

رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم در آسیا

مرتضی مرادی^(۱)

۱- دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

Moradi_Morteza@Yahoo.com

چکیده

در این مقاله رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم ایران در مقایسه با چهار کشور آسیایی دیگر شامل چین، پاکستان، جمهوری کره، اندونزی طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۴ میلادی مورد ارزیابی قرار گرفته است. برای این منظور از شاخص مزیت نسبی آشکار و همچنین روش‌های اقتصادسنجی استفاده شده است. علاوه بر این روند تغییرات رقابت‌پذیری زنجیره ارزش چرم بر اساس این شاخص طی این دوره هفت ساله مورد در این کشورها محاسبه شده است. در این مقاله زنجیره ارزش چرم، تنها تولید پوست خام حیوانات، انواع چرم، انواع کیف و چمدان و همچنین انواع کفش و پای پوش را شامل می‌شود و بخش‌های تولید دام و همچنین بخش‌های بازاریابی و فروش و توزیع مد نظر قرار نگرفته است. نتایج این تحقیق نشان‌گر آن است که رقابت‌پذیری زنجیره ارزش صنعت چرم ایران در مقایسه با چهار کشور مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی نبوده و در طول دوره مطالعه با نوسانات زیادی نیز همراه بوده است. علاوه بر این مشاهده می‌شود که در قسمت پایین دستی زنجیره ارزش چرم که تولید محصولات نهایی را شامل می‌شود و ارزش افزوده بیشتری را ارائه می‌دهد، رقابت شدیدی بین کشورهای چین و اندونزی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌پذیری - مزیت نسبی آشکار شده - زنجیره ارزش - چرم - ایران

^۱ کارشناس ارشد مهندسی صنایع

۱- مقدمه

بررسی و شناخت مزیت‌های رقابتی و میزان رقابت پذیری محصولات، بنگاه‌ها و صنایع موجود در هر کشور گامی اساسی در شناخت وضع موجود و آینده صنعتی و مقدماتی برای برنامه ریزی‌های استراتژیک و بلند مدت می‌باشد. در کشور ایران نیز صنعت چرم به عنوان یکی از اصلی ترین زیر مجموعه‌های صنعت نساجی، چرم و پوشاک، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد که لازم است رقابت پذیری آن مورد واکاوی قرار گیرد. زنجیره ارزش صنعت چرم شامل تولید پوست خام حیوانات، انواع چرم، انواع کیف و چمدان و همچنین انواع کفش و پای پوش می‌باشد و در حال حاضر با بیش از هزار و صد واحد تولیدی و با دارا بودن بیش از دو درصد از کل اشتغال مستقیم صنایع کشور، جایگاه و اهمیت ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است. جدول (۱) اطلاعات دقیق و جامع تری را در مورد وضعیت موجود زنجیره ارزش صنعت چرم نسبت به کل صنایع کشور نشان می‌دهد.

جدول ۱- وضع موجود زنجیره ارزش صنعت چرم ایران در مقایسه با کل صنایع تا پایان بهمن ماه ۱۳۸۳^[۱]

تعداد واحد تولیدی	سرمایه گذاری (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	
۱۴۴.۴	۹۹۱/۴	۳۳.۲۲۵	زنجیره ارزش صنعت چرم کشور
۶۵.۴۵۳	۱۵۳.۱۵۸/۴	۱.۵۷۸.۵۲۱	کل صنایع کشور
۱/۷۵٪	۰/۶۵٪	۱/۲٪	سهم از کل صنایع کشور

اگر چه فعالیت‌های صنعت چرم در سطح جهان از ارزش افزوده بسیار بالایی برخوردار هستند ولی متأسفانه این صنعت همانند سایر بخش‌های صنعت نساجی، چرم و پوشاک در چند ساله اخیر در کشور با مشکلات عدیده‌ای مواجه بوده است، به طوری که بسیاری از واحدهای بزرگ بخصوص در بخش تولید کفش با بحران و ورشکستگی مواجه شده‌اند و حتی قادر به پرداخت حقوق پرسنل خود نیز نبوده‌اند. از سوی دیگر دولت برای جلوگیری از گسترش این بحران دست به یکسری سیاست‌های حمایتی زده است که از آن جمله می‌توان به پرداخت جوایز صادراتی و نیز تصویب قانون نوسازی صنایع نساجی، چرم و پوشاک کشور و تخصیص ۵۰۰ میلیون دلار اعتبار به کل این صنایع اشاره کرد^[۲]. اما به علت گستردگی و تنوع بخش‌های مختلف این صنایع و سطح بالای رقابت در عرصه جهانی تجارت مطمئناً این اعتبارات نمی‌تواند کارگشا باشد و مشکلات گوناگون آن را برطرف نماید، بنابراین لازم است این منابع محدود به صورت هدفمند به زیر بخش‌هایی که از رقابت پذیری بالاتری برخوردار هستند، اختصاص یابد تا کارایی این گونه سرمایه گذاری‌ها افزایش یابد.

