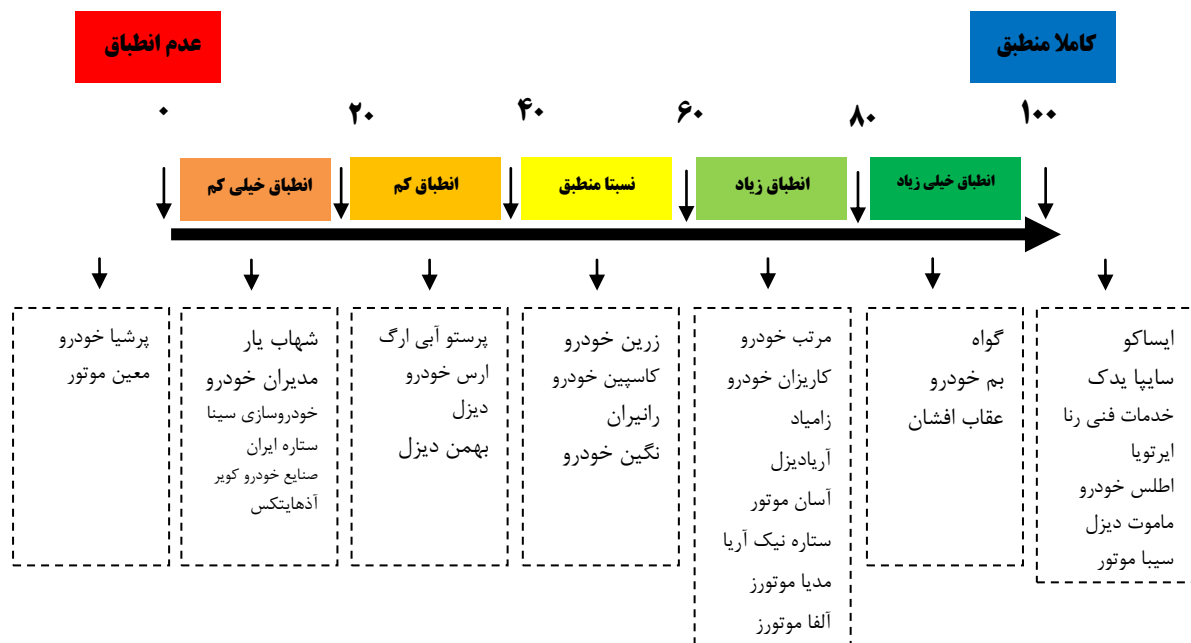
تبصره ۱ ماده ۳۲ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

- 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.

وضعیت مورد انتظار

- تدوین و اجرای دستورالعمل اعطای و لغو نمایندگی ها
- ابلاغ دستورالعمل چگونگی برخورد و لغو امتیاز نمایندگی هایمختلف و بی کیفیت (به طور خاص نحوه برخورد با نمایندگی های مردود در ارزیابی های ادواری)

وضعیت موجود



۲- سرعت خدمات - ادامه

رسیدگی به شکایات مشتریان

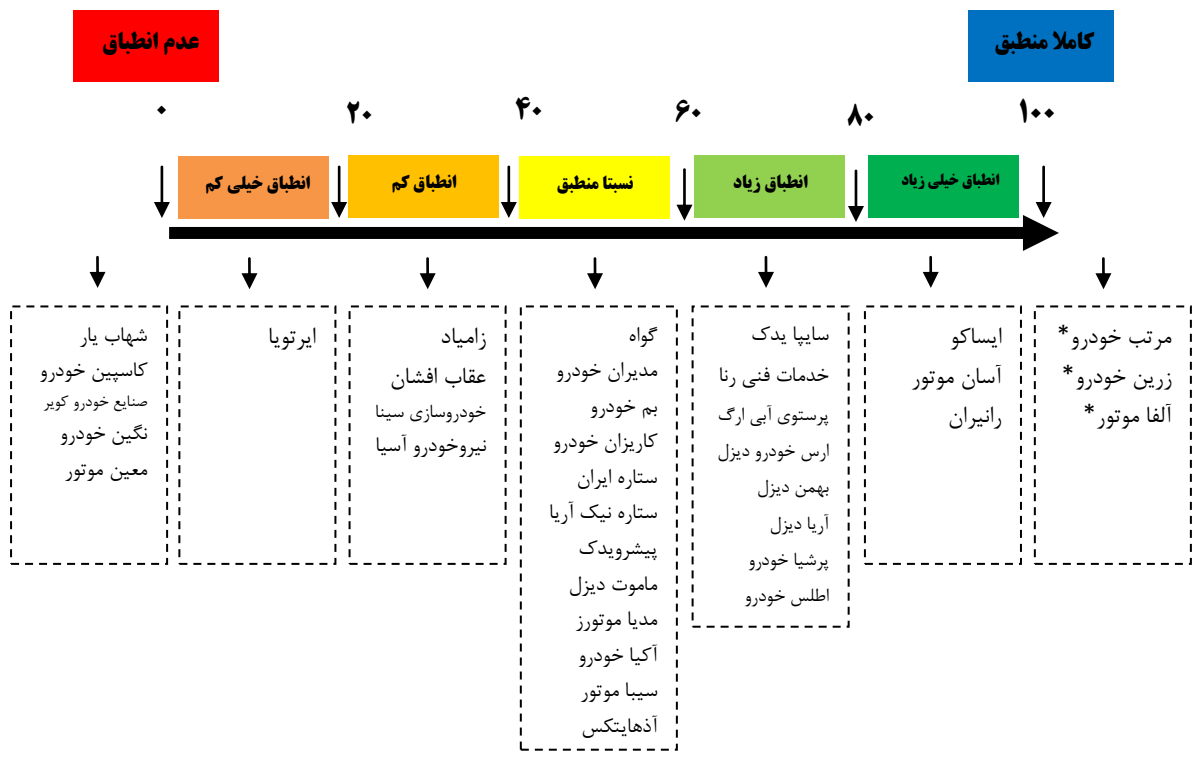
ماده ۲۸ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- 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.

وضعیت مورد انتظار

- وجود و اجرای مکانیزم پاسخگویی به شکایات مشتریان

وضعیت موجود



*تعداد شکایات ارجاع شده به این شرکت ها در سال ۱۳۹۱ بسیار محدود بوده است.



۳- هزینه خدمات

هزینه خدمات و قطعات

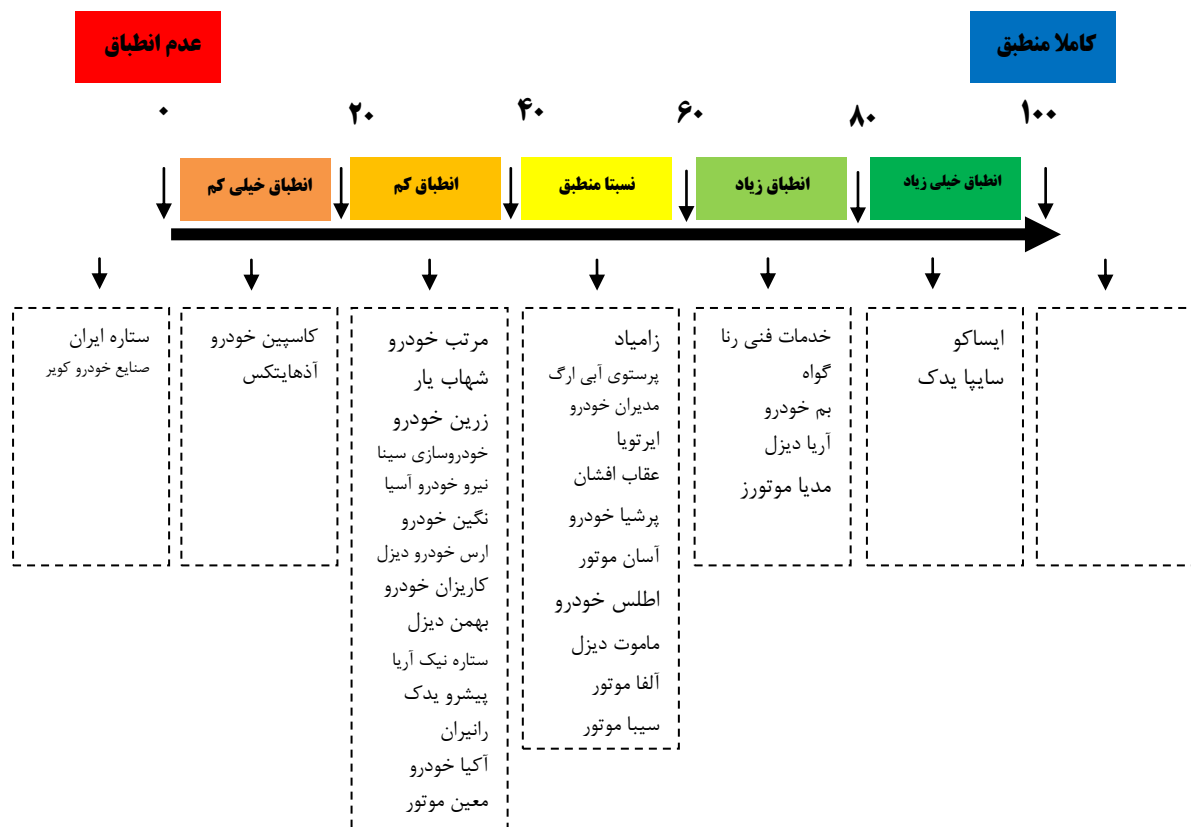
ماده ۲۵ آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

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

وضعیت مورد انتظار

- تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات و ایجاد دسترسی مناسب جهت اطلاع مشتریان
- تدوین جدول قطعات یدکی

وضعیت موجود





۴- نتیجه عملکرد

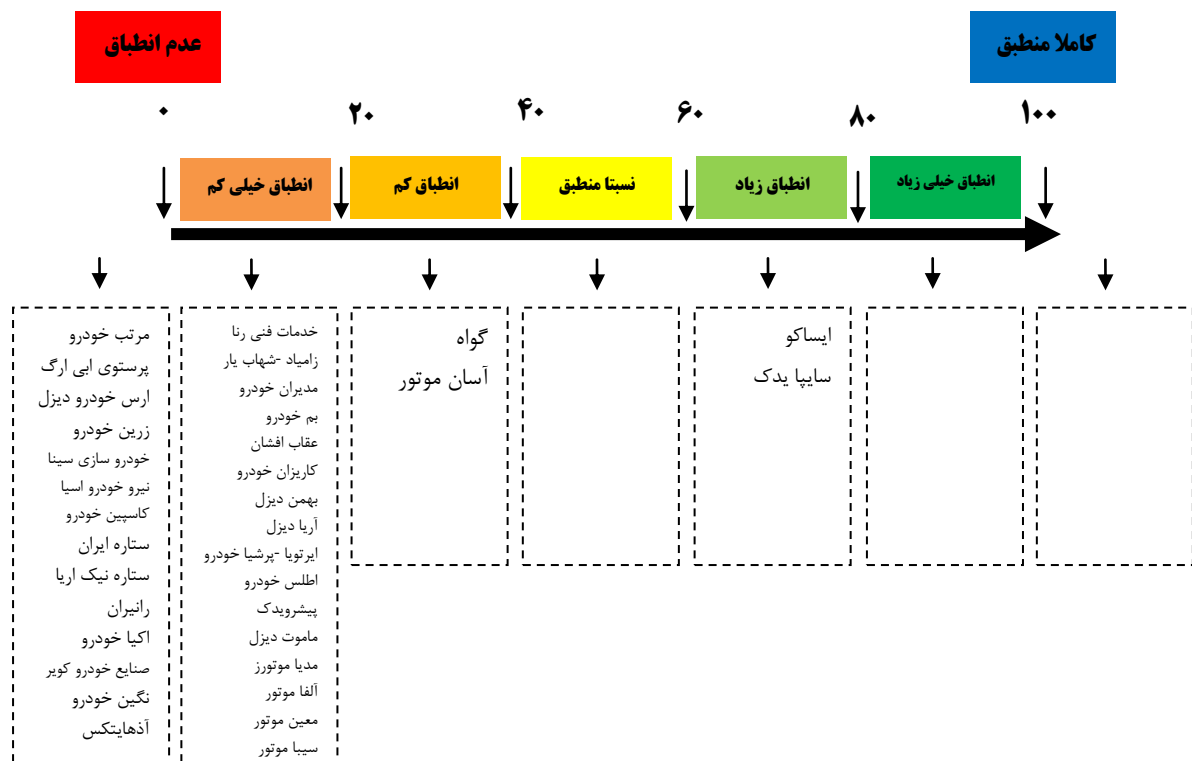
بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها

وضعیت مورد انتظار

مراحل کنترل اثربخشی شامل جمع آوری:

- آموزش پرسنل فنی نمایندگی های مجاز
- آموزش پرسنل شرکت خدمات پس از فروش
- مکانیزم نظارت بر نمایندگی های مجاز
- مکانیزم نظرسنجی از مشتریان
- امداد رسانی سیار
- تامین و توزیع قطعات یدکی
- خسارت خواب خودرو
- مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان

وضعیت موجود





۲- ارزیابی وضعیت نمایندگی های مجاز شرکتهای عرضه کننده خودرو

(بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو - بازنگری ۳)



ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو در طول سالیان متمادی در بازه های زمانی یکساله توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران انجام می گیرد. شاخص های اصلی این ارزیابی بر اساس الزامات دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو (بازنگری ۳) به شرح ذیل می باشد:

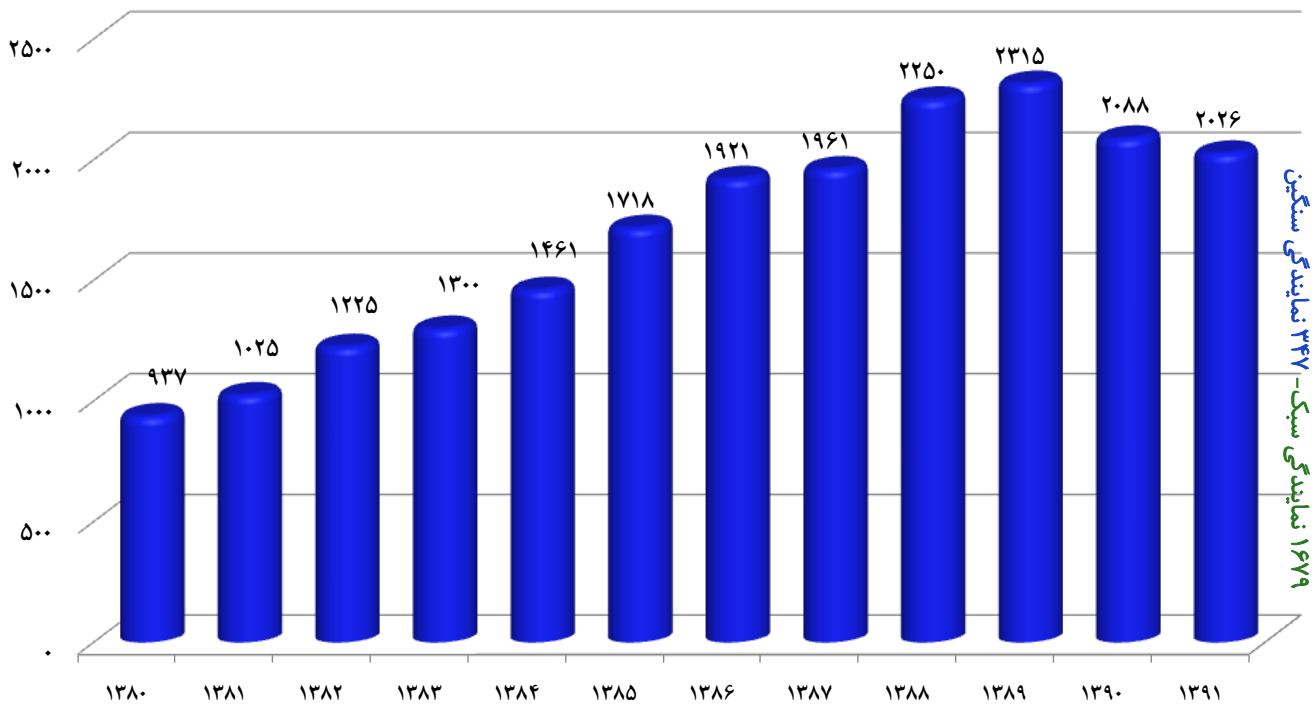
جدول شاخص های ارزیابی نمایندگی های مجاز به همراه ضرایب وزنی آنها

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			
۸۰	ارزیابی رضایت مشتریان	رضایت مندی	۵۰٪	نتیجه عملکرد
۲۰	کارائی نمایندگی (تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف متعارف)			
۱۰۰	جمع			

وضعیت ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۱۳۹۱ در ادامه آمده است.



