مجله اقتصادی
شماره‌های ۵ و ٦، مرداد و شهریور ۱۳۹۹، صفحات ۹۲-٦۳

مطالعه رفتار تولیدکنندگان صنعت چوب کشور در صادرات غیرنفتی ایران و عملکرد کشورهای همسایه در درآمدهای صادراتی

داود نعمتی
کارشناسی ارشد کسب‌وکار گرایش بازاریابی
Nemati.david@gmail.com

در این مقاله در نظر داریم تا نگاهی به درآمدهای صادراتی ایران و کشورهای همسایه داشته باشیم و اشاره‌ای به درآمدهای صادراتی با تفکیک درآمدهای نفتی و غیرنفتی داشته باشیم؛ مزایا و معایب هر یک را بیان کنیم؛ بدانیم سیاست‌ها و راهبردهای عملی کشور و همسایه‌ها در درآمدهای صادراتی به چه صورت بوده است؛ وضعیت ایران و همسایگانش در درآمدهای غیرنفتی چگونه است؛ در نهایت رویکردهای مثبت صادرات غیرنفتی را برمی‌شماریم. در این میان نمونه موردی از صنعت چوب کشور را به عنوان یک صنعت با پتانسیل‌های بالا در جهت بدل شدن به صادرات غیرنفتی معرفی می‌کنیم و مقایسه‌ای با همسایه موفق در این حوزه انجام می‌دهیم. این مقاله می‌تواند یک نمای کلی از صادرات غیرنفتی در حوزه صنعت چوب را به نمایش بگذارد و نتایج این مطالعه می‌تواند برای تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران در برنامه‌ریزی و توسعه کوتاه‌مدت و بلندمدت مفید واقع شود.

واژگان کلیدی: صادرات، صادرات غیرنفتی، کالاهای صادراتی، محصولات چوبی، کشورهای همسایه

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

١. مقدمه

توسعه صادرات غیرنفتی استراتژی تثبیت‌شده در دنیای امروز برای اقتصادهای در حال رشد است. این راهبرد در کشورهای دارای ذخایر نفتی نیز به‌خوبی درک شده و سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی در آن صورت گرفته است هرچند ممکن است، سرعت آن نسبت به کشورهای فاقد منابع نفتی کمی کند به نظر برسد. چراکه کشورهایی که از منابع نفتی بی‌بهره‌اند به صورت ذاتی تکیه خود را بر صادرات غیرنفتی شکل داده‌اند و تجارب ارزشمندی در این حوزه کسب کرده‌اند. کشورهای صادرکننده نفت طی دهه‌های گذشته آموخته و تجربه کرده‌اند که اقتصاد تک‌محصولی بر پایه انرژی همواره دستخوش تحولات سیاسی و نوسانات حاکم بر اقتصاد جهانی است. تنش‌ها و تحولات سیاسی در جهان و مناطق نفت‌خیز به مفهوم عدم ثبات در تقاضا و قیمت بازار جهانی انرژی است. تزلزل و عدم ثبات در بازار انرژی، تحقق درآمدهای پیش‌بینی‌شده دولت‌ها را میسر نمی‌سازد. محقق نشدن درآمدهای حاصل از صادرات نفت، برای کشورهای صادرکننده به معنی آن است که این کشورها باید در انتظار رویارویی با آثار منفی ایجادشده بر اقتصادشان باشند. در واقع عدم درآمد حاصل از پیش‌بینی فروش نفت تعهدات دولت‌ها را با مشکل روبرو می‌کند و طرح‌های عمرانی و زیر بنایی این کشورها با کمبود بودجه مواجه می‌گردد و اثر منفی حاصل به عموم بخش‌های جامعه تعمیم می‌یابد.

اگر به تاریخچه قیمت نفت در بازارهای جهانی نگاهی بیندازیم، نوسانات زیادی را در قیمت جهانی نفت از ابتدا تاکنون مشاهده می‌کنیم. به عنوان نمونه‌کی از این نوسانات در سال ١٩٩١ اتفاق افتاد که تحلیلگران آن را ناشی از تهاجم عراق به کویت و جنگ با متحدین کویت می‌دانند. عراق و کویت هریک به عنوان صادرکننده عمده نفت در منطقه خاورمیانه شناخته می‌شوند و سهم بالایی از ذخایر نفت دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. این تنش با حضور متحدانی همچون امریکا و انگلیس در منطقه خاورمیانه دوچندان شد. پیامد ناشی از این تنش، افزایش قیمت نفت به حدود ۴۰ دلار را به همراه داشت. هرچند این رقم ۴۰ دلار زیاد دوام نیاورد. اما نمونه‌ای از افت‌وخیزهای حاصل از نوسانات بازار نفت بوده است.

سه منبع از چهار منبع اصلی نفت جهان در منطقه خاورمیانه قرار گرفته است. ایران، عراق و عربستان سعودی که هر سه با توجه به حضورشان در منطقه پر مناقشه خاورمیانه از مشکلات منطقه و

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

نوسانات قیمت نفت دور نبوده‌اند. عربستان سعودی با حفظ سیاست داخلی و خارجی خود به نحوی ثبات نسبی را در فروش خود ایجاد نموده است. کشور عربستان با استراتژی اعتدالی که در پیش گرفته توانسته درآمد حاصل از فروش نفت خود را تثبیت کند. اما در نقطه مقابل کشورهای ایران و عراق پس از پایان جنگ فی‌مابین نتوانستند تاکنون ثبات لازم را در درآمدهای نفتی خود ایجاد کنند. آنچه تمام کشورهای صادرکننده نفت به دنبال آن هستند ثبات قیمت نفت است. حداقل نوسانات در قیمت نفت دولت‌ها را کمک می‌کند تا بودجه‌های پیش‌بینی‌شده خود را محقق کنند. نوسانات همواره کشورهای صادرکننده نفت را با مشکلات عدم توانایی در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت روبرو می‌کند. امروزه کشورهای صادرکننده نفت نوسانات ناشی از تغییرات قیمت نفت و انرژی را رصد می‌کنند؛ امروزه آن‌ها آگاه شده‌اند که نباید به‌تنهایی بر صادرات نفت خام تکیه کنند. تقریباً تمام دولت‌های دارای ذخایر نفتی به این مهم رسیده‌اند که برای خروج از بحران‌های وارده به بازار جهانی نفت که از کنترل آن‌ها خارج است، الزام دارند تا درآمدهای غیرنفتی خود را توسعه دهند. درآمدهایی که دارای ثبات بیشتر و در بسیاری موارد با سرمایه‌گذاری به‌مراتب کمتر از صنعت نفت به درآمدهای جذاب‌تری می‌رسد.

توسعه صادرات برابر رشد اقتصادی است که هر کشور به آن نیاز دارد و در این مقاله در ابتدا نگاهی به درآمدهای صادراتی ایران و کشورهای همسایه‌اش می‌اندازیم و می‌بینیم ایران و برخی از همسایگان دارای ذخایر نفتی چه درآمدی از صادرات نفتی خود دارند و در مقابل نوسانات ایجادشده در صادرات نفت و مشکلات موجود در عدم فروش نفت به دنبال چه راهبردی خواهند بود. صادرات غیرنفتی راهبردی است که کشورهای نفت‌خیز همواره از مزایای آن آگاه می‌باشند و در این مقاله به کشوری موفق در این نوع درآمد اشاره‌ای داریم. در پیامدهای درآمدهای ناشی از صادرات نفت همواره نوسانات ارزش نفت کشورها را دچار بحران‌هایی همچون تورم می‌کند. با نگاهی به تورم ایران و منطقه، نحوه تبدیل این بحران به یک مزیت رقابتی را در عمل می‌بینیم. بررسی رفتار کشور ترکیه در صادرات غیرنفتی و صنعت چوب این کشور را مشاهده می‌کنیم و نقطه مقابل آن رفتار ایران در صادرات غیرنفتی و صادرات صنعت چوب ایران را بررسی می‌کنیم و با بررسی نمونه‌های آماری از کارگاه‌های صنعت چوب کشور به دنبال موانع رشد صادرات صنعت چوب کشور را در ارقام مشاهده می‌کنیم و برخی از راهکارهای رفع آن را بیان می‌کنیم.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

۲. صادرات

صادرات کلمه‌ای که از دید شما می‌تواند به مفهوم انتقال کالا از مبدأ به مقصد بیان شود یا اینکه با مفهوم فروش تولیدات و خدمات به سایر کشورهای برای حصول درآمدهای ارزی در جهت رشد و توسعه اقتصادی کشور معرفی شود و یا هر تعریف دیگری که برای این عبارت بتوان بیان کرد. آنچه که امروزه بیشتر از تعریف صادرات شنیده می‌شود، عبارت‌های صادرات نفتی و صادرات غیرنفتی است. مجموع این دو واژه در کنار هم عبارت صادرات را شکل می‌دهد. صادرات غیرنفتی عبارتی است که در مقابل صادرات نفتی بیان می‌شود. در ایران و کشورهای همسایه این دو مفهوم بسیار پررنگ‌تر به چشم می‌خورد و بیشتر مورد بحث قرار می‌گیرد. ایران و کشورهای همسایه‌ای که دارای منابع نفتی می‌باشند امروزه بیشترین درآمدهای صادراتی خود را از صادرات نفت و گاز به دست می‌آورند.

امروزه بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه نیز بر این باور رسیده‌اند که لازمه توسعه و رشد اقتصادی درگروی رشد و توسعه صادرات است؛ در واقع صادرات، نیروی محرکه رشد اقتصادی است. توسعه صادرات در ایران نیز به عنوان یک کشور درحال‌توسعه همواره مورد توجه دولت‌های وقت بوده است. تحولات، فرازوفرودهای فراوان سیاسی کشور و تغییرات فراوان راهبردهای هر دولت با دولت بعدی و نبود یک برنامه‌ریزی بلندمدت در سیاست‌های اقتصادی کشور تاکنون نتیجه مطلوبی به همراه نداشته است.