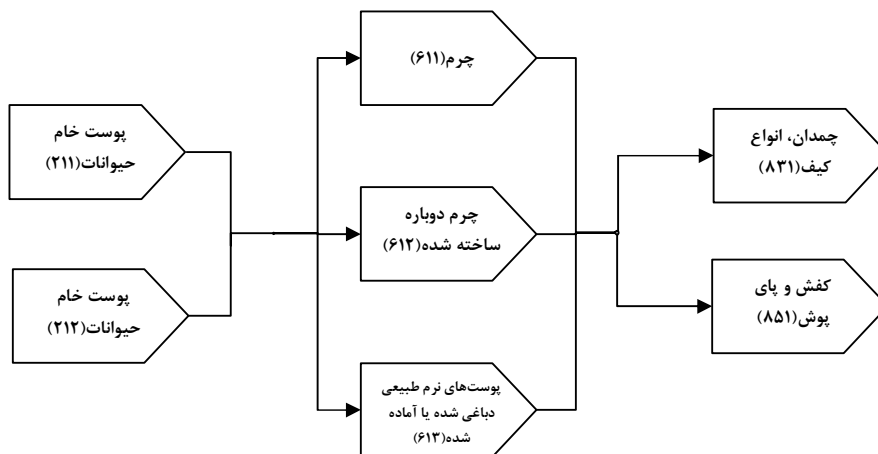
بدین منظور در این مقاله پس از بررسی مفاهیم رقابت پذیری و چگونگی ارزیابی آن، رقابت پذیری بخش‌های مختلف زنجیره ارزش صنعت چرم ایران و تعیین مزیت‌های نسبی آن در مقایسه با چهار کشور آسیایی دیگر شامل چین، پاکستان، جمهوری کره، اندونزی طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۴ میلادی مورد ارزیابی قرار گرفته است. بدین منظور زنجیره ارزش صنعت چرم بر اساس سیستم کد گذاری^۲ مورد استفاده توسط سازمان جهانی تجارت، SITC^۳ تقسیم بندی شده است. در سیستم SITC صنعت چرم در قالب کدهای دو رقمی ۲۱، ۶۱، ۸۳ و ۸۵ معرفی شده که خود مجدداً به هفت کد سه رقمی و جزئی‌تر دسته‌بندی شده‌اند. شرح مختصر هر یک از این کدها در جدول (۲) و شمای کلی زنجیره ارزش چرم در شکل (۱) قابل مشاهده است.

² Nomenclature

³ Standard International Trade Classification

جدول ۲: شرح مختصر کدهای سه رقمی موجود در زنجیره ارزش چرم بر اساس سیستم کد گذاری SITC [۳]

کد	شرح
۲۱۱	پوست خام حیوانات
۲۱۲	پوست‌های نرم خام از جمله سر، دم، دست، پا و سایر قطعاتی که در پوست سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد
۶۱۱	انواع چرم
۶۱۲	اشیاء از چرم طبیعی یا از چرم دوباره ساخته شده (برای مصارف فنی، همچنین اشیاء زین و برگ سازی برای هر نوع حیوان)
۶۱۳	پوست‌های نرم طبیعی دباغی شده یا آماده شده (از جمله سر، دم، دست و پا و سایر قطعات، آخال و دم گیچی)
۸۳۱	انواع رختدان کوچک و بزرگ، چمدان، انواع کیف
۸۵۱	انواع کفش و پای پوش



شکل (۲) زنجیره ارزش چرم

۲- رقابت پذیری و نحوه ارزیابی آن

در مورد رقابت پذیری نظریات مختلفی ارائه شده است به طوری که بنا بر نظر لال^۴ مفهوم رقابت پذیری اگر چه بسیار متداول است و به شکل قابل توجهی مورد استفاده محققین قرار گرفته است ولی همچنان بحث برانگیز است [۴]. اما به طور کلی می‌توان رقابت پذیری را قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی دانست که یک کسب و کار، صنعت، منطقه، کشور دارا می‌باشند و می‌توانند آنها را حفظ نمایند تا در عرصه رقابت بین المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد نموده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند [۵]. مایکل پورتر^۵ تاثیر مشتریان و تامین کنندگان را بر رقابت‌پذیری خاطر نشان کرده است و معتقد است که مزیت رقابتی یک بنگاه، بایستی به عنوان بخشی از یک سیستم گسترده‌تر و در ارتباط با

⁴ Lall, S.

