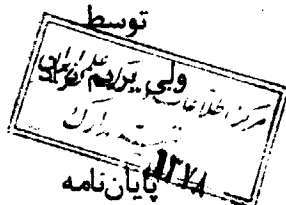


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

٢٤١٨٩

بسم الله الرحمن الرحيم

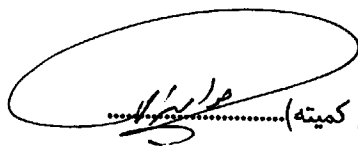
تحليل اقتصادي عوامل مؤثر بر صادرات فرش در ايران



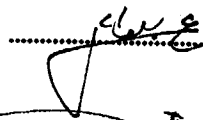
ارائه شده به دانشکده تحصيلات تکميلي به عنوان بخشي از فعاليتهاي تحصيلي لازم براي اخذ درجه کارشناسي ارشد

در رشته
اقتصاد کشاورزي
از
دانشگاه شيراز
شيراز- ايران

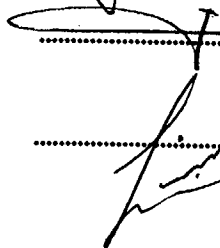
ارزيابي و تصويب شده توسط كميته پايان نامه با درجه: عالي
امضاء اعضاء كميته پايان نامه:



دکتر جواد ترکمانی، استادیار بخش اقتصاد کشاورزی (رئیس کمیته)



دکتر غلامرضا سلطانی، استاد بخش اقتصاد کشاورزی



دکتر بهاءالدین نجفی، استاد بخش اقتصاد کشاورزی

دکتر سهیلا پروین، استادیار بخش اقتصاد

اردیبهشت ۷۸

۱۳۰۲۷،۱

۲۹۱۵۶

۲۰۳۷

تقدیم به:

پیشگاه مقدس حضرت ولیعصر (عج)

و تقدیم به:

پرورش دهنده روح و جسم

مادر

سیاسگزاری

یکچند به کودکی به استاد شدیم یکچند به استادی خود شاد شدیم
پایان سخن شنو که ما را چه رسید از خاک برآمدیم و بر باد شدیم

سیاس خدائی را که پای اندیشه در راه شناسائی او لنگ است و سر
فکرت ژرف و رو به دریای معرفتش بر سنگ. خداوند متعال را سیاس
می گذارم که در پرتو عنایات خاصه اش توفیق عطا فرمود تا در راهی که
همواره مورد ستایش اولیاء الهی بوده است گام بردارم. درود بی پایان خود را
به اندیشمندانی که مسیر علم و پژوهش را با راهنماییها و هدایت های خود
همواره پر رونق نگاه داشته اند، تقدیم می دارم.

در طول دوران تحصیل، از محضر اساتید گرانقدری بهره جست هام که
بدون راهنمایی ایشان این مهم به انجام نمی رسید. بر خود لازم می دانم بدین
وسیله از استاد راهنمایم جناب آقای دکتر جواد ترکمانی که با سعه صدر در
کلیه مراحل پژوهش و تدوین این پایان نامه اینجانب را مساعدت فرمودند،
قدردانی نمایم. مراتب سیاس خود را از اساتید محترم آقایان دکتر غلامرضا
سلطانی و دکتر بهاءالدین نجفی و سرکار خانم دکتر سهیلا پروین به خاطر
مشاوره بی دریغ و مفیدشان ابراز می دارم. بر خود لازم می دانم از کارمندان
محترم بخش، جناب آقای نجاتی، سرکار خانم سودمند و جناب آقای جاوید
کمال تشکر و امتنان را داشته باشم.

ولی بریم نژاد

اردیبهشت ماه ۱۳۷۸

چکیده:

"تحلیل اقتصادی عوامل مؤثر بر صادرات فرش ایران"

توسط:

ولی بریم نژاد

تداوم موفقیت‌آمیز توسعه پایدار اقتصاد ایران، ایجاب می‌کند تا در تدوین برنامه‌های عملیاتی، بویژه در طرح نوین صادراتی کشور که با هدف ایجاد شالوده‌های استوار جهت اقتصاد بدون نفت مورد پیگیری قرار می‌گیرد، زمینه سیاست‌گذاری‌های مناسب فراهم گردد. در برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی کشور نیز گرچه سیاست توسعه متکی بر تکمیل صنایع جایگزین واردات است، ولی آنچه که به عنوان درآمدهای صادراتی، به خصوص درآمدهای حاصل از صادرات غیر نفتی، در این برنامه‌ها پیشنهاد شده است جز از طریق تحولاتی اساسی در سیاستهای اقتصادی، تجاری، مالی، و صنعتی کشور ممکن نیست. نگاهی به صادرات غیر نفتی نشان می‌دهد که فرش در صدر این صادرات قرار دارد. اضافه بر آن صادرات فرش دارای ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ویژه‌ای است. از این رو هدف کلی مطالعه جاری بررسی عوامل مؤثر بر صادرات فرش ایران از طریق تخمین توابع تقاضا و عرضه صادرات فرش می‌باشد. توابع تقاضا و عرضه صادرات به صورت سیستمی و به روش حداقل مربعات سه مرحله‌ای تکراری IBSLS برآورد گردید و عوامل مؤثر بر آنها مورد بحث و بررسی قرار گرفت. داده‌های لازم برای این تحقیق از سازمانها و ارگانهای مختلف از جمله، مرکز توسعه صادرات ایران، مرکز آمار ایران، سازمان برنامه و بودجه کشور، اتحادیه صادرکنندگان فرش ایران، مؤسسه تحقیقات فرش، شرکت سهامی فرش ایران، گمرک ایران و همچنین از طریق مصاحبه حضوری با بازرگانان و صادرکنندگان فرش برای دوره زمانی ۱۳۷۵-۱۳۵۷ به دست آمد. پس از آن

چهار

با استفاده از نرم افزار TSP7 مدل مورد نظر برای چهار کشور آلمان، ایتالیا، سوئیس و ژاپن بعنوان واردکنندگان عمده فرش ایران برآورد گردید. نتایج حاصله از تخمین معادلات تقاضا نشان داد که کشش تقاضای قیمتی صادرات برای این کشورها پائین می باشد. نتایج همچنین نشان دهنده اثر مستقیم درآمد ناخالص ملی، نرخ ارز واقعی و تولید جهانی به غیر از ایران و اثر غیرمستقیم شاخص قیمت کالاهای داخلی بر میزان تقاضای صادرات ایران می باشد. نتایج حاصل از تخمین معادله عرضه بیانگر کشش پذیر بودن قیمت عرضه صادرات می باشد که نشان می دهد، اگر ایران صادرات خود را به صادرات مستقیم تبدیل کند با افزایش قیمت صادراتی فرش، عرضه برای صادرات نیز افزایش می یابد. علامت ضریب متغیر درآمد حاصله از نفت نشان می دهد که، با افزایش درآمد حاصل از صادرات نفت، میزان عرضه صادرات فرش کاهش می یابد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
هشت	فهرست جداول.....
۱	فصل اول: مقدمه.....
۱	۱-۱) پیشگفتار.....
۶	۲-۱) اهداف تحقیق.....
۶	۳-۱) فرضیات تحقیق.....
۷	فصل دوم: مروری بر مطالعات گذشته.....
۷	۱-۲) مطالعات انجام شده در خارج از ایران.....
۱۸	۲-۲) مطالعات انجام شده در ایران.....
۲۷	۳-۲) نتیجه مروری بر مطالعات انجام شده.....
۲۹	فصل سوم: مواد و روشها.....
۲۹	۱-۳) مبانی تئوریک.....
۳۰	۲-۳) روش تحقیق.....
۳۰	۱-۲-۳) جمع‌آوری اطلاعات.....
۳۰	۲-۲-۳) مدل‌های استفاده شده.....
۳۰	۱-۲-۲-۳) تابع تقاضای صادرات.....
۳۲	۲-۲-۲-۳) تابع عرضه صادرات.....
۳۳	۳-۲-۲-۳) قیود غیرخطی.....
۳۶	فصل چهارم: نتایج و بحث.....
۳۶	۱-۴) تاریخچه‌ای کوتاه از صنعت فرش ایران.....
۳۶	۲-۴) جایگاه فرش در اقتصاد ملی.....
۳۷	۱-۲-۴) اشتغال‌زایی در صنعت فرش.....
۳۸	۲-۲-۴) تحصیل ارز.....
۳۹	۳-۴) نگاهی به بازار جهانی فرش و جایگاه ایران.....
۴۱	۱-۳-۴) سهم ایران در بازارهای جهانی فرش.....
۴۲	۲-۳-۴) نقش ایران در بازار جهانی فرش.....

۴۲	بازارهای عمده‌فروشی (۱-۲-۳-۴)
۴۲	بازارهای مهم فرش (۲-۲-۳-۴)
۴۲	بازارهای بالقوه آینده (۳-۲-۳-۴)
۴۵	تخمین توابع عرضه و تقاضای صادرات (۴-۴)
۴۵	تخمین تابع تقاضای صادرات کشور آلمان (۱-۴-۴)
۴۶	تخمین تابع تقاضای صادرات کشور ایتالیا (۲-۴-۴)
۴۷	تخمین تابع تقاضای صادرات کشور سوئیس (۳-۴-۴)
۴۸	تخمین تابع تقاضای صادرات کشور ژاپن (۴-۴-۴)
۴۹	تخمین تابع عرضه صادرات کشور ایران (۵-۴-۴)
۵۷	پیشنهادات (۵-۴)
۵۹	فهرست منابع

عنوان و چکیده به زبان انگلیسی

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۴- سهم صادرات صنعتی و فرش در کل صادرات غیرنفتی کشور طی سالهای ۱۳۷۲-۱۳۶۰ (درصد)	۳۸
جدول ۲-۴- ارزش صادرات فرش ۹۲-۱۹۸۵ (میلیون دلار)	۴۳
جدول ۳-۴- سهم ایران در بازار جهانی فرش (درصد)	۴۳
جدول ۴-۴- سهم رقبای اصلی ایران در بازار فرش ۹۰-۱۹۸۰ (درصد)	۴۴
جدول ۵-۴- سهم اروپا، آمریکا، آسیا و ژاپن از کل واردات جهانی فرش (درصد)	۴۴
جدول ۶-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور آلمان (مدل بی تعادل)	۵۱
جدول ۷-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور ایتالیا (مدل بی تعادل)	۵۱
جدول ۸-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور سوئیس (مدل بی تعادل)	۵۲
جدول ۹-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور ژاپن (مدل بی تعادل)	۵۲
جدول ۱۰-۴- برآورد تابع عرضه صادرات فرش (مدل بی تعادل)	۵۳
جدول ۱۱-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور آلمان (مدل تعادل)	۵۴
جدول ۱۲-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور ایتالیا (مدل تعادل)	۵۴
جدول ۱۳-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور سوئیس (مدل تعادل)	۵۴
جدول ۱۴-۴- برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور ژاپن (مدل تعادل)	۵۴
جدول ۱۵-۴- برآورد تابع عرضه صادرات فرش، (مدل تعادل)	۵۵
جدول ۱۶-۴- کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور آلمان	۵۵
جدول ۱۷-۴- کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور ایتالیا	۵۵
جدول ۱۸-۴- کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور سوئیس	۵۵
جدول ۱۹-۴- کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور ژاپن	۵۶
جدول ۲۰-۴- کششهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور آلمان	۵۶
جدول ۲۱-۴- کششهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور ایتالیا	۵۶
جدول ۲۲-۴- کششهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور سوئیس	۵۶
جدول ۲۳-۴- کششهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور ژاپن	۵۷
جدول ۲۴-۴- کششهای عرضه صادرات	۵۷

فصل اول

مقدمه:

۱-۱- پیشگفتار

از زمانهای گذشته، بویژه در سالهای پس از انقلاب صنعتی، تجارت خارجی همواره بعنوان مسأله‌ای مهم در اقتصاد کشورهای جهان بشمار آمده است. پس از جنگ جهانی دوم، موضوع توسعه اقتصادی در دستور کار بسیاری از دانشمندان و دانشگاههای کشورهای غرب قرار گرفت. تحقیقات گسترده‌ای در این خصوص صورت پذیرفت و نظریه‌های مختلفی مطرح گردید. یکی از حوزه‌های تحقیقی که نظر بسیاری از کارشناسان و محققان اقتصادی را به خود جلب کرد، رابطه صادرات و رشد اقتصادی بود. بسیاری از دانش‌پژوهان در زمینه توسعه اقتصادی به این باور رسیده بودند که افزایش صادرات موجب رشد اقتصادی سریع می‌شود. لذا تحقیقات وسیعی برای آزمون این فرضیه انجام شد. بعنوان مثال میکائیلی (۵۹) اقتصاد ۴۱ کشور جهان را مورد مطالعه قرار داد و ارتباط مثبت رشد صادرات و تولید ناخالص ملی را تأیید کرد. با این حال، گروهی از وابستگان به مکاتب فکری رادیکال در پی رد فرضیات یاد شده و اثبات این نکته برآمدند که رابطه معنی‌داری بین رشد و توسعه صادرات وجود ندارد. برخی حتی پا را فراتر نهاده و ابراز داشتند که افزایش صادرات و ادغام بیشتر در نظام جهانی، موانع جدی بر سر راه توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه ایجاد خواهد کرد (۲).

بر خلاف اندیشمندانی که معتقدند بازار جهانی منشأ شوکهای اقتصادی برای بازار داخلی است، بازار داخلی می‌تواند تا حد قابل ملاحظه‌ای از راه انطباق با بازار جهانی، شوکها و عدم تعادلهای داخلی را برطرف سازد و باعث

شود که دیگر صادرات تنها وظیفه ارزآوری و تأمین منابع مالی برای کشور را نداشته باشد. از این دیدگاه تنوع بخشیدن به صادرات موجب می‌گردد که:

(۱) عرضه صادرات از انحصار دولت خارج شود و طیف وسیعی از صادرکنندگان، ارز را به داخل انتقال دهند. در این صورت بازار ارز، از حالت انحصاری به رقابتی نزدیکتر می‌شود و لذا مکانیسم‌های غیردولتی بهتر می‌توانند عدم تعادل‌های ارزی را اصلاح کنند.

(۲) تولیدکنندگان داخلی بتوانند با در اختیار داشتن بازار خارجی، مقیاس تولید خود را طوری تعیین کنند که در بهترین شرایط تولیدی قرار گیرند. طبعاً اگر واحدهای تولیدی بزرگ باشند، ممکن است محدودیت تقاضا در بازار داخلی موجب شود که این واحدها نتوانند از حداکثر ظرفیت خود استفاده کنند. راهیابی به بازارهای خارجی این محدودیت را از بین می‌برد.

(۳) تولیدکنندگان داخلی برای مقابله با عرضه‌کنندگان خارجی ناچار از رقابت شده و برای حفظ بازار فروش بیشتر محصولات خود راهی جز ارتقاء تکنولوژی تولید نداشته باشند. بنابراین حرکت در جهت افزایش صادرات، حرکت در جهت ارتقای تکنولوژی تولید خواهد بود و از این طریق، رشد پایدار با سهولت بیشتری تحقق خواهد یافت.

(۴) با گسترش صادرات، واردات نیز افزایش یابد و این امر می‌تواند موجب گردد که بازارهای داخلی در برخورد با تولیدات جهانی از کارائی بالاتری برخوردار شوند. گذشته از آن، افزایش واردات و تنوع کالاهای وارداتی، انحصارات داخلی را می‌شکند و بازار را به شرایط رقابتی نزدیکتر می‌کند.

(۵) اقتصاد کشور از راه پیوند یافتن با نظام جهانی بتواند از امکانات و توانمندیهای خود به نحو مؤثرتری استفاده نماید. همچنین صدور محصولات داخلی به خارج و وارد کردن کالاهای مورد نیاز، ساختار تولید و مصرف را بهینه می‌کند. در این شرایط هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان با شرایط متنوع و جدیدی روبرو هستند و لذا قادرند منابع تولید را بهتر تخصیص دهند.

در ایران در دهه‌های اخیر سیاستهای صادراتی کشور حالت انفعالی داشته و نوسانات درآمد حاصل از صدور نفت، باعث تغییرات عمده‌ای در توجه مسئولین به صادرات کالای غیرنفتی گردیده است. امروزه با کاهش درآمدهای نفتی، کشور دچار عدم تعادل‌های بخشی و کلان می‌باشد و اضافه بر آن، تورم روزافزون است و رکود در صنایع پدیده‌ای فراگیر شده است. در این شرایط، به نظر می‌رسد که اضافه بر سیاستهای مناسب پولی، مالی و اقتصادی، تدوین و اجرای سیاستهای صادراتی از اهمیت زیادی برخوردار باشد. این ضرورت تا آنجاست که اگر کشور، سریعاً دست به گسترش صادرات غیرنفتی نزند، عدم تعادل‌های جدی در اقتصاد، توسعه و نیز گسترش فقر و بیکاری اجتناب ناپذیر می‌شود. مجموعه این واقعیات و مزایای قابل ملاحظه توسعه صادرات و نیز عقب‌ماندگی ساختاری اقتصاد کشور، توجه به صادرات و سیاستهای صادراتی را از اهمیت خاصی برخوردار نموده است (۲).

