

مطالعه شاخص‌های موثر بر صادرات محصولات مبلمان چوبی در کشور

آژنگ تاج دینی^{1*}، داود ربیع²، احمد جهان لتیاری³، شادمان پور موسی¹

تاریخ پذیرش: 90/4/15

تاریخ دریافت: 89/10/15

چکیده

در این تحقیق به منظور گسترش صادرات محصولات متنوع صنایع مبلمان چوبی و دستیابی به بازارهای منطقه‌ای که از جمله اهداف کلان توسعه صنعتی و اقتصادی کشور بوده و در راستای سند چشم انداز می‌باشد، شاخص‌های موثر بر صادرات این محصول با استفاده از روش‌های تحقیق اسنادی و پیمایشی نمونه 90 نفری در قالب طراحی پرسشنامه‌هایی استاندارد و استفاده از نظرات متخصصین و صاحب نظران آگاه در دانشگاه و صنعت و دیگر نهادهای مرتبط در هشت گروه اصلی تعریف شدند. میزان اهمیت شاخص‌های اصلی با روش دلفی تعیین و با در نظر گرفتن کلیه الزامات روش طیف لیکرت بدون اعمال و با اعمال ضرایب اهمیت نسبی هر شاخص، رتبه‌بندی نهایی شاخص‌های موثر بر صادرات محصولات مبلمان چوبی انجام پذیرفت. نتایج نشان دادند که علی‌رغم یافته‌های بسیاری از محققین، شاخص‌های دانش و مدیریت، حمایت‌های دولت از تولیدکنندگان داخلی و نوآوری در زمینه‌های مختلف فن‌آوری تولید، بسته‌بندی، طراحی محصول و غیره به ترتیب در الویت اهمیت قرار دارند. شاخص‌های نیروی انسانی، مزیت رقابت نسبی، اقتصادی (هزینه‌ای)، مواد اولیه و محصول نهایی، و محدودیت‌های محیطی که نشان دهنده عوامل غیرقابل کنترل هستند، به ترتیب در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. بنابراین ملاحظه می‌گردد که دلایل عمده عدم توفیق در صادرات مبلمان چوبی و ازدست‌دادن بازارهای منطقه‌ای به نفع کشورهایی از قبیل چین و ترکیه ریشه در عواملی غیر از کمبود مواد اولیه و ساختارهای تولید داشته و نتیجه‌گیری می‌شود که توجه بیشتر به استفاده از مدیران دانش محور، ارایه آموزش‌های کاربردی، حمایت جدی دولت از صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی و ضرورت نوآوری در زمینه‌های مختلف، بسیار ضروری می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: شاخص، مبلمان چوبی، صادرات، طیف لیکرت، روش دلفی

1- استادیار گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

* نویسنده مسوول: ajang.tajdini@kiau.ac.ir

2- دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج، گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ

3- دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج، گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ

مقدمه

با بررسی کشورهای مقصد این کالاها می‌توان دریافت که از زمان گشوده شدن بازار آسیای میانه و قفقاز به روی کالاهای ایرانی، سیر صعودی صادرات مصنوعات چوبی نیز افزایش یافته است؛ لیکن عدم توجه به مسایل استاندارد و کیفیت محصولات باعث شد که پس از اندک زمانی بازار این کشورها نیز عکس العمل منفی نسبت به محصولات ایرانی پیدا کنند و این عامل در کنار عواملی هم چون رقابت منفی صادرکنندگان ایرانی با یکدیگر، عدم دید کافی آنها از آینده، صدور محصولات بی کیفیت و حضور قدرتمند رقبایی چون ترکیه، ایتالیا، چین و لهستان، باعث کاهش حجم صادرات ایران به این کشورها گردیده است [2].

یافتن موانع و مشکلات فراروی صنعت مبلمان و علل عقب ماندگی آن در مقام مقایسه با سایر کشورها، می‌تواند راهکارهای موثرتری را در بیشتر فعال نمودن آن در داخل کشور و در نهایت توسعه صادرات، معرفی نماید. با توجه به توان بالقوه واحدهای تولیدی این صنعت در جذب نیروی کار، افزایش تولید و غیره می‌توانند محرک بسیار خوبی جهت صنایع وابسته و مرتبط با آن، نظیر چوب‌بری، تخته‌خرده‌چوب، تولید چسب، تخته‌فیبر، روکش و تخته‌لایه، یراق‌سازی و غیره باشد، بنابراین افزایش صادرات مبلمان چوبی می‌تواند به عنوان محرک بخش عظیمی از صنایع وابسته به آن در کشور عمل کند و با توسعه آن، در افزایش تولید ناخالص داخلی و درآمد ارزی می‌توان تاثیر به‌سزایی داشت. تحقیقات متعددی در زمینه وضعیت تولید و بازرگانی صنعت مبلمان در ایران صورت پذیرفته و به صورت توصیفی عواملی را به عنوان علل عدم توسعه و صادرات محصولات مختلف این صنعت

تجارت جهانی صنعت مبلمان بنا به دلایل چندی از قبیل نوآوری در زمینه‌ای بسته‌بندی و حمل و نقل محصولات نهایی به صورت قطعات مجزا و کاهش موانع تجاری در طی دهه‌های گذشته رشد چشم‌گیری داشته است، به طوری که داد و ستد بین‌المللی در رابطه با محصولات مختلف این صنعت حتی رشدی به مراتب بارزتر از تولید آنها داشته است [15]. آمارها نشان می‌دهد که تجارت جهانی مبلمان از 42 میلیارد دلار در سال 1997 به بیش از 97 میلیارد دلار در سال 2007 رسیده است [18]. این در حالی است که صادرات صنعت مبلمان ایران از 5/3 میلیون دلار در سال 2001 فقط به بیش از 6/5 میلیون دلار در سال 2008 افزایش یافته، در صورتی که در طی سال‌های ذکر شده میزان واردات از 25 میلیون دلار به بیش از 416 میلیون دلار افزایش یافته و این سبب گردیده که نسبت واردات به صادرات از حدود 5 در سال 2001 به بیش از 63 در سال مورد مطالعه یعنی 2008 افزایش یابد [5]. در همین زمینه نتایج تحقیقات صورت پذیرفته نشان می‌دهد که در کشور چین حدود 52/96 درصد و 50 درصد از مقدار ارزش صادرات فرآورده‌های جنگلی به محصولات متنوع صنعت مبلمان اختصاص داشته و این کشور بزرگ‌ترین سهم از بازارهای جهانی را دارا می‌باشد به طوری که 18 درصد از تولیدات جهانی را به خود اختصاص داده و در سال 2003 حدود 5/3 میلیارد دلار مبلمان صادر کرده است [14].

بر اساس مطالعات صورت پذیرفته، میزان صادرات مصنوعات چوبی ایران تا سال 1376 سیر صعودی داشته و پس از آن تنزل یافته است.

دارند. در پایان، محقق مهمترین مشکلات بخش تولید مبلمان و مصنوعات چوبی را بازار فروش، نقدینگی ناکافی، کسورات قانونی، تامین مواد اولیه، تحقیقات بازاریابی، واردات بی‌رویه و عدم وجود نیروی انسانی ماهر و متخصص معرفی کند [4].

ریاحی (1388) طی بررسی تحلیلی تجارت جهانی مبلمان و ارزیابی جایگاه ایران نتیجه‌گیری کرد که ایجاد خوشه‌های صنعتی، راهی مناسب جهت برقراری پیوند بین اجزای درگیر در این صنعت می‌باشد تا با ایجاد زنجیره مناسب تولید، در جهت افزایش توان فنی و تجاری، رشد اقتصادی و توانمندسازی به آنان کمک نماید [6].