⁵ Michel Porter

تامین کنندگان، توزیع کنندگان و همچنین مصرف کنندگان نهایی مورد بررسی قرار گیرد [۶]. کارایانیس و پوپسکو^۶ نیز در تحقیقات خود بر نقش تکنولوژی اطلاعات و ICT^۷ و تدارکات الکترونیکی کالا در افزایش بهره‌وری ملی و ارتقاء رقابت‌پذیری کشورهای اتحادیه اروپا به‌خصوص کشورهای مرکزی و شرقی آن تاکید دارند [۷].

علی‌رغم تعاریف و برداشت‌های مختلف از این مفهوم در مراجع مختلف، می‌توان اظهار داشت که توجه به فعالیت در یک بازار منصفانه، غیر جانبدارانه و بین‌المللی و کسب سهم بازار و سود از آن در اکثر تعاریف به عنوان فصل مشترک مورد توجه بوده است. علاوه بر این در بسیاری از مطالعات نیز برای اندازه‌گیری رقابت‌پذیری از صادرات استفاده شده است [۴، ۸، ۹]. از همین رو بسیاری از شاخص‌های ارزیابی رقابت‌پذیری و تعیین مزیت‌های نسبی بر اساس اطلاعات مربوط به تجارت جهانی و میزان صادرات و یا واردات کشورهای مختلف در بازارهای بین‌المللی پایه‌ریزی شده‌اند. در این میان شاخص مزیت نسبی آشکار شده^۸ (RCA) که توسط بالاسا در سال ۱۹۶۵ معرفی شده و توسط والراس اصلاح گردیده و توسعه یافته است، جایگاه ویژه‌ای دارد. شاخص RCA در بسیاری از تحقیقات داخلی و خارجی، در زمینه‌های مختلف مورد استفاده محققین قرار گرفته است [۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵] شاخص RCA به صورت زیر تعریف می‌گردد:

$$RCA_a^i = (X_{ij}/X_{it}) / (X_{nj}/X_{nt}) \quad (1)$$

که در آن x نشانگر صادرات، i کشور، j کالا، t مجموعه‌ای از کالاها (به‌جز محصول j) و n نیز مجموعه‌ای از کشورها (به‌جز کشور i) است و RCA_a^i نیز نشانگر مزیت نسبی آشکار شده کشور i در محصول a می‌باشد [۱۳]. این شاخص صادرات یک محصول را در مقایسه با کل صادرات آن کشور و همچنین در ارتباط با عملکرد صادرات مجموعه‌ای از کشورها اندازه‌گیری می‌کند و مقدار بزرگتر از یک برای شاخص RCA بیانگر وجود مزیت نسبی و کوچکتر از یک نشانه عدم وجود مزیت نسبی مقادیر می‌باشد. کاملاً واضح است که این شاخص دارای تقارن نمی‌باشد، لذا به منظور ایجاد تقارن می‌توان از تابع مزیت نسبی آشکار شده^۹ متقارن^۹ که به صورت زیر تعریف می‌شود استفاده نمود [۱۱ ص ۲۳۸].

$$RSCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)} \quad (2)$$

مقدار شاخص RSCA در محدوده -۱ و +۱ بوده که مقادیر بزرگتر از صفر نشانه وجود مزیت نسبی می‌باشد. اگر روند RCA در یک دوره زمانی دائماً رو به رشد باشد، نشان دهنده آن است که توان صادرات آن محصول روز به روز افزایش یافته و تقاضای خارجی نیز از روند با ثباتی برخوردار بوده است. البته این موضوع در جهت عکس نیز برقرار است. نرخ رشد RCA یا سهم صادراتی صنایع نیز می‌تواند میزان بهبود در عملکرد صادراتی را به خوبی نشان دهد [۱۱]. برای محاسبه این نرخ رشد می‌توان از روابط زیر استفاده نمود:

$$\begin{aligned} RCA_t &= RCA_0 * (1 + r)^t \\ LnRCA_t &= LnRCA_0 + t * Ln(1 + r) \end{aligned} \quad (3)$$

