

اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک با فرایند تحلیل شبکه‌ای (مطالعه موردی استان تهران)

محمد غفرانی^{*۱} و زهرا محمد مرادی^۲

*۱- نویسنده مسئول، دانشیار، گروه علوم صنایع چوب و کاغذ، دانشکده مهندسی عمران، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران

پست الکترونیک: Ghofrani@srttu.edu

۲- کارشناسی ارشد، صنایع چوب و کاغذ، دانشکده مهندسی عمران، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

تاریخ دریافت: آبان ۱۳۹۶ تاریخ پذیرش: بهمن ۱۳۹۶

چکیده

در دنیای ناپایدار اقتصادی امروز، تولید پایدار و افزایش سطح کمی و کیفی محصولات، برای حفظ بقاء و رقابت‌پذیری در بازار داخلی و خارجی الزامیست. به‌گونه‌ای که در صورت عدم توجه، امکان رقابت‌پذیری در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی وجود نخواهد داشت. بدین‌جهت در این پژوهش با بهره‌مندی از نظرات متخصصان و تولیدکنندگان خبره این صنعت (مبلمان) به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک پرداخته شد. شاخص‌های موردبررسی در این پژوهش شامل ۵ شاخص اصلی و ۱۷ زیر شاخص بودند که با به‌کارگیری فرایند تحلیل شبکه‌ای اولویت‌بندی و درجه اهمیت شاخص‌ها و زیر شاخص‌ها تعیین و با کمک روش دیمتل روابط علی و معلولی شاخص‌ها بررسی شد. نتایج حاصل از بررسی‌های انجام شده نشان داد که شاخص‌های اصلی مدیریت تولید و فروش، تضمین کیفیت و سبک طراحی و خلاقیت به‌ترتیب دارای بالاترین وزن نرمال بودند و زیر شاخص بروز بودن ماشین‌آلات و فناوری، قیمت مناسب و ماندگاری برند به‌ترتیب اولویت اول تا سوم تأثیرگذاری بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک را به‌دست آوردند.

واژه‌های کلیدی: روش دیمتل، تحلیل شبکه‌ای، رقابت‌پذیری، قیمت مناسب، فناوری روز، تضمین کیفیت، مدیریت تولید و فروش.

مقدمه

(2009) و رشد چشمگیری در سطح تجارت بین‌المللی داشته، به‌طوری‌که بر اساس گزارش مرکز تحقیقات و مطالعات ایتالیا (۲۰۱۶) ارزش تولیدات مبلمان در جهان به بیش از ۱۳۱ میلیارد دلار رسیده که نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۲۳ درصدی داشته است. از این‌رو با توجه به جهانی‌شدن این صنعت، مسئله رقابت‌پذیری در سطح بین‌المللی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌گردد. رقابت‌پذیر بودن به معنای به‌دست آوردن موقعیت پایدار در بازارهای جهانیست (Shurchuluu, 2002). گزارش‌های Csil^۱ (۲۰۱۶) حکایت

با نگاهی به پیشینه صنعت مبلمان در ایران می‌توان بیان کرد، مبلمان کلاسیک که در آن اصول و قواعد معمول قدیم هنری رعایت شده است و از آثار هنرمندان دوران باستان و قرن هفدهم فرانسه تقلید و پیروی می‌کند (Moin., 1999)، از جایگاه مناسبی در بین کشورهای منطقه و جهان برخوردار بوده و باوجود برخی ناملايمات هنوز دستان توانمند صنعتگران ایرانی، تحسین جهانیان را برمی‌انگیزد. صنعت مبلمان بخش قابل توجهی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده است (World furniture outlook,)

کشورمان در طی سال‌های اخیر حکایت از آن دارد که در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ میزان صادرات از میزان واردات نسبتاً فراتر رفته و در سال ۱۳۹۲ نسبت صادرات مبلمان به واردات تقریباً ۶ برابر بوده است و در سال ۹۳ و ۹۴ نسبت به سال ۹۲ واردات افزایش و صادرات کاهش یافته، به گونه‌ای که میزان واردات و صادرات تقریباً به یک‌میزان و این نشان‌دهنده کاهش قدرت صادرات این صنعت طی سال‌های اخیر بوده است (Association of Iran Wood industries employers).

Tajdini^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی شاخص‌های مؤثر بر توسعه صادرات محصولات چوبی را دانش مدیریت و حمایت‌های دولت از تولیدکنندگان داخلی در زمینه‌های مختلف فناوری تولید دانسته و اذعان نمودند توجه بیشتر به استفاده از مدیران دانش‌محور، ارائه آموزش‌های کاربردی و حمایت جدی دولت از تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی بسیار ضروریست.

Farshchi و Ghofrani (۲۰۱۶) عوامل مؤثر بر توسعه بازار مبلمان استیل را شاخص‌های کیفیت و قیمت بیان نمودند و در پژوهشی دیگر Ghofrani و همکاران (۲۰۱۴) اظهار داشتند شاخص قیمت مبلمان بر انتخاب مصرف‌کننده مؤثر است و مشتری در صورتی که قیمت مبلمان را متناسب، باکیفیت و خدمات آن بداند، مبلمان را انتخاب می‌کند.

Julie و Zheng Zhou (۲۰۱۰) طی بررسی تأثیر دو عامل مدیریت سازمانی و بازاریابی در رسیدن به مزیت رقابتی شرکت‌های خارجی در کشور چین، به این نتیجه دست یافتند که بازاریابی و مدیریت سازمانی می‌توانند در بهبود عملکرد هر سازمانی مؤثر باشند؛ بدین ترتیب مدیریت سازمانی منجر به سود اقتصادی و به‌دنبال آن عملکرد بهتر سازمان می‌شود. Azizi و همکاران (۲۰۱۶) بیان کردند که توسعه و حضور هدفمند این صنعت در بازار جهانی جایگزین مناسبی در بخش صنایع وابسته کشور است. به گونه‌ای که می‌تواند علاوه بر اشتغال‌زایی، نقش بسزایی در

از آن داشت که کشور چین از جمله کشورهای اصلی تولیدکننده و صادرکننده در صنعت مبلمان می‌باشد که موقعیت نسبتاً پایدار در بازار جهانی دارد و از دلایل اصلی موفقیت و افزایش سهم رقابتی صنعت مبلمان چین، هزینه پایین نیروی انسانی، بازاریابی قوی، حمایت‌های دولت، خوشه‌های صنعتی مبلمان، تنوع و نوآوری در طراحی و دسترسی آسان به مواد خام گزارش شده است. این در حالی است که اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری (۲۰۰۹) گزارش نموده ایران تنها ۰/۰۲ درصد از سهم تجارت جهانی مبلمان را به خود اختصاص داده است که بیانگر وجود مشکلات اساسی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به دلیل افزایش رقابت‌پذیری و در نتیجه آن توسعه صنعتی کشور است (Azizi, et al., 2016). همچنین اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری (۲۰۰۹) از جمله دلایل کاهش قدرت رقابت ایران در بازارهای جهانی را بالا بودن تعرفه وارداتی مواد اولیه موردنیاز صنعت مبلمان بیان نموده که در نتیجه آن قیمت محصولات تولیدی داخل افزایش یافته و منجر به کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان داخلی گردیده و قدرت رقابت در بازارهای جهانی را از دست داده است. Fathollahzade و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهشی دیگر، نبود سیاست پایدار در امر تولید، عدم ارائه تسهیلات مالی مناسب از سوی بانک به تولیدکنندگان، فرسودگی ماشین‌آلات و نبود نیروی انسانی متخصص کافی را عمده مشکلات بخش تولید صنعت مبلمان کشور معرفی کرده‌اند.

Sonmez و Arslan (۲۰۰۷) طی مطالعه‌ای اظهار داشته‌اند که صادرات از اهمیت زیادی در اقتصاد هر کشوری برخوردار است، زیرا صادرات یعنی استفاده از منابع تولیدی هر کشور و با افزایش صادرات مزیت رقابتی ایجاد شده و درآمد ملی افزایش می‌یابد؛ در نتیجه منجر به توسعه اقتصادی آن کشور می‌شود. بر اساس مطالعات Pacaman (۲۰۱۰) صادرات و حمایت از بخش صادرات، توسعه و پیشرفت فناوری و انتقال این پیشرفت‌ها به بازار منطقه‌ای را به‌دنبال دارد، درحالی‌که وضعیت صادرات و واردات مبلمان

۱-انجمن صنفی صنایع چوب ایران

اصلاح و بهبود تولید ناخالص داخلی و کسب درآمدهای غیرنفتی ایفا نماید.