مقایسه تعداد نمایندگی های مجاز صنعت خودرو در سنوات مختلف ارزیابی



نمایندگی سبک-۳۴۷ نمایندگی سنگین

وضعیت پراکندگی نمایندگی های ارزیابی شده



تعداد نمایندگی ها در هر استان

تعداد شهرهای مراجعه شده در هر استان

تعداد کل نمایندگی های ارزیابی شده

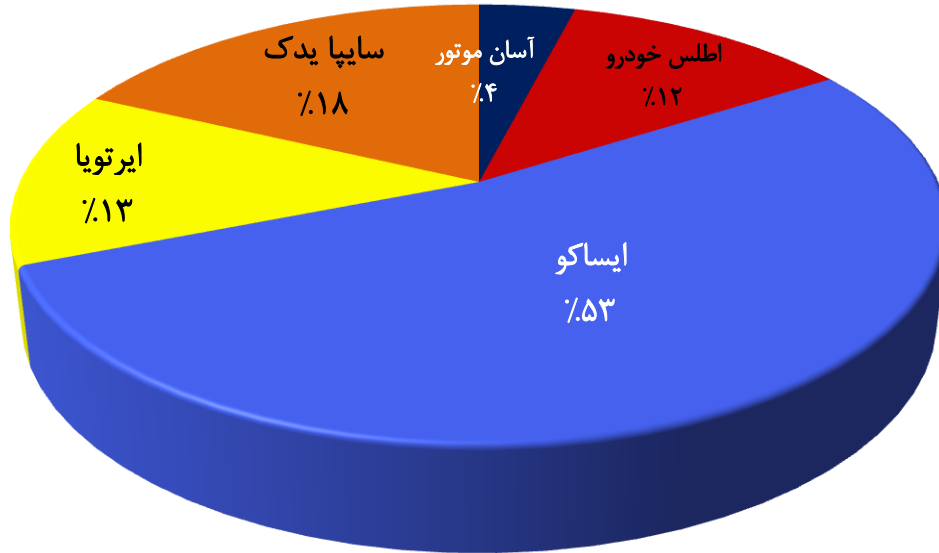
نمایندگی ۲۰۲۶

تعداد کل شهرهای مراجعه شده

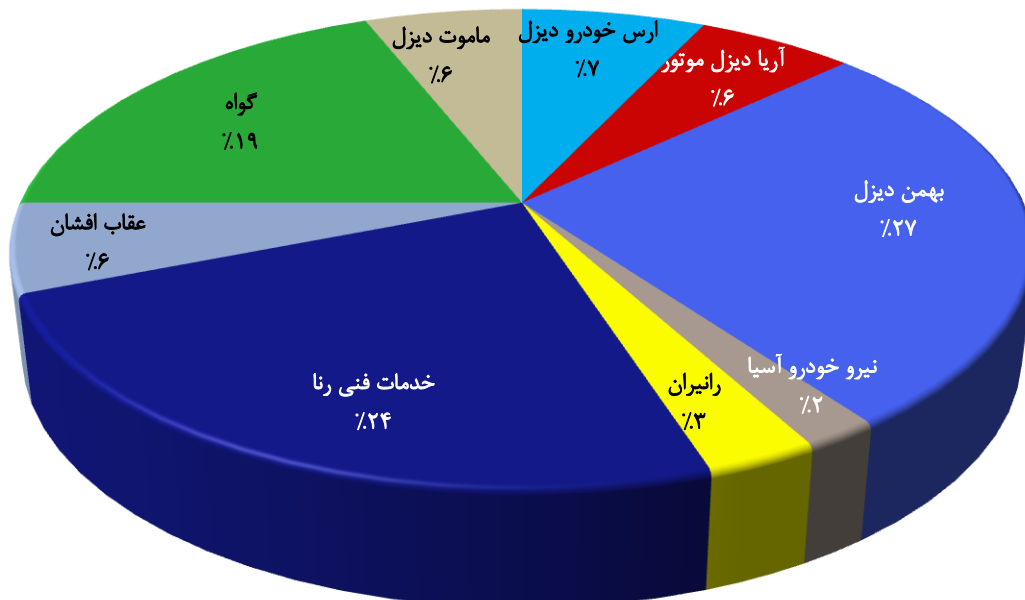
در سراسر کشور = ۳۴۸ شهر



ترکیب ۱۰۰ نمایندگی برتر شرکت های عرضه کننده خودرو- سبک



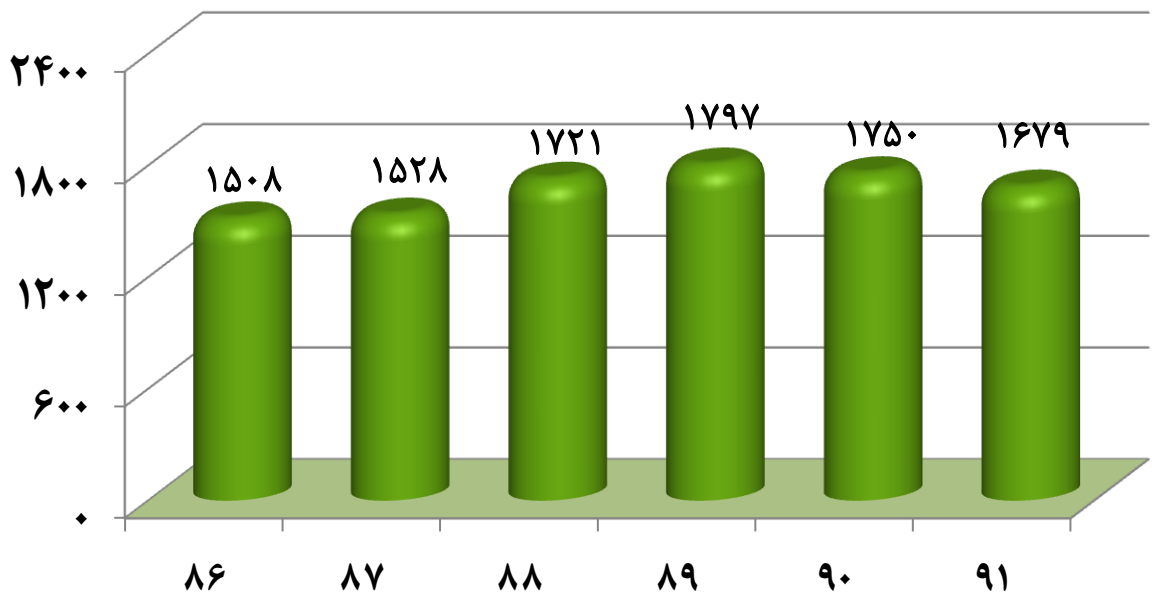
ترکیب ۱۰۰ نمایندگی برتر شرکت های عرضه کننده خودرو- سنگین



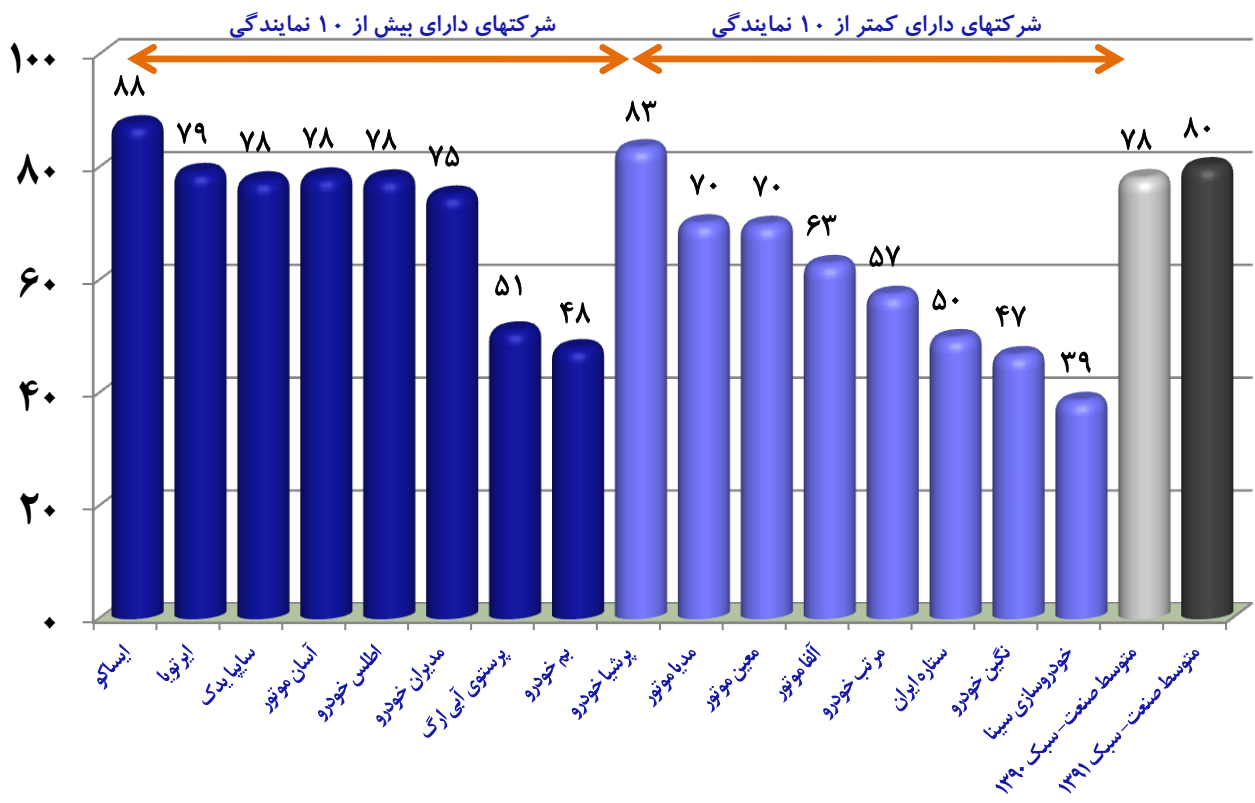


۱-۱- وضعیت ارزیابی نمایندگی‌های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو- **سبک**

نمودار مقایسه تعداد تعمیرگاه های مجاز ارزیابی شده - خودروهای سبک

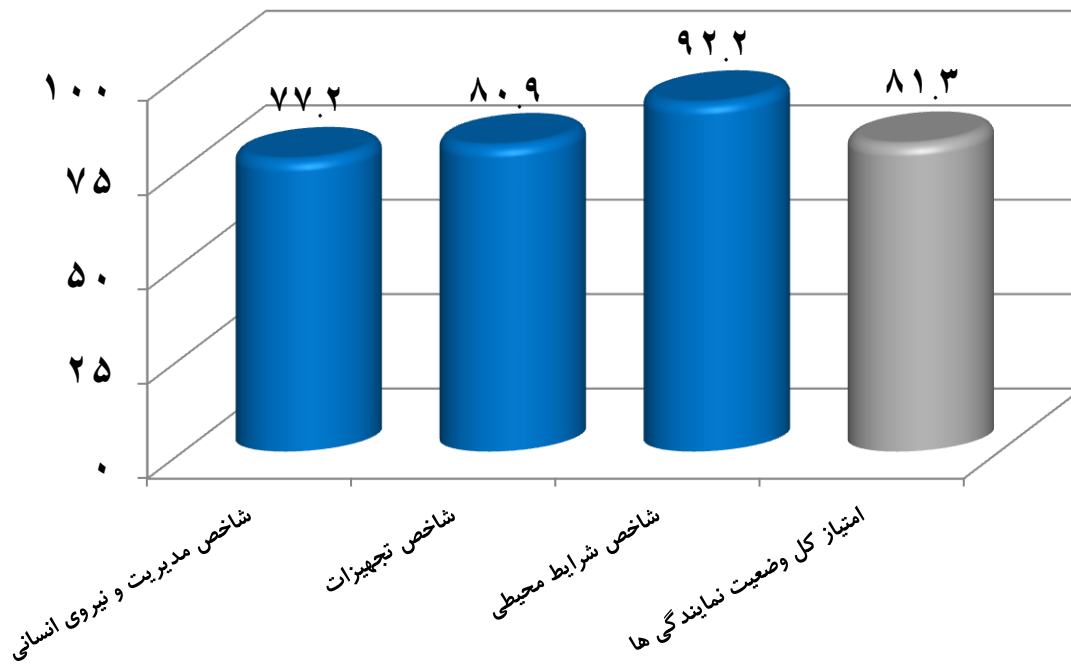


مقایسه وضعیت نمایندگی های مجاز - خودروهای سبک





وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی نمایندگی های مجاز - سبک





۱ شاخص 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.

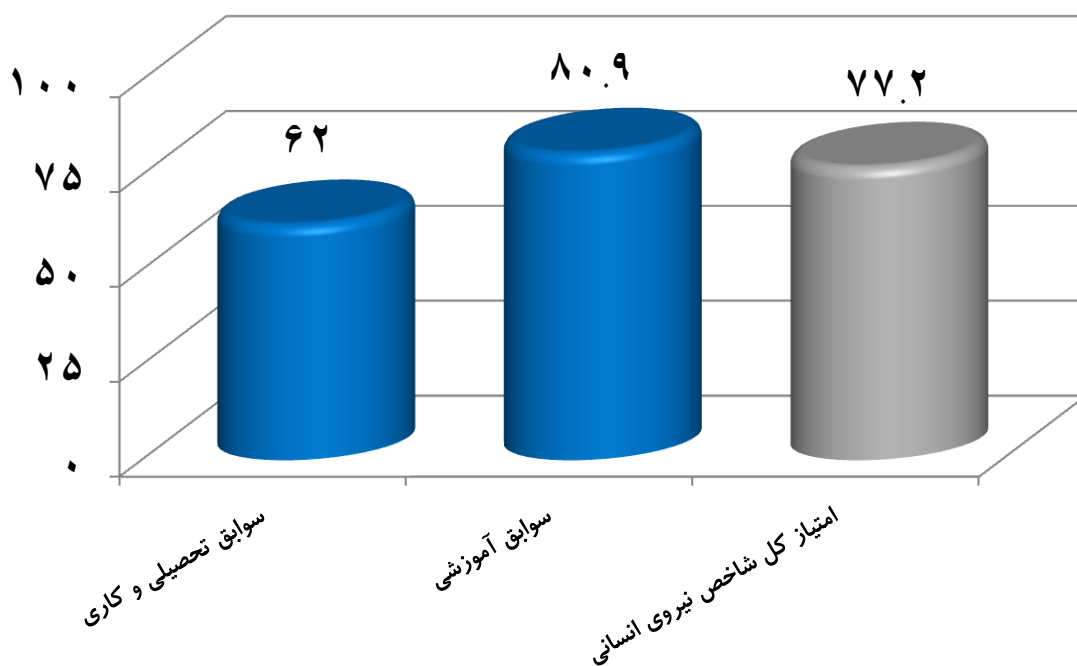
الف- آموزش و مهارت

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

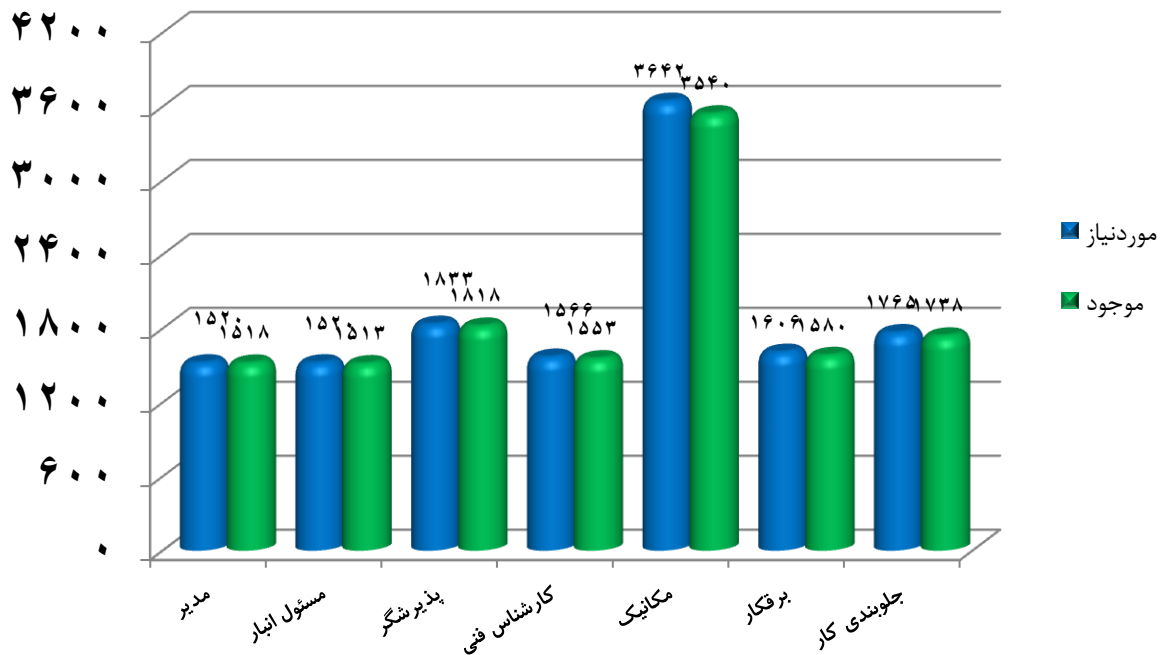
تعدد و شرایط نیروی انسانی ۱۰ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها را تشکیل می دهد. ارزیابی وضعیت نیروی انسانی از لحاظ تعدد و شرایط احراز پرسنل در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص نیروی انسانی