⁶ Carayannis, E.G. and Popescu, D

⁷ Information Communications Technology

⁸ Revealed Comparative Advantage

⁹ Revealed Symmetric Comparative Advantage, RSCA

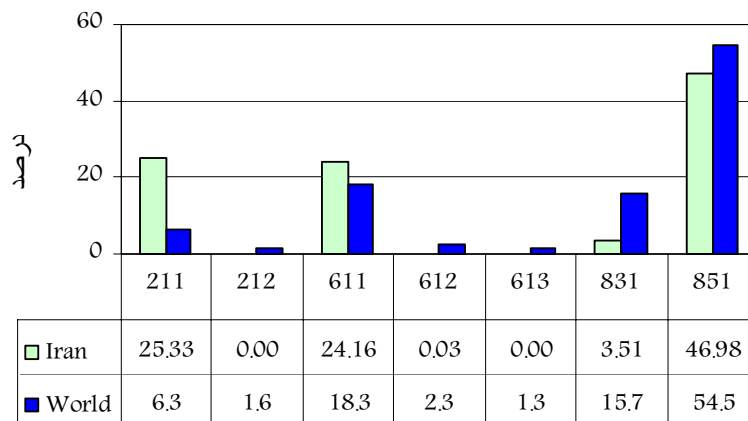
که در آن t و r به ترتیب نماد زمان و نرخ رشد متوسط می‌باشند. با مقایسه رابطه (۳) با معادله رگرسیون خطی می‌توان نرخ رشد مزیت نسبی را در طول دوره مورد بررسی، از رابطه زیر که در آن b شیب خط رگرسیون است، محاسبه نمود:

$$r = e^b - 1 \quad (4)$$

علاوه بر این ضریب تعیین (R^2) مربوط به رابطه (۴) را می‌توان به عنوان ثبات روند رشد شاخص RCA در نظر گرفت [۱۱].

۳- ارزیابی رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم در ایران

همانگونه که پیش تر نیز اشاره شده در بررسی زنجیره ارزش چرم پوست خام، چرم، کیف، چمدان و انواع کفش و پای پوش مورد بررسی قرار می‌گیرد. بخش عمده صادرات و تجارت در سطح جهانی در این زنجیره، همانگونه که در شکل (۱) مشاهده می‌گردد مربوط به کد ۸۵۱ می‌باشد که در بر گیرنده انواع کفش و پای پوش است. پس از آن انواع چرم و کیف و چمدان در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در ایران نیز انواع کفش و پای پوش ۴۷ درصد از کل صادرات این زنجیره را به خود اختصاص داده است. توجه به این نکته ضروری است که صادرات انواع کفش و پای پوش سهم اندکی را در کل صادرات ایران دارا می‌باشد [۱۶ و محاسبات تحقیق]. در رتبه بعد از آن انواع کفش و پای پوش، پوست خام حیوانات قرار گرفته است که در واقع جزء مواد اولیه و بالادستی زنجیره محسوب می‌گردد که از نظر ارزش افزوده و همچنین میزان اشتغال زایی سهم کمتری را در زنجیره ارزش چرم به خود اختصاص می‌دهد.



شکل ۱- توزیع سهم صادرات زنجیره ارزش چرم در ایران و جهان [۱۶ و محاسبات تحقیق]

این در حالی است که کشور ایران در دو کد ۲۱۲ و ۶۱۳ هیچ گونه صادراتی ندارد، هر چند که در سطح جهانی نیز این محصولات سهم اندکی از تجارت را به خود اختصاص داده‌اند و تنها کشورهای معدودی به صادرات آنها اقدام می‌نمایند. جدول (۳) رتبه بندی سایر زیر بخش‌های مربوط به این زنجیره را در کشور ایران بر اساس شاخص RCA نشان می‌دهد. به طور کلی ایران در این زنجیره دارای مزیت نمی‌باشد و رشد شاخص RCA مربوط به آن نیز در طی دوره مورد بررسی با نوسان شدید همراه بوده است. بررسی زیر بخش‌های مختلف این زنجیره نشان می‌دهد که تنها کد ۲۱۱ که شامل پوست خام حیوانات می‌باشد دارای مزیت نسبی بوده است که این مزیت نیز طی دوره پنج ساله مورد بررسی به شدت در حال افول بوده است. این