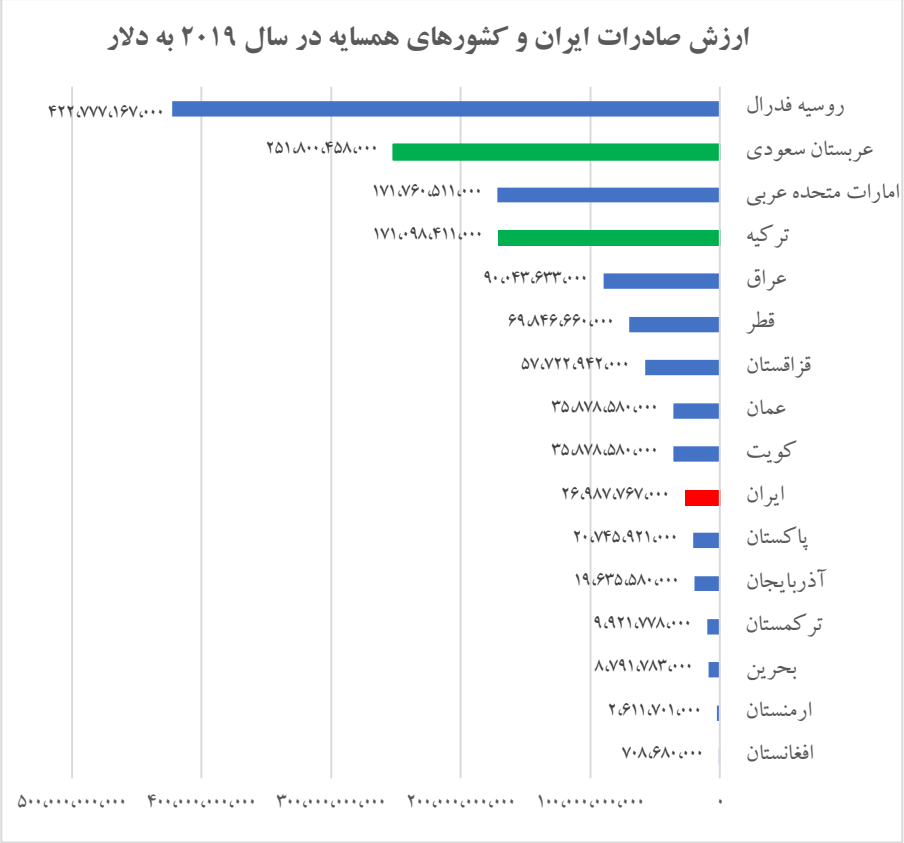
با نگاهی به آمار و ارقام صادراتی گمرکات کشور متوجه می‌شویم که صادرات در ایران روند ثابتی را طی نکرده است. جایگاه ایران در صادرات در سال ۲۰۱۹ در رتبه ۶۵ ام جهان قرار گرفته است و رتبه دهم را در بین کشورهای همسایه به خود اختصاص داده است. رشد سالانه صادرات نسبت به سال قبل یعنی سال ۲۰۱۸ برای ایران منفی بوده است و معادل ۷۲.۱ درصد کاهش رشد در حجم ارزش دلاری صادرات داشته است. این کاهش رشد برای کشوری با وسعت زیاد، منابع فراوان و جمعیت نسبتاً جوان بسیار نگران‌کننده است. این یعنی ایران نه‌تنها در صادرات نفتی موفق نبوده است بلکه در صادرات غیرنفتی نیز نتوانسته به‌خوبی عمل کند. هرچند آنچه همواره به عنوان توضیح بیان می‌شود مشکلات و عدم رسیدن به اهداف و برنامه‌ها بر دوش تحریم‌های اعمال‌شده بر علیه ایران عنوان شده است. اگر بخواهیم تحریم‌ها را به عنوان یک عامل بازدارنده در صادرات

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

بدانیم باید به این نکته توجه کنیم که این عامل خود به عنوان یک عامل محرک برای حوزه صادرات غیرنفتی خواهد بود.

در میان همسایگان ایران اگر به صادرات دو کشور همسایه عربستان و ترکیه نگاهی بیندازیم آنچه که در گزارش‌های صادراتی آن‌ها به چشم می‌خورد نحوه عملکرد آن‌ها در استراتژی‌های صادراتی است. یکی با تمرکز بر صادرات نفتی، خود را به عنوان یک نمونه صادرکننده نفتی مطرح کرده است و دیگری با استراتژی تمرکز بر صادرات غیرنفتی، توانسته خود را تحت عنوان صادرکننده غیرنفتی در منطقه معرفی کند. عربستان با رتبه ۲۳ جهانی ارزش صادرات خود را به حدود ۲۵۲ میلیارد دلار رسانده است که نسبت به سال قبل خود یعنی سال ۲۰۱۸ با رشد اقتصادی منفی ۱۴.۵ درصد کاهش، روبرو شده است و در بین همسایگان ایران رتبه دوم صادرات را در اختیار دارد. اما کشور بعدی ترکیه است که رشد اقتصادی مثبت ۱.۹ درصد را در اختیار دارد، این رشد ترکیه را در مقام چهارم در بین همسایگان ایران و رتبه ۳۱ جهانی قرار داده است. ترکیه با ارزش صادراتی ۱۷۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ در بخش صادرات غیرنفتی برای ایران و کشورهای همسایه بخصوص کشورهای دارای منابع نفتی یک الگو و آرزو به حساب می‌یابد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]



نمودار ۱. جایگاه صادرات ایران و همسایگانش در سال ۲۰۱۹ [۱]

بر صاحب‌نظران حوزه‌های اقتصادی پوشیده نیست که رشد و توسعه صادرات یک کشور مزایای بی‌شماری را به همراه دارد. رونق رشد اقتصادی، ایجاد درآمد مالیات، افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش رقابت بین تولیدکنندگان داخلی، بهبود کیفیت محصول تولیدی و خدماتی با توجه به الزام استانداردهای بین‌المللی، افزایش سطح بالای فن‌آوری و تکنولوژی‌های نوین، ارزآوری و بهبود تراز پرداخت تولیدکنندگان، جذب سرمایه‌های خارجی، گسترش و بهبود بازار داخلی و بسیاری موارد دیگر را می‌توان برشمرد که مزایای سیاست توسعه صادراتی می‌باشند.

با نگاهی به جدول ارزش صادراتی کشورهای مورد نظرمان که شامل ایران و کشورهای همسایه می‌باشند، رشد سالانه این کشورها در سال ۲۰۱۹ و ارزش حجم دلاری صادرات و همچنین جایگاه ۶۵ ایران در رتبه جهانی صادرات، الزام برنامه‌ریزی هرچه سریع‌تر و جدی‌تر را در بخش صادرات به ما تأکید می‌کند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

جدول ۱. ارزش صادراتی ایران و کشورهای همسایه در سال ۲۰۱۹ [۱]

ارزش صادرات ایران و کشورهای همسایه در سال ۲۰۱۹ [۱]			
رتبه جهانی	کشور	ارزش صادرات به دلار	رشد سالانه بین سال‌های ۲۰۱۸-۹ (٪)
۱۴	روسیه فدرال	۴۲۲.۷۷۷.۱۶۷.۰۰۰	-۵.۹
۲۳	عربستان سعودی	۲۵۱.۸۰۰.۴۵۸.۰۰۰	-۱۴.۵
۳۰	امارات متحده عربی	۱۷۱.۷۶۰.۵۱۱.۰۰۰	-۴۵.۸
۳۱	ترکیه	۱۷۱.۰۹۸.۴۱۱.۰۰۰	+۱.۹
۳۹	عراق	۹۰.۰۴۳.۶۳۳.۰۰۰	-۸.۲
۴۳	قطر	۶۹.۸۴۶.۶۶۰.۰۰۰	-۱۷.۱
۴۸	قزاقستان	۵۷.۷۲۲.۹۴۲.۰۰۰	-۵.۳
۴۹	کویت	۵۴.۶۳۷.۰۷۴.۰۰۰	-۲۴.۱
۵۸	عمان	۳۵.۸۷۸.۵۸۰.۰۰۰	-۱۴.۱
۶۵	ایران	۲۶.۹۸۷.۷۶۷.۰۰۰	-۷۲.۱
۷۰	پاکستان	۲۰.۷۴۵.۹۲۱.۰۰۰	-۱۲.۸
۷۱	آذربایجان	۱۹.۶۳۵.۵۸۰.۰۰۰	+۰.۸
۸۸	ترکمنستان	۹.۹۲۱.۷۷۸.۰۰۰	-۱.۷
۹۲	بحرین	۸.۷۹۱.۷۸۳.۰۰۰	-۳۸.۷
۱۲۷	ارمنستان	۲.۶۱۱.۷۰۱.۰۰۰	+۹.۶
۱۵۹	افغانستان	۷۰۸.۶۸۰.۰۰۰	-۱۹.۹

علی‌رغم مشکلات فراوان ایران در روابط بین‌الملل و منطقه، آنچه برای ایران باید به صورت یک اصل در اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت راهبردی قرار گیرد ارتقاء رتبه صادراتی خود در جهان و در بین همسایگان خود است. همچنین افزایش روابط تجاری پایدار به دور از تنش‌های سیاسی منطقه‌ای تا به ثبات تجاری در منطقه دست یابد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

