

یادداشت

بلاتکلیفی «اماک»

سعید ساویز - کارشناس نفت

● تذکر کتبی جواد کاظم‌نسب الباجی، نماینده اهواز، در مجلس شورای اسلامی به وزیر نفت که در تاریخ ۱۰ بهمن‌ماه جاری اعلام وصول شد درخصوص ناکارآمدی و نیمه‌تمامی پروژه جمع‌آوری گازهای همراه هفت‌مخزن نفتی در خوزستان (اماک) بار دیگر مسئله آلودگی‌های زیست‌محیطی حاصل از صنعت نفت را خربساز کرد. اماک قرار بود روزانه ۲۴۰ میلیون فوت‌مکعب گاز مخازن اهواز، منصوری، مارون، آب تیمور و کوپال را شیرین‌سازی کرده و پس از اضافه‌کردن گاز شیرین به خط لوله سراسری گاز ترش باقی‌مانده به وسیله خط لوله به واحد گاز ترش و اسیدی شیمیایی رازی فرستاده شود. اما مشکل اصلی در پروژه‌های جمع‌آوری گاز همراه نفت بازگشت ضعیف‌تر سرمایه نسبت به سرمایه‌گذاری در توسعه میادین نفت و گاز بوده و از سویی نیاز به تکنولوژی بالاتر و فرایندهای بیشتر برای تبدیل گاز همراه به محصول قابل فروش در مقایسه با فراورش گاز تولیدی در میادین کاری چالش مضاعفی را برای ساخت و راه‌اندازی واحدهای پروژه جمع‌آوری گاز همراه به وجود آورده است.

ادامه در صفحه ۱۵

خبر

تکذیب تحویل خودروهای لوکس قاچاق به دولتی‌ها

● وزیر دادگستری درخصوص اتمام مهلت صادرات خودروهای لوکس قاچاق گفت: برخی گفتند برای این خودروها شستری دارند و دادن آنها به دستگاه‌های دولتی خلاف قانون است و آن را تکذیب می‌کنم.به گزارش مهر، مصطفی پورمحمدی در حاشیه مراسم گرامی‌داشت پیروزی انقلاب اسلامی در پاسخ به سؤال خبرنگاری مبنی بر اینکه در سازمان تعزیرات حکومتی خیلی ناگهانی جابه‌جایی انجام دادید، آیا این جابه‌جایی علت خاصی داشت، افزود: خیر، خیلی هم ناگهانی و بی‌خبر نبود.

شرق: هیچ‌کس دیگر تاب حرف‌هایش را ندارد. بارها سخن از پتروشیمی‌ها و حمایت از آنها به میان آورد و آخر، نه‌تنها نوبخت (به کنایه) بلکه وزیر نفت در حضور نمایندگان مجلس، علنا خطاب به او گفت: «بنده مسئول پتروشیمی‌ها هستم نه آقای نعمت‌زاده!» حالا هم بعد از نامه توصیه‌ای محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت به علی طیب‌نیا، وزیر امور اقتصادی و دارایی، صدای او هم درآمد و در نامه‌ای خطاب به نعمت‌زاده نوشت: «پذیرش اظهارنامه و اسناد ضمیمه آن به‌صورت الکترونیکی و تشریفات مرتبط با ترخیص که به‌عنوان بخشی از وظایف اصلی گمرک قلمداد شده، قابل واگذاری به سازمانی دیگر نیست.» چندی‌قبل وزیر صنعت در نامه‌ای به طیب‌نیا خواستار توقف فعالیتِ سامانه مجوزهای گمرک (بخشی از پنجره واحد تجارت فرامرزی) شده بود و معاون وزیر صنعت هم تاکید کرده که گمرک برای دسترسی به مجوزهای لازم برای ترخیص کالا باید از طریق زیرسامانه مجوزها در «سامانه جامع تجارت» اقدام کند.

