

بررسی و تحلیل بازار خدمات پس از فروش خودرو در گذشته و آینده



HONAR-E-AFTAB PUBLICATION

۱۳۹۵

سرشناسه	جعفری، سیدعلی، ۱۳۵۹، گردآورنده، مترجم
عنوان و نام پدیدآور	بررسی و تحلیل بازار خدمات پس از فروش خودرو در گذشته و آینده/ ترجمه و تألیف سیدعلی جعفری، حسن نرج آبادیان، رضا کنجی خویباری؛ [به سفارش شرکت امداد خودرو ایران].
مشخصات نشر	تهران: هنر آفتاب، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۱۳۳ ص: مصور (رنگی)، جدول (بخشی رنگی).
شابک	۷-۳-۹۴۷۲۶-۶۰۰-۹۷۸-۱۲۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتاب حاضر از منابع مختلف گردآوری و ترجمه شده است.
موضوع	امدادهای جاده‌ای
موضوع	Emergency road service
موضوع	امدادهای جاده‌ای -- ایران
موضوع	Emergency road service -- Iran
شناسه افزوده	نرج آبادیان، حسن، ۱۳۴۶ -
شناسه افزوده	کنجی خویباری، رضا، ۱۳۵۵ -
شناسه افزوده	شرکت امداد خودرو ایران
رده بندی کنگره	۱۳۹۵ ب۷ج/ ۱۵۳ TL
رده بندی دیویی	۶۲۹/۲۸۶
شماره کتابشناسی	۴۲۹۴۵۹۰



HONAR--AFTAB PUBLICATION

www.honareaftab.ir

بررسی و تحلیل بازار
 خدمات پس از فروش خودرو در گذشته و آینده
 ترجمه و تألیف: سید علی جعفری - حسن نرج آبادیان - رضا کنجی خویباری
 ناشر: انتشارات هنر آفتاب
 ناظر: میثم عسگری
 طراح جلد: امیرحسین ایماغیان
 صفحه آرا: نادر رحمتی
 نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵ ه. ش
 شمارگان: ۵۰۰۰
 قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان
 مرکز پخش: ۸۸۶۹۴۳۹۳ - ۰۹۱۲۲۴۴۹۶۱۰
 شابک: ۷-۳-۹۴۷۲۶-۶۰۰-۹۷۸
 حق چاپ برای هنر آفتاب با مجوز امداد خودرو ایران محفوظ است.

فهرست مطالب

پیشگفتار ۷

بخش اول: بررسی و تحلیل سوابق بازار خدمات پس از فروش خودرو

فصل اول: خدمات پس از فروش خودرو در سراسر دنیا

۱-۱- مقدمه ۱۲

۱-۲- روند خدمات پس از فروش خودرو در دنیا ۱۴

۱-۳- خدمات پس از فروش ۶۵۰ بلیون دلاری خودرو در دنیا ۱۵

۱-۴- خدمات پس از فروش خودرو در آمریکای شمالی ۱۹

۱-۵- خدمات پس از فروش خودرو در ژاپن ۲۴

۱-۶- چشم انداز بازار خدمات پس از فروش ۲۷

فصل دوم: خدمات پس از فروش خودرو در اروپا

۲-۱- صاحبان اصلی بازار ۳۰

۲-۲- قیمت خدمات پس از فروش خودرو طی سال های ۲۰۰۲-۲۰۰۳ ۳۹

فصل سوم: مجموعه خودروهای کارکرده اروپایی

۳-۱- آمار خودروهای کارکرده اروپایی ۵۳

۳-۲- سن وسیله نقلیه ۶۱

۳-۳- مالکیت خودرو ۶۳

فصل چهارم: شبکه های توزیع در اروپای غربی

۴-۱- مقدمه ۶۵

۴-۲- شبکه های عمده فروشی: شبکه ها و خصوصیت ها ۶۶

۴-۳- گروه های خرید ۶۷

۴-۴- حق امتیاز مقطعی و محدود با قیمت پائین ۶۸

- ۷۰ ۴-۵- نمایندگی ها
- ۷۲ ۴-۶- گروه های تجاری
- ۷۹ ۴-۷- تجارت الکترونیک در بازار خدمات پس از فروش خودرو

بخش دوم: بررسی بازارهای خدمات امداد خودرویی در ده کشور منتخب

طی سال های گذشته و آتی

فصل پنجم: بررسی تقاضای پنهان (بازار بالقوه خدمات امدادی)

