

بررسی شاخص‌های مؤثر بر واردات محصولات مبلمان چوبی به ایران

آژنگ تاج‌دینی^{۱*}، امیر حسین تقدسی^۲، شادمان پورموسی^۳، احمد جهان‌لتیباری^۴،

وحیدرضا صفدری^۵ و مهران روح‌نیا^۶

*- نویسنده مسئول، دانشیار گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

پست الکترونیک: ajang.tajdini@kiauo.ac.ir

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

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

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

تاریخ پذیرش: بهمن ۱۳۹۱

تاریخ دریافت: دی ۱۳۹۰

چکیده

در طی سالیان اخیر با توجه به نوآوری‌های صورت پذیرفته در تولید، بسته‌بندی و حمل‌ونقل انواع مبلمان چوبی، تجارت جهانی این محصولات رشد چشمگیری داشته است. این مسئله به همراه برخی مشکلات چشمگیر در تولید و بازاریابی، سبب گردیده واردات انواع مختلف مبلمان چوبی به ایران از رشد قابل ملاحظه‌ای در طی سالیان اخیر برخوردار باشد. به منظور حصول به وارداتی مقرون به صرفه و اقتصادی، شناخت کلیه عواملی که از دیدگاه صاحب‌نظران موجب ترجیح این‌گونه محصولات نسبت به انواع مشابه تولیدی داخلی می‌گردد بسیار مهم و ضروری می‌باشد، بنابراین در این تحقیق با هدف آسیب‌شناسی علل گسترش حجم واردات، شاخص‌های مؤثر بر واردات با استفاده از روش‌های تحقیق اسنادی و پیمایشی در قالب طراحی پرسشنامه‌هایی استاندارد با استفاده از نظرات و صاحب‌نظران آگاه در دانشگاه و نهادهای مرتبط در چهار گروه اصلی اقتصادی، محیطی، فنی و تکنولوژی، و مصرفی تعریف شدند. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش الفای کرون باخ و برای ارزیابی اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوی استفاده گردید. رتبه‌بندی شاخص‌های اصلی مؤثر بر واردات به سه روش طیف لیکرت، آزمون دانکن و ضریب اهمیت نسبی هر شاخص انجام شد. نتایج به‌دست‌آمده از طیف لیکرت برای کل جامعه آماری نشان داد که شاخص محیطی در واردات محصولات مبلمان در رتبه اول قرار داشته و شاخص‌های مصرفی، فنی و تکنولوژیکی، و اقتصادی به ترتیب در مراتب بعدی قرار گرفته است. به‌وسیله آزمون دانکن شاخص‌های کلی رتبه‌بندی مشخص شد که شاخص اقتصادی در رتبه اول قرار داشته و در رتبه دوم شاخص محیطی قرار گرفت و شاخص (فنی و تکنولوژیکی) و (شاخص مصرفی) در جایگاه سوم قرار گرفتند و بین این دو شاخص تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. در رتبه‌بندی شاخص‌های کلی به روش اهمیت نسبی، با تقسیم‌بندی کلی مشاغل در چهار دسته به شرح تولیدکننده، فروشنده یا توزیع‌کننده، واردکننده و مصرف‌کننده، با اعمال درصد اهمیت نسبی از دیدگاه هر یک از این مشاغل به شاخص‌های اصلی، اهمیت هر یک از شاخص‌ها از دیدگاه مشاغل فعال در این صنف به‌دست آمد. نتایج نشان از تفاوت اهمیت نسبی شاخص‌ها از دید هر یک از این چهار دسته داشت.

واژه‌های کلیدی: شاخص، مبلمان چوبی، واردات، طیف لیکرت، آزمون دانکن.

مقدمه

صنایع تولیدکننده محصولات متنوع مبلمان چوبی در ایران از قدمت و گستردگی بسیار زیادی برخوردار است، به طوری که بر طبق گزارش مرکز آمار ایران حدود ۲۲۶ واحد تولید صنعتی مبلمان با اشتغال حدود ۱۰ هزار نفر در کشور وجود دارد. همچنین بر اساس گزارش‌های اتحادیه درودگران تعداد ۴۶۷۰۰ واحد رسمی در زمینه صنایع چوب مشغول فعالیت می‌باشند. و توان بالقوه بالای این تعداد واحد تولیدی در جذب نیروی کار، افزایش تولید و در نهایت توسعه صادرات می‌تواند محرک بسیار خوبی برای صنایع وابسته و مرتبط با آن نظیر چوب‌بری، تولید تخته خرده‌چوب، چسب‌سازی، تولید تخته‌فیبر، روکش و تخته لایه، یراق‌آلات سازی و ... باشد (تقوی‌نژاد و اسفندیاری، ۱۳۸۶). اما بدلیل اینکه این محصولات عمدتاً توسط واحدهای صنفی کوچک مقیاس تولید می‌شوند و واحدهای صنعتی به تعداد کمتری در این عرصه حضور دارند، بنابراین مشکلاتی چند از قبیل بازار فروش، نقدینگی ناکافی و کسورات برخوردارند. این در حالیست که در سالیان اخیر بگونه‌ای که کاملاً مشهود است گرایش به استفاده از مصنوعات چوبی (به‌ویژه مبلمان منزل و اداری) در داخل کشور شدت بیشتری یافته است. این مسئله سبب گردیده که میزان واردات صنعت مبلمان چوبی به ایران از ۲۵ میلیون دلار در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۴۱۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۸ افزایش یابد (ذوالقدر، ۱۳۸۶). در حالی که در طی همین مدت صادرات محصولات این صنعت از ۵/۳ میلیون دلار فقط به ۶/۵ میلیون دلار افزایش یافته است؛ بنابراین نسبت واردات به صادرات از حدود ۵ در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۶۳ در سال ۲۰۰۸ تغییر یافته است. در

طی دوره مورد مطالعه روند واردات مبلمان به کشور تا سال ۲۰۰۵ صعودی بوده است و در سال ۲۰۰۶ کاهش چشمگیری داشته است. اما پس از آن با شیب زیادی روند صعودی خود را ادامه داده است (ربیع، ۱۳۸۹). در سطح جهانی نیز تجارت جهانی صنعت مبلمان بنا به دلایل چندی از قبیل نوآوری در زمینه‌های بسته‌بندی و حمل‌ونقل محصولات نهایی به صورت قطعات مجزا و کاهش موانع تجاری در طی دهه‌های گذشته رشد چشمگیری داشته است؛ به طوری که دادوستد بین‌المللی در رابطه با محصولات مختلف این صنعت حتی رشدی به مراتب بارزتر از تولید آنها داشته است (سزایل، ۲۰۰۸). آمارها نشان می‌دهد که تجارت جهانی مبلمان از ۴۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۷ به بیش از ۹۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ رسیده است (هان، ۲۰۰۹). براساس مطالعات انجام شده، کشورهای چین، امارات، ترکیه، آلمان و ایتالیا بیشترین صادرات مبلمان به ایران را در اختیار دارند. روند صادرات چین به ایران از میزان رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است، به طوری که از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۷ بیش از دو برابر و از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۸ بیش از ۷۰ درصد رشد نشان می‌دهد، همچنین بررسی نوع محصولات وارداتی براساس سیستم کدینگ HS تعرفه ۹۴ نشان می‌دهد که بیشترین میزان واردات با حدود ۱۹۸ میلیون دلار در سال ۲۰۰۸ متعلق به انواع مبلمان خانگی و اداری چوبی و کمترین واردات نیز مربوط به انواع مبلمان بیمارستانی با حدود ۵ میلیون دلار در همین سال می‌باشد (ربیع، ۱۳۸۹). این آمارها نشان می‌دهند کشورهای فعال منطقه‌ای در زمینه صادرات مبلمان و مصنوعات چوبی از قبیل ترکیه با توجه به بازار ایران، کشور ما را به‌عنوان بازار هدف در نظر دارند. از

طرفی متأسفانه برخی از واردکنندگان ما با اظهار قیمت‌های غیرواقعی و اندک در گمرکات کشور، عملاً حمایت تعرفه‌ای این کالا را بی‌اثر نموده‌اند (تقوی‌نژاد و اسفندیاری، ۱۳۸۶).