ایده پنجره واحد (طرحی که به وسیله آن اطلاعات و مدارک (اسناد) تجاری در یک نقطه ورودی ثبت می‌شوند)، همواره مورد کشمکش وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت امور اقتصادی و دارایی بوده است. چراکه براساس بند ج ماده ۳۸ قانون رفع موانع تولید، گمرک مسئول ایجاد پنجره واحد تجارت شده، از سوی دیگر وزارت صنعت به موجب ماده ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز خود را مسئول ایجاد سامانه جامع می‌داند.

به گزارش فارس، حالا طیب‌نیا، تمام‌قد از مهم‌ترین دستاورد وزارتخانه تحت امرش دفاع کرده و در نامه‌ای به وزیر صنعت، حق گمرک در مدیریت پنجره واحد را متذکر شده و به صورت تلویحی تاکید کرده دریافت مجوز ترخیص کالا ارتباطی به وزارت صنعت ندارد.

در بند نخست این نامه آمده: «مطابق بند (ج) ماده - ۳۸ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور مصوب ۱۳۹۴ که مؤخر بر قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز است، مسئول ایجاد پنجره واحد تجاری فرامرزی موضوع ماده (۷) قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار مصوب ۱۳۹۰/۱۱/۱۶ در امور گمرکی در امر تجارت خارجی، گمرک جمهوری اسلامی ایران بوده و دستگاه‌های



صادرکننده مجوز در امر صادرات و واردات و عبور (ترانزیت)، موظفند نسبت به صدور مجوزهای مربوطه به صورت الکترونیکی و از طریق پنجره واحد تجاری فرامرزی مورد اشاره اقدام نمایند.»در بخش دیگری از این نامه نوشته شده است: «در تبصره ۶ ماده ۵۷۷ همین قانون به صراحت آمده است: در مورد آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی که نیازمند اخذ مجوز از دستگاه‌های متعدد هستند دستگاه اصلی موضوع فعالیت، وظیفه مدیریت یکپارچه، هماهنگی و اداره امور اخذ و تکمیل و صدور مجوز را به‌عهده خواهد داشت و از طریق پنجره واحد حقیقی و یا در فضای مجازی با مشارکت سایر دستگاه‌های مرتبط به‌گونه‌ای اقدام می‌نماید که ضمن رعایت هم‌زمانی صدور مجوزها، سقف زمانی مورد نظر برای صدور مجوز از زمان پیش‌بینی شده تجاوز نماید و در ایجاد پنجره واحد دستگاه‌های فرعی صدور مجوز موظفند نسبت به ارائه خدمات از طریق استقرار نماینده تام‌الاختیار در محل پنجره واحد و یا در فضای مجازی اقدام و همکاری لازم را به عمل آورند که در این راستا پنجره واحد مذکور توسط گمرک جمهوری اسلامی ایران به‌طور کامل اجرایی گردیده و کلیه داده‌ها و اطلاعات مربوط به مجوزهای سازمان‌های هم‌جوار از طریق این درگاه و بستر تبادل الکترونیک اطلاعات اقتصادی کشور (IX) وزارت امور اقتصادی و دارایی به اشتراک گذاشته شده و در گمرکات کشور به صورت سیستمی کنترل می‌گردد و درحال‌حاضر تمامی مجوزهای مربوطه به‌صورت الکترونیکی اخذ می‌شود که در زمان و هزینه انجام تشریفات گمرکی نقش بسزایی داشته است.»

اختیارات گمرک قابل واگذاری به سازمان دیگر نیست

در این نامه در بند دوم به صراحت گفته شده است: «برابر مواد ۲ و ۳۳ قانون امور گمرکی»، اجرای قانون امور گمرکی و قوانین و مقررات مرتبط با صادرات، واردات و عبور کالا و وصول حقوق ورودی و... و الزامات فنی و تسهیل تجارت و فراهم‌کردن در بند (ج) ماده مزبور پیش‌بینی و فراهم‌کردن زیرساخت‌های موردنیاز برای اجرا و استقرار سامانه‌ها،

اقتصاد

پاسخ طیب‌نیا به نامه اعتراضی نعمت زاده

اختیارات گمرک قابل واگذاری نیست



رویه‌ها و روش‌های نوین پنجره واحد در فعالیت‌های گمرکی «به‌عنوان وظایف و مسئولیت‌های گمرک احصا گردیده است؛ لذا پذیرش اظهارنامه و اسناد ضمیمه آن به صورت الکترونیکی و فرایند و تشریفات مرتبط با ترخیص که به‌عنوان بخشی از وظایف اصلی گمرک قلمداد شده قابل واگذاری به سازمان دیگر نبوده و منطبق بر قانون نمی‌باشد».