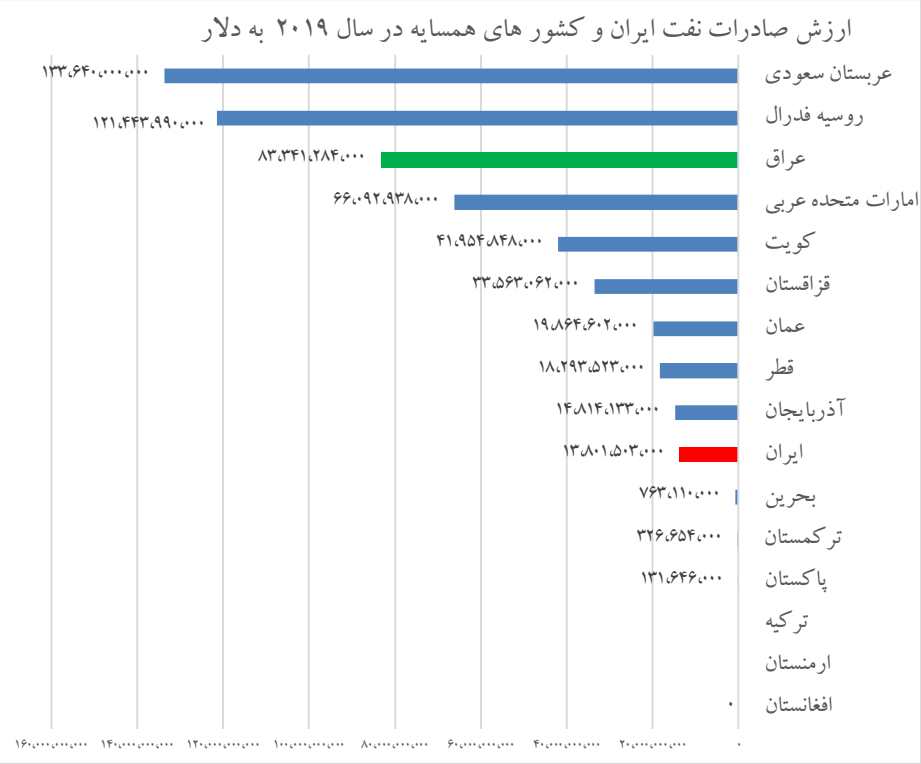
۳. صادرات نفت

کشورهای عربستان سعودی، روسیه، نروژ، ایران، امارات متحده عربی، نیجریه، کویت، ونزوئلا، الجزایر و لیبی ده کشور بزرگ صادرکننده نفت می‌باشند. آن‌ها تقریباً ۷۰ درصد از صادرات جهانی نفت را در اختیار دارند و همچنین بیش از ۵۰ درصد از تولید جهانی نفت را انجام می‌دهند و بیش از ۷۰ درصد از ذخایر جهانی نفت را در اختیار خود دارند. آن‌ها همچنین حدود ۴۵ درصد صادرات جهانی گاز و تقریباً ۴۰ درصد تولید جهانی گاز و تقریباً ۶۰ درصد ذخایر گاز جهان را نیز به خود اختصاص داده‌اند. [۲]

میانگین قیمت نفت از ۲۵ دلار در هر بشکه سال ۲۰۰۲ به ۶۵,۴ دلار در هر شبکه در سال ۲۰۰۶ افزایش یافت، این افزایش اهمیت کشورهای صادرکننده نفت را در اقتصاد جهانی پررنگ‌تر کرده است. سهم تولید ناخالص داخلی جهانی از ۳,۶ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۵,۵ در صد در سال ۲۰۰۵ افزایش یافت. [۲]

با نگاه به درآمد حاصل از نفت خام ایران و کشورهای همسایه‌اش در سال ۲۰۱۹ وضعیت درآمدی ایران در مقابل درآمدهای نفتی همسایگانش قابل مقایسه و بررسی است. سه کشور بحرین، ترکمنستان و پاکستان اختلاف زیادی در حجم صادرات نفت در سال ۲۰۱۹ با ایران دارند. ایران در سال ۲۰۱۹ توانست در بین صادرکنندگان نفت رتبه ۲۱ ام را به خود اختصاص دهد. این رتبه حجم صادراتی در حدود ۱۴ میلیارد دلار را به همراه داشته است، که رقم نسبتاً پایینی است. جایگاه ایجادشده برای ایران ناشی از تنش‌های فراوان سیاسی در منطقه بوده است. تأثیر محدودیت‌های تحریم‌ها بر صنعت نفت ایران به گونه‌ای بوده است که در سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۱۹ ظرف مدت یک سال با رشد منفی ۷۲.۸ درصد کاهش روبرو شده است. این حجم از کاهش ایجادشده در درآمد ارزی ایران، شوک شدیدی بر اقتصاد کشور وارد کرده است. این شوک نه‌تنها امروز مشکلات شدیدی برای اقتصاد و صنایع کشور ایجاد می‌کند بلکه جبران آن در سال‌های بعد نیز بسیار سخت و پرهزینه خواهد، به طوری که بازگشت و رسیدن به کشورهای هم‌سطح به آرزوی دست‌نیافتنی بدل خواهد شد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]



نمودار ۲. جایگاه ارزش صادرات نفت ایران و کشورهای همسایه در سال ۲۰۱۹ [۳]

زمانی که از صادرات نفتی و درآمدهای حاصل از آن صحبت می‌کنیم نیاز هست تا مواردی را که در سیاست‌های اقتصادی کشورهای صادرکننده نفت تأثیرگذار هستند را نیز بیان کنیم.

افزایش درآمدهای نفتی حاصل از افزایش قیمت جهانی نفت باعث افزایش تولید ناخالص داخلی این تولیدکننده‌ها شده است در واقع می‌توان گفت حجم تولید همان است ولی درآمد افزایش یافته است و اعداد و ارقام در تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد در واقع حبابی که ایجاد شده است ناشی از افزایش فعالیت‌های بخش‌های اقتصادی در تولید کالا و یا خدمات نبوده است.

به نگاهی به جدول (۲) ارزش صادرات نفت کشورها و رشد سالانه آن‌ها در بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۱۹ درآمد حاصل از صادرات نفتی این کشورها به‌خوبی دیده می‌شود. ترکمنستان با رشد ۱۹۷ درصدی صادرات نفت خود به یک درآمد تقریباً ۳۲۶ میلیون دلاری رسیده است که درآمد بسیار بالایی برای این کشور به حساب می‌آید که ادامه این روند می‌توان انتظار رشد و شکوفایی در چند سال آینده برای این کشور درحال‌توسعه را داشت. در نقطه مقابل آن کاهش شدید صادرات نفتی ایران با رشد منفی ۷۲.۸ درصدی گویای کاهش شدید درآمدهای دولت را نشان می‌دهد. اما سه

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

کشور ترکیه، ارمنستان و افغانستان فاقد صادرات نفتی می‌باشند که بررسی درآمدهای صادراتی این کشور می‌تواند کمک شایانی در شناخت راهبردهای صادرات غیرنفتی باشد.

جدول ۲. درآمد حاصل از صادرات نفت خام ایران و کشورهای همسایه در سال ۲۰۱۹ [۳]

رتبه جهانی	کشور	ارزش صادرات نفت به دلار	رشد سالانه بین سال‌های ۲۰۱۸-۹ (٪)
۱	عربستان سعودی	۱۳۳.۶۴۰.۰۰۰.۰۰۰	+۰.۰۱
۲	روسیه فدرال	۱۲۱.۴۴۳.۹۹۰.۰۰۰	-۵.۹
۳	عراق	۸۳.۳۴۱.۲۸۴.۰۰۰	-۹.۸
۵	امارات متحده عربی	۶۶.۰۹۲.۹۳۸.۰۰۰	+۱۳.۱
۷	کویت	۴۱.۹۵۴.۸۴۸.۰۰۰	-۱۸.۹
۹	قزاقستان	۳۳.۵۶۳.۰۶۲.۰۰۰	-۱۱.۲
۱۶	عمان	۱۹.۸۶۴.۶۰۲.۰۰۰	-۱.۲
۱۷	قطر	۱۸.۲۹۳.۵۲۳.۰۰۰	+۳۲.۵
۱۸	آذربایجان	۱۴.۸۱۴.۱۳۳.۰۰۰	-۵.۷
۲۱	ایران	۱۳.۸۰۱.۵۰۳.۰۰۰	-۷۲.۸
۴۵	بحرین	۷۶۳.۱۱۰.۰۰۰	۰
۵۳	ترکمنستان	۳۲۶.۶۵۴.۰۰۰	+۱۹۷
۵۸	پاکستان	۱۳۱.۶۴۶.۰۰۰	-۵۰.۱
۰	ترکیه *	۰	۰
۰	ارمنستان *	۰	۰
۰	افغانستان *	۰	۰

* فاقد درآمد صادرات نفتی جدول (۲) ارزش صادرات نفت ایران و کشورهای همسایه

٤. صادرات غیرنفتی

صادرات غیرنفتی هدفی که عموم کشورهای صادرکننده نفت در تلاش هستند تا بتوانند با ایجاد زیرساخت‌ها به آن دست یابند و در واقع این بخش از صادرات خود را افزایش دهند. کشورهایی که فاقد درآمدهای نفتی هستند و یا منابع نفتی آن‌ها بسیار کم است با توجه به شرایطی که با آن مواجه بوده‌اند طی سال‌ها زیرساخت‌ها صادرات غیرنفتی خود را شکل داده‌اند و امروزه از تجارب

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

خوبی در این حوزه برخوردار می‌باشند. این گروه از کشورها توانسته‌اند سهم خود را در بازارهای جهانی تثبیت کنند. امروزه کشورهای دارای صادرات نفتی که نتوانسته‌اند سهم صادرات غیرنفتی خود را افزایش دهند، شرایط سختی را پیش رو دارند تا بتوانند از رقبای باتجربه خود پیشی بگیرند.

با توجه به مزایای صادرات غیرنفتی برای کشورهای درحال‌توسعه و دارای منابع نفتی و رسیدن به درآمدهای ثابت و دوری دولت‌ها درآمدهای نفتی متزلزل، در بین کشورهای همسایه ایران به کشور ترکیه نگاهی می‌اندازیم. ترکیه، همانند ایران مشابهت‌های فرهنگی، قومی، جمعیتی و موقعیت مکانی پل ارتباطی منطقه‌ای و بین‌قاره‌ای دارد. همان‌قدر که ایران در منطقه پل ارتباطی شرق به غرب و جنوب به شمال است ترکیه نیز پل ارتباطی اروپا با آسیا و اروپا با خاورمیانه است. همان‌طور که ایران دسترسی به پهنه خلیج فارس دارد ترکیه نیز دسترسی دریای سیاه و مرمره را دارد. این عوامل مقایسه را امکان‌پذیر می‌سازد. این کشور که فاقد درآمدهای صادرات نفتی است اما دارای درآمدهایی از صادرات غیرنفتی است. این درآمد در سال ۲۰۱۹ بالغ بر رقمی معادل ۱۷۱ میلیارد دلار بوده است. این کشور به قدری به این درآمد باور دارد که توانسته است رشد ۱.۹ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۸ برای خود ایجاد کند. این رقمی است که در مقایسه با صادرات غیرنفتی ایران که تنها ۱۳.۱ میلیارد دلار است بسیار بالا است. به طوری بدون نگاه به لیست اقلام صادراتی و برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت این کشور می‌توان بیان کرد که ترکیه می‌داند درآمد از صادرات غیرنفتی به چه معنا است. رسیدن به این رقم بدون صادرات نفت نه‌تنها برای ایران بلکه برای سایر کشورهای منطقه الگوی اقتصادی مناسبی باشد.