با توجه به اهمیت صادرات غیرنفتی، با نگاهی به ترکیب صادرات ایران متوجه می‌شویم که فرش در صدر این جدول قرار داشته و به جز اهمیت آن بعنوان مهمترین و عمده‌ترین کالای صادرات غیرنفتی در سایر ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از اهمیت و ویژگی خاصی برخوردار است. با این حال پس از گذشت بیش از ۴۰۰ سال صادرات فرش، بعنوان کالای ۱۰۰٪ ساخته و پرداخته دست ایرانی، هنوز هم شاهد بروز مشکلات و نارسائیهای متعددی در انطباق با شرایط نوین بازارهای بین‌المللی و کسب موقعیت در خور شأن و مقام فرش ایران، هستیم (۳).

تولید و صادرات فرش دستباف در سالهای اخیر دچار تغییر و تحولات بسیاری شده است. بنظر می‌رسد این دگرگونیها در کشور ایران که از قدیم جزء مهمترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان این کالا بوده از شدت بیشتری برخوردار است.

قالیبافی در ایران نه تنها حوزه فعالیت و منبع ارتزاق گروه عظیمی از مردم این کشور به خصوص روستائیان آن است، بلکه از قدیم یکی از معدود

منابع مهم درآمدهای ارزی این کشور بوده است. در میان صادرات غیرنفتی ایران کمتر کالائی را می‌توان یافت که چون فرش دستباف ارز نصیب کشور کرده و یا مانند این کالا بدلیل کیفیتش از قدرت مزیت نسبی و گاه مطلق در بازارهای جهانی برخوردار باشد.

با توجه به این مسأله که صنعت قالیبافی عمدتاً با اقشار مستضعف روستائی که غالباً با کمبود درآمدهای کشاورزی و بیکاریهای فصلی مواجه‌اند، پیوند دارد، تغییرات حاصله در این صنعت علاوه بر اثرات گسترده اقتصادی، دارای اثرات اجتماعی همچون مهاجرت و تغییر و ناهماهنگی یافت جوامع شهری و روستائی نیز هست.

قالیبافی در بعضی کشورها همچون هند و پاکستان علاوه بر آنکه صنعتی کاملاً صادراتی و مولد درآمدهای ارزی است، بعنوان کم‌خرج‌ترین شیوه ایجاد اشتغال و درآمد در مناطق محروم روستائی نیز بکار گرفته شده است، با این امید که علاوه بر منافع حاصل از تولید و صدور فرشهای تولیدی، گردش و تراکم سرمایه در مناطق روستائی بعنوان موتور اولیه توسعه عمل کند.

قالیبافان چه در ایران و چه در بسیاری از کشورهای دیگر، همواره از محرومترین، ستم‌کشیده‌ترین و کم‌درآمدترین افرادی بوده‌اند که معمولاً در بدترین شرایط شغلی بکار پرداخته‌اند و اغلب هیچ قانونی آنها را عملاً تحت پوشش حمایتی خود قرار نداده است (۲۸). اما از نظر نیز نمی‌توان دورداشت که اگر قصد بر استفاده از نیروی قالیبافان در صنایع ضروریتر و نافعتر باشد، چنین امری محتاج یک برنامه‌ریزی بلندمدت است و به یکباره امکان‌پذیر نیست.

سهم ایران در بازار جهانی صادرات فرش در سال ۱۹۸۰، حدود ۴۱/۹ درصد بوده است و در این سال مقام اول کشورهای صادرکننده فرش را دارا بوده است. طی سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۵، سهم ایران روندی کاهشی داشته است و در سال ۱۹۸۵ به پائین‌ترین مقدار خود یعنی ۱۶ درصد رسیده است.

در سال ۱۹۸۲، هند و در سال ۱۹۸۳، افغانستان و در سال ۱۹۸۵ مجدداً هند مقام نخست در صادرات فرش را تصاحب نموده و در این سالها ایران مقام دوم صادرات را داشته است. از سال ۱۹۸۶ روند بهبود در صادرات فرش ایران بوجود آمده است و این بهبود همزمان با کاهش قیمت جهانی نفت و توجه دولت به سیاست صادرات غیرنفتی و پائین آمدن ارزش ریال می‌باشد. سهم ایران در صادرات از ۱۶ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۳۰/۶ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش پیدا نموده است. این سهم در سال ۱۹۹۲ حدود ۲۸/۶ درصد می‌باشد. بنابراین به جز سه سال (۱۹۸۲، ۱۹۸۳، ۱۹۸۵) در مابقی سالهای مورد بررسی، صادرات فرش ایران مقام نخست را داشته است (۵۳ و ۵۴). از کشورهایی که اخیراً به جمع صادرکنندگان پیوسته‌اند، کشور نیال است. این کشور با جمعیت اندک توانسته است از سال ۱۹۸۵ که هیچ سهمی در بازار صادرات نداشته است، در سال ۱۹۹۲ حدود ۱۲/۱ درصد از سهم بازار صادرات را تصاحب نماید. چین کشور دیگری است که در سالهای اخیر سهمش در بازار صادراتی فرش افزایش داشته و در سال ۱۹۹۲ این کشور در حدود ۱۶/۵ درصد از بازار صادرات را به خود تخصیص داده است. با توجه به ارز آوری بالای صادرات فرش دستباف و بوجود آمدن رقبای جدی در سطح جهان برای این صنعت و با توجه به این نکته که، گسترش بخش صنعت، افزایش صادرات غیرنفتی، ایجاد امکانات شغلی در مناطق محروم، تشویق روستائیان به فعالیت در بخش کشاورزی و جلوگیری از سیل مهاجرت آنها به شهرها در صدر برنامه‌های اقتصادی جمهوری اسلامی ایران قرار دارد، توجه به صنعت قالیبافی در ایران و بررسی علل رکود داخلی و خارجی آن بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند.

از آنجا که قالی و قالیچه در اکثر کشورهای عمده تولیدکننده، کالائی صادراتی است، برای درک مشکلات این صنعت در هر کشور بالاجبار باید نظر به بازار جهانی آن داشت. از طرف دیگر این دورنگری در بررسی‌های مقایسه‌ای به یافتن بسیاری از راه‌حلهای کمک می‌کند. بيمورد نيست اگر اشاره

کنیم که به قالی و قالیچه، این کالای بهم بافته از هنر و صنعت به دیده‌های گوناگونی نگریسته می‌شود. برخی آن را تجسم یافته والای هنرمی‌دانند و از پا گذاردن بر آن شرم می‌کنند و برخی دیگر آن را صورت زیبایی از یک استثمار زشت می‌دانند و پا گذاردن بر آن را مهر تأییدی بر ستم‌کشی محسوب می‌نمایند (۲۸).

با این وجود به نظر می‌رسد هر قدمی برای شناخت وضع موجود، آشنائی با مشکلات و آنچه با فرش و فرشبافی در ارتباط است، بتواند در سمت بخشیدن و تعالی این صنعت مفید و مؤثر باشد.

۱-۲- اهداف تحقیق:

۱. بررسی عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای صادرات فرش ایران
۲. تعیین و بررسی عوامل مؤثر بر صادرات فرش ایران

۱-۳- فرضیات تحقیق:

۱. کشش قیمتی تقاضا برای صادرات فرش پائین می‌باشد.
۲. کشش درآمدی تقاضا برای صادرات فرش پائین می‌باشد.
۳. با افزایش در نرخ ارز میزان تقاضا برای صادرات کاهش می‌یابد.

فصل دوم:

مروری بر مطالعات انجام شده

۲-۱- مطالعات انجام شده در خارج از ایران:

اولاید و اولاتونباسان (۶۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان تحلیلی اقتصاد سنجی در مورد تقاضای صادرات نیجریه فرض کردند، که تقاضا برای صادرات نیجریه توسط گروهی از متغیرها و قیمت‌های خاص آنها و در سیکل‌های تجاری تأثیر می‌پذیرند. این متغیرها به باور آنها، تولیدات صنعتی در کشورهای خریدار، سلیقه خریدار، موانع تجارتي و نقش وام‌های خارجی می‌باشند. از این رو در هر تحلیل تجربی، منطقی‌ترین راه استفاده از یک سیستم معادلات می‌باشد. اما تحت فروض معین، تخمین یک معادلهٔ تکی با روش حداقل مربعات معمولی نیز می‌تواند دارای نتایج رضایت‌بخشی باشد. نتایج معادلات تخمینی این دو محقق نشان می‌دهد که توابع خطی و نمایی با اطلاعات مناسب دارند و می‌توانند برای تخمین ارتباط قیمت-مقدار در صادرات مفید واقع شوند.

فیداز (۴۵) تأثیر دوگانگی نرخ ارز بر صادرات محصولات کشاورزی آمریکا را مورد بررسی قرار داده است. هدف از این مطالعه، یافتن تأثیر نوسانات نرخ ارز بر نوسانات صادرات بود. آمار و اطلاعات بکار رفته در این مقاله مربوط به سال‌های ۱۹۷۱-۷۲ و ۱۹۷۲-۷۳، ۲۱ کشور جهان برای محصولات گندم و ذرت می‌باشد. مدل استفاده شده در این مطالعه روش رگرسیونی حداقل مربعات معمولی بصورت پله‌پله است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که، تغییرات نرخ ارز نه تنها اثر قابل توجهی بر روی صادرات

آمریکا نداشته است بلکه، تاثیر چندانی بر روی تجارت کشورهای واردکننده کالاهای آمریکا هم ندارد.

باتیستا (۳۷) در مقاله‌ای ارتباط میان تولید، قیمت‌ها و صادرات را برای دو کالای صادراتی وابسته به هم آزمایش نمود. این کالاها عبارت از یک کالای اولیه و یک کالای ساخته‌شده می‌باشد که از آن کالای اولیه بعنوان ماده اولیه اصلی خوداستفاده می‌نماید. در صادرات فیلیپین، کپرا (Copra) و روغن نارگیل به ترتیب بعنوان کالاهای اولیه و ساخته‌شده می‌باشند. مشخص گردید که قیمت‌های عرضه صادرات کپرا، کشش‌ناپذیر می‌باشند. همچنین اثر متقاطع، نشان‌دهنده اثر منفی تغییرات نرخ ارز می‌باشد. یک نتیجه فرعی بدست آمده از این مطالعه آن است که، عکس‌العمل صادرات روغن نارگیل به ارزش پول، به طور ذاتی مثبت است و این عکس‌العمل در طی دوره جنگ جهانی دوم به طور قوی مشاهده گردیده است و این نکته که صادرات کپرا به روغن نارگیل وابسته است، تأیید نمی‌شود.

شو (۶۶) نشان داده است که تغییرات نرخ ارز می‌تواند دارای اثرات مهمی بر روی صادرات باشد. هنبری و همکارانش (۵۱) مشخص نمودند که تغییرات واقعی نرخ ارز نسبت به تغییرات غیرواقعی، اثر بزرگتری روی تقاضای صادرات دارد.

جانسون و تویتن (۵۵) در کوششی برای تخمین کشش تقاضا برای تمام محصولات کشاورزی آمریکا از تعدادی معادلات مرتبط به هم استفاده نمودند. هدف اصلی آنها، تخمین این کششها برای همه کالاهای کشاورزی، هم در بازارهای داخلی و هم در بازارهای خارجی بود. آنها با استفاده از رابطه‌ی مازاد تقاضا، تحلیل‌های داخلی و خارجی را با یکدیگر ترکیب نمودند. یافته‌های ایشان در مورد ترکیب تقاضای خارجی برای محصولات کشاورزی و اهمیت زیاد کششهای آنها، مهم می‌باشد.

انگوین و بویان (۶۲) به صورت تحلیلی، ساختار فعلی تجارت خارجی هند، پاکستان، بنگلادش و سری‌لانکا را به منظور تعیین ترکیبات اصلی

واردات و صادرات آزمایش نموده‌اند. تخمین کَشش‌های تقاضای صادرات و واردات با توجه به متغیرهای اصلی که بر روی تقاضا مؤثرند (قیمتها و درآمد) با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی انجام گرفت. انتظار می‌رود که این تخمین به نتایج اریب منتج شود.

گلدشتین و خان (۴۸) مطالعه‌ای در زمینه عرضه و تقاضای صادرات انجام داد. هدف اولیه این مطالعه، تحقیق در مورد واکنش قیمتی عرضه و تقاضا با استفاده از اطلاعات فصلی مجموع صادرات هشت کشور صنعتی در دوره زمانی ۷۰-۱۹۵۵ بود. در این تحقیق دو مدل عرضه و تقاضای نسبتاً ساده معرفی گردید و سپس این مدلها به صورت همزمان تخمین زده شد و کَشش‌های قیمتی عرضه و تقاضا برای هر کشور بدست آمد. نتایج نشان دادند، وقتی معادله عرضه صادرات نیز همزمان با معادله تقاضای صادرات تخمین زده شود، کَشش‌های قیمتی برای (کل) صادرات می‌تواند تغییر نماید.

موری (۶۱)، در مطالعه‌ای به ناپایداری قیمت و مقدار صادرات و اهمیت نسبی نوسانات عرضه و تقاضا در تعیین ناپایداری درآمدهای صادراتی پرداخته است. اطلاعات لازم بصورت اطلاعات سری زمانی و مربوط به سالهای ۷۱-۱۹۵۲ بوده است. نتایج حاصله از این مطالعه مشخص نمود که، ناپایداری در قیمت و مقدار در کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای توسعه یافته باعث ناپایداری در درآمد حاصل از صادرات شده است و اثر تغییرات مقدار صادرات در این ناپایداری در هر دو گروه کشورها بیشتر از تغییرات قیمت بوده است.

بردال، مایر و کالینز (۳۹) کَشش‌های قیمتی تقاضا برای صادرات کالاهای کشاورزی آمریکا را محاسبه نموده‌اند. آنها نتیجه گرفتند که این کَششها بزرگ می‌باشند (در مجموع بیش از ۶- و برای کالاهای ویژه محدوده‌ای بین ۲/۸- تا ۱۰/۱۸-). چنین تخمین‌هایی اثرات سیاستهای دولت، که مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان داخلی را از تغییرات قیمت خارجی مجزا می‌نماید، در نظر نمی‌گیرد. به منظور مطالعه اثرات این

سیاستها روی کشتش تقاضای صادرات، این مقاله (۱) فرمول کشتش تقاضای صادرات را امتحان می‌نماید (۲) مروری بر سیاستهای تجاری واردکنندگان و صادرکنندگان دارد و (۳) سیاستهایی در مورد کالاهای اساسی که سیاستهای جداسازی قیمتها را با هم ترکیب می‌نماید، ارائه می‌دهد. کالاهایی که کشتهای آنها محاسبه شده‌اند، عبارتند از: ذرت، سورگوم، گندم، سویا و پنبه و نواحی که این کشتها برای آن مناطق مورد محاسبه قرار گرفته‌اند شامل ۶ ناحیه واردکننده و ۶ ناحیه صادرکننده می‌باشند.

هانسون (۵۰)، ناپایداری در درآمد حاصل از صادرات قبل از جنگ جهانی دوم را مورد بررسی قرار داده است. آمار و اطلاعات مربوط به هفت کشور توسعه یافته و ده کشور در حال توسعه در فاصله سالهای ۱۹۲۰ تا ۱۹۳۰ بوده است. در این مطالعه دو مدل خطی و لگاریتمی برآورد شده که، در هر دو مدل درآمد حاصل از صادرات بعنوان متغیر وابسته و زمان بعنوان متغیر مستقل بکار رفته است. آنگاه میزان نوسان در درآمد حاصل از صادرات بدست آمد. محقق نتیجه می‌گیرد که در کشورهای در حال توسعه این نوسان وجود دارد و عامل اصلی این نوسان مقدار صادرات بوده است. وی بیان می‌دارد که این ناپایداری منشأ داخلی داشته و به عوامل خارجی وابسته نیست.

بلونیا و استون (۳۸) بر این عقیده‌اند که بدهی‌های دولت به صورت معنی‌داری با افزایش نرخ بهره در آمریکا ارتباط دارد و این نیز به نوبه خود باعث افزایش ارزش ارز خارجی در مقابل دلار می‌شود که این موضوع به کاهش صادرات کشاورزی منجر می‌شود. البته دلایل کمی برای تأیید این ارتباط وجود دارد. عوامل دیگری نیز وجود دارند که نرخ ارز را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اما نمی‌توان این نکته را که بدهی کمتر هیچ اثر قابل ملاحظه‌ای روی صادرات کشاورزی ندارد، پذیرفت.

به باور دونالدسون (۴۲) سیستم جهانی غذا که تجارت غلات یکی از ستونهای استوار آن است، در طی دو دهه گذشته به سرعت در حال تکامل و

تغییر است. چنین تغییراتی را نمی‌توان از تغییراتی که در اقتصاد جهانی اتفاق می‌افتد، جدا نمود. عمده‌ترین تغییرات ساختاری تجارت جهانی عبارتند از: رشد تجارت و بوجود آوردن یک بازار جهانی سرمایه و تغییرات در رژیم‌های نرخ ارز. چنین جریان‌های مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه، می‌تواند با بازار جهانی غلات ارتباط داشته باشد. هیچ نشانه‌ای از اینکه ارتباط نزدیک میان سیستم‌های مالی بین‌المللی و سیستم غلات در آینده اهمیت خود را از دست بدهد، وجود ندارد. گرچه پیش‌بینی‌های قبلی درباره توسعه تجارت غلات می‌تواند راه‌گشا باشد، اما متغیرهای کلیدی که تعیین‌کننده توسعه آتی تجارت غلات می‌باشند، عبارتند از:

۱. هیچ بازگشتی به سیستم نرخهای ارز ثابت وجود ندارد. ۲. امکان افزایش صادرات غلات، تنها وقتی میسر است که درآمدها در کشورهای در حال توسعه شروع به افزایش نماید و حصول این امر به افزایش سطح کلی تجارت و سرمایه نیاز دارد. ۳. برای رشد اقتصاد و سیاست در دهه آتی، سوبسید غلات در کشورهای صنعتی ادامه خواهد یافت.

