

آیین نامه اجرایی اعطای گواهینامه و تندیس های ملی به بنگاه‌های اقتصادی برتر در حوزه رعایت حقوق مصرف کنندگان



این آیین نامه اجرایی از نوع مدرک درون سازمانی محسوب شده و تحت کنترل می باشد و هرگونه تکثیر، کپی برداری و توزیع آن بدون مجوزهای لازم ممنوع است.

حمایت از حقوق مصرف کننده و ترغیب بنگاه‌های اقتصادی به رعایت بیشتر این حقوق از موضوعاتی است که امروزه توسط دولت‌ها، بنگاه‌های اقتصادی و تشکل‌های غیردولتی بعنوان راهبردی پویا در موفقیت، توسعه و هدایت جریان تولید به سمت بازار مطلوب تعقیب می‌شود. این مقوله در کشور ایران با توجه به آموزه‌های دینی و اعتقادی جامعه بعنوان یک مقوله مهم تلقی و از جامعه مطالبه می‌شود. لذا با توجه به آیات و روایات متعدد نشانه‌هایی از این موضوع مشاهده می‌شود.

بطور مثال خداوند متعال در سوره هود، آیه "۸۵" می‌فرماید "ولا تبخسوا الناس اشیاءهم ولا تعثو فی الارض مفسدین" در این آیه از سوی خداوند رعایت حق الناس و مصرف کنندگان در چارچوب نهی از کم فروشی اعلام شده و آن را از مظاهر فساد تلقی می‌نماید «کم فروشی نکنید تا مفسد نباشید» یا در سوره شریفه مطففین می‌فرماید: ویل للمطففین الذین اذا اکتالوا علی الناس یتوفون . و اذا کالو هم او وزنو هم یخسرون . الا یظن اولئک انهم مبعوثون لیوم عظیم یقوم الناس لرب العالمین (وای به حال کم فروشان آنان که وقتی چیزی را با پیمانانه یا وزن از مردم تحویل می‌گیرند کاملاً حق خود را استیفاء می‌کنند ولی وقتی چیزی را تحویل مردم می‌دهند در پیمانانه و وزن کمتر می‌دهند. آیا آنها عقیده ندارند که بعد از مرگ زنده خواهند شد و به روز بزرگ رستاخیز ایمان ندارند. روزی که تمام مردم در پیشگاه خداوند برای تعیین سرنوشت خود می‌ایستند) همچنین با نگاهی به گنجینه ارزشمند احادیث و روایات، در این مورد بیاناتی ارائه شده است.

با عنایت به موارد پیش گفته، قوانین و مقرراتی که امروزه بعنوان حقوق مصرف کنندگان پذیرفته شده است چیزی نیست جز مجموعه حقوقی که در قرآن و احادیث بیش از هزار و چهار صد سال پیش مطرح و مورد قبول و تاکید دین مبین اسلام قرار گرفته است. لذا فرهنگ ایرانی و

اسلامی جامعه ما ضرورت رعایت عدالت و انصاف را در کسب و کار و تجارت بعنوان یک اصل مهم و غیر قابل خدشه قراردادده و همواره از سوی دولتهای بعد از انقلاب اسلامی مدنظر بوده است. از طرفی حرکت به سمت توسعه همه جانبه که توسعه اقتصادی برای استحکام و افزایش قدرت سیاسی کشور در جهان و همچنین فراهم آوردن زمینه توسعه اجتماعی و فرهنگی در اولویت است؛ می‌طلبد تا همگام با اقتصاد مدرن جهانی خلاءهای موجود در روابط اقتصادی کشور را احصا و متناسب با معادلات روز دنیا ترمیم و مترقی نماییم. لذا تامین سلیقه و خواسته‌های مصرف کنندگان در بخش خرد و کلان در فضایی کاملاً انحصار زدا و رقابت محور به عنوان حلقه اساسی این فرآیند، زمینه ساز ارتقا، انگیزه برای تولید موفق و پایدار تفسیر می‌شود؛ موضوعی که دولت را بر آن داشت تا در حدود هجده سال پیش با تنظیم طرح جامع رعایت حقوق مصرف کنندگان مسیر را برای تحقق این مهم هموار سازد. طرحی که بیش از شانزده سال در مجلس شورای اسلامی مورد بررسی قرار گرفت و نهایتاً در تاریخ ۱۳۸۸/۰۸/۱۵، قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و راهکارهای قانونی هدایت و مدیریت جریان تولید به سمت نیازهای واقعی مصرف کنندگان، مشخص، صریح و شفاف در برنامه های دولت قرار گرفت و زمینه های اجرایی آن با برگزاری همایش های روز ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان از ۹ اسفند ماه سال ۱۳۸۰ توسط سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان اجرایی گردید، بر این اساس دستورالعمل های اجرایی مربوط به ارزیابی و سنجش بنگاه های اقتصادی به منظور توسعه و ترغیب این بنگاه ها به نهادینه شدن فرهنگ احترام به حقوق مصرف کنندگان تدوین و طی سال های بعد مورد بازنگری، اصلاح و تکمیل قرار گرفت. ضمناً همایشهای استانی تجلیل از بنگاه‌های اقتصادی برتر در حوزه رعایت حقوق مصرف کنندگان در همین راستا از سال ۱۳۹۰ شروع و استمرار یافته است.

بنابراین می‌توان گفت که در جمهوری اسلامی ایران مقوله حمایت از حقوق مصرف کننده و تلاش در رونق تولید متناسب با نیاز، همواره مورد تاکید مسئولان عالی نظام قرار گرفته است. بعنوان

نمونه مقام معظم رهبری در سال ۱۳۹۰ طی بیاناتی اظهارداشتند: «به نظرم یکی از قدم های مجاهدت اقتصادی مردم این است که بروند سراغ کالاهای ساخت داخل، آن را بخواهند. البته این طرف قضیه هم این است که کالای ساخت داخل باید قانع کننده باشد؛ بایستی دوامش، استحکامش و مرغوبیتش جوری باشد که مشتری را قانع کند؛ این هر دو در کنار هم یک کار لازم و واجبی است» همچنین رییس محترم جمهور در دیدار سال ۱۳۹۳ با مدیران ارشد وزارت صنعت، معدن و تجارت طی سخنانی فرمودند: «باید به گونه‌ای فعالیت کنیم که کیفیت و کمیّت کالاها افزایش یافته و در زمینه مصرف انرژی، بهره‌وری را ملاک عمل قراردهیم. بر این اساس برنامه ریزی صورت گرفته باید در جهت این باشد که صنایع درعین حالی که سودآور شوند رشد نامقوله‌ای در قیمت نداشته باشند»

آیین نامه و دستورالعمل بازنگری شده حاصل نظر سنجی و بهره‌گیری از تجربیات کارشناسان و صاحب‌نظران وزارتخانه و سازمانهای ذیربط در امر ارزیابی و سنجش بنگاه‌های متقاضی و مدیران و کارشناسان سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و تجربیات گرانسنگی است که طی سالها برگزاری همایش ملی و استانی، آسیب‌ها و فرصت‌های این دستورالعمل را احصاء و مورد تجدید نظر قرار داده‌اند. یقیناً این آیین نامه با ارائه نظرات و پیشنهادهای نخبگان و صاحب‌نظران می‌تواند پویا تر شده و موجبات حصول به نتایج مترتب بر اهداف آن را بیش از پیش تسهیل و تسریع نماید؛ بنابراین دبیرخانه اجرایی برگزاری همایش مستقر در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان صمیمانه و خاضعانه از صاحب‌نظران درخواست می‌نماید با ارائه نظرات و پیشنهادات، ما را در غنای دستورالعمل انتخاب بنگاه‌های اقتصادی برتر یاری نمایند.

وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ

۱- دامنه کاربرد

آیین نامه اجرایی در ستاد سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و واحدهای ذی ربط استانی کاربرد دارد.

۲- مسئولیت اجرا

مسئولیت اجرای این آیین نامه بر عهده سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان ، شورای سیاستگذاری و واحدهای ذی ربط استانی می باشد.

تبصره: تفویض انجام بخش یا بخش هایی از فرایند اجرایی ، توسط سازمان حمایت مصرف کنندگان به انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان یا دیگر نهادها و تشکل های ذیصلاح غیردولتی با نظارت عالییه سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان مجاز است.

فصل اول :

۳- تعاریف و اصطلاحات

- ۳-۱- مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می کند.
- ۳-۲- عرضه کنندگان کالا و خدمات: به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه ای و همچنین کلیه دستگاهها، مؤسسات و شرکتهایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم به صورت کلی یا جزئی کالا یا خدمت به مصرف کننده ارائه می نمایند اطلاق می شود.
- ۳-۳- حقوق مصرف کننده: حقوقی است که کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات، منفرداً یا مشترکاً از حیث صحت، کمیّت، کیفیت، بسته بندی و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوط یا عرف باید در معاملات رعایت کنند و کلیه خسارات مادی و معنوی ناشی از عیوب یا عدم انطباق کالا یا خدمات را برطبق قوانین و ضوابط جاری جبران نمایند.

۳-۴- سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به اختصار «سازمان حمایت» نامیده می‌شود.

۳-۵- انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «انجمن ملی» نامیده می‌شود.

۳-۶- گواهینامه ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «گواهینامه ملی» نامیده می‌شود.

۳-۷- تندیس ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «تندیس ملی» نامیده می‌شود.

۳-۸- شورای سیاستگذاری اعطای گواهینامه و تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «شورا» نامیده می‌شود.

۳-۹- عنوان معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، رییس هیأت مدیره و مدیر عامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به اختصار «معاون وزیر و رییس سازمان حمایت» درج می‌شود.

۳-۱۰- کمیته فنی بررسی شرایط اعطای گواهینامه و تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «کمیته فنی» نامیده می‌شود.

۳-۱۱- دبیرخانه شورای سیاستگذاری اعطای گواهینامه و تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «دبیرخانه شورا» نامیده می‌شود.

۳-۱۲- دبیرخانه اجرایی اعطای گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به اختصار «دبیرخانه اجرایی» نامیده می‌شود.

۳-۱۳- کمیته امور پشتیبانی، مالی، اداری و تدارکاتی مراسم ۹ اسفند ماه، "حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان" به اختصار «کمیته امور پشتیبانی» نامیده می‌شود.

۴- گیرندگان نسخ

معاونان وزیر صنعت، معدن و تجارت، سازمان‌های مرتبط و مدیران ستادی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، رؤسای سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها، اعضای کمیته فنی، شورای سیاستگذاری، کمیته امور پشتیبانی.

۵- هدف

ایجاد، تثبیت و نهادینه شدن ساختار رقابتی سالم و تشویق فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی به حمایت مؤثر و افزون‌تر از حقوق مصرف‌کنندگان.

۵-۱-۱- انتظار از تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات:

۵-۱-۱-۱- حمایت از کالاهای ایرانی

۵-۱-۲- افزایش انگیزه و حساسیت در تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات برای رعایت بیشتر حقوق

مصرف‌کنندگان از طریق ارتقای کیفیت کالا، بسته بندی مناسب، مطابق شرایط اکولوژیک، تامین سلايق مشتریان و تنوع در توليد.

۵-۱-۳- ترغیب و تشویق توليدات رقابت پذیر، صادرات محور و مشتری مدار

۵-۱-۴- حرکت در جهت کاهش قیمت تمام شده و ارایه به موقع و مطلوب خدمات قبل، حین و پس از فروش کالا

و پرداخت خسارت اعتماد به برند برای حفظ و گسترش سهم بازار

۵-۱-۵- ترغیب بنگاه های اقتصادی در جهت ارائه کالا و خدمات استاندارد

۵-۱-۶- گسترش فضای رقابتی سالم بین بنگاه های اقتصادی، ارتقا کیفی و روزآمدی توليدات آن

۵-۱-۷- حمایت از توليدات سازگار با محیط زیست و سلامت

۵-۱-۸- ترغیب افزایش بهره وری و کاهش هزینه های تولید

۵-۱-۹- تولید منطبق با استانداردهای کشورهای هدف صادراتی (فراتر از استاندارد ملی)

۵-۱-۱۰- ترغیب بنگاه‌های تولیدی به توسعه در حوزه R&D برای تامین سلیقه مصرف‌کنندگان و افزایش سهم

بازارهای داخلی و خارجی

۵-۲- انتظار از مصرف‌کنندگان:

۵-۲-۱- استقبال از کالاها و خدمات با کیفیت داخلی

۵-۲-۲- مصرف و خرید کالاها و خدمات ایرانی که در حوزه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان موفق به دریافت لوح

و تندیس می‌شوند.

