

تاریخچه درخشش سی ساله تایوان

شروع برای ابداعات یک حرکت عظیم

می شود، خود هزینه ای بالا در بر دارد. این کارخانه نزدیک به هفتاد نفر را در آغاز استخدام می کند که این رقم نصف مقدار نیروی استخدامی در تایوان است. هدف، پوشش دادن بازار داخلی چین و تمام یا حداقل، بیشتر بازارهایی است که از تایوان تغذیه می شوند. در نتیجه هزینه تولید تنها عامل مورد بحث نیست. انتقال به چین به وظیفه و مسئولیتی مهم راجع به ماشین آلات وارداتی تعبیر شده است.

به صورت قانونی، حق گمرکی به ماشین آلات مربوط به پای افزارها که وارد چین می شوند، تعلق نمی گیرد که این امر شامل حال کشورهای عضو و تو نیز می شود، اما چه می توان کرد، زیرا که پرداخت گمرک یک وظیفه است و نمی توان از آن شانه خالی کرد، چه برای محصولاتی که دارای تعرفه هستند و چه آنهایی که در آینده از این قانون مستثنی می شوند. این هزینه که به نظر کافی نیز می آید، طی ۵ سال جمع آوری و استرداد می شود و جای تعجبی ندارد که سازندگان از پرداخت آن ظفره می روند به خصوص که این مقدار ۳۸ درصد تعریف شده باشد. پر واضح است که مشکل از ناحیه سازندگان داخلی است. این مسئله نمایش خوبی از محصولات چینی است که ظاهرشان بسی بهتر از واقعیت درونی شان است.

CCM معتقد است که شرکت بر پایه "5G&IR" بنیان گذاری شده است که این شعار به معنای اعتبار خوب، کیفیت خوب، خدمات خوب، مدیریت خوب، نتیجه خوب و قیمت مناسب می باشد.

بر خلاف شرکت های فراوان، CCM تلاش زیادی را برای تثبیت ادعاهایش به کار می گیرد و در این میان به ISO ۹۰۰۲ و اعتبار نامه CE خود افتخار می کند.

قطعاً ISO را به دلیل رعایت نظم و انضباط در فعالیت های داخل شرکت دریافت کرده، زیرا آن گونه که شنیده می شود خریداران کمتری در خارج اروپا یا آمریکا اهمیت به نظم و انضباط می دهند و در عوض قیمت برای آن ها ملاک است. مثلاً در چین، قیمت تنها عامل با اهمیت برای خریداران است. اعتبار نامه مسئله ای وقت گیر و گران است. اما برای سرمایه گذاری داخلی ارزش وقت گذاشتن و صرف هزینه را دارد.

امروزه CCM کاملاً آماده ارائه خدمات کامل و فوری است و به جز مراحل آماده سازی و پایانی کار، تمام خطوط تولید پا افزارها در داخل کشور ساخته و تولید می شود.

سی سال سابقه درخشان در این صنعت خود پاسخگوی خوبی برای سوال هاست و تلاش کارخانه های امروزی را برای رقابت با صنایع قدیمی تر با بن بست مواجه می کند.

حدود ۳۰ درصد از فروش محصولات برای خطوط تولیدی، جدید است؛ در حالی که ۷۰ درصد بقیه برای ماشین آلات جانشین می باشد.

در حالی که ۲۰ هزار متر مربع در چنگوآ (Chang hua) (تای چونگ) و منطقه ای جدید در گوآنگ ژو برای خطوط تولید اختصاص داده شده، CCM یک تنه و از یک پارکینگ معمولی موفق شد با شناخت یک کانویور ساده خود را به افتخار امروزی برساند.

ن دسته از افراد که در پارکینگ منازل شان اقدام به ساختن ابداعات خود نموده و پس از چندی به عنوان رئیس شرکت های مولتی میلیون دلاری مشهور می شوند، موضوع توجه ما هستند. از این گونه افراد می توان به پال ال سی چنگ ((CPAL، L.C.Chang اشاره کرد که حدود ۳۰ سال پیش اقدام به ساخت اولین دستگاه انتقال دهنده (و یا کانویور Conveyor) در پارکینگ منزلش کرد. امروز، چنگ ریاست کمپانی ماشین آلات جوآن چای (CCM Chuan Chy Machine) را که بزرگترین سازنده ماشین آلات ساخت پا افزار در کل دنیاست، را بر عهده دارد. این کانویور در آغاز برای صنعت غذا استفاده می شد، اما در اواخر دهه ۱۹۶۰ صنعت جدیدی در تای چونگ، منطقه مرکزی تایوان، حضور خود را اعلام کرد. یکی از دوستان از وی درخواست کرد که یک کانویور برای کارخانه کفشش بسازد که وی امروزه بزرگترین کارخانه تولید کفش را در جهان داراست. در آغاز، چنگ تمام امور را خود انجام می داد. ماشین تولید می کرد، آن ها را می فروخت و سرویس می کرد و در واقع تجارت او با کمک صنعت کفش تایوان راه پیشرفت را هموار نمود.

دستگاه کانویوری که چنگ ابداع کرده بود، در انتهای مسیر به پرش پاشنه کفش (منگنه، پاشنه) و سپس قسمت گرمایی می رسید.

امروزه این شرکت درآمدی بالغ بر ۱۵ میلیون دلار دارد و صد در صد محصولاتش را صادر می کند، زیرا بنا به گفته ویکتور چنگ، فرزند پال چنگ، بازار داخلی برای محصولات پدرش وجود ندارد!

همین مسئله خود گویای وضعیت صنعت کفش در تایوان است. اما لازم به ذکر است که وضعیت همیشه بدین منوال نبوده و خود شرکت معتقد است که طی سال های اخیر بسیاری از بازارهای داخلی را پوشش داده است.

خوشبختانه بازارهای دیگری نیز در این میان وجود دارند، گر چه پیشرفتی در کارشان مشاهده نمی شود، اما در تمام نقاط گسترش دارند.

آفریقای جنوبی مدت ۹ سال محصولات خود را از CCM خریداری می کرد و مکزیک از زمان تصویب نفتا NAFTA (توافقنامه تجارت آزاد آمریکای شمالی) از محصولات چنگ استفاده می کرد.

نیو بالانس (NEW BALANCE) برای ده خط تولیدش در آمریکا مشتری CCM بوده و اندونزی هم قول داده به محض مرتفع شدن مشکلات، محصولات چنگ را خریداری نماید. ژاپن مدت بیست سال از مشتری های دائم این شرکت محسوب می شد، اما در حال حاضر حضوری کم رنگ تر دارد.

در عوض، کشور چین بزرگترین بازارها را دارد و رشد تجارت طی ده سال گذشته به حدی رسیده که اخیراً کارخانه ای جدید در گوآنگ ژو احداث و راه اندازی شده است. این مسئله، بهره وری بالایی به دنبال دارد، اما تا اندازه ای خواهد که پاسخ قشر جویای کار را داده باشد.

واکنش دیگر به محصولات، هجوم سازندگان دیگر به سوی چین به منظور استفاده بهینه از هزینه های پایین این کشور است. اما این نکته صد درصد اجرا نمی شود.

ویکتور چنگ می گوید: "گر چه هزینه کار در چین به مراتب پایین تر از تایوان است، در کل هزینه تولید پایین تر نمی باشد، زیرا برقی که از تایوان و ژاپن وارد

منبع: Business management