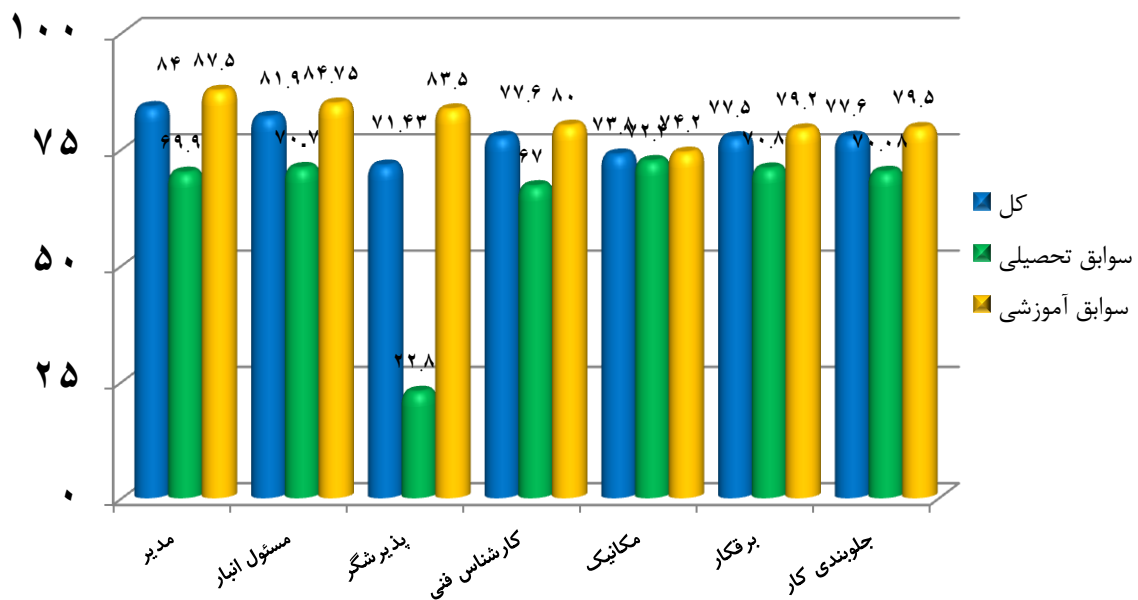




وضعیت تعدد و شرایط احراز پرسنل موجود در نمایندگی ها



وضعیت پارامترهای ارزیابی شاخص نیروی انسانی - به تفکیک پرسنل

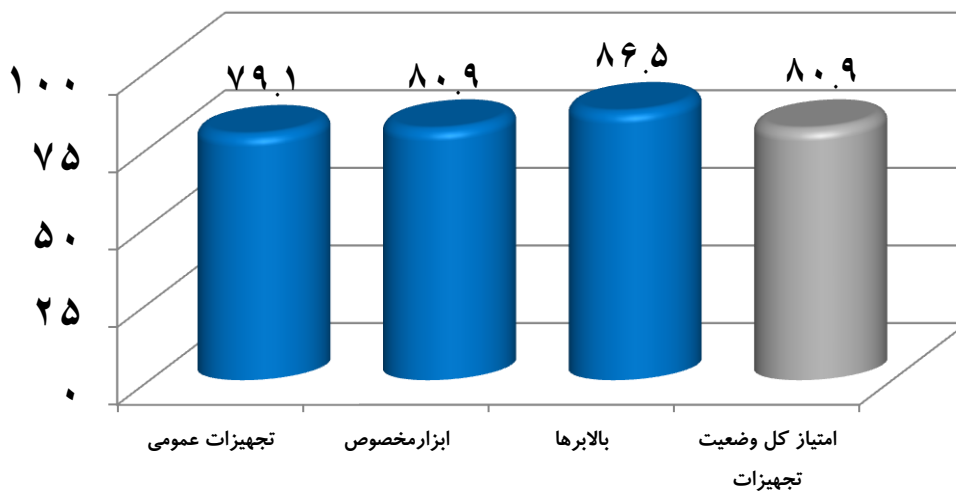




۲-تجهیزات و ابزار آلات

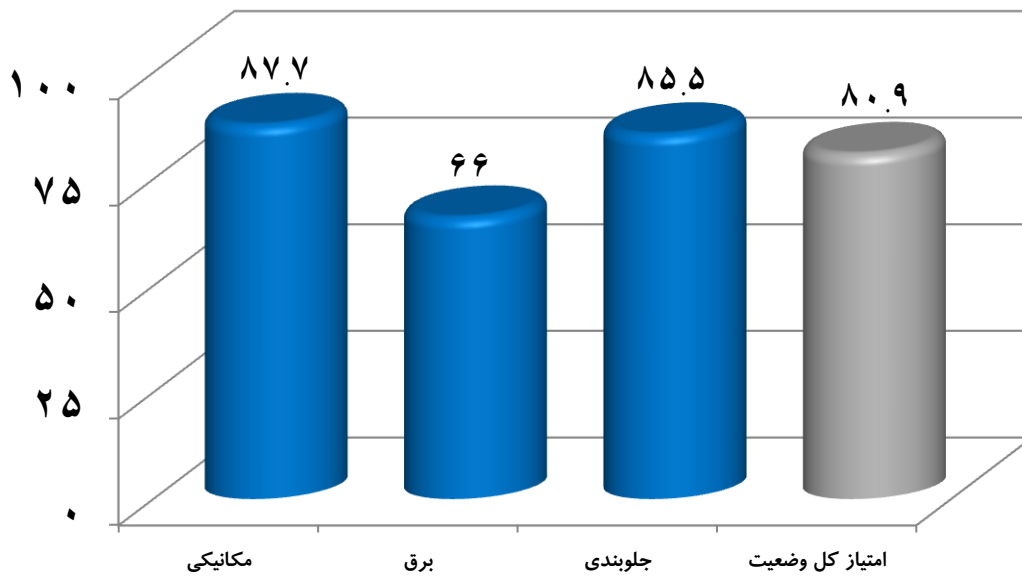
تجهیزات و ابزارآلات یکی دیگر از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها بوده و ۳۰ درصد امتیاز این شاخص را تشکیل می دهد. در ارزیابی این بخش وجود تجهیزات و ابزار آلات، در دسترس بودن، سالم بودن و استفاده مستمر در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز کنترل می گردد.

وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص تجهیزات تعمیرگاهی

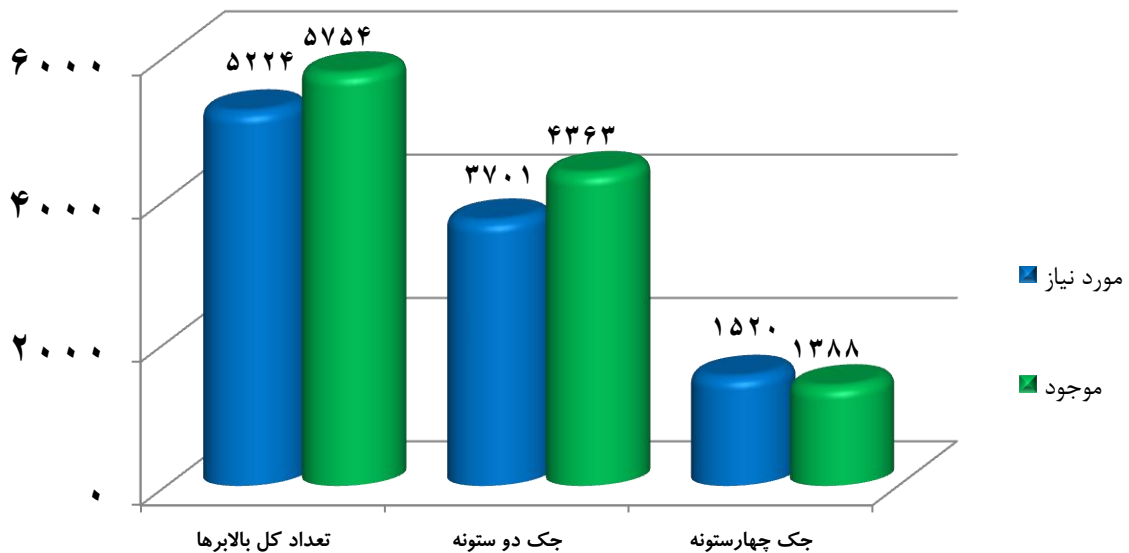




وضعیت امتیاز وجود ابزار مخصوص



وضعیت امتیاز وجود تعداد بالابرها

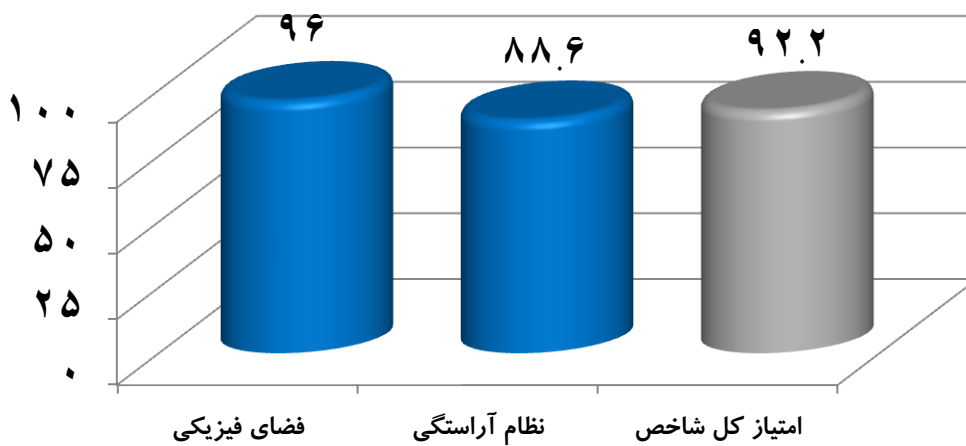




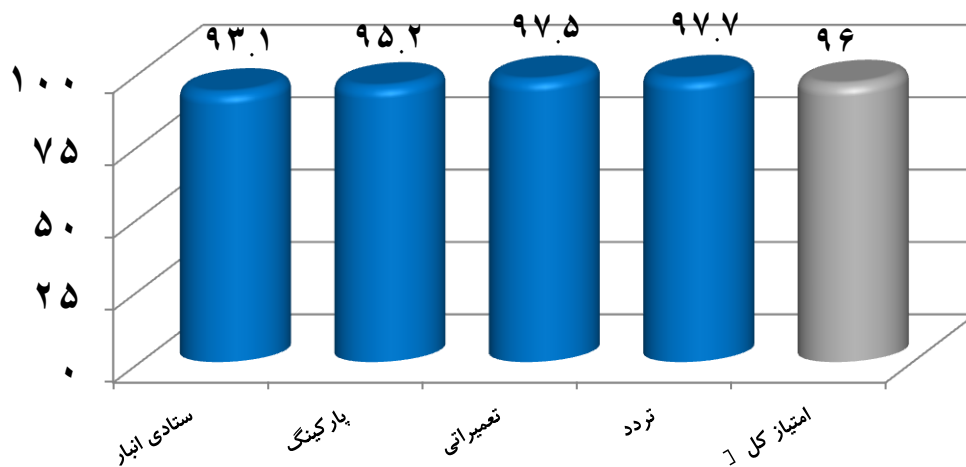
۳ شرایط محیطی

۲۰ درصد امتیاز ارزیابی وضعیت نمایندگی‌ها مربوط است به شرایط محیطی شامل فضای فیزیکی و نظام آراستگی نمایندگی‌ها که بر اساس شرایط وضوابط مربوط به نمایندگی‌های مجاز مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص شرایط محیطی

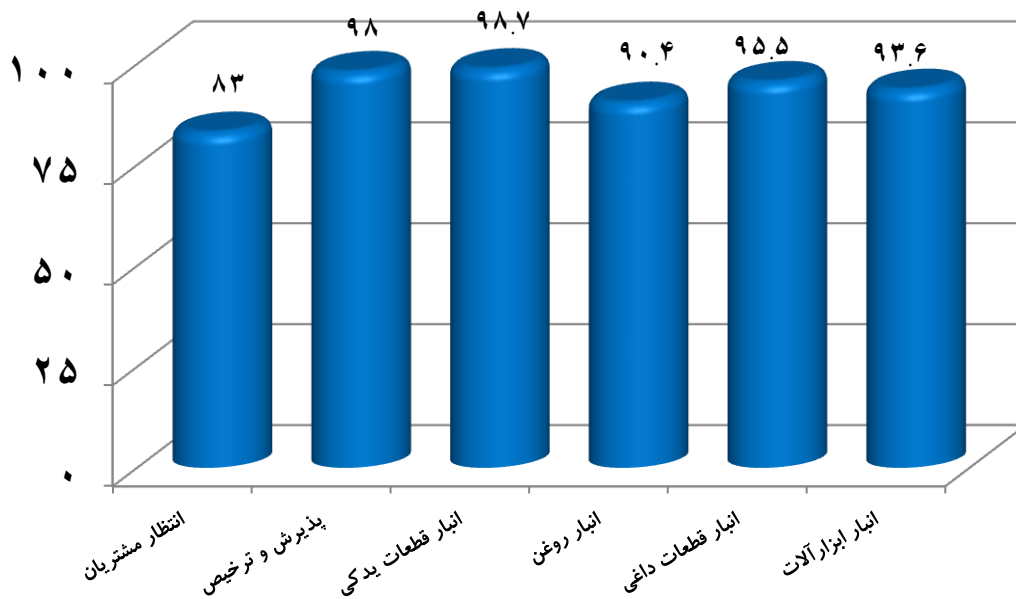


وضعیت امتیاز فضاهای فیزیکی

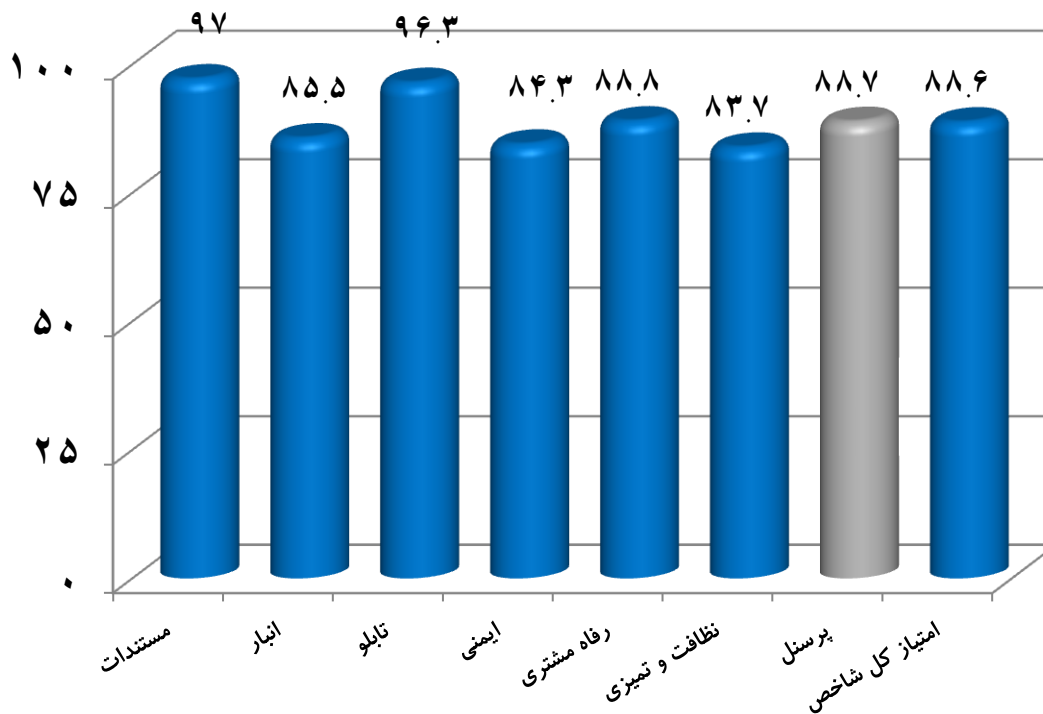




وضعیت امتیاز فضای ستادی و انبار



وضعیت امتیاز نظام آراستگی

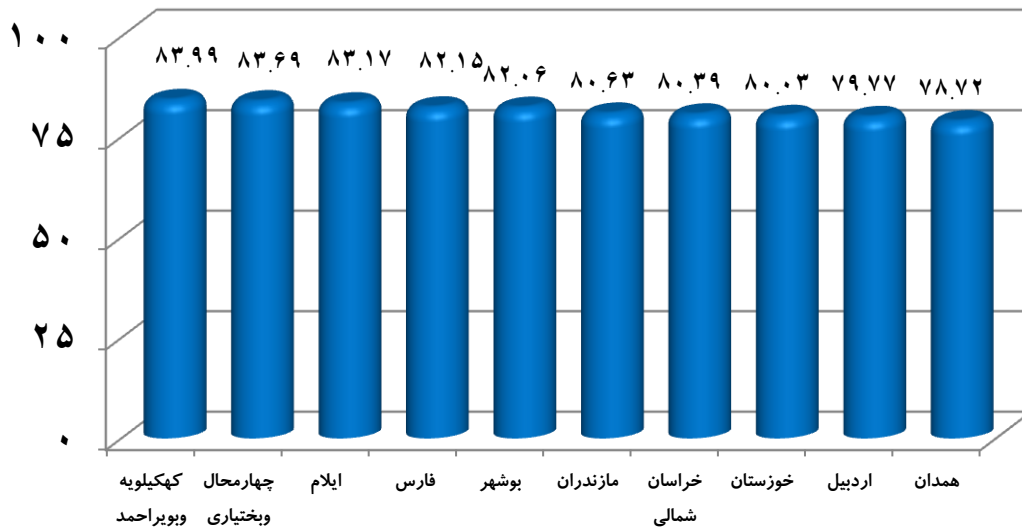




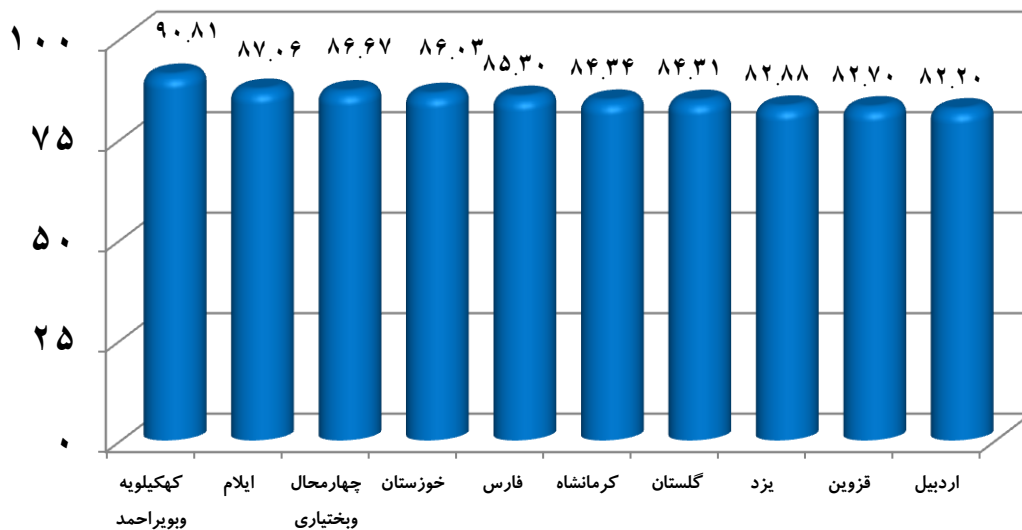
**وضعیت امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی
نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده
خودرو به تفکیک استان – حوزه سبک**