۵-۲-۳- عدم خرید کالای قاچاق

۵-۲-۴- عدم خرید از واحدهایی که به دلیل تخلف، از جمله گرانفروشی در تعزیرات و محاکم قضایی دارای

پرونده هستند

۵-۲-۵- عدم خرید از عرضه‌کنندگانی که حقوق مشتری، از جمله اطلاع‌رسانی صحیح قیمت و یا صدور فاکتور

را رعایت نمی‌کنند

۵-۲-۶- حمایت همه جانبه از توليدات ایرانی

فصل دوم

۶- شرایط اعطای گواهینامه و تندیس های رعایت حقوق مصرف کنندگان

۶-۱- شروط لازم برای ورود به فرآیند ارزیابی:

۶-۱-۱- داشتن پروانه و مجوز معتبر بهره برداری از مراجع قانونی.

تبصره ۱: دارا بودن پروانه ساخت و نشان ایمنی و سلامت برای واحدهای مشمول و همچنین پروانه کاربرد علامت

استاندارد ملی ایران و گواهینامه انطباق مصرف انرژی برای واحدهای مشمول

تبصره ۲: کالاهایی که استاندارد ملی آنها تدوین نشده است، توسط تولید کننده یا خدمات دهنده گواهی انطباق

محصول آنها با یکی از استانداردهای بین المللی از مرجع ذیصلاح اخذ شده باشد

تبصره ۳: واحدهایی که تولید آنها مشمول داشتن نشان ایمنی و سلامت نمی باشند باید معیارهای مورد تایید در

وزارت بهداشت را داشته باشند.

۶-۱-۲- « نداشتن حکم محکومیت در شعب تعزیرات و یا سایر مراجع ذیصلاح » و همچنین عدم وجود پرونده

تخلفاتی تحت رسیدگی ارسال شده از ناحیه سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و یا سازمان های

صنعت، معدن و تجارت به ادارات کل تعزیرات و دیگر مراجع ذیصلاح، حداقل طی سال ممیزی و سال قبل از آن

۶-۱-۳- دارا بودن دو شرط از شرایط توزیع، وضعیت اشتغال نیروی انسانی و شرایط مالی به شرح زیر:

شرط اول: گستره توزیع، بهره گیری و بهره برداری از کالا و خدمات بنگاه های اقتصادی حداقل در ۱۵ استان

کشور.

شرط دوم: داشتن ۱۰۰ نفر نیروی انسانی شاغل مطابق ضوابط قانون کار، که در بنگاه اقتصادی بصورت تمام

وقت فعالیت می کنند.

شرط سوم: حجم فعالیت مالی بنگاه متقاضی، مطابق شرایطی باشد که شورای سیاستگذاری هر ساله تعیین

می نماید

تبصره ۱: در مورد بنگاه اقتصادی دانش بنیان، تصمیم گیری سطح ملی یا استانی بر عهده شورای

سیاستگذاری خواهد بود.

تبصره ۲: شرکتهای استانی که موفق به کسب حداقل ۵ گواهینامه استانی رعایت حقوق مصرف کنندگان شده‌اند برای یکبار می‌توانند در فرآیند اعطای گواهینامه ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در سطح ملی حضور یابند. این دسته بنگاه‌ها از شرایط مندرج در این بند مستثنی می‌باشند.

✓ بنگاه‌های غیر مشمول می‌توانند درخواست گواهینامه استانی را از طریق سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مربوط اعلام نمایند.

۴-۱-۶- دارا بودن مدیریت رسیدگی به شکایات مشتریان و جلب رضایتمندی مشتری و رسیدگی به نظرات مشتریان.

۵-۱-۶- رعایت ضوابط و مقررات عرضه و تعیین قیمت کالا و خدمات مطابق ضوابط مورد تایید سازمان حمایت و مراجع ذی صلاح.

۶-۱-۶- عدم عرضه کالای قاچاق یا ارایه خدمت به کالای قاچاق.

۷-۱-۶- ملاک ارزیابی برای بررسی تقاضا در خصوص واحد تولیدی یا خدماتی که دارای تنوع در تولید کالا یا خدمت می‌باشد، تولید کالا و یا خدمتی است که سهم ۷۰٪ در تولید یا درآمد را داشته باشد.

تبصره: واحدهایی که تولیدشان به عنوان مواد اولیه یا کالاهای واسطه‌ای سایر واحدها به مصرف می‌رسند، به شرطی که صاحب برند مستقل باشند.

۸-۱-۶- دارا بودن حداقل ۸۰ درصد رضایتمندی مشتری در نظرسنجی‌های بعمل آمده یا ارزیابی کارشناسی سازمان حمایت.

۶-۲- ضوابط اخذ گواهینامه

۶-۲-۱- امتیاز

پس از تطبیق و تأیید کلیه شرایط بند ۶-۱ (شروط الزامی)، امتیاز واحدهای متقاضی براساس جدول امتیاز شاخص‌ها، ارزیابی می‌شود. بالاترین امتیازات به تعدادی که شورای سیاستگذاری تعیین می‌کند و حداقل ۷۰ امتیاز را اخذ نماید، گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان اعطاء می‌شود.

شاخص‌های سنجش در جداول صفحات آتی آمده است. براساس تقسیم‌بندی انجام شده در جدول (۲) شاخص‌هایی برای ارزیابی واحدهای خدماتی و در جدول (۳) شاخص‌هایی برای ارزیابی واحدهای خدمات توزیعی و در جدول (۴) شاخص‌هایی برای واحدهای خدمات قبل، حین و پس از فروش به تفکیک ارائه شده است. ضمن آنکه جدول شماره (۱) شاخص‌ها را در تمام حوزه‌ها در برگرفته و متناسب با نوع فعالیت قابل ارزیابی است.

تبصره ۱: در صورتیکه در بررسی شاخص‌ها امتیاز یک شاخص به دلیل نوع محصول یا خدمت به شاخص دیگر اضافه شود، باید در ارزیابی‌ها امتیاز شاخص کالا یا خدمتی که ارتقاء یافته است با امتیاز جدید مورد ارزیابی قرار گیرد.

تبصره ۲: با توجه به اینکه در بررسی بنگاه‌های اقتصادی برای واحدهای خدماتی می‌بایست با شاخص‌های خاص بررسی شود، در خصوص این واحدها از جداول ۲، ۳ و ۴ استفاده شود.

جدول (۱) امتیاز شاخص های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان

شاخص ۱-۱: (مالی و فروش) - ۲۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۲		۲	۱- نداشتن زیان مالی عملیاتی در سال مورد بررسی و سال ماقبل آن. تبصره: در صورتیکه شرکت طرح توسعه داشته باشد، هزینه سرمایه گذاری در محاسبه سود و زیان لحاظ نمی شود.
	۱	تولید از ۷۰٪ تا کمتر از ۸۰٪	۳	۲- تولید بر مبنای حداقل ۷۰٪ ظرفیت اسمی مندرج در پروانه بهره برداری یا مجوز.
	۲	تولید از ۸۰٪ تا کمتر از ۹۰٪		
	۳	تولید از ۹۰٪ و بالاتر.		
	۴	در صورتیکه کالایی امکان درج قیمت را نداشته باشد امتیاز در بند ۴ مورد سنجش قرار خواهد گرفت.	۴	۳- درج یا اعلام قیمت به صورت کاملاً شفاف و آشکار.
	۱	داشتن سایت اطلاع رسانی بر خط و معرفی کالا و خدمات	۴	۴- اعلام و به روز رسانی مستمر قیمت کالاهای تولیدی و خدماتی از طریق ثبت در سایت (IR. ۲۴) و رسانه های جمعی.
	۱	اعلام قیمت کالا و خدمات در سایت اطلاع رسانی		
	۱	اطلاع رسانی قیمت کالا از طریق سایر روش ها با ذکر مصادیق		
	۱	ثبت قیمت در سامانه ۱۲۴ (در صورتیکه مطابق ضوابط سازمان حمایت ثبت اطلاعات مورد نظر میسر نباشد امتیاز در بخش اطلاع رسانی از طریق سایر روش ها محاسبه می شود)		
	۳	رعایت ضوابط فروش، فروش اقساطی، پیش فروش و ...	۳	۵- رعایت ضوابط فروش
	۱	کاهش قیمت تمام شده	۴	۶- مدیریت انرژی و قیمت تمام شده • اگر امتیاز این بخش کسب نشود اما استاندارد مصرف انرژی اخذ شده باشد ۱ امتیاز در کل امتیاز این بخش محاسبه می شود.
	۱	کاهش انرژی مصرفی یا داشتن ایزو مرتبط مانند iso ۵۰۰۱		
	۱	حداکثر افزایش قیمت سالانه کمتر از نرخ تورم آن سال		
	۱	پیاده سازی چرخه مدیریت بهره وری		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۱-۱:	۲۰	جمع امتیاز شاخص (۱-۱):
در خصوص گواهینامه های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می باشد.				

جدول (۱) امتیاز شاخص های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان

شاخص ۲-۱: (کیفیت)- ۲۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۲	دارا بودن گواهینامه های معتبر مثل ISO , EFQM و HACCP (در صنعت غذا) و سایر گواهی های مورد تایید مراجع ذیصلاح گواهینامه های ISO در بالاترین سطح مورد قبول است	۳	۱- دارا بودن شرایط کیفی کالا و خدمت مطابق با کیفیت های استاندارد و مورد انتظار از کالا و خدمت بر اساس ارزیابی های مورد تایید
	۱	رفع عیوب تولید و خدمات در صورت ارایه مستندات.		
	۱	بهداشتی و ایمن.	۲	۲- استفاده از بسته بندی بهداشتی، ایمن و مناسب برای حمل و نگهداری .
	۱	مناسب برای حمل، نگهداری و حفظ محیط زیست		
	۱	برای تولیدات دانش بنیان یا وجود اختراع، کل امتیاز داده خواهد شد.	۱	۳- تنوع و نوآوری در محصول.
	۱	داشتن گواهینامه معتبر استاندارد و یا گواهینامه تطبیق محصول مطابق تبصره ۱ بند ۶-۱-۱	۱	۴- دارا بودن گواهی کیفیت معتبر داخلی
	۱	داشتن مجوز عرضه محصول در سطح بین المللی مانند اروپا و آمریکا	۱	۵- دارا بودن گواهی کیفیت معتبر بین المللی
	۱	در طراحی، تولید، کنترل کیفی و توزیع و فروش کالا.	۱	۶- بهره مندی از IT و تجارت الکترونیک در فرایند تولید و ارائه خدمات
	۲	نمونه تحقیقات کاربردی به عنوان مصادیق هر مصداق مورد پذیرش شورا حداکثر ۵/۰ امتیاز	۲	۷- داشتن واحد تحقیق و توسعه (R&D)
	۱	مثل ورود اطلاعات قیمت و آمار محصولات در سامانه تولید داخلی و آمار بانک مرکزی و ...	۱	۸- ثبت به هنگام و بر خط اطلاعات در سامانه های ذیربط
	۱	محصول به نحوی طراحی شود که مصرف کننده راحت ترین استفاده را داشته باشد.	۱	۹- کارآیی مطلوب محصول متناسب با نیاز مصرف کننده
	۲	مطابق گواهینامه های صادره سازمان محیط زیست، (در صورتیکه لزومی به دریافت گواهینامه نباشد می بایست استعلام کتبی و نظر سازمان محیط زیست ارایه شود.	۲	۱۰- رعایت اصول زیست محیطی
	۱	دارا بودن آزمایشگاه		
	۲	آزمایشگاه همکار و مورد تایید سازمان ملی استاندارد و نهادهای نظارتی	۳	۱۱- دارا بودن آزمایشگاه مجهز
	۲	کیفیت محصول باید به گونه ای باشد که امکان رقابت در بازار با محصول خارجی را داشته باشد. (ذکر نمونه خارجی و دلایل رقابت کیفی محصول)	۲	۱۲- رقابت کیفی محصول با نمونه های خارجی
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۲-۱:			۲۰	جمع امتیاز شاخص (۲-۱):

در خصوص گواهینامه های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می باشد.