ضیائی (1388) در ارزیابی روند بازار جهانی مبلمان طی سال‌های 1998 تا 2007 بیان نمود که در سه دهه اخیر با ورود مفاهیمی مانند مزیت تولید در مقیاس، مزیت رقابت ملی و خوشه‌های صنعتی به عرصه مدیریت صنایع مبلمان و جلب توجه سرمایه‌گذاران کشورهای توسعه‌یافته به پتانسیل واحدهای تولید مبلمان به‌عنوان بخشی مهم از واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط (SMES)¹ برای حضور در عرصه بین‌الملل، صنعت مبلمان به یکی از بزرگ‌ترین شاخه‌های صنایع سبک در تجارت جهانی بدل شده است. درعین‌حال در شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی (WTO)² عموماً مزیت رقابتی صنعت مبلمان در استفاده از نیروی کار ارزان، منابع انبوه مواد اولیه و تمرکز بر صنایع با فناوری تولید متوسط به پایین متمرکز است. توان ایجاد ارزش افزوده بالا، برخورداری از ضریب بسیار مناسب ایجاد اشتغال، ضریب سرمایه‌بری پایین و بالاخره سادگی کسب مهارت، تکنولوژی و مواد اولیه

معرفی نموده‌اند که در ذیل به آنها اشاره می‌گردد، اما ویژگی تحقیق حاضر آن است که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات پیمایشی شاخص‌های تاثیرگذار بر صادرات این صنعت را شناسایی و رتبه‌بندی نموده است. نتایج حاصله می‌تواند به‌عنوان راهنمایی مناسب جهت برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران صنعت مبلمان چوبی مورد استفاده قرار گیرد.

ذوالقدر (1376) معتقد است که کیفیت بالای مواد اولیه مناسب وارداتی می‌تواند تضمین‌کننده صادرات موفق مبلمان چوبی ایران باشد. در این تحقیق عوامل موثری چون عدم اطلاع تولیدکنندگان از قوانین و نحوه صحیح صادرات محصول، عدم وجود استاندارد و ثبات در سیاست‌های بلند مدت دولت از دلایل عدم رشد صادرات کشور ذکر گردیده است [3].

فتح الله‌زاده (1385) با بررسی وضعیت بازرگانی خارجی مبلمان ایران، نبود سیاست پایدار در قبال تولید، عدم ارایه تسهیلات مالی مناسب از سوی بانک‌ها به تولیدکنندگان، فرسودگی ماشین‌آلات و نبود نیروی انسانی متخصص کافی را از عمده مشکلات بخش تولید صنعت مبلمان کشور معرفی می‌نماید [9].

ذوالقدر (1376) جهت‌گیری صادرات مصنوعات چوبی و مبلمان، تعداد واحدها، نیروی انسانی شاغل در این صنعت، تجارت جهانی و جایگاه ایران در آن را بررسی و نتیجه گرفته است که با توجه به فعالیت بیش از پنجاه‌هزار کارگاه تولیدی بزرگ و کوچک، این صنعت از گستردگی زیادی با امکانات بالفعل و بالقوه برخوردار است، اما مبلمان در ایران عمدتاً توسط واحدهای صنفی تولید می‌شود و واحدهای صنعتی به‌تعداد کمتری در این عرصه حضور

¹ Small and Medium Economic Escapes

² World Trade Organization

و ایجاد اتحاد در بین تولیدکنندگان کوچک‌تر برای تولید محصولات خاص و رایزنی برای جذب سرمایه‌های سرگردان به سمت تولید و مهمتر از همه در صورت اثبات قدرت اجرایی خود، همکاری و ارایه نظرات کارشناسی در تصمیمات مختلف دولت و معقول کردن تعرفه-های بازرگانی، می‌تواند به‌طور مستقیم صنعت را تحت تاثیر قرارداد و به‌طور جدی و سازنده در ارتقای صنعت مبلمان و رسیدن به توسعه پایدار مشارکت داشته باشد [10].

تامبونان¹ (2006) در تحقیقی بر روی رشد و رقابت‌پذیری صادرات محصولات صنعت مبلمان اندونزی بیان نمود که در دوره 1996 تا 2004 میلادی در مقایسه با کشور چین به‌عنوان یک رقیب قدرتمند منطقه‌ای، اندونزی وضعیتی به-مراتب ضعیف‌تر داشته‌است، به‌طوری‌که کشور چین دومین صادرکننده در سطح جهان بوده که سهمی معادل 13/70% از بازار جهانی را دارا می‌باشد، درحالی‌که اندونزی دهمین صادرکننده بوده که سهمی معادل 2% را دارا می‌باشد. نامبرده در ادامه بر اساس نظر گوناوان² (2006) اعلام می‌دارد که نقاط قوت صنعت مبلمان چین در مقایسه با اندونزی به‌واسطه عوامل ذیل می‌باشد: استفاده از ماده اولیه چوبی ارزان‌تر، وجود نیروی کار ماهرتر، نرخ بهره بانکی کمتر، اخذ مالیات کمتر، هزینه‌های سربار کمتر ناشی از وجود کارخانه‌های کوچک مقیاس، سهولت فرآیند اخذ جواز، پرداخت یارانه به محصولات صادراتی جهت رقابت‌پذیر ساختن آنان در بازارهای هدف با تولیدات داخلی (سیاست تبعیض قیمت)³ [21].

مورد نیاز از جمله فاکتورهایی است که صنعت مبلمان را به یکی از صنایع مورد توجه برای سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه بدل کرده‌است. دولت‌ها باید با حمایت برنامه‌ریزی-شده، ضمن تزریق ارزش افزوده حاصل از این صنعت به اقتصاد ملی و تقویت جایگاه اقتصاد ملی در عرصه اقتصاد جهانی، از امتیاز اشتغال‌زایی بسیار بالای آن برای کاهش نرخ بیکاری و افزایش ثروت در لایه‌های پایین اجتماع نیز بهره‌برداری کنند. نامبرده، داشتن پیشینه چندده‌ساله در تولید کارگاهی و صنعتی مبلمان، نیروی کار ماهر و ارزان، امکان دسترسی به مواد اولیه ارزان و فراوان مشتق از نفت مثل فوم و پلاستیک و بالاخره دسترسی به منابع عظیم و ارزان قیمت انرژی را از جمله مزیت‌های ملی ایران در صنعت مبلمان می-داند [7 و 8].

محبی (1389) در مطالعه‌ای به منظور رتبه‌بندی شاخص‌های موثر در توسعه پایدار صنعت مبلمان چوبی چنین نتیجه گرفت که زیر شاخص‌های افزایش ثبات اقتصادی در کشور، توسعه خوشه-های صنعتی مبلمان، تنظیم تعرفه واردات مبلمان و مصنوعات چوبی، کاهش مواد فرار آلی، شناسایی بازارهای هدف، تجمیع و تقویت اتحادیه‌های تخصصی و ایجاد محیط رقابتی به-ترتیب دارای بالاترین اولویت‌ها می‌باشند [11].

فتح‌اله‌زاده (1388) با بررسی راهکارهای ارتقای صنعت تبدیل چوب و تبیین نقش اتحادیه‌ها در این پیشرفت عنوان می‌کند که اتحادیه‌های مربوط به بخش مبلمان می‌توانند با توسعه بخش‌های آموزش و اطلاع‌رسانی مطالعات بازرگانی (بازاریابی صادرات مبلمان و واردات مواد اولیه)، استانداردسازی و توسعه آزمون‌های کیفی مبلمان، ارایه مشاوره‌های مهندسی و صنعتی

¹ Tambunan

² Gunawan

³ Dumping Policy

نشان داد، هنگامی که بهره‌وری کارگر نسبتاً کم است، صادرات رشد قابل توجه‌ای نخواهد داشت. با استفاده از یک مدل معادله ساختاری (در سطح معنی‌دار 95%) اهمیت نسبی زنجیره عرضه و عملکرد عملیاتی مشخص و نشان داده شد که تاثیر تکنیک بر عملکرد تجاری تحت تاثیر ابعاد عملیات تولید قرار دارد [20].