در حالی است که کد ۶۱۱ که نشان دهنده چرم می‌باشد و در زنجیره ارزش، مرحله تکمیلی بعد از کد ۲۱۱ است با روند صعودی با شتابی در حال رشد می‌باشد، به طوری که ادامه روند صعودی کنونی در این بخش، ایران را بعد از سال ۲۰۰۶ میلادی به مزیت نسبی می‌رساند. کد ۸۵۱ (انواع کفش و پای پوش) که بیشترین تجارت جهانی را به خود اختصاص داده است، در ایران دارای متوسط شاخص RCA معادل ۰/۴ می‌باشد که رشد چندانی نیز در آن دیده نمی‌شود. به علاوه در چند سال اخیر، با ورود کفش‌های چینی به بازارهای داخلی کشور انتظار می‌رود این صنعت با رکود بیشتری مواجه گردد. کد ۸۳۱ نیز که معرف انواع کیف و چمدان می‌باشد، دارای رشد بالایی در شاخص RCA می‌باشد ولی مقدار این شاخص بسیار ناچیز است و روند رشد آن نیز از ثبات چندانی برخوردار نمی‌باشد.

جدول ۳- رقابت پذیری ایران در زنجیره ارزش چرم بر اساس شاخص RCA [۱۶] و محاسبات تحقیق

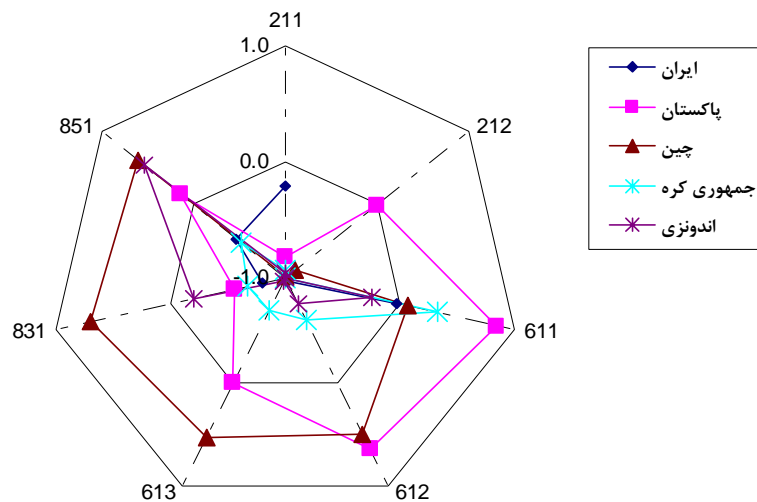
رتبه	بخش	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	متوسط دوره	r %	R ²
		کل زنجیره	۰/۵۷	۰/۳۹	۰/۳۸	۰/۶۰	۰/۴۰	۰/۴۳	-	-	۰/۴۶
۱	۲۱۱	۳/۸۵	۳/۲۹	۱/۷۸	۱/۹۱	۱/۰۶	۰/۶۶	-	۱/۸۶	-۲۹/۲۳	۰/۹۵
۲	۶۱۱	۰/۲۹	۰/۲۱	۰/۵۱	۰/۵۴	۰/۷۰	۰/۹۵	-	۰/۶۱	۲۷/۸۴	۰/۸۴
۳	۸۵۱	۰/۴۸	۰/۳۰	۰/۲۹	۰/۶۱	۰/۳۴	۰/۳۶	-	۰/۴۰	-۰/۹۴	۰/۰۰
۴	۸۳۱	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۲۶	۰/۱۱	۰/۱۱	-	۰/۱۰	۴۶/۷۷	۰/۵۷
۵	۶۱۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۰/۰۱	۰/۰۱	-	۰/۰۱	۷۵/۵۸	۰/۷۵

۴- ارزیابی رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم ایران در مقایسه با سایر کشورها

