








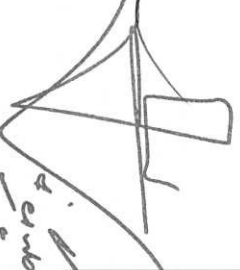
جمهوری اسلامی ایران  
وزارت صنعت، معدن و تجارت

**دستورالعمل و نظامات آیین نامه اجرایی**

**قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو**

**موضوع تصویب نامه شماره ۷۴۱۵/۵۱۶۸۱ مورخ ۱۳۹۵/۱/۲۸**

**هیات محترم وزیران**

ابلاغ		تایید کننده		تنظیم کننده		
محمد رضا نعمت زاده وزیر صنعت معدن و تجارت	سید محمود نوایی معاون وزیر و رئیس سازمان	محسن صالحی نیا معاون امور صنایع وزارت	شهرام میر آخورو مدیر کل نظارت بر کالاهای فلزی و معدنی سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان	امیر حسین قناتی مدیر کل خودرو و نیرو محرکه	اشکان گلپایگانی مدیرعامل شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران	
						

## فهرست

### صفحه

### عنوان

۳	الزامات مواد آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
۲۲	الزامات ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
۲۴	پیوست ها
۲۵	پیوست الف - دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو
۸۱	پیوست ب - قطعات ایمنی خودرو
۸۵	پیوست ج - عیوب ایمنی خودرو و قطعات مشمول استاندارد اجباری
۹۷	پیوست د-۱- دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی
۱۰۴	پیوست د-۲- تکمیل دستورالعمل واردات خودروهای سواری
۱۱۳	پیوست د-۳- اصلاحیه دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی
۱۱۸	پیوست ه - دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تایر و تیوپ

**الزامات مواد آئین نامه اجرائی قانون حمایت از  
حقوق مصرف کنندگان خودرو**

## الزامات مربوط به ماده ۲ آئین نامه

بر اساس بند ح ماده (۲) آیین نامه دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو دستورالعملی که به منظور تعیین شیوه مربوط به امور خدمات فروش خودرو، شاخص ها و نحوه ارزیابی عرضه کننده، واسطه خدمات فروش و نمایندگی های آن و همچنین رده بندی و پایش عملکرد آنها می باشد.

جزئیات این دستورالعمل به همراه کلیه شاخص ها و پارامترهای مد نظر در پیوست الف تشریح گردیده است.

بر اساس بند غ ماده (۲) آیین نامه قطعه ایمنی خودرو قطعاتی است که عیب آنها موجب احتمال صدمه جسم، جان و مال اشخاص گردد.

فهرست قطعات فوق به شرح قطعات ایمنی مربوط به خودرو در پیوست ب تشریح گردیده است.

بر اساس بند ف ماده (۲) آیین نامه عیب ایمنی، عیوبی است که احتمال ایجاد صدمه به جسم، جان و مال اشخاص گردد

فهرست عیوب ایمنی مربوط به خودرو در پیوست ج تشریح گردیده است. همچنین عیوب و قطعات ایمنی در موتور سیکلت به همراه فهرست قطعات مشمول استاندارد ملی در این پیوست تشریح گردیده است.

بر اساس بند ق ماده (۲) آیین نامه قطعات و مواد مصرفی، قطعات و موادی مانند روغن ها (نظیر روغن موتور و گیربکس)، مایعات (نظیر مایع ضد یخ و مایع شیشه شوی)، فیلترها (نظیر فیلتر بنزین، هوا و روغن) و سایر قطعات و موادی که فهرست آن به شرح ذیل می باشد.

قطعه و ماده مصرفی
روغن ها نظیر روغن موتور، گیربکس، ترمز و هیدرولیک
مایعات نظیر مایع ضد یخ، مایع شیشه شوی
فیلترها نظیر فیلتر بنزین، فیلتر هوا

## الزامات مربوط به ماده ۳ آئین نامه

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود با توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و در نظر گرفتن موارد ذیل اقدام نماید:

- مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آپشن ها، تودوزی، رینگ ها، ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۳۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.
- مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد.
- عرضه کننده موظف است برابر با تبصره ماده (۳) آیین نامه، حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.
- حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر نوبت می بایست به صورت اینترنتی و منحصر به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.
- اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد. لیکن مشتری امکان انتخاب نمایندگی مورد نظر خود جهت تحویل خودرو را بدون محدودیت در ظرفیت و موقعیت مکانی دارا باشد.
- اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بر روی تابلوی اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و درخصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد.

#### **الزامات مربوط به ماده ۴ آیین نامه**

سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴)، به صورت روزشمار محاسبه می شود.

عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند:  
 قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تاکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد، زمان پرداخت خسارت دیرکرد (بازه زمانی هفت روزه)، شرایط فروش (فوری، پیش فروش، مشارکت)، رنگ خودرو، آپشن خودرو، مدل خودرو، شرایط تسهیلات ویژه، سود مشارکت، سود انصراف

#### **الزامات مربوط به ماده ۵ آیین نامه**

- عرضه کننده خودرو موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو برابر ماده (۵) آیین نامه مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه تولید داخل و وارداتی را با رعایت ضوابط ذیل اخذ نماید .
- شرکت عرضه کننده خودرو (تولید داخل و وارداتی) بایستی برای اخذ مجوز پیش فروش خودرو به معاونت امور صنایع (دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه) وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه نمایند.

- شرکت عرضه کننده خودرو (تولید داخل و وارداتی) موظف به درج و اعلام شماره و تاریخ مجوز اخذ شده در آگهی فروش و تبلیغات خود می باشند.
- سقف پیش فروش برای خودروهای تولید داخل بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:  
(تعهدات قبلی فروش - آمار تولید واقعی سه ماه قبل  $\times 4 \times 50\%$ ) = سقف پیش فروش
- سقف پیش فروش برای خودروهای جدید تولید داخل بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:  
(میزان ثبت سفارشات معتبر مجموعه اجزاء و قطعات تولید هر دستگاه  $\times 50\%$ ) = سقف پیش فروش
- صدور مجوز پیش فروش برای خودرو تولید داخل منوط به ارائه اسناد معتبر مبنی بر وجود قطعات منفصله مورد نیاز در انبار شرکت، گمرک جمهوری اسلامی ایران، اسناد حمل و یا گشایش اعتبار، عدم منع شماره گذاری خودرو مورد نظر می باشد.
- سقف پیش فروش برای خودرو وارداتی بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:  
{(تعهدات معوق فروش - میزان ثبت سفارش معتبر  $\times 50\%$ )} = سقف پیش فروش
- صدور مجوز پیش فروش برای خودروهای وارداتی منوط به ارائه اسناد معتبر مطابق جدول ذیل میباشد:

ردیف	نام خودرو	تعداد ثبت سفارش معتبر	تعداد خودرو در حال حمل به کشور	تعداد خودرو موجود در گمرک	تعداد تعهدات معوق	تعداد مورد نظر در برنامه فروش

- تکرار پیش فروش در طول دوره منوط به عدم وجود تعهدات معوق در پیش فروش های صورت گرفته و ارائه درخواست مجدد بر اساس رویه فوق می باشد.
- شرکت های عرضه کننده خودرو داخلی و وارداتی می بایست در پایان هر ماه آمار مربوط به عملکرد شرکت (تولید، واردات، صادرات، فروش فوری، پیش فروش، میزان تعهدات و تحویل خودرو) را به دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه و سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان اعلام نمایند.
- تاریخ اخذ مجوز به همراه تعداد خودروی مجاز قابل فروش میبایست در اطلاعیه پیش فروش لحاظ شده و اطلاع رسانی گردد.

### الزامات مربوط به ماده ۶ آئین نامه

عرضه کننده موظف است مطابق با ماده (۶) آیین نامه نسبت به عقد قرارداد فروش با مصرف کننده اقدام نماید. در قرارداد فروش قید مشخصات خودرو مورد نظر از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ و شرایط موضوع قرارداد مانند قیمت فروش، نرخ سود مشارکت، تاریخ تحویل خودرو با تعیین ماه و هفته تحویل، خسارت تأخیر در تحویل، فهرست متعلقات الزامی همراه خودرو از قبیل رادیو پخش، چرخ زاپاس، جک، آچار چرخ، کفپوش متحرک، مثلث خطر و تجهیزات درخواستی و ارائه یک نسخه از اصل قرارداد به مصرف کننده، الزامی است.

- هر گونه واریز وجه قبل از انعقاد قرارداد مجاز نبوده و میبایست پس از اطلاع از شرایط کامل قرارداد و ویژگی های محصول و تایید و امضای طرفین صورت پذیرد.
- فرمت قرارداد فروش و پیش فروش و ... میبایست توسط عرضه کننده تهیه و از طریق سامانه های ارتباطی در معرض دید مصرف کننده قرار گیرد. ضمناً یک نسخه به روزرسانی شده از این فرمت میبایست در سامانه اطلاع رسانی عرضه کننده بارگذاری گردد.
- قرارداد فروش یا پیش فروش منعقد شده با کلیه مصرف کنندگان میبایست از طریق اعلام شناسه کاربری و رمز ورود در داخل سامانه ارتباطی شرکت عرضه کننده قابل ردیابی باشد.
- در صورت تعیین شرایط و تسهیلات ویژه فروش، این امر میبایست به طور شفاف در قرارداد منعقد شده منعکس گردد.

