

رویکرد به ساخت داخل در استراتژی توسعه صنعتی خودرو

روح‌الله شرفیان اردکانی

شرکت تام ایران خودرو، بخش طراحی

Sharafian_ar@alum.sharif.edu

چکیده:

علاوه بر تاثیر پارامترهای اقتصاد کلان شامل نرخ تورم و ارز و سیاستهای اقتصادی کلان کشور در حمایت از صنایع و ساخت و تولید داخل، تدوین چشم‌انداز، استراتژی و برنامه برای صنایع مختلف با ماهیت متفاوت امری ضروری است. بنابراین توجه به استراتژی مناسب توسعه در صنعت خودرو با ویژگی حجم بالای گردش پول و اعتبار و اشتغال لازم است.

استراتژیهای درونگرا، برونگرا و مالکیت برند، سیاستهای مختلفی را در زیرمجموعه صنعت خودرو وارد می‌کنند که لزوماً باعث کاهش سهم توانمندی داخلی از لحاظ دانش فنی و ساخت نیستند. اما سهم تولید داخل از زنجیره ارزش تولید خودرو است که در نگاههای فوق دارای تفاوت است. بنابراین تعیین استراتژی و امور اجرایی سیاستها در شکل‌گیری سهم ساخت داخل در زیرمجموعه صنعت خودرو موثر است.

صنعت خودرو شامل تولید خودرو، قطعه‌سازی، خطوط تولید، تجهیزات، خدمات مهندسی، بازاریابی، فروش و تحقیق و توسعه است. تفکیک بخشهای مختلف صنعت خودرو از یکدیگر بر اساس بسترهای آماده، مسیر طی شده تاکنون، نیاز آینده و اقتصاد کلان کشور با توجه به تعریف درست از مالکیت برند در سیاستهای ساخت داخل خودرو، قطعات و تجهیزات بسیار مهم است. بنابراین روشها و سیاستهای مختلفی در استراتژیهای معمول خودروسازی تبیین می‌شود تا سهم منطقی از ساخت داخل، دانش فنی و یا ظرفیت نرم‌افزاری کسب شود که لزوماً سهم حداکثر نخواهد بود چرا که زیرساختهای سرمایه‌ای، مهارتی، اقتصادی و نیروی انسانی در این مسئله دخالت مستقیم دارند.

کلمات کلیدی:

صنعت خودرو، استراتژی، ساخت داخل