با توجه به موضوعات اشاره شده، ایجاد مزیت رقابتی در صنعتی مانند صنعت مبلمان از جمله مبلمان کلاسیک که در ایران به دلیل هنر صنعت مثبت، از جایگاه نسبتاً خوبی در بین کشورهای منطقه برخوردار است و اهمیت بسیار زیادی داشته و توجه بیشتر می‌تواند منجر به شکوفایی این صنعت و در پی آن باعث توسعه و پیشرفت کشورمان شود. از این رو در این پژوهش سعی شده است با شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک نقشی مؤثر در رشد این صنعت ایفا نمود.

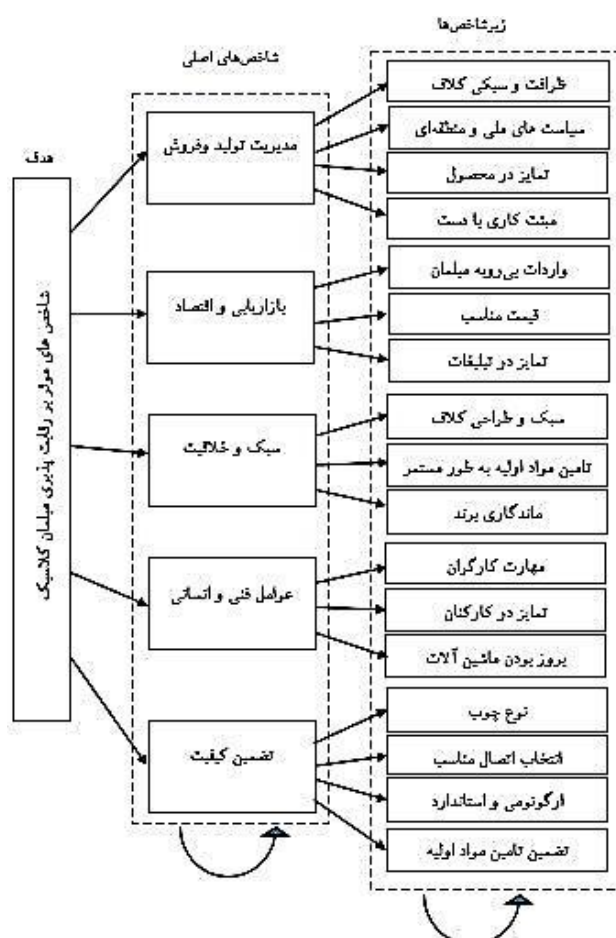
مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و بر اساس ماهیت یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. برای گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای و نظر استادان رشته مهندسی صنایع چوب استفاده شده است. به منظور جمع‌آوری داده‌های پژوهش از روش مصاحبه و ابزار پرسشنامه استفاده گردید. بدین صورت که ابتدا به کمک تکنیک دلفی^۱ با بهره‌گیری از نظرات ۱۲ نفر از متخصصان و استادان حوزه صنعت مبلمان که دارای حداقل مدرک کارشناسی و ۱۵ سال سابقه مدیریت تولید و فروش مبلمان کلاسیک بودند، شاخص‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری در ۷ شاخص اصلی و ۳۴ زیرشاخص تعیین و دسته‌بندی شد. سپس شاخص‌های به دست آمده به کمک تکنیک تحلیل عامل Q، به ۵ شاخص اصلی و ۱۷ زیرشاخص کاهش یافت. همچنین در مورد روایی و پایایی در تکنیک تحلیل عامل Q، با توجه به اینکه این روش ارتباط گویه‌ها (سؤالات پرسشنامه) را با شاخص‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد، درستی اندازه‌گیری داده‌ها و قدرت رابطه بین شاخص (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده به وسیله

بار عاملی نشان داده شد. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود (فوستر^۲ و همکاران، ۲۰۰۶: ۸۲؛ به نقل از بحرانی ۱۳۸۸). بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است. بار عاملی در این پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۶ به دست آمد که نشان‌دهنده رابطه قوی بین شاخص‌های در نظر گرفته شده می‌باشد. از پرسشنامه خبره مبتنی بر مقایسات زوجی به صورت طیف ۹ درجه‌ای لیکرت به منظور تعیین ارزش وزنی و از پرسشنامه دیمتل برای تعیین روابط میان شاخص‌های اصلی به عبارت دیگر کشف روابط علی و معلولی شاخص‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک استفاده شد. در این پژوهش تکنیک دیمتل به عنوان زیر سیستمی از سیستم بزرگ‌تری مانند ANP است و کارکرد آن ساختاردهی به عوامل پیچیده در قالب گروه‌های علت و معلولی است (Habibi *et al.*, 2014). پرسشنامه‌ها توسط ۲۰ نفر از تولیدکنندگان خبره استان تهران (یافت‌آباد، سیاه‌سنگ، جاجرو، دلاوران و چهاردانگه) و ۱۵ نفر از متخصصان کارشناسان آگاه صنعت مبلمان کشور ارزش‌گذاری شد. به منظور بررسی میزان اعتبار داده‌های پرسشنامه خبره، از نرخ ناسازگاری استفاده شد که در هر یک از شاخص‌ها کمتر از ۰/۱ به دست آمد و حکایت از قابل اعتماد بودن نتایج به دست آمده داشت. لازم به ذکر است این نوع پرسشنامه‌ها با توجه به اینکه بر مبنای مقایسه زوجی بوده و تمامی حالت‌های ممکن در آنها مورد توجه قرار می‌گیرد، به صورت کلی از روایی برخوردار هستند (Ghodsipour, 2002). تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده در نرم‌افزار تحلیل شبکه‌ای SUPER DECISION و نرم‌افزار اکسل و کد نویسی به زبان VB^۳ انجام شده است.

2- Foster Jeremy, E. Bakus & Ch. Yavorsky
3-Visual Basic

1-Delphi



شکل ۱- دسته‌بندی شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک

روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)

تکنیک ANP شکل کلی‌تر و توسعه‌یافته فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) است که در تصمیم‌گیری‌های چندگانه برای غلبه بر محدودیت‌های ساختار سلسله‌مراتبی استفاده شده است، در نتیجه روابط پیچیده‌تر بین سطوح مختلف تصمیم را به صورت شبکه‌ای نشان می‌دهد و تعاملات و بازخوردهای میان شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها را در نظر می‌گیرد. اساس فرایند ANP بر مقایسه‌های زوجی بر اساس دیدگاه خیرگان استوار است (Saaty, 2002). Saaty (۲۰۰۱) مزیت استفاده از این روش را نسبت به سایر روش‌های دیگر این‌گونه بیان می‌کند: روش ANP علاوه بر روابط خارجی، روابط درونی بین معیارها را نیز در نظر می‌گیرد که البته باعث بهبود نتایج پژوهش نیز می‌گردد.

تکنیک دیمتل (DEAMATEL)

تکنیک دیمتل تکنیکی به منظور شناسایی الگوی روابط علی میان مجموعه‌ای از شاخص‌هاست. مزیت این روش سادگی و شفافیت ارتباطات متقابل میان یک مجموعه شاخص می‌باشد. به طوری که متخصصان قادرند با تسلط بیشتری به بیان نظرات خود در رابطه با اثرات (جهت و شدت اثرات) میان شاخص‌ها بپردازند. لازم به ذکر است که ماتریس حاصل از تکنیک دیمتل (ماتریس ارتباطات داخلی)، در واقع تشکیل‌دهنده بخشی از سوپرماتریس است؛ به عبارتی تکنیک دیمتل به طور مستقل عمل نمی‌کند بلکه به عنوان زیر سیستمی از سیستم بزرگ‌تری مانند ANP است و کارکرد دوم آن ساختاردهی به عوامل پیچیده در قالب گروه‌های علت و معلولی می‌باشد و این مورد یکی از

ارگونومی و استاندارد

توجه به فاکتورهای انسانی یا همان ارگونومیکی یعنی رعایت مسائل ایمنی فیزیکی مربوط به روابط انسان و اشیاء (مانند زاویه پشتی مبل با کف آن، ارتفاع مبل، زاویه نشیمن گاه، زاویه پشتی مبل و تکیه گاه ساعد و ...) می باشد که عدم رعایت این نکات می تواند آسیب های جسمی را برای استفاده کننده در پی داشته باشد (Gholamiyan & Taghiyari, 2009).

تضمین تأمین مواد اولیه

با توجه به نتایج پژوهش های انجام شده می توان اظهار داشت یکی از پارامترهای مؤثر بر تولید باصرفه و صادرات موفق در صنعت مبلمان کشور تضمین تأمین مواد اولیه باکیفیت است.