- ۹۰ ۵-۱- مقدمه
- ۹۱ ۵-۲- مفهوم تقاضای پنهان
- ۹۲ ۵-۳- روش محاسبه
- ۱۰۱ ۵-۴- سوالات متداول
- ۱۰۳ ۵-۵- خلاصه دستاوردها
- ۱۰۷ ۵-۶- بررسی سوابق بازار خدمات امدادی خودرو در ده کشور منتخب در بازه ی ۲۰۰۸ - ۲۰۱۵
- ۱۱۳ ۵-۷- چشم انداز بازار خدمات امدادی خودرو در ده کشور منتخب در بازه ی ۲۰۱۶ - ۲۰۱۸
- ۱۱۸ ۵-۸- مقایسه بازار خدمات امداد پایتخت های کشورهای منتخب در سال ۲۰۱۵
- ۱۲۰ ۵-۹- مقایسه بازار امداد خودرو در شهرهای منتخب ایران در سال ۲۰۱۵

بخش سوم: بررسی بازار خدمات شرکت امداد خودرو ایران طی سال های گذشته و آتی

فصل ششم: بررسی تقاضای امداد در شرکت امداد خودرو ایران

- ۱۲۴ ۶-۱- مقدمه
- ۱۲۵ ۶-۲- بررسی بازار خدمات امداد سیار و حمل شرکت امداد خودرو ایران

پیشگفتار

این کتاب از سه بخش اصلی تشکیل شده است که بخش اول به بررسی و تحلیل سوابق خدمات پس از فروش در دنیا بویژه قاره اروپا تا سال ۲۰۰۷ می‌پردازد که خود شامل چهار فصل ذیل می‌باشد:

- فصل اول مروری بر گردانندگان اصلی خدمات پس از فروش در سطح دنیا است و خصوصیات اصلی و روند حیدر خدمات پس از فروش آمریکای شمالی و ژاپن را تبیین می‌نماید. فصول بعد به خدمات پس از فروش اروپایی (از لحاظ وسعت، ساختار، شبکه های توزیع، عوامل مهم و موثر بر موارد فوق در هر سطحی از شبکه توزیع، نمودارهای کشورها) می‌پردازد.
- فصل دوم به طور خلاصه، به گردانندگان موثر تغییرات در خدمات پس از فروش اروپا می‌پردازد. همچنین برآوردهای ما در مورد حجم مالی و قیمت مصرف‌کننده محصولات خدمات پس از فروش مستهلک در فرانسه، آلمان، اسپانیا و انگلیس از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ را توضیح می‌دهد. تقاضا برای محصولات عمدتاً وابسته به کیفیت لوازم یدکی اصلی، تعداد خودروهای در حال عبور و مرور، سن متوسط خودروهای کارکرده، کاربری خودرو، متوسط عمر مفید لوازم یدکی خودرو است. اگرچه امروزه خودروها بیش از پیش در جاده‌ها و خیابان‌ها هستند، خدمات پس از فروش رکودی را تجربه نموده که علت آن کیفیت بهتر و افزایش عمر مفید لوازم یدکی اصلی خودروها و در نتیجه، نوآوری در فناوری است. حتی با افزایش عمر متوسط خودروها در سطح جاده‌ها، همچنان فرصت‌هایی برای توسعه بازار تعویض قطعات خودرو وجود داشته است.
- فصل سوم به بررسی بازار خودروهای کارکرده اروپایی بر حسب اندازه بازار، محدودیت‌های بهره برداری خودرو در هر کشور، عمر خودرو و انواع مالکیت خودرو می‌پردازد.
- فصل چهارم شبکه‌های توزیع اروپایی را توصیف خواهد کرد که در سطح خرده فروشی دارای سه شبکه متمایز توزیع‌کنندگان سنتی، نمایندگی‌ها و توزیع‌کنندگان مدرن هستند. از طرفی

نمایندگی‌ها خود شامل تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و شبکه‌های تعمیر خودرو هستند که با حق امتیاز خاص برند خودشان عرضه می‌شوند. همچنین شبکه‌های سنتی شامل تعمیرگاه‌های خصوصی و برخی فروشندگان تایر هستند. درحالیکه توزیع مدرن به شبکه‌های نوظهور مثل مراکز خودرو، هایپرمارکت‌ها^۱، مراکز خدمات خودرویی سریع^۲ و پمپ بنزین‌های چند خدمتی اطلاق می‌شود.