جدول (۱) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

شاخص ۳-۱: (توزیع و خدمات (قبل، حین و پس از فروش) - ۲۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱/۵	گستره توزیع در ۱۵ تا کمتر از ۲۰ استان	۵	۱- وجود گستره توزیع کالا یا ارائه خدمت و نمایندگی عنداللزوم واحد متقاضی در سطح کشور توزیع در هر استان به طور مستمر انجام شده و حداقل شامل ۲٪ از توزیع کل شرکت در هر استان باشد.
	۳	گستره توزیع در ۲۰ تا کمتر از ۲۵ استان		
	۴/۵	گستره توزیع در ۲۵ تا کمتر از ۳۰ استان		
	۵	گستره توزیع در ۳۰ و بیشتر		
	۱	رسیدگی به ۸۰ تا ۹۰ درصد شکایات مصرف‌کنندگان	۲	۲- دارا بودن نظام مدون، کارآمد و اجرایی واحد رسیدگی به شکایات و نظرات مصرف‌کنندگان و ارتباط با مشتریان (واحد CRM) (در صورت داشتن گواهینامه ISO ۱۰۰۰۲ در فرآیند رسیدگی به شکایات کل امتیاز، می‌تواند برای متقاضی منظور شود)
	۲	رسیدگی به بیش از ۹۰ درصد شکایات		
	۲	نسبت تعداد خسارت پرداخت شده به شاکیان به تعداد کل شکایات مربوط به خسارت	۲	۳- جبران خسارات احتمالی به خریداران توسط تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات به‌گونه‌ای که کاملاً در عمل اجرایی و عملیاتی باشد.
	۱	میانگین رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان از زمان دریافت متناسب با نوع تولید حداکثر تا ۱۰ روز	۱	۴- سرعت مناسب رسیدگی به شکایات مشتریان
	۱	نسبت تعداد شاکیان رضایت یافته به تعداد کل شاکیان	۱	۵- میزان رضایت شاکیان
	۱	ارائه دفترچه راهنما به زبان فارسی با درج نکات ایمنی و فنی همراه هر یک از محصولات. (در مورد کالاهای مصرفی ارایه اطلاعات شامل ترکیب مواد و اطلاعات مفید برای مصرف‌کننده در بسته بندی)	۷	۶- خدمات فروش (در مورد کالاهای مصرفی، شاخص‌های مرتبط این بند ملاک است و حداکثر ۳ امتیاز محاسبه و الباقی در بند ۸ محاسبه خواهد شد) توجه: با تغییر دوره تعهد خدمات گارانتی، بنگاه متقاضی می‌بایست به لحاظ پوشش خدمات و زمان، بالاتر از سایر واحدهای فعال باشد و رعایت حداقل قانونی مورد انتظار نیست (در صورتیکه بنگاه حداقل‌های مورد انتظار در قوانین را رعایت نماید حداکثر ۴ امتیاز از این بخش را دریافت می‌نماید)
	۲	ارائه ضمانت‌نامه / گارانتی (مورد تایید) (دوره طولانی تر نسبت به فعالیت‌های بنگاه‌ها و تولیدات مشابه رقیب)		
	۱	حمل رایگان		
	۱	شبکه آگاهی بخشی مناسب خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش) برای فروش به مشتریان		
	۱	ارائه خدمات نصب رایگان. (برای کالاهای مصرفی و غیر مشمول، توسعه سطح علمی و آموزشی کارکنان بنگاه اقتصادی با ارایه مدارک و مستندات، ملاک سنجش می‌باشد)		
	۱	آموزش رایگان طریقه مصرف صحیح		
	۱	ارایه خدمات در دوره تعهد (وارانتی) (دوره طولانی تر نسبت به فعالیت‌های بنگاه‌ها و تولیدات مشابه رقیب)	۴	۷- خدمات پس از فروش (در مورد کالاهای مصرفی، شاخص‌های مرتبط این بند ملاک است)
	۱	خدمات مطلوب پس از فروش، تعیین مراکز مجاز سرویس‌دهی (خدمات در محل مشتری یا سامانه حمل دستگاه مشتری به تعمیرگاه). در مورد کالاهای مصرفی، اطلاعات مناسب برای استفاده از محصول		
	۱	پرداخت خسارت اعتماد (در صورت وجود شکی خسارت)		
	۱	توسعه شبکه خدمات نمایندگی و عرضه در سطح کشور.		
	۱	نشر فرهنگ و درج مفهوم عودت کالا یا شعار جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود بر روی بروشور یا فاکتور یا کالا	۳	۸- شرایط عودت کالا
	۱	تعیین شرایط پس گرفتن کالا مطابق قوانین و مقررات بصورت شفاف برای مشتریان		
	۱	اعلام و درج مفهوم عودت کالا یا شعار (جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود) در سایت، شبکه‌های مجازی و تبلیغات تصویری		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۳-۱:	۲۵	جمع امتیاز شاخص (۳-۱):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۱) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

شاخص ۴-۱: (اطلاع رسانی مناسب به مشتری و کسب رضایت مشتری) - ۳۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱		۱	۱- دارا بودن دستورالعمل‌ها و سیستم نحوه اخذ و رسیدگی به نظرات مشتریان و اجرای مؤثر آن. (در ارزیابی این بند پرسشنامه‌های رضایتمندی و نحوه تکمیل، جمع‌آوری و تحلیل آن‌ها می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد)
	۱	در صورت دارا بودن گواهینامه ISO ۱۰۰۰۴ (سیستم پایش و اندازه‌گیری رضایت مشتری) حداکثر ۷	۱	۲- دارا بودن امکانات مناسب جهت اخذ نظرات مشتریان شامل تلفن گویا، سیستم پیام‌گیر، ایمیل و اخذ نظرات مشتریان از طریق صفحه اختصاصی در سایت شرکت و سایر امکانات.
	۱	امتیاز بندهای ۱ تا ۷ و در صورت عدم ارائه حداکثر ۵ امتیاز از ۷ امتیاز قابل ارزیابی است.	۱	۳- درج راه‌های ارتباطی جهت کسب رضایت مشتریان بر روی کالا یا در اطلاع‌رسانی‌های ارائه شده برای خدمات
	۱		۱	۴- بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی و فن‌آوری اطلاعات در پیاده‌سازی سیستم CRM برای انعکاس نظر مشتریان و اطلاع‌رسانی
	۱		۱	۵- سیستم و نحوه پرداخت خسارت به مشتری.
	۱		۱	۶- پیش‌بینی بودجه مناسب برای ارزیابی مشتری مداری.
	۱		۱	۷- قابلیت دسترسی به شکایات و نتایج آن (مدارک و مستندات)
	۱	در رسانه‌های (دیداری، شنیداری و نوشتاری) با ارایه اسناد لحاظ در رویکرد حقوق مصرف‌کنندگان	۳	۸- تبلیغات و اطلاع‌رسانی توجه: در صورت وجود تبلیغات خلاف واقع یا اغوا کننده، (مطابق ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان) امتیاز این بخش صفر منظور می‌شود
	۱	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (هر نمایشگاه ۰/۲ امتیاز)		
	۱	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی برون مرزی (هر نمایشگاه ۰/۵ امتیاز)		
	۵	رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر ۸۵٪.	۲۰	۹- رضایتمندی مشتری مطابق شرایط تعیین شده توسط دبیرخانه همایش
	۱۰	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۱۵	رضایتمندی از ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪.		
	۲۰	رضایتمندی از ۹۵٪ و بالاتر.		
	۱		۱	۱۰- تاریخ تولید و انقضاء محصولاتی که واجد شرایط هستند، وزن و یا حجم کالا، مشخصات فنی و نوع استاندارد که کالا با آن مطابقت دارد و اطلاعات ایمنی و بهداشتی و توصیه‌های سلامت.
	۲	شرایط و نحوه استفاده سالم و بی‌خطر محصول و همچنین شرایط مخصوص نگهداری آن محصول و درج ترکیبات و مواد اولیه مورد استفاده در تولید محصول. اطلاع‌رسانی نکات ضروری، اطلاعات علمی، آموزشی و پژوهشی که برای مصرف‌کنندگان از ناحیه مصرف‌کنندگان مفید است.	۲	۱۱- معرفی مطلوب کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان
تبصره ۱: برجسب‌گذاری مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی بایستی مطابق با قوانین و آئین‌نامه‌های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی باشد.				
تبصره ۲: در رابطه با کالاهایی که ماهیتاً دارای دفترچه راهنمای فارسی نمی‌باشند باید اطلاع‌رسانی مطلوب در خصوص نحوه و شرایط مصرف محصول، شرایط نگهداری، درج تاریخ تولید و انقضاء محصول و سایر اطلاعات لازم از طریق پرورشور، کاتالوگ و... صورت پذیرد.				
	۲		۲	۱۲- استفاده از راهکارهای مناسب توزیع و اعطای تخفیفات به مصرف‌کننده نهایی.
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص			۳۵	جمع امتیاز شاخص (۴-۱):
۴-۱:				

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۲) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی				
شاخص ۱-۲: (کیفیت ارائه خدمات) - ۲۰ امتیاز				
امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۴		۴	۱. دارا بودن واحد ارتباط با مشتریان و استفاده از مکانیزمهای الکترونیکی جهت جذب، خدمت رسانی و آموزش مشتریان (واحد CRM فعال)
	۲		۲	۲. دارا بودن دستورالعملهای عملیاتی مرتبط با ارائه خدمات.
	۴		۴	۳. دارا بودن نظام آموزش و مهارت منابع انسانی.
	۴		۴	۴. دارا بودن استانداردهای مدیریت کیفیت (گواهینامه‌ها و دستورالعملهای آن) و اجرایی کردن آنها.
	۳		۳	۵. انجام مطالعات و پژوهشهای مختلف برای ارتقاء سطح ارائه خدمات (واحد تحقیق و توسعه).
	۳		۳	۶. عملیاتی شدن مطالعات و پژوهشها در فرایند ازایه خدمات
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۱-۲: ۲۰	۲۰	جمع امتیاز شاخص (۱-۲):
در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.				

جدول (۲) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی				
شاخص ۲-۲: (سرعت ارائه خدمات) - ۱۵ امتیاز				
امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۴		۴	۱. میزان دسترسی به خدمات (نمایندگی‌ها - عاملیت‌ها و...) برای مشتریان
	۴		۴	۲. تعداد و تنوع کانالهای ارتباط با مشتری.
	۴		۴	۳. سرعت عمل عوامل اجرایی برای ارائه خدمات
	۳	میانگین رسیدگی به شکایات مصرف کنندگان از زمان دریافت، حداکثر به مدت ۱۰ روز	۳	۴- سرعت مناسب رسیدگی به شکایات مشتریان
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۲-۲: ۱۵	۱۵	جمع امتیاز شاخص (۲-۲):
در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.				

جدول (۲) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی

شاخص ۳-۲: (هزینه‌ها و تعرفه‌ها) - ۱۰ امتیاز

امتیاز واحد مقتضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۵		۵	۱. اطلاع‌رسانی قیمت‌ها و تعرفه‌ها.
	۲		۲	۲. ارائه فاکتور و صورتحساب.
	۱	در رسانه‌های (دیداری، شنیداری و نوشتاری) با ارائه اسناد لحاظ در رویکرد حقوق مصرف‌کنندگان	۳	۳. تبلیغات خدمات توجه: در صورت وجود تبلیغات خلاف واقع یا اغوا کننده، (مطابق ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان) امتیاز این بخش صفر منظور می‌شود
	۱	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (هر نمایشگاه ۰/۲ امتیاز)		
	۱	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی برون مرزی (هر نمایشگاه ۰/۵ امتیاز)		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۳-۲: ۱۰	۱۰	جمع امتیاز شاخص (۳-۲):
در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.				

