

بررسی و تخمین عوامل موثر بر صادرات فرش دستباف ایران

دکتر سید عزیز آرمن و مهدی محمدی*

تاریخ وصول: ۸۴/۴/۴ تاریخ پذیرش: ۸۴/۷/۴

چکیده:

توسعه‌ی صادرات فرش دستباف مستلزم تحلیل دقیق فرآیند صادرات آن در سه مرحله‌ی تولید، صدور و تقاضا می‌باشد. مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی تولید و صدور غیرنفتی تاکید بر مزیت‌های مطلق و نسبی عوامل تولیدی (به ویژه نیروی انسانی)، بازاریابی، بسته بندی، حمل و نقل و بیمه داشته است و سیاست‌های مناسب در زمینه‌های مطرح شده باید با ویژگی‌های هر کالا تناسب داشته باشد. هدف عمده این تحقیق، تخمین کشش‌های تقاضای صادرات فرش با استفاده از روش‌های سری زمانی و در نظر گرفتن حالت‌های نایستایی داده‌ها است. نتایج حاصل از تخمین برای دوره‌ی زمانی ۸۰-۱۳۵۰ نشان می‌دهد که کشش‌های قیمتی و درآمدی بلند مدت به ترتیب برابر با ۰/۵ و ۲ هستند. به عبارتی دیگر، فرش صادراتی ایران کالایی کم کشش و لوکس است و توسعه‌ی صادرات آن نیازمند افزایش قیمت فرش صادراتی و همچنین افزایش فرش‌های لوکس‌تر و گران‌بها تر در سبد فرش‌های صادراتی است. این امر مستلزم بازنگری‌های عمده در تولید فرش و تمرکز آن در کارگاه‌ها و تکیه بر کیفیت نه کمیت آن است.

واژه‌های کلیدی: صادرات، فرش دستباف، تقاضای صادرات.

* به ترتیب، استادیار و دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشکده‌ی اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهیدچمران

۱- مقدمه

هنر قالیبافی از زمان‌های بسیار دور در ایران وجود داشته و قدیمی‌ترین قالی‌پرز دار شناخته شده در جهان یعنی قالیچه پازیریک^۱ منسوب به ایرانیان است. اما تجارت فرش از زمان صفویه به طور جدی آغاز گردید و مراکز قالیبافی در تبریز، قزوین، اصفهان و سایر شهرهای ایران به وجود آمد و صدور قالی از اصفهان و تبریز به کشورهای همسایه مانند ترکیه و از آنجا به اروپا آغاز گردید. این تجارت با توجه به تقاضای روز افزون خارجی‌ان گسترش یافت و موجب ایجاد کارگاه‌های بزرگ برای تولید فرش گردید (موسسه‌ی مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶).

در گذشته‌ی نه چندان دور به بافتن فرش به عنوان یک هنر و سرگرمی نگریسته می‌شد و درآمد حاصل از تولید آن اهمیت کمتری نسبت به جنبه‌ی هنری آن داشت؛ ولی در حال حاضر، بیش از دو میلیون نفر به امر بافندگی مشغولند که اغلب آنان فقط کارگر بافنده هستند و هیچ گونه مالکیتی در مورد فرش بافته شده ندارند. اغلب تولیدکنندگان فرش دستباف فقط در فکر افزایش میزان تولید خود هستند و تولید با هدف صادرات را در برنامه‌ی خود ندارند؛ این در حالی است که به خاطر تفاوت سلیقه‌ی ایرانیان و خارجی‌ان، توجه به سلیقه‌ی مصرف‌کننده در تولید فرش، اهمیت زیادی دارد. در ایران به فرش به عنوان یک زیرانداز می‌نگرند؛ در حالی که در اروپا و جهان غرب به فرش به عنوان یک تابلو و کمتر به عنوان زیرانداز می‌نگرند. بنابراین، نقش‌های فرش ایرانی به عنوان زیرانداز هیچ تناسبی با نقش‌های فرش ایرانی به عنوان تابلوی فرش ندارند. سازمان‌های تولیدکننده فرش دستباف (شرکت سهامی فرش ایران، جهاد کشاورزی و ...) در ایفای نقش اصلی خود برای حفظ و بقای هنر ایرانی، موفقیت چندانی کسب نکرده‌اند و بیشتر با هدف ایجاد شغل و تولید انبوه مشغولند (امیر حسینی، ۱۳۸۰).