به‌منظور حصول به‌وارداتی مقرون به‌صرفه و اقتصادی شناخت کلیه عواملی که از دیدگاه مصرف‌کنندگان موجب ترجیح این‌گونه محصولات نسبت به انواع مشابه تولیدی داخلی می‌گردد بسیار مهم و ضروری می‌باشد. اهمیت این موضوع با توجه به اهمیتی که بازاریابی نوین به سلیقه و رضایت‌مندی مشتریان با توجه به هر سطح درآمدی و کیفیتی می‌دهد بسیار ضروری می‌باشد. تحقیقات متعددی در زمینه وضعیت تولید و بازرگانی صنعت مبلمان در ایران انجام شده و به صورت توصیفی عواملی را به‌عنوان علل عدم توسعه و صادرات و توجه ویژه مصرف‌کنندگان به محصولات مختلف تولیدی و وارداتی این صنعت معرفی نموده‌اند که در زیر به آنها اشاره می‌گردد، اما ویژگی تحقیق حاضر آن است که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیق پیمایشی شاخص‌های تأثیرگذار بر واردات این صنعت را شناسایی و رتبه‌بندی نموده است. نتایج بدست‌آمده می‌تواند به‌عنوان راهنمایی مناسب برای حل مشکلات کنونی و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این صنعت باشد.

بیات کشکولی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیق خود درباره میزان و ارزش واردات و صادرات نشان می‌دهند که برای بیشتر گروه‌های فراورده‌های چوبی مورد بررسی در دوره مطالعه ۱۱ ساله، میزان و ارزش واردات و صادرات روند افزایشی داشته است، گرچه جمع کل واردات چوب و محصولات چوبی خیلی بیشتر از

صادرات آنها بوده و در سال‌های اخیر این روند رو به افزایش بوده است. اما عواملی مانند محدودیت منابع چوبی داخلی و عدم اهتمام جدی در رفع مشکلات واردات چوب ماسیو و یا خرده‌چوب باعث می‌گردد که کارخانجات نتوانند در حد ظرفیت اسمی تولید نموده تا پس از رفع نیاز داخلی، صادرات نمایند (ربیع، ۱۳۸۹). همچنین این محقق در تحقیقی دیگر خاطرنشان ساخته است که واردات انواع فراورده‌های چوب و کاغذ روندی افزایشی در سطح جهان داشته است. واردات کشورهایمانند ایران و عربستان به دلیل افزایش قیمت انرژی و برخی دیگر مانند کشورهای توسعه یافته چین و آلمان با تولید فراورده‌های چوب و کاغذ کم‌کشش‌تر و بدلیل کسب درآمد بیشتر، زیاده‌تر شده است. کشورهای توسعه یافته تمایل به واردات فراورده‌های با ارزش افزوده پایین و کشورهای کمتر توسعه یافته بدلیل ضعف تولید داخلی، فراورده‌های با ارزش افزوده بالا وارد می‌کنند (بیات کشکولی، ۱۳۸۹). فتح‌الله زاده (۱۳۸۵) نبود سیاست پایدار در امر تولید، عدم ارائه 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 نموده و عنوان می‌دارد با توجه به روند کلی کاهش صادرات و افزایش واردات محصولات متنوع مبلمان چوبی در سال‌های اخیر، به‌رغم وجود مزیت‌های نسبی تولید در کشور، اشکالات ساختاری در سیستم تولید، بازاریابی و صادرات محصولات مبلمان چوبی ایرانی وجود دارد (بیات و همکاران، ۱۳۸۷). Ratnasingam, J. and Loras, F. (۲۰۰۵) با بررسی پایداری صنعت مبلمان چوبی در آسیا به این نتیجه رسیدند که فاکتورهای آزادسازی اقتصادی،

فضای رقابتی، افزایش فعالیت‌های تحقیق و توسعه، تأمین 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 (Csil Milano., 2008). تاج‌دینی و همکاران (۱۳۹۰) با هدف گسترش صادرات محصولات متنوع صنایع مبلمان چوبی و دستیابی به بازارهای منطقه‌ای، شاخص‌های مؤثر بر صادرات این محصول را با استفاده از روش‌های تحقیق اسنادی و پیمایشی بررسی نمودند. نتایج آنها نشان داد که به‌رغم یافته‌های بسیاری از محققان، شاخص‌های دانش و مدیریت، حمایت‌های دولت از تولیدکنندگان داخلی و نوآوری در زمینه‌های مختلف فناوری تولید، بسته‌بندی، طراحی محصول و ... به‌ترتیب در اولویت اهمیت قرار دارند. شاخص‌های نیروی انسانی، مزیت رقابت نسبی، اقتصادی (هزینه‌ای)، مواد اولیه و محصول نهایی، و محدودیت‌های محیطی که نشان‌دهنده عوامل غیرقابل کنترل هستند به‌ترتیب در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. بنابراین ملاحظه می‌گردد که دلایل عمده عدم توفیق در صادرات مبلمان چوبی و از دست دادن بازارهای منطقه‌ای به نفع کشورهای 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 دانش‌محور، ارائه آموزش‌های کاربردی، حمایت جدی دولت از صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی و ضرورت نوآوری در زمینه‌های مختلف بسیار ضروری می‌باشد. Han و همکاران (۲۰۰۹)، در بررسی خود بر روی صنایع مبلمان چوبی چین در سطح جهانی به این نتیجه رسیدند، اگرچه در دو دهه گذشته این صنعت بالاترین میزان رشد را

داشته و چین را تبدیل به یک صادرکننده عمده مبلمان نموده است، اما با تشدید رقابت جهانی، شناخت دقیق وضعیت فعلی و رقابت‌پذیری صنعت مبلمان چوبی چین و چالش‌های پیش‌رو در رقابت با دیگر کشورهای مهم در این زمینه بسیار حیاتی و مهم می‌باشد. بنابراین بر مبنای شاخص مزیت نسبی آشکار، می‌توان فهمید که در طی دو دهه گذشته کشور چین از وضعیت عدم مزیت نسبی به مزیت قابل توجه در این صنعت کاربر 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 خود با کشورهای کم درآمدی مانند لهستان و ویتنام دارای چالش‌های گسترده‌ای می‌باشد. بعلاوه این کشور مواجه با شرایط کلان اقتصادی نامطلوب از قبیل هزینه‌های رو به افزایش، کاهش تقاضاهای بین‌المللی، شکاف تکنولوژی و موانع تجاری محدودکننده می‌باشد. بنابراین دولت، اتحادیه‌های صنعتی و شرکت‌ها باید به‌طور هماهنگ نوآوری و اقدامات اصلاحی به‌منظور ارتقای وضعیت شرکت‌های چینی از تولیدکنندگان اصلی به طراحان اصلی مبلمان و در نتیجه ایجاد برند برای محصولات صنعت مبلمان چوبی چین را انجام دهند (Gunawan, 2006). مجبی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به‌منظور رتبه‌بندی شاخص‌های مؤثر در توسعه پایدار صنعت مبلمان چوبی چنین نتیجه گرفت که زیر شاخص تنظیم تعرفه واردات مبلمان و مصنوعات چوبی با هدف رقابت‌پذیر ساختن محصولات مشابه داخلی با انواع خارجی دارای یکی از بالاترین اولویت‌ها می‌باشد (اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، ۱۳۸۸). Gokay و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقی پرسشنامه‌ای درباره وضعیت