وضعیت امتیاز شاخص مدیریت و نیروی انسانی ۱۰ استان برتر

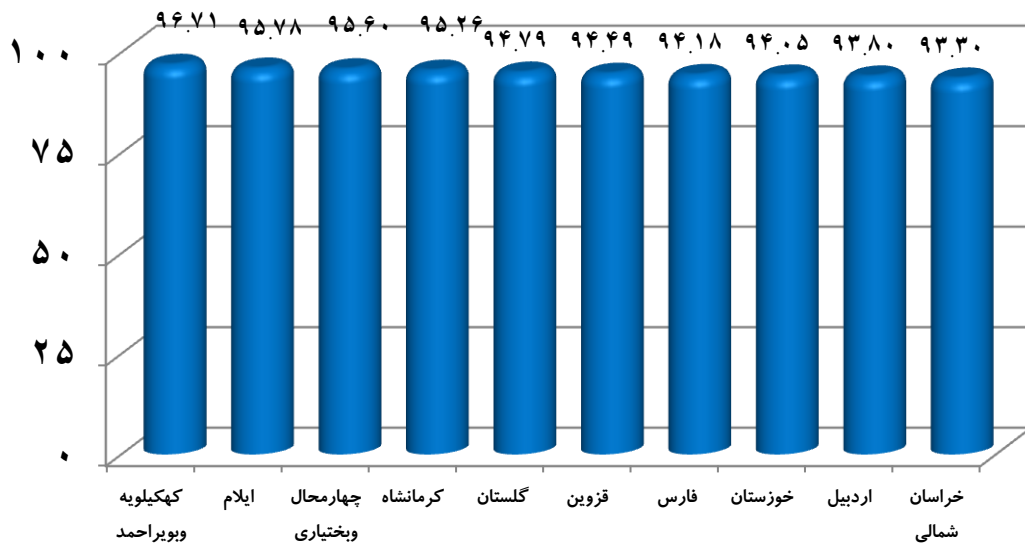


وضعیت امتیاز شاخص تجهیزات ۱۰ استان برتر





وضعیت امتیاز شاخص شرایط محیطی ۱۰ استان برتر



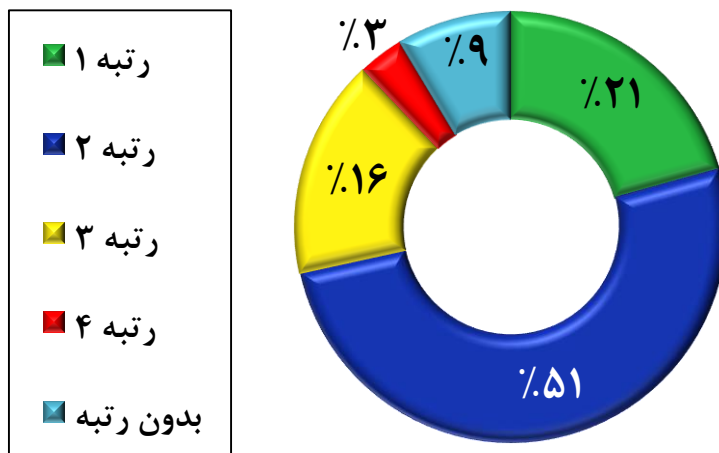
وضعیت امتیاز کل نمایندگی‌های مجاز ۱۰ استان برتر - سبک



رتبه بندی تعمیرگاههای مجاز خودروهای سبک در سال ۹۱

رتبه بندی	تعداد در سال ۹۰	تعداد در سال ۹۱
رتبه ۱	۲۷۶	۳۴۸
رتبه ۲	۹۰۴	۸۵۳
رتبه ۳	۴۰۸	۲۷۶
رتبه ۴	۶۴	۵۸
بدون رتبه *	۹۷	۱۴۴

* شامل نمایندگی های تعطیل و غیر فعال، در حال بازسازی و تعمیرات و یا فاقد اطلاعات مربوط به مشتریان می باشد.



جدول رتبه بندی نمایندگی های مجاز

رتبه	امتیاز کل (a)	امتیاز زیر شاخص ها: ۱- وضعیت نمایندگی ۲- نتیجه عملکرد
۱	$۸۵ \leq a \leq ۱۰۰$	حداقل ۷۵ درصد
۲	$۷۰ < a < ۸۵$	حداقل ۶۵ درصد
۳	$۵۰ < a < ۷۰$	حداقل ۵۰ درصد
۴	$a < ۵۰$	پایین تر از ۵۰ درصد

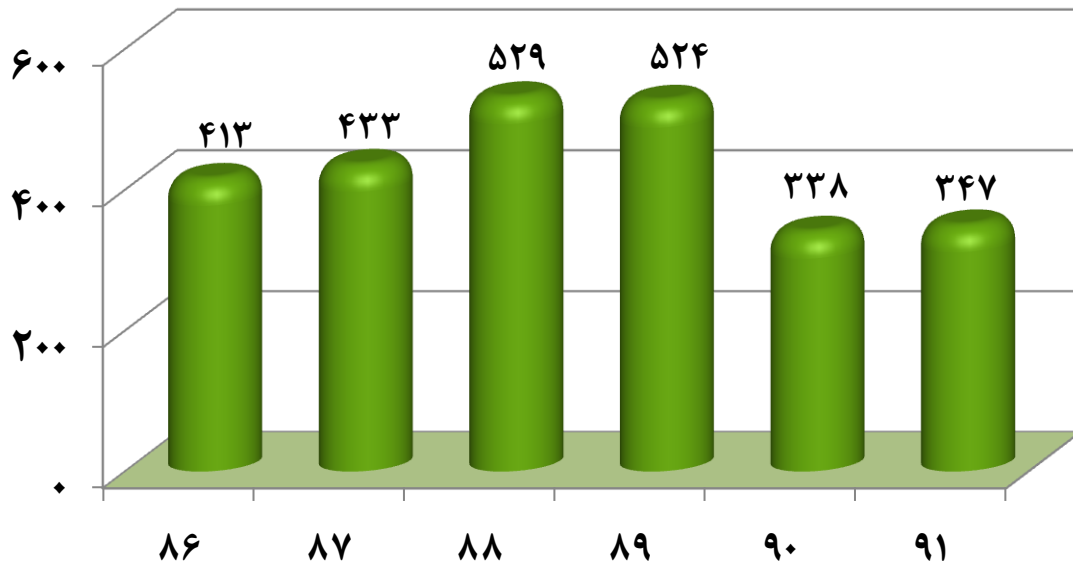


۱-۲- وضعیت ارزیابی نمایندگی‌های مجاز

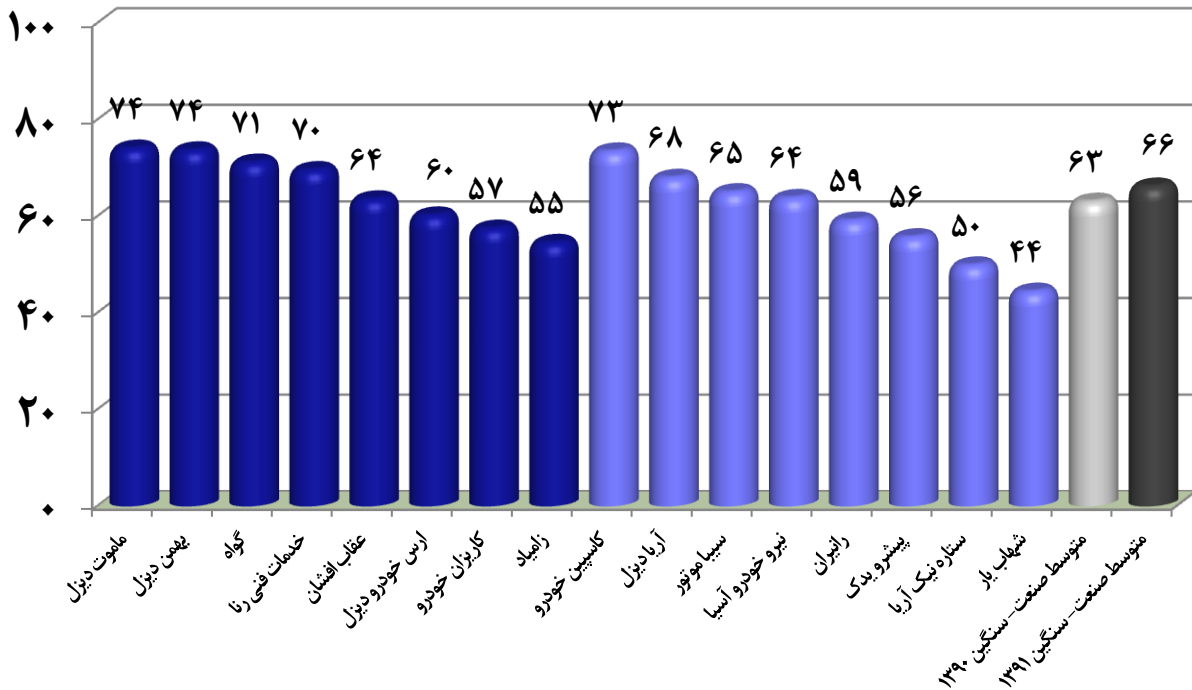
شرکت‌های عرضه کننده خودرو- سنگین



نمودار مقایسه تعداد تعمیرگاه های مجاز ارزیابی شده - سنگین

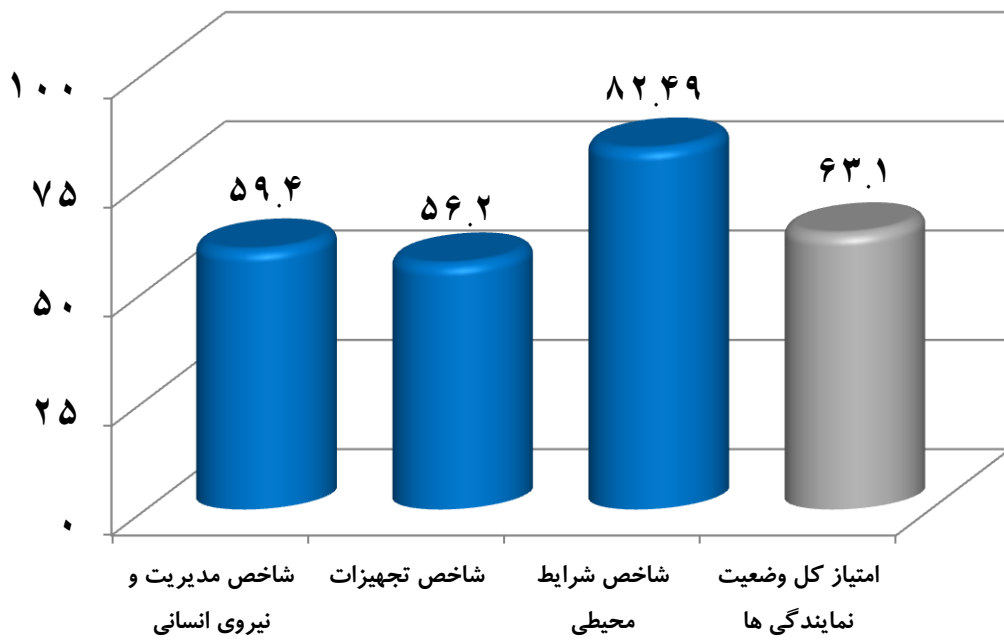


مقایسه وضعیت نمایندگیهای مجاز - خودروهای سنگین

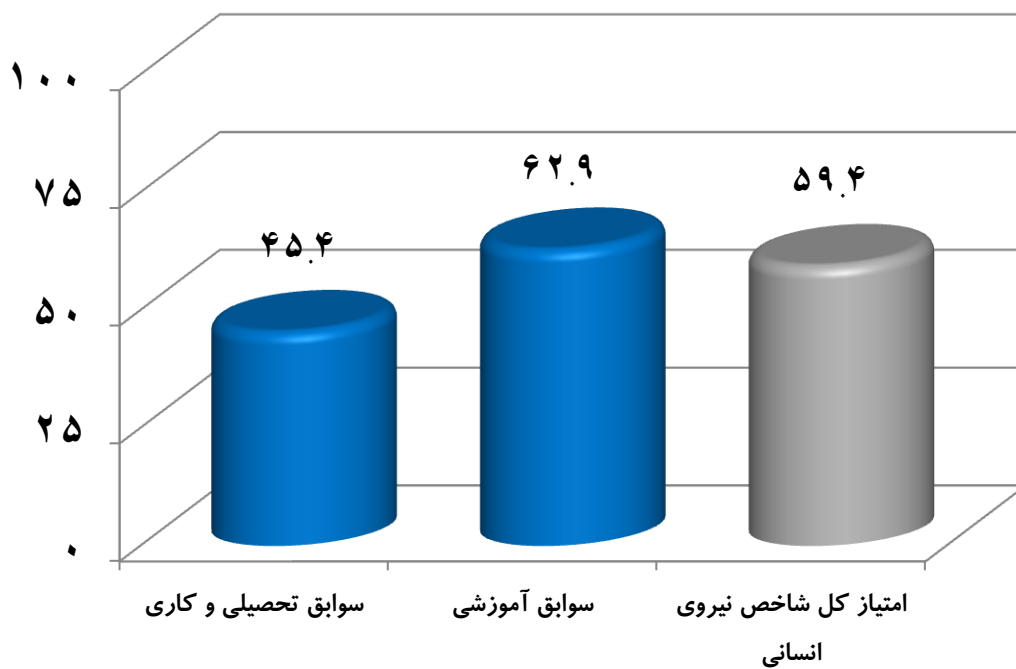




وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی نمایندگی های مجاز - سنگین