### الزامات مربوط به ماده ۷ آئین نامه

- با استناد به تبصره ۲ ماده (۷) در صورتی که مصرف کننده ظرف پانزده روز کاری پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده، نسبت به تصفیه حساب خودرو موضوع قرارداد اقدام ننماید، عرضه کننده می تواند خودرو را به سایر متقاضیان تحویل و نوبت مصرف کننده را به موعد دیگری که نحوه تعیین آن در قرارداد مشخص شده، موکول نماید.
- عرضه کننده موظف است در فواصل زمانی مختلف و از طریق شیوه های ابلاغی (مراجعه به سیستم، گزارش گیری و ...) نسبت به اطلاع رسانی دعوت نامه های صادر شده اقدام نماید.
  - امکان پیگیری روند خرید خودرو توسط مشتری وجود داشته باشد.
  - عرضه کننده میبایست مکانیزمی به منظور حصول اطمینان از اطلاع رسانی موثر به مصرف کنندگان در خصوص صدور دعوتنامه، طراحی و پیاده سازی کند.

### الزامات مربوط به ماده ۹ آئین نامه

- عرضه کننده موظف است بر اساس ماده (۹) آیین نامه در زمان تحویل خودروی درخواستی مصرف کننده را در حضور وی کنترل نموده و پس از حصول اطمینان از عدم وجود عیب خودرو را تحویل دهد.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه گرد و غبار باشد، به نحوی که امکان بررسی خودرو توسط مشتری از حیث ایرادات ظاهری بدنه و داخل خودرو میسر گردد.
  - خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.



## الزامات مربوط به ماده ۱۱ آیین نامه (نحوه کنترل الزامات خدمات فروش و پس از فروش)

عرضه کننده موظف است نسبت به تهیه نظامات و دستورالعمل های خدمات زیر از قبیل تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های فروش و خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز اقدام و بر حسن اجرای آن، در چارچوب مفاد این ماده نظارت نماید:

### الف - فرآیند فروش :

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود با توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و در نظر گرفتن موارد ذیل اقدام نماید.

- مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آپشن ها، تودوزی، رینگ ها، ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۳۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.

- مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد.

عرضه کننده موظف است برابر با تبصره ماده (۳) آیین نامه، حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.

- حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر نوبت میبایست به صورت اینترنتی و منحصر به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.

- اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد. لیکن مشتری امکان انتخاب نمایندگی مورد نظر خود جهت تحویل خودرو را بدون محدودیت در ظرفیت و موقعیت مکانی دارا باشد.

- اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بر روی تابلوی اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و در خصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد

عرضه کننده موظف است مکانیزم فروش خودرو را در سطح سازمان و نمایندگی های تحت پوشش طرح ریزی نماید.

### شاخص های اثربخشی در این فرآیند عبارتند از :

۱- درصد خودروهای به موقع تحویل شده نسبت به کل خودروهای فروخته شده به تفکیک مدل

۲- متوسط زمان تاخیر در تحویل در خودروهای با تاخیر تحویل شده

۳- درصد قراردادهای تغییر یافته نسبت به کل قرارداد های فروش

۴- درصد خودروهای تحویلی نامنطبق با درخواست مشتریان نسبت به کل خودروهای فروخته شده

۵- رضایتمندی مصرف کنندگان از فرآیند فروش خودرو

### **ب- فرآیند و نظام پرداخت سود و خسارت متعلقه به مصرف کننده:**

سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴)، به صورت روزشمار محاسبه می‌شود.

- عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند:  
قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تاکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد، زمان پرداخت خسارت دیرکرد (بازه زمانی هفت روزه)، شرایط فروش (فوری، پیش فروش، مشارکت)، رنگ خودرو، آپشن خودرو، مدل خودرو، شرایط تسهیلات ویژه، سود مشارکت، سود انصراف

#### **شاخص های اثربخشی این فرآیند**

- ۱- درصد خسارات (دیرکرد و توقف) پرداختی به کل خسارات تعیین شده
- ۲- درصد سود (مشارکت و انصراف) پرداختی به کل سود تعیین شده
- ۳- میزان رضایت مشتریان از فرآیند پرداخت سود (مشارکت و انصراف) و خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۴- متوسط زمان پرداخت خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۵- متوسط زمان پرداخت سود (مشارکت و انصراف)

### **پ- بازرسی قبل از تحویل خودرو:**

عرضه کننده خودرو موظف است بر اساس ماده (۹) آیین نامه کلیه خودروهای فروخته شده را پیش از تحویل مورد بازرسی قرار داده و نهایتاً خودروی بی عیب و نقصی را به مشتری تحویل نماید.

- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه گرد و غبار باشد، به نحوی که امکان بررسی خودرو توسط مشتری از حیث ایرادات ظاهری بدنه و داخل خودرو میسر گردد.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.

## شاخص اثربخشی این فرآیند

نسبت خودروهایی مراجعه کرده به تعمیرگاه قبل از سرویس اولیه ناشی از عدم اجرای PDS نسبت به کل خودروهایی فروخته شده

### ت - حمل مناسب خودرو از محل عرضه کننده تا نمایندگی مجاز :

عرضه کننده خودرو موظف است کلیه خودروهای فروخته شده را با در نظر گرفتن الزامات کیفی و ایمنی به محل نمایندگی های مجاز فروش حمل نماید.

