

قياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود فى مصر

محمد عبد الواحد إسماعيل حسن
مدرس مساعد اقتصاد
معهد العبور العالى للإدارة والحاسبات
ونظم المعلومات

الأستاذ الدكتور/ خيرية عبد الفتاح عبد العزيز
أستاذ ورئيس قسم الاقتصاد
كلية التجارة جامعة الزقازيق

المقدمة :

تعد صناعة الجلود من الصناعات المصرية العتيقة ومن القطاعات الواعدة في الاقتصاد المصري باعتبارها صناعة أساسية في قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة وبما لديها من قدرة على المنافسة وتحمل العديد من أعباء التنمية بمصر لما لهذه الصناعة من مميزات مثل ارتفاع نسبة القيمة المضافة وقدرتها الاستيعابية للأيدي العاملة وقدرتها على تحقيق الاكتفاء الذاتي من جميع احتياجات من المنتجات الجلدية كما يمكن أن ينافس بمنتجاته الجلدية في الأسواق الخارجية وزيادة الصادرات وذلك بشرط التخلص من كافة المعوقات التي تحد من انطلاقته الإنتاجية والتصديرية [أحمد: 2010 ; 30]

تتصدر الصين قائمة الدول المصدرة للجلود على مستوى العالم كما تصدر أمريكا قائمة الدول المستوردة للجلود والمنتجات الجلدية ، كما أن قطاع الجلود في مصر يتكون من مجموعة من الصناعات المختلفة والتي يكون فيها الجلد الخام هو العامل المشترك فيما بينها وكل صناعة من هذه الصناعات ، كما أن صناعة الجلود تتميز بأنها كثيفة العمالة في مراحل الصناعة المختلفة سواء في عمليات دباغة الجلود أو صناعة الأحذية والحقائب والملابس الجلدية أو مستلزمات الصناعات الجلدية أو صناعة الغراء التي تنشأ على مخلفات الجلد الخام وصناعة التعبئة والتغليف لذا فإنه إذا ما تم تدعيم صناعة الجلود بشكل أكبر من قبل الدولة فإنها وبلا شك ستوفر فرص حقيقية ومتنوعة لأعداد كبيرة من الشباب الذين ليس لديهم فرصة عمل حقيقية وما يترتب على ذلك من زيادة في الإنتاجية لهذا القطاع وتوفير قدرا كبيرا من النقد الأجنبي عن طريق الحد من الواردات وزيادة الصادرات من المصنوعات الجلدية.

مشكلة الدراسة :-

نتيجة التطورات التي تمر بها الاقتصاديات الدولية من خلال منظمة التجارة العالمية وما تتضمنها تلك الاتفاقية من تحرير التجارة العالمية وإلغاء نظام الحصص، مما ترتب عليها الإضرار لبعض اقتصاديات الدول النامية من بينها مصر من خلال التأثير على العملية التصديرية والإنتاجية ، حيث يتم التصدير على أساس القدرة التنافسية التي تتطلب الجودة العالية والمطابقة للمواصفات القياسية العالمية .

وقد عانت صناعة الجلود كأحد الصناعات المصرية من انخفاض القدرة التسويقية و اختراق الأسواق العالمية وذلك نظراً لانخفاض جودة المنتج و ارتفاع تكلفة الإنتاج مما يترتب عليها ضعف

القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية و يجعلها في وضع لا يمكنها من المنافسة سواء في السوق العالمية أو السوق المحلية .

وبذلك تتمثل المشكلة في ضعف القدرة التنافسية لصناعة الجلود في مصر كما تحيط بها الكثير من التحديات والمعوقات والمنافسة الشديدة سواء في الأسواق المحلية أو الدولية.

فروض الدراسة :-

• تعاني صناعة الجلود من العديد من المعوقات التي تقلل من دورها الاقتصادي في تنمية الصادرات .

• لدى مصر ميزة تنافسية في الجلود الخام

• تعاني الصناعة القائمة على الجلود من ضعف القدرة التنافسية الأمر الذي يقلل من قدرتها التنافسية في الأسواق المحلية والدولية .

• لا تزال صناعة الجلود بحاجة للمزيد من الآليات و الإصلاحات في العديد من المجالات (الاستثمارية والمالية والتسويقية والإدارية) وذلك لرفع قدرتها التنافسية.

هدف الدراسة :-

• تحديد الأهمية الاقتصادية والاجتماعية لصناعة الجلود ومنتجاتها .

• تحديد أهم المعوقات الداخلية و الخارجية التي تواجه هذا الصناعة و المقترحات اللازمة لدعم و توجيه القدرة التنافسية لمنتجاتها.

• قياس الميزة التنافسية لصناعة الجلود ومنتجاتها الصناعية وفقاً لمؤشرات القياس

• وضع محاور لتعزيز القدرة التنافسية لصناعة الجلود في مصر في ضوء نتائج التحليل .

أهمية الدراسة :-

تتبع أهمية البحث من أهمية صناعة الجلود والصناعات المرتبطة بها في الاقتصاد المصري لدورها المؤثر في النشاط الاقتصادي وذلك من خلال الروابط الأمامية و الخلفية التي تنشأ بين تلك الصناعات وغيرها وكذلك قدرتها على الحد من انتشار ظاهرة البطالة ،ومن ثم فإن هدف قياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود في مصر لتقديم التسهيلات والآليات لدعم القدرة التنافسية .

منهجية الدراسة :-

تم استخدام المنهج الاستقرائي فيما يتعلق بالجزء النظري وذلك لبناء الإطار الفكري والتأصيل النظري لهذه الدراسة فيما يتعلق بتطور الصناعة والأهمية الاقتصادية لصناعة الجلود ومنتجاتها ، ذلك بالاعتماد على الأسلوب الكمي فى صياغة النموذج والافتراضات واختبارها فى ضوء البيانات المتاحة لقياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود .

خطة الدراسة :-

تنقسم خطة الدراسة إلى البنود التالية

- 1- المقدمة 1
- 2- أولاً : الأهمية الاقتصادية لصناعة الجلود 4
- 3- عدد المنشآت 4
- 4- عدد العمال 6
- 5- حجم الإنتاج الإجمالي و القيمة المضافة الصافية 9
- 6- حجم الصادرات والواردات من الجلود ومنتجاتها 10
- 13
- ثانياً: التحديات والمعوقات التى تواجه صناعة الجلود 15
- ثالثاً : قياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود فى مصر 46
- 1- قياس تنافسية الجلود الخام 18
- 2- قياس تنافسية صناعة الجلود 18
- رابعاً : محاور تنمية صناعة الجلود 20
- المحور الأول : تطوير وتحديث الصناعة 21
- المحور الثانى : رفع الكفاءة التسويقية 22
- خامساً : النتائج والتوصيات 23

أولاً : الأهمية الاقتصادية لصناعة الجلود :

تمثل صناعة الجلود ومنتجاتها أهمية خاصة في الاقتصاد المصري نظراً لانخفاض تكلفة رأس المال المستثمر فيها واعتمادها على الأيدي العاملة الماهرة ونصف الماهرة بشكل كبير، كما أنها لا تحتاج مستوى تكنولوجي متقدم كما تتميز بارتفاع نسبة القيمة المضافة ومن ثم فلا بد من التعرف على الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع من خلال :

1- عدد المنشآت :

تم تناول عدد المنشآت في تلك الصناعة من خلال الأرقام المتاحة من الجهاز المركزي للتعبيئة العامة الإحصاء حيث يتصف هذا القطاع بأنه يشتمل على عدد كبير من المنشآت التي تعمل في ظل القطاع الرسمي وغير الرسمي لذا يجب وضع آليات تبين كيفية جذب القطاع غير الرسمي للعمل من خلال القطاع الرسمي لتنمية وزيادة قدرتها التنافسية ، في البداية تم عرض عدد المنشآت موزعة على أساس طبيعة النشاط الذي تتبعه المنشأة (حضر- ريف) وذلك في القطاع العام / الأعمال العام والقطاع الخاص العادي والخاص الاستثماري العاملة في صناعة الجلود ومنتجاتها كما يبينه الجدول التالي :

جدول رقم (1)

عدد المنشآت في صناعة الجلود ومنتجاته

طبقاً للنشاط الاقتصادي والقطاع (حضر- ريف)

بالوحدة

أبواب النشاط / القطاع	عام/الأعمال العام	خاص عادي	خاص استثماري	مشارك	أخرى (جمعيات ومؤسسات أهلية)	الإجمالي	إجمالي (الحضر- الريف)
حضر	9	9002	46	7	4	9068	10418
ريف	0	1334	13	0	3	1350	

المصدر : الجهاز المركزي لتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير منشورة .