اگرچه همه این شبکه‌ها در همه کشورها موجودند، اهمیت آنها از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. به طور مثال در آلمان رانندگان برای مدتی طولانی از طرف نمایندگی‌های مجاز تولیدکنندگان خودرو حمایت شده و برای خودروهای خود، خدمات و تعمیرات دریافت می‌کردند. از سویی دیگر بازارهای انگلیس و فرانسه توسط بخش توزیع مدرن، متمایز می‌شدند. برای مثال، در انگلیس شرکت‌های خدمات خودرویی بسیار سریع، گسترش یافت و این امر جز با تسلط بر بازارهایی همچون اگزوز، کمک فنرها، باتری‌ها و لنت ترمزها میسر نبود. اما رانندگان ایتالیایی ترجیح می‌دادند از تعمیرگاه‌های شخصی محال^۳ به ندرت نتیجه شبکه سنتی برای تعمیر خودروهای خود استفاده نمایند. پیچیدگی و تعداد زیاد مراحل توزیع شرکت‌های خدمات پس از فروش ایتالیایی باعث شد تا همانند سایر نقاط اروپا دچار تعمیرات قابل توجهی نشوند. به همین دلیل با توجه به سطوح مختلف شبکه خدمات، بازار ایتالیا نسبت به سایرین از قیمت بالاتری برخوردار بوده است.

بخش دوم کتاب به بررسی بازارهای خدمات امداد خودرویی در جهان، از ده کشور منتخب می‌پردازد که در ابتدای بخش روش محاسبات انجام شده جهت تخمین و مقایسه داده‌ها توضیح داده خواهد شد و در ادامه به تحلیل سوابق امدادی کشورهای منتخب در بازه سال‌های ۲۰۰۸ الی

۱- فروشگاه‌های بسیار بزرگ که در آنها همه نوع جنسی از خرد تا کلان عرضه می‌شود.

۲- به مراکز خدماتی اطلاق می‌شود که مجموعه سرویس‌ها، تعمیرات محدود و مشخص و همچنین معاینه فنی‌هایی را با حداقل زمان ممکن ارائه می‌کنند. مشتریان می‌توانند با رزرو کردن توبت از طریق اینترنت، موبایل و تلفن به نزدیکترین مرکز مراجعه نموده و خدمات درخواست شده را دریافت نمایند.

۲۰۱۵ با شاخص‌های نسبی درصد سهم هر کشور نسبت به منطقه و جهان پرداخته و روندهای افزایشی و کاهش‌ی را طی نمودارهایی برای هر کشور نمایش داده است. در ادامه بخش، چشم‌انداز بازار بالقوه خدمات امداد خودرویی کشورهای منتخب در کنار مقایسه سهم آنها از منطقه و جهان در بازه سال‌های ۲۰۱۶ الی ۲۰۱۸ تشریح شده است.

بخش سوم کتاب به بررسی و تحلیل بازار خدمات امدادی شرکت امداد خودرو ایران به عنوان یکی از با سابقه‌ترین و بزرگترین شرکت‌های این حوزه پرداخته است. در این بخش مجموعه خدمات امدادی شرکت امداد خودرو ایران به دو دسته کلی عملیات حمل و امداد سیار تقسیم شده است. در نتیجه روند تقاضای این دو بخش از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۴ در این شرکت بررسی و آنالیز شده و برای سال ۱۳۹۵ نیز محاسبه تقاضای پنهان این خدمات مورد پیش‌بینی قرار گرفته است. در این بخش به دلایل نوسان ساضی خدمات امداد سیار در سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۲ اشاره شده است و عوامل موثر در افزایش سهم بازار شرکت امداد خودرو ایران در سال‌های اخیر از جمله بهبود زمان انتظار مشتری و همچنین افزایش راه‌اندازی از راه دور تشریح شده است.

در پایان شایسته است از همکاری آقایان مهندس سید حسین سید محمدی، اسداله امیری و سرکار خانم مهندس شیرین دل افروز که در فرآیند تهیه و تألیف این اثر ما را یاری نمودند کمال تشکر و قدردانی را به عمل آوریم.

همچنین خوانندگان گرامی می‌توانند نقطه نظرات و پیشنهادات خود را در خصوص محتوای کتاب به ایمیل ذیل ارسال نمایند.

shs.mohammadi@emdadkhodro.com