سگار و لینز (۶۷) در مطالعه‌ای جنبه‌های مختلفی از کشاورزی ایلی‌نویز را در نظر گرفتند. این مطالعه به شش بخش تقسیم می‌شود. بخش اول به اثر صادرات بر روی اقتصاد ایلی‌نویز می‌پردازد. بخش دوم مقصد و حجم صادرات را بررسی می‌نماید. روشهای صادرات تجاری در بخش سوم مورد بحث قرار گرفته‌اند. در ادامه در بخش چهارم مروری بر برنامه‌های صادراتی دولت شده است. بخش پنجم به ریسکهای موجود در نرخ ارز می‌پردازد در حالیکه شکل‌های مختلف مشارکت با صادرکنندگان بخش خصوصی و اتحادیه‌های تجاری در بخش ششم توصیف شده است.

به عقیده گاردینر (۴۶) کشش قیمتی تقاضای صادرات از پارامترهای مهمی است که تعیین‌کننده اثر تغییرات قیمت، روی درآمدهای صادرات می‌باشد. وی در این مقاله کشش قیمتی تقاضا برای صادرات را بصورت عمومی تحلیل می‌نماید و تخمین‌های جدیدی برای انتخاب کالاهای

کشاورزی که تطابق کمتری با اندازه این پارامترها دارد، بوجود می‌آورد. این مطالعه نشان می‌دهد که در کوتاه‌مدت (بیش از یک سال) نتایج این تخمین دارای اعتبار کمی می‌باشد. همچنین مطالعات کمی در زمینه کَششهای قیمتی بلندمدت برای تولیدات کشاورزی آمریکا وجود دارد و محدوده این تخمینها از کاملاً کَشش‌ناپذیر تا کاملاً کَشش‌پذیر می‌باشند.

در این استات و نوریس (۴۳) خلاصه‌ای از گفتگوها و بحثهای دو روزه کنفرانس رقابت در بازار جهانی را مورد بحث و بررسی قرار دادند. موضوعات این سمینار شامل رقابتهای ضروری، نقش تکنولوژی در بالابردن رقابت، نقش سیاستهای اقتصاد کشاورزی ملی و بین‌المللی در ترقی رقابت و مبارزه در ساختار تقاضای بازار در کشورهای کمتر توسعه یافته می‌باشد. نتیجه نظریات ارائه شده در این سمینار این بود که تغییرات در سیاستهای کشاورزی و پیشرفتهای تکنولوژیکی، کشاورزی را قادر خواهد ساخت که در بازارهای جهانی رقابتی‌تر شود اما لازم به ذکر است که تغییرات نرخ دلار و همچنین سلامت اقتصاد جهانی در تأثیر بر صادرات، مهمتر از همه این نکات می‌باشد.

احمدی اصفهانی و کارتر (۳۵) تحلیلی اقتصادی در مورد وامهای اعطا شده برای حمایت از قیمتهای گندم آمریکا انجام دادند. آنها با بکار بردن تئوری کنترل بهینه، یک مدل پویای تجارت گندم را ارائه نمودند. بحث اساسی مدل این است که آمریکا دارای قدرت انحصاری زودگذری در بازار گندم می‌باشد. نتایج حاصل از مدلهای تئوری و تجربی نشان می‌دهد که استراتژی قیمتی گندم به نسبت هزینه‌های تولید گندم در آمریکا به هزینه‌های رقابت‌کننده‌ها و همچنین نرخ تنزیل و تابع عکس‌العمل رقابت‌کننده‌ها بستگی دارد و بنابراین کشورهای غالب صادرکننده گندم، پیوسته در جستجوی هزینه‌های پائین‌تر نسبت به رقابت‌کننده‌ها و یک قیمت بیش از هزینه یک واحد می‌باشند.

محمد و موحامد (۶۰) برای تخمین کَششهای خود قیمتی عرضه و تقاضای صادرات کالاهای اولیه مالزی، از یک مدل معادلات همزمان با تأخیر

زمانی استفاده نمودند و نتیجه گرفتند که، تمام کَششهای قیمتی کمتر از واحد هستند. این نکته به طور ضمنی می‌فهماند که، قیمت‌های کالاهای اولیه تا اندازه‌ای بی‌ثبات می‌باشند. همچنین معلوم گردید که، ظرفیت تولید در تعیین عرضه اهمیت دارد. از این رو با کاهش ظرفیت تولید و یا از طریق تشویق بیشتر تقاضای داخلی، عرضه صادرات کاهش می‌یابد. به نظر می‌رسد که فعالیت‌های اقتصادی جهانی در تعیین تقاضا برای صادرات مالزی مهم می‌باشد و نتیجه‌ای که گرفته می‌شود این است که کشور مالزی بایستی برای تثبیت سودهای حاصل از صادراتش، بیشتر روی فعالیت‌های سیاستی مدیریت عرضه متمرکز شود.

داتون و گرنس (۴۴) به بررسی اثر تغییرات نرخ ارز روی تجارت پرداختند. آنها این مطالعه را با بحثی در مورد عوامل عمومی مثل قیمت‌ها و نرخ ارز و تأثیر آنها روی تجارت آغاز می‌کنند و در ادامه مروری بر ادبیات نرخ ارز دارند. سپس نتایج تخمینی برای معادله صادرات تمام محصولات کشاورزی آمریکا و همچنین برای سه محصول ذرت، گندم و سویا بصورت جداگانه نشان داده می‌دهند. نتایج تجربی اهمیت قیمت‌ها و درآمد نسبی بر روی تجارت را نشان داد. اما جدا کردن اثر قیمت و نرخ ارز مشکل می‌باشد. همچنین اثر تأخیرات زمانی نیز تأیید می‌شود. نتیجه نهائی که گرفته می‌شود این است که شوک‌های در سطح کلان، باید نرخ ارز را در یک معادله تقاضای صادرات کنترل نمایند.

کازناکوگلو (۵۶) در مطالعه‌ای از یک روش ساده و عملی برای تخمین کَششهای قیمتی تقاضای صادرات بوسیله اطلاعات مقطع عرضی قیمت‌ها و مقادیر تأخیری صادرات، استفاده نمود. وی کَششهای قیمتی صادرات برای ۲۶ کالای کشاورزی ترکیه را تخمین زد. کَششهای قیمتی صادرات تخمین‌زده شده برای دوره ۸۶-۱۹۸۴ بررسی گردید. یافته‌ها آشکار نمود که کَششهای قیمتی برای لیمو، سیب، هندوانه، پسته، انجیر، کشمش، عدس سبز و تره، محدوده‌ای در فاصله ۲ تا ۵ قرار داشته و برای پنبه، هلو، پرتقال، گوجه،

زیره، عدس قرمز، پیاز، لوبیا خشک، نخود و باقلا محدوده‌ای بین ۶ تا ۹ دارد و سرانجام کشتش برای فندق، تنباکو و غلات بیش از ۹ می‌باشد.

آبوت (۳۴) به بررسی مسائل اقتصادی و اقتصادی مربوط به تخمین کشت‌های تقاضای صادرات کشاورزی آمریکا پرداخته است. در مطالعه‌های قبلی اعتقاد بر این بود که، تخمین مستقیم کشت‌ها احتمالاً به سمت صفر میل می‌کند. راه‌های پیشنهاد شده بر این نکته تأکید می‌ورزند که استفاده از روش‌های تخمین مقید، راهی مؤثر محسوب می‌گردند. وی مقالات اقتصادی مناسبی که باعث می‌شوند مدل‌های تجارت از راه مستقیم شبکه تعادلی عرضه-تقاضا منحرف شوند را نیز مورد بررسی قرار داده است. در این مقاله همچنین دو تلاش جدید برای بکاربردن مدل‌های ترکیبی تجارت کشاورزی بین‌المللی برای تخمین کشت‌های مازاد تقاضای گندم و سایر غلات انجام شده است.

سرور و اندرسون (۶۵) یک مدل اقتصاد سنجی برای بازار صادرات سویای آمریکا ارائه کردند و ارتباطات مشخصی میان مقدار صادرات و قیمت آنها بدست آوردند. مدل به صورت همزمان و با استفاده از اطلاعات صادرات برای پنج ناحیه جهانی در دوره زمانی ۸۵-۱۹۵۵ تخمین زده شد. نتایج نشان دادند که اگر معادلات عرضه صادرات را نیز وارد مدل نمائیم، تخمین کشت‌های تقاضای هر ناحیه، با توجه به قیمت، درآمد و نرخ ارز می‌تواند اساساً متفاوت باشند. تغییر در نرخ ارز اثر معنی داری روی تقاضای صادرات آمریکا دارد.

جیما (۴۹)، تاثیر نوسانات درآمد حاصل از صادرات را روی رشد اقتصادی در صحرای آفریقا مورد بررسی قرار داده است. محقق معتقد است که در رابطه با تأثیر صادرات بر روی رشد اقتصادی در مطالعات مختلف نتایج گوناگونی بدست آمده است. بعضیها این تأثیر را منفی، عده‌ای آن را مثبت می‌دانند و عده‌ای دیگر رابطه معنی داری بین این دو متغیر بدست نیاورده‌اند. در این مطالعه آمار و اطلاعات مورد نیاز از ۳۴ کشور آفریقایی در دوره

زمانی ۸۶ - ۱۹۶۰ جمع‌آوری شده است. جهت تخمین تأثیر نوسانات صادرات بر روی میزان رشد اقتصادی، از روش OLS استفاده گردیده است. متغیرهای نرخ رشد سرمایه، نرخ رشد نیروی کار، شاخص نوسان درآمد صادراتی و نرخ رشد روند صادرات متغیرهای مستقل و نرخ رشد تولید ناخالص ملی بعنوان متغیر وابسته بودند. برای بدست آوردن نوسان درآمد صادراتی از سه شاخص نوسان استفاده گردید. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که نوسان درآمد صادراتی تأثیر منفی معنی‌داری بر روی رشد اقتصادی در کشورهای آفریقایی داشته است.

داس (۴۱)، صادرات پنبه در هند را مورد بررسی قرار داده است. اهداف این مطالعه تعیین فاکتورهای مؤثر بر صادرات قهوه، اندازه‌گیری میزان رشد صادرات قهوه و عوامل مؤثر بر این رشد می‌باشند. اطلاعات مورد نیاز مربوط به سالهای ۸۶-۱۹۷۲ بوده است. مدل استفاده شده در این مطالعه تابع کاب-داگلاس بوده است که در آن شاخص ارزش صادرات بعنوان متغیر وابسته و شاخص تولید داخلی قهوه، شاخص تولیدخالص ملی سرانه به قیمت ثابت و شاخص قیمت واقعی صادرات قهوه بعنوان متغیرهای مستقل معرفی شده‌اند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داده است که تولید داخلی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر صادرات این محصول داشته است اما افزایش قیمت واقعی صادرات و درآمدخالص ملی سرانه باعث کاهش میزان صادرات قهوه در هند در دوره مورد بررسی گردیده‌اند.

آتوکورالا (۳۶) در مطالعه‌ای اهمیت تقاضای خارجی و عرضه داخلی را برای صادرات محصولات غالب کشاورزی هند، اندونزی، مالزی، پاکستان، فیلیپین، سریلانکا و تایلند در دوره ۸۶-۱۹۶۰ آزمایش نمود. نتایج حاصله، این نظریه را که رشد صادرات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه به صورت برجسته‌ای به عوامل بازار جهانی بستگی دارد و خود کشورها هیچ کنترلی روی آن ندارند، رد می‌نماید. به خاطر اهمیت تقاضای خارجی در گسترش صادرات، یک کشور می‌تواند صادراتش را با توسعه صادرات سنتی در بازارهای

جهانی، تنوع در صادرات جدید و فراهم نمودن اهداف و سیاستهای داخلی اقتصادی مناسب افزایش دهد. برای نشان دادن اثرات تنوع صادرات، یک تحلیل مقایسه‌ای از صادرات چند کشور نمونه انجام گرفت و ثبت گردید کشورهای که اقتصاد نوع باز با تعدیلات انعطاف‌پذیر را برای تغییر در بازار جهانی حفظ می‌نمایند، قادرند که از یک خط صادرات کشاورزی به خط دیگر منتقل شوند. نتایج حاصل، این نظریه را که، صادرات موفق هر یک از کشورها بیشتر ناشی از فعال بودن سیاستهای طرف عرضه در مقابل اجبارهای تحمیل‌شده وضعیتهای تقاضای خارجی می‌باشد، تأیید می‌کند.

سالواکروز، رید و ماتر (۶۴) پیش‌بینی نموده بودند که، نرخ رشد صادرات کشاورزی آمریکا به وضعیت اقتصادی گذشته کشورهای واردکننده محصولات کشاورزی از این کشور بستگی دارد. آنها بر این اعتقادند که یک مدل اقتصاد سنجی که توانایی پیش‌بینی با ۵ سال تأخیر را دارد، بهتر از مدلی است که یک تأخیر ۱۰ ساله را مورد استفاده قرار می‌دهد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که عامل معنی‌داری نرخ رشد صادرات کشاورزی آمریکا عبارت از نرخ رشد GDP کشورهای واردکننده، خودکفایی کشاورزی، جمعیت و میزان فاصله از آمریکا می‌باشد.

کوشال، شوکلا و کونیرالا (۵۷) معتقدند که از زمان استقلال، دولت هند جایگزینی واردات را بعنوان یک اولویت مهم انتخاب نموده است و این بخاطر توسعه بخشیدن به صادرات داخلی و شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی می‌باشد. در این مطالعه، از اطلاعات سالهای ۸۶-۱۹۶۰ برای تخمین مدل عرضه و تقاضای همزمان برای بازار صادرات هند استفاده شده است. قیمت و مقدار تقاضا شده و عرضه شده بعنوان متغیرهای درونزا انتخاب شدند. نتایج نشان می‌دهد که هم در عرضه و هم در تقاضا برای صادرات قیمت کشش‌پذیر می‌باشد. همچنین مقدار کشش عرضه نیز، قابل توجه می‌باشد که این کشش بوسیله عکس‌العمل سریع صادرکنندگان به تغییرات قیمت توضیح داده می‌شود. در هند این پدیده که بازار داخلی بزرگ است و صادرکنندگان

آزادانه قادرند عرضه خود را از بازارهای داخلی به خارج انتقال دهند، امری عادی می‌باشد. از نظر آماری مسجل گردید که ضرائب تخمین زده شده تحت دوره مورد مطالعه پایدار می‌باشند.

سالمون و کینوکان (۶۸) یک مدل تجارت از نوع آرمینگتون را برای تعیین اثرات سوبسیدهای دولتی در تشویق صادرات و افزایش تقاضا برای پنبه آمریکا در کشورهای حاشیه اقیانوس اطلس (هنگ کنگ، ژاپن، جمهوری کره، فیلیپین، تایوان و تایلند) تخمین زدند. نتایج نشاندهنده ارتباط معنی داری میان هزینه‌های تشویق و سهم بازار آمریکا در چهار کشور از شش کشور مورد مطالعه می‌باشد. در یکی از دو کشوری که اثر معنی داری نشان ندادند، هزینه‌های تشویق کم می‌باشد که در این زمینه پیشنهاد می‌شود، یک حداقل اعتبار برای بدست آوردن بازار این کشور اختصاص یابد. این فرضیه که تشویق صادرات دارای اثر انتقالی از دوره گذشته به امسال می‌باشد، بوسیله داده‌ها مورد حمایت قرار می‌گیرد. برای دانستن اثرات اقتصادی تشویق صادرات روی تولیدکنندگان داخلی و پرداخت کنندگان مالیات، بایستی تحقیقات اضافی صورت بپذیرد.

لیجت (۵۸) عقیده دارد، کوششهای تولیدکنندگان برای تنظیم عرضه و قیمت جهانی قهوه، وارد مرحله جدیدی شده است. این مرحله با قرار گرفتن کشورهای تولیدکننده در یک گروه و با هدف صادرات جهانی به میزان ۶۰/۴ میلیون کیسه در سال ۱۹۹۵ محقق گردیده است که این میزان، ۱۰ میلیون کیسه کمتر از پیش‌بینی آنها در مورد تقاضای واردات در طی دوره می‌باشد. به باور او، حفظ عرضه قبلی ضروری می‌باشد، زیرا طرح حفظ میزان جدید صادرات برای رسیدن به هدف بالابردن قیمت می‌باشد. در این مقاله در مورد علت بوجود آمدن این حرکت و همچنین محدودیتهای روی صادرات و راههایی که برای رسیدن به این سطوح لازم است، بحث می‌شود. نتیجه‌ای که از این بحث گرفته می‌شود این است که اگر انتظارات فعلی در مورد میزان محصولات قهوه در کلمبیا و آمریکای مرکزی واقعی باشد،

تولیدکنندگان بایستی یکسری از تنشهای جدی را حل نمایند. همچنین موفقیت طرح کنونی به ضمانت تولیدکننده بستگی دارد.