جهت درک بهتر محیط رقابتی در زنجیره ارزش صنعت چرم، رقابت پذیری چهار کشور آسیایی دیگر نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. کشور پاکستان که همسایه و هم مرز با ایران است و همچنین چین که قدرت برتر در این صنعت است و نیز کشورهای جمهوری کره و اندونزی که تقریباً شباهت‌هایی را با کشور ایران دارا می‌باشند و در بسیاری از مطالعات و بررسی‌های علمی کشور ایران با آنها مقایسه می‌گردد، جهت این مطالعه و مقایسه تطبیقی انتخاب شده‌اند. همانگونه که در جدول (۴) مشاهده می‌گردد در کل زنجیره ارزش چرم چین از رقابت پذیری بسطار بالایی برخوردار است و هر چند که شاخص RCA آن طی دوره هفت ساله مورد بررسی با روند نزولی مستمری همراه بوده است. این روند نزولی برای جمهوری کره نیز مشاهده می‌شود. در حالی که رقابت پذیری این زنجیره در کشور ایران با نوسان همراه بوده است و در طی دوره بررسی شده نسبت به سایر کشورها در بدترین وضعیت قرار داشته است. از سوی دیگر در کدهای ۲۱۱ که به عنوان مواد این زنجیره محسوب می‌شود عملاً غیر از ایران سایر کشورها در تجارت هانی سهم چندانی را به خود اختصاص نداده‌اند و عمده تمرکز بر کدهای ۶۱۱ و ۸۵۱ که ارزش افزوده بیشتری ایجاد می‌نماید، قرار دارد. این مطلب به خوبی در شکل (۳) نیز قابل مشاهده است. کشورهای چین و اندونزی در کدهای ۸۳۱ و ۸۵۱ که محصولات نهایی و مصرفی زنجیره ارزش چرم می‌باشند. توجه به این نکته ضروری است که کشورهای چین عمده ترین تولید کنندگان و صادر کنندگان کد ۸۵۱ در سطح جهان می‌باشند، بطوری که در سال ۲۰۰۲ میلادی ۲۸/۶۹ درصد از کل صادرات جهانی را به خود اختصاص داده است [۱۶] و محاسبات تحقیق. دو کشور پاکستان و جمهوری کره نیز در کد ۶۱۱ از جایگاه رقابتی فوق العاده‌ای برخوردار می‌باشند، ولی نقش چندانی در صادرات محصولات پایین دستی زنجیره ایفا نمی‌نمایند.

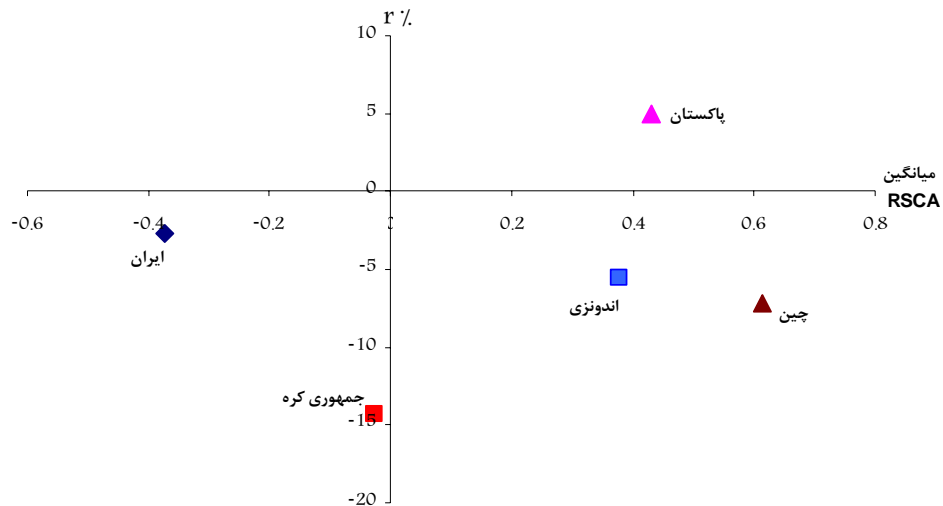
جدول ۴- رقابت پذیری ایران در مقایسه با کشورهای هفتگانه در زنجیره ارزش چرم بر اساس متوسط شاخص RCA [۱۶ و محاسبات تحقیق]