محصولات ارزان‌تر و با کیفیت‌تر که مطابق سلیقه آنان نیز باشد دیگر امری مذموم شمرده نمی‌شود. بنابراین در این تحقیق، سعی شده است که عوامل تأثیرگذار بر واردات این گونه محصولات پس از بررسی‌های میدانی و نظرسنجی از متخصصان، مدیران و تصمیم‌گیرندگان صنعت مبلمان چوبی با کمک پرسشنامه‌ای هدفمند، شناسایی و اولویت‌بندی گردد. نتایج حاصل از چنین تحقیقی می‌تواند راهکارهای مناسبی را برای 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

روش انجام این تحقیق به دو صورت اسنادی و پیمایشی^۲ می‌باشد. به طوری که با جستجو در اینترنت، مصاحبه با کارشناسان و متخصصان دانشگاهی، مدیران تولیدی و تجاری صنایع مبلمان چوبی، شاخص‌های مؤثر بر واردات محصولات مختلف صنایع مبلمان چوبی شناسایی و براساس شاخص‌های مورد ذکر، پرسشنامه‌ای با در نظر گرفتن سؤال‌های کمی و کیفی به صورت تخصصی تدوین گردید. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش آلفای کرون باخ و برای ارزیابی اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوی استفاده گردید. در کلیه پرسشنامه‌ها تعداد ۳۱ شاخص احتمالی تأثیرگذار بر واردات مبلمان چوبی در کشور به تفکیک در چهار گروه عمده محیطی، مصرفی، اقتصادی، فنی و تکنولوژیکی قرار گرفته و توسط مدیران و صاحبان شرکت‌های تولیدی، مراکز

تولیدکنندگان مبلمان و کابینت در کشور ترکیه بیان نمودند که یکی از دغدغه‌های اصلی این افراد هزینه گزاف خرید مواد اولیه با کیفیت، موجودی ناکافی چنین مواد، هزینه‌های بالای تولید محصولات و در نتیجه معضل بازاریابی چنین محصولات گران است که سبب می‌گردد در مقابل محصولات مشابه خارجی قدرت رقابت‌پذیری خود را از دست دهند (محبی، ۱۳۸۹). Robb, D. and Xie, B. (۲۰۰۳) در تحقیق خود دریافته‌اند، انواع مبلمان چوبی وارداتی کمتر از ۱٪ تقاضای داخلی در چین را برآورد می‌کنند، گرچه با توجه به کاهش نرخ تعرفه‌های گمرکی و احتمالاً حذف آن در سالیان آینده با توجه به تقاضای عضویت این کشور در سازمان تجارت جهانی^۱ (WTO) روند واردات در آینده افزایش می‌یابد. عمده عوامل مهم محدودکننده در رشد واردات عبارتند از: هزینه‌های نسبتاً بالای شبکه پشتیبانی و خدمات پس از فروش، مشکلات حمل و نقل محصول نهایی و یا قطعات و وسعت بیش از حد کشور و در نتیجه پراکنش شدید جمعیتی است. مطالعه در منابع علمی مورد اشاره نشان می‌دهد که صنعت مبلمان چوبی در ایران به‌رغم گستردگی و قدمت بسیار زیاد آن از مشکلات بسیاری از جنبه‌های مختلف سیاسی، مدیریتی، تولیدی، بازاریابی و ... برخوردار است. وجود چنین مشکلاتی همراه با سیاست‌های درهای باز اقتصادی منجر به ورود حجم بسیار گسترده‌ای از انواع محصولات متنوع مبلمان چوبی ارزان‌قیمت و با کیفیت از کشورهای دیگر شده است، گرچه این موضوع اکنون با توجه به اهمیت مصرف‌کنندگان در تحقیقات بازاریابی نوین و ضرورت ارضای نیازها و خواسته‌های آنان در دستیابی به

۱- جمهوری خلق چین اکنون عضو سازمان تجارت جهانی می‌باشد.

صرفه‌تر باشد. بنابراین برای مطالعه بیشتر شاخص اقتصادی، شاخص‌های زیر مورد توجه قرار گرفت:

الف) قیمت انواع مبلمان وارداتی، ب) عدم ثبات قیمت کالای وارداتی، ج) برند یا نشان تجاری مبلمان وارداتی، د) شرایط فروش مبلمان وارداتی، ه) انتظارات قیمتی، و) خدمات پس از فروش فروشندگان مبلمان وارداتی، ر) توانایی فروشندگان مبلمان وارداتی، ز) ارزش افزوده مبلمان وارداتی، ذ) سودآوری کالای وارداتی، ع) رفتار خریدار در انتخاب و خرید کالای وارداتی.

شاخص مصرفی

یکی از عوامل مؤثر بر واردات محصولات مبلمان چوبی به کشور زیبایی، ظرافت و تناسب با سایر کالاهای منزل یا محل مسکونی است و همچنین به روز بودن و ارگونومیک بودن این کالاهای وارداتی است که باعث جلب رضایت بیشتر مصرف‌کننده شده و بازار تقاضای این کالاها را بیشتر و سودآورتر می‌کند (تقدسی، ۱۳۹۰). از طرفی یک مبلمان مناسب، مبلمانی است که کمترین فشار و تنش را بر بدن تحمیل کند. زیر شاخه‌های این شاخص در تحقیق عبارتند از:

الف) زیبایی در (رنگ، طرح، نقش و غیره)، ب) ظرافت و ترکیب مناسب اجزای مبلمان وارداتی، ج) تناسب کالا با دیگر لوازم منزل (طراحی و دکوراتیو بودن)، د) تناسب اجزای غیرچوبی در مبلمان وارداتی (یراق‌آلات مناسب، شیشه و پارچه و ...)، ه) راحتی استفاده (ارگونومیک بودن)، و) نوآوری در طرح، ر) عدم اطمینان مصرف‌کننده به مقوله کیفیت مبلمان داخلی.

فروش و ارائه خدمات، تجار و واردکنندگان (جامعه آماری مورد تحقیق) براساس طیف لیکرت پنج‌گانه و با واژه‌های بیانی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) ارزش‌گذاری شد. سپس فراوانی مشاهده شده برای هر یک از شاخص‌ها براساس رتبه‌های به‌دست‌آمده براساس طیف مقیاس لیکرت شمارش و محاسبه گردید و میزان اهمیت هر شاخص طی جلسه‌ای با متخصصان صنعت مبلمان چوبی با روش دلفی تعیین و برای رتبه‌بندی نهایی مورد استفاده قرار گرفت. براساس این تحقیق شاخص‌های مؤثر بر واردات محصولات مبلمان چوبی به ترتیب اهمیت اولویت‌بندی گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از روش‌های آمار ناپارامتریک از نرم‌افزار SPSS استفاده گردید.

شاخص اقتصادی

این شاخص در ارتباط با جنبه‌های اقتصادی واردات انواع محصولات مبلمان چوبی از قبیل قیمت و شرایط فروش و نحوه ارائه خدمات پس از فروش و ... این گونه محصولات می‌باشد. در طی سالیان اخیر گرایش مصرف‌کنندگان ایرانی نسبت به این گونه محصولات بیشتر شده است (ربیع، ۱۳۸۹). دلایل چندی برای این مسئله ذکر شده است، به‌عنوان مثال قیمت فروش کمتر، ارائه خدمات پس از فروش موفق‌تر، اهمیت وجود برند یا نشان تجاری برای مصرف‌کننده، ارزش افزوده بیشتر؛ از طرفی دیگر در سالیان اخیر، هر ساله در اقتصاد کشور شاهد افزایش میزان تورم هستیم، درحالی‌که قیمت ارز همواره ثابت مانده و این امر موجب شده تا واردات انواع مبلمان چوبی نسبت به تولید این محصولات مقرون به

شاخص فنی و تکنولوژیکی

یکی از عوامل مهم در انتخاب مبلمان، دوام، استحکام و کیفیت مواد مصرف شده در آن است که باعث شده برداشت ذهنی مردم نسبت به کالای وارداتی (خارجی) را مثبت و انتظارات بالایی را برای مصرف‌کنندگان ایجاد نماید تا زمینه را برای بیشتر واردکردن این کالاهای لوکس به ایران فراهم نماید. شاخص فنی و تکنولوژی دارای زیرشاخص‌های زیر می‌باشد:

الف) مقاومت‌های مکانیکی و استحکام مبلمان وارداتی، ب) طول عمر بالای مبلمان وارداتی و ج) طراحی مناسب و جذاب در ساخت مبلمان وارداتی (مبلمان وارداتی از طرح‌ها و رنگ‌های مختلف و متفاوتی برخوردار است).