يوضح الجدول السابق عدد المنشآت العاملة في صناعة الجلود ومنتجاتها موزعة بين القطاعين العام والخاص حيث يمثل القطاع الخاص نسبة 99.9% من إجمالي عدد المنشآت في تلك الصناعة

موزعة بين الحضر بـ 9059 منشأة وعدد المنشآت بالريف 1350 منشأة ويساهم القطاع العام في تلك الصناعة بنسبة 0.01% وعدد تسعة منشآت جميعها في الحضر .

فيما يلي عرض أعداد المنشآت الإجمالية العاملة في الصناعات القائمة على الجلود ومنتجاتها من دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج وصناعة الأحذية وكذلك عدد المنشآت عام أم خاص ذلك على أساس فئة العاملين المختلفة وذلك من خلال الجداول التالية ويتبعه بعض الرسم البياني لزيادة التوضيح :

أ- عدد المنشآت وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي

كما أشرنا إلى أن صناعة الجلود تتميز بأنها من الصناعات التي لديها روابط أمامية وخلفية قائمة عليها من دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والأحذية ، بذلك يلاحظ أن عدد المنشآت الإجمالية القائمة على صناعة الجلود بلغت 10418 منشأة وذلك وفقاً لإحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء بيانات عن أعداد المنشآت الصناعية تمثل صناعة الدباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج نسبة 22% وصناعة الأحذية تمثل نسبة 78% من إجمالي عدد المنشآت العاملة في صناعة الجلود منتجاتها كما هو مبين في الجدول التالي.

جدول رقم (2)

عدد المنشآت وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي القائم على صناعة الجلود

صناعة الجلود ومنتجاتها	النسبة	صناعة الأحذية	النسبة	دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج
10418	78	8119	22	2299

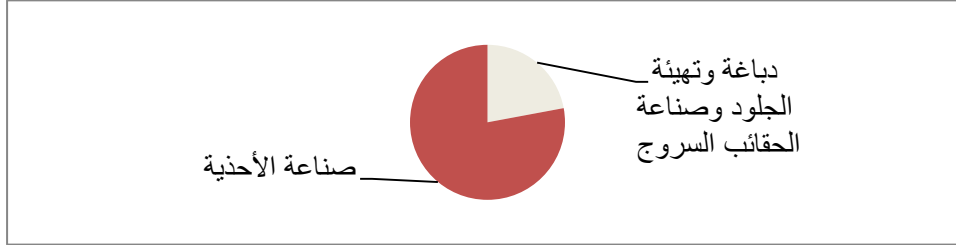
المصدر : الجهاز المركزي لتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير

منشورة .

- النسبة المئوية : من إعداد الباحث

الشكل رقم (1)

توزيع عدد المنشآت الصناعية وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي



المصدر : الجدول رقم (2)

ب - عدد المنشآت وفقاً لفئة العاملين وطبيعة النشاط

نبين من خلال الجدول التالي عدد المنشآت الصناعية العاملة في الجلود و صناعة الجلود وذلك وفقاً لفئة عدد المشتغلين في الصناعات المختلفة القائمة على الجلود ومنتجاتها وذلك في الجدول رقم (3) ، و الرسم البياني للتوضيح :

جدول رقم (3)

عدد المنشآت وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي وفئة عدد المشتغلين

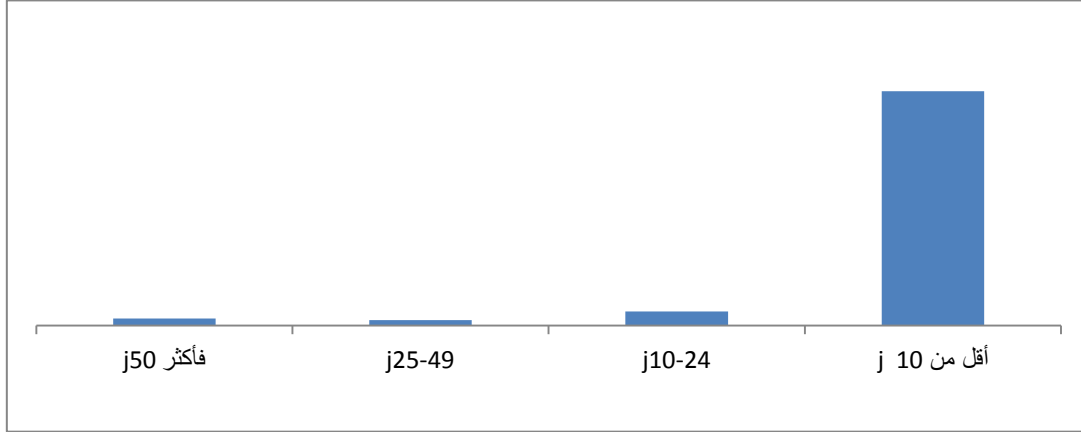
فئة عدد المشتغلين	دباغة وتهيئة الجلد	النسبة	صناعة الأحذية	النسبة	صناعة الجلود ومنتجاته	النسبة
أقل من 10	2134	92.82	7837	96.52	9971	95.7
10 - 24	134	5.83	208	2.56	342	3.3
25 - 49	11	0.48	40	0.5	51	0.49
50 فأكثر	20	0.87	34	0.42	54	0.51
الإجمالي	2299	100	8119	100	10418	100

المصدر : الجهاز المركزي لتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات

غير منشورة

- النسبة المئوية: من إعداد الباحث

الشكل رقم (2)
عدد المنشآت لصناعة الجلود ومنتجاتها



المصدر : الجدول رقم (3)

من خلال البيانات السابقة نلاحظ تركيز عدد المنشآت العاملة في صناعة الجلود في الحضر اذا بلغ عددها 9068 منشأة وبنسبة 87% من إجمالي المنشآت ويمثل عدد المنشآت في الريف 1350 منشأة بنسبة 13% كما هو واضح بالجدول رقم (1) .

كما يلاحظ إنخفاض واضح في عدد المنشآت التابعة للدولة كقطاع عام/ الأعمال العام حيث لم تتجاوز 9 منشآت جميعها في الحضر ، ولا يوجد أى منشأة في الريف ، في حين بلغ عدد المنشآت الخاصة في تلك الصناعة 10409 منشأة بنسبة 99.9% من إجمالي العدد يتركز عدد المنشآت في الفئة التي يعمل بها أقل من 10 عمل بنسبة تتجاوز 95% من العدد الإجمالي ، كما لم تمثل الصناعات كبيرة الحجم في تلك الصناعة أكثر من 54 منشأة وكذلك الصناعة متوسطة الحجم ايضاً حيث بلغ عددها 51 منشأة وذلك في الجدول رقم (3) والرسم رقم (2) .

2 - عدد العمال :

وفيما يتعلق بأعداد العاملين في تلك الصناعة بلغ عدد المشتغلين بتلك الصناعة 47316 عاملاً في جميع القطاعات يعمل في الحضر 42789 منهم بنسبة 90% والباقي يعمل في الريف بإجمالي عدد 4527 عامل وبنسبة 10% تقريباً كما يبينه الجدول رقم (4) :

جدول رقم (4)

عدد المشتغلين في صناعة الجلود ومنتجاته

طبقاً للنشاط الاقتصادي والقطاع (حضر- ريف)

بالوحدة

أبواب النشاط / القطاع	عام/الأعمال العام	خاص عادي	خاص استثماري	مشارك	أخرى (جمع) يات ومؤسسات أهلية)	الإجمالي	الإجمالي (الحضر- الريف)
حضر	809	38291	3203	369	17	42789	47316
ريف	0	3082	1439	0	6	4527	

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير منشورة .