تاکید سایر قوانین بر حق مدیریت گمرک

در بخش دیگری از این نامه، به سایر قوانین و مقرراتی که در راستای تکلیف گمرک به ایجاد پنجره واحد تجاری فرامرزی و گمرک الکترونیک و یکپارچه بوده، اشاره شده است که به بیان چند مورد از آنها اکتفا می‌شود: «تصویب نامه شماره ۲۷۲۲۶ مورخ ۱۳۹۵/۳/۹ ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی ریاست‌جمهوری مبنی بر اجرای پروژه‌های اولویت‌دار درخصوص استقرار گمرک الکترونیک و یکپارچه، تبصره ماده ۱۰۶۶ قانون برنامه پنجم توسعه کشور با این مضمون به دولت اجازه داده می‌شود به منظور ارتقای دقت و سرعت در عملیات کنترلی و افزایش تجارت، مبادی گمرکی را به فناوری روز و تکنولوژی نوین مجهز نماید. بند (۴) مصوبه شماره ۱۷۱۳۴۳ مورخ ۱۳۹۴/۱۱/۲۸ هیئت محترم وزیران مبنی بر اینکه کلیه دستگاه‌های دولتی موظفند برای تکمیل پنجره واحد گمرکی و امضای الکترونیکی به‌منظور فرایند بهبود محیط کسب‌وکار، با وزارت امور اقتصادی و دارایی همکاری نمایند. ماده (۱۲۲) قانون امور گمرکی مبنی بر اعمال نظارت گمرک در ارتباط با انجام کنترل‌های لازم توسط سایر وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مسئول به منظور تسهیل و تسریع در تشریفات گمرکی. در بند (۳) مصوبه شماره ۴۲۲۱۰/۵۰۵۴۴ مورخ ۱۳۹۳/۴/۱۸ هیئت محترم وزیران نیز تاکید شده، گمرک جمهوری اسلامی ایران با همکاری دستگاه‌های اجرایی زیربط مکلف است، ظرف مدت یک سال به نهایی‌سازی و استقرار پنجره واحد تجاری فرامرزی اقدام نماید. بند (۴) مصوبه هیئت محترم دولت در مورخ ۱۳۹۳/۴/۸ درخصوص استقرار پنجره واحد تجاری فرامرزی در گمرک هم به این مسئله اشاره دارد.»

سازمان ملل، گمرک را اصلح می‌داند

در بخش دیگری از این نامه تاکید شده که در عرصه‌های بین‌المللی، گمرک را برای اجرایی‌کردن پنجره واحد تجاری، اصلح می‌دانند. در این رابطه آمده: «مرکز تسهیل و کسب‌وکار الکترونیک سازمان ملل متحد «UN/CEFACT» به‌عنوان مبدا پنجره واحد مجموعه‌ای تحت عنوان «توصیه شماره ۳۳» تدوین و برای تعمیم، توسعه و به‌کارگیری آن در تجارت بین‌الملل در سال ۲۰۰۷ به سازمان جهانی گمرک (WCO) واگذار نموده و در بند ۱ توصیه‌نامه مزبور قید گردیده که به‌لحاظ «موقعیت کلیدی» گمرک در مرزها، گمرک مناسب‌ترین سازمان برای ایفای نقش رهبری است. به این ترتیب «سازمان ملل» به‌عنوان واضع پنجره واحد (SW)، گمرک را اصلح برای نقش رهبری دانسته است که این موضوع در ماده ۱۲ قانون امور گمرکی مصوب ۱۳۹۰ نیز تصریح گردیده است.»

