



Agricultural Economics and Social Science

Available online at <http://zjar.journals.ekb.eg>
<http://www.journals.zu.edu.eg/journalDisplay.aspx?JournalId=1&queryType=Master>



المزايا النسبية والتنافسية لصناعة الملابس الجاهزة في الصين

صلاح رشدي محمد إبراهيم* - احمد فؤاد محمد مشهور - عبدالله الشناوي

1- قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق - مصر

2- قسم الاقتصاد - كلية التجارة - جامعة الزقازيق - مصر

Received: 14/07/2024; Accepted: 31/07/2024

المخلص: استهدف البحث دراسة ملامح النمو الاقتصادي للصين، ودراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية (CSR)، ودراسة محددات المزايا النسبية والتنافسية لصناعة الملابس في دولة الصين، ودراسة مؤشرات الحماية والمزايا التنافسية وطرق القياس، وكانت أهم النتائج التي توصل إليها البحث هي توفر نظرية بورتر الماسية للميزة الوطنية ونظرية أصحاب المصلحة أساساً نظرياً لتحليل العوامل التي تساهم في الميزة التنافسية للصين في صناعة تصنيع الملابس العالمية. توضح النظريتان العوامل التي تؤثر على الميزة التنافسية العالمية، فضلاً عن توفير فهم لمختلف أصحاب المصلحة المشاركين. في الميزة التنافسية لصناعة الملابس في الصين. توفر النظريات أيضاً هيكلًا لتطوير بروتوكول المقابلة لهذه الدراسة.

الكلمات الإسترشادية: المزايا النسبية، المزايا التنافسية، صناعة الملابس الجاهزة، الصين.

المقدمة والمشكلة البحثية

تشمل عملية التنمية على جانبين أساسيين، العنصر البشري والعنصر المادي. ويعد العنصر البشري (عنصر العمل) العنصر الحاكم في التنمية لأن ما يعتبر مورداً اقتصادياً يتوقف إلى حد بعيد على المهارات والخبرات الفنية والإدارية، وهو المسؤول عن تحويل الموارد المختلفة من قوة إلى فعل ومن إمكانية إلى وجود بل لا يمكن الاستفادة من الموارد الطبيعية جيداً دون توافر مستوى مهارات وتعليم جيد للقوة وأكد أكروست في دراسته التي أجراها في النرويج أن العنصر البشري المتعلم يعتبر القوة المحركة للنمو الاقتصادي وذلك من خلال تطوير التعليم والإدارة التي بدورها تقود الاقتصاد نحو نمو متصاعد وتنمية متسارعة (عمار، 1999).

كما يستدل على التنمية من خلال مؤشرات الدخل وزيادته الظاهرية والحقيقية بينما أصبحت تستخدم مؤشرات أخرى أكثر دلالة، مثل درجة الرفاهية ومدى تطور البنية التحتية، وقد أدخل شولتز وتاتا معايير أخرى إلى مفهوم التنمية ومؤشراتها، كالمساحة المزروعة والصحة والولادات والوفيات وعدد أجهزة الراديو ... ولكن أهم هذه المؤشرات على الإطلاق هو مدى التنمية البشرية في كل دول العالم (بول، 1990).

وهناك عامل اقتصادي آخر يؤثر على الميزة التنافسية العالمية للصين وهو سوق الملابس المحلية المتنامية في

الصين. ومن خلال خفض إنتاج الصادرات، تمكنت الصين من ذلك الفرصة للتركيز على الإنتاج لسوقها المحلية المتنامية من أجل الاستفادة من الربح من المستهلكين الصينيين وأصبحت العوامل أكثر استقلالية ويشترين ملابس راقية، لذلك يتزايد الطلب المحلي على الملابس في اقتصاد الصين بالإضافة إلى ذلك، توفر عوامل مثل زيادة معدل الولادات في الصين فرصاً لبيع المزيد من الملابس للأمهات والأطفال الصينيين (Lu and Dickson, 2015).

زاد الإنفاق الإجمالي على الملابس في السوق الصينية بنسبة 15% في الفترة من 2006 إلى 2009، أي من 513 مليار دولار أمريكي إلى 778 مليار دولار أمريكي، على التوالي. بالإضافة إلى ذلك، زاد استهلاك الملابس عبر الإنترنت في الصين بنسبة 100% سنوياً بين عامي 2005 و2010. تشير الأبحاث إلى أن أكثر من 50% من سكان الصين سيدخلون الطبقة المتوسطة بحلول عام 2020، وهو ما يمثل زيادة كبيرة في القوة الشرائية بين المستهلكين الصينيين حيث كانت الطبقة الوسطى معدومة تقريباً قبل عام 2000 كما أن الأفراد في الطبقة المتوسطة الصاعدة يرغبون في الحصول على منتجات ذات جودة وابتكار أعلى مما كانت عليه الأجيال السابقة من المستهلكين الصينيين (Textile and Apparel Market, 2011).

* Corresponding author: Tel. : +201123610033

E-mail address: salah2000@yahoo.com

فعرّف عنه قابلية التشكل والاستعداد لتحديات الواقع العالمي المتغير، فتارة يكون جامد الملامح وشيوعي النزعة، وتارة منفتحاً على الغرب وعلى التجارة الخارجية عبر إشراك القطاع الخاص في آليات السوق، دون المساس بآليات حكمه أو محاولة انتزاعه من الحكم لدرجة أصبح من المستحيل لأي باحث عن محددات هذه التجربة التنموية الفصل بين الدولة الصينية وحزبها الحاكم في تجربة فريدة استطاع هذا الحزب، الانسجام بشكل كامل مع مواطنيه (الحزب الشيوعي الصيني، موسوعة الجزيرة، 2019).