كما يمكن عرض أعداد المشتغلين في صناعة الجلود ومنتجاتها من دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج وصناعة الأحذية وفقاً لطبيعة النشاط وطبيعة القطاع عام خاص وذلك وفقاً لفئات العاملين المختلفة من خلال الجدولين والرسومات البيانية التالية :

أ- عدد المشتغلين وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي

كما أشرنا من خلال عدد المنشآت القائمة على الجلود ومنتجاتها أنها موزعة بين دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج ، إذا يمثل عدد المشتغلين بها 13108 عاملاً ونسبة 27.7% من إجمالي العاملين في صناعة الجلود ومنتجاتها ، ويتركز العدد في صناعة الأحذية حيث يبلغ عدد العاملين بها 34208 عاملاً بنسبة 72.3% .

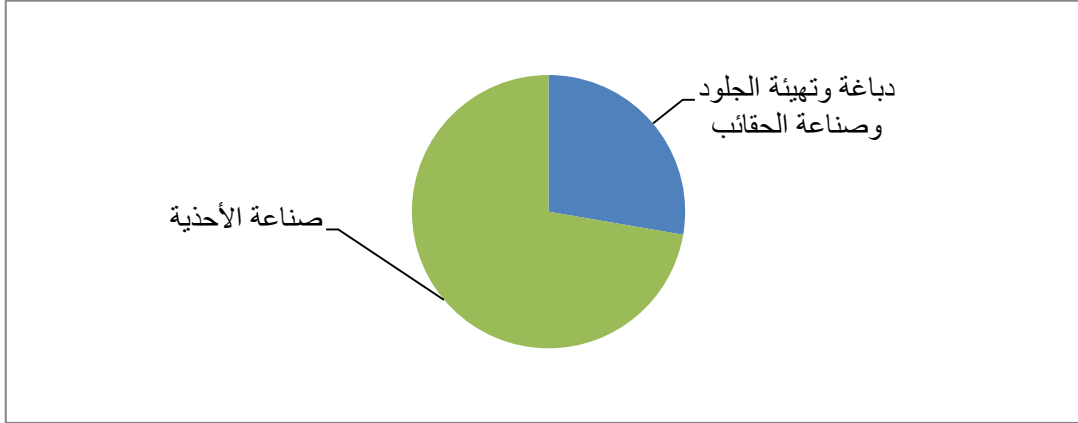
جدول رقم (5)

عدد المشتغلين وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي القائم على صناعة الجلود

صناعة الجلود ومنتجاتها	النسبة	صناعة الأحذية	النسبة	دباغة وتهيئة الجلود وصناعة الحقائب والسروج
47316	72,3	34208	27,7	13108

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير منشورة .
- النسبة المئوية : من إعداد الباحث

الشكل رقم (3)
توزيع عدد المشتغلين في الصناعات الجلدية وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي



المصدر : الجدول رقم (5)

ب - عدد المشتغلين وفقاً لفئة العاملين و القطاع (حضر- ريف)

يبين الجدول التالي أعداد المشتغلين في الصناعات القائمة على الجلود ومنتجاتها، وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي وفئة عدد المشتغلين و التوزيع النسبي للمشتغلين و الرسومات البيانية للتوضيح :

جدول رقم (6)

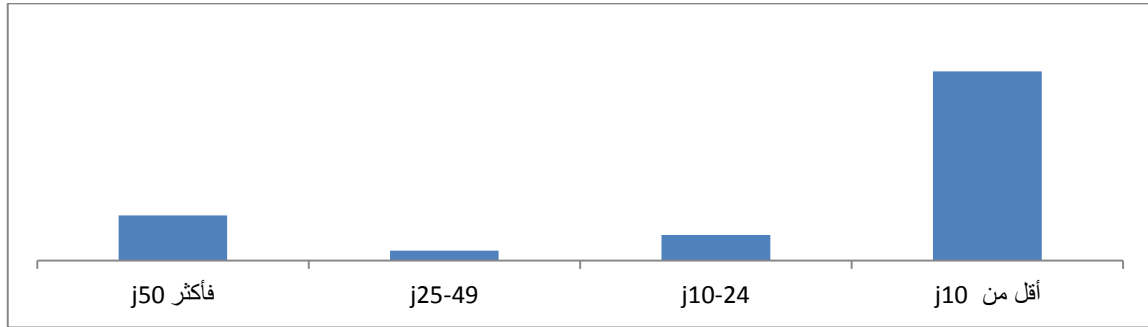
عدد المشتغلين في صناعة الجلود ومنتجاتها
وفقاً لطبيعة النشاط الاقتصادي وفئة عدد المشتغلين

النسبة	صناعة الجلود ومنتجاته	النسبة لأجمالى الصناعة	صناعة الأحذية	النسبة لأجمالى الصناعة	دباغة وتهيئة الجلد	فئة عدد المشتغلين
70,2	33190	73.1	25004	62,5	8186	أقل من 10
9,5	4487	8,1	2764	13,2	1723	10 - 24
3,6	1726	4	1353	2,8	373	25 - 49
16,7	7913	14,8	5087	21,5	2826	50 فأكثر
100	47316	100	34208	100	13108	الإجمالى

المصدر : الجهاز المركزى لتعبئة العامة الإحصاء ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير منشورة
- النسبة المئوية : من إعداد الباحث

الشكل رقم (4)

توزيع عدد المشتغلين في صناعة الجلود ومنتجاتها



المصدر : الجدول رقم (6)

من خلال العرض السابق لأعداد المشتغلين في صناعة الجلود ومنتجاتها يلاحظ أن تركز عدد المنشآت الصناعية في الحضر كما أشرنا سلفاً كان سبباً أن بلغ عدد العاملين في الحضر 42789 عاملاً في (العام - الخاص) وبنسبة 90% وكان عدد العاملين في الريف 4527 عاملاً بنسبة 10% جميعهم يعملون في منشآت خاصة حيث أن جميع المنشآت العامة قائمة في الحضر كما هو واضح بالجدول رقم (4) ،

كما يلاحظ أن نسبة العاملين في فئة أقل من 10 عمال تستحوذ على النسبة العظمى في عدد العاملين حيث بلغت 70.2% من إجمالي العاملين في صناعة الجلود ومنتجاتها أما نسبة العاملين في فئة 50 عامل فأكثر بلغت 15.3% في حين أنها تمثل نسبة 0.45% من إجمالي المنشآت كما هو مبين في الجدول رقم (3) أما فئة مابين (10 - 24) فبلغت نسبتها 9.5% وأخيراً فئة (25-49) فهي تضم 1726 عاملاً بنسبة 3.6% وذلك مبين في جدول رقم (6) والرسم البياني رقم (4) .

كما لم يساهم القطاع العام في فرص العمل بتلك الصناعة سوى بنسبة 2% تقريباً في حين ساهم القطاع الخاص بنسبة 98% من إجمالي القوى العاملة في هذه الصناعة وذلك في الجدول رقم (4) ويجب على الدولة زيادة نسبة المساهمة في العملية الإنتاجية في تلك الصناعة سوء بزيادة الاستثمار أو بالتدخل في العملية التنظيمية بهدف التحسين وزيادة التوظيف .

3- حجم الإنتاج الإجمالي و القيمة المضافة الصافية

يتم عرض حجم الإنتاج الإجمالي لصناعة الجلود ومنتجاتها بتكلفة العوامل والقيمة المضافة الصافية بعد خصم مستلزمات الإنتاج والأهلاك وذلك في صناعة صناعة الدباغة وتهيئة وصباغة الجلود الفراء و صناعة حقائب الأمتعة وحقائب اليد والسرج والأعنة و صناعة الأحذية وإجمالي الصناعات المختلفة لتعرف على نسبة القيمة المضافة لكل واحدة على حده خلال السنوات 2006-2009-2012 في كلاً من القطاعين العام والخاص فى الجدول التالى

الجدول رقم (7)