شاخص محیطی

حمایت‌های دولت را در هیچ زمینه‌ای نباید نادیده گرفت، چون یک تولیدکننده با شرایط بسیار سختی در تولید محصول خود روبروست تا بتواند یک محصول را با توجه به استانداردهای موجود در بازار و در رقابت با کالای وارداتی تولید کند. دولت‌ها می‌توانند با فراهم کردن شرایطی از قبیل فرهنگ‌سازی مناسب، ایجاد یک سازوکار مناسب در قیمت‌گذاری، سامان‌دهی مناسب تولیدکنندگان داخل و همچنین همسویی قوانین تعرفه کشور برای مبلمان وارداتی بار بزرگی را از دوش یک تولیدکننده داخلی برداشته تا بتواند به ایجاد اشتغال در این زمینه کمک به‌سزایی کرده و در رقابت با کالای وارداتی نیز عقب نماند. یکی از عواملی که در افزایش قیمت تمام شده انواع محصولات مبلمان چوبی در داخل کشور اثرگذار بوده و هست تعرفه کالای وارداتی است

که نیاز به شفاف‌سازی بسیار زیادی دارد. به نظر می‌رسد که هدفمند نمودن تعرفه‌های اقلام وارداتی و نیز هوشمندانه نمودن واردات محصولات مذکور و یا حمایت از تولیدکننده به هر نحوی که توان تولید و توان صادرات محصولات داخلی افزایش یابد از جمله حمایت‌های دولت در این راستا می‌تواند باشد. از طرفی افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت مهمترین اقداماتی هستند که بخش خصوصی می‌تواند در راستای کاهش قیمت تمام شده در صنعت مبلمان انجام دهد. از سوی دیگر دولت هیچ‌گاه مایل به ایجاد حصار تعرفه‌ای به‌منظور تقویت و شکل‌گیری انحصار نبوده است؛ زیرا این موانع موجب خواهد شد معدودی از تولیدکنندگان که باید در جهت کاهش قیمت تمام شده محصولات خود فعالیت‌کنند و بهره‌وری بنگاه‌های خود را افزایش دهند، با اجحاف به مصرف‌کنندگان، محصولات فاقد کیفیت خود را به بازار مصرف داخلی سرازیر کنند. زیر شاخه‌های این شاخص عبارتند از:

الف) عدم فرهنگ‌سازی مناسب در مصرف مبلمان داخلی، ب) عدم سامان‌دهی مناسب تولیدکنندگان داخلی در راستای ارائه محصول مناسب و با جذابیت بالا، ج) وابستگی در تأمین لوازم جانبی (پارچه، فوم، یراق‌آلات و ...) به خارج از کشور (عدم تکامل واحدهای خدمات‌دهنده مکمل: نساجی و ...)، د) عدم همسویی قوانین تعرفه‌ای کشور برای مبلمان وارداتی، ه) عدم وجود تجهیزات و ماشین‌آلات مناسب برای پوشش دادن سلیقه مصرف‌کنندگان، و) محدودیت نیروی انسانی متخصص و ماهر، ز) تقاضا و تمایل بیشتر مشتریان ایرانی برای خرید مبلمان خارجی، ز) عدم وجود یک سازوکار مناسب قیمت‌گذاری بر مبلمان ایرانی، ع) عدم

روش آلفای کرون باخ به مقدار ۹۵٪ ارزیابی شد و اعتبار پرسشنامه با استفاده از روش اعتبار محتوی و بر مبنای بهره‌گیری از نظرات متخصصان آگاه مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه مشاغلی است که احتمالاً در زمینه واردات محصولات متنوع صنعت مبلمان چوبی در ایران ذینفع یا صاحب‌نظر می‌باشند. جدول ۱ ویژگی‌های جمعیتی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

تعهد تولیدکنندگان داخل به کالای تولید داخل، (ذ) عدم وجود اتحادیه‌های قدرتمند صنفی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی و (ص) عدم حمایت دولت از مبلمان تولید داخل.

نتایج

پرسشنامه‌ها توسط کارشناسان و متخصصان دانشگاهی و مدیران تولیدی و تجاری صنایع مبلمان چوبی تکمیل و ارسال شد. روایی پرسشنامه با استفاده از

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

ردیف	ویژگی	طبقه‌بندی	درصد
۱	جنس	زن	۳۰
		مرد	۷۰
۲	سن	۳۱ تا ۴۰ سال	۳۵
		۴۱ تا ۵۰ سال	۳۲/۹
		۵۱ سال و بیشتر	۱۷/۸
۳	تحصیلات	دیپلم	۱۹/۳
		فوق‌دیپلم	۲۷/۸
		لیسانس	۳۰/۵
		فوق‌لیسانس و بالاتر	۲۲/۴
۴	مشاغل	تولیدکننده	۱۵
		مدیربخش خصوصی	۱۵
		مدیرسازمان دولتی	۱۰
		فروشنده و توزیع کننده	۲۰
		مصرف کننده	۲۰
		واردکننده	۲۰

شاخص اقتصادی

برخی مشکلات را برای فعالان حوزه مبلمان سازی به خصوص تولیدکنندگان ایجاد کرده است. همچنین بالا بودن قیمت تمام شده تولید مبلمان در ایران مهمترین عامل

کارشناسان بر این باورند که واردات بی‌رویه انواع مبلمان از سایر کشورها و کاهش تقاضا برای مبلمان ایرانی

ضعف تولیدکنندگان ایرانی است. نتایج بدست آمده از بررسی اهمیت زیر شاخص های مؤثر در قالب جدول زیر بیان گردیده است (جدول ۲).

جدول ۲ - مقادیر عددی زیرشاخص مربوط به شاخص اقتصادی در صنعت مبلمان چوبی

رتبه	انحراف معیار	میانگین	خیلی بیشتر	بیشتر	برابر	کمتر	خیلی کمتر	زیرشاخص به درصد
۳	۰/۷۸	۴/۰۴	۲۷/۴۵	۵۲/۹۴	۱۵/۶۷	۳/۹۲	-	قیمت انواع مبلمان وارداتی در مقایسه با تولید داخل
۶	۰/۶۵	۲/۵۲	-	-	۶۰	۳۲	۸	برند یا مارک مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی
۸	۰/۵۷	۲/۲۸	-	-	۳۴	۶۰	۶	شرایط فروش مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی
۷	۰/۵۸	۲/۴۴	-	-	۴۸	۴۸	۴	رفتار خریداران در انتخاب و خرید کالای وارداتی
۱۰	۰/۶۹	۱/۶۴	-	-	۱۳/۶۳	۴۰/۹۰	۴۵/۵۴	انتظارات قیمتی
۴	۱/۲۰	۳/۱۶	۱۴	۲۸	۲۸	۲۰	۱۰	خدمات پس از فروش فروشندگان مبلمان وارداتی در مقایسه با مبلمان ایرانی
۹	۰/۵۸	۲/۱۰	-	-	۲۲	۶۶	۱۲	توانایی فروشندگان مبلمان وارداتی در فروش در مقایسه با مبلمان ایرانی
۵	۰/۴۰	۲/۸۰	-	-	۸۰	۲۰	-	ارزش افزوده مبلمان ایرانی در مقایسه با مبلمان ایرانی
۲	۰/۶۸	۴/۳۲	۴۲/۸۶	۵۲/۰۲	۴/۰۸	۲/۰۴	-	عدم ثبات قیمت کالای وارداتی در بازار داخل
۱	۰/۶۴	۴/۴۰	۴۴	۵۰	-	۲	۴	سودآوری کالای وارداتی
		۲/۹۷						میانگین کل

سوم می باشد. میانگین کل بدست آمده در شاخص اقتصادی عددی برابر ۲/۹۷ می باشد.