شاخص های اثربخشی این فرآیند

۱- متوسط پیمایش خودروهای تحویل شده

۲- تعداد خودروهای حمل شده با خودرو بر نسبت به کل خودروهای حمل شده

۳- توضیح فرآیند مطابق دستورالعمل خدمات پس از فروش

### ث - نظام آموزش کارکنان شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز :

شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش خودرو می بایست اقدامات لازم را در جهت تدوین استاندارد، نیازسنجی، برنامه ریزی و اجرای فرآیند آموزشی و کنترل مهارت و اندازه گیری میزان اثربخشی کارکنان نمایندگی های مجاز و شبکه خدمات پس از فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن، انجام دهد.

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- تدوین استاندارد آموزشی کارکنان

استاندارد آموزشی بر اساس جزوات آموزشی و دستورالعمل های فنی و تعمیراتی تخصصی خودروهای تحت مسئولیت به زبان فارسی تدوین می گردد.

۲- شناسایی و صحت گذاری کارکنان

شناسایی کارکنان شبکه نمایندگی های مجاز خدمات پس از فروش از طریق دریافت فهرست نفرات در بازه های زمانی مشخص (۶ ماهه یا کمتر) صورت می گیرد.

صحه گذاری کارکنان شبکه از طریق بازدیدهای ادواری نمایندگی های مجاز صورت می پذیرد.

### ۳- نیازسنجی آموزش

بررسی نیازهای آموزشی کارکنان حاضر در نمایندگی های مجاز در تطابق با استاندارد آموزشی هر پست

### ۴- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی

در این راستا دو نوع برنامه آموزشی بلند مدت و جاری مورد نظر بوده که هر دو می بایست مطابق با نیازسنجی طرح ریزی گردد و برنامه جاری در بازه های زمانی حداکثر یک ساله طرح ریزی گردد

### ۵- پایش اثربخش دوره های آموزشی

پایش اثربخشی دوره های آموزشی در چهارسطح شامل جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل، تعریف اقدامات اصلاحی و پیگیری و اجرای اقدامات مورد بررسی قرار می گیرد. در این راستا اطلاعات مورد نظر می تواند از طریق برگزاری آزمون های عملیاتی یا مهارت محور در خصوص نحوه عیب یابی و تعمیرات خودرو استخراج و هدف گذاری لازم صورت پذیرد.

## **ج- پذیرش، گردش کار خدمات قابل ارائه، برنامه ریزی تعمیرات و ترخیص خودرو به نمایندگی مجاز:**

تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، برنامه ریزی تعمیرات، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون.

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

### ۱- طراحی مکانیزم پذیرش خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مواردی نظیر ثبت اظهارات مشتری، اعلام زمان و هزینه تقریبی تحویل خودرو، بررسی ظاهری خودرو، اخذ تاییدیه مشتری و ...

### ۲- طراحی مکانیزم ظرفیت سنجی و برنامه ریزی تعمیرات خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مراحل از قبیل ظرفیت سنجی تعمیرگاهی، برنامه ریزی تعمیرات خودرو، برآورد تجهیزات و قطعات موردنیاز، برآورد زمان تقریبی تعمیرات، شناسایی انحراف و ...

### ۳- طراحی مکانیزم ترخیص خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مراحل از قبیل ارائه صورت وضعیت تعمیرات و قطعات، ارائه توضیحات لازم در خصوص تعمیرات انجام

شده به مشتری، کنترل کیفیت تعمیرات، تست خودرو در حضور مشتری به همراه فرم های مرتبط

۴- در نظر گرفتن الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت در رویه های فوق الذکر

الزاماتی نظیر تحویل قطعات داغی به مشتریان، هماهنگی با مشتریان در صورت تغییر زمان تحویل خودرو و ..

### **چ- راهنمای تعمیراتی بخشهای مختلف خودرو:**

تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص.

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- تدوین کتابچه راهنمای تعمیرات بر اساس ماده ۱۰ آیین نامه با در نظر گرفتن مواردی نظیر تعمیرات حوزه

های مختلف خودرو (سیستم موتور، سیستم انتقال قدرت، سیستم برق و تهویه مطبوع، سیستم ترمز،

دستگاه عیب یاب و ابزارهای مخصوص)

۲- طراحی سیستم ارسال اطلاعاتی های فنی در خصوص نحوه عیب یابی و تعمیرات خودرو

### **ح- نظام تامین و توزیع به موقع کلیه قطعات مورد نیاز واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز:**

طراحی و اجرای مکانیزمی جهت برنامه ریزی و سفارشگذاری و تامین بر اساس نرخ مصرف و لیدتایم (مدت زمان

تامین از لحظه سفارش تا انبارش نمایندگی) و نقطه سفارش و ذخیره احتیاطی، طرح ریزی اقدامات مقتضی در

