



پروپوزال پیشنهادی

شرکت فن آوران خودرودک آتی نگر

www.khodroyadak.com

آدرس دفتر مرکزی: تهران، پایین تر از میدان جمهوری، جنب غربی مترو نواب، برج سهیل، واحد ۲۰۴

تلفن: ۶۶۶۸۴۴۰۶ ، ۶۶۶۷۹۴۱۳

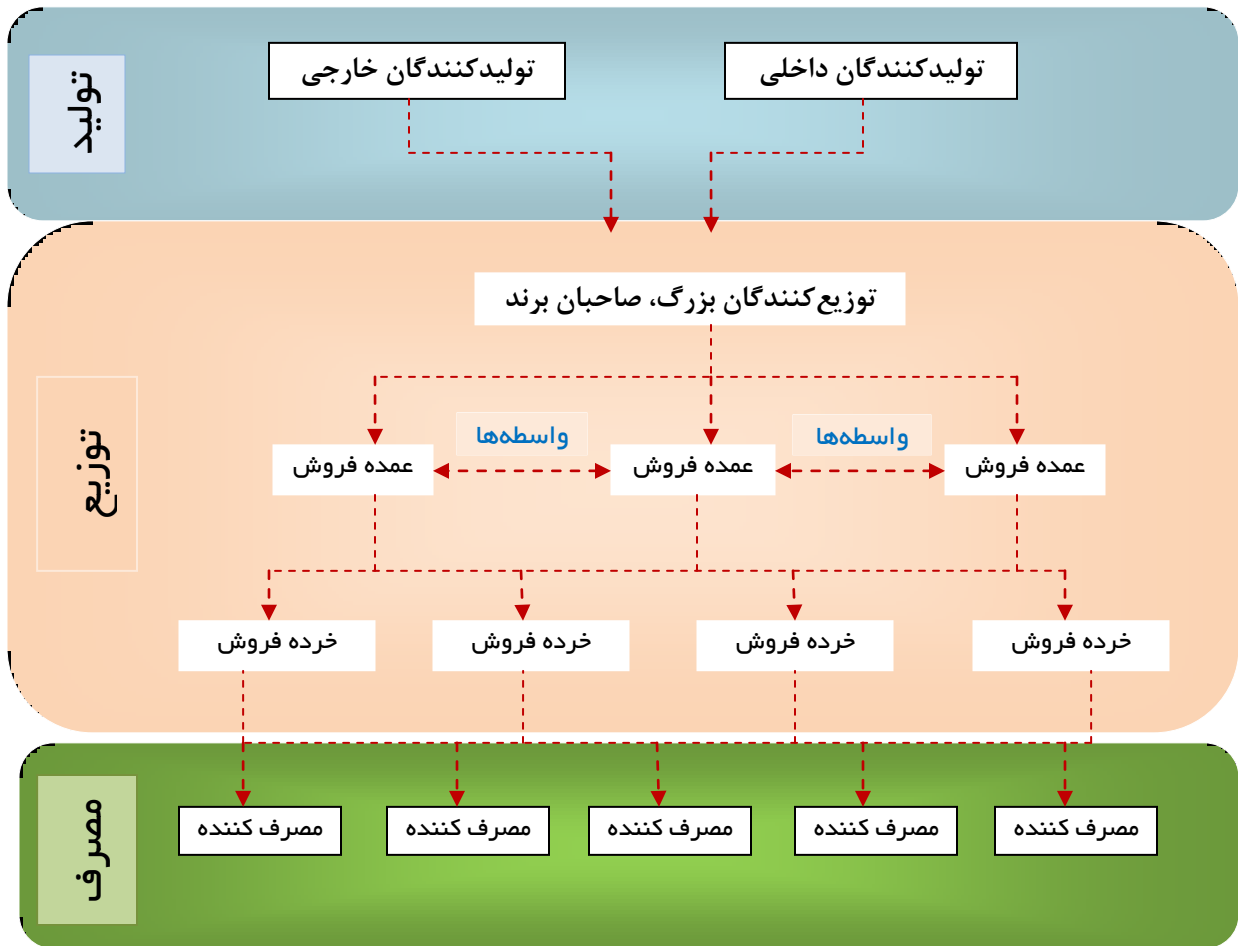
مقدمه

صنعت خودروسازی، پس از صنعت نفت، بزرگ‌ترین صنعت در ایران است. اهمیتی که این صنعت برای دولت دارد، سبب شده همچنان تولیدکنندگان داخلی از حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم برخوردار باشند و این درحالی است که خودروهای تولیدی در ایران با تولیدات روز دنیا فاصله قابل تاملی دارد.

اگر خودروهای ساخت داخل از کیفیت خوبی برخوردار نیستند و بین قیمت و کیفیت آن تناسب کمتری وجود دارد، دلیل آن ناکارآمدی قطعه سازان نیست، بلکه علت را باید در خطوط تولید خودرو و مدیریت آن جستجو نمود.