فعلى الصعيد الداخلي عرفت فترة البناء الاشتراكي بزعامه "ماو تسي تونغ" أخطاء عدة بداية من الانغلاق الزائد على الداخل الصيني، وتطبيق الاشتراكية المجففة التي فشلت في الاستفادة المثلى من مقدرات الدولة الصينية، وانتزاع الصين من تعاليم "كونفيشيوس" وتاريخها الحضاري عن طريق "الثورة الثقافية" التي دعا إليها "ماو" بحجة اختراق الطبقة البرجوازية لصفوف حزبه المهتم بالطبقات الكادحة

وعلى الصعيد الخارجي انتشرت في هذه الفترة النزعة القومية الصينية المعادية للغرب وانقطاع الصلة بالعالم الخارجي على كافة الأصعدة، والتعامل مع القوى العظمى الغربية على أنها قوة الشر المعادية، إلا أنه تم الرجوع عن هذه النزعة المعادية إلى حد كبير عندما أدرك الحزب عدم جدوى الاستمرار على هذا النهج التي كانت الصين أول المتضررين منه بتطبيق سياسات الإصلاح الاقتصادي، وبشكل عام لا يمكن إنكار نجاح هذه الحقبة في إعلاء قيمة العمل وإحياء القومية الصينية.

ملاحم سياسات "ماو تسي تونغ"

بعد سيطرة الحزب الشيوعي على الحكم في الصين عام 1949، أصبح زعيم الحزب "ماو تسي تونغ" هو القائد والزعيم الأوحيد للصين الشعبية، والأب الروحي للتنمية الصينية، وظهرت الحاجة الماسة للنهوض بالدولة الصينية بعد الدمار الذي ألحقته بها الحرب العالمية الثانية ثم الحرب الأهلية، فكان تعداد السكان في هذا الوقت يصل إلى 500 مليون نسمة، أغلبهم من الفقراء وذوي الظروف المعيشية الصعبة، وكانت أشهر الصناعات القائمة في ذلك الوقت الغزل والأقمشة والقطن والحبوب. وانهجت الدولة في هذه الفترة المبادئ الاشتراكية المطبقة لدى الاتحاد السوفيتي في ذلك الوقت، وبادرت بعدة إجراءات سريعة وأنية لإنعاش حالة الاقتصاد الداخلي المتردي والقضاء على التضخم.

الخطة الخمسية الأولى (1953-1957)

اعتمد "ماو تسي تونغ" على التنمية الصناعية والزراعية بشكل متوازن، فانصبت أهداف المرحلة المسماة بـ "المشي على القديمين" على تحقيق التنمية

وللاستفادة من سوق الملابس المحلية المتنامية، قد تحتاج الصين إلى التركيز على إنشاء علاماتها التجارية الخاصة من خلال البحث والتصميم والابتكار. في الوقت الحالي، يعتمد مصنعو الملابس الصينيون بشكل كبير على العلامات التجارية الكبرى للملابس لتزويدهم بأفكار التصميم، ويقومون عموماً بنسخ التصميمات بدلاً من المشاركة في أبحاثهم الخاصة وتصميم المنتجات الجديدة. وبموجب هذا الهيكل، فإن العلامات التجارية للملابس التي تصمم وتشتري السلع تحد من قدرة الشركات المصنعة الصينية على المنافسة حيث تحافظ العلامات التجارية للملابس على السيطرة وتتمتع بقدرات تصميمية أكثر تقدماً. ومع ذلك، مصنعي الملابس في الصين قد تحقق فوائد من زيادة قدراتها التصميمية من أجل المساعدة في الحفاظ على الصناعة (Textile and Apparel Market, 2011).

في مقابلة مع مدير أسترالي، جيرهارد فلاتز، من منشأة تصنيع الملابس الصينية، اكتشف يونج (2016)، أن فلاتز كان يحول أعماله ليصبح شركة مصنعة متخصصة أكثر تركيزاً على التصميم. بدأ فلاتز خطة خمسية تهدف إلى تقليل العمالة المهاجرة إلى 20% فقط (لتحسين حقوق العمال) وخفض الحد الأدنى للطلبات إلى 20 قطعة لكل نمط (لانتقال من الإنتاج الضخم إلى التصنيع البوتيكي أو المتخصص). ومن خلال القيام بذلك، يمكن لشركة Flatz التركيز بشكل أكبر على البحث والتطوير وتحقيق ربحية أعلى في النهاية (Noronha et al., 2017).

أهداف البحث

- 1- دراسة ملاحم النمو الاقتصادي للصين
- 2- دراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية (CSR)
- 3- دراسة محددات المزايا النسبية والتنافسية لصناعة الملابس في دولة الصين
- 4- دراسة مؤشرات الحماية والمزايا التنافسية وطرق القياس

النتائج والمناقشة

النمو الاقتصادي للصين

منذ عام 1949 وحتى الآن ارتبط مصير الدولة الصينية بمصير حزبها الشيوعي الأوحيد، فالحزب استطاع إرساء مبادئ التنمية في أواخر السبعينيات وتحقيق القفزة التنموية على مدار ثلاثة عقود، لم يسلم من التجربة والخطأ وإصلاح سياساته في التعامل مع جميع تحديات الدولة الصينية على كافة الأصعدة بدءاً من عام 1949 حتى الآن، من أجل الحفاظ على تواجد في السلطة،

الأمر الذي استدعى حماية الحدود الغربية للصين بشكل أكثر فعالية، فكان الإنفاق الهائل على الجيش الصيني، وإدخال التكنولوجيا العسكرية الأولية بين صفوف الجيش الصيني.

الخطة الخمسية الرابعة (1971-1975)

وضع الحزب الشيوعي الخطوط الرئيسية لهذه الخطة والتي حدد أهدافها الاقتصادية والاجتماعية بدقة فريدة، وكانت أهمها:

- تستثمر الدولة في بنيتها التحتية ما لا يقل عن 130 مليار يوان خلال فترة الخطة الخمسية.

- تحقيق معدلات نمو في القطاع الزراعي والصناعي تصل إلى 12.5%.

- الوصول بإنتاج السلع الاستراتيجية لنسب محددة بدقة مثل (الحبوب الغذائية، القطن، الصلب، الفحم).

