



دومین کنفرانس ملی روماتولوژی

با وجود اینکه شرکت‌های خودروسازی از اواخر دهه ۷۰ همگی استراتژی‌های توسعه صادرات را در برنامه‌های خود اعلام می‌کردند و اهداف آنها نیز ارقامی بلندپروازانه بود، اما این ارقام تاکنون تحقق نیافته است. کارشناسان و تحلیلگران این صنعت معتقدند تولیدات داخلی کشور هنوز به مزیت‌های نسبی جهان نرسیده و این محصولات نمی‌توانند همپای محصولات جهانی در بازارهای بین‌المللی جایگاه خود را پیدا کنند و اگر خودروسازان کشور بخواهند در بازارهای بین‌المللی با خودروسازان دنیا رقابت کنند باید دولت در بهبود برنامه‌های اقتصادی کشور، با دعوت از بزرگان خودروسازی جهان و ایجاد زمینه همکاری مشترک با آنان و با از بین بردن انحصارگرایی نزد خودروسازان کشور، در بهبود تدریجی صادرات کمک کند. اما متأسفانه در ایران برخلاف کشورهای همسایه از جمله ترکیه و هند که طی این سال‌ها از رشد قابل توجهی در زمینه صادرات برخوردار بوده‌اند، سهم بخش خصوصی از تولید یا مونتاژ کمی خودرو فقط پنج درصد از کل تولید سالانه بوده و مابقی در اختیار دو خودروساز بزرگ است اگرچه این دو خودروساز تاکنون توانسته‌اند به کشورهای بلاروس، مصر، سوریه، ونزوئلا، عراق و چند کشور دیگر خودرو صادر کنند ولی سهم آن‌ها از حضور در بازارهای جهانی بسیار ناچیز بوده است.



بارکد

از موبایل خود به عنوان بارکد خوان استفاده نمایید.