حجم الإنتاج والقيمة المضافة الصافية للجلود منتجاته خلال الفترة (2006-2012

القيمة بالآلاف جنيه

نسبة القيمة المضافة *	القيمة المضافة	جملة المستلزمات والخدمية والإهلاك	الإنتاج الإجمالى بتكلفة العوامل	النشاط الاقتصادى	
37%	172359	293371	465730	صناعة الدباغة وتهيئة وصباغة الجلود الفراء	خاص 2006
28%	6709	17011	23720	صناعة حقائب الأمتعة وحقائب اليد والسرج والأعنة	
41%	69912	98535	168447	صناعة الأحذية	
37%	248980	408917	657897	إجمالى صناعة الجلود *	
57%	14443135 7	107244259	25167561 6	إجمالى الصناعات	
	0.17%	0.38%	0.26%	النسبة لإجمالى الصناعة *	
	1138	3049	4187	صناعة الأحذية	عام
30%	24039	54869	78908	صناعة الدباغة وتهيئة وصباغة الجلود الفراء	خاص 2009
28%	8914	22210	31124	صناعة حقائب الأمتعة	

				وحقائب اليد والسرج والأعنة	
%41	65487	93051	158538	صناعة الأحذية	
%36	98440	171130	268570	إجمالي صناعة الجلود*	
%49	16877075 1	17575433	34452118 4	إجمالي الصناعات	
	%0.05	%0.09	%0.07	النسبة لإجمالي الصناعة *	
	3241	3168	6409	صناعة الأحذية	عام
%24	5899	18673	24572	صناعة الدباغة وتهيئة وصباغة الجلود الفراء	خاص 2012
%41	8354	11928	20282	صناعة حقائب الأمتعة وحقائب اليد والسرج والأعنة	
%34	45039	88959	133998	صناعة الأحذية	
%33	59292	119560	178852	إجمالي صناعة الجلود *	
%53	29005917 8	253242493	54330167 1	إجمالي الصناعات	
	%0.02	%0.04	%0.03	النسبة لإجمالي الصناعة *	
	5766	3288	9054	صناعة الأحذية	

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، إحصاءات الإنتاج الصناعي السنوى

للقطاعين العام

والخاص ، لسنوات مختلفة ، بيانات غير منشورة .

- نسبة القيمة المضافة*: (القيمة المضافة الصافية لكل صناعة / حجم الإنتاج تكلفة العوامل).
- النسبة لإجمالي الصناعة * : (إجمالي صناعة الجلود / إجمالي الصناعات) .
- إجمالي صناعة الجلود* : (مجمع الصناعات القائمة على الجلود الموجودة بالجدول)

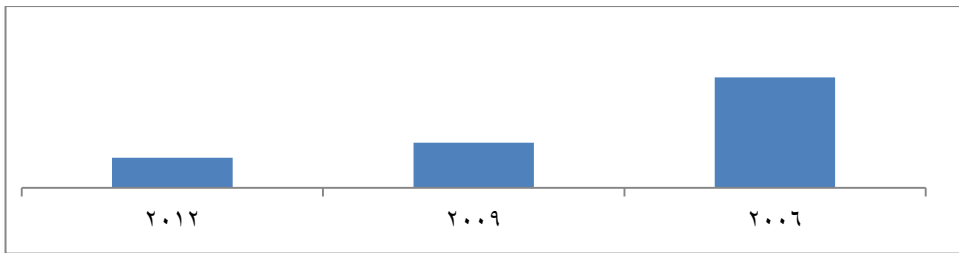
وفيما يلي تحليل لحجم الإنتاج من خلال القطاع الخاص فقط نظراً لإستحواده على النسبة الأكبر فى حجم الإنتاج لصناعة الجلود ومنتجاتها وإنخفاض إنتاجية القطاع العام نظراً لقلّة عدد المنشآت التابعة للقطاع العام فى تلك الصناعة كما تم الإشارة إليه سلفاً ومن الجدول السابق يلاحظ : إرتفاع نسبة القيمة المضافة لإجمالى صناعة الجلود ومنتجاتها حيث بلغت 37% فى عام 2006 وهو ما يعطى ميزة نسبية لتلك الصناعة وإن إنخفضت فى عام 2012 إذ بلغت 33% ، وتعتبر صناعة الأحذية هى الأفضل فى نسبة القيمة المضافة حيث حققت قيمة مضافة بلغت 41% فى حين إنخفضت القيمة المضافة لصناعة حقائب الأمتعة وحقائب اليد وكانت 28% .

إنخفاض حجم الإنتاج لصناعة الجلود ومنتجاتها فى عام 2012 عن عام 2006 من 657897 إلى 13998 بمقدار 479045 ألف جنيه أى يفوق ضعف حجم الإنتاج فى هذا العام كما هو مبين فى الرسم البيانى رقم (5) وكان هذا الإنخفاض فى جميع الصناعات القائمة على الجلد وأن كانت صناعة الدباغة وتهيئة وصباغة الجلود والفراء قد تقلصت بشكل ملموس .

كما يتضح الإنخفاض فى نسبة تلك الصناعة بنسبة لإجمالى الصناعة حيث إنخفض نسبة المساهمة فى حجم الإنتاج من 0,26% عام 2006 إلى 0,03% فى عام 2012 برغم زيادة حجم الإنتاج الصناعى الإجمالى فى عام 2012 عن عام 2006 كما هو مبين بالجدول رقم (7) ، من ثم يجب التعرف على أهم المعوقات التى تواجه صناعة الجلود ومنتجاتها حتى يتم تحقيق المستهدف من تلك الصناعة والأستفادة منها .

الشكل البيانى رقم (5)

تطور حجم الإنتاج من صناعة الجلود ومنتجاتها خلال الفترة (2012 - 2006)



المصدر : الجدول رقم (7)

4- حجم الصادرات والواردات من الجلود ومنتجاتها

أ- دورها في زيادة الصادرات

تؤثر صناعة الجلود ومنتجاتها في زيادة حجم الصادرات بمقادير مختلفة ونسب مختلفة من عام إلى آخر ولكن يجب التمييز بين صادرات الجلود الخام وصادرات منتجاتها ، ويوضح الجدول التالي تطور قيمة الصادرات من الجلود والفراء والصادرات من الأحذية وأغطية الرأس والنسبة لإجمالي الصادرات السلعية للتعرف على مدى مساهمة صناعة الجلود ومنتجاتها في زيادة الصادرات .

جدول رقم (8)

تطور الصادرات طبقاً للمجموعات السلعية وصادرات الجلود خلال الفترة (2001- 2013) القيمة بالمليون جنيه

السنة	إجمالي الصادرات السلعية	صادرات الجلود والفراء ومصنوعاتها	صادرات/أحذية / أغطية الرأس والسيات	صادرات الجلود	
				النسبة إلى الصادرات السلعية	الإجمالي
2001	16498	101	7	0,6	108
2002	21145	122	6	0,6	128
2003	36812	166	8	0,4	174
2004	47678	177	7	0,3	184
2005	61625	169	9	0,2	178
2006	78864	176	5	0,1	181
2007	91256	222	9	0,1	231
2008	143107	416	45	0,3	471
2009	134589	701	96	0,5	797
2010	154850	1031	109	0,6	1040
2011	188351	947	113	0,5	960
2012	178512	737	58	0,4	795
2013	197720	1214	76	0,6	1290

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، الكتاب الإحصائي السنوى ، الباب الثامن

عشر، باب التجارة الخارجية ، سبتمبر 2012 .

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، الكتاب الإحصائي السنوى ، الباب الثامن عشر،

باب التجارة الخارجية ، سبتمبر 2014 .

- النسبة المئوية: من إعداد الباحث

من الجدول رقم (8) يلاحظ زيادة قيمة الصادرات من الجلود الخام والفراء ومصنوعاتها عام بعد الآخر حيث ارتفعت من 101 مليون جنيه في عام 2001 إلى 701 مليون جنيه في عام 2009 إلى أن بلغت 1214 مليون جنيه في عام 2013.

قيمة الصادرات من أحذية وأغطية الرأس والسياط بها ثبات من عام 2001 إلى عام 2007 تقريباً حيث زادت بمقدار 2 مليون جنيه فقط ، ثم توالى في الزيادة بعد ذلك إلى أن وصلت إلى أقصى قيمة لها في عام 2011 إذا بلغت 113 مليون جنيه ومن الملاحظ أن حجم الصادرات من أحذية وأغطية الرأس والسياط ضعيفه جداً في حين أن الصادرات من الجلود الخام والفراء مرتفع نسبياً وهذا مؤشر غير جيد .