هان⁴ و همکاران (2009)، در بررسی خود بر روی صنایع مبلمان چوبی چین در سطح جهانی به این نتیجه رسیدند که اگرچه در دو دهه گذشته این صنعت بالاترین میزان رشد را داشته و چین را تبدیل به یک صادرکننده عمده مبلمان نموده‌است، اما با تشدید رقابت جهانی، شناخت دقیق وضعیت فعلی و رقابت‌پذیری صنعت مبلمان چوبی چین و چالش‌های در پیش‌رو در رقابت با دیگر کشورهای مهم در این زمینه بسیار حیاتی و مهم می‌باشد. بر مبنای شاخص مزیت نسبی آشکار⁵ می‌توان فهمید که در طی دو دهه گذشته کشور چین از وضعیت عدم مزیت نسبی به مزیت قابل توجه در این صنعت کاربر⁶ تبدیل شده است. اگرچه از نظر کیفیت و قیمت واحد محصول هنوز از کشورهای تراز اول در این زمینه مانند آلمان و ایتالیا عقب‌تر است و در بازار صادراتی محصولات خویش با کشورهای کم درآمدی مانند لهستان و ویتنام دارای چالش‌های گسترده‌ای می‌باشد. به‌علاوه این کشور مواجه با شرایط کلان اقتصادی نامطلوب از قبیل هزینه‌های روبه‌افزایش، کاهش تقاضاهای بین‌المللی، شکاف تکنولوژی و موانع تجاری محدودکننده می‌باشد. بنابراین دولت، اتحادیه‌های صنعتی و شرکت‌ها بایستی به‌طور هماهنگ نوآوری و اقدامات

گوکای¹ و همکاران (2007) در تحقیقی پرسشنامه‌ای، هزینه گزاف خرید مواد اولیه با کیفیت، موجودی ناکافی چنین موادی، هزینه‌های بالای تولید محصولات و در نتیجه معضل بازاریابی چنین محصولات گرانی را از جمله مشکلات تولید کنندگان مبلمان و کابینت در کشور ترکیه دانستند [16].

راتنازینام و لوراس² (2005) با بررسی پایداری صنعت مبلمان چوبی در آسیا به این نتیجه رسیدند که فاکتورهای آزادسازی اقتصادی، فضای رقابتی، افزایش فعالیت‌های تحقیق و توسعه، تامین نیروی کار متخصص و افزایش ارزش افزوده محصولات از طریق بازاریابی و طراحی، از جمله عواملی هستند که باعث توسعه و پایداری هر چه بیشتر این صنعت در آینده خواهند شد. همچنین در مورد توانایی تحمل زیان توسط کارخانجات تولید مبلمان چوبی آسیا متذکر شدند که با وجود ترقی در میزان صادرات، صنعت مبلمان با رکود همه جانبه‌ای محصور شده‌است. رشد مشاهده شده به دلیل افزایش صادرات محصولات با ارزش پایین، راه حل مناسبی برای تقابل با رکود موجود در طولانی مدت نیست. آزادسازی صنعت با استفاده از کارگران ماهر و اعمال سیاست‌های مناسب صنعتی دو راه حل استراتژیک برای مقابله با رکود و افزایش توانایی تحمل زیان است [19].

راب³ و همکاران (2008) در مورد ارتباط بین زنجیره عرضه و تکنیک عملکرد مالی و عملیاتی تحقیق کردند. جهت بررسی این رابطه، مدلی با استفاده از داده‌های به‌دست آمده از 72 شرکت سازنده مبلمان در چین، پیشنهاد گردید. نتایج

⁴ Han

⁵ Revealed Comparative Advantage

⁶ Labor-intensive industry

¹ Gokay

² Ratnasingam & Loras

³ Robb

این صنایع در کشور می باشد. بر اساس شاخص- های مورد ذکر، پرسشنامه‌ای در دو گروه عموم و تخصصی تدوین گردید. نوع عمومی پرسشنامه برای اندیشمندان و اساتید دانشگاهی و نوع تخصصی آن برای صاحبان و مدیران صنعت مبلمان چوبی (مجموعاً 90 نفر) ارسال شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش آلفای کرون باخ و برای ارزیابی اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوی استفاده گردید.

در کلیه پرسشنامه‌ها تعداد 41 شاخص احتمالی تاثیرگذار بر صادرات مبلمان چوبی در کشور به تفکیک در هشت گروه عمده «انسانی»، «حمایت‌های پشتیبانی دولت»، «مواد و محصول»، «اقتصادی»، «محیطی»، «نوآوری»، «دانش و مدیریت» و «مزیت رقابت نسبی» بیان شده بود. شاخص‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت پنجگانه و با واژه‌های بیانی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) توسط متخصصین دانشگاه، محققین، کارشناسان، مدیران و صاحبان مراکز تولیدی و خدماتی محصولات فرآورده‌های مبلمان چوبی ارزش‌گذاری شد. سپس فراوانی مشاهده شده برای هر یک از شاخص‌ها بر اساس رتبه‌های به- دست آمده بر اساس طیف مقیاس لیکرت شمارش و محاسبه گردید و در نهایت میزان اهمیت هر شاخص طی جلسه‌ای با متخصصین صنعت مبلمان چوبی با روش دلفی تعیین و برای رتبه‌بندی نهایی مورد استفاده قرار گرفت. هر یک از شاخص اصلی در نظر گرفته شده دارای زیر- شاخه‌هایی به شرح زیر بودند:

۱) شاخص انسانی

این شاخص در ارتباط با اهمیت نیروی انسانی متخصص با تجربه کافی در زمینه‌های

اصلاحی به منظور ارتقای وضعیت شرکت‌های چینی از تولید کنندگان اصلی به طراحان اصلی مبلمان و در نتیجه ایجاد برند برای محصولات صنعت مبلمان چوبی چین انجام دهند [17]

با مطالعه در منابع علمی مشاهده می‌گردد که رمز موفقیت کشورهای عمده صادر کننده و نوظهور در صنعت مبلمان چوبی در استفاده از نیروهای متخصص، ماشین‌آلات مدرن، مواد اولیه مناسب و مطمئن و همسو شدن با استانداردهای جهانی، بهره‌مندی از حمایت‌ها و پشتیبانی‌های بدنه تصمیم‌گیر، شفاف‌سازی قوانین تجارت و صادرات و غیره می‌باشد، لذا در این تحقیق و با هدف آسیب‌شناسی علل عدم موفقیت صنعت مبلمان چوبی ایران سعی شده است که عوامل تاثیرگذار بر صادرات محصولات گوناگون این صنعت را پس از بررسی‌های میدانی و نظر سنجی از متخصصین، مدیران و تصمیم‌گیرندگان صنعت مبلمان چوبی با کمک پرسشنامه‌ای هدفمند، شناسایی و اولویت‌بندی نمود. نتایج حاصل از چنین تحقیقی می‌تواند راهکارهای مناسبی را جهت بهبود عملکرد تولید و ایجاد اصلاحات اساسی در بخش‌های مختلف صنعت مبلمان چوبی در کشور با هدف رقابت‌پذیر ساختن این صنعت در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی ارائه دهد.