باید خاطرنشان کرد که بخشی از صادرات غیرنفتی ایران و برخی کشورهای نفت‌خیز منطقه شامل کالاهای پتروشیمی، گاز، میعانات، کانی‌های فلزی و غیرفلزی است. بخشی از کالاهای عنوان شده محصولاتی هستند که به نفت وابسته می‌باشند. و در بسیاری از کالاهای صادراتی که در بخش صادرات غیرنفتی بیان می‌شود کالاها بدون ارزش افزوده به صورت خام فروخته می‌شود. خام فروشی به‌نوعی همانند فروش نفت خام است و در واقع کشورها برای برنامه‌ریزی بهتر در حوزه صادرات غیرنفتی خود این گروه کالاها را نیز باید از کالاهای غیرنفتی خود خارج کنند تا بتوانند دید بهتر و برنامه‌ریزی دقیق‌تری برای آینده داشته باشند. کشورهای نفت‌خیز با قرار دادن این کالاها خام باعث می‌گردند تا از سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های سایر صنایع غافل شوند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

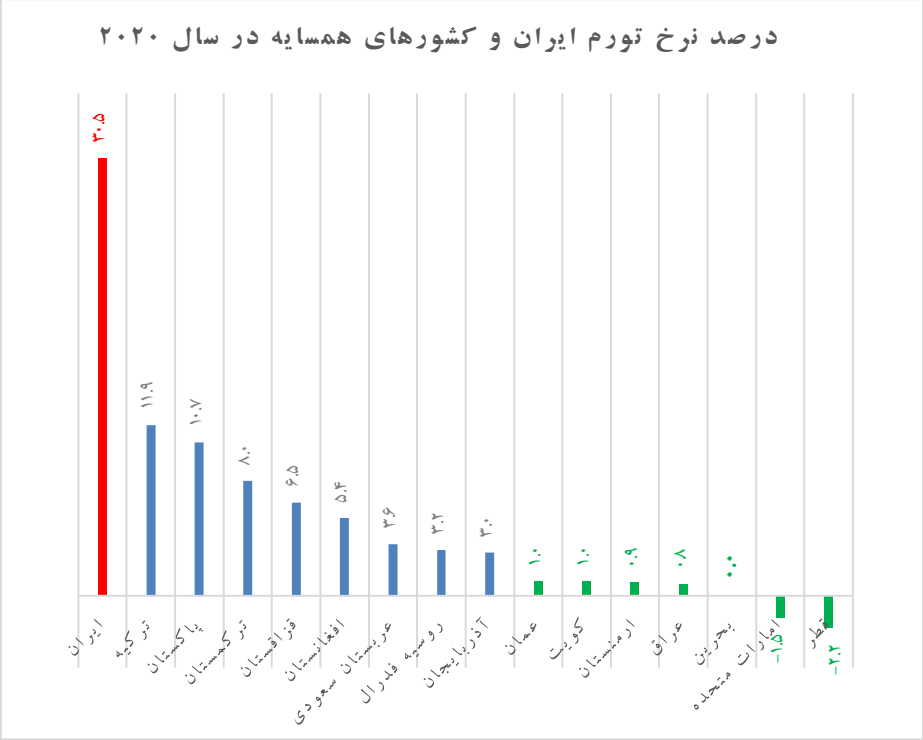
٥. تورم و صادرات

با افزایش قیمت نفت و درآمدهای ایجادشده برای تولیدکننده‌های نفت، اتفاقی که در نقطه مقابل تولیدکننده‌های نفت می‌افتد افزایش فشار بیشتر بر کشورهای واردکننده نفت است. این اتفاق باعث می‌گردد تا قیمت بالای نفت باعث کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم در بین واردکنندگان نفت گردد.

همچنین نظام پول و ارزی معاملات وابسته به دلار امریکا با کاهش ارزش دلار رفتارهای سیاسی در دولت‌ها عواملی را رقم می‌زنند تا این کشورها در معرض بیشتر تحولات بی‌ثبات کننده در بازارهای بین‌المللی نفت گردند. بی‌ثباتی در بازار نفت به دولت‌های وابسته به صادرات نفت لطمات زیادی وارد می‌کند.

اگر متوسط نرخ تورم کشور بالاتر از متوسط نرخ تورم کشورهای همسایه یا طرف تجاری ما باشد و نرخ ارز مبادلاتی ثابت باشد توان صادراتی ما کاهش خواهد یافت و قدرت رقابت در بازار بین‌المللی از دست می‌رود با نگاهی به جدول نرخ تورم ایران با همسایگانش متوجه می‌شویم که عملاً این قدرت رقابت از میان رفته است و عملاً امکان صادرات کالای رقابتی و غیراستراتژیک وجود ندارد. تنها زمان نجات از این بحران، زمانی خواهد بود که نرخ ارز تفاضل تورم داخلی و تورم طرف تجاری ایجاد گردد. با افزایش نرخ ارز در کشور ما هم با افزایش تورم و هم افزایش نرخ ارز مواجه شدیم و حال انتظار می‌رود تا صادرات کالا به دلیل کاهش قیمت کالا در بازارهای خارجی تقاضا پیدا کند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]



نمودار ۳. درصد نرخ تورم ایران و کشورهای همسایه در سال ۲۰۲۰ [٤]

با افزایش قیمت دلار و تورم ایجادشده از یک سو و مشکلات ناشی از تبادلات مالی با بانک‌های خارجی ناشی از عوامل سیاسی از سوی دیگر رفتارهای صادراتی جدیدی را در مبادی خروجی به وجود آورده است. آنچه به‌خوبی در آمار و ارقام گمرکات ایران به چشم می‌خورد صادرات کالاهایی است که بدون برنامه‌ریزی پیشین دولت وارد گمرکات کشور شده است. کالاهایی که در بازارهای مرزی بیشتر مبادله شده‌اند و بر اساس عرضه و تقاضای قیمت تمام‌شده پایین‌تر در کشور مقصد برای خود جایگاه پیدا کرده‌اند. این کالاها تنها بر اساس مزیت رقابتی قیمت تمام‌شده امکان فروش پیدا کرده‌اند. با افزایش نرخ تورم و نرخ ارز گروه کالاهایی به سبد صادرات غیرنفتی اضافه گردیده است. حال که می‌توان این مشکل ایجادشده را به یک فرصت تبدیل کرد هم بخش خصوصی و هم بخش دولتی در یک راهبرد کوتاه‌مدت باید بهره لازم را از این موضوع ببرند.

به عنوان نمونه در سال ۱۳۹۷ ارقام بسیار بالایی از کالاهای غیرنفتی به کشور عراق صادر شده است. در یک نمونه از کد تعرفه ۹۴۰۳ محصولات چوبی و مبلمان رقمی بالغ بر ۴۲.۳۶۶.۷۸۵ دلار

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

به‌تنهایی به عراق صادر شده است و در مقابل صادرات بـه ۵۳ کشـور دیگـر معـادل ۷.۴۹۴.۰۲۱ دلار بوده است. [۱۴] این رفتار عمدتاً ناشی از افزایش نرخ تورم، افزایش نرخ ارز، سهولت مبادلات مـالی و همسایگی با کشور عراق است.

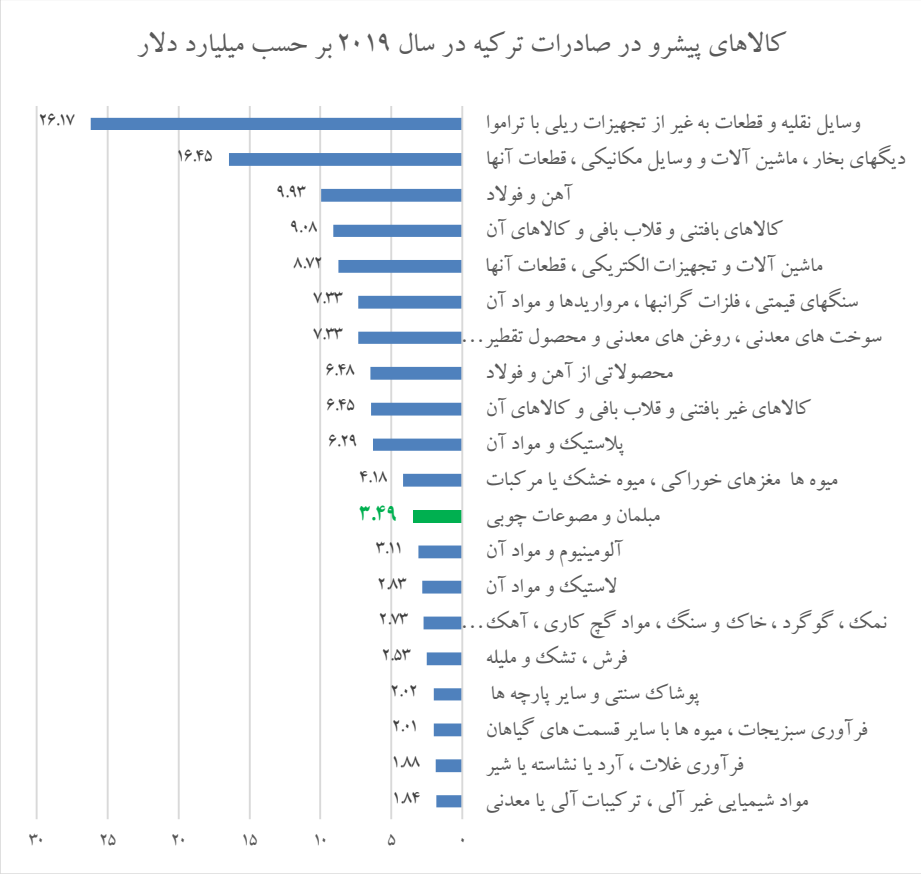
٦. ترکیه و صادرات غیرنفتی

کشور ترکیه با حجم بالای صادرات خود محصولات تولیدی زیادی را در سبد صادراتی خود دارد. برخی از این اقلام شامل خودرو، ماشین‌آلات، آهن و فولاد، البسه بـافتنی، ماشـین‌آلات و تجهیـزات الکتریکـی، سـنگ‌هـای قیمـت و فلـزات گرانبهـا، محصـولات آهـن و فـولاد، لبـاس و اکسسـوری، پلاستیک و محصولات پلاستیکی، محصولات چوبی و مبلمان، آجیـل و ادویـه و بسـیاری کالاهـای دیگر مجموعه محصولات صادراتی ترکیه را تشکیل می‌دهد.