شاخص مصرفی

یکی از مهمترین عوامل در واردات مبلمان زیبایی در طرح و رنگ، ظرافت و ترکیب مناسب به خصوص نوآوری در طرح می باشد که تناسب این کالا با دیگر لوازم منزل و بهره گیری از طرح های دکوراتیو باعث شده تا بازار این کالاها در ایران از رونق خوبی برخوردار باشد. البته نباید این نکته را نادیده گرفت که بعضی از واردکننده های داخلی از کشورهایی مانند چین مبلمانی با کیفیت بسیار پایین وارد

به منظور بررسی این شاخص ده عدد زیرشاخص شناسایی و نتایج نشان دادند که زیرشاخص سودآوری کالای وارداتی در رتبه اول قرار گرفته است و بعد از آن عدم ثبات قیمت کالای وارداتی در جایگاه دوم قرار دارد، به طوری که ملاحظه می شود در شاخص اقتصادی عامل مهمی که در واردات مهم است سودآوری این کالاهاست. در جایگاه بعدی عاملی که مؤثر است، عدم ثبات قیمت در بازار داخل است، از آنجا که یک سازوکار قیمت گذار و ناظر بر روی قیمت گذاری این کالاها وجود ندارد عدم تعادل قیمتی هم این امکان را می دهد تا در بازار داخل با قیمت های متغیر مواجه باشیم. بحث قیمت در این شاخص در اولویت اول تا

استفاده می‌کنند. درحالی‌که یکی از شرایط حضور موفق در بازارهای جهانی و رقابتی، ارائه طرح‌های جدید بر پایه خلاقیت و نوآوری در این صنعت است. نتایج حاصل از بررسی اهمیت زیرشاخص‌های مؤثر در قالب جدول زیر بیان گردیده است (جدول ۳).

کرده، به طوری که تولیدات داخل نیز از کیفیت بهتری نسبت به این کالاها برخوردار است، در این تحقیق مبلمان با کیفیت و مرغوب وارداتی مد نظر است. یکی از نکات مهم که در طرح‌های مبلمان وارداتی باید در نظر گرفته شود نوآوری و خلاقیت است که تولیدکننده داخلی در کشور از این امتیاز کمتر بهره‌ای گرفته و بیشتر از کپی‌برداری طرح‌های وارداتی

جدول ۳- مقادیر عددی زیرشاخص مربوط به شاخص مصرفی در صنعت مبلمان چوبی

رتبه	انحراف معیار	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	زیر شاخص
۴	۰/۸۳	۳/۷۴	۱۸/۳۶	۴۲/۸۶	۳۲/۶۵	۱۶/۱۲	-	زیبایی در (رنگ، طرح، نقش و ...).
۳	۰/۷۷	۳/۸۲	۲۰	۴۴	۳۴	۲	-	ظرافت و ترکیب مناسب اجزای مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی
۲	۰/۶۸	۳/۸۴	۱۵/۱۵	۴۹/۴۹	۳۵/۳۵	-	-	تناسب کالا با دیگر لوازم منزل (طراحی و دکوراتیو بودن).
۵	۱/۰۹	۳/۴۴	۲۲/۵	۴۰	۱۷/۵	۲۰	-	تناسب اجزای غیرچوبی در مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی (یراق‌آلات مناسب، شیشه و پارچه و ...)
۱	۰/۶۵	۴/۴۸	۵۵/۱۰	۳۶/۷۳	۸/۱۶	-	-	نوآوری در طرح
۶	۱/۰۹	۳/۴۲	۱۸	۳۰	۳۲	۱۶	۴	عدم اطمینان مصرف‌کننده به مقوله کیفیت مبلمان داخلی
		۳/۷۷						میانگین

مبلمان وارداتی در رتبه اول قرار دارد و پس از آن طول عمر مبلمان وارداتی در جایگاه بعدی گرفت. مقاومت مکانیکی و استحکام مبلمان وارداتی در زیرشاخص‌های مربوط به شاخه فنی و تکنولوژیکی در جایگاه آخر قرار گرفته است و همچنین میانگین کل این شاخص برابر با ۳/۴۳ می‌باشد. نتایج حاصل از بررسی اهمیت زیرشاخص‌های مؤثر در قالب جدول زیر بیان گردیده است (جدول ۴).

به‌منظور بررسی این شاخص شش زیرشاخص شناسایی و نتایج نشان دادند که نوآوری در طراحی رتبه اول را به خود اختصاص داده و تناسب کالا با دیگر لوازم منزل در جایگاه دوم قرار گرفته است، از طرفی میانگین کل بدست‌آمده در شاخص مصرفی عددی برابر ۳/۷۷ می‌باشد.

شاخص فنی و تکنولوژیکی

به‌منظور بررسی این شاخص سه زیرشاخص شناسایی و نتایج نشان داد که طراحی مناسب و جذاب در ساخت

جدول ۴- مقادیر عددی زیرشاخص مربوط به شاخص فنی و تکنولوژیکی در صنعت مبلمان

رتبه	انحراف معیار	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	زیر شاخص
۳	۰/۹۵	۳/۲۰	۶	۳۴	۳۸	۱۸	۴	مقاومت‌های مکانیکی و استحکام مبلمان وارداتی
۲	۰/۹۳	۳/۲۲	۴/۱۶	۳۷/۵	۳۵/۴۱	۱۸/۷۵	۴/۱۶	طول عمر بالای مبلمان وارداتی
۱	۰/۶۹	۳/۸۸	۱۶	۵۸	۲۴	۲	-	طراحی مناسب و جذاب در ساخت مبلمان وارداتی
		۳/۴۳						میانگین

شاخص محیطی

به منظور بررسی این شاخص ده زیرشاخص شناسایی و نتایج نشان دادند که عدم فرهنگ‌سازی مناسب برای کالای‌های تولید داخل در رتبه اول قرار گرفته است. بنابراین دولت موظف است تا مصرف‌کنندگان داخلی را تشویق به استفاده از تولیدات داخلی کند. متأسفانه یکی از دلایل عدم استفاده مصرف‌کنندگان داخلی، عدم تعهد تولیدکنندگان داخل به کالای تولید داخل است که این زیرشاخص در جایگاه دوم قرار گرفته است. عدم وجود

اتحادیه‌های قدرتمند صنفی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی و عدم حمایت دولت از مبلمان تولید داخل دو فاکتور مهم در زیرشاخص‌های این شاخص بوده و در رتبه سوم قرار گرفته است. عدم وجود یک سازوکار مناسب قیمت‌گذاری بر مبلمان ایرانی در جایگاه چهارم قرار گرفته است. میانگین کلی این شاخص برابر با عدد ۳/۷۹ است. نتایج حاصل از بررسی اهمیت زیرشاخص‌های مؤثر در قالب جدول زیر بیان گردیده است (جدول ۵).