جدول (۲) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی

شاخص ۴-۲: (ارزیابی نتیجه عملکرد) - ۵۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۵	در صورت دارا بودن گواهینامه ISO 10004 (سیستم پایش و اندازه‌گیری رضایت مشتری) کل امتیاز می‌تواند برای متقاضی لحاظ می‌شود.	۵	۱. اجرا و پایش مستمر فرایند سنجش رضایتمندی
	۵	رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر ۸۵٪.	۲۰	۲. میزان رضایتمندی مشتریان.
	۱۰	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۱۵	رضایتمندی از ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪.		
	۲۰	رضایتمندی از ۹۵٪ و بالاتر.		
	۲		۲	۳. داشتن واحد مجزای رسیدگی به شکایات بصورت مستقل
	۲	نسبت تعداد خسارت پرداخت شده به شاکیان به تعداد کل شکایات مربوط به خسارت	۲	۴- جبران خسارات احتمالی به خریداران توسط تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات به‌گونه‌ای که کاملاً در عمل اجرایی و عملیاتی باشد.
	۱	رسیدگی به ۷۰٪ تا کمتر از ۷۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان	۱۰	۵. رسیدگی به شکایات. (در صورت داشتن ISO 10002 در فرآیند رسیدگی به شکایات کل امتیاز، می‌تواند برای متقاضی منظور شود)
	۳	رسیدگی به ۷۵٪ تا کمتر از ۸۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۵	رسیدگی به ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۷	رسیدگی به ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۹	رسیدگی به ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۱۰	رسیدگی به بالاتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۳		۳	۶. نتایج گزارشهای حاصل از رسیدگی به شکایات واصله به سازمان حمایت.
	۱	رضایتمندی از ۷۰٪ تا کمتر از ۷۵٪.	۵	۷. میزان رضایتمندی کارکنان (ذینفعان داخلی).
	۲	رضایتمندی از ۷۵٪ تا کمتر از ۸۰٪.		
	۳	رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪.		
	۴	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۵	رضایتمندی ۹۰٪ و بالاتر.		
	۵		۵	۸. آرایه خدمات فروش از طریق فضای مجازی
	۳		۳	۹. ضمانت خدمات آرایه شده (گارانتی خدمات آرایه شده)
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۴-۲:			۵۵	جمع امتیاز شاخص (۴-۲):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۳) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی توزیعی

شاخص ۱-۳: (مالی و فروش) - ۲۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	تحقق ۷۰ تا کمتر از ۸۰ درصد	۳	۱- تحقق ۷۰٪ از درآمد پیش‌بینی شده
	۲	تحقق ۸۰ تا کمتر از ۹۰ درصد		
	۳	تحقق ۹۰ درصد و بالاتر		
	۳		۳	۲- تهیه و توزیع کالاهای دارای مشخصات شفاف و کامل بر روی بسته بندی کالاها.
	۳		۳	۳- ارائه صورتحساب یا فاکتور رسمی هنگام فروش کالا.
	۲		۲	۴- نداشتن زیان مالی عملیاتی در سال مورد بررسی و سال ماقبل آن. تبصره: در صورتیکه شرکت طرح توسعه داشته باشد، هزینه سرمایه گذاری در محاسبه سود و زیان لحاظ نمی‌شود.
	۱	داشتن سایت اطلاع رسانی و معرفی کالا و خدمات	۴	۵- اعلام و به روز رسانی مستمر قیمت کالاهای تولیدی و خدماتی از طریق ثبت در سایت (۱۲۴.İR) و رسانه های جمعی.
	۱	اعلام قیمت کالا و خدمات در سایت اطلاع رسانی		
	۱	اطلاع رسانی قیمت کالا از طریق سایر روش‌ها با ذکر مصادیق		
	۱	ثبت قیمت در سامانه ۱۲۴ (در صورتیکه مطابق ضوابط سازمان حمایت ثبت اطلاعات مورد نظر میسر نباشد امتیاز در بخش اطلاع رسانی از طریق سایر روش‌ها محاسبه می‌شود)		
	۲		۲	۶- ارائه راهکارهای مناسب برای اعطای تخفیفات و اهدای جوایز به مشتریان.
	۱	کاهش قیمت تمام شده هزینه خدمات	۳	۷- مدیریت انرژی و قیمت تمام شده
	۰/۵	کاهش انرژی مصرفی یا داشتن ایزو مرتبط مانند iso ۵۰۰۰۱		
	۰/۵	حداکثر افزایش قیمت خدمات سالانه کمتر از نرخ تورم آن سال		
	۱	پیاده سازی چرخه مدیریت بهره وری		
	۲		۲	۸- رعایت ضوابط فروش اقساطی در مورد کالاهای مصرفی بادوام.
	۱	نشر فرهنگ و درج مفهوم عودت کالا یا شعار جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود بر روی بروشور یا فاکتور یا کالا	۳	۹- شرایط عودت کالا
	۱	تعیین شرایط پس گرفتن کالا مطابق قوانین و مقررات بصورت شفاف برای مشتریان		
	۱	اعلام و درج مفهوم عودت کالا یا شعار (جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود) در سایت، شبکه های مجازی و تبلیغات تصویری		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۱-۳:	۲۵	جمع امتیاز شاخص (۱-۳):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۳) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی توزیعی

شاخص ۲-۳: (کیفیت ارائه خدمات) - ۱۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱/۵	گستره توزیع در ۱۵ تا کمتر از ۲۰ استان	۶	۱- وجود گستره توزیع کالا در سطح کشور.
	۳	گستره توزیع در ۲۰ تا کمتر از ۲۵ استان		
	۴/۵	استان گستره توزیع در ۲۵ تا کمتر از ۳۰ استان		
	۶	گستره توزیع در ۳۰ و بیشتر		
	۱		۹	۲- کسب استانداردهای بین المللی.
	۲			۳- بهره گیری از سیستم های اطلاعاتی و فن آوری اطلاعات در پیاده سازی سیستم CRM برای انعکاس نظر مشتریان و اطلاع رسانی
	۲			۴- استفاده از سیستم حمل و نقل مناسب و مجهز بودن به انبارها و سردخانه های استاندارد در موارد مرتبط
	۲			۵- استفاده از شیوه‌های نوین فروش.
	۱			۶- عرضه کالاهای دارای بسته بندی مناسب و بهداشتی، مشخصات شناسنامه ای کامل، شرایط و نحوه استفاده و نگهداری محصول و درج ترکیبات و مواد اولیه و ...
	۱			۷- تهیه و عرضه کالا با ارایه دفترچه راهنما به زبان فارسی با درج نکات ایمنی و فنی، ضمانتنامه خدمات مطلوب پس از فروش، تعیین مراکز مجاز سرویس‌دهی و ... درمورد کالاهای مصرفی بادوام.
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۲-۳: ۳		۱۵

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۳) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی توزیعی

شاخص ۳-۳: (رضایتمندی مشتریان) - ۴۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	رسیدگی به ۷۰٪ تا کمتر از ۷۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان	۶	رسیدگی به شکایات مشتریان ۱- دارا بودن نظام مدون، کارآمد و اجرایی رسیدگی به شکایات و نظارت مصرف‌کنندگان و ارتباط با مشتریان (واحد CRM)
	۲	رسیدگی به ۷۵٪ تا کمتر از ۸۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۳	رسیدگی به ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۴	رسیدگی به ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۵	رسیدگی به ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۶	رسیدگی به بالاتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۱	در صورت دارا بودن گواهینامه ISO ۱۰۰۰۴ (سیستم پایش و اندازه‌گیری رضایت مشتری) حداکثر ۷ امتیاز بندهای ۱ تا ۷ و در صورت عدم ارائه حداکثر ۵ امتیاز از ۷ امتیاز قابل ارزیابی است.	۷	۲- دارا بودن دستورالعمل‌ها و سیستم نحوه اخذ و رسیدگی به نظرات مشتریان و اجرای مؤثر آن. (در ارزیابی این بند پرسشنامه‌های رضایتمندی و نحوه تکمیل، جمع‌آوری و تحلیل آن‌ها می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد)
	۱			۳- دارا بودن امکانات مناسب جهت اخذ نظرات مشتریان شامل تلفن گویا، سیستم پیام‌گیر، ایمیل و اخذ نظرات مشتریان از طریق صفحه اختصاصی در سایت شرکت و سایر امکانات.
	۱			۴- درج راه‌های ارتباطی جهت کسب رضایت مشتریان بر روی کالا یا در اطلاع‌رسانی‌های ارائه شده برای خدمات
	۱			۵- بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی و فن‌آوری اطلاعات در پیاده‌سازی سیستم CRM برای انعکاس نظر مشتریان و اطلاع‌رسانی
	۱			۶- سیستم و نحوه پرداخت خسارت به مشتری.
	۱			۷- پیش‌بینی بودجه مناسب برای ارزیابی مشتری‌مداری.
	۱			۸- نتایج گزارش‌های حاصل از رسیدگی به شکایات واصله به سازمان حمایت. (امتیاز به واحدهایی تعلق می‌گیرد که پاسخگویی ۱۰۰٪ داشته باشند.
	۱۰			رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪.
	۱۵	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۲۰	رضایتمندی از ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪.		
	۲۴	رضایتمندی از ۹۵٪ و بالاتر.		
	۰/۵	دارا بودن سایت برخط	۳	۱۰- شبکه اطلاع‌رسانی تبلیغات و ارتباط الکترونیکی
	۱	اعلام قیمت کالاها در سایت برخط		
	۰/۵	در رسانه‌های (دیداری، شنیداری و نوشتاری) با ارائه اسناد لحاظ در رویکرد حقوق مصرف‌کنندگان		
	۰/۵	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (هر نمایشگاه ۰/۲ امتیاز)		
	۰/۵	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی برون مرزی (هر نمایشگاه ۰/۵ امتیاز)		
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۳-۳: ۴۰			۴۰	جمع امتیاز شاخص (۳-۳):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۳) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدماتی توزیعی

شاخص ۴-۳: (توسعه کمی و کیفی خدمات) - ۲۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۳		۳	۱- توسعه مقدار فروش
	۳		۳	۲- توسعه و بهینه‌سازی زیرساخت‌های واحدهای خدماتی اعم از انبارها، ناوگان حمل و نقل، شعبات و ...
	۴		۴	۳- توسعه سطح علمی و آموزشی کارکنان.
	۳	نمونه تحقیقات کاربردی به عنوان مصادیق هر مصداق مورد پذیرش شورا حداکثر ۵/۱۰ امتیاز	۳	۴- داشتن واحد تحقیق و توسعه (R&D)
	۴		۴	۵- نصب صندوق مکانیزه فروش
	۳		۳	۶- عرضه کالای تولید داخلی (همکاری با سازمان حمایت در خصوص مبارزه با توزیع کالاهای قاچاق)
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۴-۳:			۲۰	جمع امتیاز شاخص (۴-۳):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (ع) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش)

شاخص ۱-ع: کیفیت ارائه خدمات) - ۲۰ امتیاز

زیر شاخص ارزیابی	امتیاز زیر شاخص	توضیحات	امتیاز	امتیاز واحد متقاضی
۱- طراحی و اجرای نظام آراستگی محیط فیزیکی شبکه خدمات.	۱	داشتن دستورالعمل و نظام‌نامه.	۰/۵	
		احراز شرایط مد نظر در هنگام بازدید.	۰/۵	
۲- تجهیزات و امکانات مورد استفاده در شبکه و منطبق بودن با تکنولوژی روز.	۳	وجود سامانه جهت انتقال اطلاعات عملکردی نمایندگان مجاز	۱	
		برخورداری از امکانات CONTACT ، CALL CENTER , CRM CENTER	۱	
		به روز بودن ابزار تخصصی و تجهیزات تعمیرگاهی.	۱	
۳- داشتن فرآیند و دستورالعمل مربوط به ارائه خدمات.	۱	داشتن دستورالعمل ارائه خدمات که نشان‌دهنده تفکیک وظایف و تعیین خط‌مشی‌های عملکردی واحدهای تابعه می‌باشد. (ارایه بروشور یا علائم شفاف محیطی)	۱	
۴- داشتن نظام آموزش و مهارت منابع انسانی شبکه خدمات.	۲	وجود استاندارد آموزشی و تقویم آموزشی.	۰/۵	
		مکانیزم نیازسنجی آموزشی پرسنل.	۰/۵	
		اجرای برنامه.	۰/۵	
		فرآیند صدور گواهینامه.	۰/۵	
۵- وجود نظامها و استانداردهای مدیریت کیفیت و دستورالعمل جامع و مستندسازی آنها.	۲	داشتن دستورالعمل‌های مربوط.	۱	
		اجرای دستورالعمل‌ها منطبق با نظام‌نامه‌های فوق.	۱	
۶- دستورالعمل‌های ضمانت و تعهد خدمات.	۴	وجود سامانه‌های بروز آرایه اطلاعات به مشتری با رتبه بندی جهانی و کشوری	۱/۵	
		وجود کتابچه راهنمای محصول و ضمانت‌نامه.	۱	
		تطابق مدت زمان ضمانت و تعهد با آیین‌نامه‌های اجرایی قانون حمایت.	۱/۵	
۷- دستورالعمل‌های تحویل، حمل و نصب و آرایه خدمات.	۱	وجود دستورالعمل مربوط.	۰/۵	
		اجرا منطبق با ضوابط و آیین‌نامه‌های ذی‌ربط.	۰/۵	
۸- فعالیت‌های مطالعاتی و پژوهشی موثر در خصوص افزایش کیفیت خدمات و رشد برنامه‌های تحقیق و توسعه.	۱	داشتن طرح‌های تحقیقاتی در مقطع مورد نظر.	۰/۵	
		اجرایی کردن طرح‌های فوق.	۰/۵	
۹- دارا بودن دستورالعمل نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغات.	۱	وجود دستورالعمل‌های مربوط.	۰/۵	
		اجرا منطبق با ضوابط و آیین‌نامه‌های ذی‌ربط.	۰/۵	
۱۰- دارا بودن دستورالعمل اخلاق حرفه‌ای خدمات در محل مشتری.	۱	وجود دستورالعمل‌های مربوط.	۰/۵	
		اجرا منطبق با ضوابط و آیین‌نامه‌های ذی‌ربط.	۰/۵	
۱۱- تدوین و اجرای ضوابط پذیرش، ترخیص و گردش کار.	۲	وجود دستورالعمل‌های مربوط (پذیرش، ترخیص و گردش کار).	۱	
		اجرای منطبق با ضوابط و آیین‌نامه‌های ذی‌ربط.	۱	
۱۲- وجود سامانه‌ها با الگوهای استاندارد مستندسازی، رسیدگی و جلب رضایت مشتریان امتیاز الزامی داشته باشد.	۱		۱	
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۱-ع :			۲۰	جمع امتیاز شاخص (۱-ع):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

*در صورت انجام تبلیغات خارج از تعهدات واحد خدماتی ۵ امتیاز از کل امتیازات شاخص این بخش کسر خواهد شد.