بخش	شاخص	ایران	پاکستان	چین	جمهوری کره	اندونزی
کل زنجیره	RCA	۰/۴۶	۲/۵۲	۴/۱۹	۰/۹۵	۲/۲۲
	r	-۰/۰۳	۰/۰۵	-۰/۰۷	-۰/۱۴	-۰/۰۶
	R ²	۰/۰۶	۰/۵۵	۰/۹۵	۰/۹۳	۰/۴۰
۲۱۱	RCA	۱/۸۶	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۰۵
	r	-۰/۲۹	۰/۸۶	-۰/۳۵	-۰/۱۶	-۰/۲۱
	R ²	۰/۹۵	۰/۸۱	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۷۶
۲۱۲	RCA	-	-	۰/۰۸	۰/۰۱	۰/۰۱
	r	-	-	-	-	-
	R ²	-	-	۰/۷۹	۰/۱۷	۰/۲۲
۶۱۱	RCA	۰/۶۱	۹/۹۹	۱/۰۸	۲/۸۷	۰/۵۸
	r	۰/۲۸	۰/۰۱	۰/۰۸	-۰/۱۰	-۰/۰۲
	R ²	۰/۸۴	۰/۲	۰/۶۷	۰/۹۰	۰/۲۵
۶۱۲	RCA	۰/۰۱	۶/۹۸	۳/۰۶	۰/۲۱	۰/۰۸
	r	۰/۷۶	۰/۱۹	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۲۷
	R ²	۰/۷۵	۰/۲۵	۰/۵۰	۰/۰۱	۰/۴۲
۶۱۳	RCA	-	-	۲/۸۷	۰/۳۰	۰/۰۲
	r	-	-	۰/۰۱	-۰/۱۱	-۰/۱۱
	R ²	-	-	۰/۰۲	۰/۷۰	۰/۲۹
۸۳۱	RCA	۰/۱۰	۰/۲۱	۶/۸۳	۰/۶۸	۱/۱۰
	r	۰/۴۷	۰/۱۵	-۰/۰۹	-۰/۳۰	-۰/۱۰
	R ²	۰/۵۷	۰/۵۴	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۴۲
۸۵۱	RCA	۰/۴۰	۰/۸۸	۵/۰۲	۰/۵۶	۳/۵۵
	r	-۰/۰۱	۰/۱۴	-۰/۰۸	-۰/۱۵	-۰/۰۵
	R ²	۰/۰۰	۰/۸۸	۰/۹۴	۰/۹۴	۰/۳۴



شکل ۳- مقایسه رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم در کشورهای مورد مطالعه [۱۶ و محاسبات تحقیق]

شکل (۴) نیز روند تغییرات میانگین شاخص RSCA را طی دوره هفت ساله مطالعه نشان می دهد. مشاهده می شود که تنها کشور پاکستان دارای شاخص مثبت و با روند صعودی است و دو کشور چین و اندونزی اگرچه در این زنجیره رقابت پذیرند ولی میزان رقابت پذیری آنها رو به افول دارد. در بین کشورهای مورد بررسی بیشترین نرخ نزولی مربوط به جمهوری کره است. در این شکل نیز به خوبی دیده می شود که کشور ایران در مقایسه با سایر کشورها وضعیت رقابتی امیدوار کننده ای ندارد.



شکل ۴- رقابت پذیری زنجیره ارزش چرم و روند رشد آن در کشورهای مورد مطالعه [۱۶ و محاسبات تحقیق]

۵- نتیجه گیری

در این مقاله رقابت پذیری زنجیره ارزش صنعت چرم ایران در مقایسه با چهار کشور دیگر شامل کشورهای چین، پاکستان، جمهوری کره و اندونزی طی سال های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۴ میلادی مورد ارزیابی قرار گرفته است. برای این منظور از شاخص مزیت نسبی آشکار شده استفاده شده است و زنجیره ارزش چرم بر اساس سیستم کد گذاری SITC به هفت کد سه رقمی تقسیم شده است. کشور ایران در پنج کد فعالیت صادراتی دارد و در دو کد سه رقمی ۶۱۲، ۶۱۳ هیچ گونه صادرات و یا تولیدی انجام نمی دهد لذا بر اساس شاخص RCA نمی توان مزیتی را برای آنها قائل شد. این در حالی است که کشور ایران در کد ۲۱۱ که پوست خام حیوانات را شامل می گردد، دارای مزیت می باشد ولی این مزیت از عدد ۳/۸۵ در سال ۱۹۹۸ با نرخ نزولی و شدید ۲۹/۲۳ درصد به مقدار ۰/۶۶ در سال ۲۰۰۳ میلادی تنزل پیدا کرده است. اما کد ۶۱۱ که معرف چرم است نرخ رشد متوسط شاخص RCA بسیار زیاد و با ثباتی را تجربه کرده است. توجه به این مساله حائز اهمیت می باشد کد ۲۱۱ در زنجیره ارزش چرم ماده اولیه کد ۶۱۱ می باشد، بنابراین بین کاهش در شاخص RCA کد ۲۱۱ و افزایش در شاخص RCA کد ۶۱۱ ارتباط منطقی وجود دارد و نشانگر حرکت صنعت تولید چرم ایران به سوی تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتر است. اگرچه این روند صعودی در قسمت پایین دستی زنجیره ارزش چرم و در کد ۸۳۱ که انواع کیف و چمدان را شامل می گردد نیز وجود دارد ولی این گروه از شاخص RCA قابل توجهی برخوردار نمی باشند. در کد ۸۵۱ که در بر گیرنده انواع کفش و پای پوش می باشد اگر چه مقدار شاخص RCA در وضعیت بهتری قرار دارد، اما در کل دوره هفت ساله مورد مطالعه مقدار این شاخص همواره کمتر از عدد یک بوده است که بیانگر عدم مزیت در صادرات این محصول برای ایران است.

