

۲۰۵۷۵۰

به نام خدا

آشنایی با فرصت‌های فروش و خدمات پس از فروش خودروهای سواری و تجاری در ایران

نویسندگان:

محمدرضا پهلوی

محمدرضا نوری

نجمه عنبری

حیدر امیران



مؤسسه زندگی علم

عنوان و نام پدیدآور	: آشنایی با فرصت‌های فروش و خدمات پس از فروش خودروهای سواری و تجاری در ایران / مؤلفین: محمدرضا سهیلی ... (و دیگران).
مشخصات نشر	: تهران: امیران، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۰ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۷۵-۹
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: مؤلفین محمدرضا سهیلی، محمدرضا نوری، نجمه عنبری، حیدر امیران.
موضوع	: اتومبیل‌ها -- ایران -- صنعت و تجارت
موضوع	: Automobile industry and trade -- Iran
موضوع	: اتومبیل‌ها -- ایران -- صنعت و تجارت -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: Automobile industry and trade -- Iran -- Case studies
موضوع	: اتومبیل‌ها -- صنعت و تجارت
موضوع	: Automobile industry and trade
موضوع	: اتومبیل‌ها -- ایران -- صنعت و تجارت -- خدمات مشتری
موضوع	: Automobile industry and trade -- Customer services -- Iran
موضوع	: اتومبیل‌ها -- صنعت و تجارت -- خدمات مشتری
موضوع	: Automobile industry and trade -- Customer services
شناسه افزوده	: سهیلی، محمدرضا، ۱۳۶۹-
زده‌بندی کنگرد	: TL۱۴۵/۵ ۱۳۵۰
رده‌بندی دیوینی	: ۹۲ ۲۲۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۰۰۵۶

نام کتاب: آشنایی با فرصت‌های فروش و خدمات پس از فروش خودروهای سواری و تجاری در ایران

نویسندگان: محمدرضا سهیلی، محمدرضا نوری، نجمه عنبری و حیدر امیران

ناشر: انتشارات امیران

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۷۵-۹

حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات امیران

طرح روی جلد: انتشارات امیران

قیمت کتاب: ۳۱۷۰۰۰ ریال



نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، روبروی درب اصلی پارک ملت، ساختمان صرصر، پلاک ۲۶۶۵.

طبقه دوم، واحد شماره ۱۷

تلفن‌های تماس: ۲۲۰۵۹۸۱۴ - ۲۲۰۴۱۸۱۲

پست الکترونیکی: amiranbooks@gmail.com

برابر قانون حمایت از مؤلفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت‌ها یا بخش‌هایی از کتاب به هر صورت منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هرگونه تکثیر و نسخه‌برداری کاغذی، الکترونیکی، کپی و یا تصویربرداری از این کتاب به هر صورت و کلی شرعا و قانونا ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی‌برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعا و قانونا حرام و قابل پیگرد قانونی است.

مقدمه‌ی نویسندگان

خودرو و خدمات بعد از فروش خودرو، نه تنها در ایران، بلکه در تمام جهان از بازار گسترده و وسیعی برخوردار است. به طوری که می‌توان این بازار و کسب‌وکارهای مرتبط با آن را از جمله‌ی کسب‌وکارهای طلایی و جذاب و فریبده‌ی مورد نظر همه کارآفرینان دانست. این بازار با گستره‌ی وسیعی که در حوزه‌ی فروش خودرو، قطعات و خدمات مرتبط با آن دارد، یکی از بزرگترین حوزه‌های کسب‌وکار و کاریابی در کشورها محسوب می‌شود و عملاً به عنوان موتور محرک صنایع محسوب می‌شود. بازار خودرو و خدمات خودرو در ایران نیز از این اصل مستثنی نبوده و همواره به عنوان موتور محرک اقتصاد ایران عمل کرده است. از اینرو، توجه به این عامل در هر نوع برنامه‌ریزی اقتصادی و صنعتی از اهمیت بسزایی برخوردار بوده و می‌بایست برای آن حساب جداگانه و ویژه باز کرد.

کتابی که پیشرو دارید، با توجه به اهمیت این موضوع می‌باید و در پی آن بوده تا از نگاه کارآفرینی و در قالب اعداد و ارقام اندازه‌ی بازار این کسب‌وکار، تحلیل‌های کاربردی، مرتبط با آن ارائه نموده و در این خصوص به تحلیل عوامل فرصت آفرین در ایران بپردازد.