وبالفعل، استطاعت قطاعات الاقتصاد الصيني تحقيق معدلات النمو المرجوة بفضل التخطيط المركزي الدقيق وتحديد الأهداف الواقعية، مما جعل الصين في المركز الثالث عالمياً بعد روسيا والولايات المتحدة الأمريكية في حجم الإنتاج الصناعي.

الخطة الخمسية الخامسة (1975-1980)

وضعت ملامح هذه الخطة بدقة متناهية لدرجة يمكن اعتبارها خطة عشرية ممتدة لعشر سنوات وتضمنت كسابقتها أهدافاً محددة يجب أن تطبق من قبل الدولة (كردي، 2019) مثل:

- استثمار 70 مليار يوان في البنية التحتية لتهيئة البيئة الملائمة للتطور والنمو الصناعي والزراعي.

- الوصول بإنتاج الصلب إلى 60 مليون طن، والبتروك إلى 250 مليون طن.

- إنشاء 10 قواعد مركزية لتصنيع الحديد والصلب، و9 قواعد للمعادن غير الحديدية و8 للفحم.

وبالفعل، استطاعت هذه الخطة تحقيق أهدافها بعد إدخال العديد من التعديلات عليها أثناء تنفيذها بالرغم من وفاة الزعيم "ماو تسي تونغ"، فوصلت معدلات النمو الصناعي والزراعي إلى 10.1%، وبلغ إجمالي الناتج القومي 301 مليار يوان، وانتهى العجز المالي بالموازنة العامة للدولة.

الانفتاح الاقتصادي وصحوة التنين الصيني

نتيجة لتدراك أخطاء الماضي والتطور العالمي وحتمية الاندماج مع الأسواق العالمية تنبهت الصين أخيراً لضرورة التعديل من سياستها الاقتصادية المغلقة وكانت الأهداف الرئيسية للإصلاح الاقتصادي متمثلة في:

الصناعية، من خلال دعم الصناعات الثقيلة، مثل: الحديد والصلب والصناعات التعدينية والتعاونيات الزراعية، مما أدى إلى ارتفاع معدلات نمو الصناعة إلى 19% والزراعة إلى 41% وزيادة تراكم الدخل القومي إلى 24%، وعلى الرغم من تحسن مؤشرات الاقتصاد الكلي إلا أنه ظهرت العديد من الاختلالات الهيكلية بين القطاع الزراعي والصناعي وعدم القدرة على مواكبة التجربة السوفيتية ومحاكاتها في الداخل الصيني بسبب التخلف التكنولوجي والموارد البشرية الهائلة عكس دول الاتحاد السوفيتي التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال قبل وبعد الحرب العالمية الثانية

الخطة الخمسية الثانية (1958-1962) (والى، 2015)

اعتمدت الخطة الخمسية الثانية التي سميت بـ"القفزة الكبرى إلى الأمام" على اتجاهين أساسيين، هما: حملة "الصلب الشامل" وكان المقصود بها الإسراع في وتيرة تصنيع الصلب للتفوق على بريطانيا، وحملة "بلديات الشعب" والتي كان الهدف منها تجنيد أفراد من عامة الشعب للإشراف على تنفيذ الهدف الأول والحد من استيراد الصلب من الخارج، كل هذا في إطار الخطة الخمسية الثانية التي اهتمت بتنمية الصناعات الثقيلة وبجانبتها الإنتاج الزراعي واليدوي والتجارة.

ولكن أدى الإفراط في الاهتمام بالتفوق في صناعة الصلب إلى إهمال القطاع الزراعي واتجاه الأيدي العاملة لتصنيع الصلب بالإكراه في المصانع والأروقة وحتى الباحات الخلفية للمنازل، مما أدى إلى كارثة بيئية محققة وحدوث مجاعات بسبب عدم وفرة عمالة لجنس المحاصيل، مما دفع "ماو" بدوره للتخلي عن مقاطعته للغرب وقرر استيراد الحبوب الغذائية منهم، وكان عام 1959 بداية الفراق والقطيعة بين الصين والاتحاد السوفيتي بعد "كارثة السنوات السوداء" التي راح ضحيتها ملايين الصينيين بسبب المجاعة وفيضان النهر الأصفر، لتكون هذه الخطة الخمسية الأفضل بين جميع خطط الصين، مما أدى بالحزب الشيوعي للاجتماع لبحث تدارك الحالة السيئة في الداخل الصيني، وترتب على ذلك:

الخطة الخمسية الثالثة (1966-1970)

بعد تجميد "القفزة الكبرى للإمام" اتخذت القيادة الشيوعية عدة إجراءات تصحيحية مثل: العودة إلى الملكية الخاصة للأرض الزراعية، والتخلي عن المركزية المفرطة في إدارة المراكز المحلية والبلديات، والاهتمام بجودة الإنتاج الصناعي وليس الكم، مما أدى إلى تعافي الاقتصاد الصيني لمستويات ما قبل الانحدار، أدى هذا لإرساء مبادئ الخطة الخمسية الثالثة التي اعتمدت على أولويات ومتطلبات الشعب الصيني

وكان الاتجاه في تلك الفترة لإعادة تسليح الجيش نتيجة للخوف من احتمالية قيام حروب مع الاتحاد السوفيتي،

الخطة الخمسية الثامنة (1991-1995)

تمثل هذه الخطة امتداداً لسابقتها في الأهداف بل تمتاز عنها في أنها الأنجح والأسرع في معدلات النمو الذي بلغ 11% وأقلها في حدوث اضطرابات مجتمعية، وكانت في بدايتها قد حددت وصول الاقتصاد الصيني لأربع أضعاف الناتج المحلي الإجمالي المحقق في 1980، إلا أنها نجحت في تخطي هذه النسبة قبل الموعد المحدد بخمس سنوات في عام 1995 تحت قيادة الرئيس "جيانج زيمين"، ودخلت الصين لأول مرة عالم الصناعات التقنية بتصنيع الأجهزة الكهربائية وإنجاز 374 مشروع ابتكار تقنياً. ساعدها في تحقيق ذلك التطورات الهائلة في موارد الدولة معتمدة على تحديث وزيادة الأوعية الضريبية معتمدة في قوامها الأساسي على ضريبة القيمة المضافة، وتحديث النظام المصرفي ومنظومة إدارة سعر الصرف من قبل البنك المركزي والانضمام لمنظمة التجارة العالمية، ولا شك أن الصين استقادت سياسياً واقتصادياً من تفكك الاتحاد السوفيتي في مطلع تسعينيات القرن العشرين (Organization for Economic Cooperation and Development, 2004).