مواد و روش‌ها

برای انجام این تحقیق از روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و پیمایشی^۱ استفاده شده است. هدف از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان و متخصصین دانشگاهی و مدیران واحدهای تولیدکننده صنایع مبلمان چوبی، شناسایی شاخص‌های موثر بر صادرات محصولات متنوع

¹ Survey Research

(الف) وضعیت تولید داخلی از نظر مواد اولیه (ب) تداوم تولید مواد اولیه در کشور (ج) کیفیت مواد اولیه تولید داخل (د) قیمت رقابتی محصول (ه) کیفیت محصول

۴) شاخص اقتصادی (هزینه‌ای)

بدون تردید یکی از دلایل عدم موفقیت در صادرات محصولات مبلمان چوبی در کشور مقوله عدم کنترل هزینه‌های مختلف تولید است که به‌عنوان شاخص‌های هزینه‌ی سبب می‌گردد، تولید محصول نهایی مقرون به‌صرفه نبوده و دارای قیمتی بالاتر از محصولات مشابه خارجی گردد. در راستای درک درست این مقوله نیاز بود که موقعیت انواع مختلف هزینه‌های متحمل شده در حین فرایند تولید در صنعت مبلمان را بررسی کنیم. زیر شاخه‌های این شاخص عبارت بودند از: (الف) هزینه نیروی کار (ب) هزینه ماده‌اولیه (ج) هزینه بسته‌بندی (د) هزینه حمل و نقل (ه) هزینه ماشین‌آلات (و) هزینه آموزش (ز) هزینه طراحی

۵) شاخص محدودیت‌های محیطی

یکی از محدودیت‌های موثر بر عدم گسترش صادرات محصولات مختلف صنعت مبلمان چوبی در ایران، وجود فاکتورهای غیرقابل‌کنترلی از سوی تولیدکنندگان می‌باشد که تحت عنوان شاخص‌های محیطی در این تحقیق بررسی می‌شوند. زیر شاخه‌های این شاخص عبارتند از:

(الف) محدودیت‌های مربوط به قوانین کار (ب) محدودیت‌های فرهنگی، سنتی و زیست-محیطی (ج) محدودیت برداشت چوب از جنگل‌های صنعتی کشور

۶) شاخص نوآوری

جهت صادرات محصولات مختلف صنعت مبلمان چوبی و دستیابی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی، ایجاد تغییرات و نوآوری در زمینه‌های

مختلف مدیریت تولید، فروش و صادرات محصولات مختلف صنعت مبلمان چوبی می‌باشد که دارای زیر شاخص‌های ذیل می‌باشد:

(الف) تامین نیروی متخصص مطابق با نیاز صنعت (ب) ارتباط درست دانشگاه و صنعت (ج) آموزش نیروی انسانی شاغل در صنعت در قالب دوره‌های بازآموزی

۲) شاخص حمایت‌های دولت

از آنجایی که مبحث صادرات تنها با تفکر خصوصی‌گرایی به بار نمی‌نشیند، لذا نمی‌توان حمایت‌ها و کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم بدنه تصمیم‌گیر کشور را در پیشبرد این هدف نادیده گرفت. به‌یقین، دولت با نگاهی بسیار متفکرانه و با توجه به تمام اهداف چشم‌انداز می‌تواند گام-های موثرتری را برای ارتقای وضعیت صادرات محصولات مبلمان چوبی بردارد. زیر شاخه‌های این شاخص عبارتند از:

(الف) وضعیت تعرفه مواد اولیه خارجی وارداتی مورد نیاز صنعت مبلمان (ب) وضعیت تعرفه ورود مبلمان به کشور (ج) امکان محدودیت یا ممنوعیت در واردات مبلمان (د) امکان ارایه یارانه به تولیدکننده محصولات مبلمان چوبی برای صادرات (ه) امکان بازنگری قوانین صادرات

۳) شاخص مواد و محصول

تامین به‌موقع و مناسب انواع مواد اولیه مورد نیاز در صنعت مبلمان چوبی و امکان استفاده از مواد اولیه متنوع و جدید با حفظ پارامترهای مناسب کیفی، باعث تداوم تولید با کیفیت در واحد محصول نهایی شده و در نهایت با توجه به کاهش انواع ضایعات به بهره‌وری مناسب تولید می‌انجامد که باعث ایجاد قیمتی رقابت‌پذیر برای محصول در مقایسه با کالاهای مشابه خارجی می‌گردد. زیر شاخه‌های این شاخص عبارت‌اند از:

کشوری از آن می‌تواند بهره‌مند گردد. زیر شاخه - های این شاخص عبارت بودند از:

الف) تاثیر روابط سیاسی ایران با سایر کشورها بر صادرات محصولات مبلمان ب) نزدیکی ایران به روسیه در تامین مواد اولیه مورد نیاز ج) نزدیکی ایران به عراق و افغانستان برای امکان فروش محصولات د) نزدیکی ایران به سایر کشورهای عربی برای موفقیت بهتر در صادرات محصولات

نتایج

پرسشنامه‌ها توسط 51 همکار تحقیق تکمیل و ارسال شد که همگی از افراد برجسته در دانشگاه‌ها و مراکز تولیدی بودند. روایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرون باخ به مقدار 95% ارزیابی و سنجش اعتبار پرسشنامه با استفاده از روش اعتبار محتوی و بر مبنای بهره - گیری از نظرات متخصصین و صاحب نظران آگاه مورد تایید قرار گرفت.

شاخص مواد و محصول

یکی از پارامترهای موثر بر تولید با صرفه و صادرات موفق در صنعت مبلمان چوبی در کشور فاکتورهای مربوط به مواد اولیه و محصول نهایی می‌باشد، به گونه‌ای برخی از محققین، مهم‌ترین چالش صنعت مبلمان چوبی را کمبود مواد اولیه با کیفیت می‌داند، اما توجه به فاکتورهای مربوط به محصول از جمله مقوله کیفیت و قیمت نیز نبایستی نادیده گرفته شود. از دید مصرف‌کنندگان صنعت مبلمان چوبی در ایران، متأسفانه اکثر تولیدات این صنعت فاقد کیفیت لازم بوده و در عین حال دارای قیمت‌های واقع‌بینانه، مبتنی بر قیمت تمام شده نمی‌باشد و لذا قابل رقابت با محصولات مشابه وارداتی نمی‌باشد. نتایج حاصل از بررسی اهمیت زیر شاخص‌های موثر در قالب جدول‌های ذیل بیان گردیده‌است (جدول‌های 1 و 2).

مختلف فناوری تولید، بسته‌بندی، طراحی، حمل و نقل و غیره با هدف ارایه محصولاتی مشتری پسند، مطابق نیاز روز و در عین حال با قیمتی مناسب بسیار ضروری است. زیر شاخه‌های این شاخص عبارتند از:

الف) نوآوری در تولید مبلمان ب) نوآوری در کیفیت (کیفیت و ثبات کیفیت) ج) نوآوری در فناوری و تکنولوژی در مبلمان داخل د) نوآوری در بسته‌بندی ه) نوآوری در طراحی

۷) شاخص دانش و مدیریت

امروزه صرف هزینه‌های زیاد برای ارتقای دانش تولیدکنندگان جهت تولید محصولاتی مناسب برای پیشبرد اهداف صادراتی موضوعی بسیار متداول در بسیاری از کشورهای پیشرو صنعتی می‌باشد، این درحالی‌است که بسیاری از صاحبان صنایع مبلمان چوبی در کشور دارای مشکل عدم اطلاع کافی از مبانی علمی و یا فناوری‌های نوین تولید و در عین حال اصول مدیریت علمی دانش‌محور هستند. بر این مبنای زیرشاخه‌های این شاخص عبارتند از:

الف) میزان اطلاعات تولیدکنندگان از دانش صادرات ب) میزان ارتباط تجاری شرکت‌های ایرانی با خارجی ج) میزان شناخت از بازارهای جهانی د) میزان شناخت از سلاقی و نظر مشتریان خارجی ه) میزان برنامه‌ریزی استراتژیک جهت توسعه صادرات

۸) شاخص مزیت رقابت نسبی

جایگاه ایران به لحاظ جغرافیایی و واقع شدن در کنار یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان جهانی مواد اولیه مورد نیاز در صنعت مبلمان و نزدیکی به کشورهای مصرف‌کننده مطرح منطقه‌ای محصولات مذکور، با توجه به اهمیت جایگاه روابط سیاسی و غیره می‌تواند به عنوان مزیت‌های نسبی خاص و ویژه‌ای تلقی شود که تقریباً کمتر

جدول 1- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص مواد و محصول در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
توان تولید مواد اولیه در داخل کشور	9	19	8	9	6
درصد	17/6	37/3	15/7	17/6	11/8
تداوم در تولید مواد اولیه مناسب در داخل کشور	9	9	11	8	14
درصد	17/6	17/6	21/6	15/7	27/5
عدم کیفیت در مواد اولیه تولید داخل کشور	2	1	13	12	23
درصد	3/9	2	25/5	23/5	45/1
نداشتن قیمت رقابتی محصولات	9	8	13	12	9
درصد	17/6	15/7	25/5	23/5	17/4
عدم تناسب کیفیت محصول با نیاز بازار مصرف	2	1	13	12	23
درصد	3/9	2	25/5	23/5	45/1

