

## عنوان مقاله:

چالش های پیش روی خدمات پس از فروش در صنعت خودرو

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

سعید مداحی - دانشجوی کارشناسی ارشد کیفیت جامع خودرو، دانشگاه جامع علمی کاربردی (مرکز ایران خودرو)، تهران، ایران

عباس برانلو - دانشجوی کارشناسی ارشد کیفیت جامع خودرو، دانشگاه جامع علمی کاربردی (مرکز ایران خودرو)، تهران، ایران

مجید عاشوری - دانشجوی کارشناسی ارشد کیفیت جامع خودرو، دانشگاه جامع علمی کاربردی (مرکز ایران خودرو)، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

بررسی تحولات سال های اخیر نشان می دهد، که خدمات به صورتی وسیع گسترش یافته و این روند در سال های آتی با سرعت بیشتر توسعه می یابد. صنعت کوچک و خدمات بزرگ می شود. مدیران مؤسسات تولیدی و خدماتی در کلیه بخش های دولتی، تعاونی و خصوصی به تدریج پی می برند که تنها کیفیت محصول نمی تواند موجب تمایز آن ها از دیگران شود بلکه باید کانون توجه را از بازار گرایی به مشتری گرایی تغییر داد، همواره تعیین هزینه های تولیدکننده که در خدمات گارانتی متحمل می گردد، بوده است. این هزینه ها شامل هزینه تعویض، هزینه تعمیر و ... در طول عمر یک محصول هستند. تئوری تعویض در مطالعات بسیاری برای مدل سازی قطعات معیوب مورد استفاده قرار گرفته است. خدمات یکی از بخش های اقتصاد است که با توسعه روزافزون مواجه بوده است، در کشورهای پیشرفته بخش خدمات درصد چشمگیری از منابع و فعالیت ها را به خود اختصاص می دهد و ارزش افزوده متنابعی ایجاد می کند.

## کلمات کلیدی:

خدمات، خدمات پس از فروش، صنعت خودرو

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/504623>