جدول (۴) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش)

شاخص ۲-۴: (سرعت ارائه خدمات) - ۲۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	برخورداری از امکانات و تعداد اپراتورهای دفتر خدمات (خطوط تلفن و ...) در حد مطلوب	۲	۱-کمیت و کیفیت شبکه خدمات و نحوه پاسخگویی.
	۱	پاسخگویی به مشکلات به صورت تلفنی با حداقل زمان		
	۰/۵	وجود دستورالعمل برآورد توسعه نمایندگی‌ها متناسب با میزان عرضه کالا.	۴	۲-توسعه شبکه خدمات.
	۰/۵	انجام انواع خدمات و نمایندگی‌ها		
	۱	تعداد و پراکنش نمایندگی‌ها (تعداد بیش از ۱۰ نمایندگی یا بین ۱۰ تا ۲۰ استان)		
	۲	تعداد و پراکنش نمایندگی‌ها (تعداد بیش از ۲۰ نمایندگی یا بین ۲۰ تا ۲۵ استان)		
	۳	تعداد و پراکنش نمایندگی‌ها (تعداد بیش از ۳۰ نمایندگی یا بیش از ۲۵ استان)		
	۱/۵	وجود مکانیزم خدمات‌رسانی سیار و میزان خدمات در محل.	۳	۳-ارایه خدمات سیار و در محل برای مشتری.
	۱/۵	برآورد نیروی انسانی مورد نیاز مطابق با آیین‌نامه‌های ذی‌ربط.		
	۱/۵	داشتن جدول زمان استاندارد (TAT).	۳	۴-تعریف شدن زمان استاندارد خدمات.
	۱/۵	اجرای دستورالعمل فوق و تحویل کالا در زمان منطقی.		
	۱	مکانیزم اطلاع‌رسانی سیستم ارتباطی به مشتریان.	۲	۵-تعدد و تنوع در کانال‌های ارتباط با مشتری.
	۱	تنوع نحوه دسترسی مشتریان به واحد خدمات قبل، حین و پس از فروش.		
	۱	دستورالعمل مربوط به تامین قطعات.	۴	۶-تهیه و تامین قطعات و لوازم یدکی مورد نیاز و پر مصرف و میزان موجودی شبکه.
	۱	اثربخشی شیوه‌های تامین قطعات مورد نیاز نمایندگی‌ها.		
	۲	اجرای دستورالعمل فوق مطابق با ضوابط آیین‌نامه‌های اجرایی.		
	۱	وجود دستورالعمل مربوط.	۲	۷-سیستم پرداخت خسارت توقف غیر متعارف تعمیرات به مشتری.
	۱	اجرای دستورالعمل مطابق با ضوابط اجرایی ذی‌ربط.		
جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۲-۴: ۴۰			۲۰	جمع امتیاز شاخص (۲-۴):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

Turn Around Time (TAT) زمان تعیین شده جهت انجام تعمیرات و بستن فابل مشتری از زمان دریافت کالای معیوب تا تحویل به مشتری.

جدول (۴) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش)

شاخص ۳- ۴: (هزینه‌ها و تعرفه‌ها و اطلاع رسانی) - ۱۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	ثبات نسبی در قیمت‌گذاری خدمات در چارچوب ضوابط سازمان حمایت.	۴	۱- رعایت ضوابط قیمت‌گذاری و تعیین قیمت خدمات.
	۳	رعایت هزینه‌های خدمات مختلف با توجه به ضوابط مرتبط با قانون نظام صنفی.		
	۴	بررسی درصدهای سود فروش قطعات مطابق ضوابط عمده فروشی و خرده فروشی سازمان حمایت.	۴	۲- رعایت درصد سودهای مجاز در نرخ‌گذاری خدمات و قطعات مصرفی و تعمیراتی.
	۱	اطلاع‌رسانی تعرفه‌ها از طریق نصب در نمایندگی‌ها.	۱/۵	۳- اطلاع‌رسانی تعرفه‌ها و نصب دستمزدها.
	۰/۵	نظارت بر عملکرد نمایندگان در شهرستانها		
	۱/۵	رعایت دستورالعمل مربوطه جهت صدور فاکتور و صورت‌حساب.	۳	۴- آرایه فاکتور و صورت‌حساب رسمی.
	۱/۵	نظارت بر آرایه صدور فاکتور.		
	۱	پیش بینی بودجه بر اساس مستندات.	۱	۵- پیش بینی اعتبار لازم برای پرداخت خسارت به مشتری.
	۰/۵	در رسانه‌های (دیداری، شنیداری و نوشتاری) با آرایه اسناد لحاظ در رویکرد حقوق مصرف‌کنندگان	۱/۵	۶- تبلیغات و اطلاع‌رسانی توجه: در صورت وجود تبلیغات خلاف واقع یا اغوا کننده، (مطابق ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان) امتیاز این بخش صفر منظور می‌شود
	۰/۵	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (هر نمایشگاه ۰/۲ امتیاز)		
	۰/۵	معرفی کالا در نمایشگاه‌های بین‌المللی برون مرزی (هر نمایشگاه ۰/۵ امتیاز)		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۳- ۴: ۱۵	۱۵	جمع امتیاز شاخص (۳- ۴):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

جدول (۴) امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - فقط واحدهای خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش)

شاخص ۴- ۴: (رضایتمندی مشتریان) - ۴۵ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	وجود مکانیزم سنجش رضایتمندی مشتریان.	۳	۱- وجود فرآیند پایش نظرات مشتریان.
	۱	اجرای مکانیزم.		
	۱	پایش و اقدامات اصلاحی.		
	۱۵	رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر ۸۵٪.	۳۰	۲- رضایتمندی مشتریان از طریق نظرسنجی‌های انجام شده (پایش رضایت از کیفیت قطعات، رضایت از سرعت ارائه خدمات و کیفیت خدمات و نحوه ارتباط و تعامل با مشتری)
	۲۰	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۲۵	رضایتمندی از ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪.		
	۳۰	رضایتمندی از ۹۵٪ و بالاتر.		
	۱	رسیدگی به ۷۰٪ تا کمتر از ۷۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان	۸	۳- دارا بودن نظام مدون، کارآمد و اجرایی واحد رسیدگی به شکایات و نظارت مصرف‌کنندگان و ارتباط با مشتریان (واحد CRM)
	۲	رسیدگی به ۷۵٪ تا کمتر از ۸۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۳	رسیدگی به ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۵	رسیدگی به ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۷	رسیدگی به ۹۰٪ تا کمتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۸	رسیدگی به بالاتر از ۹۵٪ شکایات مصرف‌کنندگان		
	۰/۵	رضایتمندی از ۷۰٪ تا کمتر از ۷۵٪.	۴	۴- میزان رضایت کارکنان داخلی سازمان.
	۱	رضایتمندی از ۷۵٪ تا کمتر از ۸۰٪.		
	۲	رضایتمندی از ۸۰٪ تا کمتر از ۸۵٪.		
	۳	رضایتمندی از ۸۵٪ تا کمتر از ۹۰٪.		
	۴	رضایتمندی ۹۰٪ و بالاتر.		
		جمع امتیاز مکتسبه شرکت در شاخص ۴- ۴ :	۴۵	جمع امتیاز شاخص (۴-۴):

در خصوص گواهینامه‌های معتبر و بین‌المللی (ISO ...) که از سوی شرکت‌های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می‌باشد.

۷- ضوابط اخذ تندیس های رعایت حقوق مصرف کنندگان

۷-۱- الزامات اخذ تندیس های ملی :

۷-۱-۱- دریافت گواهینامه حداقل در ۲ سال متوالی یا ۳ سال غیرمتوالی. (سال جاری محاسبه نمی شود).

تبصره: در صورتیکه بنگاه متقاضی طی ۲ سال قبل از سال ممیزی موفق به کسب نشان یا تندیس های ملی

یا کشوری مورد تایید سازمان حمایت، مانند: صادر کننده برتر، واحد نمونه صنعتی، معدنی، واحد نمونه از طرف

سازمان ملی استاندارد و ... شده باشد، می تواند در ارزیابی تندیس قرار گیرد.

۷-۱-۲- کسب حداقل امتیاز ۹۰ در مجموع امتیازهای اعطای گواهینامه ملی.

۷-۱-۳- رضایتمندی مشتری ۹۰٪ و بالاتر.

۷-۱-۴- وجود گستره توزیع کالا یا خدمات و نمایندگی عنداللزوم واحد متقاضی در بیش از ۲۵ استان کشور.

۷-۲- امتیازات اخذ تندیس های ملی :

پس از تطبیق و تأیید شرایط، امتیاز واحدهای متقاضی براساس جدول امتیاز شاخصها، ارزیابی می شود. این

شاخص ها در جداول صفحات آتی آمده است. براساس تقسیم بندی انجام شده جدول (۵) شاخص ها را در تمام

حوزه ها در بر گرفته و متناسب با نوع فعالیت قابل ارزیابی است.

جدول (۶) شاخص هایی برای ارزیابی واحدهای ملی خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش) ارائه شده است.

جدول (۷) شاخص هایی برای ارزیابی واحدهای ملی خدمات توزیعی ارائه شده است.

جدول (۵): امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

(ارزیابی اعطای تندیس) - ۱۰۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	امتیاز ۹۰ تا کمتر از ۹۲	۵	۱- امتیاز کسب شده در ارزیابی گواهینامه
	۲	امتیاز ۹۲ تا کمتر از ۹۴		
	۳	امتیاز ۹۴ تا کمتر از ۹۶		
	۴	امتیاز ۹۶ تا کمتر از ۹۸		
	۵	امتیاز ۹۸ تا کمتر از ۱۰۰		
	۸	افزایش تولید نسبت به سال قبل با در نظر گرفتن سقف تولید (به ازای هر واحد تولید ۲ امتیاز)	۸	۲- افزایش تولید (تا سقف ظرفیت اسمی)
	۲	کاهش هزینه تولید	۸	۳- افزایش بهره‌وری نیروی کار، سرمایه، انرژی و کاهش هزینه تولید
	۲	بهره‌وری نیروی کار		
	۲	بهره‌وری سرمایه		
	۲	بهره‌وری انرژی		
	۱	برند ثبت شده (در صورتیکه برندهای متعدد ثبت شده باشد و مصرف‌کنندگان کالای شاخص را با برند نمی‌شناسند امتیازی تعلق نمی‌گیرد)	۲	۴- میزان شناخت و نقش برند بنگاه
	۱	تبلیغات حوزه نفوذ برند (با ذکر مصادیق)		
	۳	به نسبت تعداد شکایات و ذکر مستندات	۳	۵- پرداخت خسارت اعتماد
	۴		۴	۶- افزایش توسعه کمی در خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش). نسبت به سال قبل
	۲	در مورد توسعه کیفی، مدارک معتبر و قانونی بصورت مصادیقی تغییر در سطح کیفی خدمات ارائه گردد	۴	۷- افزایش توسعه کیفی و نوآوری در خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش) نسبت به سال قبل
	۲	در مورد نوآوری، اعلام مصادیق مشخص نوآوری در سال مورد بررسی می‌بایست مستنداً ارائه گردد.		
	۱	داشتن واحد تحقیق و توسعه	۳	۸- واحد تحقیق و توسعه (R&D)
	۲	افزایش سهم تحقیق و توسعه در تولید یا سود و ...		
	۳	مدارک ارزیابی طرح‌های واحد R&D نمی‌باشد، بلکه منظور طرح‌های تحقیقاتی منجر به تولید، حمایت از پروژه‌های دانشگاهی، اختراعات و طرح‌های واحدهای دانش بنیان است.	۳	۹- استفاده از طرح‌های تحقیقاتی کاربردی به منظور ارتقاء کیفیت کالا یا ارائه خدمات.
	۴	نسبت به سال قبل ارتقا داشته باشد	۴	۱۰- استفاده از تکنولوژی مدرن و بهبود سطح تکنولوژی آن
	۱	نشر فرهنگ مفهوم عودت کالا یا شعار جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود	۱۰	۱۱- اطلاع‌رسانی و تبلیغات رسانه‌ای متناسب با نیاز مصرف‌کننده در خصوص محصولات. (مطابق با ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان.)
	۱	ارایه اطلاعات آماری و همکاری با دستگاه‌های اجرایی		
	۲	انجام تبلیغاتی که لوح یا تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در آن قید می‌شود.		
	۱	داشتن سایت اطلاع‌رسانی بروز و کارآمد		
	۱	انجام تبلیغات اطلاع‌رسانی برای محصول		
	۱	ارایه اطلاعات مفید در خصوص نحوه استفاده و کاربری محصول (در قالب بروشور و یا دفترچه راهنمای محصول)		
	۱/۵	شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی (هر نمایشگاه ۰/۵)		
	۱/۵	شرکت در نمایشگاه‌های داخلی (در سطح ملی) (هر نمایشگاه ۰/۵)		