كما يلاحظ نسبة مساهمة إجمالي الصادرات من الجلود ومنتجاتها إلى إجمالي الصادرات السلعية ضعيفة حيث بلغت في بعض السنوات إلى 0,2% وقد حدث في أعوام 2005 و 2006 و 2007 وهو أقل مستوى رغم ماتملكه صناعة الجلود في مصر من مميزات نسبية في حين زادة نسبة المساهمة في حجم الصادرات في عام 2013 إلى أن بلغت نسبة 0,6% في ذلك العام وهي أفضل نسبة وصلت إليها خلال الفترة من 2001 إلى 2013 ولقد ساهمة بنفس النسبة في أعوام 2001 و 2002 و 2010 .

وإذا كان التصدير توجهاً اقتصادياً وسياسياً للدولة لتوفير العملة الصعبة فإن مزاياه أقل بكثير من عيوبه في حالة الجلود لذا يجب أن يكون التوجه هو تصدير المنتج النهائي لعودة الروح في صناعة الجلود [أبو العز، نهلة : 2003 ; 39] .

ومن الممكن زيادة الصادرات من منتجات الجلود من خلال تطوير المدابغ وتوطين الصناعة حتى يمكن الاستفادة من التكامل بين مراحل الصناعة المختلفة.

ب- دورها في تقليل الواردات

لا شك أن الأهتمام بصناعة الجلود كأحد الصناعات الصغيرة في مصر وماتتمتع به من قدرة علي إستيعاب الأيدي العاملة الماهرة وغير الماهرة وماتتصف به من ارتفاع في نسبة القيمة المضافة وكذلك الروابط في العملية الإنتاجية سواء روابط أمامية أوخلفية سوف يؤدي ليس فقط لزيادة الصادرات بل تقليل الواردات من صناعة الجلود .

ويمكن التعرف على قيمة الواردات من صناعة الجلود ومنتجاتها ونسبتها من خلال

الجدول رقم (9) والرسم بياني رقم (6) .

جدول رقم (9)

تطور الواردات طبقاً للمجموعات السلعية ، و واردات الجلود خلال الفترة (2001- 2013)
القيمة بالمليون جنيه

واردات الجلود		أحذية وأغطية رأس والسياط	جلود وفراء ومصنوعاتها	إجمالي الواردات السلعية	السنة
النسبة إلى الواردات السلعية	الإجمالي				
0,3	186	118	68	50659	2001
0,3	207	140	67	56482	2002
0,2	176	127	49	65083	2003
0,2	231	164	67	79716	2004
0,2	274	189	85	114688	2005
0,2	248	170	78	118376	2006
0,1	225	128	97	152586	2007
0,2	697	433	264	287723	2008
0,2	665	450	215	249969	2009
0,4	1273	839	434	300361	2010
0,2	1085	725	360	371445	2011
0,2	1149	781	368	433698	2012
0,2	1244	825	419	455998	2013

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، الكتاب الإحصائي السنوى ، الباب
الثامن عشر،

باب التجارة الخارجية ، سبتمبر 2012 .

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، الكتاب الإحصائي السنوى ، الباب الثامن عشر، باب

التجارة الخارجية ، سبتمبر 2014 .

- النسبة المئوية : من إعداد الباحث

من الجدول رقم (9) يلاحظ زيادة قيمة الواردات من الجلود الخام والفراء ومصنعاتها ولكن بقيم ضعيفة حتى عام 2007 حيث زادت بمقدار 10 مليون جنيه ما بين عام 2001 وعام 2007 ثم توالى فى الزيادة إلى أن بلغت 419 مليون جنيه فى عام 2013 .

كما يلاحظ زيادة قيمة الواردات من أحذية وأغطية الرأس والسياط بشكل كبير مما أدى إلى زيادة حجم الواردات الإجمالية من الجلود ومنتجاتها من عام إلى آخر حيث أن حجم الواردات الإجمالية منها تجاوز فى بعض السنوات حجم الإنتاج الإجمالى بتكلفة عوامل الإنتاج من الجلود ومنتجاتها .

وبالرابط بين القيم الواردة فى الجدول رقم (9) والجدول رقم (7) فى أعوام 2009 و 2012 يلاحظ أن إجمالى الواردات من الجلود أكبر من حجم الإنتاج فى العامين ، فى حين أن حجم الإنتاج فى عام 2006 كان أكبر بكثير من حجم الواردات فى نفس العام أى أنه فى السنوات الأخيرة كان الإعتماد على الواردات من مصنعات الجلود وخاصة صناعة الأحذية بشكل كبير لذلك يجب وضع ضوابط لعملية الإستيراد والتهرب بغية حماية تلك الصناعة .

من ذلك يتضح لنا أهمية صناعة الجلود ومنتجاتها لذلك تبرز أهمية هذا القطاع وضرورة الإرتقاء به من خلال العمل الجاد للتعرف على التحديات ومعوقاتها لتذليلها بهدف تنمية صادراتها من المنتجات المصنعة منها وليس الجلود الخام والإستفادة من القيمة المضافة التى تتميز بها تلك الصناعة العريقة والعمل على الحد من الواردات من الجلود وخاصة الواردات المصنعة ، حتى تتمكن الصناعة الوطنية من مواجهة التحديات والمنافسة العالمية وتحقيق الاستفادة من الميزات التنافسية التى تتمتع بها تلك الصناعة ودورها فى الحد من ظاهرة البطالة وفيما يلى عرض لأهم التحديات والمعوقات التى تواجه صناعة الجلود .

ثانياً : التحديات والمعوقات التى تواجه صناعة الجلود :

تعانى صناعة الجلود من العديد من المشكلات والتحديات فى السنوات الأخيرة مما أبعدها عن تحقيق العديد من أهداف التنمية ، وقد انعكس ذلك فى إنخفاض حجم الإنتاج الإجمالى فى السنوات الأخيرة كما هو مبين سلفاً وفيما يلى استعراض لبعض المشكلات والتحديات التى تواجه صناعة الجلود ومنتجاتها مما يحد من قدرتها التنافسية فى الأسواق الداخلية والخارجية :

1- المشكلات التمويلية

تعانى تلك الصناعة مثلها مثل العديد من الصناعات الصغيرة والمتوسطة من عدم الحصول على الخدمات التمويلية المناسبة لتلبية احتياجاتها من رأس المال المطلوب للاستثمار و التوسع ، أى أن هذا القطاع يواجه عقبات تحول دون دخول مشروعات جديدة إلى الأسواق أو نمو المشروعات القائمة .

2- المشكلة التسويقية [أحمد: 2010 ; 60]

يعتبر التسويق من أهم المعوقات التى تواجه تنمية قطاع الجلود وهى قضية معقدة ومرتبطة بالعديد من العوامل التى تؤثر فيها وأهمها :-

- قصور قنوات وشبكات التسويق ، ونقص المعلومات والموارد اللازمة لتوظيف المتخصصين ، وعدم التكامل بين الوحدات الإنتاجية الصغيرة والكبيرة والأجنبية.

- كما تواجه تلك الصناعات صعوبات فى الحصول على العقود التى تطرحها الدولة ، إلى جانب عدم انتظام جودة المنتجات ومن ثم صعوبة تسويقها .

- كما يتصف غالبية الإنتاج الكلى لهذه المنشآت بنظام الطلبات الوقتية مما يجعل من الصعوبة إعداد خطة إنتاجية واضحة المعالم والتشغيل .

- كما تفتقد تلك الوحدات من عدم وجود شبكات ذات قدرة تنافسية عالية فى مجال تجارة الجملة والتجارة الخارجية تستطيع تقديم منتجاتها فى الأسواق المحلية والخارجية وتزودها بمعلومات عن تلك الأسواق .

3- المعوقات التصديرية [الشرقاوى: 2003 ; 91]

أشرنا سلفاً إلى فى أهمية صناعة الجلود ومنتجاتها فى زيادة الصادرات وتوصلنا إلى أن الصادرات كمنتج تام الصنع هو الأهم وليس زيادة الصادرات من الجلود الخام ، وكما يتضح منالجدول رقم (8) إنخفاض حجم الصادرات من الأحذية وأغطية رأس والسياط بشكل واضح وتتلخص الأسباب التى أدت إلى عدم قيام المنشآت بالتصدير فيما يلى :

- عدم وجود بيانات عن الأسواق الخارجية .

- الكثير من المنشآت لا تستطيع الحصول على عقود لتصدير الأحذية والمنتجات الجلدية .