نگاهی مختصر به زنجیره تولید تا مصرف قطعات یدکی در ایران



نمایش زنجیره تولید تا مصرف لوازم یدکی

تولیدکنندگان

یکی از عوامل رشد صنعت خودروسازی در کشور، صنعت قطعه‌سازی است. به نظر می‌رسد رشد این صنعت در ایران به دلایل زیر از رشد صنعت خودرو سازی پیشی گرفته است:

- ✓ سرمایه‌گذاری و مدیریت بخش خصوصی در ساخت قطعات خودرو
- ✓ وجود مزیت نسبی در ساخت برخی قطعات در کشور
- ✓ استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا در ساخت قطعات توسط برخی تولیدکنندگان

البته اولین حلقه این زنجیره فقط تولیدکنندگان داخلی نبوده و تولیدکنندگان خارجی را نیز باید در نظر گرفت. اعم از تولیدکنندگان شناخته شده و معتبر و تولیدکنندگان بی نام و نشانی که محصولات آنان با کیفیت‌های گوناگون از راه‌های رسمی و غیر رسمی وارد زنجیره می‌شوند.

توزیع‌کنندگان

طولانی‌ترین قسمت این زنجیره را توزیع‌کنندگان تشکیل داده‌اند. توزیع‌کنندگانی که با پیروی از ساختارهای سنتی، همچنان در تعیین جایگاه تولیدکنندگان در بازار، نقش آفرینی می‌کنند.

علی رغم اینکه در بخش تولید قطعات، پیشرفت‌های ارزشمندی حاصل شده و سطح دانش و تکنولوژی برخی تولیدکنندگان شایسته تقدیر می باشد ولیکن بخش توزیع متناسب با تولید رشد ننموده و همچنان روشهای سنتی بر توزیع سایه افکنده است. نهایت به روز بودن توزیع کنندگان در راه اندازی وب سایت و استفاده از اینترنت خلاصه شده و متأسفانه بسیاری از آنان حتی با ساده ترین مفاهیم توزیع آشنا نیستند.

طولانی بودن زنجیره در بخش توزیع و کم هزینه بودن ورود به این بخش از یکطرف و عملکرد سنتی توزیع کنندگان و عدم بهره‌مندی آنان از دانش فنی از طرف دیگر سبب شده:

✓ هزینه های توزیع افزایش یافته و این مصرف کننده است که باید این هزینه را پرداخت نماید
افزایش هزینه‌های توزیع سود، توزیع کنندگان را تحت الشعاع قرار داده و آنها را وادار خواهد نمود که برای پایین آوردن قیمت، تولیدکنندگان را تحت فشار قرار دهند.

✓ توزیع کنندگان برای سهولت در توزیع و کسب سود بیشتر به برندسازی اقدام نموده و در جهت تثبیت برند خود تلاش خواهند نمود. لذا تولیدکننده جایگاهی در ذهن مصرف کننده نخواهد داشت.

✓ پایین بودن توان رقابتی برخی توزیع کنندگان باعث توزیع اقلام بی کیفیت در بازار می شود.

مصرف کنندگان

مصرف کنندگان در این بازار پر تلاطم در پی یافتن راهی برای دستیابی به اقلام با کیفیت و با قیمت مناسب هستند و با چالش های بسیاری در این زمینه روبرو هستند و می بایست هزینه این چرخه معیوب را پرداخت نمایند.

آیا تولید کنندگان توان توزیع قطعات را ندارند؟

شاید در نگاه اول توزیع برای یک تولیدکننده که با صرف هزینه و دانش زیاد به تولید اقدام نموده امری آسان به نظر برسد ولیکن همانطور که تولید مستلزم وجود دانش فنی است توزیع نیز نیازمند تجربه و تخصص است. غلبه نگرش تولید محور بجای نگرش بازار محور در تولید کنندگان و پیرنگ بودن ساختار سنتی در بخش توزیع موجب شده که نتایج مطلوبی از ورود تولیدکنندگان در عرصه توزیع حاصل نشود. حتی اگر تولیدکننده ای بخواهد امر توزیع را بصورت علمی دنبال نماید می بایست با ساختار سنتی کاملاً آشنا باشد چرا که به یکباره نخواهد توانست این شبکه عظیم سنتی را با ارتباطات پیچیده، کنار بزند.

پیشنهاد

شرکت فن آوران خودرو یدک، پس از تحقیقات گسترده‌ای که با کمک مشاورین مجرب انجام داده، با تکیه بر بیست سال سابقه فعالیت در این بازار سنتی، برای اولین بار با استفاده از روشهای علمی توزیع، برای تولید کنندگان بعنوان حلقه اول زنجیره و برای مصرف کنندگان بعنوان حلقه آخر، اقدام به پیاده‌سازی سیستم یکپارچه توزیع لوازم یدکی خودرویدک نموده است تا مزیت‌های پایداری را به روش‌های زیر ایجاد نماید:



سیستم یکپارچه لوازم یدکی خودرویدک

- ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای با بهره‌گیری از سیستم یکپارچه برای فروش قطعات به مصرف‌کنندگان نهایی

- توزیع قطعات به خرده‌فروشان و جلوگیری از طولانی شدن زنجیره توزیع

- عرضه قطعات با نام و نشان تولیدکنندگان و جلوگیری از برندسازی

- کاهش هزینه‌های توزیع از طریق بهبود فرآیند انبارداری و لجستیک

- افزایش سطح خدمات ارائه شده به مشتریان

سپاس