بررسی زنجیره ارزش صنعت چرم در سایر کشورهای مورد مطالعه نشان دهنده آن است که عملاً غیر از ایران سایر کشورها در تجارت جهانی کد ۲۱۱ که ماده اولیه این زنجیره محسوب می‌شود سهم چندانی را به خود اختصاص نداده‌اند و عمده توجه فعالان این صنعت بر کدهای ۶۱۱ و ۸۵۱ که ارزش افزوده بیشتری ایجاد می‌نماید، قرار دارد.

به طور کلی کشور چین در بخش‌های قابل توجهی از این زنجیره رقابت پذیری بالایی دارد و از قطب‌های بزرگ جهانی در این صنعت محسوب می‌شود. توجه به این مساله حائز اهمیت است که کشورهای چین و اندونزی، انواع پای پوش و کیف و چمدان را که محصولات پایین دستی این زنجیره می‌باشند و ارزش افزوده بسیار بالاتری را حاصل می‌نمایند مورد توجه قرار داده‌اند و در تولید و صادرات آنها اهتمام ویژه‌ای از خود نشان داده‌اند و در بازارهای جهانی از جایگاه رقابتی بسیار بالایی برخوردار شده‌اند.

منابع و مراجع

۱. معاونت برنامه ریزی توسعه و فن آوری، دفتر آمار و اطلاع رسانی، ۱۳۸۴، "عملکرد تفصیلی سال ۱۳۸۳"، تهران، وزارت صنایع و معادن
۲. خبرگزاری ایرنا، اخبار اقتصادی، ۱۳۸۰/۴/۱۱
3. Department for economic and social information and policy analysis, Statistical division, 1994 "Commodity Indexes for the Standard International Trade Classification, Revision 3", New York, United Nations
4. Lall, S., and Albaladejo, M., 2004, "China's Competitive Performance: A Threat to East Asian Manufactured Exports?", World Development 32, No. 9, pp. 1441-1466
5. Kim, C., 2002, "A Model Development for Measuring Global Competitiveness of the Tourism Industry in the Asia-Pacific Region", Korea Institute For International Economic Policy
6. Thompson, J.L, 2001, "Strategic Management", New York, Thomson Learning, fourth edition
7. Carayannis, E.G., Popescu, D., 2005, "Profiling a methodology for economic growth and convergence: learning from the EU e-procurement experience for central and eastern European countries", Technovation 25, pp. 1-14
8. Nachum, L., Jones, G. G., Dunning, J.H., 2001, "The international competitiveness of the UK and its multinational enterprises", Structural Change and Economic Dynamics 12, pp. 277-294
9. Seyoum, Belay, 2004, "The role of factor conditions in high-technology exports: An empirical examination", Journal of High Technology Management Research 15, pp. 145-162
۱۰. اسدی، مرتضی و همکاران، ۱۳۸۱، "بررسی مزیت نسبی در صادرات پوشاک"، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
۱۱. ولی بیگی، حسن و همکاران، بهمن ۱۳۸۱، "بررسی مزیت نسبی و اولویت بندی بازارهای هدف صادرات قطعات خودرو در ایران"، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
12. Fert, I. and Hubbard, L.J., August 17-18, 2001, "Regional Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-food Sectors", Helsinki, 77th EAAE Seminar / NJF Seminar No. 325
13. Havrila, I. and Gunawardana, P., March 2003, "Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries", Australian Economic Papers, Volume 42 Issue 1, pp. 103-117
14. Shafaeddin, S.M., 2004, "Is China's accession to WTO threatening exports of developing countries?", China Economic Review, Volume 15, pp. 109-144
15. Wong, Poh-Kam, 2002, "ICT production and diffusion in Asia digital dividends or digital divide?", Information Economics and Policy 14, pp. 167-187
16. www.intracen.org / tradstat