جدول 2- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص مواد و محصول در صنعت مبلمان چوبی

عدم تناسب کیفیت محصول با نیاز بازار مصرف	نداشتن قیمت محصولات	عدم کیفیت در مواد اولیه داخل کشور	عدم تداوم در تولید مواد اولیه	توان تولید مواد اولیه در داخل	شاخص مواد و محصول
7/0784	5/5568	7/0784	5/3529	4/3725	میانگین
0/30143	0/36242	0/30143	0/41047	0/36078	انحراف از میانگین
9	5	9	9	3	مد
1	2	1	3	4	رتبه

شاخص حمایت‌های دولت

طبیعی است که دولت‌ها بابر خورده‌اری از امکانات تثبیت قیمت‌ها و یا توانایی تغییر در تعرفه‌های واردات مواد اولیه و محصول نهایی، می‌توانند نقش بسیار موثری را در صادرات محصولات تولیدی داخل و بومی ایفا نمایند که این امر در مورد محصولات صنایع مبلمان چوبی هم صادق می‌باشد. نتایج حاصل از تعیین اهمیت زیر شاخص‌های موثر در جداول ذیل به‌طور خلاصه تشریح شده‌است که نشان می‌دهند یکی از پارامترهایی موثر در افزایش قیمت تمام‌شده انواع محصولات مبلمان چوبی در داخل کشور، تعرفه بالای انواع مواد اولیه مورد نیاز وارداتی است که نیاز به بازنگری جدی جهت کاهش آن

وجود دارد. قوانین صادرات در راستای افزایش هدفمند صادرات غیرنفتی از جمله محصولات مبلمان چوبی نیاز به شفاف‌سازی و روان‌سازی روند دارد. با توجه به این‌که اغلب محصولات وارداتی از برخی از کشورها از نظر جایگاه کیفیت در مقایسه با محصولات داخلی پایین‌تر می‌باشند، به نظر می‌رسد که هدفمند نمودن تعرفه‌های اقلام وارداتی و نیز هوشمندانه نمودن واردات محصولات مذکور و یا حمایت از تولید کننده به هر نحوی که توان تولید و توان صادرات محصولات داخلی افزایش یابد، از جمله حمایت‌های دولت‌ها در این راستا در کشور می‌تواند باشد (جدول‌های 3 و 4).

جدول 3- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص حمایت‌های دولت در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تعرفه بالای مواد اولیه خارجی	5	4	10	11	21
درصد	9/8	7/8	19/6	21/6	41/2
بازنگری قوانین صادرات	8	4	10	15	15
درصد	15/7	7/8	19/6	27/5	29/4
افزایش تعرفه ورود مبلمان	9	12	15	5	10
درصد	17/6	23/5	29/4	9/8	19/6
جلوگیری از واردات مبلمان	8	24	10	4	5
درصد	15/7	47/1	19/6	7/8	9/8
ارائه یارانه به تولید کننده	6	4	7	11	23
درصد	11/8	7/8	13/7	21/6	45/1

جدول 4- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص حمایت‌های دولت در صنعت مبلمان چوبی

تعرفه بالای مواد اولیه خارجی	بازنگری قوانین صادرات	افزایش تعرفه ورود مبلمان	جلوگیری از واردات مبلمان	ارائه یارانه به تولید کننده	شاخص حمایت‌های دولت
6/5294	5/9412	4/8039	3/9804	6/6078	میانگین
0/37401	0/39349	0/38094	0/32357	0/39216	انحراف از میانگین
9	9	5	3	9	مد
2	3	4	5	1	رتبه

شاخص دانش و مدیریت

دانش صادرات به ترتیب در درجات اهمیت اول تا پنجم قرار گرفته و با توجه به نزدیکی کلیه موارد به همدیگر، تمام زیرشاخص‌ها مهم تلقی می‌گردند. شاخص دانش و مدیریت تولیدکنندگان مبلمان چوبی داخل بدون احتساب ضریب اهمیت در مکان دوم با میانگین کل 6/95 و با احتساب ضریب اهمیت در مکان اول قرار گرفت (جدول‌های 5 و 6).

در ارزیابی و بررسی تاثیر شاخص دانش و مدیریت بر صادرات محصولات مبلمان چوبی در کشور، پنج زیرشاخص در نظر گرفته شد و پس از تحلیل مشخص گردید که عدم شناخت از بازارهای جهانی، عدم برنامه‌ریزی استراتژیک جهت توسعه صادرات، عدم شناخت از سلاقی و نظر مشتریان خارجی، عدم ارتباط شرکت‌های ایرانی با خارج و بی‌اطلاعی تولیدکنندگان از

جدول 5- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص دانش و مدیریت در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
بی‌اطلاعی تولیدکنندگان از دانش صادرات	4	7	9	14	17
درصد	7/8	13/7	17/6	27/5	33/3
عدم ارتباط شرکت‌های ایرانی با خارجی	2	5	15	16	13
درصد	3/9	9/8	29/4	31/4	25/5
عدم شناخت از بازارهای جهانی	3	1	4	16	27
درصد	5/9	2	7/8	31/4	52/9
عدم شناخت از سلاقی و نظر مشتریان خارجی	2	1	11	19/6	52/9
درصد	3/9	2	21/6	7/8	9/8
عدم برنامه‌ریزی استراتژیک جهت توسعه صادرات	4	1	4	12	30
درصد	11/8	2	7/8	23/5	58/8

جدول 6- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص دانش و مدیریت در صنعت مبلمان چوبی

شاخص دانش و مدیریت	بی اطلاعی تولیدکنندگان از دانش صادرات	عدم ارتباط شرکت‌های ایرانی با خارج	عدم شناخت از بازارهای جهانی	عدم شناخت از سلاطین و نظر مشتریان خارجی	عدم برنامه‌ریزی استراتژیک جهت توسعه صادرات
میانگین	6/2941	6/2941	7/4706	7/3137	7/4706
انحراف از میانگین	0/36223	0/30588	0/30467	0/30356	0/33414
مد	9	7	9	9	9
رتبه	5	4	1	3	2

شاخص نوآوری

مناسب در مبلمان داخلی، عدم نوآوری در تولید مبلمان داخل، عدم نوآوری در کیفیت محصولات داخلی، عدم کپی‌برداری (طراحی بومی) و عدم نوآوری در به کارگیری تکنولوژی مدرن در مبلمان داخلی رتبه‌های اول تا ششم را به خود اختصاص دادند. شاخص نوآوری بدون احتساب ضریب اهمیت در مکان دوم با میانگین کل 6/18 و با احتساب ضریب اهمیت در مکان اول قرار گرفت (جدول‌های 7 و 8).