الصين الآن

دخلت الصين أعتاب القرن الواحد والعشرين وهي محققة لإنجاز اقتصادي تاريخي لم يسبق له مثيل، حيث نجحت بفضل إدارتها المنظمة وتخطيطها المركزي في تحقيق قاعدة صناعية قوية وبنية تحتية ساعدتها بعد ذلك في تحقيق أقصى استفادة من الانفتاح الاقتصادي، والتخلص الجزئي من أعباء ممتلكات الدولة التي لا تدر الربح الكافي بسياسة "النقاط الكبير وإغفال الصغير" التي دشنها "شياو بينج"، مما خلق انسجاماً في بيئة عمل الاقتصاد بقطاعيه العام والخاص، وخلق المفاهيم الاقتصادية الخاصة بها النابعة من واقع تجربتها الذاتية مثل "الاشتراكية الصينية" و"السوق الاشتراكي".

ليصل التتين الصيني بعد اتباع 12 خطة خمسية متتابعة إلى المركز الثاني عالمياً في حجم التبادل التجاري والناتج المحلي الإجمالي والاستثمارات الصينية في الخارج وفقاً لسياسة "انطلق عالمياً" منقوفاً على روسيا وهونج كونج واليابان وألمانيا، ودعم قوتها الاقتصادية التي دعمت قوتها الشاملة مما غير من نظرة العالم لها وجعل الكثيرين يتنبؤون بقيادتها للعالم اقتصادياً وربما سياسياً بحلول عام 2050.

المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية (CSR)

على مدى عقود من الزمن، تعرضت العديد من العلامات التجارية الشهيرة للملابس، مثل Nike و Gap، لانتقادات بسبب استخدامهما المصانع المستغلة للعمال 4 لتصنيع منتجاتها. وتشمل الاتهامات الشائعة ضد هذه العلامات التجارية للملابس استخدام عمالة الأطفال، وعدم

- الحد من التخطيط المركزي، وتوسيع نطاق الحكم الذاتي خاصة في المناطق الريفية والزراعية.

- إجراء إصلاحات جذرية في قوانين تملك الأراضي الزراعية والمجمعات الصناعية.

- فتح الأسواق تدريجياً واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر.

الخطة الخمسية السادسة (1980-1985)

تمثل هي وسابقتها مجموعة الأهداف العامة للخطة العشرية للإصلاح الكلي، والتي بدأها "شياو بينج" أولاً من الريف ثم المدن، وتبلورت هذه الإصلاحات في عدة أهداف، كان أهمها:

- توظيف الاستثمارات الأجنبية المباشرة بفاعلية لخدمة الاقتصاد القومي.

- الحد من الزيادة السكانية المطردة بتطبيق سياسات الطفل الواحد.

- تعزيز التطور العلمي والتكنولوجي في مجالي التعليم والتصنيع.

- السيطرة على جانبي العرض والطلب الممثلين في نمو القدرة الشرائية لدى الأفراد، ومعدلات نمو المعروض لتفادي أي آثار تضخمية واختلالات في أسعار السوق.

- تحقيق متوسط نمو سنوي في القطاع الزراعي والصناعي يتراوح بين 5%.

- البدء في صناعات الدفاع الوطني وتسليح الجيش ذاتياً.

- تفعيل قوانين حماية البيئة.

الخطة الخمسية السابعة (1986-1990)

نتيجة للانفتاح الاقتصادي رصدت القيادة الشيوعية العديد من الأخطاء والاختلالات الاقتصادية الناجمة عن دخول الاستثمار الأجنبي في قطاعات غير فعالة، الأمر الذي ترتب عليه إعادة النظر بشكل عام في مجمل السياسات المتبعة والاهتمام بالتنمية المجتمعية جنباً إلى جنب التنمية الاقتصادية، ولذلك تضمنت المبادئ الأساسية للخطة التالية (كردي، 1989):

- تنظيم الاستثمارات الأجنبية في الممتلكات الثابتة والاهتمام بالاستثمارات التي تستقدم التكنولوجيا الحديثة من الخارج.

- تحقيق معدلات نمو 44% في خمس سنوات، بمتوسط 7.5% لكل سنة.

- تعميم نظام التعليم الأساسي لمدة 9 سنوات.

- التمسك بمزيد من الانفتاح والاندماج العالمي وزيادة التجارة الخارجية بنسبة 35%.

اقتصادًا منخفض الأجر وسريع الخطى وموجهًا نحو التصدير (Lau et al., 2009).

ولسوء الحظ، فإن وضع سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يؤدي إلى الامتثال الكامل لهذه السياسات على سبيل المثال، كشفت دراسة **ماركيز وتشيان (2014)** للشركات الصينية المدرجة في بورصة شنغهاي أو شنتشن (بين عامي 2006 و2009) عن الحاجة إلى مزيد من المراقبة من وجهة نظر الحكومة إذا كانت الشركات ستصبح أكثر مسؤولية اجتماعيًا. من المرجح أن تكون الشركات المملوكة للدولة، أي الشركات المملوكة جزئيًا أو كليًا للحكومة، على دراية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وتمارسها حيث أن الحكومة الصينية قادرة على فرض مشاركة هذه الشركات بشكل مباشر في المسؤولية الاجتماعية للشركات (Zhu and Zhang, 2015).