زمان مواجهه با نقطه ذخیره احتیاطی یا عدم موجودی، کنترل کیفیت، ردیابی، انبارش و توزیع مناسب قطعات

یدکی و ابزارمخصوص، هدف گذاری، تعیین، اندازه گیری و پایش شاخص ها و تعریف اقدامات اصلاحی مرتبط در

جهت بهبود و رعایت چیدمان مناسب قطعات

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- نرخ مصرف قطعات یدکی

۲- مدت زمان تامین قطعات از لحظه سفارش

۳- نقطه سفارش

۴- نقطه ذخیره احتیاطی

۵- درصد پاسخگویی به درخواست های تامین قطعات یدکی (Service Rate)

۶- تعداد اعلام عدم موجودی قطعات به نمایندگی ها نسبت به کل درخواست ها

۷- نسبت تعداد شکایات خدمات از عدم تامین قطعات به کل شکایات خدمات

۸- نسبت قطعات زیر نقطه ذخیره احتیاطی به کل قطعات

۹- مدت زمان پاسخگویی از لحظه سفارش تا زمان حمل به هر نمایندگی

۱۰- مدت زمان پاسخگویی از زمان حمل تا رسیدن به انبار نمایندگی

مطابق با ماده ۲۵ آئین نامه اجرائی واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز چنانچه به علت عدم کیفیت تعمیرات، سهل انگاری و یا استفاده از قطعات غیر استاندارد (از قبیل قطعات معیوب یا غیرشرکتی)، خسارتی را متوجه مصرف کننده نماید، موظف به جایگزین کردن قطعات، رفع نقصان خدمات بدون دریافت وجه و جبران خسارات وارده می باشد.

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

### **خ- نظام تشویق، تنبیه و اعطا و لغو نمایندگی های مجاز خود:**

تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز براساس الزام آیین نامه و با در نظر گرفتن نتایج رتبه بندی نمایندگی های مجاز مطابق با دستورالعمل شرایط و ضوابط و ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو

۱- تدوین دستورالعمل اعطا و لغو نمایندگی های مجاز

۲- بر اساس ماده ۲۷ آئین نامه، صرفاً نمایندگی هایی قابل اعطا می باشند که دارای سطح کیفی قابل قبول، مطابق با ضوابط استاندارد ملی شیوه ارائه خدمات پس از فروش (استاندارد شماره ۱۹۱۱۷) و دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش در شبکه نمایندگی های مجاز فروش و خدمات پس از فروش باشند.

۳- لغو نمایندگی های با سطح کیفی غیر قابل قبول (مطابق با ضوابط فوق الذکر)

### **د- ارتقای کمی و کیفی شبکه نمایندگی های مجاز خود:**

۱- طرح ریزی و اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس پارامترهایی مانند مهارت استفاده از دستورات عمل های فنی و راهنمای ابزار مخصوص، بررسی ارائه و صحت صورت وضعیت کامپیوتری به مشتری، فرآیندهای پذیرش، برنامه ریزی، ترخیص و الزامات آیین نامه و اندازه گیری اثربخشی آن

۲- بر اساس ماده ۲۷، عرضه کننده موظف است ضوابط استاندارد ملی شیوه ارائه خدمات پس از فروش (استاندارد شماره ۱۹۱۱۷) و دستورات عمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش را در شبکه نمایندگی های مجاز فروش و خدمات پس از فروش خود رعایت نماید.

۳- تدوین طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب مراجعه تعمیراتی، نحوه توزیع و پراکنش خودرو ها و نمایندگی های مجاز و ... بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی

۴- ایجاد سامانه ارتباطی بین مصرف کننده و شرکت امداد خودرو و همچنین بین شبکه امداد و امداد رسانی و اطلاع رسانی نحوه و شرایط امداد رسانی به تمامی مصرف کنندگان

۵- توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان و عرضه کنندگان خودرو یا واسطه های خدمات پس از فروش مطابق با ماده ۱۶ آیین نامه با قابلیت هایی مانند امکان اطلاع از مکان و خودروهای تحت مسئولیت، از زمان و نحوه و شرایط پذیرش و بین نمایندگی های مجاز و عرضه کننده خودرو با قابلیت هایی مانند اقدامات صورت گرفته تمام مشتریان، قطعات تعویض و تعمیر شده، صورت هزینه و محاسبه زمان و هزینه خواب خودرو بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۶- پیاده سازی سیستم نوبت دهی در کلیه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده خودرو از طریق طراحی سامانه

### **ذ - اطلاع رسانی شفاف رتبه نمایندگی و حقوق مشتریان در محل پذیرش نمایندگی مجاز:**

۱- نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو موظفند مشتریان را به شکل اثربخشی از رتبه کسب شده و الزامات حقوق مشتریان مطلع نمایند.

۲- تابلوی حقوق مشتریان می بایست در قطع حداقل A2 در محل پذیرش نمایندگی و در معرض دید مشتریان صورت پذیرد.