یانگ و ویلسون (۶۹) فرآیندهای تصمیم‌گیری و عوامل تعیین‌کننده تخصیص اعتبار برای خریدگندم توسط کشورهای اصلی صادرکننده را مورد تحلیل قرار داده‌اند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که در مورد آمریکا و کانادا، ابتدا تصمیمات بصورت جدا از هم گرفته می‌شود و در ادامه تصمیماتی مانند میزان ضمانت از جمله ضمانت صفر گرفته می‌شود. عوامل مهم مؤثر بر تصمیمات اعتبار عبارت از سهم بازار، اندازه بازار کشورهای دریافت‌کننده و وجود اعتبار در کشورهای صادرکننده می‌باشد. تمامی تصمیمات کشورهای صادرکننده، تحت‌تأثیر وجود برنامه‌های اعتباری کشورهای رقابت‌کننده بویژه بازارهای واردات است. در این زمینه تصمیمات آمریکا و کانادا، نسبت به دیگر کشورهای تهیه‌کننده اعتبار حساستر می‌باشند.

۲-۲- مطالعات انجام شده در ایران:

دردی‌بانکی (۱۰)، به بررسی مشکلات موجود در سرراه صادرات محصولات کشاورزی (میوه و تره‌بار) در ایران پرداخته است. در این مطالعه توصیفی از نامناسب بودن و کمبود فیزیکی وسایل حمل و نقل، سردخانه و تشریفات زائد گمرکی بعنوان عامل اصلی کندی صادرات یاد شده است. وی نتیجه می‌گیرد که با از بین بردن این موانع و افزایش محصول از طریق افزایش سطح زیر کشت یا وارد کردن تکنولوژی می‌توان صادرات میوه و تره‌بار را به نحو قابل ملاحظه‌ای افزایش داد.

پیراسته (۵) یک الگوی برنامه‌ریزی برای یکی از حساسترین و مهمترین بخشهای صادرات غیر نفتی و اشتغال‌زای کشور یعنی صنعت فرش دستباف ارائه داد. این تحقیق سعی بر آن دارد که با تمسک به نمونه‌گیری آماری و سرشماری روستائی در حاشیه کویر نائین واقعیتها و مشاهدات را از طریق یک الگوی برنامه‌ریزی خطی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و آن را با شرایط حاکم بر تولید در صنعت فرش این منطقه از ایران در هم آمیزد.

خشکنائی (۹) به ذکر علل افول رونق قالیه‌های دستباف تجاری بعد از سال ۱۳۴۴ اشاره می‌کند و این علل را شامل: گران‌شدن قیمت نفت، رها نمودن صنعت قالی‌بافی، ظهور فرشهای ماشینی و فعالیت رقبای بزرگ در عرصه جهانی می‌داند.

از نظر حضوری (۷) آمارهای غیررسمی حکایت از آن دارد که نه میلیون ایرانی از راه بافت قالی، گلیم و زیلو زندگی می‌کنند. چنین عده‌ای غیر مستقیم با این حرفه مربوطند که به حساب نمی‌آیند. مثلاً در این کار از قیچی، چاقو و کارد هم استفاده می‌شود اما کسی چاقوساز یا کارخانه ساخت کارد را به حساب نمی‌آورد. شک نیست که برای فرش ایران باید بصورت اصولی برنامه‌ریزی کرد. برای ایجاد حداکثر تنوع استفاده از استعداد های بافتهای عشایری، روستائی و شهری در دور افتاده‌ترین نقاط، حداقل کار است. میرباقری (۳۰) بر این باور است که قالیبافی ایران نه تنها حوزه فعالیت و منبع ارتزاق گروه عظیمی از مردم است، بلکه از معدود منابع درآمد ارزی کشور محسوب می‌شود. در میان صادرات غیرنفتی ایران کمتر کالائی را می‌توان یافت که چون فرش دستباف ارز آور باشد. بافت قالی در هر منطقه، طرحها و اندازه‌های ویژه‌ای دارد که مطابق سلیقه خریداران خاصی است. چنانکه قالی کرمان بیشتر به آمریکا صادر می‌شود و قالیه‌های همدان و اراک، بیشتر پاسخگوی نیاز آلمان و قالی شیراز موافق طبع انگلستان است. به عقیده وی سرمایه‌گذاری در صنعت قالیبافی با صنایع دیگر اختلاف دارد. صنایع ماشینی ما، از نظر سرمایه‌ای یا متکی به بخش عمومی است و یا متکی به سرمایه‌دارانی است که تعداد کل آنها زیاد نیست. در حالیکه در صنعت فرش، اولاً سرمایه‌گذاری چندان سنگین نیست و ثانیاً تعداد سرمایه‌گذاران در این رشته به هزاران نفر می‌رسد. تفاوت دیگر تولید فرش با سایر تولیدات صنعتی در طولانی‌بودن مدت برگشت سرمایه است. اصولاً تولید فرش طوری است که به اقتضای ظرافت، طرح و نقشه متفاوت، نیاز به صرف وقت و دقت فراوان دارد. لذا در مرحله تولید با مسأله طولانی‌بودن دور

سرمایه مواجه هستیم. از جانب دیگر پس از مرحله تولید، فرش از جمله کالاهائی است که برای فروش نیاز به زمان طولانی دارد و هم خریدار و هم فروشنده در معامله خود با دقت و حوصله بیشتری عمل می‌کنند.

محب‌علی (۲۷) مدلی برای گزینش صادرات غیرنفتی ارائه داده است. به عقیده وی بیش از ده سال است که در کشور ما صادرات غیرنفتی مورد توجه خاص قرار دارد. از این نظر خاص چون به آن نیاز داشته‌ایم و مطرح بودن آن به طور جدی صرفاً یک شعار نبوده است. بر خلاف دهه ۵۰ بخصوص سالهای ۵۳ به بعد که حتی بیش از توان جذب صحیح سیستم دلار نفتی در اختیار داشتیم، در سالهای پس از ۶۰ بین تقاضا و عرضه ارزش خارجی فاصله افتاد. بدلیل تقلیل درآمد نفتی کشور و از سوی دیگر افزایش مصرف ارز خارجی، نیاز ما به درآمد حاصل از صادرات غیرنفتی اجتناب‌ناپذیر می‌نمود. حال اگر می‌پذیریم که گزینش کالاهای صادراتی ضرورت دارد، این امر یعنی گروه‌بندی و تعیین اولویت جهت صدور کالاها به چه نحوی باید انجام پذیرد؟ به عقیده محب‌علی (۲۷) فاکتورهائی که در امر صادرات یک کالا دخیل است عبارتند از:

۱. ارزآوری کالا ۲. ارزش حاصله از هر کالای صادراتی ۳. دلار حاصل از هر مترمکعب کالا ۴. ارزش افزوده کالا ۵. سهم مزد کار در قیمت کالا ۶. سهم مواد اولیه داخلی در قیمت کالا

حصولی (۷) بر این اعتقاد است که صادرکنندگان معمولاً علاقه‌ای به تبلیغ برای فرش از خود نشان نمی‌دهند. برای این کالاها دولت باید تبلیغ کند. به عقیده وی کالای عام را می‌توان به کالای ویژه تبدیل کرد. همچنین به باور او فرش یک کالای استراتژیک است به این معنی که درآمد میلیارد دلاری دارد و در درآمد ملی ما نقش مؤثرتر از نفت بازی می‌کند و بخشی از حیات روستانشینان ما مدیون فرش است و کارکردهای معین همین روستاهاست که بخش مهمی از درآمد فرش را فراهم می‌سازد. کالاهای استراتژیک در داد و ستدهای بین‌المللی ممکن است در خطر حمله قرار

گیرند، چنانکه فرش ما هم قرار گرفته است. فرش حتی بیش از نفت گرفتار سقوط قیمت شده است. وی پیشنهاد می‌نماید که در این زمینه مستقیماً در تولید دخالت کنیم تا هم کالای عام فرش را به کالای خاص تبدیل کنیم و هم با حذف واسطه‌ها و مبارزه با آنها، منافع تولیدکننده را افزایش دهیم.

روستا (۱۱) معتقد است توسعه اقتصادی تنها زمانی امکان‌پذیر است که کشور بتواند در ایجاد درآمد ارزی موفق‌گردد. برای رشد تولید ناخالص ملی، بخشهای صنعتی و بازرگانی کهنه به بازسازی و نوسازی نیاز دارند. به باور او نتیجه نهائی صادرات، در صورتی که با بررسی و مطالعه دقیق همراه باشد، بهره‌وری بالاتر، کاهش قیمت واحد تولید کالاها، کاهش قیمت‌ها، فرصتهای شغلی بیشتر و بالارفتن سطح زندگی مردم را در پی خواهد داشت. حال برای دستیابی به این بازار وسیع جهانی باید جهانی اندیشید و با فرهنگ و نگرش بازاریابی بین‌المللی و صادرات آشنا شد. وی مدلی برای صادرات غیرنفتی ایران پیشنهاد می‌نماید. مدل پیشنهادی بر مبنای دو عامل مهم در صادرات شکل گرفته که چهار نوع استراتژی را در زمینه صادرات غیرنفتی ارائه می‌دهد:

۱. توانمندی صادرات غیرنفتی، ۲. شناخت محیطها و بازارهای خارجی منظور از توانمندی، قابلیت عوامل اصلی در تهیه و تولید کالاهای صادراتی است. در این مورد می‌توان با روشهای کمی و کیفی توانمندیهای کالاهای صادراتی را ارزیابی کرد و حتی امکان رقابت‌پذیری آن را در بازار خارجی بدست آورد. این عامل با دو اندازه کم و زیاد در مدل نشان داده شده است. عامل دوم شناخت محیط و بازار است، منظور از شناخت بازارها، اطلاع از فرصتها در بازارهای خارجی می‌باشد.

نصری (۳۱) عقیده دارد، مقدار عرضه صنایع دستی باید در سطحی باشد که از نظر منافع تجاری، برای واردکنندگان قابل توجه باشد. از این رو انواع و حجم صنایع دستی که تاکنون در کشور تولید شده و یا می‌تواند تولید شود، باید تعیین‌گردد و در صورت لزوم در رابطه با افزایش عرضه آنها

گام‌هایی برداشته شود. اقدامات مربوط به توسعه و حفظ عرضه مواد اولیه برای تولید صنایع دستی، می‌تواند در سطح ملی از طریق خط مشی‌ها، قوانین و مقررات و یا در سطح ملی از طریق ایجاد تعاونیهای عرضه یا گروههای خرید انجام پذیرد. روش اخیر می‌تواند در نهایت منجر به ایجاد یک واحد تولید شود که گاه قادر است به منابع مالی و تکنیکی که معمولاً برای صنعتگران به طور انفرادی قابل دسترس نیست، دست یابد.

تحقیقات فروش (۲۲) نشان داد که خط مشی برنامه‌در بخش تجارت خارجی با اهداف ایجاد شرایط تجلی مزیت‌های نسبی کشور در سطح بین‌المللی، ایجاد رقابت در صحنه تولیدات با دنیای خارج و حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی پایه‌گذاری شده است. بررسی ترکیبات صادرات غیرنفتی ایران، به روشنی نشانگر اهمیت خاص بخش کشاورزی و بالاخص صادرات فرش دستی است. ذکر این نکته ضروری است که صنعت فرش عمدتاً از دیدگاه ابزار توسعه روستائی، ایجاد اشتغال و تحصیل بخشی از درآمداری کشور دارای اهمیت می‌باشد. بدیهی است که صادرات صنعت فرش نمی‌تواند به تنهایی جایگزین صادرات نفتی کشور شود بلکه لازم است، پایه صادرات غیرنفتی بر چارچوب صادرات صنعتی کشور پی‌ریزی شده و صنعت فرش نیز بعنوان بخشی از این صادرات مطرح گردد.

پوریزدانپرست (۴) معتقد است که استراتژی توسعه صادرات و توجه به بازارهای جهانی برای توسعه اقتصادی، یکی از راه‌حلهایی است که بعنوان کلید نجات کشورهای جهان سوم مطرح و مورد تشویق قرار گرفته است. این استراتژی بویژه توسط تعدادی از کشورهای جنوب شرق آسیا پی‌گیری شد. بررسی آمار و نتایج استراتژی مزبور در این کشورها می‌تواند تجربیات مفیدی در اختیار پژوهشگران قرار دهد. مقاله حاضر با انتخاب ۷ کشوری که این استراتژی را دنبال نموده‌اند و بررسی آماری ده متغیر مهم اقتصادی آنها با استفاده از آمارهای موجود در منابع بین‌المللی، از سال ۹۲-۱۹۸۰ در پی یافتن اثرات مثبت و منفی آن برآمده است.

صادقی (۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی و آزمون فرضیه‌ای درخصوص سهم اشتغال در صنعت فرش دستباف نسبت به کل جمعیت فعال کشور در دوره ۱۳۶۹-۱۳۳۸ پرداخته است. به عقیده وی این سهم در طول دوره مورد بررسی رو به افزایش بوده است. وی برای بدست آوردن نزدیکترین برآورد از اشتغال و تولید مطالعات زیادی انجام داد و نهایتاً به این نتیجه رسید که برای بدست آوردن برآوردی از میزان اشتغال در صنعت فرش دستباف، صادرات این کالا را از نظر مقداری بعنوان نزدیکترین برآورد برای تولید در نظر بگیرد و برای محاسبات و استنتاجهای لازم فروشی را بپذیرد و بر اساس این فروض تخمین و برآوردهائی در زمینه تولید و سپس اشتغال انجام داد.

ابراهیمی (۱) فعالیت قالی‌بافی در شهرستان ارسنجان را مورد تجزیه و تحلیل قرارداد. این پژوهش به دو بخش تقسیم شده است: بخش نخست به تجزیه و تحلیل شرایط تولید فرش در منطقه ارسنجان و کل کشور می‌پردازد و بخش دوم به کاربرد روش برنامه‌ریزی خطی در بافت فرش در منطقه ارسنجان اختصاص دارد. در این راستا، تخمین تابع صادرات فرش نشان می‌دهد که متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی کشورهای واردکننده فرش و نرخ مبادله، بر تولید و صدور فرش در کل کشور از جمله در منطقه ارسنجان دارای تأثیرات مثبت می‌باشد.

صادقی (۱۶) به منظور ایجاد زمینه‌های بیشتر تحقیق پیرامون ابعاد اقتصادی صنعت فرش دستباف و امکان دستیابی به برنامه‌ریزی اصولی‌تر برای اهداف کیفی و کمی آن، نسبت به تخمین و برآورد تابع تولید برای این صنعت اقدام نمود. بدیهی است برای بررسی و تحقیق پیرامون آثار اقتصادی فرش دستباف و روشن نمودن زوایای مبهم آن راههای زیادی وجود دارد. در هر بخش اقتصادی یکی از راهها، بررسی، مطالعه و تحقیق در جوانب تابع تولید آن بخش است. به عنوان مثال در صنعت فرش دستباف، تخمین تابع تولید برای ما روشن خواهد کرد که نهادهای مهم تولید و اثرگذار بر ستاده،

چه عواملی بوده و از چه اهمیتی برخوردار هستند. با مطالعه وضعیت صنعت فرش دستباف و بررسیهای اولیه به نظر می‌رسد دو عامل مهم تولید در این صنعت مواد اولیه و نیروی انسانی ماهر و توابع تولید، توابع خطی و لگاریتمی - خطی باشند.

به عقیده شریف‌آزاد و باستانزاده (۱۴) افزایش ارزش صادرات غیرنفتی و تنوع ترکیبات آنها، ضرورت شناسائی و تعیین درجه تأثیرگذاری متغیرهای مؤثر بر روند عرضه و تقاضای صادرات غیر نفتی را اجتناب ناپذیر ساخته است. لذا در این تحقیق از یک سو متغیرهای فوق شناسائی شده و از سوی دیگر جهت و شدت تأثیرگذاری هر یک از آنها بر توابع عرضه و تقاضای اقلام صادرات غیر نفتی با استفاده از تکنیکهای اقتصاد سنجی محاسبه شده است. کششهای قیمتی و درآمدی منتج از ضرائب تخمینی توابع مذکور جهت و شدت تأثیرگذاری هر یک از متغیرهای فوق را بر توابع عرضه و تقاضای اقلام صادرات غیر نفتی نشان می‌دهد.

مهرگان‌وشیخی (۲۹) در مطالعه‌ای، ارتباط بین صادرات بخش کشاورزی و رشد اقتصادی این بخش را بررسی کرده‌اند. نتایج بدست آمده نشان داد که، رشد صادرات بخش کشاورزی تأثیر معنی‌داری بر رشد اقتصادی بخش کشاورزی ندارد. آنها دلیل این امر را جذب قسمت اعظم ارز حاصل از صادرات توسط فعالیتهای غیر کشاورزی نظیر خدمات و صنعت ذکر کرده‌اند. از این‌رو صادرات بخش کشاورزی در نهایت منجر به رشد اقتصادی بخشهای غیرکشاورزی خواهد شد.