جدول ۵- مقادیر عددی زیرشاخص مربوط به شاخص محیطی در صنعت مبلمان چوبی

زیر شاخص	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
عدم فرهنگ‌سازی مناسب در مصرف مبلمان داخلی	-	۲/۳۲	۶/۹۷	۹/۳
عدم سامان‌دهی مناسب تولیدکنندگان داخلی در راستای ارائه محصول مناسب و با جذابیت بالا	-	۴	۲۲	۴۴
وابستگی در تأمین لوازم جانبی (پارچه، فوم، یراق آلات و...) به خارج	۱۶	۱۵	۳۲	۲۵
عدم همسویی قوانین تعرفه‌ای کشور برای مبلمان وارداتی	۸	۶	۶	۳۰
عدم وجود تجهیزات و ماشین‌آلات مناسب برای پوشش دادن سلیقه مصرف‌کنندگان	۲۴	۲۸	۱۲	۲۰
محدودیت نیروی انسانی متخصص و ماهر	۲۸	۲۶	۱۲	۲۰
تقاضا و تمایل بیشتر مشتریان ایرانی برای خرید مبلمان خارجی	۶	۱۴	۳۲	۲۶
عدم وجود یک مکانیسم مناسب قیمت‌گذاری بر مبلمان ایرانی	-	۲	۱۴	۴۶
عدم تعهد تولیدکنندگان داخل به کالای تولید داخل	-	۲	۴	۳۸
عدم وجود اتحادیه‌های قدرتمند صنفی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی	-	-	۸/۵۱	۲۱/۲۷
عدم حمایت دولت از مبلمان تولید داخل	۲	۴	۸	۲۲
میانگین				

داشته و از اهمیت بیشتری برخوردار است و شاخص مصرفی در رتبه دوم، شاخص فنی و تکنولوژیکی و شاخص مصرفی در جایگاه سوم قرار گرفتند (جدول ۶).

رتبه‌بندی نهایی شاخص‌های کلی به وسیله آزمون دانکن با آزمون دانکن رتبه‌بندی شاخص‌های کلی انجام و نتایج نشان داد که شاخص اقتصادی در رتبه اول قرار

جدول ۶- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی به وسیله آزمون دانکن

شاخص	رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم
اقتصادی	۲۸/۷۲		
مصرفی		۲۵/۱۸	
فنی و تکنولوژیکی			۲۳/۰۸
محیطی			۲۳/۰۲

به ترتیب محیطی، مصرفی، فنی و تکنولوژیکی و اقتصادی قرار داده است (جدول ۷).

رتبه‌بندی نهایی شاخص‌های کلی به وسیله طیف لیکرت طیف لیکرت شاخص‌های کلی را در چهار رتبه

جدول ۷- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با طیف لیکرت

شاخص	رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه چهارم
محیطی	۳/۷۹			
مصرفی		۳/۷۷		
فنی و تکنولوژیکی			۳/۴۳	
اقتصادی				۲/۹۷

فعالان شغلی انجام شد. به‌طورکلی تمام مشاغلی که احتمال می‌رفت تکمیل‌کنندگان پرسشنامه در کل جامعه صنعت مبلمان مشغول به فعالیت هستند را در چهار گروه تولیدکننده، فروشنده- توزیع‌کننده، واردکننده و مصرف‌کننده تقسیم‌بندی کردیم.

رتبه‌بندی نهایی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه تولیدکننده

اهمیت نسبی شاخص‌ها از دیدگاه تولیدکنندگان نشان داده است که شاخص محیطی در جایگاه اول قرار دارد. این

رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه فعالیت‌های شغلی

در این مرحله از تحقیق با توجه به میانگین کل محاسبه شده از نظر آماری با طیف لیکرت، رتبه‌بندی مقدماتی صورت گرفت و بعد با در نظر گرفتن میزان اهمیت هر شاخص از دیدگاه فعالان شغلی در مقایسه با میزان اهمیت کل، ضریب اهمیت هر شاخص تعیین و در نهایت با توجه به مقدار ضریب اهمیت در میانگین، مقدار اهمیت نهایی هر شاخص محاسبه که براساس آن رتبه‌بندی نهایی از دیدگاه

شاخص همان طور که انتظار می‌رفت از اهمیت بسیار زیادی در بین تولیدکننده‌ها برخوردار است. «شاخص اقتصادی در جایگاه دوم قرار گرفته و بعد از آن شاخص فنی و تکنولوژیکی و در جایگاه آخر شاخص مصرفی قرار دارد.

جدول ۸- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه تولیدکننده

ردیف	شاخص	میانگین طیف لیکرت	رتبه‌بندی طیف لیکرت	اهمیت نسبی به درصد	ضریب اهمیت	مقدار عددی اهمیت نهایی	رتبه نهایی
۱	مصرفی	۳/۷۷	۲	۶۰	۱۹/۶	۰/۷۳	۴
۲	اقتصادی	۲/۹۷	۴	۸۵	۲۷/۸	۰/۸۲	۲
۳	محیطی	۳/۷۹	۱	۹۰	۲۹/۵	۱/۱۱	۱
۴	فنی و تکنولوژیکی	۳/۴۳	۳	۷۰	۲۲/۹	۰/۷۸	۳

رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه فروشندگان و توزیع‌کنندگان اهمیت نسبی شاخص‌ها از دیدگاه فروشنده و توزیع‌کننده نشان داده است که شاخص مصرفی در جایگاه اول قرار داشته و شاخص فنی و تکنولوژی در رتبه دوم بوده و شاخص اقتصادی و شاخص محیطی به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۹- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه فروشندگان و توزیع‌کنندگان

ردیف	شاخص	میانگین طیف لیکرت	رتبه‌بندی طیف لیکرت	اهمیت نسبی به درصد	درصد ضریب اهمیت	مقدار عددی اهمیت نهایی	رتبه نهایی
۱	مصرفی	۳/۷۷	۲	۷۰	۲۵	۰/۹۴۲۵	۱
۲	اقتصادی	۲/۹۷	۴	۸۰	۲۸/۵۷	۰/۸۴۸۵	۳
۳	محیطی	۳/۷۹	۱	۶۰	۲۱/۴۲	۰/۸۱۱۸	۴
۴	فنی و تکنولوژیکی	۳/۴۳	۳	۷۰	۲۵	۰/۸۵۷۵	۲

رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه واردکنندگان اهمیت نسبی شاخص‌ها از دیدگاه واردکنندگان نشان داده است که شاخص اقتصادی در رتبه اول و شاخص مصرفی در جایگاه دوم بوده و شاخص‌های فنی و تکنولوژیکی و محیطی در جایگاه‌های بعدی قرار دارد.

جدول ۱۰- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه واردکنندگان

ردیف	شاخص	میانگین طیف لیکرت	رتبه‌بندی طیف لیکرت	اهمیت نسبی به درصد	درصد ضریب اهمیت	مقدار عددی اهمیت نهایی	رتبه نهایی
۱	مصرفی	۳/۷۷	۲	۷۰	۲۴/۱۳	۰/۹۰۹۷	۲
۲	اقتصادی	۲/۹۷	۴	۹۰	۳۱/۰۳	۰/۹۲۱۵	۱
۳	محیطی	۳/۷۹	۱	۶۰	۲۰/۶۸	۰/۷۸۳۷	۴
۴	فنی و تکنولوژیکی	۳/۴۳	۳	۷۰	۲۴/۱۳	۰/۸۲۷۶	۳

رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر

شاخص از دیدگاه مصرف‌کنندگان

اهمیت نسبی شاخص‌ها از دیدگاه واردکنندگان نشان داد، همان‌گونه که انتظار می‌رفت شاخص مصرف در

اولویت قرار داشته، این شاخص از دید مصرف‌کننده از اهمیت بیشتری برخوردار بوده است. شاخص فنی و تکنولوژی در جایگاه دوم و شاخص‌های اقتصادی و محیطی به ترتیب در رتبه‌های سوم و چهارم قرار دارد.