دریافت مجوز ترخیص کالا ارتباطی به وزارت صنعت ندارد

در پایان این نامه نیز تاکید شده: «با عنایت به مستندات قانونی فوق‌الذکر سامانه جامع تجارت ناظر بر شناسایی و مبارزه با کالای قاچاق بوده درحالی‌که سامانه پنجره واحد تجاری که توسط گمرک جمهوری اسلامی ایران ایجاد و مورد بهره‌برداری قرار گرفته مشتمل بر فرایندهای داخلی و وظایف تخصصی مرتبط با تشریفات گمرکی از جمله اظهار، ترخیص و کنترل بر مجوزهای لازم و... است که به موجب قانون امور گمرکی از جمله مواد (۲) و (۳) قانون مزبور بر عهده گمرک جمهوری اسلامی ایران قرار دارد مضافا اینکه چنان‌چه هریک از فرایندهای اصلی و تخصصی مرتبط با وظایف گمرک جمهوری اسلامی ایران در سازمان دیگری صورت پذیرد موجب تداخل وظایف و اختیارات و مسئولیت‌های سازمان‌ها خواهد شد و مشکلات و تبعات منفی به دنبال خواهد داشت. همچنین مطابق بند (الف) و (ت) ماده ۲۸ آیین‌نامه موارد د و ۵ و ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز وظیفه دریافت مجوزهای ترخیص کالا برعهده سامانه گمرک جمهوری اسلامی ایران است و با توجه به ماده فوق تبصره ۱ مواد ۳ آیین‌نامه مذکور شامل مجوزهای ورود بوده و فعالیت‌های مجوز ترخیص را تحت پوشش قرار نمی‌دهد.»

نگاه

وقتی توسعه در استان‌های مرزی جایی ندارد

کولبری، برده‌داری نوین

ریباز قربانی‌تراژد

● پدیده کولبری، یعنی حمل کالا و اجناس مورد تقاضای بازار در دو طرف مرز ایران و عراق، چند سالی است به خاطر عوامل متعددی در مرزهای غربی کشور، یعنی استان‌های آذربایجان غربی، ایلام، کرمانشاه و کردستان، باب شده است. در این پدیده که با نوع قدیمی آن، یعنی استفاده از اسب و قاطر برای حمل کالا و اجناس، متفاوت است، کولبر یا همان انسان مرزنشین از نیرو و توان خود برای انتقال کالا استفاده می‌کند. نوع نخست و قدیمی این کار که با کمک حیوان باربر صورت می‌گیرد، از قدیم‌الایام و قبل از تشکیل دولت‌های ملی در دو سوی مرز و تثبیت مرزهای بین‌المللی، در این منطقه رایج بوده و محدود یک دهه پیش قریب‌به‌اتفاق خانواده‌های روستاهای مرزنشین در محدوده مدنظر، صاحب یک حیوان باربر بودند که برای تأمین بخشی از مایحتاج خود برای امرار معاش در کنار دامداری و کشاورزی سنتی از آن استفاده می‌کردند. کالاهای و اجناس حمل‌شده از سوی آنها را هم نوع تقاضای بازار در دو سوی مرز تعیین می‌کرد و چه قبل از انقلاب و چه بعد از آن، مردمان مرزنشین هیچ نقشی در تعیین نوع‌الاجار منتقل‌شده نداشتند. چند سالی است که در مناطق مرزنشین غربی، استفاده از نیرو و توان انسانی برای حمل کالا در کنار استفاده از حیوان باربر، رایج و به پدیده کولبری معروف شده است. این پدیده مخصوصا در مسیرهای صعب‌العبور یا در فصل زمستان که اسب قادر به عبور از مناطق برف‌گیر کوهستانی نیست، صورت می‌گیرد و تعداد زیادی از مردمان شهر و روستا در سنین مختلف بین ۱۵ تا ۷۰سالگی بر اثر بی‌کاری و نداشتن درآمد ثابت و پایدار، به این سمت کشیده می‌شوند. کولبری را از آنجا که با کرامت و ارزش‌های انسانی همخوانی ندارد و در درآمدت آسیب‌ها و صدمات جبران‌ناپذیر جسمی و روحی برجای می‌گذارد و مخاطرات متعدد جانی و مالی نیز برای کولبران به دنبال دارد، نمی‌توان به‌عنوان یک شغل که دارای تعریف خاص خود است، در نظر گرفت. ازاین‌رو، سیاست‌گذاران و دولتمردان در سطوح ملی و منطقه‌ای با رویکرد توسعه پایدار و آینده‌نگر باید درصدد ساماندن‌ی اجتماعی- اقتصادی مناطق مرزی برآیند و ضمن تأمین امکانات اشتغال‌زایی در زمینه‌های مختلف، روی آوردن مردم از سر ناچاری را به کولبری، به حداقل برسانند.

