



ترکیه شریک تجاری خوب یا بد در تولید برند مشترک خودروی برقی؟

رضا آریاراد^۱، سحر شهرازی^۲، محسن صباحی^۳

۱- کارشناس مالی صنعت خودرو

۲- کارشناس محیط زیست وزارت صمت

۳- کارشناس مالی صنعت خودرو

چکیده:

ترکیه را می توان یک کشور نوظهور در صنعت خودروسازی به حساب آورد، کشوری مسلمان با جغرافیای منحصر بفرد آسیایی اروپایی که در نقطه تلاقی دو قاره آسیا و اروپا قرار دارد. وجود این موقعیت جغرافیایی و دسترسی به بازارهای آسیایی و اروپایی سبب شده است این کشور در زمینه های تولید خودرو، پایگاه خودروسازی مارک های معروف جهانی مانند فورد، هوندا، هیوندای، مرسدس، رنو و تویوتا بوده و سالانه ۱.۵ میلیون دستگاه خودرو مونتاژ و بالغ بر ۳۱.۶ میلیارد دلار صادرات داشته باشد و چیزی حدود ۷۸ درصد از آن را به اروپا صادر نماید. این مقاله قصد دارد با لحاظ ارزشمندی و امتیاز بالای تولید خودروی برقی بر محیط زیست و فواید زیست محیطی و همچنین صرفه اقتصادی و جذابیت بازارهای بین المللی برای آن، به پتانسیل های بالای شرکت های خودروساز ایرانی و موقعیت و جایگاه مناسبی که کشور ترکیه در زمینه خودرو در چند سال اخیر کسب کرده است، تحلیل و چشم اندازی در خصوص امکان تولید یک برند خودروی مشترک ایرانی ترکیه ای با اهداف صادراتی داشته که با توجه به پتانسیل مناسب دو کشور مسلمان همسایه؛ با وجود اشتراکات فرهنگی و منافع مشترک و همچنین با توجه به اعمال تحریم های یکجانبه و ظالمانه آمریکا علیه دو کشور (ایران و ترکیه) امکان ارتباط عمیق تر در قالب همکاریهای مشترک بدین وسیله فراهم گردد. واژگان کلیدی: خودروی برقی، تولید، برند، همکاریهای مشترک، محیط زیست، تحریم