ناقش **ماركيز وتشيان (2014)** أيضًا تفسيرين رئيسيين لتطبيق الصين المحدود لسياسات وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. أولاً، بما أن الصين دولة تتبع الاتجاهات التي تحدث على مستوى العالم، فإن التنظيمات الحكومية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات تتخلف عن تلك المعمول بها في العديد من البلدان الأخرى. ثانياً، هناك الحد الأدنى من معايير الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الصين، وغالباً ما يكون قرار الامتثال طوعياً بسبب الافتقار إلى التنفيذ القانوني. في كثير من الأحيان، تختار الشركات بشكل فردي مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يجب تسليط الضوء عليها والممارسات التي يجب استبعادها من التقرير (Marquis and Qian, 2014).

تواجه الحكومة الصينية ضغوطاً لمعالجة قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما أدى إلى قيام الحكومة الصينية بوضع سياسات تحفيزية للشركات للمشاركة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وقد قامت الحكومة بتعزيز معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومع ذلك، فإن تنفيذ المعايير من قبل الشركات المصنعة لا يزال محدوداً على سبيل المثال، لدى الصين لوائح صارمة فيما يتعلق بساعات العمل، ولكن لا يزال العديد من العمال مجبرين (Noronha et al., 2013).

والعمل لساعات إضافية من قبل الشركات المصنعة التي غالباً ما تتجاهل القوانين؛ ومن الشائع أيضاً عدم التزام الشركات بسياسات العمل (على سبيل المثال، السماح للعمال بالراحة) أو عدم دفع أرباح العمل الإضافي المطلوبة. كشفت دراسة حالة (Ngai, 2005) لمصنعي الملابس الصينيين أن العمال لا يستطيعون دعم احتياجاتهم الأساسية دون العمل الإضافي وفي عطلات نهاية الأسبوع (Cooke and He, 2010).

دفع أجور عادلة، والعمل الإضافي القسري على مدى العقد الماضي، اختارت العديد من العلامات التجارية الكبرى تطبيق معايير العمل وإجراء عمليات تدقيق منتظمة للعمل/السلامة في المصانع التي تنتج فيها السلع ومع ذلك، بما أن بعض المصانع تنفذ تغييرات في مجالات حقوق العمال وظروف العمل في المصنع، فإن الكثير منها لا تفعل ذلك (Barboza, 2008).

وقد وجد (Cooke and He, 2010) أن العديد من شركات التصنيع الصينية ليس لديها سياسة رسمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وأنها تميل إلى الأداء الضعيف بشكل خاص في جوانب معايير العمل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. يميل أصحاب الأعمال إلى الاهتمام بتحسين جودة المنتج أكثر من اهتمامهم بتحسين ظروف العمل. لتحقيق دخل كافٍ، غالباً ما يُطلب من العمال العمل لساعات طويلة من أجل إنتاج كميات كبيرة من الملابس. وجد **نجاي (2005)** أن اثنين من مصنعي الملابس، اللذين كانا موضوع دراسة حالة، اتبعوا قواعد سلوك الشركة (المعايير الأخلاقية التي تحتفظ بها شركة عبر وطنية تطبقها على المصانع التي تعمل معها)، ولكنهما لم يظهرًا من الناحية الواقعية أي رغبة في تحسين حقوق العمال لعمال المصانع، لا عن طريق زيادة الأجور ولا عن طريق تقليل العمل الإضافي (Barboza, 2008).

منذ عام 2001 فصاعداً، تم سن العديد من المبادئ التوجيهية والسياسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في الصين اعتباراً من عام 2006، ركزت الحكومة الصينية على خلق مجتمع أكثر انسجاماً يتضمن المبادئ التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي تم وضعها حديثاً، من خلال خططها الخمسية الحادية عشرة الهدف من المبادئ التوجيهية الجديدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو خلق توازن بين التنمية الاقتصادية والأثر البيئي (Lau et al., 2009).

في عام 2008، أنشأت الصين قانون عقود العمل (LCL) لحماية العمال من خلال خفض فترة الاختبار الأولية، واشترط عقود عمل مكتوبة، والسماح بالمفاوضة الجماعية تزامن هذا العقد مع الأزمة المالية العالمية عام 2008 والتي أدت إلى انخفاض الطلب على الصادرات الصينية. ولذلك، قد يكون من الصعب تحديد ما إذا كانت التغييرات في الصناعة التحويلية في الصين بعد عام 2008 نتيجة لخطاب انخفاض القروض أو الأزمة المالية العالمية لأن وآخرون. (2015) أجرى مقابلات في عام 2012 مع شركات الملابس في مقاطعة تشجيانغ لاستكشاف آثار LCL في الصين. وكشفت أبحاثهم أن تأثيرات LCL لعام 2008 تختلف حسب القطاع والحجم وشبكة الإنتاج على العموم تمت إضافة إن التنظيم يدل على رغبة الحكومة الصينية في الابتعاد عن كونها

المنسوجات والملابس الأمريكية. بشكل عام، كشفت النتائج أن ثلاثة عوامل وفرت الميزة التنافسية للولايات المتحدة في الصناعة: البحث والتطوير، والتسويق، وخدمة العملاء. الولايات المتحدة (Berdine et al., 2008).