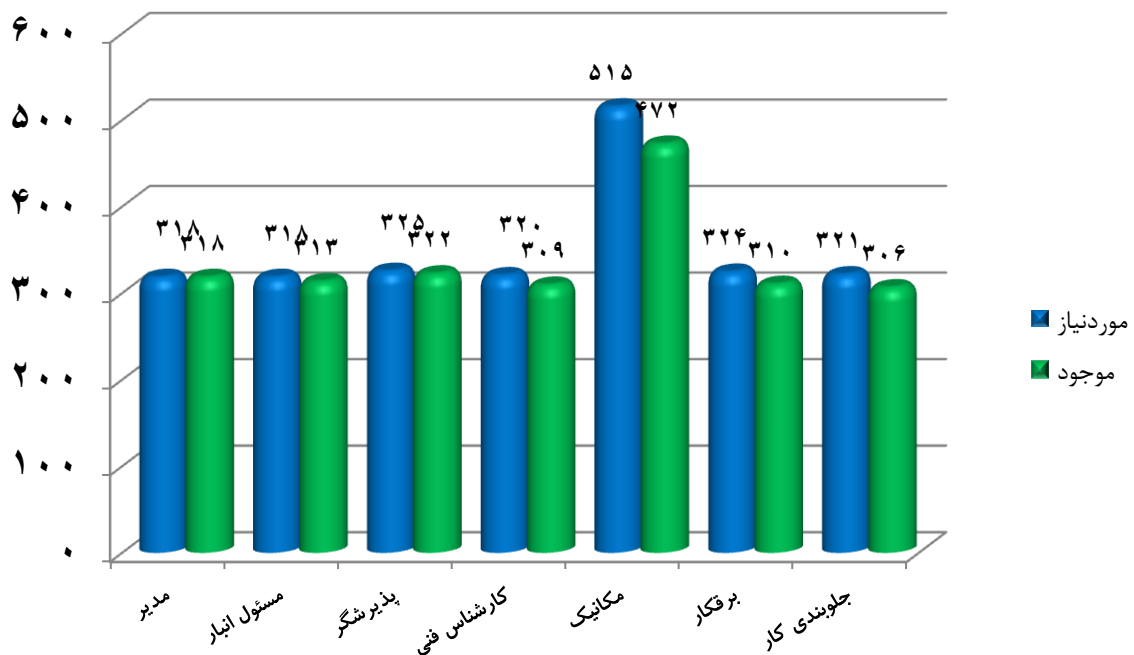


وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص نیروی انسانی

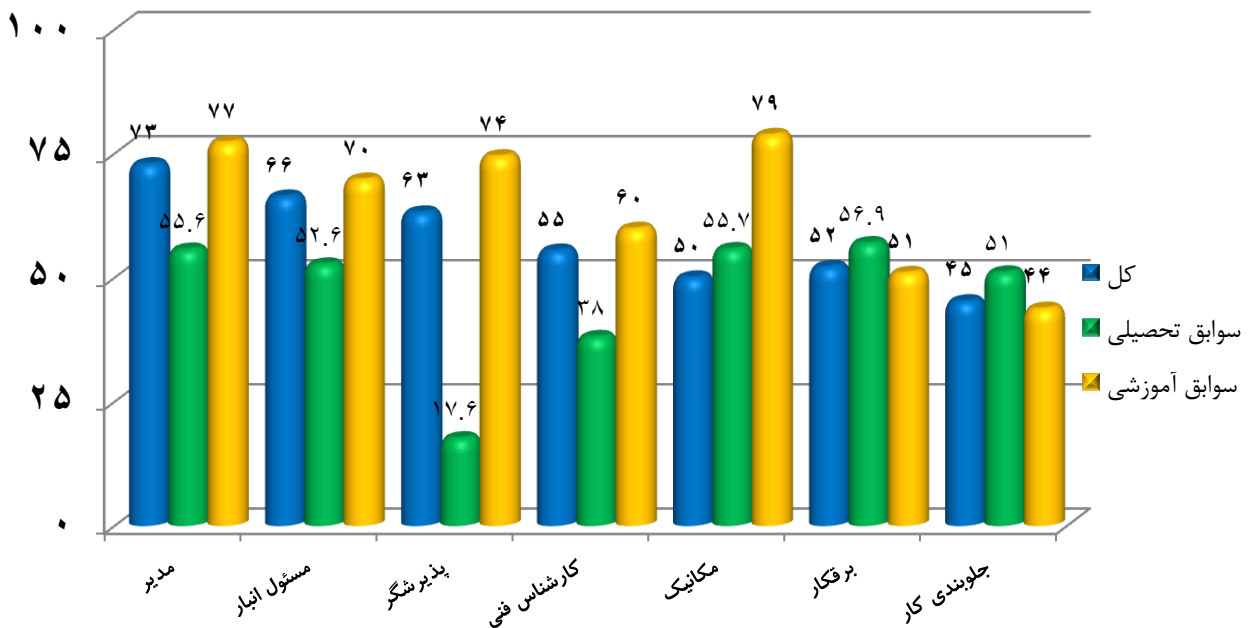




وضعیت تعدد و شرایط احراز پرسنل موجود در نمایندگی ها

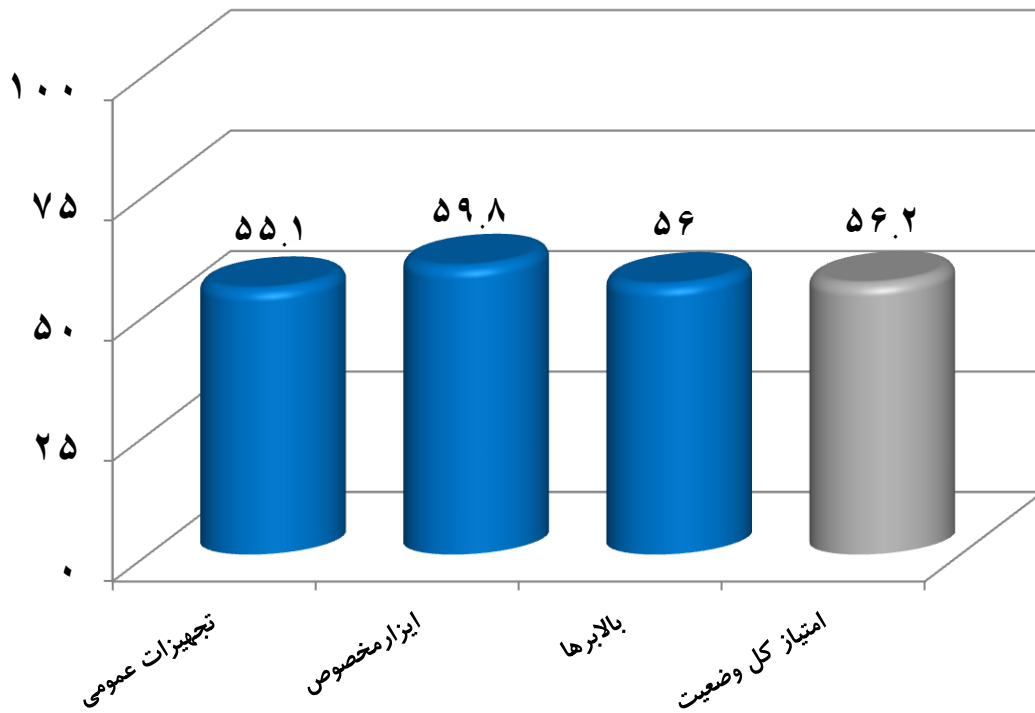


وضعیت پارامترهای ارزیابی شاخص نیروی انسانی - به تفکیک پرسنل

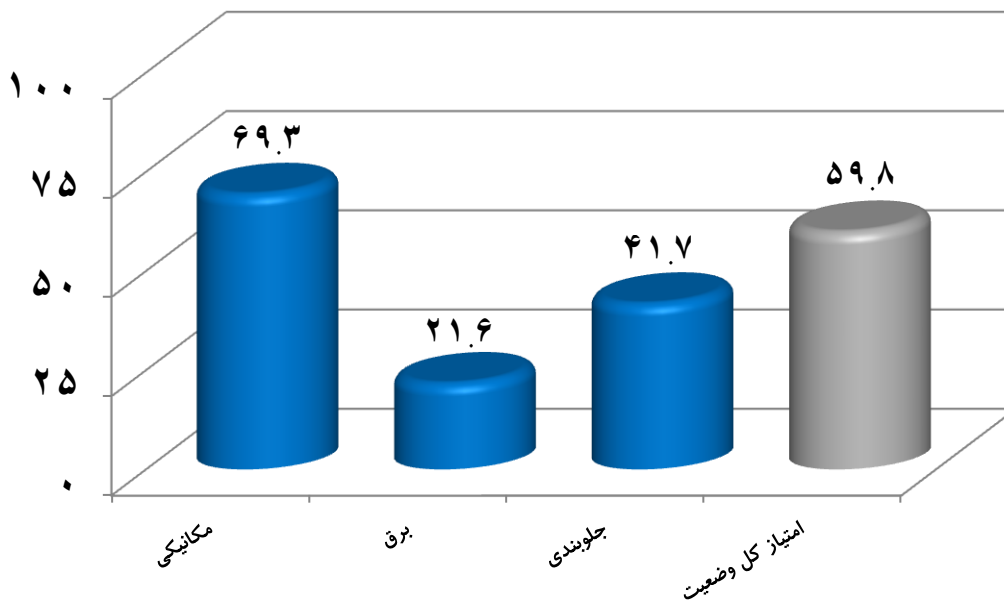




وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص تجهیزات تعمیرگاهی

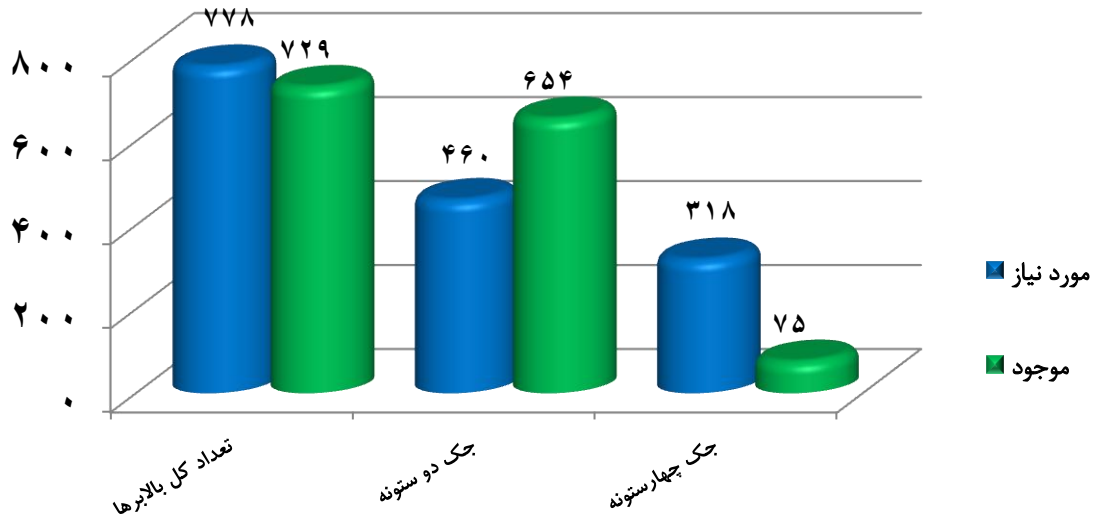


وضعیت امتیاز وجود ابزار مخصوص



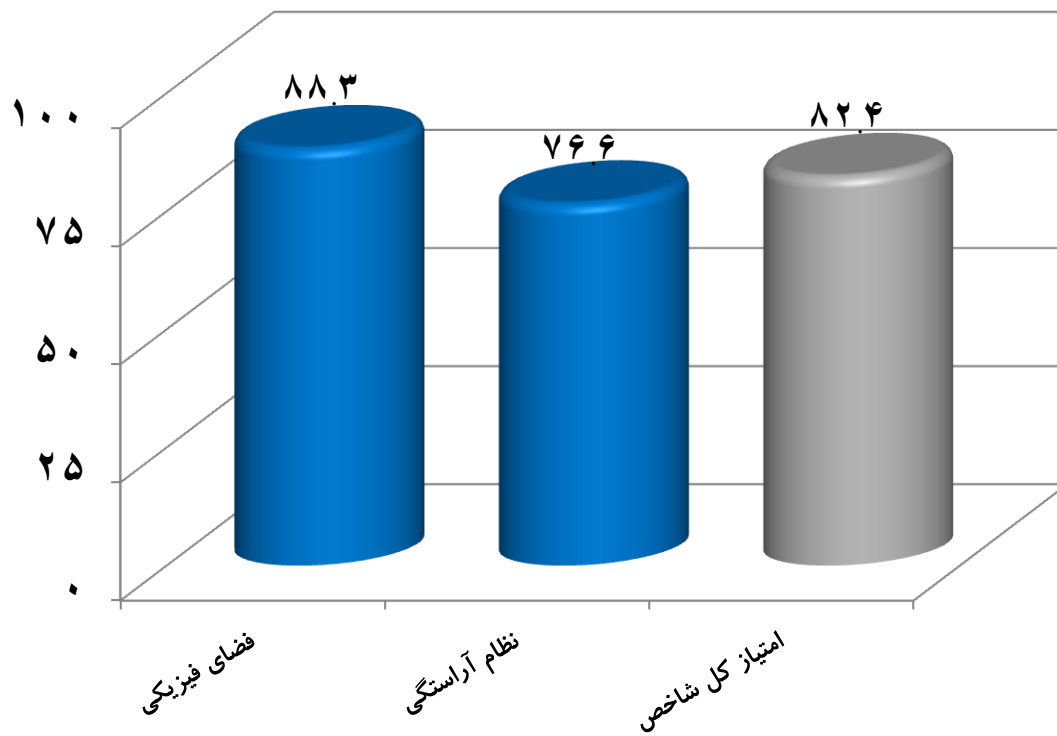


وضعیت تعداد کمی بالابرها

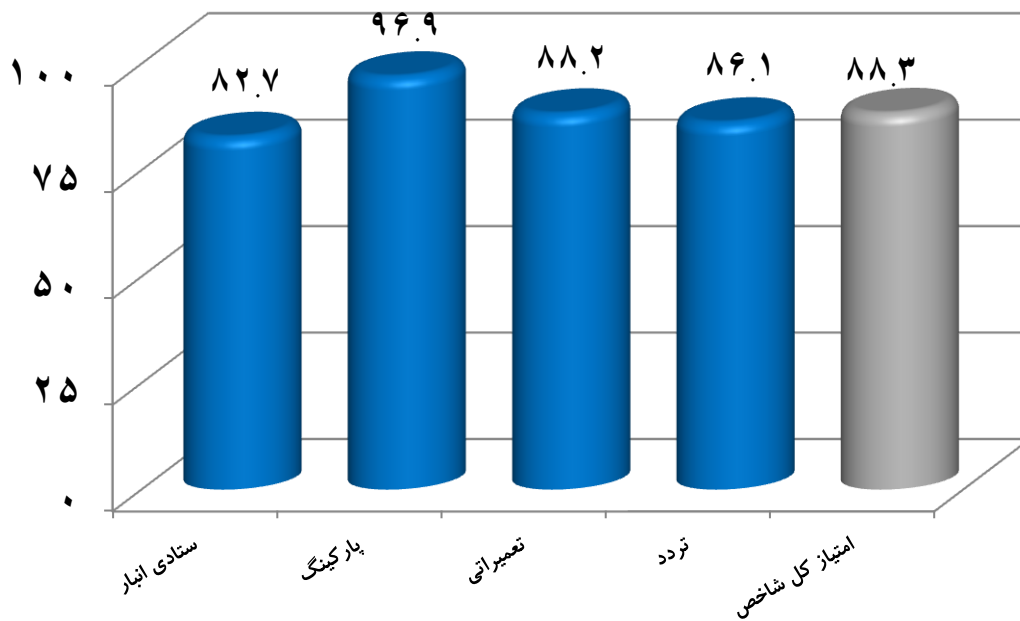




وضعیت پارامترهای اصلی ارزیابی شاخص شرایط محیطی

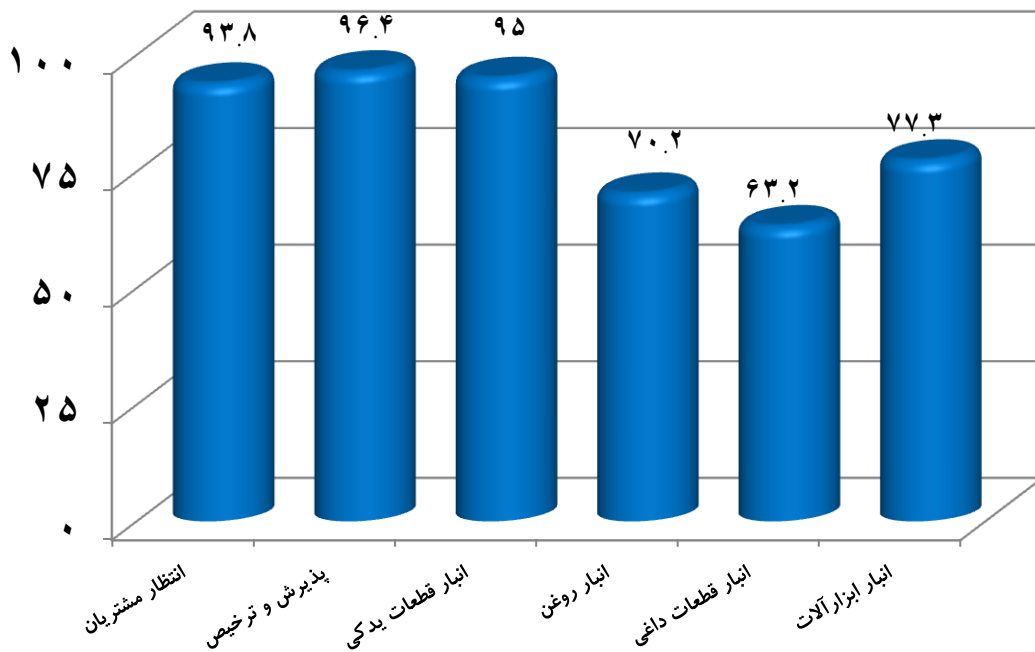


وضعیت امتیاز فضاها فیزیکی

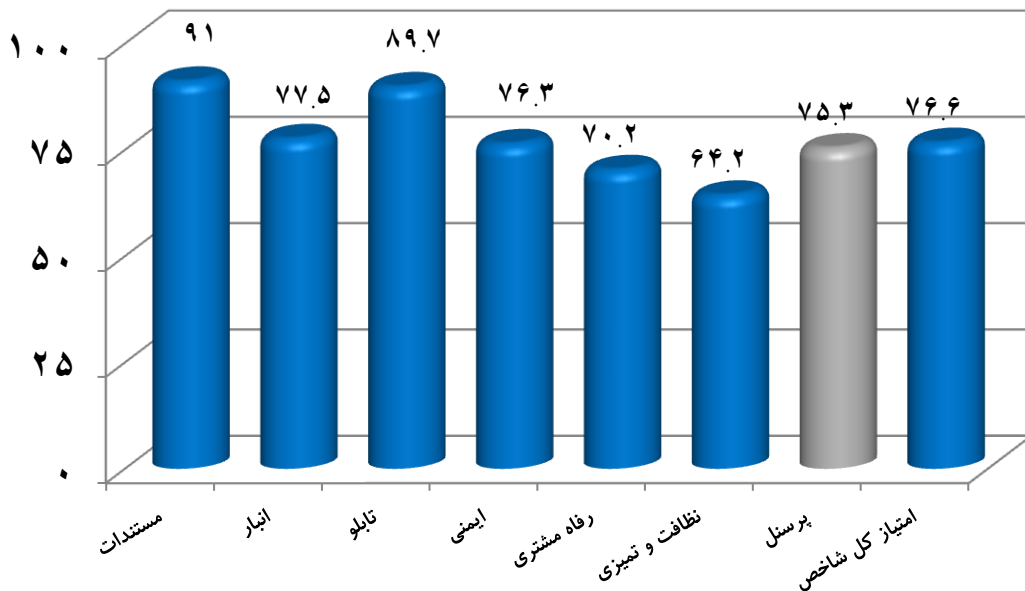




وضعیت امتیاز فضای ستادی و انبار



وضعیت امتیاز نظام آراستگی

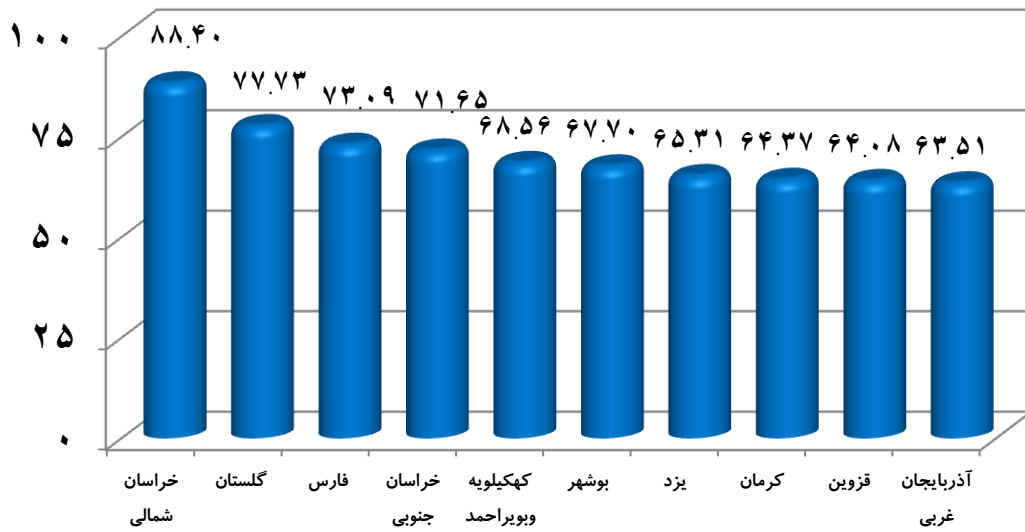




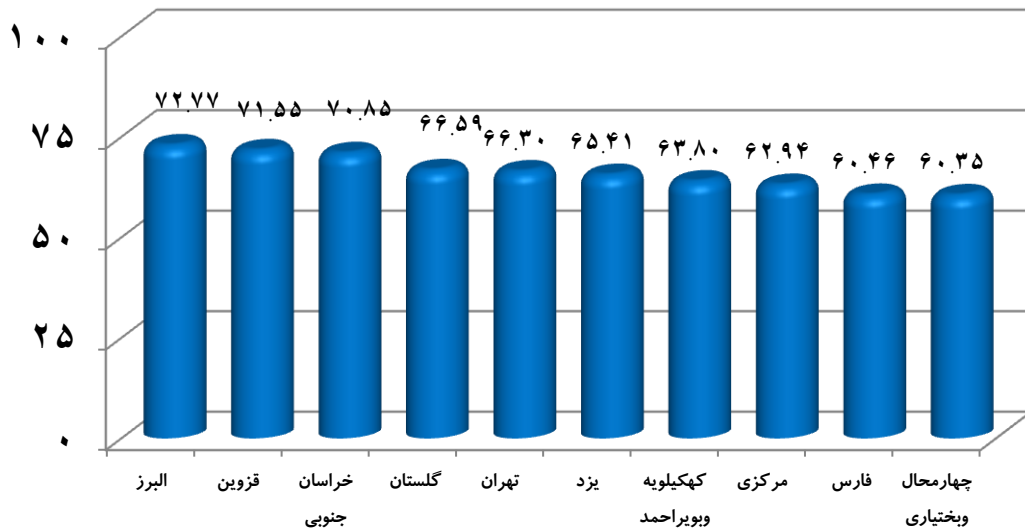
**وضعیت امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی
نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده
خودرو به تفکیک استان – حوزه سنگین**