صادرات فرش در ایران، فراز و نشیب‌های زیادی را در طول سال گذشته پشت سر گذاشته است. از سال ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۷ ارزش صادرات فرش دستباف پشمی حدود ۱۰۰ میلیون دلار بوده است، اما طی سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۵۹ به حدود ۴۰۰ میلیون دلار رسید. بعد از سال‌ها، صادرات به حدود سال‌های قبل از انقلاب بازگشت تا اینکه از سال ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۳ این روند افزایش یافته و به حداکثر میزان

^۱ Pazyryk

خود یعنی حدود دو میلیارد دلار در سال ۱۳۷۳ رسیده است. بعد از سال ۱۳۷۳ تا سال ۱۳۸۰، صادرات فرش بین ۵۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار در حال نوسان بوده است. اتحادیه‌ی اروپا همواره بیش از ۷۰ درصد از صادرات فرش ایران را به خود جذب کرده است و کشور آلمان با سهمی حدود ۵۰ درصد، بزرگترین وارد کننده فرش ایران است (سالنامه‌ی آمار تجارت خارجی، ۸۰-۱۳۵۰). البته، لازم به ذکر است که در سال‌های اوج صادرات فرش ایران، وضعیت اقتصادی اتحادیه‌ی اروپا نیز بسیار مناسب بوده است و به بیشترین درآمد سرانه‌ی خود در چند دهه‌ی گذشته رسیده بود. شاخص قیمت فرش دستباف ایران^۲ نیز در سال‌هایی که درآمد صادراتی فرش افزایش یافته، بالا رفته است و بعد از سال ۱۳۷۳ روندی کاهشی داشته و از ۱۷۶ دلار در هر متر مربع در سال ۱۳۸۳ به ۶۷ دلار در سال ۱۳۸۰ کاهش یافته است.

۲- بازار جهانی فرش

بازار جهانی فرش از دو گروه عمده صادرکنندگان و واردکنندگان این کالا تشکیل می‌گردد. صادرکنندگان عمده فرش در جهان کشورهای ایران، هند، ترکیه، پاکستان، نپال و چین هستند و وارد کنندگان عمده فرش عبارتند از کشورهای آلمان، انگلستان، سوئیس، فرانسه، ایتالیا، آمریکا و کانادا. البته، آلمان و انگلستان به عنوان صادرکننده فرش نیز محسوب می‌شوند و در آمارهای بین المللی، این دو کشور نیز جزء صادرکنندگان عمده به شمار می‌روند (سالنامه‌ی آماری تجارت جهانی)^۳.

از اوایل دهه‌ی هفتاد میلادی، هند به عنوان صادرکننده عمده وارد بازار جهانی فرش گردید. صنعت فرش هند بیشتر در نواحی هم مرز با نپال تمرکز دارد، به طوری که حدود ۷۰۰۰۰ کارگاه فرش در این نواحی واقع شده است. بیشتر کارگاه‌ها در روستاهای دور واقع هستند و از یک مرد با تعدادی پسر بچه که برای او کار می‌کنند، تشکیل شده‌اند.

صادرات فرش هند بیشتر بر بازار آمریکا تمرکز دارد و ارزش صادرات آن طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۵ بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار در حال نوسان بوده است

^۲ شاخص قیمت فرش از تقسیم ارزش صادرات سالیانه بر مقدار صادرات آن به دست آمده است.

(کمیته صادرات فرش هند^۴). از سال ۱۹۸۶، چین نیز با سهم بالای ۱۰ درصد وارد لیست صادرکنندگان فرش گردید و صادرات فرش و قالیچه خود را تا ۴۷۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۰ افزایش داد. در طول پنج سال گذشته، شاخص قیمت فرش چینی حدود ۵۰ درصد کاهش یافته است؛ اما ارزش صادرات این کشور چندان افزایش نیافته است، به طوری که در سال ۲۰۰۱ با وجود ۳۰ درصد افزایش در مقدار صادرات فرش، تنها ۴/۲ درصد بر درآمد صادراتی این کشور افزوده شده است. کشور نپال نیز با صادرات فرش به ارزش ۱۳۰ تا ۱۵۰ میلیون دلار به عنوان صادرکننده عمده دیگر فرش در جهان مطرح است و عمده صادرات آن به آلمان بوده است. پاکستان نیز با صادراتی به ارزش ۲۸۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۱ با روند کاهشی قیمت فرش در سالهای اخیر رو به روست.

بر طبق آمار سازمان ملل، طی سالهای دهه هشتاد، کشور آلمان حدود ۳۰ تا ۵۰ درصد از واردات جهانی فرش را انجام داده که مقدار ۳ تا ۱۰ درصد از واردات جهانی فرش را داشته و حدود همین میزان، صادرات نیز انجام داده است. این امر نشان از نقش واسطه‌ای این کشور در تجارت جهانی فرش دارد. ارزش کل صادرات جهانی فرش طی دهه هشتاد روندی افزایشی داشته و از حدود ۰/۵ میلیارد دلار به ۲/۵ میلیارد دلار رسیده است.