- عدم وجود جهات تمويل إجراءات التصدير للمنشآت الصغيرة مما يضعف قدرتها التسويقية ويستلزم ذلك حث البنوك على تمويل هذه الصناعات لتنمية صادرات الأحذية الجلدية المصرية فى الخارج .

- صعوبة إجراءات التصدير التى تواجه المنشآت العاملة فى تلك الصناعة مما يجعلها تحجم عن الدخول فى هذا المجال وتفضل التعامل فى السوق المحلية .

4- تعاني صناعة الجلود فى مصر من ضعف الرقابة حيث يطلب أصحاب المنشآت العاملة فى صناعة الجلود رقابة وزارة الصناعة على الجلود ،حيث توقفت الرقابة على المصنوعات بعد أن كانت تتم بشكل دورى وقد تصل العقوبة فى حالة تكرار المخالفات بغلق المحل أو الورشة وتغريم صاحبها [مجلة الأهرام الاقتصادية:2003 ; 39p] .

كما توجد بعض التحديات التى تواجه صناعة الجلود ومنتجاتها فى مصر والتى أشار إليها قطاع بحوث التسويق والدراسات السلعية والمعلومات وحددها فى النقاط التالية [وزارة الصناعة والتجارة : 14p ; www.tpegypt.gov.eg]:

1- كيفية نقل المدابغ من منطقة مصر القديمة إلى مدينة بدر الجديدة وذلك تمشياً مع قانون حماية البيئة والرغبة فى إدخال التكنولوجيا الحديثة فى الإنتاج والتصنيع وذلك بهدف رفع القدرة التنافسية لهذه الصناعة .

2 - إنخفاض مستوى جودة دباغة الجلود فى مصر حيث أنها أقل من المستوى العالمى وذلك نتيجة لعيوب فى طريقة السلخ اليدوى ،كما أن بعض المدابغ تستخدم مواد كيميائية غير مصرح بها عالمياً .

3- ضعف الوحدات الإنتاجية والتى تتمثل فى صغر حجم المنشآت وأعتدادهما الغالبية منها على العمال أصحاب الخبرات المتوارثة وضعف الوعى التجارى والتصنيعى لكثير من المنتجين .

4 - تصدير الجلود الخام وهى من أكبر التحديات التى تواجه تلك الصناعة حيث يترتب على عملية التصدير إرتفاع سعر الجلود الخام مما تنعكس بالسلب على منتجى الصناعات الجلدية وضعف موقفهم التنافسى أمام المنتجات الجلدية المستوردة .

5 - ارتفاع تكلفة الإنتاج المحلى بالمقارنة بالمثل المستورد مما يضعف القدرة التنافسية للمنتج المحلى سواء فى السوق المحلية أو الأسواق الخارجية .

ثالثاً: قياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود في مصر

في هذا الجزء تم قياس القدرة التنافسية لصناعة الجلود كأحد نماذج الصناعات الصغيرة والمتوسطة في مصر باستخدام مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للعالم Balassa ، ومؤشر الأداء الفعلي للتجارة للعالم Vallroth وتم الاعتماد على برنامج Excel للحصول على أفضل شكل للنتائج ، ومن خلال النظرية الاقتصادية والدراسات السابقة في هذا الصدد يمكن قياس تنافسية الجلود وصناعة الجلود في مصر باستخدام مؤشر (RCA) Revealed Comparative Advantage كما أوضحها الكثير من الكتابات العلمية [عامر- وآخرون:2007 ; 41-47pp]

1-4 : قياس تنافسية الجلود الخام :

تم قياس تنافسية الجلود الخام في مصر للتعرف على ما إذا كانت مصر تمتلك ميزة تنافسية في الجلود الخام أم لا وذلك وفقاً للمؤشرات سابقة الذكر معتمدين على البيانات الصادرة عن مركز التجارة العالمي (ITC) International Trade Centre [مركز التجارة العالمي : www.intracen.org]

1 - مؤشر الميزة النسبية الظاهرة :

ويقيس هذا المؤشر الأهمية النسبية لصادرات الدولة من السلعة وذلك من خلال ثلاث

مؤشرات فرعية وكانت النتائج كالتالي :

$$RCA = X_{ij} / X_{iw} / \{ X_{aj} / \{ X_{aw}$$

أ- مؤشر الأداء النسبي للصادرات
حيث أن :

X_{ij} ——— صادرات الدولة z من السلعة i إلى العالم الخارجى

X_{iw} ——— صادرات العالم من السلعة i

$\{ X_{aj}$ ——— إجمالى الصادرات السلعية للدولة z

$\{ X_{aw}$ ——— إجمالى الصادرات السلعية للعالم

جاءت النتائج وفقاً لهذا المؤشر على النحو التالى :-

الجدول رقم (10)

نتائج مؤشر الأداء النسبي للصادرات

السنة	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3
1 < RCA	1.3	1.2	0.98	0.8	1	1.3	2.8	3.2	2.6	2.3	3.3
<1											

من ذلك الجدول يلاحظ أن مؤشر RCA أكبر من الواحد الصحيح في كل السنوات بإستثناء عام 2006 وهذا يعنى أن مصر تتمتع بميزة تنافسية في الجلود الخام .

$$RCA = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{iw}} / \left\{ \frac{X_{aj}}{X_{aw}} \right\}$$

ب- مؤشر أداء صافى الصادرات
Mij ——— واردات الدولة z من السلعة i

وجاءت النتائج وفقاً لهذا المؤشر على النحو التالى :

الجدول رقم (11)

نتائج مؤشر أداء صافى الصادرات الخام من الجلود

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1 < RCA	1.32	1.17	0.95	0.82	0.91	0.96	2.36	2.76	2.43	2.13	3.25
<1											

من الجدول أعلاه يلاحظ أن مؤشر RCA أكبر من الواحد الصحيح في كل السنوات فيما عدا الأعوام 2005 - 2006 - 2007 بما يعنى تمتع مصر بميزة تنافسية في الجلود الخام وفقاً لهذا المؤشر الفرعى .

ج - مؤشر نسبة الصادرات إلى الواردات $RCA = X_{ij} / M_{ij} \quad X_{iw} / M_{iw}$ حيث أن :

M_{iw} — إجمالي واردات العالم من السلعة أو الصناعة i

وجاءت النتائج وفقاً لهذا المؤشر علي النحو التالي :-

الجدول رقم (12)

نتائج مؤشر نسبة الصادرات إلى الواردات من خام الجلود

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
$1 < RCA < 1$	50	48	24	40	9	3	5	5	10	13	34

فقاً لهذا المؤشر فإن مصر تمتلك ميزة تنافسية واضحة حيث أن مؤشر RCA أكبر من الواحد الصحيح بشكل واضح وذلك في جميع السنوات محل الدراسة .
من ذلك يلاحظ أن مصر تمتلك ميزة تنافسية في صادرات الجلود الخام وفقاً لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة لـ "Balassa" .

$$RCA = RXA - RMA \quad 1- \text{مؤشر الأداء الفعلي للتجارة}$$

يستخدم هذا المؤشر لما يمتاز به من الدقة والقدرة على تفادي الازدواج في القياس مقارنة بالمؤشرات الأخرى إلى جانب أنه يجمع بين الصادرات والواردات ومن ثم يبين قدرة السلعة على الاختراق للأسواق الخارجية ويمكن حساب الميزة التنافسية للجلود في مصر وفقاً لهذا المؤشر من خلال الجداول التالية .

الجدول رقم (13)

نتائج حساب مؤشر الأداء الفعلى للتجارة

السنة	RCA	RMA	RXA
2003	1.336	0.016	1.352
2004	1.178	0.015	1.193
2005	0.969	0.022	0.991
2006	0.827	0.014	0.841
2007	0.944	0.061	1.005
2008	1.141	0.186	1.327
2009	2.597	0.291	2.888
2010	3	0.284	3.284
2011	2.569	0.127	2.696
2012	2.232	0.073	2.305
2013	2.341	0.043	2.384

يتضح من الجدول أعلاه أن لمصر ميزة تنافسية فى الجلود الخام وفقاً لمؤشر Vallroth حيث أن قيمة مؤشر RCA أكبر من الواحد الصحيح ماعدا ثلاث السنوات 2005 و 2006 و 2007 وتكون قيمة المؤشر فيها تقترب من الواحد الصحيح وهو مايعنى تمتع الدولة بميزة تنافسية فى صافى تجارتها الخارجية .