أجرى (Watchravesringkan et al. (2010) مقابلات مع أفراد من ثماني منظمات ملابس في ثلاث مقاطعات تايلاندية: بانكوك ونونثابوري وساموتساكورن فيما يتعلق بالميزة التنافسية في صناعة الملابس. وكشف البحث أنه في المستقبل، ستلعب الحكومة التايلاندية دوراً مهماً للغاية في الحفاظ على الميزة التنافسية ومع استمرار ارتفاع تكاليف الإنتاج في تايلاند، فإن مشاركة الحكومة (أي إنشاء مجموعات لخفض تكاليف الإنتاج، وتحسين الكفاءة، وتوفير رأس المال للاستثمار في الصناعة) ستساعد الصناعة في الحصول على طرق جديدة للحفاظ على ميزتها التنافسية

تعد صناعة الملابس في كينيا مهمة للتنمية الاقتصادية في البلاد، وقد اكتسبت صناعة الملابس في البلاد ميزة تنافسية في أفريقيا بسبب موقعها المركزي والإمداد الكبير من عمال الملابس المهرة منذ عام 2005، ضعفت الميزة التنافسية لكينيا بسبب إلغاء الحصص التي سمحت بنمو الصادرات بين البلدان النامية في السوق العالمية، وتحديد الصين وجنوب شرق آسيا قام Mastamet-Mason (2012) and Ogembo-Kachienga بتحليل صناعة الملابس في كينيا من خلال تطبيق نظرية بورتر (1990) نماذج سلسلة قيمة الماس والأعمال. واقترح المؤلفون أن تقدم التكنولوجيا، وإعادة هيكلة عمليات التصنيع، وتطوير التجمعات الصناعية، سيوفر لصناعة الملابس في كينيا ميزة تنافسية مستعادة.

علاوة على ذلك، في دراسة أجريت على سبع شركات تصنيع ملابس للتصدير في سريلانكا، وجد بيرى وود وفيرني (2013) أن تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصانع الملابس السريلانكية يبدو أنه يدعم البلاد في اكتساب ميزة تنافسية في صناعة تصنيع الملابس العالمية. توفر المقابلات التي أجريت مع متخصصين في المسؤولية الاجتماعية للشركات من الولايات المتحدة وأوروبا وآسيا إجماعاً على الاعتقاد بأن مصنعي الملابس الذين يطبقون معايير عالية في المسؤولية الاجتماعية للشركات سيتمتعون بميزة تنافسية (Dickson and Chang, 2015).

وقد درس الباحثون أيضاً كيفية تأثير اللوائح والاتفاقيات التجارية على الميزة التنافسية. أجرى يونج وموك (2004) مقابلات مع أصحاب 15 شركة نسيج وملابس صينية وخلصوا إلى أن الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية من شأنه أن يحسن الإنتاجية ويخلق منافسة متزايدة للعديد من شركات النسيج والملابس في

أحد العوامل الرئيسية التي تحد من تنفيذ معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات في المصانع الآسيوية هو تحول صناعة الأزياء إلى صناعة تركز على المستهلك واليوم، تعمل العديد من العلامات التجارية للملابس وفقاً لنموذج الموضة السريعة الذي يحرك توقعات المستهلكين بشأن سلع الملابس العصرية وغير المكلفة على حساب تحسين معايير العمل وجد (Ngai, 2005) أن أحد موظفي مصنع الملابس الصيني شعر أنه ليس أمامه خيار سوى انتهاك لوائح العمل عندما تعرض لضغوط من العلامات التجارية للملابس للوفاء بمهل زمنية قصيرة. هذا الصراع المتأصل بين وضع قوانين العمل في المصنع وتلبية الطلب على السلع منخفضة التكلفة وسريعة الإنتاج يخلق معضلة للمصانع، لأنها لا تستطيع تلبية كل من الأسعار والمتطلبات الأخلاقية لعلامات الملابس التجارية غالباً ما لا يترك هذا الصراع للمصنع أي خيار سوى التخليص، سواء فيما يتعلق بجودة المنتج أو قوانين العمل (Xie et al., 2017).

علاوة على ذلك، وجد كنورينجا وناديفي (2014) أن مراقبة المسؤولية الاجتماعية للشركات في بلدان عبر مناطق أخرى من العالم قد تكون صعبة لأسباب متعددة. أحد الأسباب هو أن وجهات النظر الغربية بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات قد تختلف بشكل كبير عن وجهات النظر الآسيوية. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون لكل مجموعة صناعية في الصين نسختها الخاصة من المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي تكون أصلية في منطقة معينة. ويطرح التكامل الأفقي في الصين أيضاً مشكلة، كما هو الحال في أجزاء من العالم يتم الانتهاء من الإنتاج في مصانع مختلفة، مما يعقد القدرة على تقييم مدى تنفيذ سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في كل موقع في سلسلة التوريد (Xie et al., 2017).

مؤشرات الحماية والمزايا التنافسية وطرق القياس

ركزت الدراسات التجريبية السابقة على الجوانب المختلفة للميزة التنافسية في صناعة الملابس. يشير تجميع جين (2004) للأبحاث السابقة حول صناعات الملابس في هونج كونج وكوريا الجنوبية وتايوان إلى أن الحصول على ميزة تنافسية في صناعة الملابس العالمية يتطلب ثلاثة معايير: العلامة التجارية العالمية، والمصادر العالمية، وخفة الحركة. إن إنشاء علامة تجارية عالمية قوية يعني إنشاء تصميمات فريدة، ويتضمن التوريد العالمي تكامل جميع مرافق الإنتاج في جميع أنحاء العمل بأكمله، وتشير المرونة إلى التكيف والاستجابة للتغيرات ضمن الطلب في الصناعة (Jin, 2004).