۳- صادرات و جنبه‌های مختلف آن

تجارت بین الملل در کشورهای در حال توسعه تاثیرات ایستا و پویای مختلفی بر ساختار تولیدی اقتصاد و توسعه کشور دارد. این تاثیرات می‌تواند موجب توسعه تولید صنایع کاربر، افزایش سرمایه گذاری، تغییر در نهادها و تحولات دیگری گردد. اما ویژگی بارز تجارت بین الملل کشورهای در حال توسعه، بی‌ثباتی درآمدها و قیمت‌های صادراتی آنان است. اقتصاددانان، این بی‌ثباتی را براساس شکل منحنی‌های عرضه و تقاضا مورد تحلیل قرار می‌دهند.

البته، درجهی بالای تمرکز چند کالا در دسته‌ی کالاهای صادراتی نیز یکی دیگر از توضیحات مطرح شده است (اپلپارد، ۱۹۹۷)^۵. اما تحلیل فرآیند صادرات شامل سه مرحله‌ی تولید، صدور و تقاضا می‌گردد. مرحله‌ی تولید بر اساس

^۴ Indian Carpet Export Promotion Council Web Site: www.Nepalnews.com

^۵ Appleyard

مزیت‌های مطلق و نسبی کشورها مشخص می‌شود. در تولید به عوامل تولید و میزان فراوانی آنها نقش بسزایی دارد. به منظور بهره برداری از این مزیت‌ها، واحدهای تولیدی باید انعطاف پذیر و قابلیت پاسخگویی به تغییرات تقاضا را داشته باشند. این امر با سیستم‌های انبارداری و افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌های تولیدی در کوتاه مدت و تغییر مقیاس‌های تولیدی در بلند مدت امکان پذیر است.

مرحله‌ی صدور نیز شامل حمل و نقل، بسته بندی، بازاریابی، بیمه و گمرکی می‌شود. حمل و نقل و بسته بندی نقش مهمی در انتقال به موقع و مناسب کالا به مقصد دارند. بازاریابی مناسب نیز موجب انتقال سریع اطلاعات قیمتی و کیفیتی کالا به مشتریان فعلی و بالقوه می‌گردد. در ضمن، حضور عاملان اقتصادی مجرب و آگاه در هر یک از مراحل مطرح شده، می‌تواند موجب استفاده درست از فرصت‌ها و مقابله‌ی لازم با تهدیدات گردد. همچنین، یکی از اموری که می‌تواند بر سرعت عملکرد واحدهای اقتصادی در امر بازرگانی خارجی بیفزاید، حداقل بودن امور اداری است. این امر نیازمند سازمان‌هایی غیرمتمرکز و با قدرت تصمیم‌گیری در رده‌های پایین سازمانی است، به طوری که هر تصمیمی نباید نیازمند تایید مقامات عالی سازمان باشد؛ بلکه همان افرادی که با عاملان اقتصادی سروکار دارند، باید قدرت تصمیم‌گیری لازم را نیز داشته باشند تا بتواند زمان انجام امور اداری را به حداقل برسانند (نادری، ۱۳۶۹).

از ناحیه تقاضا نیز عوامل و عناصر متعددی از قبیل کشش‌ها و تغییرات نرخ ارز، قابل توجه هستند. در مورد صادرات فرش نیز آگاهی از کشش‌های قیمتی و درآمدی می‌تواند تاثیر تغییرات قیمت و نرخ ارز را بر درآمدهای صادراتی آن مشخص نماید. دستیابی به کشش‌های مذکور نیازمند برآورد تابع تقاضای صادرات فرش است. از این رو، می‌توان با مرور مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی تقاضای صادرات، مدل مناسب تقاضای صادرات فرش را تعیین نمود.

۴- تقاضای صادرات

تحلیل اقتصادسنجی صادرات کل دارای سابقه‌ی طولانی در اقتصاد بین الملل است؛ زیرا وجود داده‌های تجارت خارجی نسبتاً طولانی و قابل اعتماد، امکان تحلیل‌های اقتصادسنجی سری زمانی را فراهم می‌کند.