ادامه در صفحه ۱۵

باوجود عرضه قطعات اصلی در شبکه خدمات پس از فروش صورت می‌گیرد

فروش قطعات «اسلی» در «چراغ‌برق»‌ها



همچنین خدمات پس از فروش می‌تواند در زمان رکود اقتصادی و ناامنی بازار، به شاه‌رک حیاتی خودروسازان تبدیل شود. شاخص ارزیابی خدمات پس از فروش در اکثر این شرکت‌ها سرعت خدمات، هزینه، کیفیت و نتایج عملکرد است.

گودویل

اکثر خودروسازان با تولید و طراحی یک خودروی مناسب به‌دنبال جذب مشتری و رضایت آنها هستند. اما کلید این رضایت‌مداری فقط در ارائه خدمات پس از فروش «استثنایی» نهفته است. به گفته یکی از کارکنان شرکت بنز، این شرکت نه‌فقط از کیفیت محصولات خود اطمینان داشته و خراب‌شدن موتور خودروهای خود را تقریبا غیرممکن می‌داند، بلکه بدون محدودیت کیلومتر، خودروهای صادراتی خود را تا دو سال گارانتی کامل کرده و پس از آن نیز سامانه‌ای موسوم به «گودویل» از سوی این شرکت تعریف شده که برخی از قطعات خودرو را تا پنج سال تحت گارانتی قرار داده است. شرکت تویوتا و بنام نیز با داشتن کارشناسان مجرب و معتقد به اصول مشتری‌مداری و با قدرت تحلیل و توانایی حل فوری مسئله، به همه تعهدات خود جامه عمل پوشانده تا در نهایت به هدف مهم خود که همان افزایش میزان رضایت مشتریان، تبدیل خدمات پس از فروش به مزیت رقابتی محصول و افزایش اعتبار محصول خود در بازارهای رقابتی است، دست یابد. ازاین‌رو با توجه به رقابت ننگ‌تنگ در عرصه تولید و فروش، خدمات پس از فروش به‌عنوان مزیت رقابتی مهم نقش پیچیده‌ای در کسب رضایت مشتریان برعهده دارد و اکثر شرکت‌های خارجی بیشتر تمرکز خود را به این بخش معطوف کرده و بر این باورند خدمات پس از فروش موفق می‌تواند آنها را در بالاترین جایگاه ممکن در بین خودروسازان قرار دهد.

گارانتی

ضمانت ارائه خدمات پس از فروش برای محصولاتی مانند خودرو که در هر دستگاه بیش از دوهزارو ۵۰۰ قطعه به کار رفته، اهمیت بیشتری دارد. ایجاد اطمینان در مشتری برای استفاده مطلوب از خدمات پس از فروش عامل مهمی در موفقیت خودروسازان به شمار می‌رود. خودروساز براساس تعهدی که در زمان فروش به مشتری داده، موظف است در بازه زمانی تعیین‌شده یا براساس کارکرد خودرو از مشتری حمایت کند و در صورت بروز مشکل در خودرو خود را ملزم به رفع آن دانسته و برای جلب رضایت مشتری تلاش کند. این اطمینان با گستردگی شبکه نمایندگی‌های خدمات پس از فروش و ارائه خدمات سریع و دقیق حاصل می‌شود و طبیعی است بسیاری از

