

برترین خودروهای سال ۲۰۱۰ از دیدگاه مؤسسه JD Power

بررسی های مؤسسه مشورتی JD Power در خصوص تازه ترین نظرسنجی درباره قابلیت اعتمادپذیری (Dependability) خودروهای جهان در سال ۲۰۱۰ حاکی از آنست که اعتمادپذیری بلندمدت ۲۵ مورد از مجموع ۳۶ برند بررسی شده ، درمقایسه با مدت مشابه سال ۲۰۰۹ بهبود یافته است که این امر عملاً به معنای استمرار یک روند باثبات در زمینه بهبود درصنعت خودرو می باشد .

این بررسی که درواقع حاصل اندازه گیری مسایل و مشکلات تجربه شده مالکان اصلی و اولیه خودروهای سه ساله (مدل ۲۰۰۷) می باشد ، ۱۹۸ مشکل مختلف در بخش های مختلف را در برمی گیرد . همچنین قابلیت اعتمادپذیری کلی از طریق میزان (Level) مشکلات تجربه شده به ازای هر ۱۰۰ خودرو (PP100) تعیین میشود . براین اساس نمرات پایین تر نشان دهنده کیفیت بالاتر خودرو می باشد .

از سوی دیگر ، نتایج حاصل از این بررسی به طور گسترده ای توسط خودروسازان مختلف جهانی به منظور طراحی و تولید خودروهای دارای کیفیت بهتر مورد استفاده قرار می گیرد . همچنین به مشتریان نیز در انتخاب خودروهای جدید و همچنین دست دوم کمک می نماید .

یکی از یافته های جالب این بررسی موضوع تصورات (perception) مصرف کننده نسبت به موضوع کیفیت و اعتمادپذیری است . در این زمینه ارزیابی برندهای مختلفی که اعتمادپذیری بلندمدت آنان وضعیت مناسبی را نشان می دهد ، به دلیل نگرانی های خاص مصرف کنندگان نسبت به موضوع اعتمادپذیری با نرخ نسبتاً بالایی برخلاف عملکرد مناسب این خودروسازان است . این برندها شامل خودروهای کادیلاک ، فورد ، هیوندای ، Lincoln و Mercury هستند که عملاً دارای بالاترین فاصله وشکاف بین عملکرد اعتمادپذیری و تصورات مصرف کنندگان بوده اند .

به باور یکی از کارشناسان ارشد مؤسسه « تولید خودروهایی با کیفیت در کلاس جهانی تنها بخشی از میدان جنگ خودروسازان است ، چراکه متقاعد کردن مشتریان به این باور که کیفیت محصولات آنان نیز به همین نسبت بااهمیت است نیز موضوعی تعیین کننده است . تغییر مثبت تصورات مصرف کننده نسبت به کیفیت و اعتمادپذیری مستلزم زمان - در مواردی یک دهه و حتی بیشتر - است . براین اساس بهبود مستمر کیفیت و متقاعد کردن مصرف کنندگان نسبت به این دستاوردهای کیفی بسیار حیاتی است .

به باور این کارشناس ارشد مهمترین اقداماتی که میتواند تقویت تصورات مشتری درخصوص کیفیت بالا را به همراه داشته باشد عبارتند از :

ضمانت های مربوط به خدمات پس از فروش (Warranties) که درواقع نشان دهند ایمان و اعتقاد یک برند نسبت به محصول است .

درنظرگرفتن امکانات (features)؛ مواد (materials) و تکمیل کاری ها (finishes) در خودروهای لوکس

- و تضمین این امر که مدل های جدید نسبت به مدل های قبلی دارای کیفیت بهتر می باشند .

افزون بر موارد سه گانه فوق ، افزایش تلاش های ارتباطی درخصوص کیفیت بالای محصول و اعتمادپذیری با استفاده از روش های مختلف اعم از مدرن و کانال های سنتی از دیگر الزامات خودروسازان می باشد .

یافته های کلی این بررسی همچنین حاکی از آنست که قابلیت اعتمادپذیری خودرو در سال ۲۰۱۰ میلادی ۷ درصد بهبود یافته است . متوسط این میزان در سال ۲۰۰۹ میلادی 167 PP100 بوده است که این رقم در سال ۲۰۱۰ به 155 PP100 رسیده است . افزون براین نرخ تعویض قطعات (Component Replacement) نیز درمقایسه با سال ۲۰۰۹ کاهش یافته است .

حدود ۶۵ درصد از مالکان خودرو اعلام کرده اند که یک قطعه از خودروی خود را در سال ۲۰۱۰ تعویض کرده اند. این میزان در سال ۲۰۰۹ میلادی ۶۸ درصد بوده است.

جدول خودروهای برتر سال ۲۰۱۰

| ردیف | نام خودرو | تعداد مشکل به ازای هر ۱۰۰ خودرو |
|------|-----------|---------------------------------|
| ۱ | پورشه | ۱۱۰ |
| ۲ | Lincoln | ۱۱۴ |
| ۳ | بیوک | ۱۱۵ |
| ۴ | لکسوس | ۱۱۵ |
| ۵ | Mercury | ۱۲۱ |
| ۶ | تویوتا | ۱۲۸ |
| ۷ | هوندا | ۱۳۲ |
| ۸ | فورد | ۱۴۱ |
| ۹ | مرسدس بنز | ۱۴۲ |
| ۱۰ | Acura | ۱۴۳ |
| ۱۱ | هیوندای | ۱۴۸ |
| ۱۲ | کادیلاک | ۱۵۰ |
| ۱۳ | Infiniti | ۱۵۰ |
| ۱۴ | سوبارو | ۱۵۵ |

جدول متوسط صنعت (متوسط صنعت - ۱۵۵)

| | | |
|----|-------------|-----|
| ۱۵ | Saab | ۱۵۸ |
| ۱۶ | Saturn | ۱۶۴ |
| ۱۷ | بی ام دبلیو | ۱۶۵ |
| ۱۸ | GMC | ۱۶۵ |
| ۱۹ | کرایسلر | ۱۶۶ |
| ۲۰ | کیا | ۱۶۷ |
| ۲۱ | ولوو | ۱۶۷ |
| ۲۲ | Hummer | ۱۶۹ |
| ۲۳ | جاگوار | ۱۷۵ |
| ۲۴ | شورولت | ۱۷۶ |
| ۲۵ | نیسان | ۱۸۰ |
| ۲۶ | آئودی | ۱۸۲ |
| ۲۷ | Dodge | ۱۹۰ |
| ۲۸ | پونتیاک | ۱۹۲ |
| ۲۹ | مزدا | ۱۹۵ |
| ۳۰ | Scion | ۲۰۱ |
| ۳۱ | میتسوبیشی | ۲۰۲ |
| ۳۲ | Mini | ۲۰۳ |
| ۳۳ | جیب | ۲۲۲ |
| ۳۴ | فولکس واگن | ۲۲۵ |
| ۳۵ | سوزوکی | ۲۵۳ |
| ۳۶ | لندروور | ۲۵۵ |

Source : Just-auto.com , "JD Power identifies perception lag for some brands" , 18 March 2010

تهیه کننده : ممد ابراهیم فتاحی (۴۵۹۸)