



اطلاع‌رسانی

آیا ویتنام باید به دنبال بومی‌سازی تولید پارچه باشد؟

در تمامی کشورهای صادرکننده مهم زمانی فرا می‌رسد که تامین‌کنندگان بالادستی خواستار بومی‌سازی می‌شوند. در این مقاله به بررسی ایده بومی‌سازی تولید پارچه در ویتنام و در نتیجه کاهش وابستگی آن به واردات می‌پردازیم.

بومی‌سازی اجزا برای مثال تولید آن‌ها در داخل ممکن است منطقی به نظر برسد. برای نمونه اجزای الکترونیکی یکی از مهم‌ترین صنایع صادراتی ویتنام محسوب می‌شوند. سرمایه‌گذاری بر روی تولید اجزا در داخل یک استراتژی محتاطانه است. ممکن است زمانی برسد که ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا واردات محصولات الکترونیکی حاوی اجزای ساخت چین را محدود کنند. بنابراین حرکت به سمت تولید داخلی نه تنها از مشکلات احتمالی آینده جلوگیری می‌کند بلکه برای مشتریان وارداتی مهم ویتنام نیز از اهمیت زیادی برخوردار خواهد بود.

با این حال آن‌چه که در مورد محصولات الکترونیکی حقیقت دارد ممکن است در مورد پوشاک صدق نکند چون انتخاب پوشاک اصلاح و تکمیل شده معمولاً توسط واردکننده تعیین می‌شود. از سوی دیگر تولید پارچه در داخل کشور همیشه یک بازی احمقانه و تله‌ای است که راه فراری ندارد. برای بومی‌سازی تولید پارچه دو استدلال وجود دارد:

۱. پارچه حدود ۶۰ درصد قیمت فوب (قیمت تا لحظه تحویل بر روی کشتی) لباس را تشکیل می‌دهد. بنابراین جایگزین کردن پارچه وارداتی با پارچه تولید شده در داخل به نفع همه است.

۲. کارخانجات تولید پوشاک در بیشتر نقاط کشور برای صادرات پوشاک مجوز واردات بدون گمرک پارچه را دارند. متأسفانه بیشتر این پارچه‌های وارد شده برای تولید پوشاک و فروش آن در داخل کشور مورد استفاده قرار می‌گیرند.

بی‌شک هر دو استدلال فوق غیر قابل انکار است. با این حال هر نفعی که از تولید داخلی پارچه حاصل می‌شود به شدت تحت تاثیر هزینه‌های آن قرار می‌گیرد به ویژه این که این بومی‌سازی چطور حاصل می‌شود و مهم‌تر از آن چه کسی قرار است بهای چیزی را که احتمالاً به یک سرمایه‌گذاری چند میلیارد دلاری تبدیل خواهد شد، بپردازد. دو احتمال وجود دارد:

جایگزین اول: سرمایه‌گذاری چند میلیارد دلاری صنعت نساجی

کارخانجات تولید پوشاک پارچه مورد نیاز خود را وارد می‌کنند چون برای تولید آن در داخل کشور مشکلاتی وجود دارد. قیمت بالا، کیفیت پایین و قابل اعتماد نبودن تحویل از جمله این مشکلات

هستند. تقریباً در تمامی این موارد تولیدکنندگان پوشاک ترجیح می‌دهند به جای خرید پارچه از تولیدکنندگان داخلی آن را وارد کنند به این دلیل ساده که کارخانجات داخلی پارچه مورد نیاز و مطلوب آن‌ها را تولید نمی‌کنند.

برای رفع این مشکل لازم است تا کارخانجات نساجی یا دولت میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری کنند. بعضی از مشکلات این کار عبارت است از:

۱. پول مورد نیاز باید پیش از هر بازگشتی پرداخت شود برای مثال چنانچه کارخانه نساجی ویتنامی قصد فروش چیزی را داشته باشد باید اول چیزی برای فروش در اختیار داشته باشد.

۲. به محض این که آن کارخانه امکانات لازم را فراهم و واحدهای تولیدی مورد نیاز را تاسیس کرد باید بتواند مشتری را برای کنار گذاشتن تامین‌کننده خارجی موجود و روی آوردن به تامین‌کننده داخلی جذب کند.