خودروسازان خارجی -حتی- قادر به رقابت با چنین شبکه‌ای نیستند. تا جایی‌که برخی از شرکت‌های خصوصی واردکننده در ایران که در غیاب نمایندگی‌های رسمی خودروسازان خارجی به فروش محصول اقدام کرده‌اند، مشتریان را در استفاده از خدمات پس از فروش سردرگم کرده‌اند. مالکان این خودروها که پشت علامت‌های بزرگ برندهای خارجی خود را پنهان کرده‌اند،

گاه برای تهیه قطعه‌ای کوچک از خودرو، ناچارند زمان و هزینه زیادی را صرف کنند تا شاید از طریق کشورهای همسایه موفق به تهیه قطعه و تعمیر خودرو شوند.

برتری ایساکو

گروه صنعتی ایران خودرو دارای گسترده‌ترین شبکه خدمات پس از فروش نه‌فقط در میان خودروسازان که در میان همه تولیدکنندگان ایرانی است. مأموریت و رسالت شرکت ایساکو، ارائه خدمات پس از فروش و عرضه قطعات بدکی محصولات شرکت ایران خودرو

خدمات مطلوب

محمدعلی عبیدی، راننده خودروی سمند الایکس است. او در هفت‌سالی که این خودرو را دارد، بارها به نمایندگی‌های مختلف مراجعه داشته است. عبیدی از ارتقای کیفیت خدمات تعمیرگاهی راضی است و نحوه ارائه این خدمات را نسبت به سال‌های گذشته غیرقابل مقایسه می‌داند. اما جعفر نشاط از رانندگان تاکسی سمند است که خیلی از وضع تعمیرگاهی که به آن مراجعه داشته، راضی به نظر نمی‌رسد. ایساکو به‌تازگی روش‌های ارائه خدمات را مطابق با دستورالعمل‌های جدید تغییر داده است. این را مدیرعامل ایساکو می‌گوید و اضافه می‌کند ازجمله این روش‌ها، تسهیل برقراری ارتباط مشتری با ایساکو با اپلیکیشن موبایل است. بر همین اساس، مشتری از طریق سامانه ویژه ایساکو که روی تلفن همراه خود نصب کرده و در هر زمان که اراده کند، می‌تواند اقدام به گرفتن وقت و پذیرش از نمایندگی‌های این شرکت کند. با وجود اینکه ایساکو بالاترین رتبه در حوزه خدمات پس از فروش شرکت‌های خودروساز را دارد، اقدامات متنوع برای جلب رضایت مشتریان قابل تأمل است. جالب اینکه دیگر تعمیر قطعه در شبکه خدمات ایساکو معنا ندارد. عباسی از مراجعان به تعمیرگاه هشماره یک که راضی و حتی متحیر به نظر می‌رسد، می‌گوید: دینام خودروام را که نسبت به عملکرد آن ناراضی بودم پس از مراجعه به نمایندگی ایساکو تعویض کردند و تعمیری در کار نبود. از سلیمانی، دارنده سورن، درحالی که خودرواش را در پارکینگ یکی از تعمیرگاه‌های شرق تهران پارک کرده بود و در سالن انتظار مشتریان با سگسافه از خودش پذیرایی می‌کرد، در باره نحوه ارائه خدمات پس از فروش نمایندگی‌های ایساکو می‌پرسم. می‌گوید: تا آنجایی که می‌دادم، فعالیت نمایندگی‌های ایساکو دوشیفته است و مدیریتی که اعمال می‌شود حکایت از تحول جدیدی در ارائه خدمات دارد. قبلا کمتر می‌شد این نظم در کار و دقت در مشتری‌مداری را دید! همچنین ایساکو برای تکمیل زنجیره خدماتی خود با پاسخ‌گویی به انتظارات متنوع مشتریان از امکانات امدادخودروی ایران بهره‌گیری می‌کند. میثم عسگری‌عنایت، مدیر ارتباطات امدادخودروی ایران، می‌گوید: این شرکت، برای تسریع در ارائه خدمات به مشتریان، مجهز به مرکز تماس با مشتری شده است. کاهش مدت‌زمان انتظار برای دریافت امدادخودرویی که درحال حاضر کمتر از ۳۰ دقیقه است، مؤید این حرف اوست.