۳- تابلوی رتبه نمایندگی های مجاز نیز می بایست حداقل در قطع A2 و با در نظر گرفتن شاخص های ارزیابی نمایندگی شامل نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات، فرآیندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کننده، رضایت مشتریان و امتیازات تشویقی و در معرض دید مشتریان نصب گردد.

### **ر - نظام نظرسنجی از مراجعین کلیه نمایندگی های مجاز:**

- ۱- طراحی پرسشنامه سنجش رضایتمندی مشتریان حوزه خدمات پس از فروش با در نظر گرفتن شاخص هایی نظیر، برخورد کارکنان، اصول حرفه ای کار، زمان و هزینه خدمات و قطعات و ...
- ۲- طرح ریزی و اجرای مکانیزم نظرسنجی از مشتریان مراجعه کننده به تعمیرگاههای مجاز با در نظر گرفتن روش های نمونه گیری آماری در دوره های زمانی مشخص
- ۳- استخراج و جمع آوری نتایج رضایتمندی مشتریان
- ۴- تحلیل نتایج رضایتمندی با استفاده از فنون آماری متداول و مرتبط
- ۵- تعریف و اجرای اقدامات اصلاحی و پروژه های بهبود ناشی از تحلیل نتایج مشتریان

### **ز - ساز و کار ردیابی قطعات به ویژه قطعات ایمنی نصب شده بر روی خودرو:**

- ۱- طرح ریزی و پیاده سازی سیستم کدینگ قطعات یدک به تفکیک تامین کنندگان
- ۲- طراحی بانک های اطلاعاتی قطعات به همراه کدهای مرتبط
- ۳- کنترل، نظارت و ردیابی قطعات با استفاده از بانک های اطلاعاتی کدینگ قطعات

### **ژ - نظام رسیدگی به شکایات و تعیین تکلیف موضوع با رعایت ضوابط قانونی ظرف ۲۰ روز:**

- ۱- شرکت عرضه کننده خودرو موظف است مکانیزمی جهت رسیدگی به شکایات مشتریان طراحی و اجرا نماید. در خصوص پاسخگویی به شکایات مشتریان می بایست دسترسی آسان برای مشتریان ایجاد و اطلاع رسانی لازم را انجام دهد.
- ۲- کلیه شکایات واصله به شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز می بایست از طریق سامانه ای ثبت و ضبط گردد.
- ۳- شرح ارجاعات کلیه شکایات به هر یک از واحدهای مرتبط می بایست ثبت و قابل ردیابی باشد.



۴- در طول فرآیند رسیدگی به شکایات، شرکت عرضه کننده خودرو می بایست به طور مستمر مشتری را در جریان اقدامات انجام شده قرار دهد.

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- نسبت شکایات مختومه شده به کل شکایات دریافتی

۲- متوسط زمان مختومه نمودن شکایات

۳- نرخ تنوع پذیری شکایات

۴- نرخ تکرار پذیری شکایات

### **س- نظام ارایه خدمات سیار و طرحهای امدادی در دوره تضمین و دوره تعهد برای مشترکین خود:**

۱- طرح ریزی فرآیند خدمات رسانی سیار با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب درخواست خدمات امدادی، متوسط زمان خدمات امدادی، ساعات خدمت رسانی، استانداردها و نیازسنجی آموزشی و اندازه گیری اثر بخشی آنها،

۲- تعیین فهرست تجهیزات استاندارد خدمات امدادی و تدوین برنامه جهت تجهیز خودروها و اجرای آن

۳- طراحی مکانیزم نظارت بر خدمات امدادی شامل نظارت بر قطعات و تجهیزات امداد، آموزش کارکنان امداد، خودرو، هزینه اجرت ها و قیمت قطعات و نحوه تامین آنها، نحوه ارائه صورت وضعیت به مشتریان و سنجش

رضایت آنان، و ... بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن

۴- تعهد عرضه کننده خودرو در خصوص پرداخت هزینه های بارگیری و حمل خودروهای در راه مانده و غیرقابل تعمیر به نزدیک ترین نمایندگی مجاز (به استثنای موارد تصادفی که ناشی از عیوب سایر قطعات و مجموعه های خودرو نباشد) در دوران ضمانت

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- متوسط زمان رسیدن امدادگر به محل امداد از لحظه تماس مشتری

۲- میزان رضایتمندی مشتریان فرآیند خدمات رسانی سیار

۳- درصد پرداخت هزینه های حمل و بارگیری خودروها در دوران ضمانت

۴- درصد پاسخگویی به درخواست های امداد جاده ای مشتریان

### الزامات مربوط به ماده ۱۲ آئین نامه

شرایط و ضوابط ضمانت خودرو بر اساس ماده ۱۲ آیین نامه، رنگ بدنه و ضمانت قطعات و خدمات می بایست از طریق کتابچه گارانتی به مشتریان اطلاع رسانی گردد.