شاخص عوامل فنی و انسانی

توجه به منابع انسانی و آموزش نیروی کار از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه صنعت مبلمان کشورهای در حال توسعه می باشد (Ghofrani & Rahimi, 2011). زیرشاخص های این شاخص شامل:

مهارت کارگران

نیروی انسانی ماهر و کارآزموده، پایه و محور توسعه پایدار است و با بهره وری بهینه از آن، می توان به عنوان ابزاری برای ساختن آینده و رسیدن به توسعه پایدار استفاده کرد و در تولید مبلمان از جمله مبلمان کلاسیک وجود نیروی کار ماهر با مهارت فنی بالا از اهمیت زیادی برخوردار است. کارگر ماهر کسی است که مهارت های فنی کار را در کل زنجیره کار دارد و می تواند مهارتش را در کار و در ارتباط با دانش فنی با دقت و صحت بیشتری بروز دهد (Sammadyar, 2007).

تمایز در کارکنان

این شاخص میزان تأثیر حضور یک مدیر اثربخش در تربیت کارکنان از نظر ادب در برخورد با سایر کارکنان و یا

مهمترین کارکردها و مهمترین دلایل کاربرد فراوان آن در فرایندهای حل مسئله است. بدین صورت که با تقسیم بندی مجموعه وسیعی از عوامل پیچیده در قالب گروه های علت و معلولی، تصمیم گیرنده را در شرایط مناسب تری از درک روابط قرار می دهد. این موضوع سبب شناخت بیشتری از جایگاه شاخص ها و نقشی که در جریان تأثیرگذاری متقابل دارند، می شود (Habibi et al., 2014).

توضیح مربوط به هریک از شاخص ها و زیرشاخص های مؤثر بر رقابت پذیری: شاخص تضمین کیفیت

با توجه به بررسی های انجام شده می توان چنین بیان نمود که همزمان با افزایش رقابت فروش مبلمان در بازارها، توجه به کیفیت یکی از اولویتهای مهم در رقابت می باشد و تولیدکننده هایی که رضایت مشتری را محور تمامی فعالیت های خود قرار دادند، به کیفیت هم به عنوان یک اصل اساسی توجه ویژه ای مبذول داشته اند. این شاخص به عنوان شاخص اصلی توسط زیرشاخص های ذیل مورد بررسی قرار گرفت:

نوع چوب

ساخت مبلمان کلاسیک از چوب هایی با دانسیته متوسط امکان پذیر است. در صورتی که افزایش دانسیته چوب های مورد استفاده، مبلمان را سنگین کرده و اتصالات تحمل وزن سازه مبلمان را نخواهد کرد.

اتصال مناسب

طبق اظهارات تولیدکننده های خیره صنعت مبلمان، اتصالات همیشه ضعیف ترین قسمت مبلمان بوده و اغلب موارد شکست در مبلمان ناشی از ضعف اتصالات بوده است. با انتخاب اتصال مناسب علاوه بر افزایش استحکام و مقاومت، می توان مبلمانی تولید کرد که از ظرافت بیشتری برخوردار باشد.

سبک و طراحی کلاف

بر اساس اظهارات متخصصان و استادان رشته صنایع مبلمان، توجه به سبک و طراحی در کلاف مبلمان کلاسیک، در ایجاد رقابت‌پذیری در بازار بسیار مؤثر است.

تأمین مواد اولیه به صورت مستمر

از عمده مشکلات بخش تولید صنعت مبلمان کشور عدم وجود سیاست تولید پایدار می‌باشد (Fathollahzade et al., 2006). با توجه به تصویب قانون استراحت جنگل‌های شمال کشور که منبع اصلی تأمین چوب مبلمان کلاسیک می‌باشد، در صورتی که برنامه‌ای برای تأمین چوب موردنیاز در ساخت مبلمان در نظر گرفته نشود، ثبات قیمت و پایداری در تولیدات داخل برقرار نخواهد شد. از این رو ضرورت دارد اصناف با هماهنگی عوامل مرتبط دولتی، برای واردکردن چوب به طور مستمر و بدون تنش در افزایش بی‌رویه قیمت چوب‌های وارداتی برنامه‌ای تدوین نمایند.

ماندگاری برند

شناسایی عواملی که منجر به ماندگاری برند یک محصول در عرصه رقابتی شود دارای اهمیت بسیار بالایی در ایجاد رقابت‌پذیری است و به دست آوردن جایگاه مناسب در ذهن مصرف‌کننده به گونه‌ای که وی وفادار به محصولات آن تولیدکننده بماند و در نتیجه آن ماندگاری و توسعه بیشتر آن برند در بازارهای منطقه‌ای و جهانی شود، از اهمیت بسزایی برخوردار است (Aaker, 1991). از جمله برندهای معروف مبلمان کلاسیک در سطح جهان می‌توان به اسناقی اینتریس^۱، گولومبو موبیل^۲ از کشور ایتالیا اشاره کرد.

شاخص بازاریابی و اقتصاد

بازاریابی توجه صاحبان کسب‌وکار به لزوم بررسی دائم وضعیت بازار و اقتصاد و یافتن کم رقابت‌ترین و پرسودترین موقعیت‌ها در بازار متناسب با توان شرکت تعریف شده است

مشتریان، میزان قابلیت اعتماد، میزان مهارت گوش دادن و پاسخ‌گویی کارکنان و برقراری مهارت ارتباط با سایرین از جمله مشتریان را بررسی می‌کند. ویژگی‌ها و سبک‌های مدیریت اثربخش در بهره‌وری کارکنان و موفقیت یا شکست نقش تعیین‌کننده دارند. یک مدیر باید توانایی هدایت نظارت، تشویق، الفاء کردن، هماهنگی، تسهیل در امور و پیشرو بودن در تغییر را داشته باشد و ویژگی‌های رهبری خود و دیگران را بسط دهد و از برنامه‌ریزی، مهارت‌های ارتباطی و سازمانی بهره‌جوید. این‌گونه مهارت‌ها در رهبری مهم می‌باشند ولی بیشتر از آن ویژگی‌هایی مانند درست-کاری، وجدان کاری، جرأت، تعهد، صداقت، اشتیاق، اراده، شفقت و حساسیت است که مهمتر به حساب می‌آید.

بروز بودن ماشین‌آلات

عدم توجه به استهلاك تجهیزات در زمان بهره‌برداری و عدم تهیه ماشین‌آلات بروز و مدرن باعث فرسوده شدن تجهیزات در این صنعت شده که به نوبه خود منجر به افزایش دورریز مواد اولیه و کاهش کیفی کلاف مبلمان کلاسیک می‌شود. بدین ترتیب در نظر گرفتن شاخص بروز بودن ابزار و ماشین‌آلات به عنوان عاملی مؤثر در ایجاد رقابت‌پذیری با پیشینه و مستندات تحقیق همخوانی کامل دارد.

شاخص سبک طراحی و خلاقیت

بر اساس اظهارات متخصصان امور صنعت مبلمان، شناخت انواع سبک‌های موجود در جهان به منظور تولید مبلمان کلاسیک در بازار رقابت جهانی بسیار مهم است. همچنین داشتن خلاقیت در طراحی میل که منجر به استفاده از چوب کمتر (کاهش دورریز)، افزایش مقاومت مبل و متناسب با سلیقه مصرف‌کننده باشد، تأثیر زیادی در رقابت‌پذیر نمودن مبلمان کلاسیک دارد (Zare 2015). این شاخص با توجه به زیرشاخص زیر موردبررسی و مقایسه قرار گرفت.

1- Asnaghi interiors

2- Golombo mobili

(Alizadeh *et al.*, 2014). این شاخص دارای زیرشاخص‌های زیر می‌باشد:

واردات بی‌رویه مبلمان

Taghadosi (۲۰۱۱) با مطالعه وضعیت واردات مبلمان در بازار داخلی بیان نمود که حجم واردات انواع مبلمان چوبی به کشور در طی سالیان اخیر به بیش از ۵۰۰ میلیون دلار در سال رسیده است. از این رو در نظر گرفتن این شاخص به‌عنوان شاخص مؤثر در رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک در بازار داخلی و خارجی اهمیت دارد.

قیمت مناسب

از آنجایی که عرضه محصولات باکیفیت و قیمت مناسب به‌طور مستمر باعث ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت‌ها، افزایش وفاداری مشتریان، تولید محصولاتی متمایز و کاهش هزینه بازاریابی می‌شود (Venus & Safaeeyan, 2004)، می‌توان به اهمیت این شاخص در ایجاد رقابت در فضای رقابت جهانی پی برد. Chioveanu (۲۰۰۵) قیمت‌گذاری مناسب را در کنار تبلیغات به‌عنوان مؤلفه تأثیرگذار در وفاداری مشتری عنوان کرد.

تمایز در تبلیغات

تبلیغات نیرومندترین ابزار آگاهی‌بخش در شناساندن یک شرکت، کالا، خدمات یا اندیشه است و می‌تواند یک تصویر در مخاطب ایجاد نماید و تا اندازه‌ای او را به موضوع علاقه‌مند سازد. از کاربردهای مهم آن، آگاهی، یادآوری و تداعی در مصرف‌کننده است (Kotler & Armstrong, 2008)؛ بنابراین می‌توان اظهار داشت تمایز و انتخاب شیوه تبلیغاتی تولیدکنندگان در رقابت‌پذیر نمودن مبلمان کلاسیک مؤثر است.

شاخص مدیریت تولید و فروش

با توجه به اینکه صنعت مبلمان کشور بیشتر به‌صورت بنگاه‌های کوچک و متوسط اداره می‌شود، در نتیجه محدودیت‌هایی به آنها تحمیل می‌شود. نیاز به مدیریت، برنامه‌ریزی از طرف تشکل‌های صنفی و انتخاب راهبرد

مناسب در فرایند تولید و فروش برای حضور و باقی ماندن در عرصه رقابت بازارهای منطقه‌ای بیش‌ازپیش آشکار است (Taghavi Nejad & Sfandyari, 2007). این شاخص شامل زیرشاخص‌های ذیل می‌باشد:

سیاست‌های ملی و منطقه‌ای

منظور به‌کارگیری سیاست‌ها و حمایت‌های برنامه‌ریزی‌شده اتحادیه‌ها در چارچوب وظایف خود از تولیدکنندگان مبلمان کلاسیک به‌طوری‌که رفع مشکلات گمرکی و پیگیری اجرای قوانین حمایتی و رفع موانع تولید و صادرات، استفاده از امکانات و ظرفیت‌های بومی و امکان فراهم کردن وام‌های کم‌بهره در حمایت از افزایش تولید کارخانه‌های مبلمان می‌باشد (Mohebbi *et al.*, 2010).

ظرافت و سبکی کلاف

از آنجایی که اخیراً بیشتر بازار به سمت مبلمان سبک باهدف حمل‌ونقل و جایجایی آسان و مصرف انرژی کمتر گرایش پیدا کرده است، توجه به این شاخص به‌عنوان شاخص مؤثر در رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک دور از ذهن نیست.

تمایز در محصول

بنا بر اظهارات تولیدکنندگان مبلمان و صاحب‌نظران این صنعت، همواره تولید محصول متمایز با سایر محصولات به‌گونه‌ای که از نظر کیفیت و طراحی محصول نسبت به سایر محصولات مشابه برتری داشته باشد، همواره جزء اولویت‌های اصلی تولیدکنندگان خیره بوده است.

منبت‌کاری با دست

تولید محصولات هنری از جمله تولید مبلمان منبت‌شده (کلاسیک) باوجود زمان‌بر بودن به دلیل تولید محصولی با ارزش افزوده بالا اهمیت پیدا می‌کند و نظر به اینکه در حال حاضر بیشتر واحدهای تولیدی فرایند منبت‌کاری را به‌صورت دستی انجام می‌دهند (Taghavi Nejad & Sfandyari, 2007)، اهمیت این شاخص به‌عنوان شاخص مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک قابل توجه است.

نتایج

در نتیجه تکنیک دلفی و نظرسنجی ۱۲ نفر افراد خبره و کارشناسان آگاه صنعت مبلمان، ۷ شاخص اصلی و ۳۴ زیرشاخص مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک شناسایی شد و با تحلیل عامل Q و امتیازدهی ۱۲ نفر از افراد خبره در تولید مبلمان کلاسیک تعداد شاخص‌های اصلی به ۵ و تعداد زیرشاخص‌ها به ۱۷ کاهش یافت.

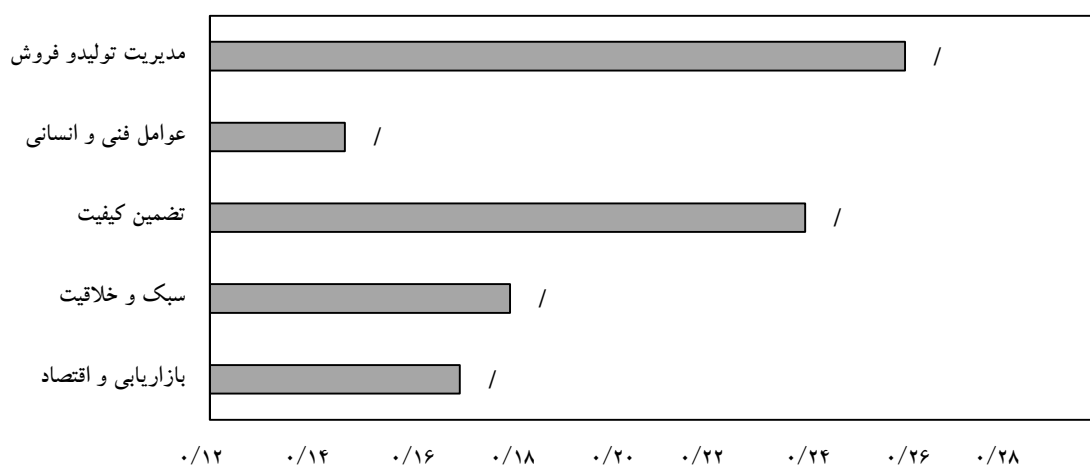
نتایج حاصل از شاخص‌ها و زیر شاخص‌های موردبررسی در این پژوهش به شرح ذیل می‌باشند:

تعیین اولویت شاخص‌های اصلی بر اساس هدف پژوهش نتایج حاصل از مقایسه‌های زوجی شاخص‌های اصلی

از دیدگاه تولیدکنندگان خبره و متخصصان صنعت مبلمان در جدول ۱ ارائه شده در شکل ۲ نشان داد که شاخص مدیریت ویژه ارائه شده در شکل ۲ نشان داد که شاخص مدیریت تولید و فروش با وزن نرمال ۰/۲۶۰ از بیشترین اولویت برخوردار است. شاخص تضمین کیفیت با وزن نرمال ۰/۲۴۰ در اولویت دوم و شاخص عوامل فنی و انسانی با وزن نرمال ۰/۱۴۸ در اولویت آخر قرار دارد. لازم به ذکر است که میزان ناسازگاری به دست آمده در اولویت‌بندی شاخص‌های اصلی بر اساس هدف پژوهش از مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۱۶ به دست آمده است که کوچک‌تر از ۰/۱ می‌باشد، بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.

جدول ۱- میانگین هندسی حاصل از مقایسات زوجی شاخص‌های اصلی

میانگین هندسی	مدیریت تولید و فروش	بازاریابی و اقتصاد	سبک و خلاقیت	تضمین کیفیت	عوامل فنی و انسانی	
۰/۷۵۷	۰/۳۹۵	۰/۸۵۳	۰/۸۷۱	۰/۸۴۶	۱	عوامل فنی و انسانی
۱/۲۲۹	۱/۱۰۰	۱/۴۳۱	۱/۵۰۶	۱	۱/۱۸۲	تضمین کیفیت
۰/۹۲۴	۰/۸۹۱	۰/۹۹۳	۱	۰/۶۶۴	۱/۱۴۷	سبک و خلاقیت
۰/۸۷۳	۰/۶۱۵	۱	۱/۰۰۷	۰/۶۹۹	۱/۱۷۲	بازاریابی و اقتصاد
۱/۳۳۲	۱	۱/۶۲۵	۱/۱۲۲	۰/۹۰۹	۲/۵۳۳	مدیریت تولید و فروش



شکل ۲- ارزش وزنی حاصل از مقایسات زوجی شاخص‌های اصلی با توجه به بردار ویژه

شناسایی روابط درونی میان شاخص‌ها

برای انعکاس روابط درونی میان شاخص‌های اصلی از تکنیک دیمتل استفاده شده است. به طوری که متخصصان قادرند با تسلط بیشتری به بیان نظرات خود در رابطه با اثرات (جهت و شدت اثرات) میان عوامل پردازند. لازم به ذکر است که ماتریس حاصل از تکنیک دیمتل (ماتریس ارتباطات داخلی)، رابطه علی و معلولی بین عوامل را نشان می‌دهد. نتایج نهایی حاصل از تکنیک دیمتل در جدول ۲ که مربوط به الگوی روابط علی و معلولی است ارائه گردید.