قام بيردين وآخرون (2008) بفحص الميزة التنافسية لصناعة المنسوجات والملابس في الولايات المتحدة. وتم إجراء عشرين مقابلة مع 13 شركة في صناعة

والعوامل المتقدمة. العوامل الأساسية هي الخصائص المتأصلة في بلد ما، مثل العمل والمناخ والموارد الطبيعية، في حين تشمل العوامل المتقدمة عوامل مثل الاتصالات والتكنولوجيا والبحث والتعليم العالي. يركز نموذج بورتر الماسي على العوامل المتقدمة التي يجب على الشركة أن تسعى جاهدة لتحقيقها من أجل الحصول على ميزة تنافسية

وبما أن الأعمال التجارية أصبحت عالمية بشكل متزايد، فإن نموذج بورتر يوفر الأساس لفهم الميزة التنافسية العالمية وتطوير الصناعات لقد تم قبول نموذج بورتر على نطاق واسع وغالباً ما يتم تطبيقه في سياق كليات إدارة الأعمال، وكذلك في البحث الأكاديمي لكن، وقد جادل البعض بأن النموذج يركز بشكل مفرط على الوطن الأم، وبالتالي يصعب تطبيقه على العولمة على سبيل المثال، انتقد **دانيغ (1993)** نموذج بورتر لتقليله من التفاعلات التي تحدث عبر الأسواق، من بلد إلى آخر، والتي تؤثر على الميزة التنافسية والقيمة. وكما يعترف **جوندي (2006)**، هناك فرصة لتطوير النموذج لتوسيع نطاق رؤيته لاستيعاب الديناميكيات الأكبر للميزة التنافسية؛ ومع ذلك، فقد وافق على أن نموذج بورتر يقدم مساهمة كبيرة في هذا المجال وأن المديرين في جميع الصناعات يجب أن يكون لديهم فهم قوي لمفاهيم بورتر للميزة التنافسية.

تم تطبيق نظرية بورتر الماسية للميزة الوطنية على دراسات الميزة التنافسية عبر العديد من الصناعات، بما في ذلك قطاعات متعددة داخل صناعات النسيج والملابس. على سبيل المثال، قام **ليو وسونغ (1997)** بتطبيق نموذج بورتر الماسي على فحص أكبر 15 صناعة تصديرية في الصين، والتي تضمنت خمس فئات من المنسوجات والملابس: (1) خيوط وخيوط النسيج، (2) الأقمشة القطنية المنسوجة، (3) المنسوجات المنسوجة غير القطنية، (4) منتجات المنسوجات وغيرها، و (5) الملابس غير المصنوعة من الفراء. تشير نتائج هذا البحث إلى أنه في وقت إجراء الدراسة، كانت الميزة التنافسية للصين في فئات المنسوجات والملابس تُعزى إلى العمالة المنخفضة التكلفة وغير الماهرة في الصناعات التحويلية كثيفة العمالة واستناداً إلى النتائج التي توصلوا إليها، خلص **ليو وسونغ (1997)** إلى أن صناعة المنسوجات والملابس في الصين لن تكون قادرة على المدى الطويل على الاعتماد على عوامل المستوى الأساسي (أي العمالة المنخفضة المهارة للحفاظ على ميزتها التنافسية. بل ستحتاج بدلاً من ذلك إلى التركيز على العوامل المتقدمة مثل الاستثمار في البنية التحتية والتكنولوجيا والتعليم (**Liu and Song, 1997**).

نظرية أصحاب المصالح

أصحاب المصلحة هم "المجموعات والأفراد الذين يستفيدون أو يتضررون من تصرفات الشركات، ويتم

الصين. بالإضافة إلى ذلك، وجد **لو (2015ب)** أن اتفاقية الشراكة عبر المحيط الهادئ المحتملة، والتي استبعدت الصين، ستؤثر سلباً على الصادرات الصينية في صناعة النسيج والملابس. وخلص إلى أن اتفاقية الشراكة عبر المحيط الهادئ ستؤدي إلى انخفاض الصادرات من الصين إلى الولايات المتحدة واليابان ومنطقة نافتا (**Lu, 2015**).

محددات المزايا النسبية والتنافسية لصناعة الملابس في دولة الصين

تعتبر الصين واحدة من أكبر منتجي الملابس ومصدرها في العالم، وتتمتع بمزايا نسبية وتنافسية تساهم في نجاح صناعة الملابس في البلاد. وفيما يلي بعض المحددات الرئيسية للمزايا النسبية والتنافسية لصناعة الملابس في الصين:

نظرية بورتر الماسية للميزة الوطنية

توفر نظرية الماس للميزة الوطنية **لمايكل بورتر (1990)** أساساً لفهم الميزة التنافسية للشركة في الصناعة العالمية من أجل فهم مستوى المنافسة في الشركة، يجب على المرء أولاً أن يفهم الصناعة تطرح الإستراتيجية التنافسية شاغلين رئيسيين: الأول، هيكل الصناعة التي تتنافس فيها الشركة، والثاني، ربحية مكانة الشركة (**Smit, 2010**).

داخل الصناعة حدد **بورتر (1990)** خمس قوى تنافسية تؤثر على المنافسة في أي صناعة: (1) التهديد بالداخلين الجدد، التهديد بالمنتجات أو الخدمات البديلة، (3) القوة التفاوضية للموردين، (4) القوة التفاوضية للمشترين، و (5) التنافس بين المنافسين الحاليين. وبشكل عام، تؤثر هذه العوامل الخمسة على ربحية الشركة.

يمكن تطبيق القوى التنافسية الخمس **لبورتر (1990)** في صناعة تصنيع الملابس العالمية. فإولاً، يشكل التهديد المتمثل في الوافدين الجدد تهديداً كبيراً نظراً لتوافر العمالة ذات المهارات المنخفضة في بلدان أخرى وانخفاض تكلفة إنتاج الملابس. ثانياً، يعد التهديد بالمنتجات أو الخدمات البديلة أمراً كبيراً أيضاً حيث أن المستهلكين لديهم مجموعة واسعة من العلامات التجارية المتاحة لشراء المنتجات منها. يتمتع الموردون بالقدرة على الاحتفاظ بقدرة على المساومة، خاصة إذا كان المورد ينتج أليافاً أو منسوجات متخصصة. تمتلك العلامات التجارية الكبيرة للملابس القدرة على تحديد أسعار الشركات المصنعة لأنها تستطيع بسهولة التعاقد على التصنيع مع مصنع آخر إذا لم يفي المورد بالسعر الذي تطلبه العلامة التجارية. وأخيراً، مع وجود ساحة تنافسية لا حصر لها في صناعة تصنيع الملابس العالمية، فإن التنافس بين المنافسين كبير.