### الزامات مربوط به ماده ۱۳ آئین نامه

عملکرد صحیح سیستم و قطعات کیسه هوا براساس استانداردهای ابلاغی در دوران تعهد علاوه بر دوره تضمین همانطور که در تبصره ۲ ماده ۱۳ اشاره شده است، بر عهده عرضه کننده خودرو می باشد. به طوری که در صورت بروز نقص در سیستم کیسه هوا حتی در دوران تعهد، جبران خسارات و تامین هزینه های مرتبط بر عهده عرضه کننده خودرو خواهد بود.

فهرست قطعاتی که با ارجاع به تبصره ۱ ماده ۱۳ به عنوان قطعات و مواد مصرفی قلمداد نشده از جمله تجهیزات کاهنده آلایندهی هوا شامل کربن کنیستر، کاتالیست کانورتور، حسگر دوم اکسیژن و عمر کارکرد آنها کمتر از مدت زمان مورد نظر در دوره تضمین خودرو می باشد، به شرح جدول ذیل خواهد بود .

نام قطعات	زمان تضمین کارکرد
صفحه کلاچ	نصف مدت زمان دوره ضمانت
باتری	
لنت ترمز	حداقل کارکرد معادل ده هزار کیلومتر از تحویل خودرو
لامپ ها	
شمع موتور	
تیغه برف پاکن	
کربن کنیستر	حداقل ۱۸ ماه یا ۳۰ هزار کیلومتر
کاتالیست کانورتور	
حسگر دوم اکسیژن	

- مطابق ابلاغیه شماره ۶۰/۲۱۰۴۶۳ مورخ ۹۴/۱۰/۲ معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت با موضوع دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تایر و تیوپ، (پیوست ه) دوران ضمانت لاستیک حداقل معادل با دوره ضمانت خودرو تعریف می گردد.
- در خصوص لاستیک و سیستم پخش صوت در خودروها ضمانت بر عهده شرکت عرضه کننده خودرو می باشد.

### الزامات مربوط به ماده ۱۷ و ۱۹ آئین نامه

شرکت عرضه کننده خودرو می بایست فرآیند پرداخت خسارت توقف خودرو را برابر با ماده ۱۷ و ۱۹ را به طور سیستماتیک طراحی نموده و در صورت شمول در هر نوبت، زمان و هزینه توقف خودرو را بدون درخواست مشتری از طریق صورت حساب به ایشان اعلام و پرداخت نماید.

شاخص مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ نسبت هزینه توقف پرداخت شده به کل هزینه توقف خودرو مشتریان مشمول
- ✓ نسبت مشتریان مشمول دریافت خسارت توقف خودرو به کل مراجعات
- ✓ نسبت مشتریان برخوردار از افزایش دوره ضمانت به دلیل توقف به کل مشتریان مشمول

### الزامات مربوط به ماده ۲۱ آئین نامه

عرضه کننده در دوران تعهد موظف است از طریق واسطه خدمات پس از فروش و یا نمایندگی های مجاز نسبت به پذیرش تمام خودروهای تحت مسئولیت خود و همچنین سایر خودروهای مشابه وارداتی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی مطابق با دستورالعمل ابلاغی وزارت اقدام نماید. این دستورالعمل در پیوست د تشریح گردیده است.

### الزامات مربوط به ماده ۲۲ آئین نامه

شرکت عرضه کننده خودرو می بایست در خصوص ارائه و صحت صورت حساب و نیز بررسی شکایاتی با موضوع عدم ارائه صورت وضعیت، دریافت هزینه های مازاد و ... نسبت به نظارت بر هزینه های دریافتی اقدام نماید. شاخص مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ درصد اخذ تاییدیه کمیسیون هیات عالی نظارت در خصوص نرخ خدمات و قطعات موضوع رعایت بند ط ماده ۲ آیین نامه در سطح کشور
- ✓ درصد رعایت نرخ مصوب تاییدیه کمیسیون هیات عالی نظارت در خصوص نرخ خدمات و قطعات موضوع رعایت بند ط ماده ۲ آیین نامه در سطح کشور

### الزامات مربوط به ماده ۲۳ آئین نامه

به استناد ماده ۲۳ آیین نامه ارائه صورتحساب به مصرف کننده، و تضمین خدمات ارائه شده به مدت دو ماه یا سه هزار کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و ضمانت قطعات به مدت شش ماه یا ده هزار کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد، میبایست صورت پذیرد. در این خصوص شرکت عرضه کننده خودرو می بایست مکانیزمی طراحی نموده و از طریق درج در صورتحساب موضوع را به مشتریان اطلاع رسانی نماید.

ارائه صورتحساب تضمین قطعات و خدمات در خصوص مشتریان دوران تعهد نیز مشمول این ماده می گردد.

### الزامات مربوط به ماده ۲۶ آئین نامه

ماده ۲۶ - تعیین تعداد نمایندگی های مجاز توسط عرضه کنندگان انواع خودرو مطابق ضوابط ذیل می باشد.