فطرس (۲۳) عقیده دارد، روابط اقتصادی بین‌المللی عبارتست از ارتباطهای اقتصادی کمی که نظامهای ملی مختلف را در قالب جریانهای صادرات و واردات کالاها و خدمات یا جریان سرمایه به هم پیوند می‌دهد. روابط اقتصادی که مستقیماً به جنبه‌های اقتصادی زندگی ملتها مربوط است نمی‌تواند جدا از دیگر روابط بین‌المللی به صورتی کامل تبیین شود. روابط اقتصادی در واقع زیرمجموعه روابط بین‌الملل به طور کلی است. وی معتقد

است که درآمد حاصل از صادرات نفت تابع دو عامل قیمت و مقدار آن است که این دو خارج از حوزه نفوذ اقتصاد ملی است. بعبارت دیگر عواید صادرات نفت را باید متغیری برونزا تلقی کرد که هر گونه تغییر و نوسانی در آن اقتصاد کشور را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. با بروز دشواریهای ناشی از کاهش درآمد نفت، بحث صادرات غیر نفتی و تنوع بخشیدن به آن مطرح شده است. در این مقاله پس از ملاحظه ترکیب و ساختار صادرات غیر نفتی کشور با استفاده از داده‌های آماری در دسترس، مروری بر برخی از عمده‌ترین تنگناها و مسائل توسعه صادرات غیرنفتی صورت می‌گیرد و در پایان نوسازی اقتصادی کشور به عنوان راه‌حل توسعه صادرات پیشنهاد می‌شود.

مجرد (۲۶) بر این باور است که برای توسعه صادرات غیرنفتی بایستی سیاستی را اتخاذ کنیم که به آن سیاست برون‌گرا می‌گویند که مجموعه‌ای از سیاستهایی است که منجر به توسعه صادرات می‌شوند. این سیاستها عمدتاً ویژگیهای مشخصی دارند که از جمله آنها اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد است. در این شرایط بایستی برای صادرات و واردات آزادی بیشتری قائل شویم، نقش بخشهای تعاونی و خصوصی را بیشتر کنیم و امر آزادسازی و خصوصی‌سازی را سرعت ببخشیم. این مجموعه سیاستها باید اقتصاد را از حالت بسته یا درون‌گرا به سوی یک اقتصاد برون‌گرا سوق دهد و جهت‌گیری و استراتژی توسعه نیز باید در این راستا باشد. البته اثرات این نوع سیاستها در دراز مدت دیده می‌شود و در کوتاه‌مدت اختلالی را در اقتصاد بوجود می‌آورند که حتی می‌تواند باعث بروز مشکلات سیاسی و اجتماعی بشود.

صدرالاشرفی (۱۹) عقیده دارد که صادرات محصولات کشاورزی در یک کشور، وقتی بوجود می‌آید که، عرضه محصولات کشاورزی از تقاضای آن به طور مستمر بیشتر باشد. به باور او، این صادرات، مسلماً در کلیه محصولات کشاورزی امکان پذیر نیست بلکه در محصولاتی که در آنها مزیت نسبی وجود دارد، امکان پذیر می‌باشد.

نوری و کوباهی (۳۲) توابع عرضه و تقاضای صادرات برای پسته را

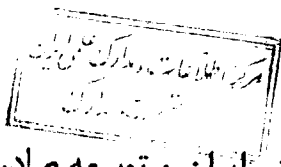
برآورد نموده‌اند. آنها دو نوع مدل برای تعیین قیمت و مقدار صادرات تخمین زده‌اند و سپس توابع عرضه و تقاضای صادرات را به صورت سیستمی برآورد کرده‌اند. نتایج حاصل از مطالعه آنها نشان داد، که افزایش تولید جهانی پسته، اثر منفی بر صادرات ایران ندارد و برخلاف انتظار، با افزایش تولید جهانی، صادرات ایران نیز رشد داشته است.

علمی (۲۱) اثرات منفی تمرکزگرایی بر توسعه صادرات فرش ایران را بررسی نموده است. وی معتقد است که تمرکزگرایی با اتکا به چند بازار مشخص، یکی از مهمترین مشکلات صادرات کالاهای سنتی کشور بشمار می‌رود. این وضع بیشتر در مورد کالاهایی که جنبه تفننی داشته و خریداران عمده آنها کشورهای ثروتمند با درآمد سرانه بالا هستند، صدق می‌کند. در صادرات فرش نیز با این معضل روبرو هستیم که بخش عمده‌ای از صادرکنندگان فرش، فعالیتهای خود را به چند بازار محدود منحصر کرده و بقیه بازارها را تقریباً به حال خود رها کرده‌اند یا تحرک قابل ملاحظه‌ای برای گسترش نفوذ خود در این بازارها نشان نمی‌دهند.

عابد (۲۰) در مطالعه‌ای به مشکلات صادرات فرش پرداخته است. به عقیده وی عمده‌ترین مشکل، مربوط به شرایط بازارهای خارجی است. با توجه به وضعیت بازارهای اروپائی برای ایجاد اقتصاد پولی و اقتصادی و رواج پول واحد، دولتهای اروپائی یکسری تصمیماتی اتخاذ کرده‌اند که خود به خود بر میزان مصرف مردم بویژه، کالاهای غیرضروری آنها تأثیر گذاشته است. بیکاری در اروپا افزایش پیدا کرده و مردم به پس‌انداز روی آورده‌اند. این مسائل بر فروش فرش ایران تأثیر چشمگیری گذاشته و صادرات آن را کاهش داده است. هزینه‌های گزاف بازاریابی و حمل و نقل، مشکل اصلی عدم موفقیت در بازارهای جدید بوده است. در بعد داخلی نیز بی‌ثباتی مقررات و قوانین از مهمترین مشکلات است. از دیدگاه عابد (۲۰) مهمترین راههای گسترش صادرات فرش عبارتند از:

۱. بازاریابی ، ۲. تبلیغات ، ۳. شناخت بازارهای جدید صادراتی برای

فرش ایران



سبحه (۱۳) پژوهشی در بازار جهانی فرش ایران و توسعه صادرات آن انجام داده است. وی در این پژوهش اشاره‌ای کوتاه به پیشینه صادرات فرش ایران و حضور آن در دیگر نقاط جهان داشته است سپس به تشریح وضعیت تولید امروز فرش ایران پرداخته و صادرات فرش ایران را با دیگر کشورهای رقیب مقایسه نموده است. وی در این مقاله جایگاه فرش ایران در بازار آلمان را بعنوان بزرگترین بازار فرش ایران در جهان مورد بررسی قرار داده است و راهحالی جهت دستیابی به بازارهای نو برای صدور فرش ایران پیشنهاد کرده است.

خزاعی (۸) به بررسی تحولات تولید و صادرات فرش و ضرورت تشکیل شورای سیاستگذاری آن پرداخته است. وی معتقد است از آنجائیکه محصولات صادرات غیرنفتی هر کدام مشکلات خاص خود را دارند، برای افزایش صادرات آنها باید مشکلات هر یک جداگانه شناسائی، بررسی و سپس رفع شود. در مورد فرش نیز همین مسأله مطرح است، زیرا افزایش رقابت در بازار جهانی تعداد بخشهای سیاستگذار و جدای از یکدیگر در بازار تولید و صادرات از مشکلاتی است که موجب تضعیف تولید و صادرات فرش می‌شود. بخصوص که مسأله بیکاری اخیراً مورد توجه مسئولین قرار گرفته و تولید فرش روز به روز اهمیت بیشتر می‌یابد و گسترش تولید بدون بهبود جایگاه آن در بازار جهانی موجب رکود بازار فروش در داخل خواهد شد.

۲-۳- نتیجه مروری بر مطالعات انجام شده

تخمین تجربی توابع تقاضای صادرات، فواید زیادی برای تحلیلگران اقتصادی و تصمیم‌گیران تجارت خارجی دارد. چنین توابعی اساس تخمین کششهای درآمدی و قیمتی تقاضای صادرات می‌باشند که در تشخیص حرکت‌های موازنه تجارت و اثرات نرخ ارز، تعرفه و دیگر متغیرهای مؤثر در تجارت بین‌المللی، استفاده می‌شود (۴۸). در همین ارتباط نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد که تخمینهای کششهای قیمتی تقاضا برای صادرات

وقتی که ارتباطات عرضه صادرات نیز وارد مدل می‌شود به وضوح متفاوت از زمانی است که معادله تقاضا را به تنهایی تخمین بزنییم (۴۸ و ۶۵).

گلدشتین و خان (۴۸) رفتار مجموع صادرات ۸ کشور صنعتی را آزمایش نمودند و به این نتیجه رسیدند که کششهای قیمتی تقاضای صادرات بدست آمده از تخمین همزمان عرضه و تقاضا، به طور قابل توجهی بزرگتر از کششهای تقاضای تخمین زده شده تنها از معادله تقاضا می‌باشد. اولاید و اولاتونباسان (۶۳) نیز معتقدند که ساختار جهانی کالا نشاندهنده وجود ارتباط سببی میان عرضه و تقاضا می‌باشد. از این رو در هر آنالیز تجربی منطقی‌ترین راه استفاده از یک سیستم معادلات همزمان می‌باشد. اگر چند متغیر توضیحی مستقل از یکدیگر حرکت نمایند (ماتریس آنها قطری باشد). روش رگرسیون ساده در تخمین اثرات متغیرها کافی می‌باشد. در چنین وضعیتی که بندرت در اطلاعات سری زمانی وجود دارد، هر متغیر توضیحی بایستی به اندازه تأثیر واقعیتش تخصیص پیدا نماید.

فصل سوم

مواد و روشها

۳-۱- مبانی تئوریک

در تخمین یک معادله با استفاده از OLS یکی از فروض اساسی این است که متغیر توضیحی واقعا متغیر مستقل است و علت تغییرات متغیر وابسته می باشد. عبارت دیگر در رابطه $Y_t = \alpha + \beta X_t + U_t$ بین X_t و Y_t یک رابطه علت و معلولی برقرار است اما اگر این فرض نقض شود و تغییرات X_t نیز به تبع تغییرات Y_t باشد، آنگاه رابطه علت و معلولی دوطرفه خواهد بود، لذا X_t مستقل از U_t نیست. یعنی $COV(X_t, U_t) \neq 0$ و نقض این فرض کاربرد روش OLS در مورد معادله مذکور را دچار مشکل می کند. در صورت وجود چنین رابطه دوطرفه ای بین متغیرهای یک رابطه اقتصادی، نمی توان مدل یا رابطه را بعنوان یک مدل رگرسیونی ملاحظه نمود بلکه باید در یک سیستم معادلات بطور همزمان معادله را تخمین زد و در آن سیستم باید X_t و Y_t بصورت مجزا هر کدام بعنوان یک متغیر وابسته مطرح شوند. به چنین مجموعه ای از معادلات که مبین همبستگی مشترک همه متغیرهای مفروض نیستند، "سیستم معادلات همزمان" گفته می شود.

همانطور که تئوریهای اقتصادی بیان می کنند، هر رابطه رگرسیونی بین متغیرهای اقتصادی جزئی از سیستم معادلات همزمان است و نباید بطور مستقل از مجموعه روابط دیگر برآورد گردد، در غیر اینصورت برآوردهای باتورشی بدست خواهد آمد. در مطالعه حاضر در معادلات عرضه و تقاضای صادرات فرش ایران بین متغیرهای قیمت صادرات و مقدار صادرات

همبستگی وجود دارد و بنابراین بایستی آنها را در یک سیستم معادلات حل نمود.

۳-۲-۲- روش تحقیق

۳-۲-۱- جمع‌آوری اطلاعات

داده‌های لازم برای این تحقیق از سازمانها و ارگانهای مختلف از جمله، مرکز توسعه صادرات ایران، مرکز آمار ایران، سازمان برنامه و بودجه کشور، اتحادیه صادرکنندگان فرش ایران، مؤسسه تحقیقات فرش، شرکت سهامی فرش ایران، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گمرک ایران و همچنین از طریق مصاحبه حضوری با بازرگانان و صادرکنندگان فرش برای دوره زمانی ۱۳۷۵-۱۳۵۷ به دست آمد.

۳-۲-۲- مدلهای استفاده شده

مطالعه فعلی تخمین معادلات عرضه و تقاضا برای صادرات فرش ایران، بر اساس اطلاعات سالانه برای دوره ۱۳۷۵-۱۳۵۷ می‌باشد. روش کلی مطالعه شبیه به مطالعه گلدشتین و خان (۴۸)، و گراسی و پرو (۴۷)، می‌باشد. تخمین آماری معادلات عرضه و تقاضای صادرات برای چهار کشور آلمان، ایتالیا، سوئیس و ژاپن با استفاده از یک سیستم معادلات همزمان و به روش حداقل مربعات سه مرحله‌ای تکراری I3SLS انجام گرفت. این چهار کشور بیش از ۷۰ درصد از صادرات فرش ایران را به خود اختصاص داده‌اند.

۳-۲-۲-۱- تابع تقاضای صادرات

تابع تقاضای صادرات بایستی به طور مناسبی در برگیرنده متغیرهای منعکس‌کننده تقاضا و عرضه در ناحیه واردکننده باشند که این متغیرها می‌توانند شامل قیمت صادرات، قیمت جهانی کشورهای رقیب و درآمدنواحی واردکننده باشند (۶۵). در این صورت معادله تقاضای صادرات را می‌توان به

فرم خطی زیر نوشت:

$$X_{jt}^d = a_0 + a_1 PX_{jt} + a_2 PXW_{jt} + a_3 GDP_{jt} + a_4 WP \quad (1-3)$$

که در کشور زام:

X_{jt}^d : مقدار تقاضا برای صادرات

PX_{jt} : قیمت صادرات

PXW_{jt} : قیمت جهانی صادرات

GDP_{jt} : تولید ناخالص داخلی کشورهای تقاضاکننده

WP : تولید جهانی به غیر از ایران

مدل بایستی برای تغییرات نرخ ارز در طی دوره مورد بررسی تعدیل یابد. هم مطالعات تجربی و هم تئوریک بر اهمیت نرخ ارز در صادرات تأکید می‌نمایند. بنابراین متغیر نرخ ارز واقعی نیز بایستی به معادله ۱-۳ اضافه گردد.

$$X_{jt}^d = a_0 + a_1 PX_{jt} + a_2 PXW_{jt} + a_3 GDP_{jt} + a_4 WP + a_5 ER_{jt} \quad (2-3)$$

ER_{jt} : متغیر نرخ ارز واقعی کشور زام

در معادله ۲-۳ به طور ضمنی فرض می‌شود که واردکنندگان اغلب روی توابع تقاضاهایشان هستند. بنابراین تعدیل مقادیر و قیمت‌های صادرات برای ارزشهای تعادلی‌شان آنی می‌باشد و این در یک مدل سالانه این مفهوم را می‌رساند که تمام تعدیلات در یک سال کامل می‌گردد. برای معرفی امکان رفتار عدم تعادل می‌توان از مکانیسم تعدیل شرح داده شده توسط هوتاکر و تیلور (۵۲) استفاده نمود که فرض می‌کنند صادرات بوسیله تفاوت میان تقاضا برای صادرات در دوره t و صادرات در دوره $t-1$ تعدیل می‌شود:

$$\Delta X_t = \gamma (X_t^d - X_{t-1}) \quad 0 < \gamma < 1 \quad (3-3)$$

که γ ضریب تعدیل و $\Delta X_t = X_t - X_{t-1}$ می‌باشد.

تابع تعدیل ۳-۳ فرض می‌کند که مقدار صادرات نسبت به شرایط مازاد تقاضا در سایر نقاط جهان تعدیل می‌گردد و بنابراین قیمت صادرات در کشور صادرکننده تعیین می‌شود.

با قرار دادن معادله ۳-۳ در معادله ۲-۳ تخمینی برای صادرات

بدست می‌آید:

$$X_{jt}^d = d_0 + d_1 PX_{jt} + d_2 PXW_{jt} + d_3 GDP_{jt} + d_4 WP + d_5 ER_j + d_6 X_{jt-1} \quad (4-3)$$

که:

$$d_0 = \gamma a_0, \quad d_1 = \gamma a_1, \quad d_2 = \gamma a_2, \quad d_3 = \gamma a_3, \quad d_4 = \gamma a_4, \quad d_5 = \gamma a_5, \\ d_6 = 1 - \gamma$$

۳-۲-۲-۲- تابع عرضه صادرات

تابع عرضه صادرات بوسیله گراسی و پرو (۴۷) تعیین گردیده است.

معادله عرضه صادرات را می‌توان به فرم خطی زیر نوشت:

$$X_t^s = B_0 + B_1 PX_t + B_2 Q_t + B_3 OX \quad (5-3)$$

که:

X_t^s : مقدار عرضه برای صادرات

PX_t : قیمت صادرات

Q_t : میزان تولید داخلی

OX : درآمد حاصل از صادرات نفت

معادله ۵-۳ را می‌توان برای قیمت صادرات (PX_t) نرمالیزه نمود و

بدینصورت نوشت:

$$PX_t = b_0 + b_1 X_t^s + b_2 Q_t + b_3 OX \quad (6-3)$$

که:

$$b_0 = -B_0 / B_1; \quad b_1 = 1 / B_1; \quad b_2 = -B_2 / B_1; \quad b_3 = -B_3 / B_1$$

همانطور که مقدار صادرات نسبت به مازاد تقاضا تعدیل می‌گردد،

قیمت صادرات نیز نسبت به مازاد عرضه تعدیل می‌شود (۴۸).