- ستون D، نشان‌گر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس عوامل فنی و انسانی از بیشترین تأثیرگذاری برخوردارند و شاخص مدیریت تولید و فروش در اولویت دوم تأثیرگذاری قرار دارد.

- ستون R، نشان‌گر میزان تأثیرپذیری آن شاخص از سایر شاخص‌های موردبررسی می‌باشد؛ بنابراین با توجه به

نتایج جدول ۲ شاخص بازاریابی و اقتصاد از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار است.

- ستون D+R، میزان تعامل شاخص موردنظر در سیستم است. به عبارتی هر چه مقدار D+R شاخصی بیشتر باشد، آن شاخص تعامل بیشتری با سایر شاخص‌های سیستم دارد. بر این اساس شاخص مدیریت تولید و فروش بیشترین تعامل را با سایر شاخص‌های مورد مطالعه دارد. شاخص تضمین کیفیت نیز از کمترین تعامل با سایر شاخص‌ها برخوردار است.

- ستون D - R، روابط علی و معلولی شاخص‌ها و یا به عبارتی تأثیرگذاری هر شاخص را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر D - R مثبت باشد، شاخص یک شاخص علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. به این ترتیب عوامل فنی و انسانی، تضمین کیفیت و عوامل سبک و خلاقیت شاخص‌های علی بوده و بازاریابی و اقتصاد و مدیریت تولید و فروش شاخص‌های معلول هستند.

جدول ۲- الگوی روابط علی شاخص‌های اصلی مدل

D-R	D+R	R	D	
۱/۱۴۵	۱۸/۸۹۸	۸/۸۷۷	۱۰/۰۲۲	عوامل فنی و انسانی
۰/۲۰۴	۱۷/۹۲۱	۸/۸۵۹	۹/۰۶۳	تضمین کیفیت
۰/۲۳۷	۱۸/۰۰۰	۸/۸۸۲	۹/۱۱۹	عوامل سبک و خلاقیت
۱/۲۴۹-	۱۸/۲۲۴	۹/۷۳۶	۸/۴۸۷	بازاریابی و اقتصاد
۰/۳۳۷-	۱۹/۰۸۰	۹/۷۰۹	۹/۳۷۱	مدیریت تولید و فروش

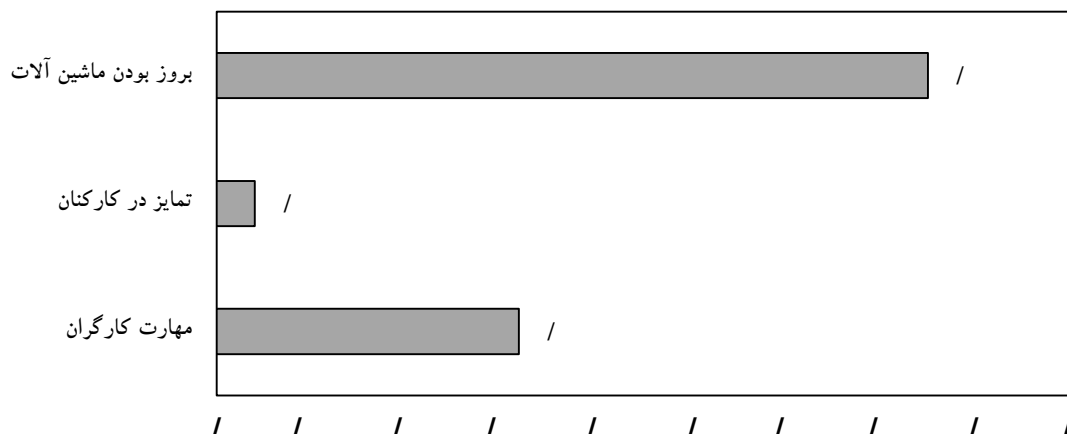
مقایسه و تعیین اولویت زیرشاخص‌های هر شاخص

در این مرحله از تکنیک ANP، زیرشاخص‌های مربوط به هر شاخص به صورت زوجی مقایسه شدند.

تعیین اولویت زیرشاخص‌های عوامل فنی و انسانی

نتایج حاصل از دیدگاه خبرگان و محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت زیرشاخص‌های عوامل فنی و انسانی در شکل ۳ ارائه گردیده است. بر اساس بردار ویژه به دست آمده

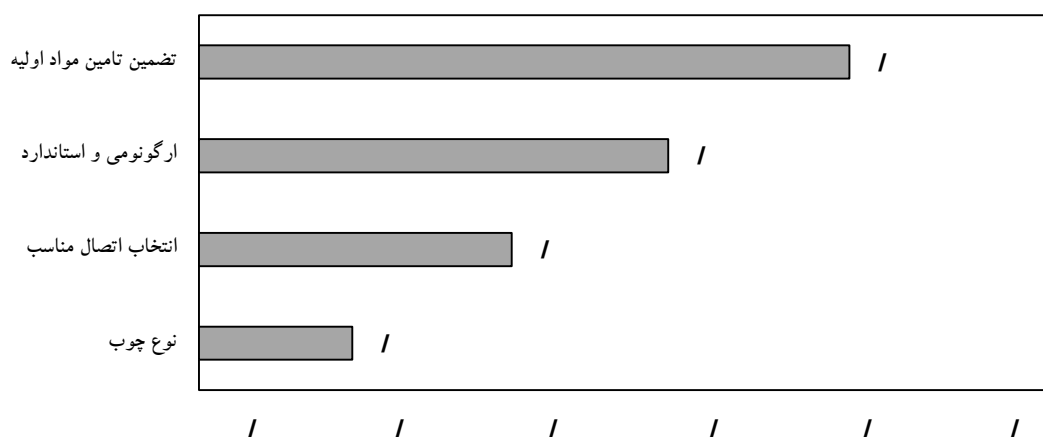
در این شاخص، بیشترین اولویت در شاخص به روز بودن ماشین‌آلات با وزن ۰/۵۲۲ است. شاخص‌های مهارت کارگران با وزن ۰/۳۰۸ در اولویت دوم و تمایز در کارکنان با وزن ۰/۱۷۰ در اولویت سوم و آخرین جایگاه را به دست آورده است. همچنین نرخ میزان ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده این شاخص ۰/۰۰۱ به دست آمده است که کوچک تر از ۰/۱ می‌باشد، بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.



شکل ۳- اولویت‌بندی زیرشاخص‌های عوامل فنی و انسانی حاصل از بردار ویژه

۰/۱۷۱ آخرین اولویت را به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام‌شده در این شاخص ۰/۰۱۳ به دست آمده است که کوچک‌تر از ۰/۱ می‌باشد و نشان‌دهنده قابل‌اعتماد بودن مقایسه‌های انجام شده است (شکل ۴).

تعیین اولویت زیرشاخص‌های تضمین کیفیت بر اساس نتایج حاصل شده از بردار ویژه، زیرشاخص تضمین تأمین مواد اولیه با وزن بردار ویژه ۰/۳۳۳ در اولویت اول و ارگونومی و استاندارد با وزن ۰/۲۷۴ در اولویت دوم قرار گرفته است و زیرشاخص نوع چوب با وزن

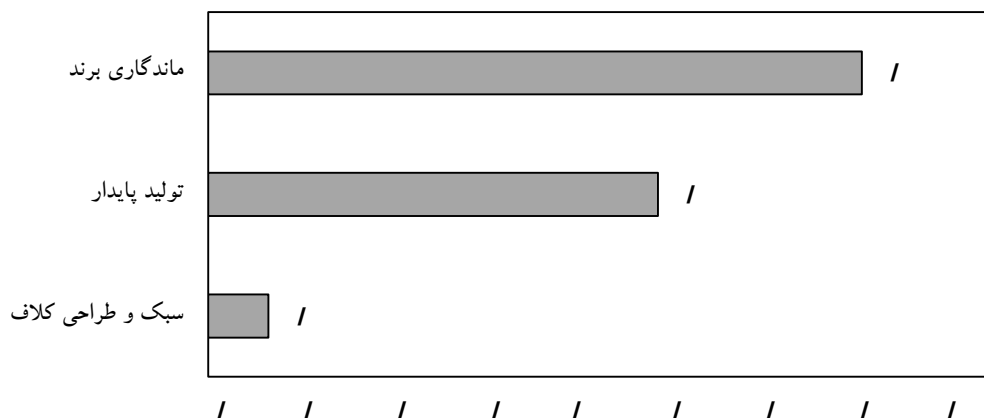


شکل ۴- اولویت‌بندی زیرشاخص تضمین کیفیت حاصل از بردار ویژه

برند با بردار ویژه ۰/۳۹۱ و تولید پایدار با بردار ویژه ۰/۳۴۷ به ترتیب در اولویت اول و دوم و سبک و طراحی کلاف با ۰/۲۶۳ در اولویت آخر قرار گرفتند. با توجه به بررسی انجام شده نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام‌شده

تعیین اولویت زیرشاخص‌های سبک و خلاقیت وزن‌بندی شاخص سبک و خلاقیت با توجه به بردار ویژه محاسبه شده در شکل ۵ ارائه شده است. به طوری که در این شکل قابل مشاهده است زیرشاخص ماندگاری

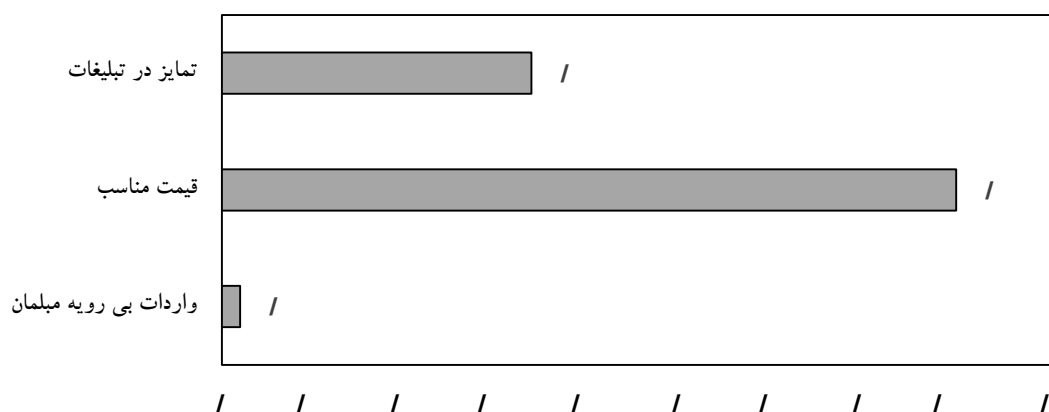
در مورد شاخص عوامل سبک و خلاقیت ۰/۰۰۱ و قابل اعتماد بودن مقایسه‌های انجام شده در این به دست آمده است که بیانگر کوچک تر بودن این مقدار از شاخص است. ۰/۱ و قابل اعتماد بودن مقایسه‌های انجام شده در این شاخص است.



شکل ۵- اولویت بندی زیرشاخص‌های سبک طراحی و خلاقیت حاصل از بردار ویژه

جایگاه تأثیرگذاری در ایجاد رقابت پذیری در بازار داخلی و خارجی را به دست آوردند. ضریب سازگاری مقایسه‌های انجام شده برابر ۰/۰۰۸ به دست آمده است که از ۰/۱ کوچک تر می باشد (شکل ۶).

تعیین اولویت زیرشاخص‌های بازاریابی و اقتصاد بر اساس محاسبات انجام شده، زیرشاخص قیمت مناسب با وزن بردار ویژه ۰/۵۴۱ در اولویت اول، تمایز در تبلیغات با وزن ۰/۳۰۹ در اولویت دوم و واردات بی رویه مبلمان با وزن ۰/۱۵۰ در جایگاه سوم و آخرین



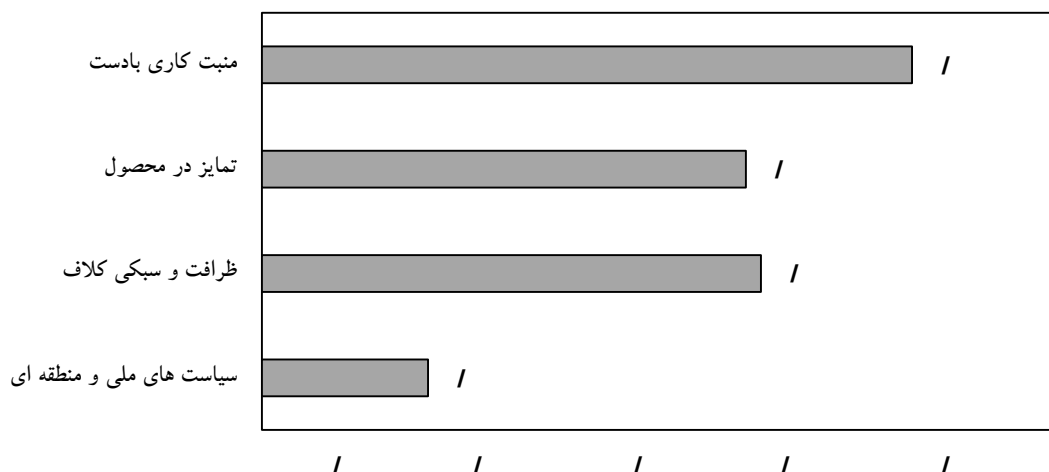
شکل ۶- اولویت بندی زیرشاخص‌های بازاریابی و اقتصاد حاصل از بردار ویژه

و فروش با توجه به شکل ۷ بیانگر این بود که زیرشاخص مثبت کاری با دست با وزن ۰/۲۶۳ بیشترین

تعیین اولویت زیرشاخص‌های مدیریت تولید و فروش نتایج حاصل از اولویت زیرشاخص‌های مدیریت تولید

وزن ۰/۲۳۱ آخرین رتبه را در این مورد به دست آورد. ضریب سازگاری مقایسه‌های انجام‌شده برابر ۰/۰۶۵ به دست آمده است که از ۰/۱ کوچک‌تر بوده است.

میزان تأثیرگذاری را در ایجاد فضای رقابتی از آن خود کرد و ظرافت و سبکی کلاف با وزن ۰/۲۵۳ دارای دومین جایگاه تأثیرگذاری در هدف مورد پژوهش این مطالعه بود. همچنین زیرشاخص سیاست‌های ملی و منطقه‌ای با



شکل ۷- اولویت‌بندی زیرشاخص‌های مدیریت تولید و فروش حاصل از بردار ویژه

جدول ۳ آمده است.

بر اساس محاسبات نهایی انجام شده برای تعیین اولویت‌بندی تمامی زیرشاخص‌های مورد مطالعه، شاخص بروز بودن ماشین‌آلات با وزن کلی ۰/۰۵۶۷ از بیشترین اولویت و اهمیت در بین تمامی زیرشاخص‌ها برخوردار بوده که نشان‌دهنده بیشترین تأثیرگذاری این زیرشاخص بر ایجاد رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک در بازار داخلی و خارجی است. زیرشاخص قیمت مناسب نیز با وزن کلی ۰/۰۵۰۰ از اولویت دوم در بین تمامی زیرشاخص‌ها برخوردار بود. از سوی دیگر زیرشاخص‌های واردات بی-رویه مبلمان با وزن ۰/۰۱۳۹ از اولویت آخر برخوردار بوده است.

تعیین وزن نهایی شاخص‌ها بر اساس تکنیک ANP

برای تعیین وزن نهایی، خروجی مقایسه شاخص‌های اصلی بر اساس هدف و روابط درونی میان شاخص‌ها در یک سوپر ماتریس ارائه شد. به این سوپر ماتریس، سوپر ماتریس اولیه یا ناموزون گفته می‌شود. برای دستیابی به اولویت نهایی در یک سیستم با تأثیرات متقابل، باید بردارهای اولویت‌های داخلی در ستون‌های مناسب یک ماتریس وارد شوند. با استفاده از مفهوم نرمال کردن، سوپر ماتریس ناموزون به سوپر ماتریس موزون (نرمال) تبدیل می‌شود. گام بعدی محاسبه سوپر ماتریس حد می‌باشد (Saaty, 2001). نتایج سوپر ماتریس حد محاسبه شده با نرم افزار سوپردسیژن در