الف - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سبک

ردیف	تعداد عرضه خودرو	حداقل تعداد نمایندگی فعال	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۵۰۰ دستگاه	یک	بر اساس توزیع
۲	از ۵۰۰ تا ۵۰۰۰ دستگاه	به ازای افزایش هر ۵۰۰ دستگاه یک واحد	پراکندگی خودرو
۳	بیش از ۵۰۰۰ دستگاه	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	در سطح کشور

ب - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سنگین درون شهری

ردیف	تعداد عرضه خودرو	حداقل تعداد نمایندگی فعال در هر استان	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۳۰۰ دستگاه	یک	بر اساس توزیع
۲	از ۳۰۰ تا ۳۰۰۰ دستگاه	به ازای افزایش هر ۳۰۰ دستگاه یک واحد	پراکندگی خودرو
۳	بیش از ۳۰۰۰ دستگاه	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	در سطح کشور

ج - عرضه کننده انواع خودروهای سنگین برون شهری

ردیف	تعداد عرضه خودرو	حداقل تعداد نمایندگی فعال	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۳۰۰۰ دستگاه	۱۲ نمایندگی در محورهای مورد اشاره	محور اول شامل استان های اردبیل، گیلان و مازندران
			محور دوم شامل استان های گلستان و خراسان شمالی
			محور سوم شامل استان های سمنان و خراسان رضوی
			محور چهارم شامل استان های زنجان، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی
			محور پنجم شامل استان های مرکزی، همدان و کردستان
			محور ششم شامل استان های لرستان، کرمانشاه و ایلام
			محور هفتم شامل استان های یزد و کرمان
			محور هشتم شامل استان های بوشهر و هرمزگان
			محور نهم شامل استان های فارس، کهگیلویه و بویر احمد و خوزستان
			محور دهم شامل استان های تهران، البرز، قم و قزوین
			محور یازدهم شامل استان های اصفهان و چهارمحال و بختیاری
محور دوازدهم شامل استان های سیستان و بلوچستان و خراسان جنوبی			
۲	بیش از ۳۰۰۰ دستگاه	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	بر اساس توزیع تردد خودروها در محوره های یاد شده

د - عرضه کنندگان انواع موتورسیکلت جهت ارائه خدمات پس از فروش به مصرف کنندگان، موظفند در شهرهای استانهایی که در آنها به مصرف کننده موتور سیکلت عرضه شده است حداقل یک نمایندگی مجاز ایجاد نمایند. در صورت افزایش گستردگی میزان عرضه در هر یک از استان ها، تعیین تعداد نمایندگی های مجاز مطابق فرمول مندرج در تبصره این ماده می باشد.

تبصره ۱- تعیین تعداد نمایندگی های مجاز مازاد بر حداقل های مشخص شده در جداول این ماده مطابق فرمول ذیل می باشد.

$$\text{تعداد خودروهای موجود} \times (\text{ضریب مراجعه خودرو در سال}) \div (\text{متوسط زمان تعمیرات هر خودرو}) = \text{تعداد جایگاه های تعمیراتی در دوره ضمانت یا تعهد}$$

$$(\text{میزان ساعات کار نمایندگی در هر روز}) \times (\text{تعداد روزهای کاری نمایندگی در طول سال})$$

تعداد جایگاه تعمیراتی برای خودروها در دوره تعهد + تعداد جایگاه تعمیراتی برای خودروها در دوره ضمانت = تعداد کل جایگاه های تعمیراتی

تبصره ۲- پس از تعیین تعداد جایگاه های تعمیراتی مطابق فرمول تبصره فوق، عرضه کننده می تواند بسته به سیاستهای داخلی خود در مورد اندازه نمایندگی ها، نسبت به تعیین تعداد نمایندگی ها در هر منطقه اقدام نماید.

ذ - تعداد واحدهای خدمات سیار مورد نیاز عرضه کنندگان خودرو :

واحدهای خدمات سیار درون شهری باید به تعدادی باشد که هر امدادخواه حداکثر به میزان ۴۵ دقیقه در انتظار رسیدن امدادگر شرکت مربوطه باشد.

واحدهای خدمات سیار بین شهری باید به تعدادی باشد که هر امدادخواه حداکثر به میزان ۷۰ دقیقه در انتظار رسیدن امدادگر شرکت مربوطه باشد.

## **الزامات ماده ۴**

**قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو**

## ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

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، موضوع اختلافی حسب درخواست طرفین ابتدا در هیات حل اختلاف مربوطه، متشکل از نمایندگان هیات 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.

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.

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ نسبت هزینه پرداخت شده به کل هزینه های درخواستی و قانونی مشتریان، موضوع ماده فوق الذکر
- ✓ نسبت خودروهای تعویض شده به کل درخواست های قانونی تعویض خودرو از سوی مشتریان، موضوع ماده فوق