وضعیت امتیاز شاخص مدیریت و نیروی انسانی ۱۰ استان برتر

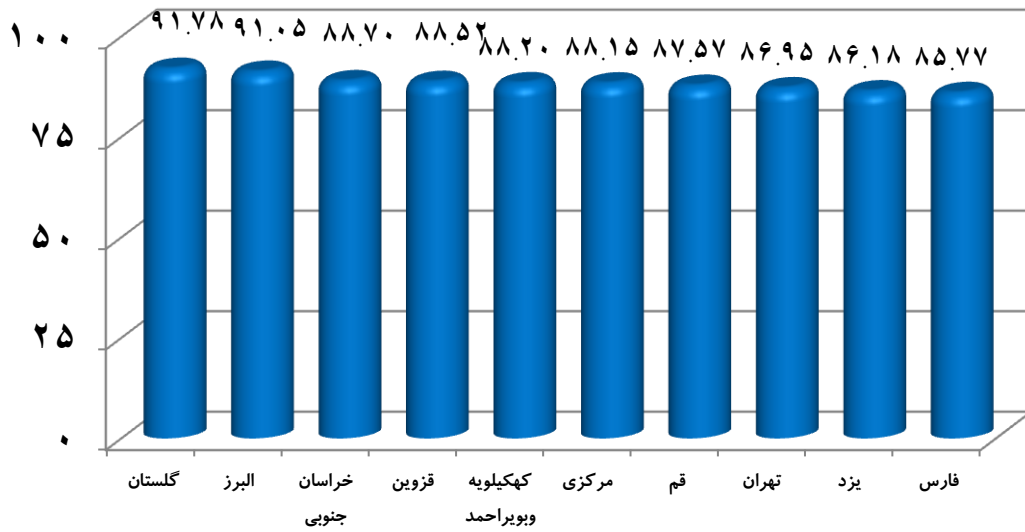


وضعیت امتیاز شاخص تجهیزات ۱۰ استان برتر

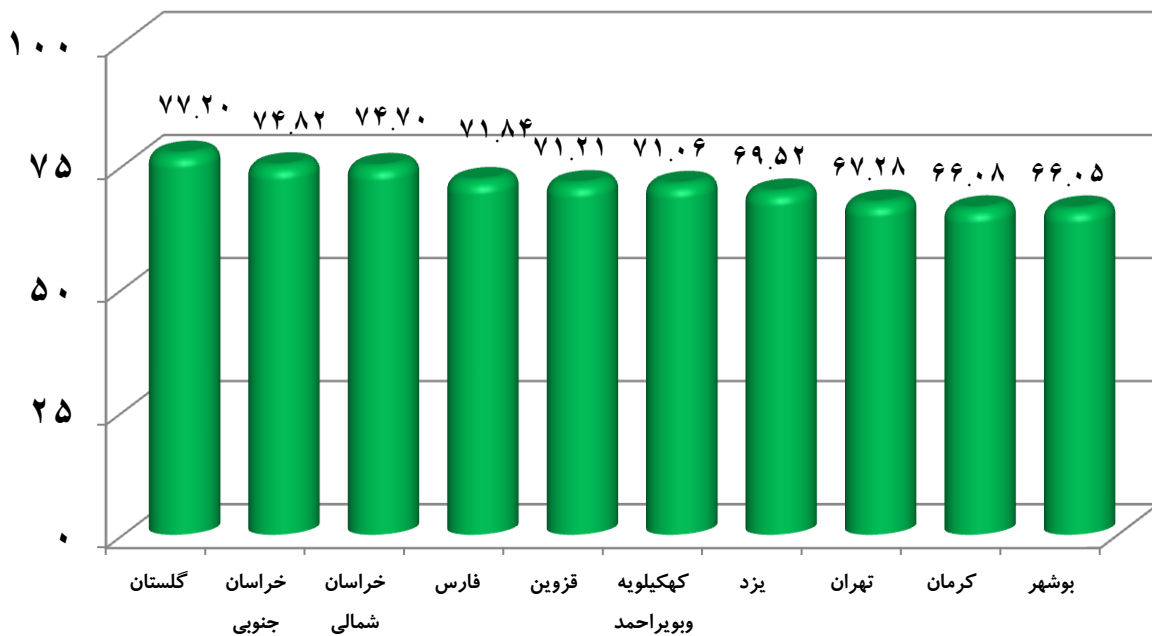




وضعیت امتیاز شاخص شرایط محیطی ۱۰ استان برتر



وضعیت امتیاز کل نمایندگی‌های مجاز ۱۰ استان برتر - سنگین

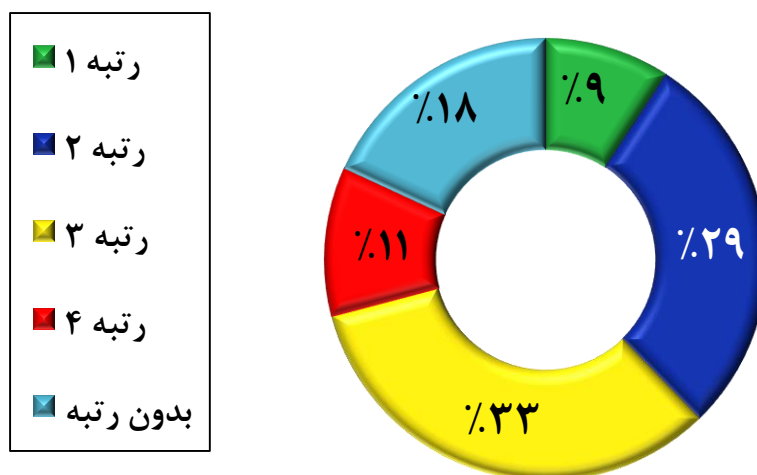




رتبه بندی تعمیرگاههای مجاز خودروهای سنگین در سال ۹۱

رتبه بندی	تعداد در سال ۹۰	تعداد در سال ۹۱
رتبه ۱	۱۴	۳۲
رتبه ۲	۱۱۱	۹۹
رتبه ۳	۱۰۸	۱۱۵
رتبه ۴	۴۹	۳۸
بدون رتبه *	۳۷	۶۳

* شامل نمایندگی های تعطیل و غیر فعال، در حال بازسازی و تعمیرات و یا فاقد اطلاعات مربوط به مشتریان می باشد.



جدول رتبه بندی نمایندگی های مجاز

رتبه	امتیاز کل (a)	امتیاز زیر شاخص ها: ۱- وضعیت نمایندگی ۲- نتیجه عملکرد
۱	$۸۵ \leq a \leq ۱۰۰$	حداقل ۷۵ درصد
۲	$۷۰ \leq a < ۸۵$	حداقل ۶۵ درصد
۳	$۵۰ \leq a < ۷۰$	حداقل ۵۰ درصد
۴	$a < ۵۰$	پایین تر از ۵۰ درصد

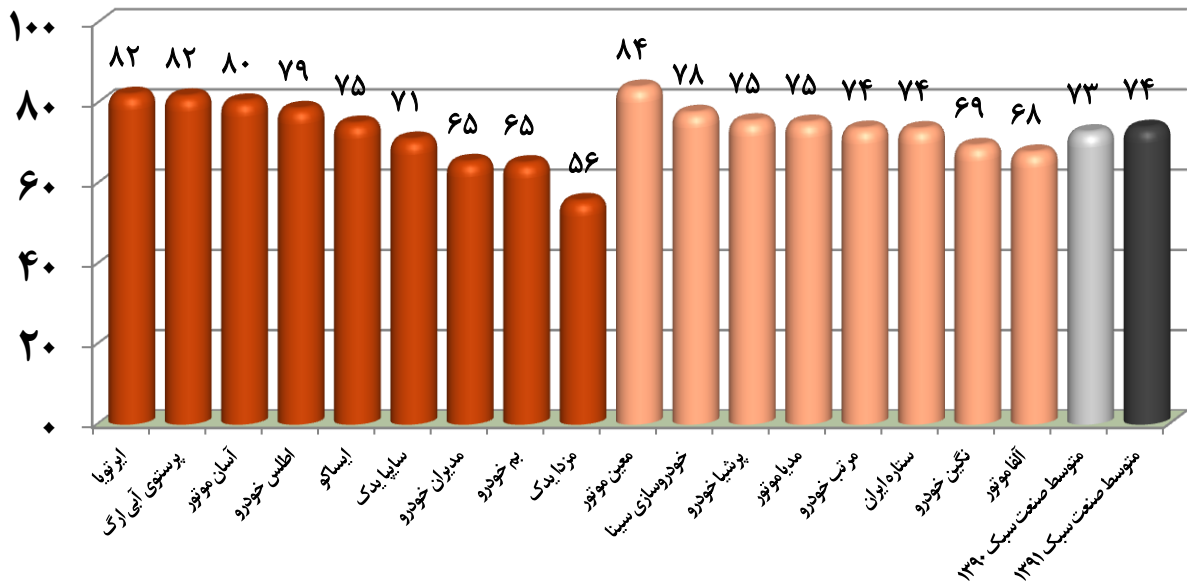


۳- وضعیت ارزیابی رضایتمندی مشتریان

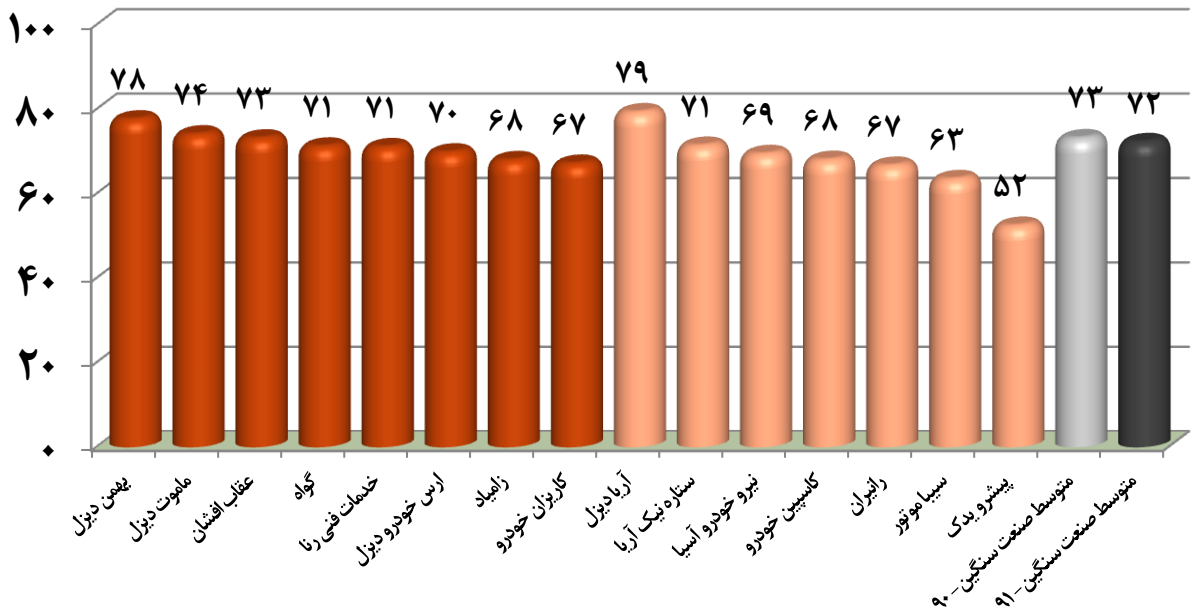
(بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو - بازنگری ۳)

ارزیابی رضایتمندی مشتریان خدمات پس از فروش بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو در بازه های زمانی سه ماهه و در ۳ حوزه عملکردی، ادراکی و کارایی توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران به اجرا در می آید که بر این اساس نتایج این ارزیابی در سال ۱۳۹۱ به شرح ذیل می باشد:

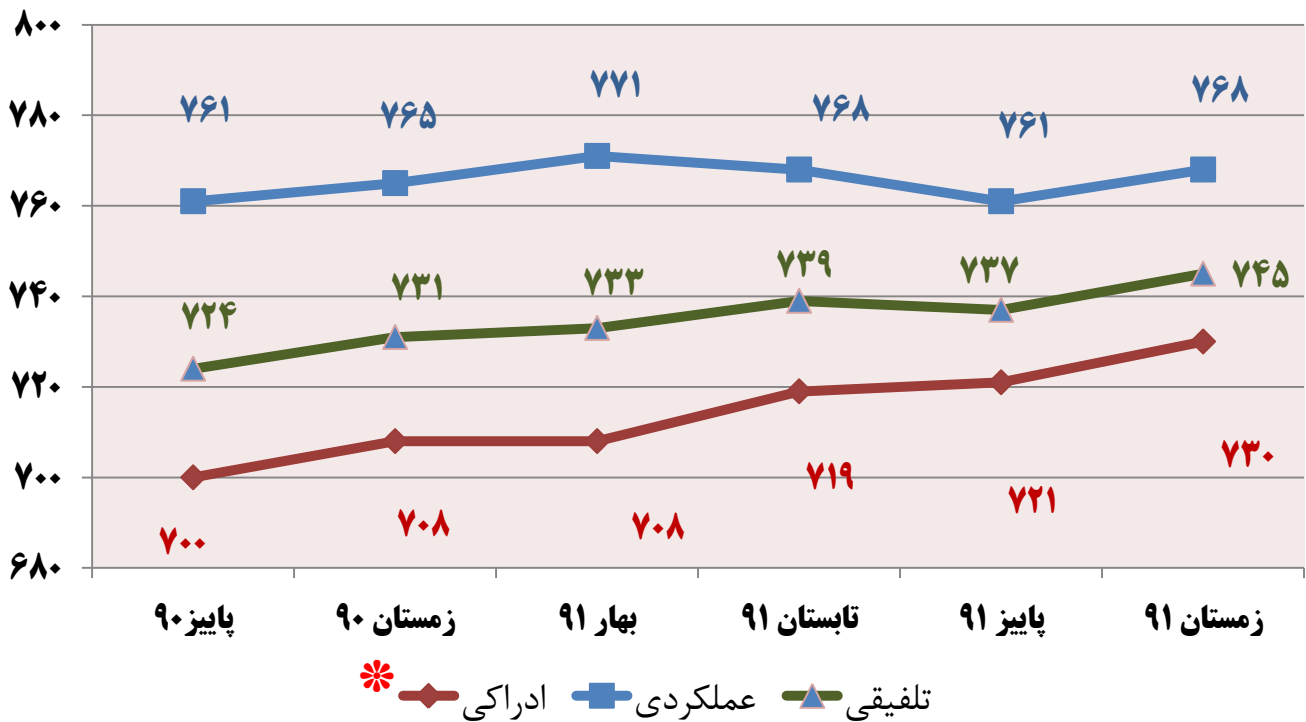
مقایسه امتیاز نتایج رضایتمندی مشتریان – خودروهای سبک