جدول ۳- اولویت نهایی شاخص‌ها با تکنیک فرایند تحلیل شبکه

رتبه	وزن ایده‌ال	وزن نرمال	وزن کلی	شاخص‌های نهایی
۵	۰/۵۹۰۰	۰/۰۶۶۹	۰/۰۳۳۴	مهارت کارگران
۱۵	۰/۳۲۵۷	۰/۰۳۶۹	۰/۰۱۸۵	تمایز در کارکنان
۱	۱/۰۰۰۰	۰/۱۱۳۳	۰/۰۵۶۷	بروز بودن ماشین‌آلات
۱۶	۰/۲۹۶۳	۰/۰۳۳۶	۰/۰۱۶۸	نوع چوب
۱۴	۰/۳۸۶۵	۰/۰۴۳۸	۰/۰۲۱۹	انتخاب اتصال مناسب
۸	۰/۴۷۴۸	۰/۰۵۳۸	۰/۰۲۶۹	ارگونومی و استاندارد
۶	۰/۵۷۷۱	۰/۰۶۵۴	۰/۰۳۲۷	تضمین تأمین مواد اولیه
۱۰	۰/۴۵۸۷	۰/۰۵۲۰	۰/۰۲۶۰	سبک و طراحی کلاف
۴	۰/۶۰۵۳	۰/۰۶۸۶	۰/۰۳۴۳	تولید پایدار
۳	۰/۶۸۲۰	۰/۰۷۷۳	۰/۰۳۸۶	ماندگاری برند
۱۷	۰/۲۴۴۶	۰/۰۲۷۷	۰/۰۱۳۹	واردات بی‌رویه مبلمان
۲	۰/۸۸۲۱	۰/۱۰۰۰	۰/۰۵۰۰	قیمت مناسب
۷	۰/۵۰۳۸	۰/۰۵۷۱	۰/۰۲۸۵	تمایز در تبلیغات
۱۳	۰/۴۱۵۵	۰/۰۴۷۱	۰/۰۲۳۵	سیاست‌های ملی و منطقه‌ای
۱۱	۰/۴۵۵۰	۰/۰۵۱۶	۰/۰۲۵۸	ظرافت و سبکی کلاف
۱۲	۰/۴۵۳۲	۰/۰۵۱۴	۰/۰۲۵۷	تمایز در محصول
۹	۰/۴۷۳۰	۰/۰۵۳۶	۰/۰۲۶۸	منبت‌کاری با دست

بحث

نتایج حاصل از اولویت‌بندی شاخص‌های اصلی بر اساس مقایسه زوجی اولیه نشان داد در میان شاخص‌های اصلی، شاخص مدیریت تولید و فروش با بیشترین وزن نرمال، بالاترین اولویت را به خود اختصاص داده است و به‌عنوان مهمترین شاخص اصلی مؤثر در رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک شناخته شد. همچنین شاخص تضمین کیفیت دومین اولویت را در بین سایر شاخص‌های اصلی کسب نمود. در مورد برتری شاخص مدیریت تولید و فروش بر سایر شاخص‌ها، می‌توان بیان کرد که امروزه تجارت مبلمان کلاسیک به‌گونه‌ای است که حضور یک مدیریت کارآمد در بخش تولید و فروش، دغدغه تولیدکنندگان خبره

و متخصصان صنعت مبلمان است. بر اساس اظهارات و تحلیل داده‌های تحقیق موردبررسی در این پژوهش، متأسفانه ضعف در رده‌های مدیریتی در مورد دانش فنی و شیوه‌های مدیریت سنتی و عدم باور به تأثیر مثبت روش‌های نوین و علمی مدیریت و عدم استفاده از کارشناسان مجرب در این بخش، منجر به عقب ماندن این صنعت در دنیای رقابتی امروز شده است. Tajdini و همکاران (۲۰۱۱) و Omidی و همکاران (۲۰۱۶) نیز به نتایج مشابهی در مورد اهمیت قابل توجه، مدیریت تولید و فروش در صنعت مبلمان دست یافتند.

از آنجایی که بیشتر مبلمان در سطح کشور در کارگاه‌های کوچک و متوسط تولید می‌گردد، می‌توان با اعمال روش

هستند. نتایج این پژوهش نیز نشان داد که زیرشاخص قیمت مناسب از اولویت دوم عوامل تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری مبلمان کلاسیک است. تحقیقات Lihra و همکاران (۲۰۱۲) نیز یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر خرید مبلمان را قیمت محصول خریداری شده نشان داد. همچنین Farshchi و Ghofrani (۲۰۱۶) به هنگام بررسی عوامل مؤثر بر بازار مبلمان استیل، با در نظر گرفتن ضریب اهمیت شاخص‌های مورد بررسی، ابراز نمودند که شاخص قیمت مناسب در رتبه نخست رتبه‌بندی قرار دارد. تحقیقات Venus و Safaeeyan (۲۰۰۴) نشان داد عرضه محصولات با کیفیت و قیمت مناسب به طور مستمر باعث عرضه محصولات متمایز و کاهش هزینه بازاریابی سازمان و شرکت‌ها می‌شود.

از نظر نگارندگان با توجه به اظهارات تولیدکنندگان خبره، جای برند و برندسازی در صنعت مبلمان داخلی بسیار خالی است و برندسازی شاخصی است که در این صنعت به آن توجه کمی شده و این درحالی است که همواره به منظور معرفی و تبلیغ یک محصول داشتن نام و مشخصه‌ای که بتوان به کمک آن محصولی را در بازار معرفی نماییم نیاز می‌باشد. مطالعات Alizadeh و همکاران (۲۰۱۴) نیز نشان داد، برندسازی از جمله مهمترین عوامل ماندگاری شرکت‌ها در دنیای پررقابت امروز و افزایش سهم بازار است؛ بنابراین به نظر می‌رسد لازم است تولیدکنندگان داخل به منظور حضور بیشتر و قوی‌تر در بازارهای منطقه‌ای و جهانی با استفاده از برند، محصولات باکیفیت تولید داخل را که نمایانگر فرهنگ اصیل ایرانیان و ذوق و سلیقه آنان است، به دنیای رقابتی معرفی نمایند.

به طور کلی بر اساس مطالعه انجام شده می‌توان بیان نمود از جمله عوامل موفقیت کشورهای درحال توسعه و پیشرفته در صنعت مبلمان استفاده از ماشین‌آلات و تجهیزات مدرن، تولید محصولات باکیفیت همگام با استانداردهای جهانی و قیمت مناسب می‌باشد. اگر صنعت مبلمان کشورمان بتواند با شناخت و به‌کارگیری عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مبلمان، تولیدات خود را با برند ایرانی به بازار جهانی پیوند بزند و جایگاه مناسبی در عرصه رقابتی مبلمان جهانی و منطقه‌ای

مدیریتی کارآمد، تعامل و ارتباط مناسبی بین کارگاه‌های بزرگ، کوچک و متوسط در این صنعت به وجود آورد. به شکلی که مشکلات و محدودیت‌هایی که در هریک از این کارگاه‌ها به علت شرایطشان وجود دارد، برطرف شده و یک نوع همکاری و یکپارچگی در خط تولید و در نتیجه آن صادرات مبلمان به وجود آید. بدین ترتیب امکان حضور پررنگ‌تر در عرصه رقابت داخلی و خارجی ایجاد کرد.

پس از رتبه‌بندی نهایی، بالاترین اولویت در زیرشاخص بروز بودن ماشین‌آلات مشاهده شد و پس از آن قیمت مناسب و ماندگاری برند به ترتیب اولویت دوم و سوم را به خود اختصاص دادند که بیانگر اهمیت توجه به این زیرشاخص‌ها در صنعت مبلمان کلاسیک می‌باشد. اهمیت استفاده از ماشین‌آلات پیشرفته و فناوری جدید به اندازه‌ای است که بر اساس مطالعات و تحقیقات Nemli و همکاران (۲۰۰۷) در مورد صنعت مبلمان ترکیه، یکی از علل مهم موفقیت مبلمان این کشور بهره‌مندی از فناوری و تکنولوژی پیشرفته و در نتیجه تولید محصول باکیفیت می‌باشد و این در حالی است که در زمان انجام پژوهش و مصاحبه با متخصصان مبلمان، یکی از دغدغه‌های اصلی تولیدکنندگان داخلی، نبود ابزار و ماشین‌آلات بروز در کارگاه‌ها می‌باشد. Fathollahzade و همکاران (۲۰۰۶) نیز بیان نمودند که یکی از مشکلات فراسوی صنعت مبلمان کشور، فرسودگی و مستهلک بودن ماشین‌آلات و عدم توجه به استفاده از تکنولوژی روز شناسایی شده و اظهار می‌دارند که نادیده گرفتن موضوع استهلاک تجهیزات در طی زمان بهره‌برداری، منجر به افزایش هزینه‌های نگهداری تجهیزات و کاهش کمی و کیفی در تولید محصولات می‌گردد. بر اساس مطالعات Zolghadr (۲۰۰۷) نیز عدم توانایی تولیدکنندگان مبلمان کشور در تأمین رضایت مشتریان از کیفیت محصولات داخلی، فرسودگی و عدم استفاده از ماشین‌آلات و تکنولوژی به‌روز در این صنعت بیان شده است. بر اساس تحقیقات Dusil (۲۰۱۳) در دنیای امروز تولید و توسعه مبلمان به شدت تحت تأثیر شرایط اقتصادی جهان قرار گرفته و تولیدکنندگان ناگزیر به تولید محصولات در دامنه‌های مختلف قیمتی

importance of training human resources in the development of the furniture industry of Iran. *Wood and Paper Industries*, 62(10):43-48.

- Ghofrani, M., Farshchi, V. and Azizi, M., 2014. Investigate and identify the indicators of customer loyalty to the brand in the furniture industry by AHP. *Iranian journal of Wood and paper Science Research*, 29(2):310- 323.
- Gholamiyan, H. and Taghiyari, H.R., 2009. Standardization of wooden furniture design, with ergonomic body, The Second International Conference on the World Trade Furniture, Interior Design and Decoration (Deco 2009).
- Habibi, A., Izadyar, S. and sarafrazi, A., 2014. Fuzzy Multi Criteria Decision Making. *Inscription Gill*, 157. *Iran Wood, Furniture & Paper Industry MAG*. 2009. 44:30-32.
- Julie, J.Li. and Zheng Zhou, K., 2010. How foreign firms achieve competitive advantage in the Chinese emerging economy: Managerial ties and market orientation, *Journal of Business Research* 63:856-862.
- Kotler, P. and Armstrong, G., 2008. *Principles of Marketing*. Amokhteh, Esfahan, 856.
- Lihra, T., Buehlmann, U. and Graf, R., 2012. Customer preferences for customized household furniture, *Journal of Forest Economics* 18: 94-112.
- Mohebbi, N., Azizi, M., Fatollahzadeh, A. and Mohebbi Gargari, R., 2010. Determination of the effective criteria on development of Iran furniture industry by analytical hierarchy process (AHP). *Journal of Wood & Forest Science and Technology*, 17(1):115-116.
- Moin, M., 1999. *An intermediate Persian dictionary*. Amirkabir University Of Technology, Thirteenth Edition, 1999.
- Nemli, G., Hızıroglu, S. and Serin, H., 2007. A perspective from furniture and cabinet manufacturers in Turkey. *Journal of Building and Environment*, Num 42(1):699-706.
- Omidi, H., Ghofrani, M., Ziaie, M. and Mohebbi, N., 2016. Determination of effective criteria on development of RTA Furniture industry in Iran. *Iranian journal of Wood and paper Science research*, 7(1):13-32.
- Pacaman, E.H., 2010. *Importance of Export Businesses in Turkey, Problems and Suggestions*, (Unpublication Masters's Thesis), Kadir Has university, Istanbul
- Saaty, T.L., 2001. *Decision Making with Dependence and Feedback: Analytic Network Process*. RWS Publications, Pittsburg, U.S.A., 370.
- Saaty, T.L., 2002. *How to Make a Decision: the Analytic Hierarchy Process*, *European Journal of Operational Research*, 48: 9-26.
- Sammadyar, H., 2007. *Education, productivity and*

کسب نماید، تحول بزرگی در صنعت مبلمان خود به وجود آورده و منبع عظیمی از درآمدها را به‌دوراز حساسیت کالاهای راهبردی عاید خود خواهد کرد.

سپاسگزاری

لازم است از متخصصان و تولیدکنندگان خبره صنعت مبلمان کلاسیک که باحوصله، دقت و گذاشتن وقت بسیار، پرسشنامه‌های این پژوهش را تکمیل نمودند، تشکر نمایم. امید آنکه با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش بتوان گامی مؤثر در افزایش سهم تولیدات مبلمان کلاسیک در بازار برداشت.

منابع مورد استفاده

- Aaker, D.A., 1991. *Building Strong Brands*. The Free Press, New York, 35-71.
- Alizadeh, H., Faezipour, M., Azizi, M. and Ziaie, M., 2014. Determining the Effective Indices on Export Development of Iran's Office Furniture There by analytical hierarchy process (AHP). *Iranian journal of Wood and paper Science research*, 5(2):117-128.
- Amiri, H., 2007. Furniture industry situation in Iran, *Iran Wood & Paper Industry Magazine*, 24:18-26.
- Association of Iran Wood industries employers., The import and export of furniture for 91-94 year.
- Azizi, M., Mohebbia, N. and DeFelice, F., 2016. Evaluation of Sustainable Development of Wooden Furniture Industry Using Multi criteria Decision Making Method, *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8:387 – 394.
- Chioveanu, I., 2005. Advertising, Brand Loyalty and Pricing. *Games and Economic Behavior*, 64:68-80
- Dusil, F., The furniture industry skills at the University of Rosenheim Germany, *Journal of Wood and Paper Industries*. 80:42.
- Farshchi, V. and Ghofrani, M., 2016. Assessment of market development factors affecting classic furniture (Case Study in Qom), *J. of Wood & Forest Science and Technology*, 23(3):89-106
- Fathollahzade, A., Amiri, S., Doost Hosseini, K. and Faezipoor, M., 2006. A Study Of International Trade Of Furniture In Iran Case. *Journal of Iranian Natural Resources*, 58(4): 24-37.
- Ghodsi poor, H., 2002, Multiple Criteria Decision Making, MCDM, Amirkabir University Of Technology, Fifth Edition, 16.
- Ghofrani, M. and Rahimi, F., 2011. *The Impress and*

- Pourmousa, Sh., 2011. Study on effective indexes on exports of wooden furniture in Iran. *Journal of Sciences and Techniques in Natural Resources*, 6(2):71-87.
- Tajdini, A., Taghadosi, A., Pourmousa, Sh., Jahan Latibari, A., Safdari, V. and Roohnia, M., 2013. Study of the effective indices on wooden furniture export in Iran. *Iranian journal of Wood and paper Science Research*, 38(2) :205- 223.
- Venus, D. and Safaeeyan, M., 2004. Applied applications of banking services marketing for Iranians banks, 4th Ed. Negahe Danesh Press, 276.
- Zare, A., 2015. Review and Present Strategies For Reducing The Use Of Wood in Construction Steel Furniture in Qom. M.Sc. Natural Resources Engineering - Wood Industry, Faculty of Civil Engineering, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran.141.
- Zolghadr, M., 2007. Review of Iran's trade in wood and the possibility of wood products exports to the Persian Gulf Arab states. *Journal of Wood and Paper Industries*, 28:98-90.
- employment, 1st conference of Development of the Furniture Industry of Iran for presence in the global markets. Tehran
- Sonmez, A. and Arslan, A.R., 2007. Problems Faced by the Export Making Method, Examples of the Furniture Industrial, *Journal of Politecnik*, 10(4):403- 409.
- Shurchuluu, P., 2002. National productivity and competitiveness strategies for the new millennium. *Journal of Integrated Manufacturing System*, 13(6):408-414.
- The World furniture outlook 2009/2010, prepared by CSIL, center for industrial studies- Milan (Italy)
- The 15 edition of "World furniture outlook", 2016, Seminar organized by CSIL Centre for Industrial Studies.
- Taghadosi, A., 2011. Study of the Effective Indices on Wooden Furniture imports in Iran, Islamic Azad University of Karaj. 110.
- Taghavi Nejad, B. and Esfandyari, A., 2007. Review the status of furniture and wooden artifacts. Nonmetallic Industry Bureau, Ministry of Industries and Mines.
- Tajdini, A., Rabie, D., Jahan Latibari, A. and

Identification and prioritization of factors affecting competitiveness of classic furniture using ANP (case study: Tehran province)

M. Ghofrani^{1*} and Z. Mohamad Moradi²

1*-Corresponding author, Associate Professor, Department of Wood Industry Faculty of Civil Engineering, Shahid Rajae Teacher Training University, Tehran, Iran,
Email: ghofrani@srttu.com

2-M.Sc., student, Department of Wood Industry Faculty of Civil Engineering, Shahid Rajae Teacher Training University, Tehran, Iran

Received: Nov., 2017

Accepted: Feb., 2018

Abstract

Due to the unstable world economy, in order to survive and create competitiveness in domestic and overseas furniture market, sustainable production and increased quality and quantity of products is needed. However, if attention is not paid on this issue, the possibility of competitiveness in regional and international markets will deteriorate. Therefore, in this study, with cooperation of experts and industry manufacturers' expertise the determination and ranking of factors affecting classic furniture was determined using Analytical Network Process (ANP) and DEAMATEL techniques. Five main and 17 sub-ind parameters are examined in this study and by using analytical network process, the importance of prioritizing criteria was determined and cause and effect relationships between indicators was evaluated by DEAMATEL techniques. The results showed that, the main indicators of production and sales management, quality assurance, design style and creativity have the highest normal weight and the sub-indices of the modernity of machines and technology, reasonable price and Brand longevity respectively, are the three top priorities which impact the competitiveness of classic furniture.

Keywords: DEAMATEL technique, analysis network process, competitiveness, reasonable price, technology, quality assurance, production and sales management.