یعنی:

$$\Delta PX_t = g (X_t - X_t^s), \quad g > 0 \quad (7-3)$$

که g ضریب تعدیل می‌باشد و:

$$\Delta PX_t = PX_t - PX_{t-1}$$

با قراردادن معادله ۳-۷ در داخل معادله ۳-۶ و حل آن برای PX_t

خواهیم داشت:

$$PX_t = C_0 + C_1 X_t^s + C_2 Q_t + C_3 OX + C_4 PX_{t-1} \quad (۸-۳)$$

که:

$$C_0 = -gB_0 / (1 + gB_1) ; C_1 = g / (1 + gB_1) ; C_2 = -gB_2 / (1 + gB_1) ; C_3 = -gB_3 / (1 + gB_1) ; C_4 = 1 / (1 + gB_1)$$

سیستم معادلات ۳-۴ و ۳-۸ را می‌توان به صورت همزمان تخمین زد

و به ضرائب ساختاری دست پیدا نمود.

۳-۲-۲-۳- قیود غیر خطی:

قیود غیرخطی را می‌توان با مثال ساده‌ای در مورد مدل تعدیل

موجودی تشریح نمود.

فرض کنید حجم موجودی کالائی که بنگاه تمایل به نگهداری آن

دارد، تابع خطی از سطح فروش باشد:

$$Y_t^* = \alpha + \beta X_t \quad (۹-۳)$$

که در آن:

Y_t^* : سطح موجودی مطلوب در انتهای دوره و X_t : فروش می‌باشند.

به طور کلی Y^* قابل مشاهده نیست، علاوه بر این، فرض کنید که در

سطح موجودی انبار تحقق تغییرات برنامه‌ریزی شده به طور کامل نیست،

بلکه در هر دوره γ درصد آن عملی می‌گردد.

$$Y_t - Y_{t-1} = \gamma (Y_t^* - Y_{t-1}) + \varepsilon_t \quad (۱۰-۳)$$

که: Y_t سطح واقعی موجودی در دوره t و γ ضریب تعدیل نامیده

می‌شود و مقدارش بین صفر و یک قرار می‌گیرد. مقادیر نزدیک به صفر

برای γ نشان می‌دهد که، فقط بخش کوچکی از تغییرات مطلوب در طی

دوره تحقق می‌یابد در حالیکه، مقادیر γ نزدیک به یک، نشان می‌دهد که

قسمت بزرگی از تغییرات برنامه‌ریزی شده طی یک دوره حاصل می‌شود جمله

اختلال ε_t به این دلیل وارد مدل می‌شود که اثرات تصادفی در ادامه تعدیل

مجاز امکان پذیر است. با جایگزین کردن به جای Y_t^* و مرتب کردن دوباره جملات خواهیم داشت:

$$Y_t = \alpha\gamma + \beta\gamma X_t + (1-\gamma) Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (11-3)$$

این معادله‌ای است که، سرمایه‌گذاری در موجودی را توضیح می‌دهد. تمام متغیرهای این معادله، به استثنای ε_t قابل مشاهده‌اند. در معادله (11-3) سه پارامتر مقید داریم: α ، β ، γ . همتای نامقید معادله (11-3) عبارتست از:

$$Y_t = \beta_1 + \beta_2 X_t + \beta_3 Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (11-3 \text{ الف})$$

ضرائب معادله (11-3) با پارامترهای (11-3 الف) به صورت زیر مرتبط‌اند:

$$\beta_1 = \alpha\gamma \quad , \quad \beta_2 = \beta\gamma \quad , \quad \beta_3 = 1-\gamma$$

در این حالت می‌توانیم جواب یکتائی برای پارامترهای مقید بر حسب ضرائب نامقید بدست آوریم، یعنی شناسائی دقیق داریم. جواب عبارتست از:

$$\alpha = \beta_1 / (1 - \beta_3) \quad , \quad \beta = \beta_2 / (1 - \beta_3) \quad , \quad \gamma = (1 - \beta_3)$$

α و β توابع غیرخطی β های نامقیدند.

برای بدست آوردن پارامترهای معادله (11-3) برآوردهای حداقل مربعات (11-3 الف) را به دست آورده و جوابهای α ، β و γ را برای بدست آوردن برآوردهای متناظر این پارامترها مورد استفاده قرار می‌دهیم. در مورد خواص مطلوب برآوردکننده‌های حاصله، متذکر می‌شویم که، برآوردکننده‌هایی که توابع غیرخطی ضرائب غیر مقید هستند، خواص جانبی مطلوب برآوردکننده‌های محدود نشده را به ارث می‌برند. دلیل این امر آن است که، نارایب بودن از طریق توابع غیر خطی منتقل نمی‌شود (۲۴) و (۲۵). در این حالت، خود برآوردکننده‌های محدود نشده به علت وجود Y_{t-1} در بین متغیرهای توصیف کننده، نارایب نیستند. از این رو هیچ کدام از برآوردکننده‌های محدود شده را نمی‌توان نارایب تلقی کرد. اگر توجه داشته باشیم که:

$$\text{Var}(\hat{\gamma}) = \text{Var}(\hat{\beta}_3)$$

با مراجعه به واریانس نامقید β^{\wedge}_3 می‌توان واریانس برآوردکننده مقید γ را تعیین کرد. تعیین واریانسهای α^{\wedge} و β^{\wedge} قدری پیچیده‌تر است. زیرا، α^{\wedge} و β^{\wedge} توابع خطی برآوردکننده‌های نامقید نیستند اما یک فرمول تقریبی وجود دارد که می‌توان در این حالت بکار برد. فرمول مربوط به یک حالت کلی می‌شود که در آن مثلاً برآوردکننده α^{\wedge} تابع k ی برآوردکننده‌های دیگری مانند $\beta^{\wedge}_1, \beta^{\wedge}_2, \dots, \beta^{\wedge}_k$ است. یعنی:

$$\alpha^{\wedge} = f(\beta^{\wedge}_1, \beta^{\wedge}_2, \dots, \beta^{\wedge}_k)$$

آنگاه واریانس نمونه بزرگ α^{\wedge} را می‌توان به صورت زیر تقریب زد:

$$\text{var}(\alpha^{\wedge}) \approx \sum_k [\partial f / \partial \beta^{\wedge}_k]^2 \text{var}(\beta^{\wedge}_k) + 2 \sum_j [\partial f / \partial \beta^{\wedge}_j] [\partial f / \partial \beta^{\wedge}_k] \text{cov}(\beta^{\wedge}_j, \beta^{\wedge}_k) \\ (j, k = 1, 2, \dots, k; j < k)$$

تقریب با استفاده از بسط تیلور برای $f(\beta^{\wedge}_1, \beta^{\wedge}_2, \dots, \beta^{\wedge}_k)$ حول β^{\wedge}_1 ،

$\beta^{\wedge}_2, \dots, \beta^{\wedge}_k$ با حذف جملات مرتبه دوم یا بالاتر و آنگاه بدست آوردن واریانس از طریق فرمول معمولی حاصل می‌شود. مثلاً برای:

$$\alpha^{\wedge} = \beta^{\wedge}_1 / (1 - \beta^{\wedge}_3)$$

داریم:

$$\text{var}(\alpha^{\wedge}) \approx [1 / (1 - \beta^{\wedge}_3)]^2 \text{var}(\beta^{\wedge}_1) + [\beta^{\wedge}_1 / (1 - \beta^{\wedge}_3)^2]^2 \text{var}(\beta^{\wedge}_3) \\ + 2[1 / (1 - \beta^{\wedge}_3)] [\beta^{\wedge}_1 / (1 - \beta^{\wedge}_3)^2] \text{cov}(\beta^{\wedge}_1, \beta^{\wedge}_3)$$

این تقریب را می‌توان برای تقریب واریانس نمونه بزرگ

برآوردکننده‌های نامقید با استفاده از فرمولهای استاندارد برآورد کرد. در برآوردکردن واریانسهای بزرگ نمونه‌ای، برآوردکننده‌های مقید مشکلی بیار نمی‌آید.

فصل چهارم

نتایج و بحث

۴-۱- تاریخچه‌ای کوتاه از صنعت فرش ایران

در قرن نوزدهم میلادی تجارت و صادرات فرش در ایران رونق گرفت و استانبول، پایتخت آن روز ترکیه به‌صورت مرکز جهانی برای فرش ایران درآمد بود. هم‌چنین به دنبال موفقیت‌های فرش ایران در بازارهای جهانی، سرمایه‌گذاری تجار خارجی در این صنعت آغاز شد (۳۳). امروزه فرش ایران در صحنه جهانی از اعتبار و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. Persian Carpet که به فرش دستباف ایرانی اطلاق می‌شود، آنچنان شهرتی دارد که، رقبای ایرانی با استفاده جعلی از نام فرش ایرانی، فرشهای خود را عرضه می‌نمایند.

۴-۲- جایگاه فرش در اقتصاد ملی

مهمترین جنبه‌های اقتصادی فرش دستباف را می‌توان در اشتغال‌زائی، تحصیل ارز و کمک به بهبود اقتصاد روستا دانست. فرش دستباف به علت مرغوبیت و کاربری و قیمت تمام شده بالای آن، بیشتر مصرف خارجی داشته و بازار صادراتی آن نسبت به بازار داخلی بسیار گسترده‌تر است. بنابراین هر گونه رکود در بازار صادراتی آن منجر به بیکاری و کاهش درآمد در میان بسیاری از شاغلین صنعت فرش می‌گردد. با این استدلال گسترش بازارهای صادراتی فرش اثر مثبتی بر افزایش رفاه و بالارفتن درآمد سرانه روستائیان خواهد داشت و صنعت فرش یکی از ابزارهای توسعه روستائی است.

۴-۲-۱- اشتغال‌زائی در صنعت فرش

در شرایط کنونی اقتصاد، ایجاد اشتغال یکی از محورهای مهم سیاستهای دولت محسوب می‌شود. صنعت فرش دستباف یکی از صنایع کاربر است که با هزینه ثابت اندک و با استفاده از تجهیزات ساده در کارگاههای خانگی، موجب اشتغال‌زائی قابل ملاحظه‌ای در اقتصاد کشور می‌شود. این صنعت علاوه بر قالیبافی، فعالیتها و مشاغل جنبی دیگری را نیز در برمی‌گیرد که نرخ اشتغال‌زائی این صنعت را افزایش می‌دهد. از جمله مشاغل جانبی می‌توان به کار نخ‌ریس، نختاب، رنگ‌فروش، رنگرز، طراح، چله‌کش، گره‌زن، صادرکننده و بازرگانان اشاره کرد. به طور کلی مشاغل جانبی صنعت فرش حدود ۲۶ شغل می‌شود.

سرشماری جامعه روستائی در سال ۱۳۵۲، کل قالیبافان ساکن در روستاها را ۱/۰۹ میلیون نفر گزارش کرده است. در آمارگیری روستائی آبان‌ماه ۱۳۶۰ جهادسازندگی، تعداد ۸۰۵/۸ هزار دار قالی، شناسائی و سرشماری شده است و برآورد کارشناسان شرکت سهامی فرش ایران، کل قالیبافان کشور را در آن سال، ۱/۹ میلیون نفر ذکر می‌کند. هم‌اکنون یک میلیون و ۲۰۰ هزار کارگاه با ۴۰۰ هزار بافنده تحت پوشش اداره کل صنایع دستی و فرش وزارت جهادسازندگی می‌باشند.

طبق یک برآورد، نیروی انسانی شاغل در صنعت فرش دستباف در طی دهه‌های اخیر روندی فزاینده داشته است. هر چند روند آن ثابت نبوده و نوساناتی در برخی دوره‌ها مشاهده می‌شود. گفته می‌شود در سال ۱۳۳۸ شاغلان در این صنعت ۵۱۵ هزار نفر بوده که در سال ۱۳۶۹ به ۱/۴ میلیون نفر رسیده است (۱۶). در واقع در طی سه دهه ۱۳۳۸-۱۳۶۹، میزان شاغلین به حدود سه برابر افزایش یافته است. این میزان از اشتغال در روستاها با توجه به بیکاریهای فصلی و دائمی موجود در جوامع روستائی، منشأ تحولات مثبتی است.

۴-۲-۲- تحصیل ارز

برای گریز از اتکا به درآمدهای نفتی و ایجاد ثبات درآمدهای ارزی که شرایط اولیه برای برنامه‌ریزی اقتصادی است، باید توان بالقوه مختلف صادراتی را شناسائی و تقویت نمود. صادرات کالاهای صنعتی به دلیل داشتن بازار گسترده مصرف و همچنین ایجاد ارزش افزوده بالا در اقتصاد کمال مطلوب و از اهداف استراتژیک توسعه هر کشوری است.

با نگاهی به اهداف برنامه در بخش صنعت، بر اساس پیش‌بینی برنامه، این بخش در طی برنامه پنج‌ساله اول توسعه، حدود ۳۴/۳۵ درصد از کل اعتبارات ارزی ۱۴/۳ میلیارد دلاری (جدول ۴-۱) را جهت واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای به خود اختصاص داده است. در حالی که عملکرد صادراتی این بخش در طی پنج سال برنامه حدود ۲/۵ میلیارد دلار (جدول ۴-۱) می‌باشد. گرچه بازار جهانی صادرات فرش محدود (۲ میلیارد دلار) است اما عملکرد صادراتی فرش ایران در مقایسه با بخش صنعت قابل توجه است. یکی از عمده‌ترین مزیت‌های تولید فرش، نیازهای ارزی اندک آن است به طوری که، در سالهای ۶۸ و ۶۹ به ترتیب تنها حدود ۵ و ۵/۳ میلیون دلار صرف واردات مواد اولیه و واسطه‌ای برای فرش شده است.

جدول ۴-۱: سهم صادرات صنعتی و فرش در کل صادرات غیرنفتی کشور طی سالهای ۱۳۶۰-۱۳۷۲ (درصد)

سال	سهم صادرات صنعتی	سهم صادرات فرش	سال	سهم صادرات صنعتی	سهم صادرات فرش
۱۳۶۰	۳/۹	۴۱/۲	۱۳۶۹	۱۱/۷	۳۴/۶
۱۳۶۵	۱۲	۴۴	۱۳۷۰	۲۰	۴۸
۱۳۶۶	۱۱/۳	۴۲/۷	۱۳۷۱	۲۳	۲۸/۲
۱۳۶۷	۲۲/۵	۳۴/۳	۱۳۷۲	۲۸/۶	۴۲/۴
۱۳۶۸	۱۱/۷	۳۳	-	-	-

مأخذ: سازمان برنامه و بودجه (۱۲)

در بخش صادرات، صنعت فرش دارای عملکرد خوبی بوده است. بر اساس آمار موجود (جدول ۴-۱)، صادرات فرش در طی سالهای مورد بررسی و بویژه سالهای ۷۰، ۷۱ و ۷۲ دارای بیشترین سهم در کل صادرات غیر نفتی بوده و از اهداف برنامه اول پیشی گرفته است. طی دو سال ۶۸ و ۶۹ حدود ۱۰/۳ میلیون دلار جهت مواد مورد نیاز صنعت فرش هزینه شده، در مقابل آن حدود ۸۱۴ میلیون دلار درآمد ارزی از بابت صادرات نصیب کشور نموده است. به عبارت دیگر به ازای هر دلار هزینه ارزی برای فرش حدود ۷۹ دلار درآمد ارز از محل صادرات آن داشته‌ایم (جدول ۱).

۴-۳- نگاهی به بازار جهانی فرش و جایگاه ایران

از جنبه اقتصادی، فرش دستباف درجه یک و دو، کالائی لوکس و بادوام است، که متقاضیان جهت زیبایی و ارزش هنری، آنرا خریداری می‌نمایند. بنابراین تقاضای آن ازکشش درآمدی بالائی برخوردار است. با افزایش سطح درآمد ملی و رشد اقتصادی کشورهای واردکننده، چنانچه تبلیغات مؤثری برای ایجاد سلیقه مصرفی وجود داشته باشد، بازار جهانی مصرف فرش دستباف گسترش می‌یابد. به طور سنتی عمده‌ترین بازار صادرات فرش، بازار اروپا است. در سال ۱۹۸۰، اروپا ۸۹/۹ درصد از کل واردات جهانی فرش را به خود اختصاص داده بود. طی سالهای پس از ۱۹۸۰ سهم آن روند کاهشی داشته است، به طوری که در سال ۱۹۸۸، حدود ۷۰/۱ درصد از سهم بازار و در سال ۱۹۹۲ این سهم به ۶۳ درصد رسیده است. با کاهش سهم اروپا، به ترتیب سهم بازارهای آمریکا، آسیا و ژاپن به عنوان واردکنندگان فرش، در بازار افزایش پیدا نموده است.

بازار آمریکا در سال ۱۹۸۰، تنها ۰/۷ درصد از کل واردات فرش را دارا بود. طی روندی افزایش سهم این بازار در سال ۱۹۸۹ به ۱۶/۵ درصد و در سال ۱۹۹۲ حدود ۱۵/۶ درصد از کل واردات فرش می‌باشد. پس از اروپا، عمده‌ترین متقاضی فرش، ایالات متحده می‌باشد. کشورهای آسیائی به

عنوان سومین واردکننده عمده فرش با روند ملایم افزایش سهم، در سال ۱۹۸۰، حدود ۸ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده بودند. این سهم در سال ۱۹۸۹ به ۱۲/۲ درصد رسیده است. در آسیا، ژاپن عمده‌ترین واردکننده فرش می‌باشد که سهم این کشور از ۱/۹ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۷/۳ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش یافته است (۵۳). جدیدترین بازارهای جهانی فرش مربوط به کشورهای تازه صنعتی‌شده جنوب شرقی آسیا و آمریکای لاتین می‌باشد. با افزایش سطح درآمد ملی، این گروه از کشورها به جمع واردکنندگان فرش پیوسته‌اند. برای مثال در سال ۱۹۹۲، کشورهای هنگ‌کنگ، سنگاپور، کره جنوبی، برزیل و مالزی به ترتیب ۲۴، ۱۲/۷، ۲/۶، ۲/۲ و ۱/۳ میلیون دلار فرش وارد نموده‌اند (۵۴).

از دیدگاه تولید، فرش دستباف محصولی کاربر، وقت‌گیر و پرمشقت است که به هیچ وجه از نظر اقتصادی برای کشورهای صنعتی واردشدن به جرگه تولید مقرون به صرفه نیست. امروزه تنها بخشی از کشورهای اروپائی به عنوان تاجر وارد بازار فرش گردیده‌اند که از جمله کشورهای سوئیس و اتریش را می‌توان نام برد. رقبای اصلی فرش دستباف ایران، کشورهای درحال توسعه‌ای که دارای نیروی کار وسیع و ارزان هستند، می‌باشد. کشورهای چین، هندوستان، نیال و پاکستان از عمده‌ترین رقبای تجاری ایران محسوب می‌گردند. گرچه تا مدت‌ها تولیدات این کشورها از نظر طرح، نقشه، رنگ‌آمیزی و بافت به هیچ وجه قدرت رقابت با فرش ایران را نداشتند، اما از یکسو با کپی‌برداری از نقشه‌ها و از سوی دیگر با افت کیفیت و عدم استانداردهای لازم از سوی برخی از صادرکنندگان ایرانی، این کشورها بعنوان رقبای جدید فرش ایران مطرح شده‌اند.

تجارت جهانی فرش با نوساناتی روند افزایشی داشته است و کل تجارت جهانی فرش که در سال ۱۹۸۵ حدود ۷۲۳ میلیون دلار بوده است، در سال ۱۹۸۹ به ۱/۸ میلیارد دلار و در سال ۱۹۹۲ به حدود ۱/۷۹ میلیارد دلار بالغ گردیده است. متوسط نرخ رشد صادرات جهانی فرش طی سالهای ۹۲-۱۹۸۶

یعنی در طول ۶ سال حدود ۱۰/۱ درصد می باشد (۵۳ و ۵۴). قابل ذکر است که سهم تجارت جهانی فرش از کل تجارت جهانی حدود ۰/۰۸ درصد می باشد. به عبارتی از ۲۲۴۵ میلیارد دلار ارزش تجارت جهانی، حدود ۱/۷ میلیارد اختصاص به تجارت فرش داشته است. بنابراین نرخ رشد تقاضای فرش در جهان از نرخ رشد اقتصادی جهان بالاتر بوده است. می توان انتظار داشت با بهبود و رونق در اقتصاد جهانی، نرخ رشد تقاضا در بازارهای فرش نیز گسترش یابد، ظرفیت کنونی بازار جهانی فرش حدود دو میلیارد دلار است که می توان انتظار داشت با نرخ حدود ۱۰ درصد ظرفیت سالانه این بازار افزایش یابد (۵۳ و ۵۴).

۴-۳-۱- سهم ایران در بازارهای جهانی فرش

سهم ایران در بازار جهانی صادرات فرش در سال ۱۹۸۰، حدود ۴۱/۹ درصد بوده است و در این سال عنوان مقام اول کشورهای صادرکننده فرش را دارا بوده است. طی سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۵، سهم ایران روندی کاهشی داشته است و در سال ۱۹۸۵ به پائین ترین مقدار خود یعنی ۱۶ درصد رسیده است. در سال ۱۹۸۲ هند، در سال ۱۹۸۳ افغانستان و در سال ۱۹۸۵ مجدداً هند مقام نخست در صادرات فرش را تصاحب نموده و در این سالها ایران مقام دوم صادرات را داشته است. از سال ۱۹۸۶ روند بهبودی در صادرات فرش ایران بوجود آمده است و این بهبود همزمان با کاهش قیمت جهانی نفت و توجه دولت به سیاست صادرات غیرنفتی و کاهش ارزش ریال می باشد. سهم ایران در صادرات از ۱۶ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۳۰/۶ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش یافته است. این سهم در سال ۱۹۹۲ حدود ۲۸/۶ درصد بود. بنابراین به جز سه دوره ۸۵-۱۹۸۲ در بقیه سالهای مورد بررسی، صادرات فرش ایران مقام نخست را داشته است (جدول ۴-۳). از کشورهای که اخیراً به جمع صادرکنندگان پیوسته اند، کشور نیال است. این کشور با جمعیت اندک توانسته است از سال ۱۹۸۵ که هیچ سهمی در بازار صادرات

نداشته است، در سال ۱۹۹۲ حدود ۱۲/۱ درصد از سهم بازار صادرات را تصاحب نماید. چین در سالهای اخیر سهم خود را در بازار صادراتی فرش افزایش داده بطوریکه در سال ۱۹۹۲ این کشور در حدود ۱۶/۵ درصد از بازار صادرات را به خود اختصاص داده است.

۴-۳-۲- نقش ایران در بازار جهانی فرش

بازارهای فرش را بر اساس سهم ایران در آن به ۳ دسته می‌توان تقسیم

کرد:

۴-۳-۲-۱- بازارهای عمده فروشی

در این بازارها، ایران، عمده‌ترین عرضه‌کننده است. عمده‌ترین بازارهای سنتی فرش ایران عبارت است از: اروپا با ۶۳ درصد از کل واردات جهانی، بازار سوئیس با ۵ درصد سهم و کانادا با ۲/۱ درصد. در این بازارها ایران دارای بالاترین سهم صادراتی است و به علت قدمت صادرات ایران، این بازار برای ایران شناخته‌شده است. سیاست صادراتی ایران در این بازارها باید حفظ و تثبیت موقعیت کنونی و تلاش در جهت افزایش سهم باشد.

۴-۳-۲-۲- بازارهای مهم فرش

مهمترین این بازارها، آمریکا و ژاپن است که حدود ۲۰ درصد از صادرات جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. در بازار آمریکا به سبب تحریمهای اقتصادی علیه جمهوری اسلامی ایران، سهم ایران بسیار ناچیز است. در بازار ژاپن محدودیتهای مقداری و اقدامات غیرتعرفه‌ای برای واردات فرش وجود ندارد و نرخ تعرفه برای واردات حدود ۱ درصد می‌باشد. رقیب عمده ایران در این بازار چین است.

۴-۳-۲-۳- بازارهای بالقوه آینده

با توجه به دورنمای اقتصادی آ.س.ه.آ.ن. در کشورهای جنوب شرقی آسیا و کشورهای تازه صنعتی شده آمریکای لاتین، پیش‌بینی‌های اقتصادی، بیانگر افزایش درآمد سرانه و قدرت خرید این کشورها است. هم‌اکنون حدود

۸ درصد از سهم بازار را این کشورها دارا می‌باشند.

جدول ۴-۲: ارزش صادرات فرش ۹۲-۱۹۸۵ (میلیون دلار)

سال	۱۹۸۵	۱۹۸۶	۱۹۸۹	۱۹۹۲
صادرات کل جهان	۷۲۳	۱۰۰۸	۱۸۰۵	۱۷۹۶
صادرات ایران	۱۲۵/۶	۲۷۵/۵	۵۵۷	۵۱۳

مأخذ: آمارنامه‌های تجارت بین‌المللی (۵۳ و ۵۴)

جدول ۴-۳: سهم ایران در بازار جهانی فرش ۹۲-۱۹۸۰ (درصد)

سال	سهم ایران	سال	سهم ایران
۸۰	۴۱/۹	۸۶	۲۵/۶
۸۱	۳۱/۱	۸۷	۲۸/۹
۸۲	۱۷/۶	۸۸	۳۰/۷
۸۳	۱۷/۳	۸۹	۳۰/۶
۸۴	۲۰/۱	۹۲	۲۸/۶
۸۵	۱۶	-	-

مأخذ: آمارنامه‌های تجارت بین‌المللی (۵۳ و ۵۴)

جدول ۴-۴: سهم رقبای اصلی ایران در بازار فرش ۹۰-۱۹۸۰ (درصد)

سال	رقبای اول ایران	سهم رقبا	سال	رقبای اول ایران	سهم رقبا
۸۰	پاکستان	۱۲/۴	۸۶	پاکستان	۱۷
۸۱	پاکستان	۱۶/۶	۸۷	پاکستان	۱۶/۲
۸۲	هند	۱۷/۷	۸۸	پاکستان	۱۸/۲
۸۳	افغانستان	۱۸/۵	۸۹	هند	۱۹/۲
۸۴	هند	۱۹/۵	۹۲	هند	۱۸/۳
۸۵	هند	۱۸/۵	-	-	-

مأخذ: آمارنامه‌های تجارت بین‌المللی (۵۳ و ۵۴)

جدول ۴-۵: سهم اروپا، آمریکا، آسیا و ژاپن از کل واردات جهانی فرش (درصد)

سال	اروپا	آسیا	آمریکا	ژاپن	سال	اروپا	آسیا	آمریکا	ژاپن
۸۰	۸۹/۹	۸	۰/۷	۱/۹	۸۵	۸۷/۷	۱۰/۲	۰/۷	۳/۳
۸۱	۸۵	۱۱/۳	۰/۷	۲/۱	۸۶	۹۰/۳	۸	۰/۴	۲/۹
۸۲	۸۲/۵	۱۴/۲	۰/۷	۲/۵	۸۷	۸۹/۲	۹/۳	۰/۴	۴/۴
۸۳	۸۷/۳	۱۰/۱	۰/۸	۲/۳	۸۸	۸۳/۸	۱۲/۵	۲/۶	۶/۸
۸۴	۸۶/۴	۱۱/۴	۰/۶	۲/۷	۸۹	۷۰/۱	۱۲/۲	۱۶/۵	۷/۳

مأخذ: آمارنامه‌های تجارت بین‌المللی (۵۳ و ۵۴)

۴-۴- تخمین توابع عرضه و تقاضای صادرات

در این تحقیق توابع تقاضا و عرضه صادرات فرش به صورت سیستمی برآورد گردیده است که از روشهای سیستمی، روش حداقل مربعات سه مرحله‌ای تکراری^۱ بکار برده شد.

جهت تخمین توابع تقاضا و عرضه صادرات فرش، طبق بحث تئوریک متغیرهای لازم وارد مدل شدند. چون PXW (قیمت جهانی صادرات فرش) در دسترس نبود و به جهت اینکه، ایران مهمترین صادرکننده فرش بوده و قیمت جهانی فرش وابستگی زیادی به قیمت صادراتی فرش ایران دارد، متغیر PXW از مدل حذف شد و در عوض متغیر PD (شاخص بهای عمده‌فروشی کل کالاها) وارد مدل گردید.

نتایج حاصل از برآورد معادلات تقاضا و عرضه صادرات فرش در جدولهای ۴-۶ تا ۴-۱۵ آورده شده است. نتایج حاصل از محاسبه کششها در جدولهای ۴-۱۶ تا ۴-۲۴ نشان داده شده است.

این نتایج نشان می‌دهد که، تخمین همزمان، میان مقادیر صادرات و قیمت‌های صادرات می‌تواند کششها را کاملاً متفاوت از روش OLS بدهد. در معادله تقاضای صادرات تخمین زده شده، ضرائب متغیرها برای کشورهای مختلف را می‌توان بدین صورت بیان نمود (مدل بی‌تبادل یا مدل همراه با متغیر تأخیری).

۴-۴-۱- تخمین تابع تقاضای صادرات کشورآلمان

همانطور که از جدول ۴-۶ برمی‌آید، ضریب قیمت صادرات (PX) در اینجا منفی می‌باشد که با علامت مورد انتظار، موافقت دارد. مقدار t مشخص می‌نماید که این ضریب از نظر آماری معنی‌دار نمی‌باشد. طبق فرضیات انتظار می‌رود که ضریب نرخ ارز (ER) نیز منفی باشد که در اینجا این ضریب از

^۱ Iterative Three Stage least Square (I3SLS)

نظر آماری معنی‌دار نشده است. ضریب شاخص قیمت عمده‌فروشی (PD) و ضریب متغیر (GDP) که بیانگر شاخص تولید ناخالص داخلی کشورها و نشانگر شاخص درآمدی می‌باشد، برای کشور آلمان معنی‌دار شده و با علامت مورد انتظار مطابقت دارد (جدول ۴-۶). کشش درآمدی کوتاه‌مدت تقاضای صادرات فرش برای کشور آلمان ۰/۴۲ برآورد گردیده است که بیانگر اثر مثبت درآمد کشور آلمان بر صادرات فرش ایران می‌باشد (جدول ۴-۱۶). همچنین کشش درآمدی بلندمدت تقاضا نیز این موضوع را تأیید می‌کند (جدول ۴-۲۰).

علامت ضریب متغیر تولید جهانی به غیر از ایران (WP) نیز موافق با علامت مورد انتظار و در سطح ۱٪ معنی‌دار می‌باشد. یعنی افزایش تولید جهانی فرش، اثر منفی بر تقاضای صادرات فرش آلمان از کشور ایران نداشته است (جدول ۴-۶). مقدار کشش محاسبه شده این متغیر (۱/۳۱) نیز تأییدکننده این مطلب می‌باشد (جدول ۴-۱۶). همانطور که در مبحث تئوریک اشاره گردید، پارامتر γ ضریب تعدیل را نشان می‌دهد. مقدار این ضریب بیانگر این موضوع است که چند درصد تغییر در دوره جاری خود را نشان می‌دهد که مقدار این پارامتر برای کشور آلمان ۰/۸۲ می‌باشد (جدول ۴-۶). به علت اینکه ضریب نزدیک به یک است، تغییر در متغیرها بیشتر اثر خود را در همان دوره زمانی نشان می‌دهد. از اینرو کششهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تفاوت چندانی نخواهد داشت (جدولهای ۴-۱۶ و ۴-۲۰).

۴-۴-۲- تخمین تابع تقاضای صادرات کشور ایتالیا

نتایج حاصل از برآورد تابع تقاضای صادرات فرش برای کشور ایتالیا در جدول شماره ۴-۷ آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌گردد، در این تابع علامت ضریب قیمت صادرات (PX) طبق انتظارات منفی است و از نظر آماری در سطح ۱٪ معنی‌دار می‌باشد. همچنین متغیرهای تولید ناخالص داخلی کشور ایتالیا (GDP)، نرخ ارز (ER)، شاخص بهای عمده‌فروشی (PD)،

تولید جهانی به غیر از ایران (WP) و متغیر تأخیری مقدار تقاضا برای صادرات (PX_{t-1}) در سطح ۱٪ معنی دار شده‌اند (جدول ۴-۷) کشش تقاضای کوتاه مدت صادرات فرش نسبت به نرخ مبادله ارز (ریال به دلار) ۰/۸۶ (جدول ۴-۱۷) که نشان می‌دهد کاهش ارزش ریال به علت بی‌کششی تقاضای صادرات، نسبت به نرخ ارز، دارای اثر منفی بر درآمد حاصل از فرش است.

ضریب شاخص درآمدی کشور ایتالیا (GDP) مطابق با انتظار مثبت می‌باشد (جدول ۴-۷). کشش درآمدی تقاضای صادرات فرش کشور ایتالیا ۰/۲۲ برآورد گردیده است که بیانگر اثر مثبت درآمد کشور ایتالیا بر صادرات فرش ایران می‌باشد (جدول ۴-۱۷).

همانطور که از علامت ضریب متغیر تولید جهانی به غیر ایران (WP) و کشش آن مشخص گردیده است، افزایش تولید جهانی فرش اثر منفی بر تقاضای صادرات فرش ایتالیا از ایران ندارد و با افزایش تولید جهانی فرش، صادرات فرش ایران به کشور ایتالیا رشد داشته است. مقدار کشش برآورد شده این متغیر (۱/۶۵) نیز مؤید این مطلب است (جدولهای ۴-۷ و ۴-۱۷). مقدار ضریب تعدیل ۷ برای کشور ایتالیا ۰/۸۸ برآورد گردید (جدول ۴-۲) و به علت اینکه ضریب تعدیل نزدیک به یک است، تغییر در متغیرها بیشتر اثر خود را در همان دوره زمانی نشان می‌دهد و به این دلیل کششهای کوتاه مدت و بلندمدت تقاضا تفاوت چندانی نخواهند داشت (جدولهای ۴-۱۷ و ۴-۲۱).

۴-۴-۳- تخمین تابع تقاضای صادرات کشور سوئیس

نتایج حاصل از برآورد تابع تقاضای صادرات فرش برای کشور سوئیس در جدول ۴-۸ آورده شده است. در این تابع متغیرهای قیمت صادرات (PX)، تولید ناخالص داخلی کشور سوئیس (GDP)، تولید جهانی غیر از ایران (WP) و همچنین متغیر تأخیری مقدار تقاضا برای صادرات (X_{t-1}) در

سطح ۰.۱٪، و متغیر شاخص قیمت داخلی کالاها (PD) در سطح ۰.۱٪ معنی دار شدند (جدول ۴-۸).