۳	تحت هیچ شرایطی در هیچ یک از مراحل تولید، توزیع و ارایه خدمات نباید کالای قاچاق در چرخه مصرف یا فروش بنگاه لحاظ شود.	۳	۱۲- مبارزه با قاچاق: عدم استفاده از کالای قاچاق در فرایند تولید، توزیع و شبکه فروش خدمات پس از فروش و...
۳	در مواد مصرفی، مواد اولیه، فرایند تجهیز شبکه تولید و فروش و دفاتر و قطعات	۳	۱۳- استفاده حداکثری از کالای ایرانی
۶	تغییر در سطح کیفی کالا می بایست مستند باشد	۶	۱۴- ارتقاء کیفیت کالا یا خدمت مستند به گزارش واحد متقاضی و تأیید حوزه تخصصی.
۴	تا ۵٪ کل تولیدات ۴ امتیاز.	۱۰	۱۵- صادرات کالا/خدمت. ۱- در صورت عدم امکان (قانونی یا اجرایی) صادرات: در صورتیکه شرکت دانش بنیان باشد حداکثر ۴ امتیاز (به نسبت فعالیت علمی انجام شده) برای فعالیت های علمی تخصیص می یابد ۲- در صورت عدم امکان (قانونی یا اجرایی) و داشتن اختراع به میزان نقش و اهمیت آن حداکثر تا ۴ امتیاز
۶	بیش از ۵٪ کل تولیدات به ازای هر ۲٪ صادرات یک امتیاز تا سقف امتیاز کل ۸ اضافه می شود. در صورت عدم امکان صادرات و همچنین عدم وجود واحد های دانش بنیان یا مخترع، حداکثر ۴ امتیاز در بند ۱۸ مورد سنجش قرار گرفته خواهد شد.	۴	۱۶- تاثیر فعالیت واحد متقاضی در ممانعت از واردات کالا به واسطه تولید کالای با کیفیت قابل رقابت با محصول مشابه خارجی
۶	- مثل ورود اطلاعات قیمت و آمار محصولات در سامانه تولید داخل و ... - (واحدهای خدماتی براساس نحوه تعامل با سازمان حمایت و کیفیت پاسخگویی به مکاتبات بنابر نظر واحد تخصصی).	۶	۱۷- ورود اطلاعات در سامانه های سازمان حمایت یا سایر دستگاه های اجرایی مرتبط
۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۲ (سایر گواهینامه ها ملاک نیستند)	۳	۱۸- داشتن گواهینامه های معتبر و بین المللی
۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۴ (سایر گواهینامه ها ملاک نیستند)		
۱	سایر گواهینامه های مرتبط		
۵		۵	۱۹- رضایت مندی مصرف کنندگان در استفاده از کالا یا خدمات مورد بررسی، نسبت به سایر کالاها و خدمات مشابه
۶	حداکثر مجموع امتیاز در مجموع شرایط زیر می تواند ۶ باشد: - دارا بودن هر گواهینامه استانی ۰/۱ امتیاز حداکثر ۱ امتیاز - دارا بودن هر گواهینامه ملی ۰/۲ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن تندیس (مربوط به تندیس های قبل از سال ۱۳۸۹ که طبقه بندی طلایی، نقره ای و برنزی ندارد) هر تندیس ۰/۵ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن هر تندیس برنزی ۰/۵ امتیاز حداکثر ۱/۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس نقره ای ۰/۷۵ امتیاز حداکثر ۲/۲۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس طلایی ۱ امتیاز حداکثر ۵ امتیاز	۶	۲۰- دارا بودن گواهینامه و تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان سنوات قبل
۱۰۰	جمع امتیاز کسب شده :	۱۰۰	جمع امتیاز جدول:

در خصوص گواهینامه های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می باشد.

جدول (۶): امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - واحدهای خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش) ملی

(ارزیابی اعطای تندیس) - ۱۰۰ امتیاز

امتیاز واحد مفاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیر شاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	امتیاز ۹۰ تا کمتر از ۹۲	۵	۱- امتیاز کسب شده در ارزیابی گواهینامه
	۲	امتیاز ۹۲ تا کمتر از ۹۴		
	۳	امتیاز ۹۴ تا کمتر از ۹۶		
	۴	امتیاز ۹۶ تا کمتر از ۹۸		
	۵	امتیاز ۹۸ تا کمتر از ۱۰۰		
	۲	کاهش هزینه تولید	۸	۲- افزایش بهره‌وری نیروی کار، سرمایه، انرژی و کاهش هزینه تولید
	۲	بهره‌وری نیروی کار		
	۲	بهره‌وری سرمایه		
	۲	بهره‌وری انرژی		
	۱	برند ثبت شده (در صورتیکه برندهای متعدد ثبت شده باشد و مصرف‌کنندگان کالای شاخص را با برند نمی‌شناسند امتیازی تعلق نمی‌گیرد) تبلیغات حوزه نفوذ برند (با ذکر مصادیق)	۲	۳- میزان شناخت و نقش برند بنگاه
	۲	به نسبت تعداد شکایات و ذکر مستندات	۲	۴- پرداخت خسارت اعتماد
	۱۰	بررسی مصادیق موجود در شبکه.	۱۰	۵- نوآوری در خدمات فروش (قبل، حین و پس از فروش)
	۴	داشتن واحد تحقیق و توسعه	۸	۶- واحد تحقیق و توسعه (R&D)
	۴	افزایش سهم تحقیق و توسعه در تولید یا سود و ...		
	۱۰	بررسی آمار موجود در شبکه شرکت.	۱۰	۷- انجام ۸۵ درصد از تعمیرات انجام شده بر اساس زمان TAT
	۱۰	بررسی مصادیق موجود در شبکه.	۱۰	۸- تجهیز به فن آوری و تکنولوژی روزآمد
	۹	بررسی مصادیق موجود در شبکه.	۹	۹- استفاده از طرح‌های تحقیقاتی کاربردی به منظور ارتقای کیفیت خدمات.
	۱	نشر فرهنگ مفهوم عودت کالا یا شعار جنس فروخته شده پس گرفته می‌شود	۱۰	۱۰- اطلاع رسانی و تبلیغات رسانه‌ای در خصوص محصولات (مطابق با ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان)
	۱	ارایه اطلاعات آماری و همکاری با دستگاه‌های اجرایی		
	۲	انجام تبلیغاتی که لوح یا تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در آن قید می‌شود.		
	۱	داشتن سایت اطلاع رسانی بروز و کارآمد		
	۱	انجام تبلیغات اطلاع رسانی برای محصول		
	۱	ارایه اطلاعات مفید در خصوص نحوه استفاده و کاربری محصول (در قالب بروشور و یا دفترچه راهنمای محصول)		
	۱/۵	شرکت در نمایشگاه های بین المللی (هر نمایشگاه ۰/۵)		
	۱/۵	شرکت در نمایشگاه های داخلی (در سطح ملی) (هر نمایشگاه ۰/۵)		

	۸	در صورت عدم امکان صادرات (مانع قانونی یا اجرایی) حداکثر نصف امتیاز این بند، به موارد مطروحه در توضیحات بند ۱۰ اضافه می شود. (با در نظر گرفتن حداکثر ۱ امتیاز برای هر کدام از موارد)	۸	۱۱- صادرات خدمات
	۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۲ (سایر گواهینامه ها ملاک نیست)	۳	۱۲- داشتن گواهینامه های معتبر و بین المللی
	۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۴ (سایر گواهینامه ها ملاک نیست)		
	۱	سایر گواهینامه های مرتبط		
	۲	تحت هیچ شرایطی در هیچ یک از مراحل تولید، توزیع و ارائه خدمات نباید کالای قاچاق در چرخه مصرف یا فروش بنگاه لحاظ شود.	۲	۱۳- مبارزه با قاچاق: عدم استفاده از کالای قاچاق در فرایند تولید، توزیع و شبکه فروش خدمات پس از فروش و...
	۲	در خدمات ارائه شده، فرایند تجهیز شبکه ارائه خدمات، فروش، دفاتر و قطعات	۲	۱۴- استفاده حداکثری از کالای ایرانی
	۵		۵	۱۵- رضایت مندی مصرف کنندگان از استفاده از خدمات مورد بررسی، نسبت به سایر خدمات مشابه
	۶	حداکثر مجموع امتیاز در مجموع شرایط زیر می تواند ۶ باشد: - دارا بودن هر گواهینامه استانی ۰/۱ امتیاز حداکثر ۱ امتیاز - دارا بودن هر گواهینامه ملی ۰/۲ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن تندیس (مربوط به تندیس های قبل از سال ۱۳۸۹ که طبقه بندی طلایی، نقره ای و برنزی ندارد) هر تندیس ۰/۵ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن هر تندیس برنزی ۰/۵ امتیاز حداکثر ۱/۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس نقره ای ۰/۷۵ امتیاز حداکثر ۲/۲۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس طلایی ۱ امتیاز حداکثر ۵ امتیاز	۶	۱۶- دارا بودن تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان سنوات قبل
		جمع امتیاز کسب شده:	۱۰۰	جمع امتیاز شاخص (۶):

در خصوص گواهینامه های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می باشد.

جدول (۷): امتیاز شاخص‌های ارزیابی اعطای تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - واحدهای خدماتی توزیعی

(ارزیابی اعطای تندیس) ۱۰۰ امتیاز

امتیاز واحد متقاضی	امتیاز	توضیحات	امتیاز زیرشاخص	زیر شاخص ارزیابی
	۱	امتیاز ۹۰ تا کمتر از ۹۲	۵	۱- امتیاز کسب شده در ارزیابی گواهینامه
	۲	امتیاز ۹۲ تا کمتر از ۹۴		
	۳	امتیاز ۹۴ تا کمتر از ۹۶		
	۴	امتیاز ۹۶ تا کمتر از ۹۸		
	۵	امتیاز ۹۸ تا کمتر از ۱۰۰		
	۲	کاهش هزینه تولید	۸	۲- افزایش بهره‌وری نیروی کار، سرمایه و کاهش هزینه تولید
	۲	بهره‌وری نیروی کار		
	۲	بهره‌وری سرمایه		
	۲	بهره‌وری انرژی		
	۸		۸	۳- رعایت ضوابط و ضرایب سود ناخالص مصوب توزیع
	۰/۵	برند ثبت شده (در صورتیکه برندهای متعدد ثبت شده باشد و مصرف‌کنندگان کالای شاخص را با برند نمی‌شناسند امتیازی تعلق نمی‌گیرد)	۱	۴- میزان شناخت و نقش برند بنگاه
	۰/۵	تبلیغات حوزه نفوذ برند (با ذکر مصادیق)		
	۱	به نسبت تعداد شکایت و ذکر مستندات	۱	۵- پرداخت خسارت اعتماد
	۶		۶	۶- افزایش توسعه کمی در ارائه خدمات نسبت به سال قبل
	۴	در مورد توسعه کیفی، مدارک معتبر و قانونی بصورت مصدق تغییر در سطح کیفی خدمات ارائه گردد	۸	۷- افزایش توسعه کیفی و نوآوری در ارائه خدمات (نسبت به سال قبل)
	۴	در مورد نوآوری، اعلام مصادیق مشخص نوآوری در سال مورد بررسی می‌بایست مستنداً ارائه گردد.		
	۲	داشتن واحد تحقیق و توسعه	۴	۸- واحد تحقیق و توسعه (R&D)
	۲	افزایش سهم تحقیق و توسعه در تولید یا سود و ...		
	۳	نسبت به سال قبل یا نقش تحقیقات انجام شده در سود خالص به ازای هر ۱٪ افزایش سود یک امتیاز	۳	۹- افزایش سهم تحقیق و توسعه (R&D)
	۴	مدارک ارزیابی طرح‌های واحد R&D نمی‌باشد، بلکه منظور طرح‌های تحقیقاتی منجر به تولید، حمایت از پروژه‌های دانشگاهی، اختراعات و طرح‌های واحدهای دانش بنیان است.	۴	۱۰- استفاده از طرح‌های تحقیقاتی، کاربردی به منظور ارتقاء کیفیت ارائه خدمات
	۴		۴	۱۱- بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی و فن‌آوری اطلاعات در پیاده‌سازی سیستم CRM برای انعکاس نظر مشتریان و اطلاع‌رسانی
	۶		۶	۱۲- توسعه میزان فروش و افزایش سودآوری برای واحدهای خدماتی نسبت به سال گذشته