با نگاهی به کالاهای صـادراتی ترکیـه درمـی‌یـابیم ایـن کشـور بـر روی تـک‌تـک محصـولات صادراتی خود برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت داشته است. ترکیه به‌خوبی برنامه‌های کوتاه‌مـدت صادرات خود را عملیاتی می‌کند. در بحران‌های منطقه عراق، سوریه، کشورهای حوزه خلیج فـارس و یا آذربایجان ترکیه به‌سرعت وارد شده و محصولات متنوعی در این بازارها عرضه مـی‌کنـد. تمـام این رفتارها خارج از عملکرد سیاسی این کشور است.

از سوی دیگر آنچه کشور ترکیه بر آن تأکید دارد دوری از خام فروشی است و اهـم صـادرات خود را بر محصولات تولیـدی خـود گذاشـته اسـت. بـه طـوری کـه در صـنعت چـوب بـه مـوازات صادرات چوب الوار و گرده بینه صادرات محصولات چـوبی و مبلمـان نیـز ارقـام قابـل قبـولی را در صادرات نشان می‌دهد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]



نمودار ٤. برترین کالاهای صادراتی ترکیه در سال ۲۰۱۹ [۵]

ترکیه با ایجاد سبدی متنوع در حوزه‌های مختلف توانسته به‌خوبی ثبات در صادرات غیرنفتی برای خود ایجاد کند. این تنوع باعث گشته تا هر عامل منفی که در بازار جهانی ایجاد شود درآمدهای ارزی این کشور را کمتر دچار افت کند. ترکیه در بازاریابی خارجی بسیار قوی عمل کرده است به طوری که بر اساس نقشه پورتال داده‌های ترند اکونومی [۶] تقریباً با بیش از ۹۰ درصد کشورهای جهان مبادلات تجاری دارد. صادرات به کشورهای همسایه، کشورهای امریکای جنوبی، افریقا و اقیانوسیه توانسته رشد مثبتی را برای صادرات ترکیه رقم بزند.

۷. ترکیه و صنعت چوب

مساحت کل ترکیه نزدیک به ۸۰ میلیون هکتار است که از این پهنه ۲۷.۴ درصد را جنگل‌ها پوشش می‌دهند. بر اساس گزارش سازمان غذا و کشاورزی ملل متحد (فائو) ترکیه در بین ده کشور اول

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

توسعه و گسترش‌دهنده جنگل قرار گرفته است (GDF 2010). بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵ ترکیه حدود ۱۲۳.۰۰۰ هکتار جنگل‌کاری نموده است یعنی به‌طور متوسط ۲۵.۰۰۰ هکتار در هر سال اقدام به کاشت درخت و تولید جنگل نموده است (فائو ۲۰۰۵).

GDF: General Directorate of Forestry

گونه‌های اصلی درختانی که برای تولید چوب الوار در ترکیه استفاده می‌شود شامل:

- کاج‌های Pinus broia، Pinus nigra، Pinus silvestris؛
- راش Fagus orientalis؛
- صنوبر Abies bornmulleriana و Picea orie؛
- سرو Cedrous libani؛ و
- بلوط Quercu.

در حالی که بین سال‌های ۱۹۹۲ و ۲۰۰۲ سالانه به طور متوسط ۷۵ میلیون اصله نهال تولید می‌شد، با مطالعات و تحقیقاتی که در این حوزه انجام شد ترکیه توانست طی ۱۶ سال گذشته، میزان تولید سالانه نهال خود را به طور متوسط به ۳۵۰ میلیون نهال افزایش دهد. در برخی از سال‌ها، میزان تولید این کشور به ۴۷۰ میلیون قطعه نهال نیز افزایش یافت. در بخش تولید بذر نیز ۳۲۰ میلیون بذر در سال ۲۰۱۸ تولید شده است. طی ۵ سال اخیر تعداد گونه‌های تولیدشده در مزارع کشت درختان جنگلی از ۴۰۰ به ۸۵۴ مورد افزایش داده شده است. [۹]

این عملکرد نشان از برنامه‌ریزی‌های بلندمدت سیاست‌گذاران حوزه صادرات غیرنفتی در حوزه صنعت چوب را نشان می‌دهد که در تلاش هستند تا در درازمدت بخش اعظم نیاز مواد اولیه صنعت چوب را در داخل تولید کنند تا بتوانند هزینه‌های بخش‌های تولیدی را کاهش دهند و حتی بتوانند صادرات محصولات گرده بینه یا الوار را توسعه دهند. ترکیه با موقعیتی که در منطقه دارد و به بازار خاورمیانه دسترسی دارد نگاه ویژه‌ای بر کشورهای فاقد تولیدات چوبی دارد. هزینه نسبتاً پایین نیروی کار در ترکیه موقعیت تولید رقابتی را در اتحادیه اروپا فراهم نموده است.

با نگاهی به صادرات چوب و جنگلداری در تعرفه‌های صادراتی ترکیه (جدول ۳) آنچه به‌خوبی در آمار صادرات طی سال‌های ۲۰۱۵ الی ۲۰۱۷ به چشم می‌خورد تنوع صادرات در صنعت چوب است. با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در درختکاری این امکان برای صادرات صنعت چوب ترکیه فراهم شده است تا بتواند از خام فروشی الوار، گرده بینه و روکش چوب تا کالاهای

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

ساخته‌شده از چوب، زغال چوب و ورق‌های فشرده چوبی در سبد صادراتی خود قرار دهد. در سال ۲۰۱۷ حجم صادرات محصولات چوبی این کشور تقریباً معادل ۷۶۴ میلیون دلار بوده است. [۱۰]

جدول ۳. صادرات چوب و جنگلداری ترکیه بر اساس محصول (ارزش به میلیون دلار)

کد تعرفه	محصولات صنعت چوب سال	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷
		ارزش به میلیون ریال		
۴۴۰۳	چوب خام، حتی پوست یا قشر سطحی سالانه آن کنده‌شده یا چهار تراش شده	۲.۸	۲.۶	۳
۴۴۰۷	چوب اره شده یا ناهمواری گرفته‌شده از درازا (الوار)، لایه بری‌شده یا پوست‌کنده، حتی رنده شده، سمباده خورده یا متصل شده از دو سر (End-jointed) به ضخامت بیش از ۶ میلی‌متر.	۱۰.۱	۱۰.۵	۱۱
۴۴۰۸	ورق برای روکش کردن، برای چوب‌های چندلا یا برای چوب‌های مورق شده مشابه و سایر چوب‌ها، اره شده به درازا، لایه‌بری شده یا پوست‌کنده، حتی رنده شده	۲۵.۸	۲۵.۹	۳۰
۴۴۰۹	چوب شکل داده‌شده به طور پیوسته (زبانه شده، کلیک شده) در امتداد هریک از لبه‌ها،	۱۳.۵	۸.۳	۱۰
۴۴۱۰	تخته (از) خرده‌ریز چوب (Particle)، تخته با رشته‌های جهت‌دار شده	۸۰.۶	۱۰۸	۱۳۹
۴۴۱۱	تخته فیبری از چوب یا از سایر مواد چوبی، حتی به هم فشرده با رزین یا سایر چسباننده‌های آلی.	۲۷۶.۲	۲۶۳.۵	۳۴۷
۴۴۱۲	تخته چندلا، پانل‌های روکش‌شده و چوب مطبق شده	۱۴.۲	۱۳.۵	۱۵
۴۴۱۳	چوب‌های متراکم شده، به شکل بلوک، صفحه، باریکه یا پروفیل	۳۶.۲	۳۹.۳	۲
۴۴۱۵	صندوق، صندوقچه، قفسه، بشکه و ظروف بسته‌بندی همانند، از چوب؛ استوانه (قرقره) برای کابل از چوب؛ پالت‌های ساده و پالت‌های صندوقی و یا سایر تخته‌های بارگیری (Load board)، از چوب؛ حلقه‌های اتصالی پالت از چوب.	۳۱.۲	۲۹.۷	۲۹
۴۴۱۸	مصنوعات نجاری و قطعات چوب‌بست برای ساختمان از چوب و همچنین پانل‌ها و پوشش کف (Flooring) یا صفحه، توفال و تخته لمبه	۱۷۵.۱	۱۴۸.۸	۱۴۴
۴۴۱۹	لوازم سر میز و آشپزخانه، از چوب:	۲.۶	۳.۷	۵
۴۴۲۰	چوب خاتم‌کاری شده و چوب منبت‌کاری شده؛ جعبه و قوطی قاب برای زیورآلات یا کارد و چنگال و اشیای همانند، از چوب مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی، از چوب	۱.۷	۱.۸	۴
۴۴۲۱	صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب، خاتم، رخت‌آویز، خلال چوب کبریت و سایر	۱۸.۳	۱۵.۹	۱۸
...	.....	..	..	..
...	.....	..	..	..
	مجموع (ارزش میلیون دلار)	۶۹۲.۶	۶۷۵.۹	۷۶۳.۹

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

۸. مبلمان و مصنوعات چوبی در ترکیه

ترکیه در صادرات مبلمان ازجمله محصولات صادراتی است که بسیار زبانزد شده است. که می‌تواند بخشی از آن یا تماماً از چوب ساخته شده باشد تولید مبلمان در ترکیه به قرن نوزدهم برمی‌گردد و در کارگاه‌های کوچک به عنوان تولید صنایع دستی انجام می‌شده است. صنعت مبلمان ترکیه به دو دسته تقسیم می‌شوند حجم زیادی کارگاه‌های کوچک با ماشین‌آلات سنتی و نیمه پیشرفته و بخشی دیگر دارای ماشین‌آلات پیشرفته و خطوط تولید است. از سال ۱۹۹۰ کارگاه‌های تولید مبلمان استانداردسازی کارخانه‌ها را در دستور کار قرار دادند و خطوط تولید را با دستگاه‌های CNC تجهیز نمودند. در مقوله کنترل کیفیت نیز این کارخانه‌ها از کنترل کیفیت مواد اولیه تا کنترل بسته‌بندی و لجستیک کلیه استانداردهای ISO مرتبط و کنترل کیفیت را اخذ نمودند.

ازجمله جنبه‌های مهم این بخش طراحی و مد در صنعت مبلمان است که جنبه مهم بازاریابی صنعت مبلمان است. طراحان ترک دائماً در بازارهای خارجی وقت صرف تحقیقات می‌کنند.

از نکات بسیار مورد توجه در رشد صنعت مبلمان ترکیه بازاریابی خارجی این کشور در صنعت مبلمان است. به گفته رئیس اتحادیه بازرگانان صنعت مبلمان Mobsad ترکیه با توجه به درآمد سرانه رو به رشد کشور چین و اینکه این کشور خود بزرگ‌ترین صادرکننده مبلمان در جهان است، ترکیه توانسته مبلمان باکیفیت و لوکس به چین صادر کند. ترکیه طی پنج سال گذشته سالانه ۱۰۰ درصد صادراتش به چین را افزایش داده است و با ایجاد مسیر جدید راه ابریشم نه‌تنها چین بلکه کشورهای آسیای دور را نیز هدف قرار داده است.

ترکیه در کنار استراتژی کشورهای هدف که شامل ۱۷ کشور ایالات متحده، برزیل، چین، اتیوپی، مراکش، آفریقای جنوبی، کره جنوبی، هند، عراق، انگلیس، ژاپن، کنیا، مالزی، مکزیک، ازبکستان، روسیه و شیلی در اولویت قرار داد. استراتژی بازارهای نزدیک همسایگانی که طی ۲ الی ۳ ساعت به آن‌ها دسترسی داشته باشند را نیز نادیده نمی‌گیرند.

صادرات ترکیبی مبلمان، چوب و محصولات جنگلی در سال ۲۰۱۸ با ۱۳ درصد افزایش به رقم ۵.۰۲ میلیارد دلار رسیده است. سهم صادرات مبلمان ترکیه در بازار جهانی ۱.۴ درصد است و هدف‌گذاری صورت گرفته تا سال ۲۰۲۳ ۲.۵ درصد سهم بازار جهان است. [۱۲]

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

۹. صادرات غیرنفتی ایران

با نگاهی به کالاهای صادرات ایران در بخش صادرات غیرنفتی گروه کالاهای پتروشیمی، میعانات گازی، معدن، صنعت، کشاورزی و صنایع دستی بیشترین کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های متوالی بوده است. کالاهای پتروشیمی، میعانات گازی و معدن عموماً در اختیار بخش دولتی و نیمه‌دولتی کشور قرار دارد و سیاست‌های صادرات این محصول‌ها عمدتاً توسط دولت صورت می‌گیرد. سایر گروه‌های صنعت، کشاورزی، صنایع دستی و فرش عمدتاً توسط بخش خصوصی صورت می‌گیرد.

CNC: Computer Numerical Control
ISO: International Organization for Standardization

در سال ۱۳۹۷ عملکرد ایران در صادرات غیرنفتی کالا و میعانات گازی ۴۴۳۱۰ میلیون دلار بوده است. از این مقدار میعانات گازی ۴۹۳۵ میلیون دلار، پتروشیمی ۱۴۱۵۰ میلیون دلار و معدن ۱۴۷۷ میلیون دلار اعلام شده که در مجموع این سه گروه محصول ۲۰, ۵۶۲ میلیون دلار از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است. در بخش‌های صنعت با حجم صادرات ۱۹۶۹۳ میلیون دلار، بخش کشاورزی ۳۷۴۷ میلیون دلار و بخش صنایع دستی و فرش نیز ۳۰۸ میلیون دلار صادرات را نشان می‌دهد که این سه بخش نیز در کنار هم ارزش ۲۳, ۷۴۸ میلیون دلار را به خود اختصاص داده‌اند. [۱۳]

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]



نمودار ۵. درصد صادرات غیرنفتی سال ۱۳۹۷

ایران با توجه به تنش‌های فراوان سیاسی و تحریم‌های بین‌المللی که در دهه‌های اخیر رو به افزایش است. و این تنش‌ها عامل بازدارنده در رشد صادرات نفتی و اقتصاد شده است. جدای از راهبرد مذاکرات و بهبود روابط منطقه که در شرایط فعلی کمی دور به نظر می‌رسد تنها راهبردی که برای نجات و افزایش درآمدهای دولت باقی می‌ماند، بهبود راهکارها و سازوکار توسعه صادرات در حوزه فرش و صنایع دستی، کشاورزی و صنعت است.

آنچه در هر یک از این بخش‌ها از دیرباز به چشم می‌خورد موانع صادراتی است که توسط دولت‌های وقت باید در قوانین صادرات بازبینی شود و تسهیلات لازم برای صادرات این محصول‌ها فراهم گردد. دیگر آموزش‌هایی است که در بخش خصوصی که متولی حوزه فرش و صنایع دستی، کشاورزی و صنعت هستند باید صورت بگیرد. این آموزش‌ها می‌تواند مراحل تولید، کیفیت محصول، بازاریابی خارجی، قوانین صادرات و بسیاری موارد دیگر مرتبط از تولید تا صادرات باشد.

۹-۱. صادرات در حوزه صنعت چوب

با نگاهی به آمار ارقام حوزه صنعت چوب کشور، آمار ارائه شده سال ۱۳۹۷ گمرکات کشور در کد تعرفه ۹۴۰۳ بخش انواع مبلمان و اجزاء مرتبط با صنعت چوب از ۱۲۹۶ مورد ثبت صادراتی

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

صورت گرفته ۵۳۴ مورد ثبتی مربوط به صادرات به کشور عراق بوده است و جمع ارزش ایجادشده به این کشور بالغ بر ۴۲.۳۶۶.۷۸۵ دلار است. کل صادرات صورت گرفته در این سال رقم ۴۹.۸۶۰.۸۰۶ دلار است. مجموع صادرات به سایر کشورها با کد تعرفه ۹۴۰۳ معادل ۷.۴۹۴.۰۲۱ دلار است که رقمی قابل مقایسه‌ای در بین ۵۲ کشور دیگر نیست. در بررسی سایر کدهای ۴۴۱۸، ۴۴۱۹، ۴۴۲۰ و ۴۴۲۱ نیز وضعیت مطابق جدول ۴ به همین شکل است. [۱۴]

جدول ٤. ارزش صادرات برخی محصولات چوبی به کشور عراق و سایر کشورها

کد تعرفه	ارزش صادرات کل (دلار)	ارزش صادرات به عراق (دلار)	ارزش صادرات به سایر کشورها (دلار)
۹۴۰۳	۴۹.۸۶۰.۸۰۶	۴۲.۳۶۶.۷۸۵	۷.۴۹۴.۰۲۱
۴۴۱۸	۲.۵۶۴.۲۶۴	۱.۸۲۶.۷۳۷	۷۳۷.۵۲۷
۴۴۱۹	۸۳۶.۸۲۹	۵۵۶.۹۱۹	۲۷۹.۹۱۰
۴۴۲۰	۱.۳۸۶.۸۱۵	۱.۱۱۶.۷۵۸	۲۷۰.۰۵۷
۴۴۲۱	۶.۴۶۲.۹۱۱	۵.۲۴۰.۹۷۱	۱.۲۲۱.۹۴۰

با بررسی داده‌های به‌دست‌آمده در بخش صادرات محصولات چوبی آنچه به چشم می‌خورد نه یک برنامه‌ریزی بلندمدت در توسعه محصول و یک راهبرد در توسعه صادرات محصولات چوبی است بلکه یک راهبرد استفاده از فرصت ایجادشده شرایط ایجادشده در نرخ تورم حاصل نسبت به کشورهای همسایه و افزایش نرخ دلار در کشور است. همچنین شرایط فعلی کشور عراق با وجود درآمد نفتی ۸۳ میلیارد دلاری سال ۲۰۱۹ و امکان جابجایی ارز بین این کشور و ایران فرصت ایجادشده آمار و ارقام بالایی را برای صادرات به عراق رقم زده است.

۹-۲. تولید محصولات چوبی

در یک بررسی انجام‌شده در پائیز ۱۳۹۹ تعداد ۵۸۳ کارگاه در حوزه صنعت چوب بازدید و تماس گرفته شد تا پرسشنامه‌های مد نظر تکمیل گردد. پرسشنامه‌ها را به گونه‌ای طراحی نمودیم تا بتوان پتانسیل‌های صادراتی صنعت چوب را بررسی کنیم.

برایمان مهم بود بدانیم کارگاه تولیدی با چه ماده اولیه‌ای از چوب محصول تولید می‌کند چوب طبیعی یا صفحات پنل (MDF)، خروجی این سؤال کمک می‌کند بدانیم کارگاه در حوزه محصولات آشپزخانه و محصولات تزئینی و یا صنایع دستی فعال است و یا اینکه مبلمان تولید

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

می‌کند و یا تخت و کمد و کابینت‌های آشپزخانه و دستشویی تولید می‌کند. این دسته‌بندی‌ها رسته کاری و نوع کارگاه، تجهیزات کارگاه و نیروهای فعال در آن واحد تولیدی را از هم تفکیک می‌کند و حتی نوع بازاریابی هریک کاملاً متفاوت است.

از اطلاعات به‌دست‌آمده از این ۵۸۳ کارگاه ۵۰ کارگاه با چوب طبیعی کار می‌کنند و محصول تولیدی این کارگاه‌ها عمدتاً در رسته مبل‌سازی، صنایع دستی، ظروف آشپزخانه و محصولات موسیقی است. این محصول‌ها می‌توانند دارای ساختاری تماماً از چوب باشند یا بخشی از چوب و بخش دیگر از موادی مثل شیشه، چینی، فلز و پارچه باشند.

MDF: Medium Density Fiberboard

۳۶۲ کارگاه برای محصولات تولیدی خود از ماده اولیه چوب مصنوعی یا صفحات پنل استفاده می‌کنند. این گروه از کارگاه‌ها با توجه به نوع ماده اولیه‌شان اقدام به ساخت کابینت، تخت و کمد، میز و کمد اداری و میز تلویزیون و جاکفشی می‌کنند. با توجه به اینکه ساخت کابینت به صورت سفارشی بر اساس نوع طراحی و ابعاد آشپزخانه صورت می‌گیرد و ایران در حوزه ساخت کابینت‌های از پیش‌ساخته شده است و در ایران مجموعه تاکنون نتوانسته کابینت‌های از پیش‌ساخته شده را ارائه دهد. در حوزه صادرات کابینت آنچه تاکنون به صورت موردی مشاهده شده است صادرات خدمات پیمانکاری برای هتل‌ها و یا پروژه‌های مسکونی تجاری بوده است.

سایر محصول‌ها در این رسته نیز اداری ۱۲۶ کارگاه نیز هم با چوب طبیعی و هم با پنل محصول تولید می‌کنند و ۴۴ کارگاه نیز محصولات تکمیلی این حوزه را تأمین می‌کنند.

مجموع این کارگاه‌های جامعه آماری به ما نشان داد که پتانسیل‌های موجود در زمینه‌های مختلف تولید محصول بر پایه چوب در کشور موجود است. و نیاز به هیچ تکنولوژی و یا دانش جدید برای تولید محصول‌های چوبی نیست.

از ۵۸۳ کارگاه منتخب در پرسشنامه‌ها تعداد ۱۴ کارگاه دارای تجهیزات به‌روز تمام اتومات در بخش‌های مختلف تولیدی خود بوده‌اند. در بین کارگاه‌های منتخب ۳۳۰ کارگاه برخی ماشین‌آلات خط تولید را بروز کرده‌اند و دارای کارگاه نیمه تجهیز شده می‌باشند. این گروه عمدتاً در کارگاه‌هایی هستند که با پنل یا MDF محصول تولید می‌کنند. در خصوص کارگاه‌هایی که دارای ماشین‌آلات نسبتاً قدیمی و یا سنتی تعداد ۱۵۷ کارگاه شناسایی شدند. در بین جامعه آماری انتخابی

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

هیچ کارگاه و کارخانه‌ای شناسایی نشده است که تمام مکانیزه و با حداقل نیروی انسانی و خطوط تولید رباتیک باشند.

همان‌طور که در داده‌های تجهیزات کارگاهی بیان شده در تجهیزات و ماشین‌آلات تولید محصول با ماده اولیه صفحه‌های پنل (نئوپان و MDF) به دلیل جدید بودن این ماده که در دهه‌های اخیر به وجود آمده عمدتاً ماشین‌آلات وارداتی به داخل کشور به‌روز می‌باشند. در این بخش هرچه ماشین‌آلات پیشرفته‌تر باشد هزینه‌های تولید را کاهش می‌دهد و خطرات احتمالی در حین کار نیز کاهش می‌یابد و کیفیت تولید را افزایش می‌دهد. ماشین‌آلات کارگاه‌های نیمه پیشرفته که ۳۳۰ کارگاه را شامل می‌شوند، توانایی تولید محصولات صادراتی را دارا می‌باشند. این کارگاه‌ها با در نظر گرفتن فاکتورهای لازم برای تولید یک محصول صادراتی پتانسیل‌های لازم را دارا خواهند بود.

از درخواست‌های دیگری که از پاسخ‌دهنده‌ها انجام دادیم تعیین این موضوع که کارهایی انجام می‌دهند به صورت سفارشی است یا سری کاری و یا ترکیبی از این دو که نتیجه پاسخ ارائه شده به این صورت شده است. در سری کاری، ۱۰۲ کارگاه اعلام نمودند که نوع فعالیتشان سری کاری است. این بدان معنی است که فعالیت‌های این کارگاه بخشی از تولید یک محصول و یا همواره یک محصول را تولید می‌کنند و پتانسیل‌های ایجاد خطوط تولید را دارا می‌باشند. ۴۲۹ کارگاه نیز به صورت سفارشی کار می‌کنند این گروه از کارگاه‌ها بر اساس نیاز مشتری اقدام به تولید محصول می‌کنند یعنی نیروهای آموزش‌دیده و تجهیزات لازم برای ایجاد خطوط تولید و سری کاری را ندارند. و در آخر ۵۲ کارگاه هم سفارشی و هم سری کاری می‌کنند این کارگاه‌ها امکانات و نیروهای انسانی لازم برای تبدیل شدن به یک کارگاه سری کار و یا تبدیل شدن به خطوط تولید را دارا می‌باشند.

در پرسشنامه آوردیم نحوه فروش محصول تولیدی کارگاه‌ها به چه صورت است تا ببینیم کارگاه‌ها ترجیح می‌دهند تا فروش محصول را خود انجام دهند یا از طریق عامل فروش و واسطه؟ نتیجه حاصل در پرسشنامه‌ها بدین صورت شد. ۴۶ کارگاه از نیروهای عامل فروش و واسطه بهره می‌برند. ۴۷۸ کارگاه ترجیح می‌دهند خود به‌طور مستقیم کلیه فرایند فروش و بازاریابی را انجام دهند. و در نهایت ۵۹ کارگاه از هر دو روش بهره می‌برند. آنچه در این سؤال مطرح است ۴۷۸

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

کارگاه باید توانایی ایجاد واحد فروش و بازاریابی را در مجموعه خود ایجاد نموده تا بتواند فروش خود را چه در بازار داخل و چه در بازار خارج ایجاد و یا بهبود بخشند.

در پرسشنامه، موضوع مورد بحث این مقاله را نیز به‌وضوح بیان کردیم تا ببینیم آیا کارگاه‌های تولیدی مورد سؤال اقدامی در صادرات محصول تولیدی نموده‌اند یا خیر که نتیجه پاسخ بدین صورت شد که از تعداد ۵۸۳ کارگاه پاسخگو تنها تعداد ۱۴ کارگاه محصول تولیدی خود را صادر نموده‌اند. و همان‌طور که در آمار گمرکات نشان می‌داد در اینجا هم عمده صادرات این ۱۴ کارگاه به عراق بوده است. تعداد ۵۶۹ کارگاه در حوزه صادرات محصول هیچ فعالیتی نداشته و تنها به بازار داخلی توجه نموده‌اند.

جهت بررسی تعداد کارکنان شاغل در کارگاه‌های و متراژ کارگاه‌های در حال تولید، عموماً همکاری لازم صورت نگرفته و از پاسخگویی امتناع کردند. این کارگاه‌ها اعلام می‌دارند که سازمان‌های مالیاتی، بیمه، شهرداری‌ها و وزارت کار قبل کمک و ارائه خدمات سنگ‌اندازی نموده و هر نوع درگیری در هریک از این ادارات مساوی است با تعطیلی کارگاه و از بین رفتن وقت در این سازمان‌ها. از این رو از ارائه این‌گونه اطلاعات خودداری نمودند.

در خصوص بهره‌گیری از نیروهای تحصیل‌کرده در رشته‌های مرتبط از کارگاه دارها سؤال شده است تا ببینیم چه تعداد نیروی تحصیل‌کرده متخصص را به کار می‌گیرند. نیروی متخصص تحصیل‌کرده در رشته صنعت چوب در نمونه آماری تنها ۲۰ نفر به استخدام درآمده‌اند و ۵۶۳ کارگاه از نیروهای غیر تحصیل‌کرده و تنها باتجربه و یا کم‌تجربه استفاده می‌کنند.

استفاده از نیروهای تحصیل کرد و دارای دانش بازاریابی، در بین کارگاه‌های نمونه آماری تنها ۴ کارگاه دارای نیروی تحصیل‌کرده بازاریابی یافت شد و ۵۷۹ کارگاه تاکنون از نیروی متخصص در بازاریابی استفاده نکرده‌اند. و همچنین در بخش فروش نیز شرایط یکسان بوده است و تنها ۵ نفر در بخش فروش با دانش فروش و تحصیلات مرتبط فروش به استخدام درآمده است و ۵۷۸ کارگاه فاقد نیروی تحصیل‌کرده فروش می‌باشند. این آمار بدین معنی است که این تعداد کارگاه یا خود کارفرما وظیفه فروش را انجام می‌دهند یا دارای فروشنده‌های تجربی هستند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

در پرسشنامه درخواست کردیم تا ببینیم آیا جامعه آماری ما داری ساختار سازمانی واحدهای بازاریابی، فروش، تحقیق و توسعه، فروش و کنترل کیفیت می‌باشند؟ آنچه نتیجه پاسخ‌نامه بود نتیجه بسیار ضعیفی برای یک صنعت بوده است. جدول (۵)

جدول ۵. جامعه آماری واحدهای سازمانی در نمونه آماری صنعت چوب

واحد سازمانی	بازاریابی	فروش	تحقیق و توسعه	کنترل کیفیت
دارای واحد	۱	۱۱	۱	۱
فاقد واحد	۵۸۲	۵۷۲	۵۸۲	۵۸۲

در حوزه تبلیغات که شامل بروشور و کاتالوگ، نشریه، وب‌سایت و نمایشگاه‌ها بوده، عملکرد کارگاه‌ها بسیار ضعیف بود. آمار به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها و برخی موارد اعلام‌شده، نشان می‌داد که معدود کاتالوگی هم که در آمار به چاپ رسیده بود، مربوط به سال‌ها قبل بوده است. به طوری که اطلاعات داخل بروشور و کاتالوگ به‌روز نبوده‌اند.

در بخش شبکه‌های اجتماعی آنچه از نمونه آماری کارگاه‌ها به دست آمد عدم تفکیک پیج شخصی از پیج شغلی در کارگاه‌ها بود. در بین نمونه آماری ما ۵۸۳ کارگاه که در حوزه شبکه‌های اجتماعی فعال بودند ۲۰۶ کارگاه دارای پیج فعال بودند. فعالیت در این بخش نیز نیاز به آموزش و ساماندهی دارد چراکه این تعداد پیج فعال نیز تنها پاسخگوی بازار داخلی است.

۱۰. نتیجه‌گیری

نتیجه حاصل از این تحقیق در آمار و ارقام ارائه شده توسط سازمان‌های بین‌المللی، دولت و بررسی برنامه‌های دولت در صادرات غیرنفتی و صحبت با کارگاه‌های تولیدی نمونه آماری این صنعت و آمار به‌دست‌آمده به شرح ذیل است:

کاهش شدید درآمدهای صادراتی دولت در سال‌های اخیر بخصوص سال ۲۰۱۹ و مقایسه درآمدهای صادراتی کشور با کشورهای همسایه تأکید بر بازبینی راهبردهای سیاسی و صادراتی دارد.

کاهش شدید درآمدهای نفتی و آگاهی از عدم ثبات این درآمدها و بازبینی راهبردهای صادرات غیرنفتی که طی دهه‌های گذشته ناموفق بوده و الزام دارد هرچه سریع‌تر راهبردی مناسب

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

برای رشد آن در نظر گرفته شود و نگاهی آگاهانه بـه راهبردهـای صـادرات غیرنفتـی و درآمـدهای کشورهای همسایه همچون ترکیه انجام شود.

افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش ریال از یک سو و افزایش نرخ تورم از سوی دیگر برای کشور یک تهدید برای اقتصاد است امـا مـی‌شـود ایـن تهدیـد را در بـین کشـورهای همسـایه و کشـورهای نزدیک به ایران به عنوان یک تهدید نگاه نکرد و این تهدید ایجادشده را به یک فرصت تبدیل کرد. وضعیت کنونی نرخ دلار و تورم، قیمت‌های تمام‌شـده کالاهـای تولیـدات داخـل را تبـدیل بـه یـک مزیت رقابتی در بازارهای کشورهای همسایه می‌کند و فرصت‌های ایجادشده در صـادرات غیرنفتـی افزایش می‌دهد.

صنعت چوب کشور را به عنوان یک نمونه موردی بازبینی کردیم. آنچه در این تحقیـق میـدانی حاصل شده است. نه ناتوانی صنعتگران، نه کمبود امکانات اولیه و نه حتی نبود دانش فنی را می‌توان به عنوان موانع صادرات مطرح کرد بلکه عدم اسـتفاده از پتانسـیل‌هـای موجـود و شـکاف زیـاد بـین دولت و بخش خصوصی بیشتر به چشم می‌خورد.

بسیاری از کارگاه‌های نمونه آماری فاقد پروانه تولید و بهره‌برداری و یـا هـر مـدرک لازم بـرای کسب‌وکار خود بوده‌اند. این دسته از کارگاه‌ها ترجیح می‌دهند خود را از هـر نـوع خـدمات دولتـی محروم گردانند و در قبال آن هیچ ردی از خود برای سازمان‌های دولتـی برجـای نگذارنـد. در واقـع کارگاه‌ها تمام تجارب، توانمندی‌ها، سرمایه‌گذاری‌هـا و پتانسـیل‌هـای تولیـدی خـود را فـدای عـدم اعتماد ایجادشده با سازمان‌های دولتی می‌کنند.

بسیاری از کارگاه‌های نمونه آماری خود را با حداقل درآمـدهای حاصـل از مشـتریان بازارهـای داخلی محدود کردند. عملاً سهم کوچک بازار داخلی بین این قبیـل کارگـاه‌هـا تقسـیم و یـا جابجـا می‌شود. در این صنعت بسیار دیده می‌شود که کارگاه‌ها جمع‌آوری‌شده و مجدد به صـورت فصـلی دوباره شروع به کار می‌کننـد. در ایـن صـنعت انتظـار بـرای ورود یـک مشـتری بـه کارگـاه و انجـام سفارش یک امر منطقی است و بازاریابی خصوصاً بازاریابی خارجی امری دور از ذهن و نشـدنی بـه نظر می‌رسد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

دولت پیش از ارائه برخی تسهیلات در شهرک‌های صنعتی و یا تسهیلات بانکی و صادراتی بهتر است در حوزه آموزش‌های تخصصی با کارگاه‌ها همکاری و طرح‌های تشویقی آموزشی ارائه نماید و تلاش کند تا اعتماد از بین رفته این قبیل کارگاه‌ها به سازمان‌های دولتی بازگردد.

۱۱. راهبردهای قابل ارائه به صنعت چوب

آنچه به عنوان نتیجه تحقیق در قالب راهبرد به صنعت چوب کشور در رشد صادرات غیرنفتی در صنعت چوب و محصولات مرتبط با چوب می‌توان ارائه داد، پیش از پرداختن به مواردی که در صنایع دیگر همچون صنایع دستی، فرش دست بافت، محصولات کشاورزی خصوصاً زعفران و بسیاری محصولات دیگر که در صادرات غیرنفتی دارای جایگاه می‌باشند. و امروزه موانع صادرات آن‌ها عموماً به صورت موردی بیان شده و توسط دولت با توجه به شرایط رفع می‌گردد. در صنعت چوب فاصله و شکاف عمیقی بین تولیدکننده‌های محصولات چوبی و دولت وجود دارد. این شکاف در ابتدا باید از جانب کارگاه‌ها و دولت از بین برود و اعتمادسازی بین این دو بخش صورت گیرد تا بتوانیم این صنعت را به عنوان یک بخش صادراتی منسجم و مداوم در صادرات غیرنفتی ببینیم. از این رو پیش نهاد می‌گردد راهبردهایی دولت و همچنین راهبردهای برای صنعت چوب اتخاذ گردد تا این دو بخش آمادگی قرارگیری در کنار هم برای حرکت به راه صادرات غیرنفتی را پیدا کنند.

۱۱-۱. راهبردهای قابل ارائه به بخش‌های دولتی در جهت رشد صادرات غیرنفتی صنعت چوب

- ایجاد انجمن‌های تخصصی بازاریابی خارجی؛
- ایجاد انجمن‌های صنفی فعال در حوزه آموزش تخصصی و تولیدی؛
- ایجاد استانداردهای کیفی در تولید محصول و مطالبه آن در سیستم‌های فروش داخلی و خارجی؛
- ارائه خدمات بازاریابی خارجی به کارگاه‌های عضو؛
- ارائه تسهیلات آموزش و مشاوره بازاریابی خارجی از طرف سازمان‌های مرتبط همانند وزارت بازرگانی؛
- ارائه خدمات طرح‌های توجیهی متناسب با بازاریابی خارجی؛

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

- ارائه راه‌کارها و بسته‌های آموزشی در انجام امور اداری؛
- تسهیل خدمات اداری در فضای مجازی و کاهش هرچه بیشتر فرایندهای امور اداری؛
- ارائه بسته‌های آموزشی در نحوه واردات ماشین‌آلات و مواد اولیه برای واحدهای دارای طرح‌های تولیدی منجر به صادرات؛
- ارائه تسهیلات تولیدی از طرف هریک از سازمان‌ها در قبال ارائه طرح‌های تولیدی منجر به صادرات؛
- ارائه تسهیلات به کارگاه‌های تولیدی که دارای تداوم صادراتی در سال‌های پیاپی باشند؛
- ایجاد نمایشگاه‌های دائمی در کشورهای مقصد.

۱۱-۲. راهبردهای قابل ارائه به بخش خصوصی (کارگاه‌ها) در جهت توانمندسازی خود در عرصه صادرات

- آموزش نیروهای موجود و یا جذب نیرو در حوزه تخصصی محصولات صنعت چوب و یا مرتبط با چوب؛
- جذب نیرو و یا آموزش نیروهای موجود در حوزه بازاریابی و فروش و یا برون‌سپاری این فعالیت‌ها در جهت افزایش سرعت و حجم فروش؛
- آموزش روش‌های نوین تولید و کاهش هزینه‌های تولید؛
- انجام آموزش‌های لازم در بازاریابی خارجی و یا همکاری با شرکت‌های واسط؛
- آموزش و راه‌اندازی واحدهای تحقیق و توسعه در جهت رسیدن سریع‌تر به بازارهای نوین جهانی؛
- آموزش و راه‌اندازی واحدهای کنترل کیفیت در جهت بهبود روند تولید و محصولات تولیدی در جهت رسیدن به استانداردهای جهانی؛
- آموزش و آشنایی با ماشین‌آلات نوین و آگاهی از مزایای بهره‌برداری از تکنولوژی‌های روز دنیا؛
- آموزش و یا بهره‌گیری از نیروهای آگاه به امور مالیاتی، بیمه‌ها، وزارت کار و سایر سازمان‌ها جهت ایجاد تعامل بیشتر؛
- آشنایی با خدمات و تسهیلات ارائه شده توسط سازمان‌های مرتبط با صادرات؛

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

منابع

[2] The European Central Bank (ECB): www.ecb.europa.eu

[1][3] Daniel Workman: www.worldstopexports.com

برگرفته از سایت صادرات برتر جهان (دانیل ورکمن)

[4] International Monetary Fund: www.imf.org

صندوق بین‌المللی پول

[5] statista Co.: ww.statista.com

[6] Trend Economy Portal: trendeconomy.com

[7] Republic of Turkey Ministry of Trade: www.ticaret.gov.tr

وزارت بازرگانی ترکیه

GDF (2010) General Directorate of Forestry: www.ogm.gov.tr

[8] Baki Aksu, K. Hüseyin Koç and Ahmet Kurtoğlu: www.academicjournals.org/AJBM

[9] T.C. TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI: www.tarimorman.gov.tr

ترکیه وزارت زراعت و جنگل

[10] Republic of Turkey Ministry of Trade: www.trade.gov.tr

وزارت بازرگانی جمهوری ترکیه

[11] Turkish Statistical Institute

مؤسسه آماری ترکیه

[12] ANADOLU AGENCY: www.aa.com.tr

آژانس آنادولو

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]

[13] : http://farsi.tpo.ir

گزارش عملکرد تجارت خارجی کشور؛ وزارت صمت

[14] : www.tccim.ir

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، اطلاعات بخش آمار واردات و صادرات

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-02]