آگاهی از عوامل تعیین کننده صادرات کل در اقتصادهای کوچکی که صادرات، بخش عمده‌ای از تولید ناخالص ملی آنها را تشکیل می‌دهد، برای سیاست گذاری‌های کلان اقتصادی بسیار مورد توجه است. در کوتاه مدت، تخمین‌های عملی صادرات می‌تواند کیفیت پیش بینی چرخه‌های تجاری را افزایش دهد. در بلند مدت نیز نیروی بالقوه تجارت خارجی یک منطقه یا کشور با کمک تحلیل اقتصاد سنجی، ممکن است مورد سنجش قرار بگیرد و به عنوان ابزار حمایت در فرایند برنامه ریزی کسش‌های تقاضای پایینی را ارایه کند. کسش‌های نزدیک به یک و حتی کمتر از آن منجر به تشکیل مکتب بدبینان کسش گردید. پس از آن تا دهه‌ی ۱۹۶۰ بیشتر اقتصاددانان کسش‌های بالاتری را تخمین زدند و خود را خوش بینان کسش معرفی کردند (کارپاف، ۱۹۹۶).^۶

طی دو دهه‌ی گذشته بررسی‌های موثر دیگری مانند مطالعات گلدستین و خان^۷ (۱۹۸۵) و سویر و اسپرینکل^۸ (۱۹۹۹) انجام گرفت. با وجود تمامی این مطالعات، هنوز بحث زیادی درباره‌ی کسش‌های تخمین زده شده وجود دارد، به طوری که رز^۹ (۱۹۹۰) و استری و رز^{۱۰} (۱۹۹۲) دریافتند که کاهش قیمت واقعی عموماً اثر مهمی روی تراز تجاری ندارند. در حالی که مطالعات مارکوز و مک نیلی^{۱۱} (۱۹۸۸) و رین هارت^{۱۲} (۱۹۹۵) نشان داد که تراز تجاری تحت تاثیر کاهش قیمت واقعی قرار می‌گیرند. وجه مشترک تمامی مدل‌ها در بر داشتن سه متغیر شاخص قیمت‌های داخلی به خارجی، درآمد خارجی‌یان و نرخ ارز است. کسش قیمتی تقاضای صادرات کشورهای در حال توسعه معمولاً کوچک‌تر از یک ولی کسش درآمدی مختلفی برآورد شده است.

⁶ Carbaugh

⁷ Goldstein and Khan

⁸ Sawyer and Sprinkle

⁹ Rose

¹⁰ Ostry and Rose

¹¹ Marques and Mc Neilly

¹² Reinhart

۵- تقاضای صادرات فرش دستباف

تعداد فرشی که یک خریدار خارجی مایل است طی دوره‌ی معینی از زمان بخرد، تابعی از قیمت خود فرش، درآمد پولی خریدار، قیمت سایر فرش‌ها، نرخ ارز، سلیقه‌ی خریدار، تبلیغات، انباشت فرش و ... است. با ثابت فرض کردن برخی از عوامل یاد شده، می‌توان تابع تقاضای صادراتی فرش هر خریدار را به صورت کلی زیر بیان نمود:

$$CX = f(PCD, PRC, Y, ER) \quad (1)$$

که در آن CX تقاضای صادراتی فرش دستباف، PCD قیمت ریالی فرش ایرانی، PRC قیمت فرش‌های غیرایرانی، Y درآمد خریدار و R نرخ ارز است. چون تقاضای بازار از مجموع تقاضای فردی خریداران شکل می‌گیرد، از این رو، تعداد خریداران نیز عامل دیگری است که بر تقاضای بازار اثر می‌گذارد.

۵-۱- تصریح مدل تقاضای صادرات فرش

مدل لگاریتمی - خطی به دلیل این که پارامترهای ضرایب نشانگر کشش هستند و تفسیر پارامترهای تخمین زده شده آسانتر می‌باشد، به مدل خطی ترجیح داده می‌شود. علاوه بر این، تبدیلات لگاریتمی متغیرها، تغییرپذیری در داده‌ها را کاهش می‌دهد و این بالقوه موجب کاهش احتمال ناهمسانی واریانس‌ها می‌گردد. به این ترتیب، معادله‌ی تقاضای صادرات فرش به صورت زیر خواهد بود.

$$\ln CX = a_0 + a_1 \ln PC + a_2 \ln Y + a_3 \ln PRC + \varepsilon_1 \quad (2)$$

که در آن $\ln CX$ ارزش دلاری صادرات فرش به قیمت جاری، $\ln PC$ قیمت دلاری هر متر مربع فرش صادراتی ایران، $\ln PRC$ قیمت دلاری هر متر مربع فرش غیرایرانی و $\ln Y$ میانگین وزنی درآمد سرانه واردکنندگان عمده فرش ایران است.

۵-۲- داده‌ها

آمار متغیر وابسته‌ی مدل، یعنی ارزش دلاری صادرات فرش دستباف، از آمار تجارت خارجی سال‌های ۸۰-۱۳۵۰ تهیه گردیده است و شاخص قیمت فرش نیز با تقسیم ارزش صادرات سالیانه بر مقدار صادرات همان سال محاسبه شده است. آمار فرش‌های خارجی نیز به دلیل محدودیت منابع، تنها از آمار قیمت فرش پاکستان برای دوره‌ی زمانی ۲۰۰۱ - ۱۹۸۷ از طریق اینترنت تهیه شده است.

کشورهای آلمان، ایتالیا، فرانسه، سوئیس و اتریش به طور میانگین به ترتیب ۴۵ درصد، ۸ درصد، ۴ درصد، ۳ درصد، ۱۰ درصد و ۱ درصد از واردات فرش ایران را طی سی سال گذشته به خود جذب کرده‌اند. کشورهای مذکور جزء اتحادیه‌ی اروپا هستند و وضعیت اقتصادی و چرخه‌های تجاری این کشورها به هم نزدیک می‌باشند. بنابراین، به جای در نظر گرفتن تمامی کشورهای واردکننده‌ی فرش ایران که شامل تعداد زیادی از کشورهای جهان می‌شود، تنها درآمد سرانه‌ی شش کشور عنوان شده را با توجه به سهمشان در واردات فرش ایران به عنوان درآمد واردکنندگان فرش در نظر می‌گیریم. آمار درآمد سرانه‌ی کشورهای مذکور از سایت *OECD* و *IFS*^{۱۳} فراهم شده است. در ضمن، ارزش صادرات نیز با *CPI* کشورهای عضو *OECD* خالی از تورم شده و به دلار ثابت سال ۱۹۹۵ تبدیل شده است.

۳-۵- بررسی ایستایی و نایستایی متغیرها

نمودارهای همبستگی متغیرها نشان از حالت نایستایی متغیرها دارند. همچنین، بر اساس آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته (*ADF*) مقادیر آماره T^{τ} برای تمامی متغیرها بیشتر از سطح احتمالی ۱ درصد هستند و ایستایی تمامی متغیرها رد می‌شود. با در نظر گرفتن اولین تفاضل متغیرهای مذکور در آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته، تمامی متغیرها ایستا و همجمعی از درجه‌ی یک می‌باشند. همچنین، بر اساس آزمون یوهانسن، وجود یک رابطه‌ی تعادلی بلند مدت بین متغیرها تایید می‌شود. به این ترتیب، می‌توان از روش حداقل مربعات برای تخمین پارامترهای مدل استفاده نمود.

۴-۵- نتایج تخمین مدل

به دلیل محدودیت آمار فرش‌های غیرایرانی، دو مدل با دوره‌های زمانی متفاوت تخمین زده می‌شود. مدل اول با حضور متغیر قیمت فرش‌های غیر ایرانی برای دوره‌ی زمانی ۸۰-۱۳۶۷ و مدل دوم بدون متغیر مذکور برای دوره‌ی زمانی

¹³ International Financial Statistics

¹⁴ tau

۸۰-۱۳۵۰ برآورد می‌گردد. نتایج حاصل از مدل تقاضای صادرات فرش برای دوره‌ی زمانی ۸۰-۱۳۶۷ به صورت زیر است.

$$\ln CX = 4/53 + 1/5 \ln PC - 1/99 PRC + 1/68 \ln Y (-1) \quad (3)$$

$$t: (0/92) (11/01) (-7/09) (3/71)$$

$$R^2 = 0/91$$

$$DW=2$$

$$F=44/08(0/000)$$

ضریب قیمت در این مدل بلند مدت دارای رابطه‌ی مستقیم با درآمد صادراتی بوده و برابر با ۱/۵۴ است. رابطه‌ی مستقیم بین قیمت و درآمد صادراتی نشان می‌دهد که جهت تغییرات قیمت و درآمد همسو است؛ یعنی افزایش قیمت ریالی فرش موجب افزایش درآمد صادراتی می‌گردد و کاهش قیمت آن موجب کم شدن درآمد می‌گردد. از سویی دیگر، افزایش نرخ ارز اسمی (با فرض ثابت بودن قیمت ریالی) موجب کم شدن قیمت دلاری می‌شود و درآمد صادراتی را کاهش می‌دهد. با کم کردن درصد تغییرات قیمت از درآمد کل، می‌توان دریافت که کشش قیمتی برابر با ۰/۵۴ است که کوچکتر از یک بوده و تأیید کننده بی‌کششی فرش صادراتی ایران است.

از سویی دیگر، افزایش قیمت فرش صادراتی ایران (که از تقسیم ارزش صادرات بر مقدار صادرات فرش به دست آمده است) می‌تواند به مفهوم افزایش سهم فرش‌های لوکس‌تر و گرانبهاتر و با قیمت بیشتر در سبد فرش‌های صادراتی نیز باشد. به عبارتی دیگر، هر چه تعداد فرش‌های با کیفیت بالاتر و گران‌تر در صادرات بیشتر شود، میانگین قیمت فرش‌های صادراتی نیز بالاتر است و موجب افزایش درآمدهای صادراتی فرش می‌گردد. کشش درآمدی مدل نیز برابر با ۱/۶۸ است که بزرگتر از یک است و لوکس بودن فرش را نشان می‌دهد. اما نکته‌ی آخر، ضریب قیمت فرش‌های غیرایرانی برابر با ۱/۹۹- است؛ یعنی واکنشی که تغییر قیمت فرش‌های غیر ایرانی نسبت به درآمد صادراتی فرش‌های ایران نشان می‌دهند، همانند کالای غیر رقیب می‌باشد. چنین به نظر می‌رسد که کاهش قیمت فرش‌های غیرایرانی موجب افزایش نسبی قیمت فرش‌های ایرانی می‌شود و با توجه به کم کشش بودن فرش‌های ایرانی موجب افزایش درآمد صادراتی آن می‌گردد.

اما نتایج حاصل از مدل دیگر برای دوره‌ی زمانی ۸۰-۱۳۵۰ بدون متغیر فرش‌های غیرایرانی به قرار زیر است.

$$InCX = -2/53 + 0.175Dum + 0.46InPC + 2/0.4InY + 0.17AR(-1) \quad (4)$$

$$t: \quad (-0/48) \quad (2/81) \quad (2/16) \quad (3/58) \quad (6/58)$$

$$R^2 = 0.175$$

$$F = 1/88$$

$$DW = 23/6 (0/1000)$$

متغیر مجازی Dum برای سال‌های حذف پیمان سپاری ارزی است. ضریب متغیر مجازی نشان می‌دهد که طی سال‌های ۷۳-۱۳۷۰، لغو پیمان سپاری ارزی موجب افزایش درآمد صادراتی فرش شده است؛ و این افزایش، مستقل از عوامل مؤثر بر تقاضا بوده است. همانند مدل قبلی، ضریب قیمت دارای رابطه‌ای مستقیم با درآمد صادرات است و تاییدی بر بی‌کشتی فرش می‌باشد. کشش درآمدی نیز بزرگتر از یک است و لوکس بودن فرش را نشان می‌دهد.

۶- نتیجه گیری

هنر قالیبافی در ایران قدمت چند هزار ساله دارد و صادرات فرش به اروپا از قرن شانزدهم میلادی آغاز گشته است. تا اوایل دهه‌ی هفتاد میلادی، ایران همواره حداقل ۴۰ درصد از بازار جهانی فرش را در اختیار داشته است. اما در دهه‌های گذشته، صادرات فرش با نوسانات زیادی رو به رو بوده و از سهم بازار جهانی ایران کاسته شده است. در مقابل، بر سهم کشورهایمانند هند افزوده شده است و شاهد حضور کشورهایی مانند چین به عنوان صادرکننده عمده بازار جهانی فرش هستیم.

توسعه‌ی صادرات فرش نیازمند توجه به عوامل فرایند صادرات در سه مرحله‌ی تولید، صدور و تقاضا است. از بعد تولید، توجه به مزیت‌های مطلق و نسبی در زمینه‌ی عوامل تولید حایز اهمیت است؛ به ویژه پایین بودن سطح دستمزدها و حضور نیروی کار مازاد از جنبه‌هایی است که زمینه ساز صادرات محصولات کاربری چون فرش دستباف می‌گردد. از جنبه‌ی صدور نیز توجه به مسایل بازاریابی، حمل و نقل، بوروکراسی اداری، آموزش عوامل صادرات و حضور مدیران و عوامل اقتصادی مجرب و مناسب، امکان دسترسی به موقع کالاهای صادراتی به مشتریان خارجی را میسر و مشتریان فعلی و بالقوه را از تغییر قیمت و کیفیت کالا آگاه می‌سازد.

اما از جنبه‌ی تقاضا، توجه به کشش‌های قیمتی و درآمدی و همچنین تاثیر سیاست‌های ارزی بر صادرات مدنظر قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از تخمین مدل

تقاضای صادرات فرش دستباف نشان داد که فرش، کالایی لوکس در سید فرش‌های صادراتی به شمار می‌رود و موجب افزایش درآمد صادراتی می‌گردد. بر این اساس، لازم است که استراتژی قیمت گذاری فرش صادراتی بر مبنای افزایش قیمت طرح ریزی شود و کاهش قیمت فرش‌های رقیب موجب کاهش بیشتر قیمت‌های صادراتی نشود و فرش ایرانی در سطح یک کالای عادی پایین نیآورد. همچنین، به منظور افزایش سهم فرش‌های لوکس و گران در سید فرش‌های صادراتی نیاز به بازنگری‌های عمده‌ای در بخش تولید فرش می‌باشد. تولید فعلی فرش دستباف بدون توجه کافی به صادرات سلیقه‌های خریداران خارجی صورت می‌گیرد و تنها افزایش تولید فرش و اشتغال بیشتر را مدنظر دارد. توجه به تولید و کیفیت بالا نیازمند ایجاد کارگاه‌های متمرکزی مشابه آنچه در گذشته در تمامی شهرهای صاحب نام فرش ایران وجود داشته است، می‌باشد. با حضور چنین کارگاه‌هایی می‌توان تولید با هدف صادرات را انجام داد و به سمت سفارش‌پذیری فرش‌های صادراتی قدم برداشت. نکته‌ی آخر، مسأله‌ی سیاست‌های ارزی می‌باشد. با توجه به کم‌کشش بودن فرش صادراتی ایران، افزایش نرخ ارز موجب کاهش درآمدهای صادراتی می‌شود. اگر چه سیاست‌های ارزی را نمی‌توان تنها بر اساس یک کالای صادراتی تعیین نمود، اما آنچه در مورد فرش دستباف می‌توان گفت این است که افزایش بیشتر نرخ ارز تاثیر مثبتی بر صادرات فرش دستباف ندارد. امید است با به کارگیری پیشنهاد‌های ارایه شده، شاهد توسعه‌ی صادرات فرش دستباف و افزایش سطح رفاه تولید کنندگان، هنرمندان و بازرگانان فرش کشور باشیم.

ضمیمه ۲- نتایج مدل شماره ۱

الف - مدل عمومی:

Dependent Variable: LNCX

Method: Least Squares

Date: 06/23/03 Time: 09:02

Sample (adjusted): 1363 1380

Included observations: 13 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
LNCX(-1)	0.241920	0.408564	0.592124	0.5795
LNPC	2.086406	0.411653	5.068362	0.0039
LNPC(-1)	-0.816243	0.768946	-1.061509	0.3370
LNPRC	-0.541269	0.854118	-0.633717	0.5541
LNPRC(-1)	-0.947162	1.009210	-0.938518	0.3911
LNYP	-0.501078	0.856624	-0.584944	0.5840
LNYP(-1)	1.849420	0.720310	2.567533	0.0502
C	2.246884	9.088655	0.247219	0.8146
<i>R-squared</i>	0.966703	Mean dependent var		20.46877
Adjusted R-squared	0.920088	S.D. dependent var		0.480957
S.E. of regression	0.135961	Akaike info criterion		-0.877646
Sum squared resid	0.092426	Schwarz criterion		-0.529985
Log likelihood	13.70470	F- statistic		20.73779
Durbin-Watson stat	2.226539	Prob(F-statistic)		0.002070

ب- مدل بهینه:

Dependent Variable: LNCX

Method: Least Squares

Date: 06/23/03 Time: 08:35

Sample (adjusted); 1368 1380

Included observations: 13 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
LNPC	1.545498	0.140260	11.01877	0.0000
LNPRC	-1.993186	0.280760	-7.099240	0.0001
LNYP(-1)	1.680290	0.452905	3.710031	0.0048
C	4.532249	4.876571	0.929393	0.3769
<i>R-squared</i>	0.936283	Mean dependent var		20.46877
Adjusted R-squared	0.915044	S.D. dependent var		0.480957
S.E. of regression	0.140185	Akaike info criterion		-0.844044
Sum squared resid	0.176867	Schwarz criterion		-0.670213
Log likelihood	9.486283	F- statistic		44.08331
Durbin-Watson stat	2.002368	Prob(F-statistic)		0.000010

ضمیمه ۳- نتایج مدل شماره ۲:

الف - مدل عمومی:

Dependent Variable: LNCX

Method: Least Sqaes

Date: 06/23/03 Time:09:04

Sample (adjusted): 1353 1380

Included observations: 28 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
LNCX(-1)	0.616799	0.193811	3.182476	0.0062
LNCX(-2)	-0.116564	0.194908	-0.598046	0.5587
LNCX(-3)	0.032489	0.138897	0.233911	0.8182
LNPC	0.871025	0.228657	3.809313	0.0017
LNPC(-1)	-0.867673	0.365931	-2.371137	0.0316
LNPC(-2)	-0.483025	0.353499	-1.366412	0.1919
LNPC(-3)	0.429550	0.258555	1.661348	0.1174
LNy	0.367449	0.595058	0.617501	0.5462
LNy(-1)	0.857968	0.819207	1.047316	0.3115
LNy(-2)	-1.541300	0.815231	-1.890629	0.0782
LNy(-3)	0.817237	0.543326	1.504137	0.1533
DUM	0.575676	0.169880	3.388729	0.0041
C	4.617207	2.658067	1.737055	0.1029
<i>R- squared</i>	0.932302	Mean dependent var		20.00916
Adjusted R-quared	0.878143	S.D. dependent var		0.701878
S.E. of regression	0.245011	Akaike info criterion		0.329393
Sum squared resid	0.900459	Schwarz criterion		0.947917
Log likelihood	8.388497	F- statistic		17.21433
Durbin-Watson stat	2.4113091	Prob(F-statistic)		0.000001

ب- مدل بهینه:

Dependent Variable: LNCX

Method: Least Squares

Date: 06/01/03 Time:00:55

Sample(adjusted): 1351 1380

Included observations: 30 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 12 iterations

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
DUM	0755140	0.265327	2.814250	0.0094
LNPC	0.465354	0.215399	2.160423	0.0405
LN Y	2.042828	0.529704	3.856549	0.0007
C	-2.532125	5.227838	-0.484354	0.6324
AR(1)	0.70943	0.107653	6.586398	0.0000
<i>R- squared</i>	0.790647	Mean dependent var		20.00245
Adjusted R-squared	0.757151	S.D. dependent var		0.677850
S.E. of regression	0.334043	Akaike info criterion		0.795917
Sum squared resid	2.789617	Schwarz criterion		1.029450
Log likelihood	-6.938757	F- statistic		23.60388
Durbin-Watson stat	1.885984	Prob(F-statistic)		0.000000

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

- امیر حسینی، خسرو، "صادرات فرش دستباف همچنان در رکورد"، ابرار اقتصادی، ۱۳۸۰/۸/۱۲.
- گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی سال‌های ۸۰-۱۳۵۰.
- موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، "بازار جهانی فرش"، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، صص ۲۰-۲۴.
- نادری، ابوالقاسم، "بررسی و مشکلات صادرات غیر نفتی"، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۶۹، صص ۵۰-۶۰.
- Appleyard, Dennis. R , International Economics, Mc Graw Hill, 1997, pp. 378- 385.
- Carbaugh, Robert. J., International Trad, ITP, 1994, pp. 398-403.
- Goldstein, M. and M.S. Khan Income and Price Effects in Foreign Trade, Hand Book of International Economics, Vol. II, Elsevier, 1988.
- International Trade Statistics Yearbook, New York, United Nations, 1990, Several Issues.
- Marquez, Haime, and Caryl Mc Neilly, "Income and Price Elasticities for Exports of Developing Countries," Review of Economics and Statistics, Vol. 70, 1988, pp. 306-14.
- Ostry, Jonathan and Andrew, Rose, "An Empirical Evaluation of the Macroeconomics Effects of Tariffs," Journal of International Money and Finance, Vol. II, 1992, pp. 63-79.
- Riedel, James, "Trade as the Engine of Growth in Developing Countries, Revisited," Economic Journal, Vol. 94, 1984, pp. 56-73.
- Reinhart, Armen, "Devaluation, Relative Prices, and International Trade," IMF Staff Paper, Vol. 42, 1995, pp. 190-312.
- Sawyer, W.C. and R.L. Sprinkle, The Demand for Imports and Exports in the World Economy, Brookfield, USA, 1999.
- Senhadji, Abdelhak S. and Claudio, E. Montengro, "Time Series Analysis of Export Demand Equations," IMF Staff Paper, Vol. 46, Number 3, 1999.

The Investigation and Estimation of Effective Factors on Iran's hand-Knotted carpet

S. Aziz Arman (Ph.D.) and Mehdi Mohamadi (M.Sc.)*

Abstract:

In some last centuries, hand knotted carpet has been one of the main items of non- oil exports, and always have absorbed at least 20 percent of non- oil exports. In regard to carpet industry capacity in employment and non-oil exports, its expansion has considerable importance. Exports development needs a deep analysis of export process in three stages, production, export and demand. In production field, the care to production factors and having absolute and relative advantages in production of some goods is very important. In export field, factors such as marketing, packing, transportation, insurance should be considered and the suitable export policy regarding to any commodity characteristics should be taken. In demand field, price and income elasticities are considerable. In this research, first we review empirical studies in non- oil exports specially carpet production and export and then carpet exports from demand view will be analyzed. The major purpose of this research is investigation of carpet exports from demand view. By examining of export demand literature, suitable model of carpet export demand for period of 1350-1380 was determined. Then, stationry and non- stationary tests of variables were implemented and model was estimated using OLS method (by Eviews package). This model specifies the effect of carpet price, importers income and exchange rate changes on carpet exports earnings. Estimated results show that carpet is a luxury and inelastic commodity. In other word, Carpet price rise will increase exports earnings, too. Moreover, by main considerations in carpet production, more luxury and high quality carpets in concentrated workshops should be knotted. On the other hand, nominal exchange rate increase in regard to carpet inelastic being will decrease exports earnings.

Keywords: Export, Hand Knotted carpet, Export Demand

* Assistant professor and student of economics, respectively, Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی