گزارش خبر
NEWSREPORT
کد خبر: ۵۳۶۵۱۸
پنج شنبه ۲۸ آبان ۱۴۰۵ ۶:۵۶

ابتکار نظارتی؛ راه صادرات مبلمان باکیفیت ایران

صنعت مبلمان ایران از ظرفیت‌های قابل توجهی در زمینه طراحی، تولید و نیروی انسانی برخوردار است، اما نبود نظارت مؤثر بر کیفیت محصولات، رقابت ناسالم قیمتی و کاهش استانداردهای تولید، از جمله چالش‌هایی است که جایگاه این صنعت را در بازارهای داخلی و خارجی تحت تأثیر قرار داده است. ناصر طاهری افشار، فعال صنعت مبلمان با ۳۵ سال سابقه فعالیت، معتقد است بازگشت اعتبار مبلمان ایرانی در بازارهای بین‌المللی، مستلزم توجه جدی به کیفیت ساخت، استانداردهای فنی و نظارت بر فرایند تولید است.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، ناصر طاهری افشار، موسس و مدیر عامل برند مبل آرکانا، در گفت‌وگویی درباره وضعیت صنعت مبلمان کشور، با اشاره به تجربه چندین‌ساله خود در این حوزه، مهم‌ترین مشکلات این صنعت را ضعف نظارت، کاهش کیفیت برخی محصولات، رقابت بر سر قیمت به جای کیفیت و نبود معیارهای مشخص برای ارزیابی توانمندی تولیدکنندگان عنوان کرد.

افت کیفیت و از دست رفتن فرصت‌های صادراتی

طاهری افشار با اشاره به وضعیت صادرات مبلمان ایران در سال‌های گذشته اظهار کرد که در اواخر دهه ۱۳۷۰، مشتریانی از کشورهای همسایه، از جمله جمهوری آذربایجان، ارمنستان و برخی کشورهای جداشده از شوروی سابق، برای خرید مبلمان به ایران مراجعه می‌کردند.

به گفته او، در آن مقطع، محصولات ایرانی در برخی بازارهای منطقه با استقبال مواجه بودند و این ظرفیت وجود داشت که صادرات مبلمان به یکی از مسیرهای مهم توسعه این صنعت تبدیل شود.

وی توضیح داد که به‌تدریج، به دلیل نبود نظارت کافی بر کیفیت تولیدات، بخشی از محصولات نامرغوب وارد بازارهای صادراتی شد و تجربه نامناسب برخی خریداران خارجی، به اعتبار کلی مبلمان ایرانی آسیب زد.

طاهری افشار افزود که در ادامه، بخشی از مشتریان خارجی به سمت خرید محصولات ترکیه‌ای و برندهایی مانند استقبال و اپیک گرایش پیدا کردند و تولیدکنندگان ایرانی بخشی از فرصت‌های خود را در بازارهای منطقه از دست دادند.

او معتقد است این اتفاق نشان می‌دهد که کیفیت محصولات تنها بر اعتبار یک تولیدکننده تأثیر نمی‌گذارد، بلکه می‌تواند تصویر کلی یک صنعت و حتی یک کشور را در بازارهای خارجی شکل دهد.

ضرورت نظارت بر فعالیت تولیدکنندگان

این فعال باسابقه صنعت مبلمان، نبود نظارت کافی بر فعالیت کارگاه‌ها و تولیدکنندگان را یکی از مشکلات جدی این حوزه دانست و بیان کرد که امروزه افراد مختلفی با امکانات و تجربه‌های متفاوت وارد بازار تولید مبلمان می‌شوند.

به گفته او، راه‌اندازی یک کارگاه یا فعالیت در فضای مجازی به‌تنهایی به معنای برخورداری از دانش و مهارت کافی برای تولید محصول استاندارد نیست.

وی تأکید کرد که هدف از نظارت، جلوگیری از ورود افراد جدید به صنعت نیست؛ بلکه باید سازوکاری وجود داشته باشد تا تولیدکنندگان از نظر دانش فنی، مهارت اجرایی و توانایی رعایت استانداردهای تولید ارزیابی شوند.

طاهری افشار خاطرنشان کرد که در گذشته بسیاری از استادکاران این حوزه از مهارت بالایی برخوردار بودند و کیفیت محصولات تولیدی، امکان رقابت با نمونه‌های خارجی را فراهم می‌کرد. به اعتقاد او، حفظ و انتقال این دانش فنی به نسل جدید تولیدکنندگان، یکی از نیازهای مهم صنعت مبلمان است.

سه معیار اصلی در تولید مبلمان استاندارد

طاهری افشار با اشاره به اصول فنی تولید مبلمان، سه معیار اصلی را برای ارزیابی کیفیت این محصولات مطرح کرد: استحکام، کیفیت نشیمن و زیبایی.

او توضیح داد که نخستین معیار، استحکام و دوام سازه مبلمان است؛ محصول باید از نظر ساختار و اتصالات، کیفیت لازم را داشته باشد تا در طول زمان دچار مشکل نشود.

معیار دوم، کیفیت نشیمن است. به گفته او، مبلمان باید از نظر راحتی و تناسب ابعاد، شرایط مناسبی برای استفاده‌کننده فراهم کند. اگر نشیمن به‌درستی طراحی و اجرا نشود، حتی محصولی با ظاهر زیبا نیز نمی‌تواند رضایت مصرف‌کننده را جلب کند.

وی سومین معیار را زیبایی و هماهنگی طراحی با فضای داخلی دانست و افزود که مبلمان به دلیل جایگاه مهمی که در دکوراسیون خانه دارد، باید از نظر ظاهر، رنگ، طراحی و تناسب با محیط نیز مورد توجه قرار گیرد.

این فعال صنعت مبلمان تأکید کرد که رعایت هم‌زمان این سه معیار، می‌تواند مبنای مناسبی برای تولید محصول باکیفیت و رقابت در بازارهای داخلی و خارجی باشد.

رقابت قیمتی و کاهش توجه به کیفیت

طاهری افشار یکی دیگر از مشکلات بازار مبلمان را گسترش رقابت بر سر قیمت دانست و اظهار کرد که در برخی بخش‌های بازار، تولیدکنندگان به‌جای تمرکز بر کیفیت و ویژگی‌های فنی محصولات، تلاش می‌کنند با کاهش قیمت، مشتری بیشتری جذب کنند.

به گفته او، قیمت تمام‌شده مبلمان به عوامل متعددی مانند نوع چوب، کیفیت اسفنج، پارچه، رنگ، چسب، یراق‌آلات، دستمزد نیروی انسانی و سایر مواد مصرفی وابسته است.

وی توضیح داد که مواد اولیه با کیفیت‌های متفاوت و قیمت‌های مختلف در بازار عرضه می‌شوند و انتخاب هر یک از آن‌ها بر کیفیت نهایی محصول تأثیر می‌گذارد.

برای نمونه، اسفنج مورد استفاده در مبلمان می‌تواند از نظر تراکم و کیفیت تفاوت قابل توجهی داشته باشد. همچنین چوب راش، پارچه و رنگ نیز دارای درجه‌بندی‌های مختلفی هستند که در دوام، ظاهر و قیمت محصول اثر می‌گذارند.

طاهری افشار افزود که وقتی تولیدکننده از مواد اولیه باکیفیت استفاده می‌کند، طبیعی است هزینه تمام‌شده محصول او با محصولی که از مواد ارزان‌تر ساخته شده، یکسان نباشد.

او معتقد است مقایسه صرف قیمت‌ها، بدون توجه به مواد اولیه و کیفیت ساخت، می‌تواند مصرف‌کننده را دچار اشتباه کند و زمینه رقابت ناسالم در بازار را افزایش دهد.

تفاوت کیفیت؛ مسئله‌ای فراتر از ظاهر محصول

این فعال صنعت مبلمان با اشاره به دشواری تشخیص کیفیت برای مصرف‌کنندگان بیان کرد که بسیاری از تفاوت‌های فنی محصولات در زمان خرید قابل مشاهده نیستند و ممکن است پس از مدتی استفاده مشخص شوند.

به گفته او، محصولی که در ابتدا ظاهر مناسبی دارد، لزوماً از نظر استحکام، کیفیت نشیمن و دوام مواد اولیه نیز استاندارد نیست.

وی توضیح داد که گاهی استفاده از مواد اولیه نامناسب یا اجرای نادرست مراحل تولید، پس از گذشت یک یا چند ماه به مشکلاتی در محصول منجر می‌شود. در چنین شرایطی، مشتری ممکن است نارضایتی خود را به کل تولیدات ایرانی تعمیم دهد.

طاهری افشار تأکید کرد که این مسئله تنها به یک تولیدکننده محدود نمی‌شود و می‌تواند بر اعتبار سایر فعالان حرفه‌ای صنعت مبلمان نیز اثر بگذارد؛ به همین دلیل، رعایت استانداردهای تولید و نظارت بر کیفیت باید به‌عنوان یک مسئولیت مشترک مورد توجه قرار گیرد.

ظرفیت مبلمان ایرانی برای حضور در بازارهای خارجی

طاهری افشار با اشاره به توانمندی‌های تولیدکنندگان داخلی اظهار کرد که صنعت مبلمان ایران از نظر نیروی انسانی، طراحی و مهارت‌های اجرایی ظرفیت بالایی دارد و در صورت رعایت استانداردهای لازم، می‌تواند در بازارهای خارجی نیز حضور مؤثرتری داشته باشد.

او با اشاره به تجربه همکاری در زمینه طراحی و تولید برخی محصولات برای مشتریان خارجی توضیح داد که در مواردی، طراحان و فعالان بازارهای دیگر از توان تولیدکنندگان ایرانی برای اجرای سفارش‌های خود استفاده کرده‌اند.

به گفته وی، این تجربه‌ها نشان می‌دهد که مشکل اصلی صنعت مبلمان ایران، نبود توانایی یا استعداد نیست؛ بلکه باید شرایطی فراهم شود تا کیفیت محصولات به‌صورت مستمر حفظ و قابل اعتماد باشد.

او معتقد است برای رقابت با تولیدکنندگان ترکیه‌ای و برندهای معتبر اروپایی، ابتدا باید استانداردهای فنی و کیفیت ساخت در داخل کشور تقویت شود. رقابت در بازارهای جهانی صرفاً با کاهش قیمت امکان‌پذیر نیست و اعتبار محصول، دوام و رضایت مشتری نقش تعیین‌کننده‌ای دارند.

تبلیغات رسانه‌ای باید با کیفیت واقعی محصولات همراه باشد

این فعال صنعت مبلمان با اشاره به نقش تبلیغات و رسانه‌ها در معرفی محصولات ایرانی اظهار کرد که تبلیغات زمانی می‌تواند به توسعه یک صنعت کمک کند که با کیفیت واقعی تولیدات هماهنگ باشد.

او با اشاره به معرفی برخی شهرها به‌عنوان قطب تولید مبلمان کشور توضیح داد که برخورداری از ظرفیت تولید در یک منطقه، به‌تنهایی برای معرفی آن به‌عنوان مرکز برتر این صنعت کافی نیست.

به گفته طاهری افشار، صنعت مبلمان از بخش‌های مختلفی تشکیل شده است و کیفیت نهایی محصول به عملکرد مجموعه‌ای از تخصص‌ها و فرایندها وابسته است؛ از جمله نجاری، ساخت سازه، رنگ‌کاری، پارچه‌کاری و اجرای صحیح مراحل نهایی.

وی تأکید کرد که برای معرفی یک منطقه به‌عنوان قطب صنعت مبلمان، باید عملکرد تمام بخش‌های مرتبط با تولید مورد بررسی قرار گیرد و کیفیت محصولات نیز در ارزیابی‌ها لحاظ شود.

او همچنین معتقد است تبلیغات رسانه‌ای نباید صرفاً بر قیمت پایین یا ظاهر محصولات تمرکز داشته باشد، بلکه باید اطلاعات دقیق‌تری درباره کیفیت ساخت، مواد اولیه و ویژگی‌های فنی محصولات در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد.

تجربه حضور محصولات ایرانی در بازارهای خارجی

طاهری افشار در ادامه به تجربه‌ای از فعالیت در بازارهای خارجی اشاره کرد و گفت در سال‌های گذشته، همکاری با یک طراح و اجرای سفارش‌های مرتبط با بازار دبی، زمینه آشنایی نزدیک‌تر او با ظرفیت‌های تولید مبلمان ایران را فراهم کرده است.

او توضیح داد که در یکی از این تجربه‌ها، محصولی با کیفیت و طراحی مناسب تولید شد که در بازار خارجی با نام و عنوانی متفاوت به مشتریان عرضه می‌شد.

به گفته وی، گزارش تصویری این فعالیت نیز در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ توسط گروهی از عوامل رسانه‌ای تهیه شد و در قالب گزارشی با محوریت حمایت از تولید داخلی از تلویزیون پخش شد.