بنابراین کارخانه نساجی داخلی باید چیزی بیشتر از تامین‌کننده فعلی مشتری برای ارایه دادن در اختیار داشته باشد مثل قیمت پایین‌تر، کیفیت بهتر، تحویل مطمئن‌تر و غیره.

۳. تولیدکننده داخلی پارچه نمی‌تواند انتظار داشته باشد که مشتری بالقوه آن تنها در یک روز



با این حال این اولین باری نخواهد بود که یک صنعت بالادستی برای منفعت خودش و به هزینه مشتری سعی در ایجاد یک زمین بازی غیرهموار دارد. هند جدیدترین مثال در این رابطه است. پایه و اساس اقتصادهای موفق یک زمین بازی هموار است. برای مثال چین که بزرگ‌ترین صنعت نساجی جهان را در خود جای داده است یکی از کشورهایی است که واردات نساجی به آن بسیار ساده می‌باشد.

اگر شما یک واردکننده یا یک کارخانه دار در چین هستید می‌توانید پارچه چینی که با کیفیت و دارای قیمت رقابتی است را خریداری کنید. در غیر این صورت این امکان را دارید که آن را به سادگی وارد نمایید. این یک شیوه مناسب است که ویتنام می‌تواند از آن پیروی کند.

مرجع

David Birnbaum, "Should Vietnam Go for Fabric Localization?", Fiber 2 Fashion, April 2023

تهیه و تنظیم: مهدیه درویش کوشالی

داشته باشد. جایگزین دوم: محدود کردن واردات پارچه از طریق اعمال موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای به طور حتم چنانچه بی هیچ دلیلی هزینه سرمایه‌گذاری به صفر نزدیک شود، این کار تنها راهکار منطقی خواهد بود. بعضی از مشکلات موجود در این زمینه به شرح زیر است:

۱. مشکلی که در حال حاضر ویتنام با آن روبروست کاهش تقاضا برای صادرات پوشاک ویتنامی است. در این زمان هر گونه محدودیت اعمال شده بر واردات پارچه می‌تواند باعث کاهش بیشتر تقاضا برای پوشاک صادراتی شود.

۲. نتیجه این کار به طور غیر قابل اجتنابی سندرم مشتری اسپر است که در آن کارخانه نساجی قیمت، کیفیت و شرایط حمل و نقل را دیکته می‌کند چون منبع جایگزین دیگری برای آن کارخانه وجود ندارد. ۳. این منجر به سطوح بالاتری از فساد می‌شود چون کارخانجات به ماموران گمرک برای این که چشم خود را بر روی واردات غیرقانونی ببندند، پول می‌دهند.

تامین‌کننده قبلی خود را کنار بگذارد. در واقع باید انتظار چندین سال را پیش از تبدیل شدن به یک تامین‌کننده اصلی در صنعت پوشاک داخلی داشته باشد.

۴. مشتری پارچه تولید شده در داخل ویتنام فقط کارخانه پوشاک ویتنامی نیست بلکه واردکنندگان پارچه خارجی نیز هستند.

در نتیجه کارخانه ویتنامی تولید پارچه باید با مشتریان بالقوه خود در لندن، نیویورک و غیره تماس بگیرد تا بتواند سفارشات را از کارخانجات واقع در کشورهای ثالث به ویتنام منتقل کند ولی سوال اینجاست که چرا باید مشتری که سفارشات پوشاک خود با کارخانه واقع در ویتنام را کم کرده بخواهد که در همان ویتنام محصور شود؟

۵. مهم‌ترین مشکل هم مشکل سرمایه است. هر شرکتی پیش از هر گونه سرمایه‌گذاری هنگفتی در این زمینه باید اطمینان حاصل کند که بازار برای حمایت از این سرمایه به حد کافی بزرگ باشد.

این مشکل دلیل اصلی منطقی نبودن سرمایه‌گذاری میلیاردی تنها بر روی توسعه تولید پارچه در ویتنام است مگر این که آن کارخانه صادرات پارچه هم