۱	نشر فرهنگ مفهوم عودت کالا یا شعار جنس فروخته شده پس گرفته می شود	۱۰	۱۳- اطلاع رسانی و تبلیغات رسانه ای در خصوص خدمات ارایه شده از سوی بنگاه (مطابق با ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان)
۱	ارایه اطلاعات آماری و همکاری با دستگاه های اجرایی		
۲	انجام تبلیغاتی که لوح یا تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان در آن قید می شود.		
۱	داشتن سایت اطلاع رسانی بروز و کارآمد		
۱	انجام تبلیغات اطلاع رسانی برای محصول		
۱	ارایه اطلاعات مفید در خصوص نحوه استفاده و کاربری محصول (در قالب بروشور و یا دفترچه راهنمای محصول)		
۱/۵	شرکت در نمایشگاه های بین المللی (هر نمایشگاه ۰/۵)		
۱/۵	شرکت در نمایشگاه های داخلی (در سطح ملی) (هر نمایشگاه ۰/۵)		
۸	تغییر در سطح کیفی خدمات می بایست مستند باشد	۸	۱۴- ارتقاء کیفیت ارائه خدمات مستند به گزارش واحد متقاضی و تایید حوزه تخصصی
۲	تحت هیچ شرایطی در هیچ یک از مراحل تولید، توزیع و ارایه خدمات نباید کالای قاچاق در چرخه مصرف یا فروش بنگاه لحاظ شود.	۲	۱۵- مبارزه با قاچاق: عدم استفاده از کالای قاچاق در فرایند تولید، توزیع و شبکه فروش خدمات پس از فروش و...
۲	در کالاهای توزیعی، مواد اولیه، فرایند تجهیز شبکه توزیع، فروش، دفاتر و قطعات	۲	۱۶- استفاده حداکثری از کالای ایرانی
۶	- مثل ورود اطلاعات قیمت و آمار محصولات در سامانه تولید داخل و ... - (واحدهای خدماتی بر اساس نحوه تعامل با سازمان حمایت و کیفیت پاسخگویی به مکاتبات بنابر نظر واحد تخصصی)	۶	۱۷- ورود اطلاعات در سامانه های سازمان حمایت یا سایر دستگاه های اجرایی مرتبط
۲		۲	۱۸- دارا بودن امکانات استفاده از ابزارهای صندوق مکانیزه فروش در شبکه
۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۲ (سایر گواهینامه ها ملاک نیستند)	۳	۱۹- داشتن گواهینامه های معتبر و بین المللی
۱	داشتن گواهی ISO ۱۰۰۰۴ (سایر گواهینامه ها ملاک نیستند)		
۱	سایر گواهینامه های مرتبط		
۳		۳	۲۰- رضایت مندی مصرف کنندگان از استفاده از خدمات توزیعی مورد بررسی، نسبت به سایر خدمات مشابه
۶	حداکثر مجموع امتیاز در مجموع شرایط زیر می تواند ۶ باشد: - دارا بودن هر گواهینامه استانی ۰/۱ امتیاز حداکثر ۱ امتیاز - دارا بودن هر گواهینامه ملی ۰/۲ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن تندیس (مربوط به تندیس های قبل از سال ۱۳۸۹ که طبقه بندی طلایی، نقره ای و برنزی ندارد) هر تندیس ۰/۵ امتیاز حداکثر ۲ امتیاز - دارا بودن هر تندیس برنزی ۰/۵ امتیاز حداکثر ۱/۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس نقره ای ۰/۷۵ امتیاز حداکثر ۲/۲۵ امتیاز - دارا بودن هر تندیس طلایی ۱ امتیاز حداکثر ۵ امتیاز	۶	۲۱- دارا بودن گواهینامه و تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان سنوات قبل
جمع امتیاز کسب شده		۱۰۰	جمع امتیاز کسب شده

در خصوص گواهینامه های معتبر و بین المللی (ISO ...) که از سوی شرکت های مورد تایید مرکز ملی تایید صلاحیت ایران صادر شده است، مورد قبول می باشد.

۸- شرایط حد نصاب اعطای تندیس‌ها

- امتیاز لازم برای اعطای تندیس برنزی ۷۵ تا کمتر از ۸۵

- امتیاز لازم برای اعطای تندیس نقره ای ۸۵ تا کمتر از ۹۵

- امتیاز لازم برای اعطای تندیس طلایی ۹۵ تا ۱۰۰

❖ حداکثر ۳۰ تندیس در مجموع متناسباً به بالاترین امتیازات اعطا و در صورت نیاز به افزایش، با تصویب

شورای سیاستگذاری اقدام خواهد شد.

فصل سوم:

ارکان و وظایف کمیته فنی، شورا، دبیرخانه اجرایی اعطای گواهینامه / تندیس های ملی و کمیته پشتیبانی

۹- کمیته فنی

۹-۱- : کمیته فنی مرکب از اعضاء زیر است:

۹-۱-۱- معاون ذی ربط در سازمان حمایت (رییس کمیته).

۹-۱-۲- رییس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان (یا یکی از اعضای هیئت مدیره انجمن ملی با معرفی کتبی)

۹-۱-۳- دبیر شورای سیاستگذاری همایش (دبیر جلسه)

۹-۱-۴- مدیر کل ذی ربط (بدون حق رأی).

۹-۱-۵- چهار نفر از اعضاء هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها حسب مورد به انتخاب سازمان حمایت

۹-۱-۶- نماینده سازمان ملی استاندارد ایران.

۹-۱-۷- نماینده وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سایر سازمان‌های تخصصی مشابه (حسب مورد).

۹-۱-۸- نماینده وزارتخانه ها، سازمان ها، موسسات و نهادهای تخصصی (حسب مورد)

۹-۱-۹- رئیس اداره دبیرخانه سیاستگذاری و اجرایی (بدون حق رأی).

۹-۱-۱۰- مدیرعامل یا نماینده تام الاختیار بنگاه اقتصادی متقاضی (بدون حق رأی).

تبصره ۱: کمیته فنی با حضور اکثریت اعضای دارای حق رای رسمیت می‌یابد و مصوبات آن با اکثریت آراء نافذ خواهد بود.

تبصره ۲: کمیته فنی می‌تواند از کارشناسان ذی‌ربط سازمان حمایت (بدون حق رأی) در جلسات استفاده نماید.

تبصره ۳: در صورت عدم حضور معاون ذی‌ربط سازمان حمایت در جلسه، دبیر شورای سیاستگذاری و اجرایی به عنوان جانشین رئیس کمیته عهده دار مدیریت جلسه خواهد شد.

تبصره ۴: در صورت مساوی بودن تعداد آراء موافق و مخالف، رای نهایی بر اساس نظر انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خواهد بود.

۹-۲- وظایف کمیته فنی

کمیته فنی ضمن بحث و تبادل نظر در خصوص پرونده‌ها و اطلاعات دریافت شده (بازدید و ...) در خصوص واحدهای واجد شرایط طبق ضوابط، اتخاذ تصمیم نموده و نتیجه را جهت تصویب نهایی در شورا به دبیرخانه ارسال می‌نماید.

تبصره ۱: در صورت رد تقاضای متقاضی در کمیته فنی، مراتب طی نامه‌ای با ذکر علت از طریق معاونت ذی‌ربط به متقاضی اعلام (حد اکثر دو روز) تا در صورت رفع نواقص، مستندات لازم جهت رسیدگی بعدی ارایه شود (حداکثر ۷ روز) و یا در صورت اعتراض نسبت به رأی کمیته، حداکثر ظرف مدت هفت روز از تاریخ ابلاغ رأی کمیته مراتب اعتراض خود را کتبا به همراه مستندات به دبیرخانه اعطای گواهینامه و تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان اعلام نماید تا مراتب در کمیته فنی مجدداً بررسی شود.

تبصره ۲: تصمیم کمیته فنی در مرحله دوم رسیدگی به درخواست مجدد متقاضی در هر صورت به شورا ارایه و تصمیم نهایی اتخاذ می‌شود.

۱۰- اعضای شورا

۱۰-۱- معاون وزیر و رئیس سازمان حمایت (رئیس شورا).

۱۰-۲- رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان. (یا یکی از اعضای هیئت مدیره انجمن ملی با معرفی کتبی)

۱۰-۳- دبیر شورای سیاستگذاری و اجرایی همایش (دبیر شورا)

۱۰-۴- اعضای هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها حسب مورد به انتخاب سازمان حمایت (یا نماینده معرفی شده آنها)

۱۰-۵- معاون ذی‌ربط در سازمان حمایت (بدون حق رأی)

۱۰-۶- رئیس سازمان ملی استاندارد ایران یا نماینده معرفی شده وی

۱۰-۷- نماینده وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و روسای سازمان‌های تخصصی مشابه (حسب مورد).

۱۰-۸- نماینده وزارت خانه‌ها، سازمان‌ها، موسسات و نهادهای تخصصی (حسب مورد و بررسی موضوع تقاضای بنگاه اقتصادی در صورت لزوم) به عنوان عضو مدعو

تبصره ۱: در صورت مساوی بودن تعداد آراء موافق و مخالف، رأی نهایی براساس رأی رییس انجمن ملی اعلام خواهد شد.

تبصره ۲: در صورت عدم حضور معاون وزیر و رییس سازمان حمایت معاون ذی ربط و در غیاب وی دبیر شورا ریاست جلسه را عهده دار خواهد بود.

تبصره ۳: مصوبات شورا با اکثریت آراء اعضای حاضر در جلسه نافذ خواهد بود.

- اعضای شورای سیاستگذاری که به نمایندگی از بخش دولتی معرفی می‌شوند. (با معرفی کتبی و حتی المقدور در سطح مدیر کل باشند)
- برای همه اعضای اصلی شورای سیاستگذاری ابلاغ رسمی با امضای معاون وزیر و ریاست سازمان حمایت (رییس شورای سیاستگذاری) صادر خواهد شد.
- در جلسات شورا، از مدیران عامل بنگاه‌های اقتصادی یا نمایندگان تشکل آنها حسب مورد به عنوان مدعو، بدون حق رأی، دعوت بعمل می‌آید.
- تصمیم‌گیری در مورد انتخاب بنگاه‌ها بدون حضور نمایندگان آنها و تشکل‌های مربوط انجام خواهد شد.

۱۱- وظایف شورا

۱-۱۱- بررسی و تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط و شاخص‌های پیشنهادی کمیته فنی و دبیرخانه اجرایی جهت ارایه به سازمان حمایت برای تصویب نهایی.

تبصره: کلیه آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها و فرم‌های مربوط در خصوص اعطای رعایت حقوق مصرف‌کننده به واحدهای استانی و شهرستانی، با تصویب و ابلاغ سازمان حمایت خواهد بود.

۱۱-۲- اتخاذ تصمیم در خصوص اعطای گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به واحدهای تولیدی و خدماتی کشور و تعیین واحدهای واجد شرایط. (کسب امتیاز ارزیابی شده بنگاه‌های اقتصادی، شرط لازم و رای اکثریت شورای سیاستگذاری، شرط کافی دریافت گواهینامه/ تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌باشد)

۱۱-۳- نظارت مستمر بر فرآیند کلیه مراحل اجرایی اعطای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در سطوح ملی، استانی و شهرستانی و اخذ گزارش از دبیرخانه‌های اجرایی مربوط.

۱۱-۴- بررسی و تعیین اعضاء و وظایف کمیته‌های علمی و اطلاع‌رسانی (در صورت نیاز)

۱۱-۵- ارزیابی رضایت مندی مشتریان می‌تواند مطابق نظر شورای سیاستگذاری از طریق یک یا چند مرکز سنجش به صورت سالانه و میدانی یا توسط کارشناسان حوزه بررسی‌کننده انجام شود.

۱۱-۶- رسیدگی به اعتراض متقاضیان در تصمیم کمیته فنی.

۱۱-۷- شورای سیاستگذاری می‌تواند کمیته علمی زیر نظر دبیر همایش تعیین و نسبت به انجام فعالیت‌های علمی برای توسعه مبانی علمی موضوع رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در جامعه اقدام نماید. (اعضای کمیته علمی به پیشنهاد دبیر همایش و تایید و ابلاغ رسمی معاون وزیر و رییس سازمان حمایت تعیین خواهد شد)

۱۲- دبیرخانه شورای سیاستگذاری و اجرایی:

دبیرخانه شورای سیاستگذاری و اجرایی در سازمان حمایت مستقر بوده و کلیه فرآیندهای سیاستگذاری و اجرایی، از مرحله فراخوان تا هماهنگی برگزاری مراسم اعطای گواهینامه و تندیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان را به شرح زیر عهده دار خواهد بود:

۱۲-۱- دریافت نظرات کمیته فنی و طرح آن در جلسه شورا.

۱۲-۲- تهیه و پیشنهاد اصلاحات مورد نظر در آیین نامه و دستورالعمل های اجرایی و ارائه آن به سازمان حمایت جهت تصویب.

۱۲-۳- تهیه و ارسال فرم ها و جداول مربوط به اخذ اطلاعات و نگهداری سوابق و انعکاس آن به سازمان حمایت جهت انجام مراحل تصویب و ابلاغ به واحدهای ذی ربط.

۱۲-۴- ارایه دستورالعمل ها و سیاست های مدیریت برگزاری مراسم های ملی و استانی.

۱۲-۵- ارایه دستورالعمل های اجرایی استانی و ملی جهت انجام امور اجرایی و ابلاغ سیاست های شورای سیاستگذاری.

۱۲-۶- انجام کلیه امور دبیرخانه ای و ایجاد هماهنگی های لازم جهت برگزاری جلسات کمیته فنی و شورای سیاستگذاری.

۱۲-۷- اعلام فراخوان اعطای گواهینامه و تندیس.

۱۲-۸- دریافت و ثبت درخواست شرکتهای متقاضی.

۱۲-۹- دریافت اطلاعات و مستندات مورد نیاز برای بررسی.

۱۲-۱۰- انجام هماهنگی های لازم به منظور برگزاری مراسم اعطای و تندیس به شرکتهای منتخب.

تبصره ۱: با توجه به برگزاری همایش روز ملی حمایت از حقوق مصرف کننده که همه ساله به شکلی با شکوه با حضور مقامات کشوری و لشکری برگزار می شود و نیز ضرورت فرهنگ سازی و تبلیغ روز مذکور از طریق تبلیغات و... پرداخت هزینه برگزاری توسط بنگاه های حاضر، تامین خواهد شد.

۱۲-۱۱- دبیر همایش، دبیر شورای سیاستگذاری و اجرایی خواهد بود که با حکم رسمی معاون وزیر و رییس سازمان حمایت از بین مدیران کل سازمان حمایت، ترجیحاً مدیر کل دفتر هماهنگی امور استان ها و نظارت بر تشکل ها منصوب و وظیفه اداره دبیرخانه همایش را بر عهده خواهد داشت.

۱۳- کمیته امور پشتیبانی

به منظور انجام فرآیند اجرایی و امور مالی مربوط و برگزاری هر چه باشکوه تر روز ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان، کمیته ای با عنوان «**کمیته امور پشتیبانی**» با ترکیب اعضاء و شرح وظایف زیر در دبیرخانه شورای سیاستگذاری و اجرایی تشکیل می شود و مسئولیت امور مالی و پشتیبانی مربوط به این کمیته می باشد.

۱۳-۱-۱- کمیته امور پشتیبانی مرکب از اعضای زیر می‌باشد:

۱۳-۱-۱- دبیر شورای سیاستگذاری و اجرایی همایش (به عنوان نماینده سازمان حمایت و عضو و رئیس کمیته امور پشتیبانی).

۱۳-۱-۲- مدیر حراست سازمان حمایت (به عنوان نماینده سازمان حمایت و عضو کمیته).

۱۳-۱-۳- رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان / یکی از اعضای هیئت مدیره انجمن ملی با معرفی کتبی (عضو کمیته).

۱۳-۱-۴- مدیرعامل ۳ شرکت برتر یا نماینده تام‌الاختیار، که در سال‌های گذشته موفق به کسب تندیس ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان شده باشند، با معرفی کتبی بنگاه اقتصادی مربوط.

* یک شرکت با معرفی کتبی معاون نظارت بر کالاهای سرمایه‌ای و خدمات و یک شرکت نیز با معرفی کتبی معاون نظارت بر کالاهای مصرفی و شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت و یک شرکت به انتخاب دبیرخانه سیاستگذاری و اجرایی. عضویت این نمایندگان باید از طرف بیش از نیمی از بنگاه‌های اقتصادی که در آخرین سال موفق به دریافت گواهینامه، تندیس شده‌اند.

توضیحات:

- جلسات کمیته امور پشتیبانی با حضور حداقل ۴ نفر از اعضاء، رسمیت می‌یابد و تصمیمات کمیته براساس رأی اکثریت اعضای حاضر در جلسه قابل اجرا می‌باشد.

- در صورتیکه هریک از اعضای فوق به دلیل موجه و ضروری، نتواند در جلسات مربوط شرکت کند، نماینده عضو فقط با معرفی نامه کتبی می‌تواند در جلسه ذی‌ربط شرکت کند.

۱۳-۲- اختیارات نمایندگان بنگاه‌های منتخب:

- با توجه به اینکه برگزاری و فرایندهای آن مجزا از فرایند ارزیابی است، لذا تصمیم‌گیری در موضوع لزوم برگزاری مراسم و نحوه تامین منابع مالی لازم، با نظر نمایندگان بنگاه‌های اقتصادی که شیوه انتخاب آنها در بند ۱۳-۱-۴ بیان شد، خواهد بود. همه بنگاه‌های متقاضی می‌بایست نسبت به اجرای نظر نمایندگان فوق متعهد باشند و در صورت عدم اجرای تعهدات، از فرایند همایش حذف خواهند شد.

۱۳-۳- وظایف کمیته امور پشتیبانی:

۱۳-۳-۱- تشکیل جلسات کاری منظم در محل سازمان حمایت.

۱۳-۳-۲- کمیته پشتیبانی مجاز است، با لحاظ بند ۱۳-۲، اجرای مراسم، انجام فرایندهای مالی و حسابداری و سایر امور اداری و مالی مربوط را با بهره‌گیری از شرکت‌ها و یا انجمن و موسسات تخصصی مرتبط یا همکاری با شرکت‌های متقاضی حاضر در فرایند ارزیابی همایش به صورت کلی / موردی انجام دهد.

۱۳-۳-۳- کلیه پرداخت‌ها و هزینه‌های مربوط از محل منابع بنگاه‌های حاضر ذی‌ربط به پیمانکاران، با مصوبه کمیته امور پشتیبانی قابل انجام خواهد بود.

۱۳-۳-۴- در صورتیکه بخش علمی همایش مطابق نظر شورای سیاستگذاری، برنامه ریزی گردد، کمیته امور پشتیبانی می‌تواند از مراکز و انجمن‌ها و موسسات علمی و پژوهشی برای اجرای استفاده نموده و بخش علمی همایش به صورت جداگانه و با همکاری این مراکز انجام شود.

فصل چهارم:

مراحل اجرایی و تصمیم‌گیری

۱۴: سازمان حمایت جهت پشتیبانی از فرآیند اجرایی می‌تواند از طریق رسانه‌های جمعی (جراید، صدا و سیما، سایت اینترنتی سازمان حمایت و ...) و وزارتخانه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط در خصوص ضوابط و چگونگی اعطای گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان اطلاع‌رسانی نماید.

۱۵: مدیریت تخصصی در سازمان حمایت از طریق مکاتبه، مذاکره و بازدید از واحد متقاضی (در صورت لزوم با حضور اعضای کمیته فنی) اطلاعات و مستندات لازم را جمع‌آوری و مراتب را در صورت عدم شرایط احراز بطور کتبی به دبیرخانه اجرایی جهت ابلاغ به واحد متقاضی اعلام می‌نماید.

در صورت صحت مستندات با شرایط احراز، با تهیه گزارش کارشناسی، مستندات جهت بررسی و تصمیم‌گیری به کمیته فنی ارائه و کمیته فنی نتایج را به همراه اظهارنظر مربوط به دبیرخانه اجرایی اعلام می‌نماید تا مراتب از طریق دبیرخانه اجرایی جهت اتخاذ تصمیم نهایی در دستور کار شورا قرار گیرد.

تبصره: بازدید از واحدهای متقاضی می‌تواند عندالاجتضاء با تشخیص سازمان حمایت (معاونت تخصصی) توسط نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان، نماینده انجمن ملی، نماینده انجمن استانی یا انجمن شهرستانی مربوط صورت پذیرد.

۱۶: شورا ضمن تشکیل جلسه به بررسی پرونده‌های رسیدگی شده در کمیته فنی پرداخته و رأی نهایی را با اکثریت نسبی آراء صادر خواهد نمود.

تبصره: تصمیمات شورا قطعی است و در صورت منفی بودن نظر شورا مراتب طی نامه‌ای با ذکر دلایل از طریق دبیرخانه اجرایی به اطلاع شرکت متقاضی خواهد رسید و واحد متقاضی در دوره بعد ضمن رفع نواقص، درخواست مجدد ارائه نماید.

۱۷: مدت اعتبار گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان از تاریخ صدور «یک سال شمسی» می‌باشد.

تبصره: در صورت تخطی واحد متقاضی از شرایط آیین‌نامه اجرایی اعطای گواهینامه / تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به پیشنهاد معاونت تخصصی و یا رییس انجمن ملی به تشخیص کمیته فنی و تصویب شورا ضمن ابطال گواهینامه/تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، واحد مذکور ۲ سال از شرکت در فرآیند اعطای گواهینامه/تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان رعایت حقوق مصرف‌کنندگان محروم گردد.

۱۸: مراسم اعطای گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به واحدهای منتخب حتی الامکان در تاریخ ۹ اسفند ماه هر سال توسط سازمان حمایت و با همکاری انجمن ملی برگزار می‌شود.

۱۹: برای واحدهایی که در فرآیند به صورت داوطلبانه شرکت می‌کنند، اما موفق به دریافت گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان نمی‌شوند، گواهی شرکت در این ارزیابی به عنوان اهتمام برای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان صادر می‌شود. این گواهی با امضای دبیر شورای سیاستگذاری صادر خواهد شد.

۲۰: واحدهایی که طی ده دوره یا بیشتر موفق به کسب تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان شده‌اند، به عنوان بنگاه‌های اقتصادی مدال پیشکسوت معرفی می‌شوند. این بنگاه‌ها می‌بایست در فرایند ارزیابی سال

مورد بررسی نیز حائز شرایط دریافت تندیس طلا باشند، اما طی برگزاری همایش تندیس جدیدی به آنها اعطا نخواهد شد.

۲۱- موارد پیش بینی نشده

موارد پیش بینی نشده می بایست توسط دبیرخانه شورا، در شورا مطرح و با تایید حاضرین اجرایی گردد.

۲۲- حدود ارزیابی

ارزیابی ها در سطح بنگاهی، استانی و ستادی انجام می پذیرد.

۲۳- نتیجه ارزیابی

نتایج ارزیابی پس از تایید کمیته فنی در شورای سیاستگذاری به تصویب رسیده و اعلام عمومی می شود.

۲۴- مدارک مرتبط

چک لیست ارزیابی، سوابق و مستندات بنگاه، تاییدیه کمیته فنی تصویب شورای سیاستگذاری

۲۵- بایگانی سوابق

نسخه ای از سوابق در دبیرخانه شورا نگهداری می شود.

۲۶- مدارک منسوخ و باطل شده

با تصویب این آیین نامه، کلیه مدارک و مستندات قبلی منسوخ می گردد.

۲۷- اصلاح آیین نامه

اصلاح هر یک از مواد این آیین نامه با پیشنهاد و درخواست مشترک حداقل ۳ نفر از اعضای شورا در دستور کار سازمان حمایت قرار خواهد گرفت و با تایید وزیر صنعت، معدن و تجارت ابلاغ خواهد شد.

مفاد این آیین نامه بر اساس نظرات و پیشنهادات جدید اعضای شورای سیاستگذاری و حوزه های تخصصی سازمان حمایت در **۴ فصل، ۲۷ بند و ۲۳ تبصره** در شهریور ماه ۱۳۹۷ به تایید و تصویب سازمان حمایت رسیده است.

این آیین نامه اجرایی در تاریخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۸ به تصویب شورای سیاستگذاری رسیده و از همین تاریخ نیز لازم الاجراست.