جدول ۱۱- رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه مصرف‌کنندگان

ردیف	شاخص	میانگین طیف لیکرت	رتبه‌بندی طیف لیکرت	اهمیت نسبی به درصد	درصد ضریب اهمیت	مقدار عددی اهمیت نهایی	رتبه نهایی
۱	مصرفی	۳/۷۷	۲	٪۷۰	۲۶/۹۲	۱/۰۱۴۸	۱
۲	اقتصادی	۲/۹۷	۴	٪۸۰	۳۰/۷۶	۰/۹۱۳۵	۳
۳	محیطی	۳/۷۹	۱	٪۴۰	۱۵/۳۸	۰/۵۸۲۹	۴
۴	فنی و تکنولوژیکی	۳/۴۳	۳	٪۷۰	۲۶/۹۲	۰/۹۲۳۳	۲

بحث

با توجه به حجم گسترده واردات انواع مبلمان چوبی به کشور در طی سالیان اخیر که بنابر مطالعات انجام شده به بیش از ۵۰۰ میلیون دلار در سال رسیده است (تقدسی، ۱۳۹۰)، لزوم انجام تحقیق همه‌جانبه‌ای را برای بررسی شاخص‌های مؤثر بر واردات این محصولات را بیش از پیش ضروری می‌نماید. این در حالیست که محققان مختلف دلایل چندی را برای این موضوع بررسی

کرده‌اند. فتح‌اله‌زاده (۱۳۸۵) وجود اشکالات ساختاری در تولید و بازاریابی مبلمان‌های چوبی ایرانی را از جمله دلایل اقبال مصرف‌کنندگان به انواع مشابه وارداتی می‌داند، در صورتی که محبی (۱۳۸۹) معتقد است که تنظیم تعرفه واردات مبلمان و مصنوعات چوبی با هدف رقابت‌پذیر ساختن، دارای بالاترین اولویت‌ها می‌باشد. Gokay و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقی مشابه در کشور ترکیه، به این نتیجه‌گیری رسیدند که وجود هزینه‌های گزاف تولید

و بازاریابی سبب می‌گردد که مبلمان‌های چوبی ساخت داخل در مقابل محصولات مشابه خارجی، قدرت رقابت‌پذیری خود را از دست دهند. دقت در نتایج ارزشمند بدست‌آمده سبب گردید که در این تحقیق چهار شاخص کلی برای علت واردات انواع محصولات مبلمان چوبی به کشور از دیدگاه‌های مختلف شناسایی و زیرشاخص‌هایی هم برای هر یک مشخص گردد. هر شاخص با استفاده از سه روش کلی طیف لیکرت، آزمون دانکن و ضریب اهمیت نسبی رتبه‌بندی شد. رتبه‌بندی شاخص‌های کلی به وسیله طیف لیکرت نشان داده است که شاخص محیطی که در حقیقت نشان‌دهنده اهمیت سازمان‌های دولتی پشتیبان، وجود اتحادیه‌های صنفی قدرتمند و قوانین حمایتی بوده، در نهایت با وضع قوانین تعرفه‌ای منجر به محدودیت در واردات می‌گردند، از لحاظ این طیف از اهمیت بیشتری نسبت به شاخص‌های دیگر برخوردار است. در جایگاه بعدی شاخص‌های زیبایی و ظرافت و تناسب محصول وارداتی در قالب شاخص مصرفی قرار دارند و شاخص‌های کیفیتی محصول و اقتصادی به ترتیب جایگاه‌های سوم و چهارم را به خود اختصاص داده است. رتبه‌بندی شاخص‌های کلی به‌وسیله آزمون دانکن نشان داده که شاخص اقتصادی در رتبه اول قرار گرفته است و از اهمیت بیشتری نسبت به شاخص‌های دیگر برخوردار بوده و شاخص مصرفی در جایگاه بعدی قرار دارد و شاخص‌های فنی و تکنولوژیکی و شاخص محیطی هر دو در جایگاه سوم قرار داشته و از تفاوت معنی‌داری برخوردار نیستند. رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه فعالیت‌های شغلی که از لحاظ ضریب اهمیت نسبی انجام شده، مشاغلی که این پرسشنامه را تکمیل نموده‌اند را به

چهار دسته کلی تقسیم نموده و با وزن دادن هر یک از فعالیت‌های شغلی به شاخص‌های کلی، اهمیت نسبی شاخص‌ها در هر یک از فعالیت‌های شغلی به‌دست آمد. رتبه‌بندی شاخص‌های کلی با توجه به اهمیت نسبی هر شاخص از دیدگاه تولیدکننده نشان داده است که شاخص‌های محیطی، اقتصادی، فنی و تکنولوژیکی و مصرفی به ترتیب در جایگاه‌های اول تا چهارم قرار دارند. با توجه به نتایج به نظر می‌رسد که شاخص محیطی از دید تولیدکنندگان داخلی از اهمیت بیشتری بر واردات مبلمان به ایران برخوردار بوده است و با توجه به زیرشاخص‌های مذکور مشخص شد که عدم فرهنگ‌سازی مناسب در مصرف مبلمان داخلی، عدم وجود اتحادیه‌های قدرتمند صنفی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی، عدم حمایت دولت از مبلمان تولید داخل، عدم وجود یک سازوکار مناسب قیمت‌گذاری بر مبلمان ایرانی، عدم همسویی قوانین تعرفه‌ای کشور برای مبلمان وارداتی، عدم سامان‌دهی مناسب تولیدکنندگان داخلی در راستای ارائه محصول مناسب و با جذابیت بالا، تقاضا و تمایل بیشتر مشتریان ایرانی برای خرید مبلمان خارجی، عدم وجود تجهیزات و ماشین‌آلات مناسب، محدودیت نیروی انسانی متخصص و ماهر به ترتیب در درجات اهمیت اول تا دهم قرار گرفته و با توجه به نزدیکی کلیه موارد به همدیگر، تمام زیرشاخص‌ها اهمیت زیاد پیدا نمودند. چنین نتایجی با نظر دیگر محققان (اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، ۱۳۸۸)، (فتح‌اله‌زاده، ۱۳۸۸) هماهنگی دارد و نشان می‌دهد که تعرفه‌های وارداتی و وجود اتحادیه‌های قدرتمند از جمله عوامل محدودکننده واردات مبلمان و مصنوعات چوبی به‌ویژه از جانب کشورهای از قبیل ترکیه و چین می‌باشد، گرچه

Tambunan (۲۰۰۶) در تحقیقی بر روی قدرت رقابت‌پذیری کشور اندونزی به‌عنوان دهمین صادرکننده محصولات متنوع مبلمان چوبی با کشور چین به‌عنوان دومین کشور صادرکننده این محصولات در سطح جهان، بیان می‌دارد که اندونزی نیز قدرت رقابت با محصولات مشابه وارداتی از کشور چین را ندارد. بنا به نظر Gunawan (۲۰۰۶) دلایل چندی برای این موضوع وجود دارد: استفاده از ماده اولیه چوبی ارزانتر، وجود نیروی کار ماهرتر، میزان بهره بانکی کمتر، اخذ مالیات کمتر، هزینه‌های سربار کمتر ناشی از وجود کارخانه‌های کوچک مقیاس، سهولت فرایند اخذ جواز و پرداخت یارانه به محصولات صادراتی جهت رقابت‌پذیر ساختن آنان در بازارهای هدف با تولیدات داخلی (سیاست تبعیض قیمت^۱). از نظر فروشندگان و توزیع‌کنندگان مبلمان چوبی شاخص‌های مصرفی، فنی و تکنولوژیکی، اقتصادی و محیطی به‌ترتیب در جایگاه‌های اول تا چهارم قرار دارند. اهمیت بیشتر شاخص مصرفی از جانب افرادی که در تماس مستقیم با مصرف‌کننده ایرانی بوده و سنجش‌های رضایت مشتری را انجام می‌دهد، نشان می‌دهد که نوآوری در طرح، تناسب کالا با دیگر لوازم منزل (طراحی و دکوراتیو بودن)، ظرافت و ترکیب مناسب اجزای مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی، زیبایی در (رنگ، طرح، نقش و ...)، تناسب اجزای غیرچوبی در مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی (یراق‌آلات مناسب، شیشه و پارچه و ...)، عدم اطمینان مصرف‌کننده به مقوله کیفیت مبلمان داخلی از زیرشاخص‌های بسیار مهمی هستند که با دقت و جزئیات فراوان از سوی مصرف‌کننده مورد توجه قرار می‌گیرند. شاخص‌های اقتصادی، مصرفی، فنی و