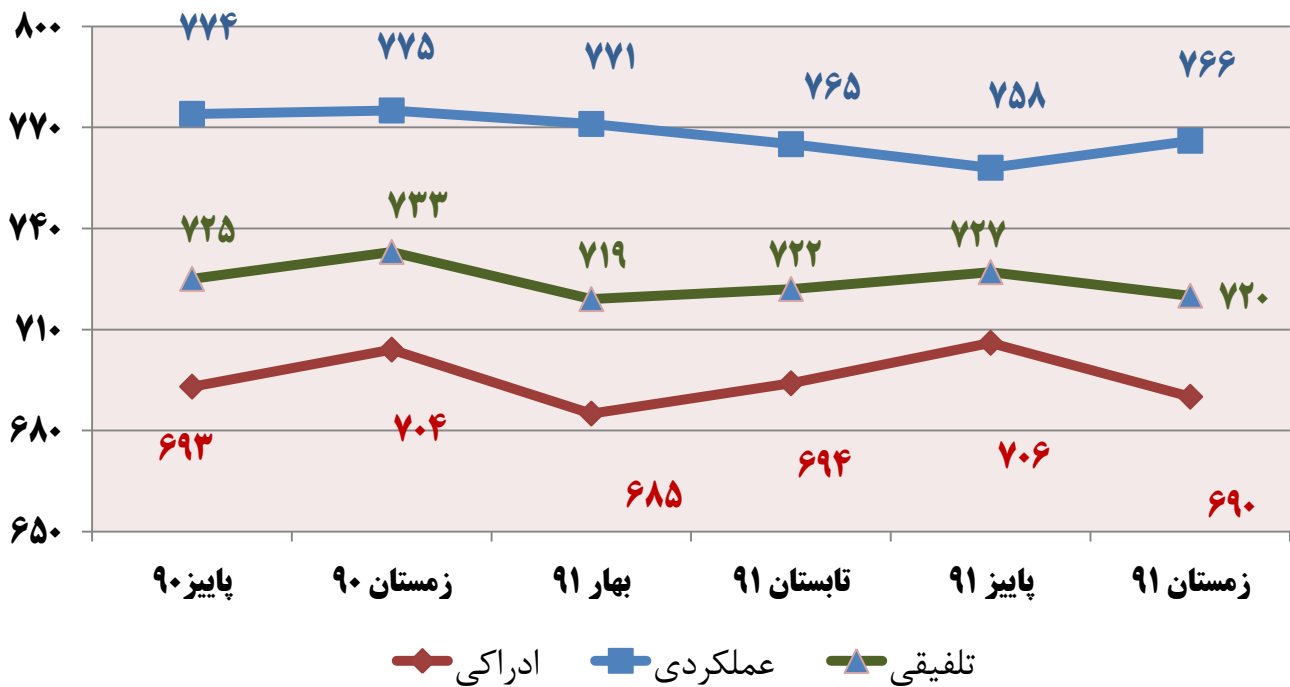
مقایسه امتیاز نتایج رضایتمندی مشتریان – خودروهای سنگین



روند نتایج رضایتمندی مشتریان از خدمات پس از فروش خودروهای سواری (امتیاز از ۱۰۰۰)



روند نتایج رضایتمندی مشتریان از خدمات پس از فروش خودروهای کار (امتیاز از ۱۰۰۰)



نتایج ادراکی: برداشت مشتریان از خدمات پس از فروش **نتایج عملکردی:** تمرکز بر نحوه ارائه خدمات توسط نمایندگی

نتایج تلفیقی: امتیاز کلی میزان رضایت از وضعیت خدمات پس از فروش



علل نارضایتی مشتریان ۳ شرکت برتر خدمات پس از فروش حوزه سبک

عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت ایساکو- سه ماهه چهارم ۹۱

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۲۱۹۲۵	۳۶,۳
۲	کیفیت پایین قطعات اولیه خودرو	۵۸۳۹	۹,۷
۳	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۴۵۶۴	۷,۵
۴	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۲۸۱۱	۴,۶
۵	جوان و بی تجربه بودن و عدم مهارت تعمیرکاران	۲۵۴۹	۴,۲
۶	دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات و یا هزینه تراشی بی مورد	۲۳۵۲	۳,۹
۷	عدم ارائه خدمات مناسب	۱۷۸۳	۲,۹
۸	عدم ارائه خدمات در زمان گارانتی و یا کارت طلایی	۱۴۲۵	۲,۴
۹	کمبود تعداد نمایندگی	۱۳۰۹	۲,۲

عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت سایپا یدک- سه ماهه چهارم ۹۱

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۷۰۱۹	۳۱,۴
۲	کیفیت پایین قطعات اولیه خودرو	۲۳۲۸	۱۰,۴
۳	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۱۸۴۶	۸,۲
۴	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۱۱۹۰	۵,۳
۵	دریافت هزینه از خودرو شامل گارانتی	۱۰۰۸	۴,۵
۶	دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات و یا هزینه تراشی بی مورد	۹۴۲	۴,۲
۷	جوان و بی تجربه بودن و عدم مهارت تعمیرکاران	۷۵۹	۳,۴
۸	کمبود تعداد نمایندگی	۷۴۵	۳,۳
۹	عدم ارائه خدمات مناسب	۶۵۶	۲,۹



عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت اطلس خودرو- سه ماهه چهارم ۹۱

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۲۷۹	۲۶,۴
۲	کمبود تعداد نمایندگی	۱۸۳	۱۷,۳
۳	دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات و یا هزینه تراشی بی مورد	۱۴۵	۱۳,۷
۴	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۵۲	۴,۹
۵	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۳۱	۲,۹
۶	طولانی بودن زمان تعمیرات	۲۶	۲,۵
۷	جوان و بی تجربه بودن و عدم مهارت تعمیرکاران	۲۵	۲,۴
۸	عدم ارائه خدمات مناسب	۲۲	۲,۱
۹	برخورد نامناسب پرسنل و مسئولان نمایندگی	۲۲	۲,۱

عمده علل نارضایتی مشتریان ۳ شرکت برتر خدمات پس از فروش حوزه سنگین

عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت خدمات فنی رنا- سه ماهه چهارم ۹۱

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۷۹۸	۳۹,۸
۲	دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات و یا هزینه تراشی بی مورد	۲۵۴	۱۲,۷
۳	کیفیت پایین قطعات اولیه خودرو	۱۲۳	۶,۱
۴	کمبود تعداد نمایندگی	۱۱۷	۵,۸
۵	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۱۱۴	۵,۷
۶	جوان و بی تجربه بودن و عدم مهارت تعمیرکاران	۵۹	۲,۹
۷	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۵۱	۲,۵
۸	عدم ارائه خدمات مناسب	۴۹	۲,۴
۹	عدم ارائه خدمات در زمان گارانتی و یا کارت طلایی	۴۵	۲,۲

عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت ماموت دیزل- سه ماهه چهارم ۹۱



ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۴۴۸	۳۷,۳
۲	کمبود تعداد نمایندگی	۱۵۸	۱۳,۱
۳	دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات و یا هزینه تراشی بی مورد	۱۳۵	۱۱,۲
۴	عدم ارائه خدمات مناسب	۴۳	۳,۶
۵	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۴۲	۳,۵
۶	عدم حضور مشتری بالای سر خودرو	۴۲	۳,۵
۷	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۳۹	۳,۲
۸	طولانی بودن زمان تعمیرات	۳۸	۳,۲
۹	جوان و بی تجربه بودن و عدم مهارت تعمیرکاران	۳۶	۳,۰

عمده علل نارضایتی مشتریان شرکت گواه- سه ماهه چهارم ۹۱

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمبود یا نبود قطعات یدکی	۲۶۱	۴۴,۲
۲	کیفیت پایین قطعات اولیه خودرو	۴۷	۸
۳	کمبود تعداد نمایندگی	۴۶	۷,۸
۴	کیفیت پایین خدمات و تعمیرات و قطعات	۴۰	۶,۸
۵	عدم انجام کار یا رفع ایراد	۲۱	۳,۶
۶	طولانی بودن زمان تعمیرات	۲۱	۳,۶
۷	عدم ارائه خدمات در زمان گارانتی و یا کارت طلایی	۱۳	۲,۲
۸	وجود ایرادات فنی از ابتدا در خودرو	۱۳	۲,۲
۹	عدم ارائه خدمات مناسب و قطعات به نمایندگی از طرف خود شرکت	۱۳	۲,۲



۴- وضعیت شاخص رضایت نمایندگی های مجاز از شرکت عرضه کننده خودرو (DSI)

(بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو- بازنگری ۳)

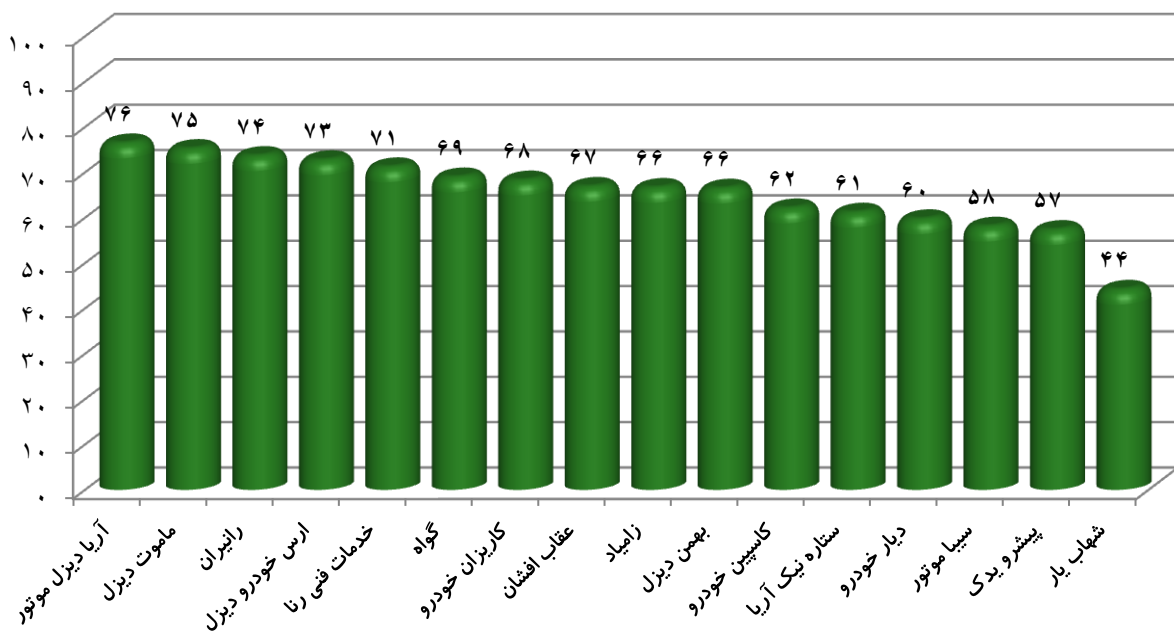


بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو شاخص رضایت نمایندگی ها از شرکت عرضه کننده خودرو به عنوان یکی از پارامترهای ارزیابی وضعیت خدمات پس از فروش محسوب شده که نتایج مربوطه در ادامه آمده است.

مقایسه امتیاز رضایت مدیران نمایندگی های مجاز از شرکت عرضه کننده خودرو (DSI) – سبک

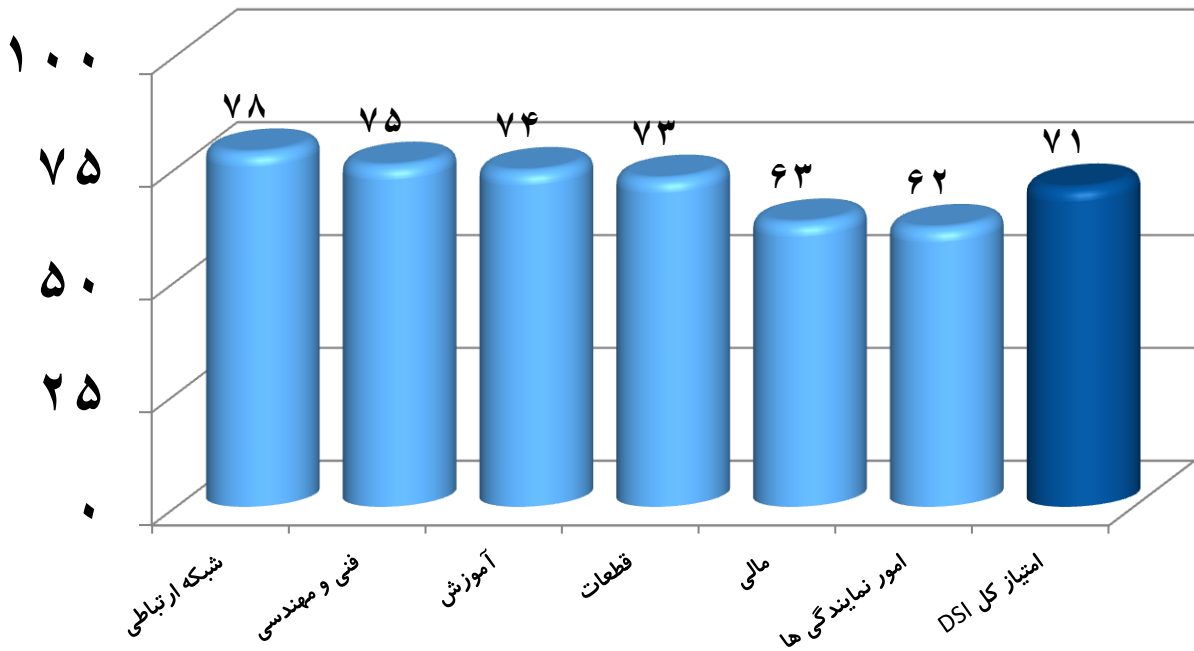


مقایسه امتیاز رضایت مدیران نمایندگی های مجاز از شرکت عرضه کننده خودرو (DSI) – سنگین

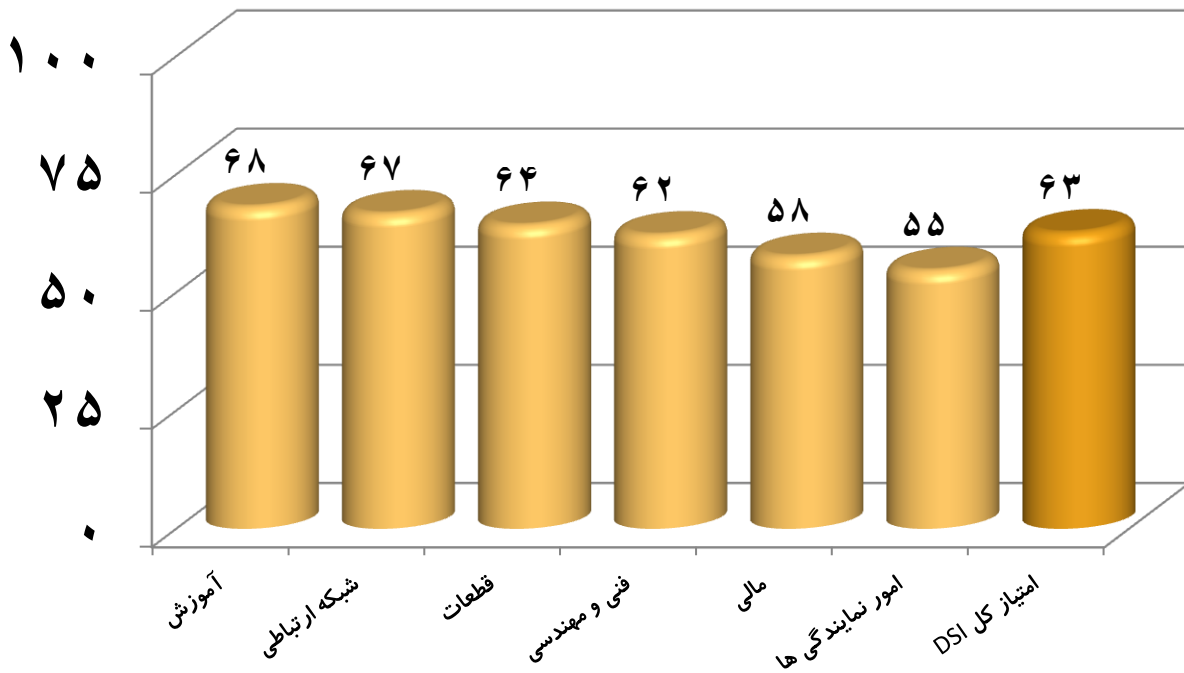




مقایسه امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها از شرکت های سبک



مقایسه امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها از شرکت های سنگین





۵- وضعیت امتیاز نهایی وضعیت خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو



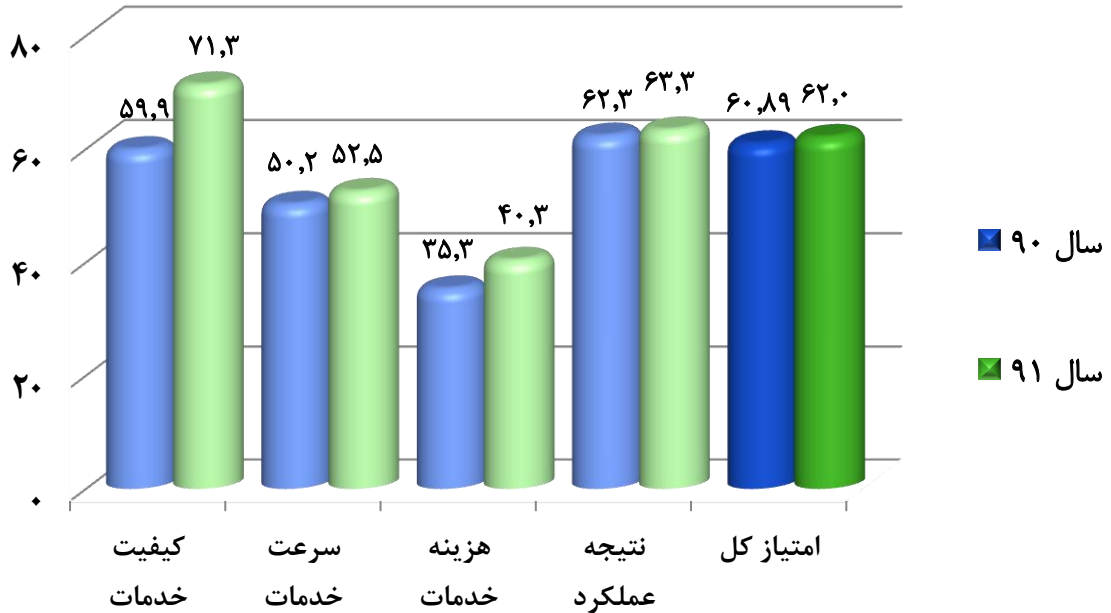
امتیاز کلی وضعیت خدمات پس از فروش بر اساس مدل دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش در قالب شاخص های ذیل شکل می گیرد:

شاخص	ضریب وزنی	حوزه ارزیابی	عوامل	امتیاز
کیفیت خدمات	۲۵	نمایندگی های مجاز	نیروی انسانی، تجهیزات و شرایط	۷۰
		شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش	آموزش و مهارت پرسنل نمایندگی ها و شرکت سیستم های مدیریت کیفیت و ... سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات	۳۰
سرعت خدمات	۲۰	نمایندگی های مجاز	کارائی نمایندگی ها	۱۵
		شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش	توسعه شبکه تعمیرگاهی امداد خودرو تامین و توزیع مناسب قطعات یدکی بررسی فرآیند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات	۸۵
هزینه خدمات	۵	شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش	تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات تدوین جدول قیمت قطعات یدکی نظارت بر هزینه های دریافتی از مشتریان سایر الزامات قانونی مرتبط با هزینه خدمات	۱۰۰
نتیجه عملکرد	۵۰	رضایتمندی	نتایج مشتریان (ارزیابی رضایتمندی مشتریان)	۶۰
			نتایج نمایندگی ها (DSI)	۱۵
			نتایج فرآیندها	۲۵

نتایج کلی ارزیابی خدمات پس از فروش در سال ۱۳۹۱ در ادامه آمده است.

۵-۱- وضعیت امتیاز نهایی شرکت های عرضه کننده خودرو- سبک

امتیاز نهایی خدمات پس از فروش - خودرو های سبک

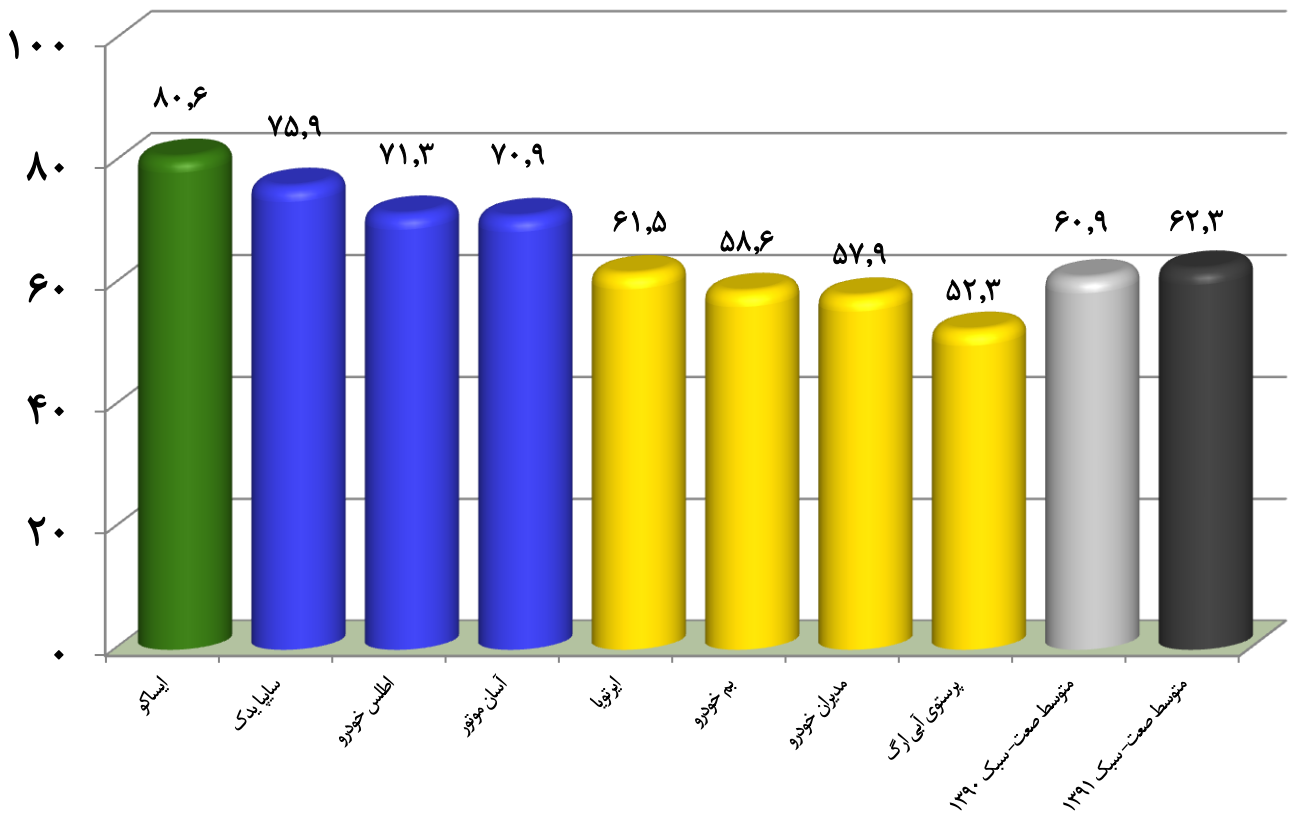


امتیاز شاخص خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سبک

ردیف	نوع شرکت خدمات	شرکت	امتیاز کل		رتبه
			سال ۹۱	سال ۹۰	
۱	شرکت های دارای بیش از ۱۰ نمایندگی مجاز	ایساکو	۸۰.۶	۷۹.۸	۲
۲		سایپا یدک	۷۵.۹	۷۳.۰	۲
۳		اطلس خودرو	۷۱.۳	۶۷.۶	۲
۴		آسان موتور	۷۰.۹	۶۳.۳	۳
۵		ایرتویا	۶۱.۵	۶۷.۸	۲
۶		بم خودرو	۵۸.۶	۴۸.۷	۳
۷		مدیران خودرو	۵۷.۹	۵۶.۶	۴
۸		پرستوی آبی ارگ	۵۲.۳	۵۱.۱	۳
۹		مزدا یدک**	-	۷۷.۷	۲
۱	شرکت های دارای کمتر از ۱۰ نمایندگی مجاز*	مدیا موتور	۶۱.۲	۶۱.۶	۳
۲		آلفا موتور	۶۰.۲	-	-
۳		معین موتور	۵۷.۷	-	-
۴		پرشیا خودرو	۵۷.۲	۴۰.۸	۴
۵		ستاره ایران	۵۱.۹	۵۵.۲	۳
۶		مرتب خودرو	۴۸.۷	۴۹.۷	۴
۷		خودروسازی سینا	۴۶.۳	۴۷.۵	۴
۸		نگین خودرو	۴۴.۵	-	-

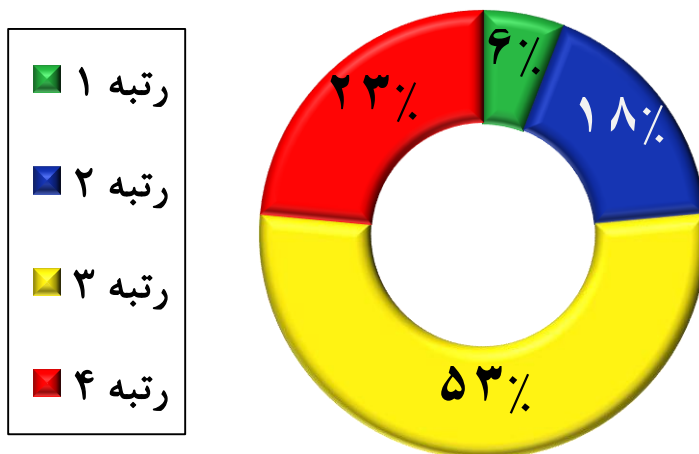


مقایسه امتیاز نهایی - شرکت های عرضه کننده خودرو سبک



رتبه بندی شرکتهای عرضه کننده خودرو سبک در سال ۹۱

رتبه بندی	تعداد در سال ۹۰	تعداد در سال ۹۱
رتبه ۱	۰	۱
رتبه ۲	۵	۳
رتبه ۳	۵	۹
رتبه ۴	۴	۴

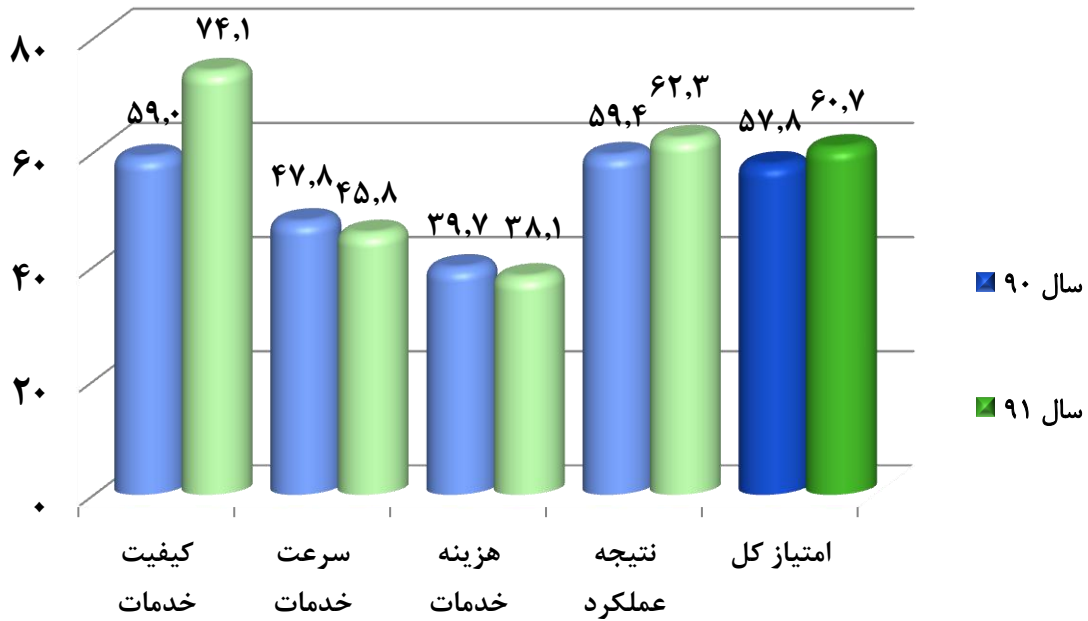


جدول رتبه بندی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

رتبه (گريد)	امتیاز کل (A)	امتیاز زیر شاخص نتیجه عملکرد
۱	$100 \leq A \leq 80$	حداقل ۷۵ درصد
۲	$65 \leq A < 80$	حداقل ۶۵ درصد
۳	$50 \leq A < 65$	حداقل ۵۰ درصد
۴	$A < 50$	کمتر از ۵۰ درصد

۵-۱- وضعیت امتیاز نهایی شرکت های عرضه کننده خودرو- سنگین

امتیاز نهایی خدمات پس از فروش - خودرو های سنگین

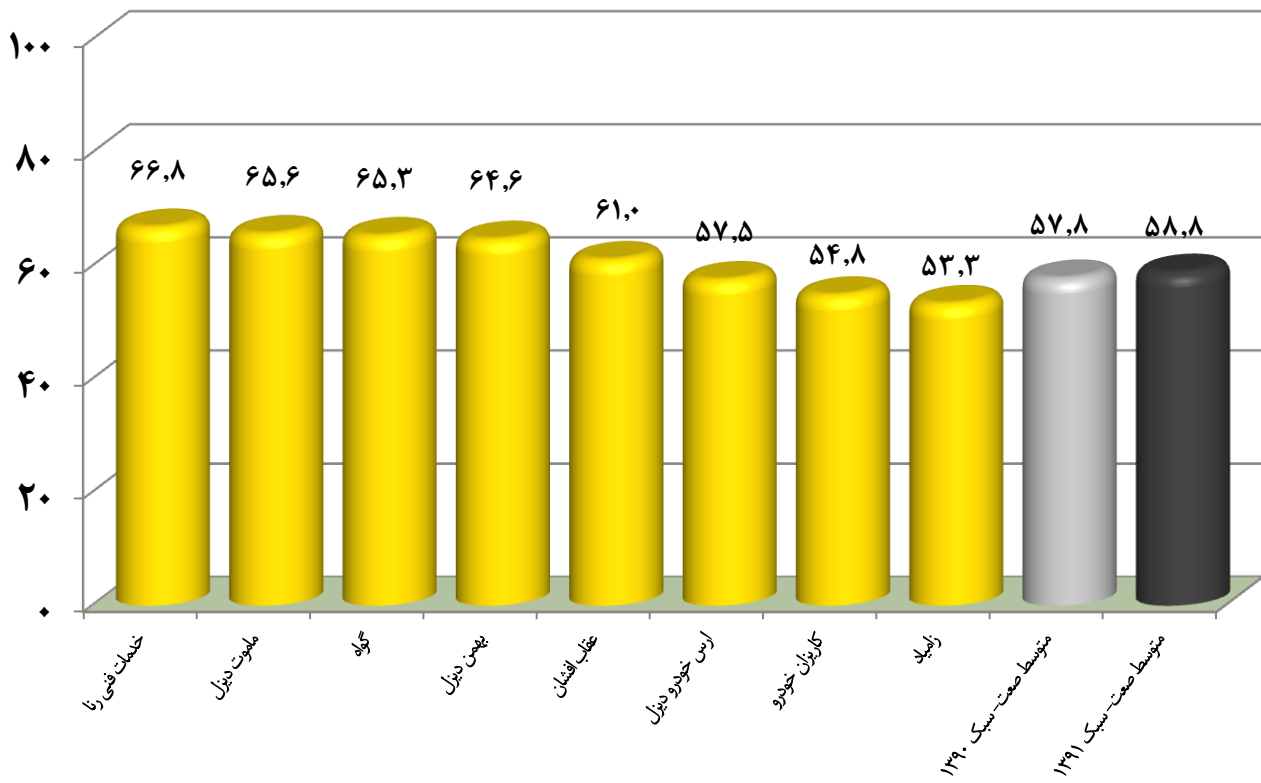


امتیاز شاخص خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سنگین

رتبه	امتیاز کل		شرکت	نوع شرکت خدمات	ردیف
	سال ۹۱	سال ۹۰			
۳	۶۶.۷۷	۶۴.۷	خدمات فنی رنا	شرکت های دارای بیش از ۱۲ نمایندگی مجاز	۱
۳	۶۵.۶۳	۶۱.۹	ماموت دیزل		۲
۳	۶۵.۲۸	۶۱.۰	گواه		۳
۳	۶۴.۶۲	۶۱.۰	بهمن دیزل		۴
۳	۶۱.۰۲	۵۸.۵	عقاب افشان		۵
۳	۵۷.۴۹	۶۱.۰	ارس خودرو دیزل		۶
۳	۵۴.۷۸	۵۲.۳	کاریزان خودرو		۷
۳	۵۳.۲۶	۴۳.۶	زامیاد		۸
۲	۶۶.۳۶	۶۹.۱	آریا دیزل	شرکت های دارای کمتر از ۱۲ نمایندگی مجاز	۱
۳	۵۴.۸۶	-	سیبا موتور		۲
۳	۵۱.۰۹	۴۸.۰	رانیران		۳
۳	۵۰.۸۴	۵۰.۷	ستاره نیک آریا		۴
۴	۴۸.۴۳	۴۶.۴	کاسپین خودرو		۵
۴	۴۵.۴۴	۴۲.۵	نیرو خودرو آسیا		۶
۴	۴۳.۹۱	۴۲.۹	پیشرو یدک		۷
۴	۱۸.۹۴	۴۵.۸	شهاب یار		۸



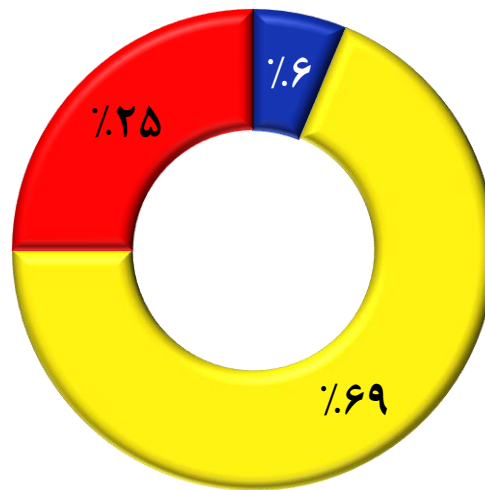
مقایسه امتیاز نهایی - شرکت های عرضه کننده خودرو سنگین



رتبه بندی شرکتهای عرضه کننده خودرو سنگین در سال ۹۱

رتبه بندی	تعداد در سال ۹۰	تعداد در سال ۹۱
رتبه ۱	۰	۰
رتبه ۲	۱	۱
رتبه ۳	۸	۱۱
رتبه ۴	۶	۴

رتبه ۱
رتبه ۲
رتبه ۳
رتبه ۴



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

رتبه (گريد)	امتیاز کل (A)	امتیاز زیر شاخص نتیجه عملکرد
۱	$100 \leq A \leq 80$	حداقل ۷۵ درصد
۲	$65 \leq A < 80$	حداقل ۶۵ درصد
۳	$50 \leq A < 65$	حداقل ۵۰ درصد
۴	$A < 50$	کمتر از ۵۰ درصد