جهت موفقیت در امر صادرات محصولات مبلمان چوبی استفاده از فعالیت‌های نوآورانه و درعین حال خلاقانه در زمینه‌های مختلف طراحی، فناوری تولید، بسته‌بندی، فروش و حمل‌ونقل و دیگر مقوله‌های مرتبط با فرآیند صادرات محصولات، بسیار ضروری است. پس از بررسی مشخص شد که عدم نوآوری در ثبات کیفیت محصولات داخلی، عدم نوآوری در بسته بندی

جدول 7- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص نوآوری در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
عدم نوآوری در تولید مبلمان داخلی درصد	3	6	13	13	16
عدم نوآوری در کیفیت محصولات داخلی درصد	2	5	15	16	13
عدم نوآوری در ثبات کیفیت در محصولات داخلی درصد	2	1	8	19	21
عدم نوآوری در به کارگیری تکنولوژی مدرن در مبلمان داخلی درصد	3	11	19	12	6
عدم نوآوری در بسته‌بندی مناسب در مبلمان داخلی درصد	3	5	11	17	15
عدم کپی‌برداری (طراحی بومی) درصد	1	8	15	9	12

جدول 8- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص نوآوری در صنعت مبلمان چوبی

شاخص نوآوری	تولید مبلمان داخلی	کیفیت محصولات داخلی	عدم ثبات کیفیت محصولات داخلی	به کارگیری تکنولوژی مدرن در مبلمان داخلی	بسته‌بندی مناسب در مبلمان داخلی	عدم کپی‌برداری (طراحی بومی)
میانگین	6/4902	6/2941	7/1961	5/2745	6/4118	5/4314
انحراف از میانگین	0/34909	0/33989	0/28148	0/30173	0/32801	0/37704
مد	7	9	9	5	7	5
رتبه	2	4	1	6	3	5

شاخص محدودیت های محیطی

انتخاب گردید که به ترتیب در مکان های اول تا دوم قرار گرفتند و پس از تحلیل نتایج مشخص شد شاخص محدودیت های محیطی تولید کنندگان مبلمان چوبی داخل با احتساب ضریب اهمیت در مکان هشتم با میانگین کل 5/0130 قرار دارد (جدول های 9 و 10)

به منظور بررسی شدت این فاکتور بر صادرات محصولات مبلمان چوبی، سه زیر شاخص به نام محدودیت های قوانین کار، محدودیت های فرهنگی و سنتی و محدودیت برداشت چوب از جنگل های صنعتی کشور

جدول 9- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص محدودیت های محیطی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
محدودیت های قوانین کار	7	7	12	16	9
درصد	13/7	13/7		31/4	17/6
محدودیت های فرهنگی و سنتی	5	11	17	11	7
درصد	9/8	21/6	33/3	21/6	13/7
محدودیت برداشت چوب از جنگل های صنعتی کشور	9	19	8	9	6
درصد	17/6	37/3	15/7	17/6	11/8

جدول 10- نتایج آماری زیر شاخص های مربوط به شاخص محدودیت های محیطی در صنعت مبلمان چوبی

محدودیت برداشت چوب از جنگل های صنعتی کشور	محدودیت های فرهنگی و سنتی	محدودیت های قوانین کار	شاخص محیطی
4/3725	5/1569	5/5098	میانگین
0/36078	0/33062	0/36232	انحراف از میانگین
3	5	7	مد
3	2	1	رتبه

شاخص انسانی

گذاری مناسب و هدفمند را در راستای ارایه آموزش های مورد نیاز و مرتبط با صنعت را در دانشگاه ها مطرح می کند. شاخص انسانی بدون احتساب ضریب اهمیت در مکان اول و با احتساب ضریب اهمیت در مکان چهارم قرار گرفت (جدول های 11 و 12).

برای بررسی شاخص انسانی با طرح سه زیر شاخص با عنوان عدم وجود نیروی متخصص مطابق نیاز صنعت، عدم ارتباط مناسب دانشگاه و صنعت و عدم ارایه آموزش های مرتبط با صنعت (ضعف آموزش) معلوم شد که هر سه شاخص در وضعیت بحرانی بوده و این امر لزوم سرمایه-

جدول 11- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص انسانی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
عدم وجود نیروی متخصص مطابق نیاز صنعت	4	7	9	18	13
درصد	7/8	13/7	17/6	35/3	25/5
عدم ارتباط مناسب دانشگاه و صنعت	3	5	4	15	24
درصد	5/9	9/8	7/8	29/4	47/1
عدم وجود آموزش های مرتبط با صنعت	3	1	7	17	23
درصد	5/9	2	13/7	33/3	45/1

جدول 12- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص انسانی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص انسانی	عدم وجود نیروی متخصص مطابق نیاز صنعت	عدم ارتباط مناسب دانشگاه و صنعت	ضعف آموزش
میانگین	6/1373	7/0784	7/1961
انحراف از میانگین	0/34643	0/33588	0/30809
مد	7	9	9
رتبه	3	2	1

شاخص اقتصادی

به‌منظور بررسی این شاخص، تعداد هفت نوع مختلف هزینه‌ها بررسی و نتایج نشان دادند که تعداد کمی از زیر شاخص‌ها در سطح بالا بوده و در کل شاخص اقتصادی با احتساب 5/3585 امتیاز در رتبه هفتم و با احتساب ضریب اهمیت در رتبه ششم قرار گرفت (جدول‌های 13 و 14).

جدول 13- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص اقتصادی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
بالا بودن هزینه تولید محصولات داخلی درصد	5	4	8	16	18
بالا بودن هزینه مواد اولیه محصولات داخلی درصد	3	3	15	13	17
بالا بودن هزینه طراحی محصولات داخلی درصد	6	13	16	9	8
بالا بودن هزینه بسته‌بندی حمل محصولات داخلی درصد	6	7	12	13	9
بالا بودن هزینه نیروی انسانی و آموزش داخلی درصد	6	14	12	9	10
بالا بودن هزینه ماشین‌آلات و تجهیزات درصد	7	6	13	14	11
بالا بودن هزینه نگهداری ماشین‌آلات خارجی در داخل درصد	6	9	14	16	6

جدول 14- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص اقتصادی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص اقتصادی	هزینه نگهداری ماشین‌آلات خارجی	هزینه ماشین‌آلات و تجهیزات	هزینه نیروی انسانی و آموزش	هزینه بسته‌بندی و حمل محصولات	هزینه طراحی محصولات	هزینه مواد اولیه	هزینه تولید
میانگین	5/2745	5/1176	5/4706	4/9608	4/9608	6/5686	4/4902
انحراف از میانگین	0/33616	0/36938	0/36904	0/34794	0/34750	0/33285	0/36232
مد	7	7	7	3	5	9	9
رتبه	4	2	5	3	6	1	7

شاخص مزیت رقابت نسبی
نتایج نشان دادند که همه زیر شاخص‌ها از نظر اهمیت نسبی در جایگاه بالایی قرار داشته و

شاخص مزیت نسبی بدون احتساب ضریب اهمیت در رتبه سوم و با احتساب ضریب اهمیت در رتبه پنجم قرار دارد (جدول‌های 15 و 16).

جدول 15- مقادیر عددی زیر شاخص مربوط به شاخص مزیت رقابت نسبی در صنعت مبلمان چوبی

شاخص و اهمیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
روابط سیاسی در صادرات مبلمان	5	4	3	10	29
درصد	9/8	7/8	5/9	19/6	56/9
نزدیکی ایران به روسیه توان واردات مواد اولیه مناسب	6	6	8	17	14
درصد	11/8	11/8	15/7	33/3	27/5
نزدیکی ایران به عراق و افغانستان در جذب بازار	4	2	12	16	17
درصد	7/8	3/9	23/5	31/4	33/3
نزدیکی ایران به مصرف کنندگان عربی	4	6	11	11	19
درصد	7/8	11/8	21/6	21/6	37/3

جدول 16- نتایج آماری زیر شاخص‌های مربوط به شاخص مزیت رقابت نسبی در صنعت مبلمان چوبی

نزدیکی ایران به مصرف کنندگان عربی	نزدیکی ایران به عراق و افغانستان در جذب بازار	نزدیکی ایران به روسیه - توان واردات مواد اولیه مناسب	روابط سیاسی در صادرات مبلمان	شاخص مزیت رقابت نسبی
6/3725	6/5686	5/9412	7/1176	میانگین
0/36511	0/33285	0/38543	0/38158	انحراف از میانگین
9	9	7	9	مد
3	2	4	1	رتبه

مقایسه با اهمیت کل، ضریب اهمیت هر شاخص محاسبه گردید و در نهایت بر اساس ضریب اهمیت در میانگین به دست آمده، مقدار اهمیت نهایی هر شاخص به دست آمد که بر اساس آن رتبه‌بندی نهایی صورت پذیرفت.