وفقاً **لبورتر (1990)** هناك فئتان رئيسيتان من العوامل التي تؤثر على الميزة التنافسية: العوامل الأساسية

الانخراط في ممارسات وسياسات تجارية مسؤولة؛ ومع ذلك، فإن أصحاب المصلحة الذين أرادوا إرضاء الجميع هما المشتريين الدوليين والحكومة الصينية (Shafer et al., 2007).

المراجع

- اسماعيل، م.م (1990). اقتصاديات التعليم، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، مصر، 88.
- بول. ا. يازان (1967). الاقتصاد السياسي والتنمية، ترجمة احمد فؤاد بليغ (القاهرة، دار القلم)، 377.
- الحزب الشيوعي الصيني (2019). موسوعة الجزيرة.
- ريحان، محمد عطية محمد (2012). التجربة الاقتصادية الصينية وتحدياتها المستقبلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، 52.
- عمار، حامد (1999). في التنمية البشرية وتعليم المستقبل.. رؤية معيارية، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 103.
- فالوقي، محمد هاشم (1987). اتجاهات حديثة في التربية، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، مصراتة، الطبعة الأولى، 150-151.
- كردي، أحمد السيد. التجربة الصينية في التنمية الاقتصادية. رابط إلكتروني: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkor dy/posts/140649>
- والى، على (2015). التجربة الصينية لهيكلة القطاع العام "المصرى اليوم"، 2015/11/10.
- Alitto, G.S. The Last Confucian: Liang Shuming and The Chinese Dilemma Of Modernity, Los Angeles: University of California Press.
- Barboza, 2008
- Noronha, Tou, Cynthia, & Guan, 2017
- Textile and Apparel Market, (2011)
- Understanding the Chinese Mind." The Philosophical Roots, Hong Kong, Oxford University Press, 1989.

انتهاك حقوقهم أو احترامها"، تقتض نظرية أصحاب المصلحة أن مجموعات الأفراد الداخليين والخارجيين لشركة أو مؤسسة قد تشمل المالكين والإدارة والموظفين، الموردين والعلماء والمجتمع المحلي، ويقترح أن هذه المجموعات ذات قيمة متساوية للشركة. المالكون هم الأفراد الذين لديهم حقوق مالية في الشركة والذين يعتمد مصدر رزقهم، بطريقة ما، على نجاح الشركة. تشمل الإدارة الأفراد الذين يتحملون مسؤولية الإشراف على الشركة، بما في ذلك الموظفين وكذلك جميع أصحاب المصلحة الآخرين الموظفون هم الأفراد الذين يعملون في الشركة ويقدمون مهاراتهم وعملهم للشركة مقابل الدفع والمزايا. الموردون هم الأفراد والشركات الذين يقدمون المواد الخام والسلع الوسيطة للشركة (Liu and Song, 1997).

تركز نظرية أصحاب المصلحة على بناء العلاقات من أجل تحقيق النجاح على المدى الطويل للشركة أو المنظمة وتوفير المنافع المتبادلة لجميع الأطراف، عندما يكون ذلك ممكنا على هذا النحو، يجب على الشركات والمنظمات المشاركة في عملية صنع القرار الاستراتيجي لتحقيق أهدافها الخاصة والحفاظ على احتياجات مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة في وقت واحد؛ على الرغم من صعوبة إرضاء جميع أصحاب المصلحة في كل قرار وبما أن أصحاب المصلحة لا يسعون فقط إلى الحصول على منافع اقتصادية من الشركة، فقد يكون من الصعب قياس رضا أصحاب المصلحة (على سبيل المثال، قد يجد العملاء الرضا في أشياء مثل موقف الشركة بشأن القضايا المجتمعية أو إذا كانت الشركة تعاملها باحترام/إنصاف) (Freeman and Mcvea, 2001).

حتى الآن، تظهر الأبحاث أن تبني توجهات أصحاب المصلحة بين الصناعات الصينية محدود. على سبيل المثال، في مقارنة بين القيم الشخصية لمديري الأعمال الصينيين والأمريكيين/طلاب ماجستير إدارة الأعمال بدوام جزئي فيما يتعلق بالأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية، وجد شيفر وفوكوكاوا ولي (2007) أن المديرين الصينيين يلتزمون بقوة أكبر بوجهة نظر المساهمين من وجهة نظر أصحاب المصلحة في الأعمال التجارية. على سبيل المثال، أشار المديرون الصينيون إلى اتفاق أقوى مع العبارة، "إذا كان المساهمون غير راضين، فلا شيء آخر يهم" أكثر مما فعل المديرون الأمريكيون وجد بين وتشانغ (2012) أن الشركات العاملة في صناعات النسيج والأدوية الصينية أظهرت رغبة في إرضاء مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة من خلال

COMPARATIVE AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE READY-MADE CLOTHING INDUSTRY IN CHINA

Salah R.M. Ibrahim, A.F.M. Mashhour and A. El-Shenawy

1. Agric. Econ. Dept., Fac. Agric., Zagazig Univ., Egypt

2. Econ. Dept., Fac. Comm., Zagazig Univ., Egypt

ABSTRACT: The research aimed to: study the features of China's economic growth, study the social responsibility of industrial companies (CSR), study the determinants of the comparative and competitive advantages of the clothing industry in China, study indicators of protection and competitive advantages and measurement methods. The most important findings of the research were the availability of Porter's diamond theory of national advantage and the theory of national advantage. Stakeholders provide a theoretical basis for analyzing the factors that contribute to China's competitive advantage in the global apparel manufacturing industry. The two theories explain the factors that influence global competitive advantage, as well as providing an understanding of the various stakeholders involved in China's apparel industry's competitive advantage. The theories also provide a structure for developing a protocol Interview for this study.

Key words: comparative advantages, competitive advantages, garment industry, China.

المحكمون:

1- أ.د. جمال الدين مصطفى محمد

2- أ.د. أمينة أمين قطب

أستاذ الميكروبيولوجيا الزراعية المتفرغ - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق.
أستاذ الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق.