

تولید و تجارت چرم در جهان

اشاره:

از زمانی که انسان شکار حیوانات را برای تغذیه خود مدنظر قرار داد، استفاده از پوست حیوانات شکار شده برای پوشش (لباس) متداول گردید. به تدریج با افزایش مهارت و دانش انسان، دبلی پوست و تهیه انواع چرم برای مصارف گوناگون آغاز شد و با شروع دادوستد کالا بین انسان‌ها، پوست حیوانات در ردیف محصولات مورد مبادله قرار گرفت.

امروزه در جهان تولید و تجارت انواع پوست و چرم، بخشی از تجارت میان ملل را تشکیل می‌دهد و با ارتقاء دانش فنی و فناوری، به تدریج از تجارت محصولات دبلی نشده پوست که ارزش افزوده کمتری دارد، کناسته و برعکس تجارت محصولات دبلی شده رونق گرفته است.

در این گزارش، نگاهی گذرا به تولید و تجارت جهانی چرم داریم.

حدود ۴۰۰ میلیون جلد می‌رسد. براساس آخرین آمار در دسترس تولید جهانی پوست گاو و گوساله‌ای در سال‌های ۸۴-۱۹۷۵ رشد چشمگیری نداشته و از ۴ میلیون و ۷۶۲/۸ هزار تن در سال ۱۹۷۵ با متوسط رشد سالانه ۰/۱۵ درصد به ۴ میلیون و ۸۲۷/۶ هزار تن در سال ۱۹۸۴ رسیده است. تولید جهانی پوست گاو و گوساله‌ای در سال ۱۹۷۷ به بالاترین سطح طی دوره مورد بررسی به میزان ۴ میلیون و ۹۵۶/۸ هزار تن رسید و پس از آن روند نزولی داشت و از سال ۱۹۷۹ به بعد بار دیگر رونق یافت.

افزایش تولید پوست گاو و گوساله‌ای به عواملی نظیر بالا رفتن میزان کشتار دام بستگی دارد که در دوره مورد بررسی این امر در آمریکا و آرژانتین مشاهده شد و کاهش تولید مناطق اقیانوسیه و اروپا را خنثی کرد. بر اساس گزارش سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو)، آمریکا

به‌سبب در خصوص تولید جهانی اظهار نظر نمود، اما آمارهای تجارت انواع چرم در میان کشورهای مختلف تولیدکننده در دسترس می‌باشد و از بررسی آنها می‌توان تا حدودی عرضه‌کنندگان یا در واقع تولیدکنندگان اصلی را شناخت.

بر اساس آمار سازمان جهانی خواربار و کشاورزی (فائو) در سال ۱۹۹۸ شمار گوسفند و بره در جهان به یک میلیارد و ۶۵/۹ میلیون رأس، بز و بزغاله به ۷۰۵/۴ میلیون رأس و دام سنگین (گاو، گوساله و گاو میش) به یک میلیارد و ۴۹۸/۲ میلیون رأس و نیز شتر به ۱۹/۶ میلیون نفر بالغ شد.

بر اساس برآورد کارشناسان، سالانه حدود یک سوم دام‌ها کشتار می‌شوند که از آنها پوست استحصال می‌گردد. بر این مبنا میزان استحصال پوست خام گوسفند و بره، سالانه بیش از ۳۰۰ میلیون جلد، پوست بز و بزغاله به بیش از ۲۰۰ میلیون جلد و پوست‌های سنگین به

در کشورهایی که دامپروری رایج است، تولید و تجارت پوست و انواع چرم، بخشی از تجارت خارجی آنها را تشکیل می‌دهد. فرآوری پوست حیوانات به‌ویژه گوسفند و بز (چرم سبک) و گوساله و گاو (چرم سنگین) با توجه به مصارف گوناگونی که برای محصولات فرآوری شده آنها (به‌عنوان مواد اولیه برای صنایع مصرفی) وجود دارد، یکی از فعالیت‌های عمده در این‌گونه کشورها محسوب می‌شود.

دبلی پوست و تولید انواع محصولات فرآوری شده از آن با توجه به ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کند، در بسیاری از کشورهای دارای صنعت دامپروری رواج دارد و امروزه کمتر مشاهده می‌شود که تولیدکنندگان محصولات کم‌ارزش و فرآوری نشده را صادر کنند.

با وجود آنکه آمارهای مربوط به تولید انواع چرم در کشورهای مختلف کمتر در دسترس می‌باشد، نمی‌توان

عمده‌ترین تولیدکننده پوست گاو و گوساله‌ای است و تقریباً ۲۰ درصد تولید آن را در اختیار دارد. در دوره مورد بررسی شوری سابق ۱۲ درصد، هند ۷ درصد، آرژانتین ۵ درصد و برزیل ۵ درصد تولید جهانی پوست گاو و گوساله‌ای را در اختیار داشتند.

به‌طور کلی سهم کشورهای صنعتی در تولید جهانی پوست گاو و گوساله‌ای در سال ۱۹۸۴ به میزان ۴۶ درصد، کشورهای سوسیالیستی سابق ۱۸/۵ درصد و کشورهای درحال توسعه ۳۵/۵ درصد بود.

در همین دوره زمانی، تولید پوست خام کوچک گوسفندی و بره‌ای حدود ۱۴/۵ درصد افزایش یافت و از ۳۱۲/۹ هزار تن در سال ۱۹۷۵ به ۳۵۸/۲ هزار تن در سال ۱۹۸۴ رسید که نشانگر رشد سالانه‌ای به میزان ۱/۵ درصد بود.

نیوزیلند با ۱۷ درصد، شوری سابق با ۱۲ درصد، استرالیا با ۸ درصد، ایران و انگلیس هر یک با ۵ درصد و هند و ترکیه هر یک با ۳ درصد تولید جهانی پوست خام کوچک گوسفندی و بره‌ای، کشورهای عمده تولیدکننده این محصول بودند.

سهم کشورهای صنعتی در تولید جهانی پوست گوسفندی و بره‌ای ۴۶ درصد، کشورهای سوسیالیستی سابق ۲۰ درصد و کشورهای درحال توسعه ۳۴ درصد در سال ۱۹۸۴ ثبت شده است.

در بخش تولید پوست بز و بزغاله‌ای در دهه مورد بررسی، با رشدی به میزان ۲/۲ درصد، میزان تولید از ۱۱۴/۳ هزار تن به ۱۳۹/۱ هزار تن رسید که متوسط رشد سالانه ۲/۲ درصد را نشان می‌دهد.

گزارش یونیدو نشان می‌دهد هند با ۲۹ درصد، چین با ۱۲ درصد، پاکستان با ۸ درصد و ایران با ۵ درصد تولید جهانی پوست بز و بزغاله‌ای، عمده‌ترین تولیدکنندگان این کالا در جهان بودند.

سهم کشورهای پیشرفته صنعتی در تولید جهانی پوست بز و بزغاله‌ای در سال ۱۹۸۴ به میزان ۵ درصد، کشورهای سوسیالیستی سابق ۱۶ درصد و کشورهای درحال توسعه به میزان ۷۹ درصد بود.

بررسی یونیدو نشان می‌دهد، در همین دوره زمانی تولید جهانی چرم سبک گاو و گوساله‌ای با متوسط رشد سالانه ۱/۳ درصد از ۷۳۰۱/۳ به ۸۲۱۰/۱ میلیون فوت مربع و تولید جهانی چرم سبک گوسفندی و بز با متوسط رشد سالانه ۰/۷ درصد از ۲۹۱۲/۲ به ۳۱۰۶/۱ میلیون فوت مربع رسید.

سهم کشورهای پیشرفته صنعتی از تولید جهانی چرم سنگین گاو و گوسفندی در سال ۱۹۸۴ به ۲۴ درصد، کشورهای سوسیالیستی سابق به ۳۹ درصد و کشورهای درحال توسعه به ۳۷ درصد و سهم این گروه کشورها در تولید جهانی چرم سبک گاو و گوسفندی در همین زمان به ترتیب ۴۱، ۲۲ و ۳۷ درصد و سهم آنها در تولید جهانی چرم سبک گوسفندی و بز، به ترتیب ۴۲، ۲۰ و ۳۸ درصد ثبت شد.

اطلاعات مربوط به تجارت جهانی انواع پوست و چرم که از سوی "ITC" (مرکز تجارت جهانی) منتشر شده است، جدیدتر می‌باشد. بر اساس آمارهای منتشره از سوی این مرکز، در سال ۱۹۹۸ آمریکا با صدور یک میلیارد و ۱۲۵/۸ میلیون دلار پوست خام، بزرگترین صادرکننده این کالا در جهان بوده است و پس از آن فرانسه با ۳۵۲/۳ میلیون دلار، استرالیا با ۳۱۹/۸ میلیون دلار، جمهوری فدراتیو روسیه با ۲۸۷ میلیون دلار و انگلستان با ۲۵۲ میلیون دلار صادرات پوست خام قرار دارند.

صادرات پوست خام آمریکا در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۸ سیر نزولی داشته و از ۱/۶ میلیارد دلار در سال

۱۹۹۵، به ۱/۵ میلیارد دلار در سال‌های ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷ رسیده است.

صادرات پوست خام فرانسه نیز طی این مدت با نوسان روبه‌رو بوده و از ۴۲۸/۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵، به ۴۴۸/۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ و سپس به ۴۱۹/۲ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ رسید. ارزش صادرات پوست خام فرانسه در سال ۱۹۹۹ به میزان ۲۸۰/۵ میلیون دلار رسید.

صادرات پوست خام استرالیا در همین زمان نوسان داشت و از حدود ۳۶۲ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۳۸۵/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ و سپس به ۴۰۳/۶ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ افزایش یافت. اما در سال ۱۹۹۸ به ۱۳۱۹/۸ میلیون دلار کاهش یافت.

به این ترتیب، صادرکنندگان عمده پوست خام جهان، کشورهای پیشرفته صنعتی بودند.

پوست خز خام نیز از محصولات ارایه شده به بازارهای جهانی می‌باشد. بر اساس اطلاعات منتشره از سوی مرکز تجارت جهانی در سال ۱۹۹۸، دانمارک با صدور ۳۵۵/۸ میلیون دلار پوست خز خام، عمده‌ترین صادرکننده این کالا در جهان بود و پس از آن فنلاند با ۲۹۳/۹ میلیون دلار، آمریکا با ۱۴۶/۵ میلیون دلار، کانادا با ۹۸/۸ میلیون دلار و نروژ با ۷۸/۱ میلیون دلار صادرات پوست خز خام قرار داشتند.

صادرات پوست خز خام دانمارک در فاصله سال‌های ۱۹۹۵/۹۹ نوسان داشت و از ۳۳۰/۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۴۸۲/۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ افزایش یافت و سپس به ۴۱۳/۲ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷، ۳۵۵/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ و ۳۳۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۹ تقلیل یافت.

صادرات فنلاند در این دوره زمانی نوسان داشت و در سال ۱۹۹۶ به حداکثر ۴۲۸/۴ میلیون دلار رسید. صادرات

صادرات پوست خز دباغی شده چین از حداکثر ۱۰۱/۷ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ به ۱۱۰/۶ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ افزایش یافت.

در فهرست کشورهای صادرکننده این محصول، نام کشورهایمانند انگلستان، فرانسه، آمریکا، یونان، فرانسه و فنلاند نیز به چشم می‌خورد که ارزش صادرات آنها کمتر از ۶۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ ثبت شده است.

□ واردکنندگان پوست و چرم

شماری از کشورهای عمده صادرکننده چرم، در ردیف کشورهای عمده واردکننده پوست خام قرار دارند و این امر نشان می‌دهد که کشورهای یادشده با سرمایه‌گذاری در صنایع چرم‌سازی، ضمن ایجاد اشتغال برای نیروی کارشان، ارزش افزوده ناشی از فرآوری پوست را جذب می‌کنند.

برای مثال ایتالیا که در ردیف کشورهای صادرکننده چرم قرار دارد، عمده‌ترین واردکننده پوست خام است. ارزش واردات پوست خام این کشور از حداکثر ۱/۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ به بیش از یک میلیارد دلار در سال ۱۹۹۸ تنزل یافت.

کره جنوبی نیز که صادرکننده چرم است، دومین واردکننده عمده پوست خام جهان می‌باشد.

این کشور در سال‌های اخیر با روند نزولی واردات پوست خام روبه‌رو شده و ارزش واردات آن از ۹۹۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به حدود ۸۹۰ میلیون دلار در سال‌های ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷ و سپس به ۵۴۴/۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ رسید.

ترکیه که سومین واردکننده پوست خام است، نیز با روند نزولی واردات این محصول روبه‌رو شده است. ارزش واردات پوست خام ترکیه از ۴۶۲/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۶۷۲/۲

شد. آمار منتشره در خصوص صادرات چرم آلمان نشان می‌دهد که این رقم در سال میلادی گذشته (۱۹۹۹) به ۶۹۵/۶ میلیون دلار تنزل یافته است.

روند صادرات چرم آرژانتین در این دوره با نوسان همراه بود و ارزش صادرات این کشور از ۸۹۳/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۸۲۳/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ تنزل یافت، اما در سال ۱۹۹۷ به ۹۳۰/۹ میلیون دلار رسید.

در فهرست کشورهای عمده صادرکننده چرم، برزیل، انگلستان، چین، اسپانیا و فرانسه نیز به چشم می‌خورند که در سال ۱۹۹۸ صادراتی به ارزش بین ۳۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار را ثبت کردند.

در گزارش آماری مرکز تجارت جهانی در خصوص صادرات پوست خز دباغی شده، نام کشورهای نظیر اسپانیا، آلمان، ایتالیا و چین به چشم می‌خورد که از عرضه‌کنندگان عمده این کالا به بازارهای خارجی می‌باشند.

ارزش صادرات پوست خز دباغی شده اسپانیا در سال ۱۹۹۸ به حدود ۱۵۷/۸ میلیون دلار رسید که نسبت به سال ۱۹۹۷ که این رقم ۲۸۴/۴ میلیون دلار ثبت شد، کاهش نشان می‌دهد.

صادرات پوست خز دباغی شده آلمان نیز از ۱۹۵/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ به ۱۵۶/۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ و سپس به ۱۲۲/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ و ۸۹/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۹ تنزل یافته است. آلمان پس از اسپانیا دومین صادرکننده عمده پوست خز دباغی شده در جهان است.

صادرات این محصول از سوی ایتالیا از سال ۱۹۹۶ که به حداکثر ۱۵۷/۷ میلیون دلار رسید، سیر نزولی طی کرد و به ۱۵۴/۹ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ و سپس به ۱۱۰/۶ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ بالغ شد.

پوست خز خام این کشور در سال ۱۹۹۵ به میزان ۳۰۱ میلیون دلار و در سال ۱۹۹۷ به میزان ۳۰۹/۲ میلیون دلار ثبت شد.

صادرات پوست خز خام آمریکا در سال ۱۹۹۶ حداکثر به ۱۷۹ میلیون دلار و کانادا در سال ۱۹۹۷ به حداکثر ۱۱۱/۸ میلیون دلار و نروژ در همین سال به حداکثر ۸۲/۳ میلیون دلار بالغ شد.

درخصوص صادرات چرم که ارزش افزوده بالاتری نسبت به پوست خام دارد، کشورهای صادرکننده عمده عبارتند از: ایتالیا، کره جنوبی، آمریکا، آلمان و آرژانتین.

بر اساس گزارش مرکز تجارت جهانی، ارزش صادرات چرم ایتالیا در سال ۱۹۹۸ به بیش از ۳ میلیارد دلار، کره جنوبی به ۱/۲ میلیارد دلار، آمریکا به ۸۰۷/۷ میلیون دلار، آلمان به ۷۷۹/۹ میلیون دلار و آرژانتین به ۷۶۷/۳ میلیون دلار بالغ شد.

صادرات چرم ایتالیا در سال‌های ۱۹۹۵/۹۸ نوسان اندکی داشت و از حدود ۳/۱ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ به ۳/۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۶ افزایش یافت و سپس به حدود ۳/۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۷ تنزل یافت.

صادرات چرم کره جنوبی نیز روند به نسبت ثابتی داشت و از ۱/۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ به حدود ۱/۶ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۶ و تقریباً به همین میزان در سال ۱۹۹۷ رسید.

اما ارزش صادرات چرم آمریکا سیر صعودی داشت و از ۶۸۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۷۰۰/۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ و سپس به ۸۰۶/۹ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ رسید.

ارزش صادرات چرم آلمان با روند صعودی روبه‌رو بود و از حدود ۷۵۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۷۰۵/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ و سپس به ۷۳۲/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ بالغ

میلیون دلار در سال ۱۹۹۶ افزایش یافت و سپس در سال ۱۹۹۷ به ۵۸۵/۱ میلیون دلار و در سال ۱۹۹۸ به ۳۶۹/۸ میلیون دلار رسید.

چین چهارمین واردکننده پوست خام در سال ۱۹۹۸ بود و ارزش واردات این محصول به چین به ۳۵۱ میلیون دلار بالغ شد.

ژاپن با واردات ۲۲۹/۵ میلیون دلار، مکزیک با واردات ۱۹۷/۴ میلیون دلار و اسپانیا با واردات ۱۹۱/۴ میلیون دلار پوست خام از دیگر واردکنندگان عمده این محصول در سال ۱۹۹۸ بودند.

سرمایه‌گذاری در دیگر کشورهای جهان برای فراوری پوست خام از علل عمده کاهش صادرات آن به کشورهای عمده واردکننده این کالا بوده است.

بررسی وضعیت واردات چرم نیز نشان می‌دهد که چین، هنگ‌کنگ، ایتالیا، آمریکا و آلمان از کشورهای عمده واردکننده این محصول می‌باشند.

ارزش واردات چرم چین که در سال ۱۹۹۷ به حداکثر ۲/۱ میلیارد دلار رسید، در سال ۱۹۹۸ به ۱/۹ میلیارد دلار تنزل یافت.

واردات چرم هنگ‌کنگ نیز طی همین مدت از ۲/۲ میلیارد دلار به ۱/۹ میلیارد دلار، ایتالیا از ۱/۸ به ۱/۷ میلیارد دلار، آمریکا ۱/۰۳ به ۱/۰۵ میلیارد دلار و آلمان از ۷۰۸/۹ به ۷۲۸ میلیون دلار بالغ شد.

در فهرست کشورهای واردکننده چرم، اسپانیا، مکزیک، فرانسه و پرتغال نیز قرار دارند که سالانه ۴۰۰ تا ۵۵۰ میلیون دلار چرم وارد می‌کنند.

به عقیده کارشناسان، بازارهای عمده خریدار چرم در اروپا، آمریکا و شرق آسیا قرار دارند. این کشورها که خود نیز بعضاً در شمار کشورهای صادرکننده چرم می‌باشند، با واردات و تبدیل و فراوری چرم به درآمد ارزی بیشتر دسترسی پیدا می‌کنند. هنگ‌کنگ از بازارهای مهم برای تجارت چرم می‌باشد و صادرات مجدد محصولات چرمی و نیز فراوری و تولید

برخی کالاها چرمی (پوشاک و کفش) از فعالیت‌های اقتصادی درخور توجه این کشور می‌باشد.

در زمینه پوست خز نیز تجارت رونق یافته است. واردکنندگان عمده پوست خز خام کشورهای هنگ‌کنگ، دانمارک، ایتالیا، فنلاند و یونان می‌باشند که برخی از آنها در ردیف کشورهای صادرکننده این کالا نیز می‌باشند.

ارزش واردات پوست خز خام هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۸ به حدود ۳۲۱ میلیون دلار رسید که نسبت به سال ۱۹۹۶ که این رقم بیش از ۴۱۰ میلیون دلار بود، کاهش نشان داد.

واردات پوست خز خام ایتالیا از ۱۱۶/۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ به ۱۰۶/۵ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ تنزل یافت، اما واردات دانمارک در این مدت از ۱۴۴/۷ به ۱۴۶ میلیون دلار ترقی کرد.

ارزش واردات خز خام فنلاند در همین دوره زمانی از ۱۰۳/۶ به ۸۹ میلیون دلار کاهش و یونان از ۵۵/۷ به ۷۳/۸ میلیون دلار افزایش یافت. واردات پوست خز خام آمریکا در همین مدت از ۷۵/۳ به ۶۴/۹ میلیون دلار کاهش یافت.

در فهرست کشورهای عمده واردکننده خز خام، نام کشورهای همچون کانادا، چین، کره جنوبی و آلمان نیز قرار دارند که ارزش واردات آنها در سال ۱۹۹۸ بین ۴۰ تا ۶۵ میلیون دلار بود.

در همین حال یونان، هنگ‌کنگ، ایتالیا، آلمان و چین به ترتیب عمده‌ترین واردکنندگان پوست خز دباغی شده در سال ۱۹۹۸ بودند.

ارزش واردات پوست خز دباغی شده یونان از ۱۹۸/۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ به ۲۵۱/۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ افزایش یافت. واردات ایسن محصول از سوی هنگ‌کنگ نیز افزایش داشت و از ۱۷۳/۸ به ۱۸۹/۷ میلیون دلار رسید.

واردات این محصول از سوی ایتالیا

با کاهش روبه‌رو بود و از ۱۴۱/۹ به ۱۱۵/۸ میلیون دلار، آلمان از ۱۱۳/۲ به ۹۶/۵ میلیون دلار و چین از ۹۴/۹ به ۸۷ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ تنزل یافت.

در فهرست کشورهای واردکننده پوست خز دباغی شده، نام کشورهای ترکیه، کره جنوبی، انگلستان، آمریکا و فرانسه نیز به چشم می‌خورد که واردات آنها در سال ۱۹۹۸ بین ۲۰ تا ۵۰ میلیون دلار ثبت شده است.

به عقیده کارشناسان، کشورهای دارای صنعت دامپروری می‌توانند با سرمایه‌گذاری در ایجاد صنایع تبدیلی پوست و فراوری و تولید چرم، ضمن ایجاد فرصت‌های اشتغال جدید برای نیروی کارشان از ارزش افزوده بالاتر نیز برای اقتصاد ملی بهره‌مند شوند.

آنها عقیده دارند که فراوری پوست، تولید چرم و تهیه اجناس چرمی (پوشاک، کفش، کیف و...) و صدور آنها به بازارهای جهانی می‌تواند در رشد درآمدهای ارزی کشورهای دامپرور مؤثر باشد.

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که در سه دهه اخیر بخش قابل توجهی از صنایع چرم‌سازی جهان به کشورهای آسیایی انتقال یافته‌اند. کشورهای درحال توسعه از لحاظ تولید کالاها چرمی به سه گروه تقسیم می‌شوند که سهم هر یک از آنها در تولید و تجارت جهانی این محصولات متفاوت است.

بخش عمده صنایع چرم‌سازی جهان به کشورهای آسیایی انتقال یافته و بخش کوچکی از آن در آمریکای جنوبی و مرکزی و سهم ناچیزی در کشورهای آفریقایی فعال شده‌اند.

به‌طور کلی کشورهای زیادی در جهان وجود دارند که به لحاظ بافت دامپروری در آنها، تولیدکننده پوست خام و سالامبور می‌باشند و فعالیت قابل توجهی برای فراوری و ایجاد ارزش افزوده در این پوست‌ها به عمل نمی‌آورند، اما تولیدکنندگانی نیز وجود دارند که با واردات پوست، سالامبور و

حضور مستمر در بازارهای جهانی این محصولات داشته باشند.

به عقیده کارشناسان، توجه به مسایل مختلف نظیر تقلید و کپی برداری نکردن از محصولات دیگر تولیدکنندگان و استفاده از ابتکار و خلاقیت خودی در طراحی محصولات جدید، ورود به عرصه تولید و صادرات محصولات چرمی که دستخوش مدرن‌سازی باشد، بهره‌گیری از پوست‌های خام داخلی، رفع مشکلات مربوط به حمل و نقل و ارسال به‌موقع کالا، ارتباط نزدیک با مشتریان برای درک خواسته‌ها و تقاضاهای بازارهای هدف، بهره‌گیری از فناوری روز و... می‌تواند به رشد صادرات محصولات چرمی با ارزش افزوده بیشتر از سوی کشورهای در حال توسعه کمک کند.

درخصوص دورنمای صنعت چرم، کارشناسان عقیده دارند سهم صنایع چرم در تولید کفش، به تدریج کاهش می‌یابد. در گذشته حدود ۶۰ درصد تولید جهانی چرم در صنایع کفش مصرف می‌شد. در همین حال ۲۰ تا ۱۵ درصد تولید جهانی چرم در تهیه پوشاک، یک تا دو درصد در تولید دستکش و... مصرف خواهد شد.

کارشناسان عقیده دارند بازارهای عمده مصرف محصولات چرمی در آینده در قاره آسیا قرار دارد، زیرا این قاره با رشد جمعیت و تا حدودی افزایش درآمد سرانه مواجه خواهد شد.

با این وصف، به نظر می‌رسد برای شماری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران که مواد اولیه و کارگر ارزان در اختیار دارند، صنایع چرم‌سازی فرصتی برای حضور مؤثر در بازارهای جهانی است. این گروه کشورها می‌توانند در بازار محصولات سنتی چرم رقابت کنند و با تأمین تجهیزات و فناوری موردنیاز، بهره‌گیری از خلاقیت و ابتکار و... به درآمد ارزی مناسب از صدور محصولات چرمی دست یابند.

اروپا و آمریکا، اکنون خود به تولید مبادرت نمی‌ورزند و تمام یا بخشی از تولید خود را به کشورهای در حال توسعه (برای بهره‌گیری از مزیت نیروی کار ارزان) انتقال داده‌اند، اما برای محصولات چرمی با نام خود بازاریابی می‌کنند.

از این رو شرکت‌های مذکور قادر هستند با همکاری تولیدکنندگان در کشورهای در حال توسعه فعالیت مشترکی را اداره کنند.

از سوی دیگر صنایع چرم‌سازی کشورهای در حال توسعه، در مراحل گوناگونی از پیشرفت و توسعه قرار دارند و قابلیت رقابت آنها در بازارهای جهانی متفاوت است. حتی برخی کشورها بدون آنکه خود مواد اولیه در اختیار داشته باشند، به واردات مواد اولیه صنایع چرم‌سازی و فرآوری و تبدیل آنها به کالاهای با ارزش افزوده بالاتر مبادرت می‌ورزند و مصنوعات آنها نیز به لحاظ کیفیت و قیمت در بازارهای جهانی، مشتریان زیادی دارد.

انتقال فناوری به این گروه از کشورها می‌تواند سهم عمده‌ای در افزایش توان رقابت آنها در بازار جهانی محصولات چرمی داشته باشد.

کارشناسان عقیده دارند که تولید ارزان‌تر کالاهای چرمی راه‌حل مناسبی برای حضور فعال و پویا در بازارهای جهانی نیست، زیرا این مزیت با آرایه کالاهای ارزان‌تر از سوی دیگر رقبا از بین می‌رود. از این رو تولید محصولات با کیفیت مناسب مهم‌تر از محصولات ارزان‌تر می‌باشد و سبب می‌شود که عرضه‌کننده از بازار مطمئن‌تر و مستمری برخوردار گردد.

در همین حال کاهش زمان انتقال کالا و به‌موقع رساندن محصول نهایی به بازار مصرف، تولید کالاهای چرمی کلاسیک نه به سبک مدرن با کیفیت بالا و بدون عیب و نقص سبب می‌شود که تولیدکنندگان محصولات چرمی در کشورهای در حال توسعه بتوانند

حتی چرم نیم‌ساخته و ساخته به فرآوری این مواد پرداخته و محصولات نهایی با ارزش افزوده بالاتر را به بازارهای جهانی عرضه می‌کنند.

در اختیار داشتن نیروی کار فراوان و ارزان، مسدیریت، حمل و نقل سریع محصولات، برخورداری از سرمایه و نیروی انسانی متخصص در این رشته، روش‌های تشویق صادرات و زیرساخت اقتصادی سالم از مزیت‌های این گروه کشورها می‌باشد که موجب شده توان رقابت آنها در بازارهای جهانی محصولات چرمی افزایش یابد و حضوری فعال در این بازارها داشته باشند.

با وجود آنکه دسترسی به مواد خام ارزان (پوست خام و سالامبور با بهره‌گیری از تولید داخلی) یک مزیت به حساب می‌آید. لیکن برخی کشورها به ویژه کشورهای اروپای غربی (فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا) از گذشته صنایع چرم‌سازی و قدرت رقابت در بازارهای جهانی را داشته‌اند. مزیت اصلی آنها عرضه کالاهای چرمی متناسب با مد روز و ذوق و سلیقه مشتریان است.

کارشناسان عقیده دارند که بسیاری از کشورهای در حال توسعه قادر به رقابت در بازار محصولات چرمی و کسب درآمد ارزی قابل توجه در این زمینه می‌باشند، مشروط بر آنکه بر روی کالاهای چرمی که تابع مد روز نمی‌باشد، فعالیت کنند.

با توجه به آنکه شماری از کشورهای توسعه‌یافته که تا چند دهه پیش تولیدکننده و صادرکننده معتبر محصولات چرمی بودند، اینک فعالیت خود را در این زمینه به دلایل گوناگون (افزایش هزینه دستمزد کارگران، مسایل زیست‌محیطی و...) کاهش داده‌اند، فضای رقابت برای تولیدکنندگان کشورهای در حال توسعه مساعدتر شده است.

در حال حاضر، بسیاری از تولیدکنندگان معروف کالاهای چرمی در