تکنولوژیکی و محیطی به‌ترتیب در جایگاه‌های اول تا چهارم اهمیت از سوی واردکنندگان مبلمان‌های چوبی وارداتی قرار دارند، بنابراین مشخص شد که سودآوری در واردات انواع مبلمان‌های چوبی با توجه به قیمت آن، ارائه خدمات پس از فروش توسط فروشندگان مبلمان وارداتی در مقایسه با مبلمان ایرانی، ارزش افزوده مبلمان وارداتی در مقایسه با مبلمان ایرانی از جانب مصرف‌کننده، توجه به برند یا نشان در مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی، قدرت خریدار در انتخاب و خرید کالای وارداتی، شرایط متنوع فروش مبلمان وارداتی نسبت به مبلمان ایرانی، توانایی فروشندگان مبلمان وارداتی در فروش در مقایسه با مبلمان ایرانی از جمله زیرشاخص‌های تأثیرگذار می‌باشند. از نظر مصرف‌کنندگان مبلمان چوبی شاخص‌های مصرفی، فنی و تکنولوژیکی، اقتصادی و محیطی به‌ترتیب در جایگاه‌های اول تا چهارم قرار دارند. با توجه به نتایج به نظر می‌رسد که از دید مصرف‌کنندگان، زیرشاخص‌های مرتبط با محصول از قبیل زیبایی، ظرافت، تناسب، طراحی مناسب و مقاومت‌های مکانیکی و استحکام مبلمان وارداتی از جمله دلایل اصلی توجه مشتریان به این محصولات می‌باشد.

منابع مورد استفاده

- اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، ۱۳۸۸. تعرفه‌ها، اولین عارضه صنعت مبلمان، بولتن صادرات اتحادیه، عملکرد و برنامه کمیسیون صادرات، ۷۵ صفحه
- بیات کشکولی، ع.، رفیقی، ع.، عزیزی، م.، امیری، س. و کبورانی، ع.، ۱۳۸۷. تخمین روند آینده صادرات و واردات چوب و محصولات چوبی در ایران، فصلنامه علوم کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۵(۱):۷۳-۸۳

- بیات کشکولی، ع.، ۱۳۸۹. بررسی واردات چوب و کاغذ و فراورده های آنها در جهان و ایران از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۶، فصلنامه صنایع چوب و کاغذ ایران، ۱(۲):۳۷-۵۴
- تاجدینی، آ.، ربیع، د.، جهان لیتیاری، ا. و پورموسی، ش.، ۱۳۹۰. مطالعه شاخص‌های مؤثر بر صادرات مبلمان چوبی در کشور، فصلنامه علوم و فنون منابع طبیعی، ۶(۲):۷۱-۸۷
- تقدسی، ا.ح.، ۱۳۹۰. مطالعه شاخص‌های مؤثر بر واردات مبلمان در ایران پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج. ۱۱۰ صفحه
- تقوی نژاد، ب. و اسفندیاری، ع.م.، ۱۳۸۶. بررسی وضعیت صنایع مبلمان و مصنوعات چوبی، دفتر صنایع غیر فلزی، وزارت صنایع و معادن، ۱۱ صفحه.
- ذوالقدر، م.، ۱۳۸۶. جهت گیری صادراتی مصنوعات چوبی و مبلمان ایران، دومین کتاب بانک اطلاع رسانی صنایع چوب، مبلمان و کاغذ ایران، ناشر مجله چوب و کاغذ، صفحه ۶-۱۲
- ربیع، د.، ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر صادرات مبلمان چوبی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج. ۱۲۵ صفحه
- فتح‌اله‌زاده، ع.، ۱۳۸۵. بررسی وضعیت بازرگانی خارجی مبلمان در ایران، مجله منابع طبیعی ایران، ۱(۱):۲۴۹-۲۳۷
- فتح‌اله‌زاده، ع.، ۱۳۸۸. استانداردسازی، روشی برای افزایش کیفیت در صنایع تولید مبلمان چوبی، مجموعه خلاصه مقالات رایه شده در دومین کنفرانس بین‌المللی تجارت جهانی مبلمان، نمایشگاه بین‌المللی تهران.
- محبی، ن.، ۱۳۸۹. تعیین شاخص‌های مؤثر بر توسعه پایدار صنعت مبلمان ایران و ارائه راهکارهای مناسب، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- Csil Milano., 2008. The World furniture outlook 2008, CSIL, Center for industrial studies, Milan, Italy (www.csilmilano.com).
- Gokay, N., Hiziroglu, S., Serin, H., Akyuz, K.C., Akyuz, I. and Toksoy, D., 2007. A perspective from furniture and cabinet manufacturers in Turkey, Journal of Building and Environment, 42(2007):1699-1706.
- 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)
- Han, X., Wen, Y. and Shashi, k., 2009. The global competitiveness of the Chinese wooden furniture industry, Journal of Forest Policy and Economics, 11(2009): 561-569.
- Ratnasingam, J. and Loras, F., 2005. The Asian furniture industry: the reality behind the Statistics, Journal of Holz ALS Roh-und Werkstoff and 3(1):64-67.
- Robb,D. and Xie, B., 2003. A survey od manufacturing strategy and technology in the Chinese furniture industry, European management Journal, 21(4):484-496
- 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.

Study of the effective indices on wooden furniture imports in Iran

Tajdini, A.^{1*}, Taghadosi, A.², Pourmoussa, Sh.³, Jahan Latibari, A.⁴, Safdari, V.⁴
and Roohnia, M.⁴

1*- Corresponding Author, Associate Professor, Department of Wood and paper science and Technology, Islamic Azad university, karaj Branch, Iran. Email: ajang.tajdini@kiaou.ac.ir

2- M.Sc in wood and Paper Science and Technology, Islamic azad University, Karaj Branch, Iran.

3- Assistant Professor, Department of Wood and Paper Science and Technology, Islamic Azad university-karaj Branch, Iran.

4- Associate Professor, Department of Wood and Paper Science and Technology, Islamic Azad university-karaj Branch, Iran.

Received: January, 2012

Accepted: Feb., 2012

Abstract

In the recent years due to the innovative trends taking place in the production, packaging and shipping of furniture, world trade of these products has climbed drastically. This issue together with some given weaknesses in manufacturing and marketing domestic wooden has resulted in significant growth in furniture imports to Iran. To achieve efficient and economic imports, it is critical to understand market preferences and factors involved in selecting foreign goods for domestic products. In order to investigate the reasons for the expansion of the import quantities, the standardized questionnaires (certified by professionals and academic staff in four groups: Economics, Environmental, Technical and Technological, and Consumption) are provided using documentary and survey methods to investigate effective indices on importing wooden furniture to Iran and the reasons behind. These main indices of imports are rated by three methods: Likert spectrum, Duncan Test, and relative importance ratio of each index. We applied Likert spectrum on the whole statistical population and results indicated that Environment index ranked first followed by Consumption, Technical and Technological, and Economics indexes, respectively. Duncan test shows Economics index has the first rank, Environment index holds the second place. Technical and Technological index are in the same place as Consumption index and according to the test there is no significant differences between them. On the other hand, using the relative importance ratio method we classified related occupations into 4 groups: producers, vendors/ distributors, importers, and consumers. We employed third method to see how these four groups evaluate the importance of each index. Results are as follows: PRODUCERS believe that Environment index is in the first place and then Economics, Technical and Technological, and finally Consumption index. VENDORS/DISTRIBUTORS believe Consumption, Technical and Technological, Economics, and Environment index is the sequence. IMPORTERS believe that Consumption index is in the main priority and then Technical and Technological, Economics, and Environment hold next places.

Key words: Index, wooden furniture, imports, likert spectrum, duncan test.