رتبه‌بندی نهایی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص
در این مرحله از تحقیق با توجه به میانگین محاسبه شده از نظر آماری برای شاخص‌های اولیه، رتبه‌بندی مقدماتی صورت گرفت و سپس با در نظر گرفتن میزان اهمیت هر شاخص در

جدول 17- نتایج رتبه‌بندی شاخص‌های موثر در صادرات محصولات مبلمان چوبی در ایران

ردیف	شاخص	میانگین کل	رتبه اولیه	اهمیت نسبی به درصد	ضریب اهمیت	مقدار عددی اهمیت نهایی	رتبه نهایی
1	مواد و محصول	5/8878	5	60	0/106	0/6241	7
2	حمایت‌های دولت	5/5725	6	95	0/168	0/9362	2
3	دانش و مدیریت	6/9562	2	85	0/150	1/0429	1
4	نوآوری	6/1830	4	80	0/142	0/8779	3
5	محدودیت‌های محیطی	5/0130	8	30	0/053	0/2656	8
6	انسانی	7/0139	1	70	0/124	0/8697	4
7	اقتصادی	5/3585	7	70	0/124	0/6644	6
8	مزیت رقابت نسبی	6/4999	3	75	0/133	0/8644	5

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به اهمیت موضوع، در ارتباط با شاخص دانش و مدیریت بر صادرات محصولات مبلمان چوبی در کشور، مشخص شد که عدم شناخت از بازارهای جهانی، عدم برنامه‌ریزی استراتژیک جهت توسعه صادرات مبلمان چوبی، عدم شناخت از سلیق و نظر مشتریان خارجی، عدم ارتباط شرکت‌های ایرانی با خارج و کم بودن اطلاعات تولیدکنندگان از دانش صادرات به ترتیب در درجات اهمیت اول تا پنجم قرار گرفته و با توجه به نزدیکی کلیه موارد به همدیگر، تمام زیر شاخص‌ها اهمیت زیادی پیدا نمودند. این امر نشان می‌دهد که متأسفانه تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات متنوع مبلمان چوبی از نظر اطلاع از مبانی علمی، فناوری-های نوین تولید و درعین حال اصول مدیریت علمی مدیریت محور در ضعف نسبی بوده و لذا به دلیل عدم آگاهی و استفاده از نظرات متخصصین و مشاورین آگاه نمی‌توانند صادراتی موفق نیز داشته باشند. این موضوع آشکار می‌سازد که اتحادیه و انجمن‌های صنفی موجود نقش اصلی و وظیفه واقعی خویش را در زمینه برگزاری دوره‌های آموزشی و ایجاد اطلاع‌رسانی به درستی انجام نمی‌دهند.

در ارتباط با شاخص حمایت‌های دولت با توجه به بررسی‌های انجام شده، حمایت از تولیدکنندگان داخلی در قالب اعطای یارانه به روش‌های مختلف و برقراری سیستم قیمت تبعیضی در جهت رقابت‌پذیر ساختن قیمت محصولات داخلی با کالاهای مشابه خارجی که از جمله بسته‌های حمایتی دولت‌ها برای تشویق صادرات می‌باشد، بازنگری در کاهش تعرفه انواع مواد اولیه وارداتی مورد نیاز جهت کاهش قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی و تسهیل در امر صادرات از نظر کاهش بروکراسی اداری و روان‌سازی قوانین صادراتی از جمله پارامترهای مهم در قالب حمایت‌های دولت‌ها برای افزایش توان صادرات محصولات چوبی در کشور می‌باشد. فاکتورهای دیگر مورد بررسی در جایگاه‌های اهمیت پایین‌تری قرار داشته که نقش قابل توجهی در صادرات ندارند. به نظر می‌رسد دولت در راستای تقویت صادرات

غیرنفتی که از جمله اهداف مهم کشور بوده و در سند چشم‌انداز نیز بیان گردیده بایستی حمایت‌های جدی‌تر و ملموسی از نظر وضع قوانین حمایتی ویژه برای این صنعت که می‌تواند قابلیت ارزآوری زیادی داشته‌باشد، انجام دهد. از سوی دیگر مدیران ارشد این صنعت و سازمان‌های صنفی و صادراتی مرتبط نیز از حیث برقراری ارتباط موثر با مسوولان دولتی موفق عمل نکرده‌اند و چنانچه این امر به وقوع بپیوندد طبیعتاً خیلی از فرایندهای صادرات محصولات مبلمان چوبی سهل‌تر اجرا خواهد شد.

پس از بررسی شاخص نوآوری مشخص شد که لزوم نوآوری در زمینه‌های ثبات کیفیت محصولات داخلی، بسته‌بندی مناسب، تولید مبلمان، کیفیت محصولات تولیدی، عدم کپی‌برداری (نوآوری در طراحی بومی) و به‌کارگیری فناوری مدرن رتبه‌های اول تا ششم را به‌خود اختصاص دادند که می‌تواند در تدوین الگوهای استراتژیک در زمینه‌های مختلف فناوری تولید، بسته‌بندی، طراحی، حمل و نقل و غیره با هدف آرایه محصولات مشتری پسند، مطابق نیاز روز و درعین حال با قیمتی مناسب برای سامان‌دهی صادرات مبلمان چوبی بسیار ضروری باشد.

عموماً یکی از مشکلات عمده صنایع مبلمان چوبی در ایران را عدم وجود نیروهای آموزش دیده و متخصص به‌ویژه با توجه به پیشرفت‌های جدید در زمینه فناوری‌های تولید در طی سالیان اخیر می‌دانند. نتایج تحقیقات صورت پذیرفته موید وجود چنین مساله‌ای است، زیرا برای بررسی شاخص انسانی با طرح سه زیر شاخص باعنوان امکان تربیت نیروی متخصص مطابق با نیاز صنعت مبلمان، امکان ارتباط مناسب دانشگاه و صنعت، و آرایه آموزش‌های مرتبط با صنعت در قالب دوره‌های بازآموزی، معلوم گردید که هر سه شاخص در وضعیت بحرانی به‌سر برده و این امر لزوم سرمایه‌گذاری مناسب و هدفمند را در راستای آرایه آموزش‌های مورد نیاز و مرتبط با صنعت را در دانشگاه‌ها مطرح می‌نماید. به نظر می‌رسد که تدوین و اجرای برنامه‌های کوتاه‌مدت بازآموزی برای شاغلین صنعت مبلمان و کاربردی‌تر نمودن مباحث مورد تدریس می‌تواند در این

مبلمان چوبی و امکان استفاده از مواد اولیه متنوع و جدید با حفظ پارامترهای مناسب کیفی در کشور از جمله زیر شاخص‌هایی هستند که بایستی مورد توجه قرار گیرند [1].

به منظور بررسی شدت تاثیرگذاری اندازه مقیاس واحدهای تولیدی بر صادرات محصولات مبلمان چوبی، سه زیرشاخص به نام محدودیت‌های قوانین کار، محدودیت‌های فرهنگی و سنتی، محدودیت برداشت چوب از جنگل‌های صنعتی کشور انتخاب و پس از تحلیل نتایج مشخص شد اگرچه محدودیت‌های مورد ذکر به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به خود اختصاص دادند اما از نظر ضریب اهمیت نهایی در رتبه بسیار پایینی قرار گرفته و به نظر می‌رسد بر خلاف مطالعات گوکای و همکاران (2007) در ترکیه این شاخص چندان اهمیتی در ایجاد محدودیت در توسعه صادرات نداشته و یا حداقل گلوگاه در ایران نباشد.

بسیاری از محققان در مقاله‌های توصیفی خویش در مورد مشکلات صنعت مبلمان چوبی در ایران و بیان علل عدم موفقیت در صادرات محصولات این صنعت، کمبود مواد اولیه چوبی، عدم استفاده از فناوری‌های نوین در تولید، نبود نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده و غیره که عموماً مرتبط با تولید محصولات هستند را از دلایل اصلی می‌دانند [5 و 6]. در حالی که نتایج ارائه شده توسط این تحقیق نشان می‌دهد که شاخص‌های دیگری با حساسیت‌های بیشتر، در مقوله صادرات موثرتر بوده و نیاز به توجه خاص دارند. بخش اعظمی از نابسامانی‌ها و ناهنجاری‌ها در مقوله ارتقای صادرات، جدای از بحث تولید بوده و ضرورت بازنگری و توجه بیشتر با بهره‌گیری از مدیران دانش‌محور، آموزش‌های کاربردی، حمایت جدی دولت از صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی، ضرورت نوآوری در زمینه‌های مختلف را بیش از پیش آشکار می‌سازد.

خصوصاً بسیار مفید واقع شود. تاسیس و راه‌اندازی مراکزی با ماهیت دوره‌های مهارتی، می‌تواند الگوهای مناسبی را ارائه نماید.

بدون تردید یکی از موارد تاثیرگذار در صادرات انواع محصولات مبلمان چوبی از ایران موقعیت ویژه کشورمان از نظر نزدیکی به بزرگ‌ترین تولیدکننده چوب ماسیو در جهان و درعین حال کشورهای مهم مصرف‌کننده محصولات این صنعت در سطح منطقه می‌باشد. بنابراین به نظر می‌رسد که ایران دارای مزیت رقابت نسبی بوده که در مقایسه با سایر تولیدکنندگان برتری‌های نسبی برای کشور فراهم می‌نماید. نتایج نشان دادند که همه زیرشاخص‌ها از نظر اهمیت نسبی در جایگاه بالایی قرار داشته و این امر نشان می‌دهد که با توجه به بهره‌مندی از جایگاه مکانی استراتژیک و میزان دسترسی به منابع تامین مواد اولیه و بازارهای مصرف مناسب می‌توان گام‌های موثری در امر صادرات محصولات مبلمان چوبی برداشت.

همواره بیان می‌گردد که با توجه به عدم کنترل-بهینه هزینه‌های تولید، قیمت تمام‌شده واحد محصول داخلی بالاتر از انواع مشابه خارجی بوده و لذا کالاهای صادراتی صنعت مبلمان چوبی قابل رقابت در بازارهای منطقه‌ای نمی‌باشند. نتایج حاصل از بررسی شاخص هزینه‌ای بر روی هفت زیرشاخه مختلف هزینه‌های تولید نشان می‌دهد که تعداد کمی از زیر شاخص‌ها در سطوح بالای اهمیت بوده و لذا با توجه به ضرورت بهینه‌سازی تولید و کاهش ضایعات در راستای بهبود بهره‌وری و همچنین اهمیت سایر شاخص‌ها از جمله دانش و مدیریت، حمایت‌های دولت و عامل انسانی شدت تاثیر این شاخص کمتر می‌باشد. در ارزیابی جایگاه شاخص مواد و محصول، عدم تناسب کیفیت محصول مطابق با نیاز بازار مصرف و استفاده از مواد اولیه نامرغوب در تولید محصولات از جمله زیرشاخص‌های مطرح در بحث صادرات محصولات مبلمان چوبی در کشور است. قابل رقابت‌پذیر کردن محصولات مبلمان چوبی در مقابل رقبای منطقه‌ای خارجی چین و ترکیه از دو بعد کیفیت و قیمت تمام‌شده و نیز تامین به-موقع و مناسب انواع مواد اولیه مورد نیاز صنعت-

منابع

- ۱۱- محبی، ن.، 1389. تعیین شاخص‌های موثر بر توسعه پایدار صنعت مبلمان ایران و ارزیابی راهکارهای مناسب، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، صفحه 22-24
- ۱۲- نوروزی، ا.، 1387. چالش‌های فرآوری صنایع چوب و راه‌های برون رفت از آن (بخش اول)، نشریه چوب و کاغذ، سال هشتم، شماره 49، صفحه 45-48
- ۱۳- نوروزی، ا.، 1387. چالش‌های فرآوری صنایع چوب و راه‌های برون رفت از آن (بخش دوم)، نشریه چوب و کاغذ، سال هشتم، شماره 50، صفحه 48-51
- 14- Cao, X., Hansen, E.N., Meiqi, X. & Boming, X., 2004, China's furniture industry today, Forest Products Journal, 11-17.
- 15- Csil Milano, 2008. The World furniture outlook 2008, CSIL, Center for industrial studies, Milan, Italy. (www.csilmilano.com)
- 16- Gokay, N., Hiziroglu, S., Serin, H., Akyuz, K.C., Akyuz, I. & Toksoy, D., 2007, A perspective from furniture and cabinet manufacturers in Turkey, Journal of Building and Environment, 42(2007), 1699-1706.
- 17- Gunawan, E., 2006. Industri Furniture Knock Down. Kadin Roadmap Industri, 27 Juni, Kadin Indonesia. [cited in Tambunan, 2006]. Available at: (www.kadin-indonesia.or.id/enm/.../KADIN-98-3023-01082008.pdf)
- 18- Han, X., Wen, Y. & Shashi, k., 2009, The global competitiveness of the Chinese wooden furniture industry, Journal of Forest Policy and Economics, 11(2009), 561-569.
- 19- Qijun, Y., 2007, World furniture trade up to 100 billion U.S. Dollar in 2007. Furniture Market, 8, 55.
- 20- Ratnasingham, J., Loras, F., 2005, The Asian furniture industry: the reality behind the Statistics, Journal of Holz ALS Roh-und Werkstoff, and 3(1):64-67.
- 21- Robb, D., Xie, B., & Arthanari, D., 2008, Supply chain and operations practice and performance in Chinese furniture manufacturing, International Journal of production economics, 112(2), 683-699.
- 22- Tambunan, T., 2006, The growth and competitiveness of Indonesia's wood furniture export, (www.kadin-indonesia.or.id/enm/.../KADIN-98-3023-01082008.pdf), 22 pages.
- ۱- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، 1388. تعرفه‌ها، اولین عارضه صنعت مبلمان، بولتن صادرات اتحادیه، عملکرد و برنامه کمیسیون صادرات 2- صفحه 6-7
- ۲- تقوی‌نژاد، ب.و، ع.م.، اسفندیاری، 1386. بررسی وضعیت صنایع مبلمان و مصنوعات چوبی، دفتر صنایع غیر فلزی، وزارت صنایع و معادن، صفحه 11
- ۳- ذوالقدر، م.، 1376. بررسی بازرگانی مصنوعات چوبی و صادرات آنها به کشورهای حوزه خلیج فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، صفحه 22-25
- ۴- ذوالقدر، م.، 1386. جهت‌گیری صادراتی مصنوعات چوبی و مبلمان ایران، دومین کتاب بانک اطلاع‌رسانی صنایع چوب، مبلمان و کاغذ ایران، ناشر مجله چوب و کاغذ، صفحه 6-12
- ۵- ربیع، د.، 1389. بررسی عوامل موثر بر صادرات مبلمان چوبی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، صفحه 125
- ۶- ریاحی، ا.، 1388. بررسی ضرورت‌های ایجاد همبستگی بین گروه‌های مرتبط با صنعت مبلمان و دکوراسیون، شرکت شهرک‌های صنعتی ایران، شاخه مبلمان، صفحه 17-18
- ۷- ضیائی، م.، 1388. ارزیابی روند بازرجانی مبلمان 2007-1998، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، بازارهای استراتژیک و جایگاه ایران، نشریه چوب و کاغذ، سال هشتم، شماره 49، صفحه 66-71
- ۸- ضیائی، م.، 1388. ارزیابی روند بازرجانی مبلمان 2007-1998، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، بازارهای استراتژیک و جایگاه ایران، نشریه چوب و کاغذ، سال هشتم، شماره 50، صفحه 51-56
- ۹- فتح‌الزاده، ع.، 1385. بررسی وضعیت بازرگانی خارجی مبلمان در ایران، مجله منابع طبیعی ایران، 59(1): 249-237
- ۱۰- فتح‌اله زاده، ع.، 1388. استانداردسازی، روشی برای افزایش کیفیت در صنایع تولید مبلمان چوبی، مجموعه خلاصه مقالات ارائه شده در دومین کنفرانس بین‌المللی تجارت جهانی مبلمان، نمایشگاه بین‌المللی تهران، صفحه 31-35