بی شک، چنانچه صنعت خودرو و کسب‌وکارهای مرتبط با آن مورد نظر قرار دهیم می‌توان، به فرصت‌های نابی پی ببریم که می‌توانند اقتصاد کشور را دچار تحول بنیادین نموده و فرصت‌های بزرگی را پیش روی ما قرار بدهند. در این کتاب، موضوع اندازه‌ی بازار فروش انواع خودرو در کلاس‌های مختلف (واردات و تولید، تعمیرات و خدمات آن و نیز تحلیل‌های کارآفرینی مرتبط مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته و سعی شده این اعداد در قالب عوامل فرصت آفرین مورد بررسی و تحلیل قرار بگیرند. با این مقدمه، امیدوارم این کتاب منشأ و خالق تکانه‌های استراتژیک برای شما دانشمندان قرار گرفته و در این زمینه بتواند فرصت‌های ناب را در اختیار شما عزیزان قرار بدهد.

اینجانبان در تالیف این کتاب از منابع و مراجع مختلف و نیز آراء و نظرات بسیاری از افراد متخصص استفاده کرده‌ایم که امکان ذکر نام همه‌ی آنها میسر نیست. ولی در اینجا برخود لازم می‌دانیم از تمامی دوستان و همکاران شکر و قدردانی ویژه نموده و برای آنها آرزوی موفقیت و سلامتی بنماییم.

به امید روزی که جمله MADE IN IRAN خود گویای کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد.

انشاءالله

محمد رضا سهیلی (کارآفرین در حوزه واردات و فروش انواع خودرو و قطعات یدکی خودرو)،

نجمه عنبری (مدیر اجرایی و بازرگانی خارجه گروه witte lastrop)،

رضا نوری (مدیر مجموعه مشاوره سرمایه‌گذاری نور در کشور ایتالیا)

و دکتر حیدر امیران (موسس گروه سرمایه‌گذاری و کارآفرینی کارآفرین و عضو هیئت علمی

تمام وقت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز)

فهرست مطالب |

۷	بخش اول : نگاهی به تاریخچه صنعت خودرو در ایران و جهان
۸	فصل اول: تاریخچه خودروسازی جهان و آشنایی با شرکت‌های مهم خودروسازی جهان
۱۱	فصل دوم: خودروسازی در ایران و ادغام‌های بزرگ شرکت‌های خودروساز کشور
۱۵	بخش دوم: بررسی آماری کسب و کار خودرو در ایران
۱۶	فصل سوم: برآورد و تخمین اندازه بازار خودروهای سواری در ایران
۱۹	فصل چهارم: برآورد و تخمین اندازه بازار خودروهای تجاری در ایران
۴۳	بخش سوم نگاهی به صنعت خودرو در جهان و ایران
۴۴	فصل پنجم: تحلیل صنعت خودرو در ایران و جهان
۵۰	فصل ششم: تغییر رویکردهای خدمات خودرو در ایران
۵۱	فصل هفتم: بررسی وضعیت خدمات خودرو در کشورهای ژاپن، آلمان، کره جنوبی، چین، تایلند، هند، مالزی و ترکیه
۵۵	فصل هشتم: آشنایی با شرکت‌های مهم خودروسازی جهان
۵۹	بخش چهارم: نمایه‌های آماری در خصوص صنعت خودرو در کشور
۶۰	فصل نهم: بررسی نمایه‌های آماری انواع خودرو (تجاری و سواری) در کشور
۶۵	فصل دهم: آشنایی با کسب و کار خدمات خودرو در ایران و نگاهی به نمایه‌های آماری خدمات انواع خودرو (تجاری و سواری) در کشور
۹۴	فصل یازدهم: تحلیلی بر اطلاعات و سوابق صنعت خودرو از گذشته تا اکنون و آرایه تصویری از آن در آینده در دو بخش تولید خودرو، سواری و تجاری و خدمات بعد از فروش آنها
۹۸	فصل دوازدهم: بررسی نقاط قوت و ضعف صنعت خودرو در ایران
۱۰۲	فصل سیزدهم: نگاهی به تجربیات موفق خودروسازان جهان و عملکرد آن (تولید، فروش و خدمات بعد از فروش)
۱۰۵	فصل چهاردهم: آرایه تحلیل‌ها و پیشنهادها کاربردی و اجرایی برای کسب و کار خودرو ایران
۱۱۰	فصل پانزدهم: آشنایی با کسب و کار خودروهای لوکس در ایران
۱۱۳	بخش پنجم: پارادایم‌های آینده
۱۱۴	فصل شانزدهم: پارادایم‌های آینده در فروش و بازاریابی خودرو در ایران و آینده‌پژوهی در این حوزه
۱۱۶	فصل هفدهم: نگاهی به فرصت‌های نوین خدمات خودرویی در ایران
۱۲۰	منابع و مآخذ