2-4 : قياس تنافسية الصناعات القائمة على الجلود :

تم قياس تنافسية الصناعات القائمة على الجلود (حقائب السفر- حقائب اليد من الجلود – الملابس من الجلود – سراج الحيوانات – حقائب الكاميرات وغيرها) فى مصر للتعرف على ما أن كانت تمتلك مصر ميزة تنافسية فى تلك المنتجات المصنعة أم لا وذلك بالاعتماد على البيانات الصادرة من مركز التجارة العالمى (ITC) International Trade Centre .

1 - مؤشر الميزة النسبية الظاهرة

ويقيس هذا المؤشر الأهمية النسبية لصادرات الدولة من الصناعة وذلك من خلال ثلاث مؤشرات فرعية وكانت النتائج كالتالي وهي :

$$RCA = X_{ij} / X_j / w \quad \{ X_{aj} / \{ X_{aw} \quad \text{أ - مؤشر الأداء النسبي للصادرات}$$

الجدول رقم (14)

نتائج مؤشر الأداء النسبي للصادرات من مصنعات الجلود

السنة	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	201
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3
$1 < RCA$	0.03	0.07	0.05	0.06	0.04	0.15	0.11	0.07	0.05	0.02	0.03
< 1											

من الجدول اعلاه يتضح عدم تمتع مصر بميزة تنافسية في المنتجات المصنعة من الجلود وفقا لهذا المؤشر الفرعى .

$$RCA = X_{ij} - M_{ij} / X_{iw} \quad \{ X_{aj} / \{ X_{aw} \quad \text{ب- مؤشر أداء صافى الصادرات}$$

الجدول رقم (15)

نتائج مؤشر أداء صافى الصادرات من مصنعات الجلود

السنة	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	201
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3
$1 < RCA$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
< 1	0.28	0.30	0.31	0.23	0.22	0.24	0.10	0.48	0.35	0.43	0.47

من الجدول اعلاه يتضح عدم تمتع مصر بميزة تنافسية في المنتجات المصنعة من الجلود وفقا لهذا المؤشر الفرعى .

$$RCA = X_{ij} / M_{ij} \quad X_{iw} / M_{iw} \quad \text{ج - مؤشر نسبة الصادرات إلى الواردات}$$

والجدول التالي يوضح النتائج وفقاً لهذا المؤشر

الجدول رقم (16)
نتائج مؤشر نسبة الصادرات إلى الواردات من مصنعات الجلود

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
$1 < RCA < 1$	0.12	0.20	0.16	0.24	0.19	0.43	0.55	0.14	0.13	0.04	0.06

من الجدول اعلاه يتضح عدم تمتع مصر بميزة تنافسية في المنتجات المصنعة من الجلود وفقاً لهذا المؤشر الفرعى ، من ذلك يلاحظ مصر لا تمتلك ميزة تنافسية في صادرات من المنتجات المصنعة من الجلود وفقاً لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة لـ "Balassa" .

2 - مؤشر الأداء الفعلى للتجارة

يمكن حساب الميزة التنافسية للجلود في مصر وفقاً لهذا المؤشر من خلال حساب مؤشر الميزة النسبية للصادرات المصنعة من الجلود CXA و حساب مؤشر الميزة النسبية للواردات المصنعة من الجلود CMA وذلك كما يلي .

الجدول رقم (17)
حساب مؤشر الأداء الفعلى للتجارة

السنة	RXA	RMA	RCA
2003	0.03	0.17	- 0.14
2004	0.07	0.20	- 0.13
2005	0.05	0.18	- 0.13
2006	0.06	0.17	- 0.11
2007	0.04	0.14	- 0.10
2008	0.15	0.18	- 0.03
2009	0.11	0.11	0.00
2010	0.07	0.27	- 0.20
2011	0.05	0.21	- 0.16
2012	0.02	0.20	- 0.18
2013	0.03	0.23	- 0.20

من الجدول رقم (17) يلاحظ أن المنتجات المصنعة من الجلود فى مصر ليس لديها ميزة تنافسية وفقاً لمؤشر Vallroth حيث أن RCA أقل من الصفر .
من خلال ذلك يلاحظ أن مصر لديها ميزة تنافسية فى الجلود الخام وفقاً للمؤشرات التى عتمد عليها Balasse وكذلك وفقاً لمؤشر Vallroth ماعدا بعض السنوات ، اما فى حالة المنتجات المصنعة من الجلود كمدخلات أساسية يتضح أن مصر قد فقدت الميزة التنافسية المستمدة من الجلود وذلك واضحاً فى النتائج التى توصلت إليها الدراسة حيث يلاحظ أن مؤشر RCA يشير إلى عدم وجود ميزة تنافسية لمصر فى تلك الصناعة ، وذلك متوافقاً مع حجم الصادرات والواردات من الجلود الخام ومنتجاتها والصادرات والواردات من المنتجات المصنعة من الجلود الخام فى شكلها النهائى كما هو موضح ذلك بالجدول رقم (8) و الجدول رقم (9) لذا يجب تحديد محاور تحسين وتنمية الصناعات القائمة على الجلود .

رابعاً : محاور تنمية صناعة الجلود :

كما أتضح من العرض السابق الأهمية الاقتصادية لصناعة الجلود ومنتجاتها فى توفير فرص العمل وحجم الإنتاج وأرتفاع نسبة القيمة المضافة بها ، كما تعد أحد القطاعات الواعدة فى زيادة حجم الصادرات بشرط تحسين القدرة التنافسية للصناعات القائمة على الجلود حيث يشير قياس التنافسية لتلك الصناعات إلى ضعف القدرة التنافسية للمنتجات النهائية الصنع القائمة على الجلود كمكون أساسى رغم ما تتمتع به مصر من ميزة تنافسية فى الجلود الخام .
و تم وضع بعض الأستراتيجىة لمواجهة الموقف الصعب التى تمر بها صناعة الجلود لرفع قدرتها التنافسية من قبل بعض الجهات المختصة مثل مركز تحديث الصناعة و غرفة صناعة الجلود باتحاد الصناعات المصرية وقطاع بحوث التسويق والدراسات السلعية والمعلومات بوزارة الصناعة والتجارة الخارجية وسوف يعتمد عليها فى تحديد المحاور التى يمكن من خلالها زيادة القدرة التنافسية لصناعة الجلود فى العرض التالى [اتحاد الصناعات المصرية : ; 1-20 pp] : 2013

المحور الأول : تطوير وتحديث الصناعة :

يهدف هذا المحور إلى وصول المنتج النهائى من المصنوعات الجلدية المصرية للمستوى الدولى بحيث يصنع بأقل تكلفة وأعلى جودة حتى يتمكن من المنافسة الداخلية والخارجية ويمكن الوصول

إلى ذلك عن طريق الأهتمام بالآلات والعنصر البشرى والدعم المؤسسى وذلك من خلال العناصر التالية :

1- تحديث الآلات

يجب العمل على استخدام الآلات ذات الإنتاجية العالية لخفض تكاليف تصنيع المنتج ، وتطوير الآلات الموجودة داخل المصانع المنتجة .

2- التجمعات الصناعية

العمل على تكوين مناطق صناعية متكاملة حيث تشير التجارب الناجحة للدول المصدرة إلى أنها أقامت مدن تصنيعية متخصصة لذا يجب أن يكون فى مصر مدينة مخصصة لصناعة المنتجات الجلدية بها جميع الخدمات الداعمة لتخفيز الشركات للانتقال إليها.

3- تطوير مشاركة الصناعات الصغيرة

لا شك أن قطاع الصناعات الصغيرة فى تلك الصناعة فى حاجة ملحة للتحديث والتطوير من أجل صالح الصناعة كاكل على المدى الطويل ، لذلك يجب تبنى استراتيجية تشجع على التعاون والتكامل بين الشركات الكبرى الممكنة وبين المنشآت صغيرة الحجم .

4- الموارد البشرية

وهى من أهم الجوانب التى يجب التركيز عليها لإمداد قطاع صناعات الجلود المصرية بالموارد البشرية المدربة التى تستطيع إدارة العملية التجارية والإنتاجية وفق المعايير الدولية وذلك من خلال تنمية ورفع مستوى المهارات الأساسية والعمل على التدريب المستمر وتوفير كادر من العاملين لديه المقدرة على الإدارة والإشراف والأهتمام برقابة الجودة فى مراحل الأنتاج المختلفة .

5- الدعم المؤسسى

يتم الدعم المؤسسى بالعمل على توحيد وتكاتف وتكامل المؤسسات المهتمة بتطوير صناعة الجلود فى مصر وتأخذ من غرفة صناعة الجلود محور الارتكاز للإستراتيجية الكلية للصناعة حتى يمكن التنسيق بين الهيئات المختلفة والنهوض بتلك الصناعة .

المحور الثانى : رفع الكفاءة التسويقية

يعد البعد التسويقى أحد أهم المحاور الرئيسية التى يجب الأهتمام بها فى ضوء التدهور الواضح فى الصادرات خاصة المنتجات تامة الصنع وزيادة الواردات منها لذلك يجب تحديث صناعة الجلود لتمكينها من تقديم منتجات بمعايير دولية للسوق العالمية وذلك من خلال النقاط التالية :

1 - تطوير المنتج

لاشك أن المعيار الرئيسي للنجاح فى التصدير هو تقديم منتج فريد ومتميز وتوفير المعلومات المتعلقة بالموضة حتى يمكن عرض منتجات بجودة عالية فى المعارض الدولية .

2- دعم التصدير

غنى عن القول أن حكومات العديد من الدول الناجحة المصدرة للمنتجات الجلدية تقوم بتقديم الدعم الشامل فى المراحل الأولى لدخول الأسواق العالمية كجزء من استراتيجية تطوير التصدير ، لذلك يجب تقديم دعم مالى للمنتجين المصريين المصدرين للمنتجات تامة الصنع لفترة محددة كحافز لهم .

3- مهارات التصدير

كل مصنعى المنتجات الجلدية فى مصر لديه توجه بالإنتاج للتصدير باستثناء القليل منهم ولكن لا توجد مهارات تسويقية تصديرية لدى الكثير من المنتجين، لاشك وجود مثل هذه المهارات ضرورى للصناعة للعمل بكفاءة وتحقيق النجاح فى السوق العالمية

4- إنشاء معارض للمنتجات الجلدية

العمل على المشاركات فى المعارض الدولية الخارجية وخاصة فى الدول التى تتمتع الصادرات المصرية فيها بميزة نسبية وتطوير معرض القاهرة الدولى للجلود وتذليل المعوقات أمام المنتجين المصريين للمشاركة فى تلك المعارض وعدم الأقتصار على عدد محدد من المشاركين وتوسيع مجال المشاركة للمنتجين المصريين فى المعارض الدولية والمحلية .

خامساً : النتائج والتوصيات

- النتائج

- توجد أهمية اقتصادية لصناعة الجلود تتمثلة فى فرص العمل وإرتفاع نسبة القيمة المضافة .
- تواجه صناعة الجلود فى مصر الكثير من المشكلات والمعوقات التى تحرمها من الاستفادة من بعض المميزات التى تمتلكها مصر فى الجلود .
- تتمتع مصر بميزة تنافسية فى الجلود الخام .
- لا تتمتع مصر بميزة تنافسية فى المنتجات المصنعة من الجلود .
- أدى ضعف الرقابة على المنتج إلى ضعف جودة المنتج وتراجع حصة مصر فى صادرات الأحذية والمصنوعات الجلدية .

- تراجع فى حجم الإنتاج من المنتجات الجلدية فى السنوات الأخيرة وزيادة حجم الواردات
- **التوصيات**
- العمل على تطوير المؤسسات وتحديث الصناعة القائمة على الجلود ومنتجاته ورفع الكفاءة التسويقية للمنتجات تامة الصنع .
- يجب زيادة الاستثمارات الموجهة من قبل الدولة فى هذا القطاع لزيادة إنتاجية ورفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة التوظيف .
- وضع القوانين والضوابط لعملية الإستيراد والتصدير حتى يمكن حماية الصناعات الجلدية .
- يجب إحداث تكامل بين المنشآت الكبيرة والمتوسطة والصغيرة العاملة فى هذا القطاع لتوسيع نطاق وتنمية وزيادة قدرته التنافسية .

قائمة المراجع

1- أولاً : المراجع العربية :

أ- الكتب :

- الليثى ، محمد - لويز سينين ، لطفى (1979)، أصول الاقتصاد الرياضى ، دار الجامعات المصرية ، الاسكندرية .
- العقاد، مدحت – عبدالفتاح، خيرية (2005) ،العلاقات الاقتصادية الدولية .
- شمت ، نيفين (2014) ،التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية ، دار التعليم الجامعى ، الأسكندرية .

ب – الدوريات والمؤتمرات :

- أبو الفضل ، فتحى (2004) ، القدرة التنافسية لصادرات الصناعة التحويلية المصرية وأثر تحرير التجارة وتحرير سعر الصرف عليها ، مجلة الدراسات والبحوث التجارية ، كلية التجارة ببها ، جامعة الزقازيق فرع بنها .
- أحمد ، عصام (2001) ، دراسة فنية لصناعة الجلود والمنتجات الجلدية ، قضايا التخطيط والتنمية ، معهد التخطيط القومى ، القاهرة.

- الشرقاوى ، ممدوح (2003) ، دراسة ميدانية للمشاكل والمعوقات التى تواجه صناعة الأحذية الجلدية فى مصر " التطبيق على محافظة القاهرة ومدينة العاشر من رمضان " ، قضايا التخطيط والتنمية ، رقم 172، معهد التخطيط القومى، القاهرة.

ج - الرسائل العلمية :

- السيد ، أمانى (2008) ، دور الصناعات الصغيرة فى توفير النقد الأجنبى فى مصر مع التطبيق على صناعة الجلود – دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة .
- عامر، رانيا (2007) ، "القدرة التنافسية الدولية لصناعة الغزل والنسيج فى مصر فى ضوء بروتوكول الكويز ، رسالة ماجستير، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة
- محمد، شيماء (2007) ، اقتصاديات المصنوعات الجلدية "الأحذية" فى مصر دراسة تطبيقية مقارنة مع إيطاليا ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة،جامعة عين شمس ، القاهرة .
- محمود ، نيفين(2004) ، "القدرة التنافسية للصادرات الصناعية المصرية فى ظل إلبات الاقتصاد العالمى الجديد مع التطبيق على بعض الصناعات التحويلية " ، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة .

د – التقارير والنشرات :

- اتحاد الصناعات المصرية (2013) – غرفة صناعة الجلود ، استراتيجية غرفة صناعة الجلود " الدورة الانتخابية 2013 /2016 " ، القاهرة.
- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء (2012) ، الكتاب الإحصائى السنوى ، الباب الثامن عشر، باب التجارة الخارجية ، القاهرة.
- _____ (2014) ، الكتاب الإحصائى السنوى ، الباب الثامن عشر، باب التجارة الخارجية ، القاهرة .
- أبو العز، نهلة (2003) ، صراع الكبار يهدد صناعة الجلود ، مجلة الأهرام الاقتصادى ، العدد 1799 ، 30 / 6 / 2003 ، القاهرة .
- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، إحصاءات الإنتاج الصناعى السنوى للقطاعات العام والخاص ، لسنوات مختلفة ، بيانات غير منشورة WWW.capmas.gov.eg

- _____ ، إحصاءات تعداد المنشآت ، بيانات غير منشورة WWW.capmas.gov.eg
 - وزارة الصناعة والتجارة ، قطاع نقطة التجارة الدولية المصرية ، دراسة عن تنمية الصادرات المصرية من الجلود والصناعات الجلدية www.tpegypt.gov.eg
- ثانياً : المراجع الأجنبية :

- Egypt – Industrial Modernisation Centre , **Strategic study on the Egyptian Shoes , Leather Goods and Garment Sector** , Strategy and Action Plan , Cairo , January 2006 .
- Edward j.Kane , **Economics Statistics & Econometrics** , A Harper international Edition ,New York , 1969 .
- International Trade Centre (ITC) www.intracen.org .