طاهری افشار این تجربه را نمونه‌ای از توانایی تولیدکنندگان ایرانی در ساخت محصولات باکیفیت دانست و تأکید کرد که کشور از نظر مهارت و توان اجرایی در این حوزه با کمبود جدی مواجه نیست؛ بلکه مسئله اصلی، ایجاد بستر مناسب برای معرفی درست محصولات و جلب اعتماد مشتریان است.

نقش رسانه‌ها در آگاهی‌بخشی به مصرف‌کنندگان

این فعال صنعت مبلمان، رسانه‌ها را یکی از ابزارهای مهم برای ارتقای آگاهی عمومی درباره کیفیت محصولات دانست و اظهار کرد که رسانه‌ها می‌توانند با معرفی معیارهای فنی، به مصرف‌کنندگان کمک کنند تا هنگام خرید، تنها به قیمت و ظاهر محصول توجه نکنند.

او با اشاره به برخی گزارش‌های رسانه‌ای درباره شکایت‌های مشتریان از خرید مبلمان بیان کرد که اطلاع‌رسانی درباره مشکلات بازار ضروری است، اما در کنار آن باید به معرفی معیارهای تشخیص محصول استاندارد و تفکیک تولیدکنندگان حرفه‌ای از فعالیت‌های غیرتخصصی نیز توجه شود.

وی افزود که رسانه‌ها می‌توانند با تهیه گزارش‌های کارشناسی، معرفی استادکاران باتجربه و بررسی مراحل صحیح تولید، به ارتقای دانش عمومی و تقویت فرهنگ خرید آگاهانه کمک کنند.

اهمیت آموزش و انتقال مهارت‌های تخصصی

طاهری افشار در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت مهارت در صنعت مبلمان اشاره کرد و گفت کیفیت نهایی محصول به دانش و تجربه افرادی وابسته است که در مراحل مختلف تولید فعالیت می‌کنند.

او با اشاره به تجربه همکاری با استادکاران باسابقه اظهار کرد که برخی از این افراد از دانش فنی و مهارت‌های ارزشمندی برخوردارند و انتقال این تجربه‌ها به نسل جدید می‌تواند به ارتقای کیفیت تولید کمک کند.

به گفته او، صرف فعالیت در یک کارگاه یا آشنایی ابتدایی با ابزار و مواد اولیه، به معنای تسلط بر تمام مراحل تولید نیست. هر بخش از صنعت مبلمان به تخصص مشخصی نیاز دارد و نیروی انسانی باید متناسب با مسئولیتی که بر عهده می‌گیرد، آموزش ببیند.

وی همچنین به ضرورت استفاده از ظرفیت اتحادیه‌ها و مراجع تخصصی برای بررسی شیوه‌های صحیح تولید اشاره کرد و معتقد است این نهادها می‌توانند در شناسایی روش‌های غیراصولی و ارتقای سطح مهارت فعالان بازار نقش مؤثری داشته باشند.

جمع‌بندی

دیدگاه‌ها و تجربه‌های ۳۵ساله ناصر طاهری افشار نشان می‌دهد که صنعت مبلمان ایران برای بازگشت به جایگاه مناسب خود در بازارهای داخلی و خارجی، بیش از هر چیز به ارتقای کیفیت تولید، نظارت تخصصی و تقویت مهارت نیروی انسانی نیاز دارد.

استحکام سازه، کیفیت نشیمن و زیبایی محصول سه معیار اصلی هستند که از نگاه او باید در تمام مراحل تولید مورد توجه قرار گیرند. همچنین رقابت صرف بر سر قیمت، بدون در نظر گرفتن کیفیت مواد اولیه و استانداردهای ساخت، می‌تواند به اعتبار تولیدکنندگان حرفه‌ای و جایگاه کلی مبلمان ایرانی آسیب وارد کند.

توجه به آموزش تخصصی، نظارت بر فعالیت تولیدکنندگان، معرفی درست محصولات و آگاهی‌بخشی به مصرف‌کنندگان می‌تواند زمینه‌ای برای تقویت اعتماد بازار و بازگشت فرصت‌های صادراتی فراهم کند؛ ظرفیتی که به باور این فعال باسابقه، صنعت مبلمان ایران همچنان از آن برخوردار است.