قطعه:اصل یا اسل؟!

کافی است گذرزان به میدان ملت تهران و خیابان چراغ برق بیفتد تا متوجه شود در بازار قطعات خودرو چه بلبشویی وجود دارد. قطعات در بسته‌بندی‌های مختلف و با قیمت‌های نجومی عرضه می‌شوند. کار به جایی

رسیده است که اینجا حتی جنس‌های بی‌کیفیت را با بسته‌بندی ایساکو به نام قطعه اصل می‌فروشند. داستان کنجشک و بلبل را همه شما شنیدنباید که قدیم عده‌ای برای سودجویی کنجشک‌های بی‌نوا را رنگ می‌کردند و جای بلبل می‌فروختند! این داستان طنز حالا حکایت بازار قطعات خودرو ماست. شرکت‌های خودروساز برای راهایی مردم از این مشکل، کارهایی کرده‌اند و حتی بنرهایی را در جای‌جای شهرها نصب کرده‌اند که مردم اسل نخرند! اما مردم می‌پرسند چگونه می‌توانند اصل را از اسل تشخیص دهند؟! دراین‌باره ایساکو تدابیر خاصی را در نظر گرفته است. رستگار رازی، از کارشناسان ایساکو، توضیح می‌دهد: مشتریان می‌توانند با استفاده از بارکدخوان موجود در تلفن همراه شماره یا بارکد قطعه را به سامانه پیامکی ایساکو ارسال کرده و از اصالت قطعه اطمینان حاصل کنند. وی می‌گوید: تمام قطعات ما دارای هولوگرام مخصوص ایساکو است که سعی شده در آن همه مسائل امنیتی لحاظ شود. با اسکن کد از سوی ایساکو و همچنین پیامک آن به مشتری، صحت هولوگرام تأیید می‌شود. وی اضافه می‌کند: ظاهر شاید اما محتوای هولوگرام ایساکو قابل سوءاستفاده نیست و متخلفان به‌راحتی شناسایی می‌شوند.

ارزیابی

سؤال این است که خدمات پس از فروش شرکت‌های خودروساز چگونه ارزیابی می‌شود؟ یغمایی، یکی از کارشناسان شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، دراین‌باره می‌گوید: در دوره‌های متوالی کیفیت خدمات پس از فروش شرکت‌های خودروساز را ارزیابی می‌کنیم. ارزیابی‌های ما سخت‌گیرانه است و با هدف ارتقای محسوس خدمات صورت می‌گیرد. به گفته این کارشناس، در ارزیابی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، برای اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش خودروسازان، شاخص‌هایی همچون نحوه نوبت‌دهی، مدت‌زمان پذیرش، سهولت دسترسی به نمایندگی، کیفیت خدمات ارائه‌شده از سوی نمایندگی و... بررسی می‌شوند. کیفیت خدمات دربرگیرنده وضع نمایندگی‌ها (نیروی انسانی، تجهیزات و شرایط محیطی)، مهارت نیروی انسانی (آموزش و مهارت پرسنل نمایندگی‌ها و شرکت‌ها) و نظام کیفیتی (مدیریت ناظر بر کیفیت) است. سرعت خدمات نیز شامل شبکه تعمیرگاهی (امدادخودرو و تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف)، قطعات بدکی و رسیدگی به شکایات مشتریان می‌شود. هزینه خدمات هم شامل هزینه خدمات و قطعات و نتایج عملکرد که همان رضایتمندی مشتری از کار و عملکرد نمایندگی‌هاست، است این شاخص‌ها براساس دستورالعمل‌ها و معیارهای ارزیابی سازمان‌های متولی تعیین شده است.