طبق انتظار، علامت ضریب قیمت صادرات (PX) منفی شد (جدول ۴-۸). کشش قیمتی تقاضای صادرات فرش برای کشور سوئیس حدود ۰/۲۴ برآورد گردید (جدول ۴-۱۸). با توجه به این کشش ملاحظه می‌شود که، قیمت صادرات فرش مناسب نیست و برای رسیدن به کشش قیمتی یک هنوز فاصله زیادی وجود دارد، چون در این حالت حداکثر درآمد از صادرات فرش بدست می‌آید. قابل ذکر است که کشور سوئیس یکی از بزرگترین دلانان فرش در جهان می‌باشد و فرشهای واردشده از جمله فرشهایی را که از ایران وارد می‌نماید، به کشورهای دیگر مجدداً صادر می‌کند و این عمل باعث کاهش کشش قیمتی تقاضا برای این محصول شده است.

کشش درآمدی تقاضا برای کشور سوئیس ۰/۵۴ برآورد گردید (جدول ۴-۱۸) که بیانگر اثر مثبت درآمد کشور سوئیس بر تقاضای صادرات فرش از ایران می‌باشد. علامت ضریب متغیر تولید جهانی به غیر از ایران (WP) و مقدار کشش آن (۱/۳) بیانگر این مطلب هستند که، افزایش تولید جهانی اثر منفی بر تقاضای صادرات فرش سوئیس از کشور ایران ندارد (جدولهای ۴-۸ و ۴-۱۸).

مقدار ضریب تعدیل (γ) برای کشور سوئیس ۰/۸۵ برآورد گردید (جدول ۴-۸) و نشاندهنده این است که تغییر در متغیرها بیشتر اثر خود را در همان دوره زمانی نشان می‌دهند و به این دلیل کششهای کوتاهمدت و بلندمدت تفاوت چندانی نخواهند داشت (جدولهای ۴-۱۸ و ۴-۲۲).

۴-۴-۴- تخمین تابع تقاضای صادرات کشور ژاپن

نتایج حاصل از برآورد تابع تقاضای صادرات فرش برای کشور ژاپن در جدول ۴-۹ آورده شده است. در این تابع متغیرهای قیمت صادرات (PX) و متغیر تولید جهانی به غیر از ایران در سطح ۰.۱٪ و متغیر نرخ ارز در سطح ۰.۵٪

معنی‌دار شده‌اند. علامت ضریب قیمت صادرات (PX)، بر خلاف انتظار مثبت گردید (جدول ۴-۹). کشش قیمتی تقاضای برآورد شده صادرات فرش برای ژاپن (۰/۲) نشان‌دهنده این است که، قیمت صادرات فرش برای ژاپن بسیار پائین می‌باشد و تا رسیدن به کشش قیمتی یک فاصله بسیاری وجود دارد (جدول ۴-۱۹). کشش تقاضای صادرات فرش نسبت به نرخ مبادله ارز (ریال به دلار) ۰/۲۷ برآورد گردید که نشان می‌دهد کاهش ارزش ریال به علت بی‌کششی تقاضای صادرات نسبت به نرخ ارز، دارای اثر منفی بر درآمد حاصل از صادرات فرش می‌باشد (جدول ۴-۱۹).

علامت ضریب تولید جهانی به غیر از ایران (WP) و مقدار محاسبه‌شده کشش آن (۱/۱) بیانگر این نکته است که، افزایش تولید جهانی، اثر منفی بر میزان تقاضای صادرات فرش ژاپن از ایران نداشته است (جدولهای ۴-۹ و ۴-۱۹). مقدار ضریب تعدیل (۷) برای کشور ژاپن، ۰/۸۴ محاسبه گردید و به علت اینکه ضریب تعدیل نزدیک به یک است، تغییر در متغیرها بیشتر اثر خود را در همان دوره زمانی نشان می‌دهد و بنابراین کششهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تفاوت چندانی ندارد (جدولهای ۴-۱۹ و ۴-۲۳).

۴-۴-۵- تخمین معادله عرضه صادرات ایران

نتایج حاصل از برآورد معادله عرضه صادرات فرش از ایران در جدول ۴-۱۰ آورده شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود در این معادله، عرض از مبدأ و متغیرهای درآمد حاصل از صادرات نفت و متغیر تأخیری قیمت صادرات در سطح ۱٪ معنی‌دار شده‌اند.

همانگونه که انتظار می‌رفت، علامت ضریب قیمت صادرات مثبت می‌باشد (جدول ۴-۱۰). همچنین کشش قیمتی عرضه صادرات (۴/۲۲) برآورد گردیده که کشش‌پذیر بودن آن را می‌رساند (جدول ۴-۲۴).

متغیر (OX) بیانگر درآمد حاصل از صادرات نفت می‌باشد. این متغیر

در سطح ۱٪ معنی‌دار می‌باشد و علامت آن طبق انتظار منفی است (جدول ۴-۱۰). کشش عرضه صادرات فرش نسبت به درآمد حاصل از صادرات نفت ۱۲/۰- می‌باشد و بر این اساس افزایش درآمد حاصل از صادرات نفت، عرضه صادرات فرش را کاهش می‌دهد.

همانگونه که ملاحظه می‌شود متغیر مجازی جنگ اثر معنی‌داری بر صادرات فرش ندارد و می‌توان این مسأله را بدین صورت توجیه نمود که چون صنعت قالیبافی بیشتر مربوط به مناطق مرکزی و شرق ایران می‌باشد که جنگ به این مناطق گسترش پیدا ننمود، بنابراین اثر چندانی بر تولید و صادرات آن نداشته است.

نتایج حاصل از برآورد توابع تقاضای صادرات فرش با استفاده از مدل تعادل (بدون متغیر تأخیری)، برای هر چهار کشور، در جدولهای ۴-۱۱ تا ۴-۱۴ آورده شده است. واریانس هر کدام از این متغیرها و در نهایت میزان t آنها با استفاده از تقریب کم‌نتا که در بحث مبانی تئوریک توضیح داده شده است، محاسبه گردید.

جدول ۴-۶: برآورد تابع تقاضای صادرات فروش، کشور آلمان (مدل بی تعادل)

R^2	X_{t-1}	WP	PD	ER	GDP	PX	ثابت	تکنیک
۰/۹۸	۰/۱۸	۰/۱۱	-۱۴/۳۶	۱۸/۹	۴/۰۰۱	-۰/۰۰۳	-۱۹۹۳/۷۵	I3SLS
	(۲/۳۸)	(۱۳/۸)	(-۱/۹۷)	(۱/۵۴)	(۳/۴۳)	(-۰/۲۸)	(-۳/۴۶)	t مقدار

مأخذ: یافته‌های تحقیق $\gamma = 0.82$

جدول ۴-۷: برآورد تابع تقاضای صادرات فروش، کشور ایتالیا (مدل بی تعادل)

R^2	X_{t-1}	WP	PD	ER	GDP	PX	ثابت	تکنیک
۰/۹۷	۰/۱۲	۰/۰۳	-۹/۱۳	۰/۰۶۸	۳/۵۸	-۰/۰۰۵	-۲۵۳/۵	I3SLS
	(۲/۴۳)	(۱۴/۷۶)	(-۶/۴)	(۶/۳۸)	(۴/۲۷)	(-۲/۸۱)	(-۱/۹۵)	t مقدار

مأخذ: یافته‌های تحقیق $\gamma = 0.88$

جدول ۴-۸: برآورد تابع تقاضای صادرات فروش، کشور سوئیس (مدل بی تعادل)

R ²	X _{t-1}	WP	PD	ER	GDP	PX	ثابت	تکنیک
۰/۹۵	۰/۱۵	۰/۰۳	-۱/۵۹	-۴/۳۲	۳۶/۹	-۰/۰۱	۱۸/۱۵	I3SLS
	(۲/۶۹)	(۱۴/۱۵)	(-۱/۶)	(-۰/۴۰)	(۶/۲۸)	(-۵/۱)	(-۱/۱۵)	مقدار t

مأخذ: یافته‌های تحقیق $\gamma = 0.85$

جدول ۴-۹: برآورد تابع تقاضای صادرات فروش، کشور ژاپن (مدل بی تعادل)

R ²	X _{t-1}	WP	PD	ER	GDP	PX	ثابت	تکنیک
۰/۹۸	۰/۱۱۸	۰/۰۰۲	-۰/۰۸	۰/۲۵	۰/۹۸۴	۰/۰۰۰۶	-۶۱/۷۳	I3SLS
	(۰/۶۶)	(۷/۷۵)	(-۰/۱۷)	(۱/۹۴)	(۱/۴)	(۲/۵۷)	(-۳/۹)	مقدار t

مأخذ: یافته‌های تحقیق $\gamma = 0.84$

جدول ۴-۱۰: برآورد تابع عرضه صادرات فروش (مدل بی تعادل)

R^2	DV	PX_{t-1}	OX	Q_t	X	ثابت	تکنیک
۰/۲۰	۳۶۱۸/۲۵	۰/۳۱	-۶۰۷/۱۴	-۶۸۱/۷۴	۰/۹۶	۳۵۰۷۰/۲	ISLS
	(۰/۹۶)	(۳/۰۰۶)	(-۴/۰۸)	(-۰/۸۲)	(۰/۷۳)	(۴/۴۸)	مقدار t

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۱: برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور آلمان (مدل تعادل)

تکنیک	ثابت	PX	GDP	ER	PD	WP
I3SLS	۲۴۳۱/۳	-۰/۰۰۳	۴/۹	۲۳	-۱۷/۵	۰/۱۳
مقدار t	(-۳/۹۶)	(۰/۲۸)	(۳/۶۹)	(۱/۱۳)	(-۱/۹۴)	(۱۰/۲)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۲: برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، کشور ایتالیا (مدل تعادل)

تکنیک	ثابت	PX	GDP	ER	PD	WP
I3SLS	۲۹۰/۸	-۰/۰۰۵	۴/۰۷	۰/۰۷۶	-۱۰/۳۷	۰/۰۳۴
مقدار t	(-۱/۹۶)	(-۲/۲)	(۴/۱۴)	(۶/۸۱)	(-۶/۱۶)	(۱۴/۳۲)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۳: برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، سوئیس (مدل تعادل)

تکنیک	ثابت	PX	GDP	ER	PD	WP
I3SLS	-۲۱۳/۵	-۰/۰۱۱	۴۳/۴۱	-۵/۰۸	-۱/۸۷	۰/۰۲۵
مقدار t	(-۱/۱۶)	(-۳/۹)	(۶/۴۸)	(-۰/۴۱)	(-۱/۵۷)	(۱۲/۷۴)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۴: برآورد تابع تقاضای صادرات فرش، ژاپن (مدل تعادل)

تکنیک	ثابت	PX	GDP	ER	PD	WP
I3SLS	-۷۳/۴۹	۰/۰۰۰۷	۱/۱۷۱	۰/۳	-۰/۱	۰/۰۰۲
مقدار t	(-۳/۷۷)	(۱/۶۶)	(۱/۴)	(۱/۳)	(-۰/۱۷)	(۷/۶)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۵: برآورد تابع عرضه صادرات فرش، ایران (مدل تعادل)

تکنیک	ثابت	X	Q _t	OX	DV
I3SLS	-۳۶۵۳۱/۵	۰/۷۱۸	-۷۱۰/۱۴	-۶۳۲/۴۳	۳۷۶۹/۱۱
مقدار t	(۴/۳۱)	(۰/۸)	(۰/۹)	(-۴/۱)	(۱/۱)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۶: کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور آلمان

کششهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
-۰/۱	۰/۴۳	۰/۲۷	۱/۳۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۷: کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور ایتالیا

کششهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
-۰/۱۶	۰/۲۱۵	۰/۸۴۱	۱/۶۰۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۸: کششهای کوتاهمدت تقاضای صادرات، کشور سوئیس

کششهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
-۰/۲۴	۰/۵۴	-۰/۰۵۲	۱/۳۵۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۱۹: کسشهای کوتامدمت تقاضای صادرات، کشور ژاپن

کسشهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
۰/۲	۰/۱۷	۰/۲۷	۱/۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۲۰: کسشهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور آلمان

کسشهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
۰/۱۲	۰/۵۱	۰/۳۳	۱/۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۲۱: کسشهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور ایتالیا

کسشهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
۰/۱۸	۰/۲۵	۰/۹۷	۱/۸۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۲۲: کسشهای بلندمدت تقاضای صادرات، کشور سوئیس

کسشهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
-۰/۲۸	۰/۶۳	-۰/۰۶	۱/۵۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۲۳: کششهای بلندمدت صادرات، کشور ژاپن

کششهای تقاضا			
PX	GDP	ER	WP
۰/۳۳	۰/۲	۰/۳۲	۱/۳۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴-۲۴: کششهای عرضه صادرات

کششهای عرضه		
PX	Q _t	OX
۴/۲۲	-۱/۶۸	-۱/۰۱۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

۴-۵- پیشنهادات:

۱. کششهای قیمتی تقاضای بدست‌آمده برای کشورها، نشان می‌دهد که قیمت صادرات فرش مناسب نیست و تا رسیدن به کشش قیمتی یک هنوز فاصله زیادی وجود دارد (چون در این حالت حداکثر درآمد از صادرات فرش بدست می‌آید). می‌توان قیمت را تا حد مناسبی بالاتر برد تا درآمد حاصله از صادرات فرش بیشتر شود.

۲. کشش قیمتی عرضه صادرات حکایت از آن دارد که آمادگی لازم برای افزایش عرضه صادرات وجود دارد. اگر ایران صادرات خود را به صادرات مستقیم تبدیل کند و بازار را از صادرکنندگان مجدد سلب نماید، با افزایش قیمت صادراتی فرش، عرضه برای صادرات نیز افزایش خواهد یافت.

۳. همانطور که نشان داده شده است، نرخ ارز واقعی با صادرات فرش رابطه مثبت دارد. با کاهش ارزش پول ملی، قیمت کالای صادراتی کاهش یافته و چون فرش کالای با کشش است، صادرات آن افزایش می‌یابد. اما باید توجه داشت که نوسانات نرخ ارز باعث ایجاد عدم اطمینان و در نتیجه کاهش

صادرات می‌شود.

۴. ضریب متغیر شاخص قیمت کالاهای داخلی (PD) نشان می‌دهد که با افزایش میزان تورم در داخل، تقاضای صادرات کاهش می‌یابد.
۵. قدرت خرید طبقات مختلف مصرف کنند نیز می‌بایست به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر عرضه در بازارهای جهانی مورد توجه قرار گیرد.

فهرست منابع:

۱. ابراهیمی، م. (۱۳۷۵)، "استراتژی توسعه صنعت قالی‌بافی: مطالعه موردی شهرستان ارسنجان"، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز.
۲. ایمانی‌راد، م. (۱۳۷۵)، "چشم‌انداز صادرات کشور در سالهای ۱۳۷۸، ۱۳۸۸ و ۱۴۰۰"، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۱ و ۱۲: ۱۷۱-۱۶۲.
۳. بهاری‌جوان، م. (۱۳۷۵)، "نقش عوامل تولید در تجارت خارجی فرش دستباف ایران"، فصلنامه تخصصی فرش، شماره اول: ۸۵ - ۸۰.
۴. پوریزدانی‌پرست، م. (۱۳۷۴)، "بررسی تاریخ پیروی از استراتژی توسعه صادرات در برخی کشورهای جهان سوم"، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۵ و ۶: ۹۳ - ۸۹.
۵. پیراسته، ح. (۱۳۷۱)، "سیاست خود اتکائی در صادرات غیر نفتی منطقه‌ای، استراتژی توسعه صنعت قالی‌بافی"، مجموعه مقالات اولین سمینار بازسازی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران: ۶۰۰ - ۵۵۹.
۶. حصوری، ع. (۱۳۷۱)، "نه میلیون ایرانی"، جامعه سالم، شماره ۵: ۳۱-۲۷.
۷. حصوری، ع. (۱۳۷۴)، "فرش در یک دید کلی اقتصادی"، مجموعه سخنرانیهای چهارمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران، ۶۲-۶۰.
۸. خزاعی، ع. (۱۳۷۶)، "بررسی تحولات تولید و صادرات فرش و ضرورت تشکیل شورای سیاستگذاری آن"، جهاد، شماره ۴۴: ۲۰۳-۲۰۲.
۹. خشکنائی، ر. (۱۳۷۱)، "قالی‌بافی مهمترین تکیه‌گاه اقتصادی کشور"، تازه‌های اقتصاد، شماره ۲۵: ۴۹-۴۷.
۱۰. دردی‌بانکی، ق. (۱۳۷۰)، "بررسی صادرات محصولات کشاورزی (میوه

- وتره‌بار) ایران و راه‌های توسعه آن" پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و بازرگانی، دانشگاه تهران.
۱۱. روستا، ا. (۱۳۷۴)، "صادرات غیرنفتی و ضرورت آن"، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۹۵: ۴۲-۳۶.
۱۲. سازمان برنامه و بودجه. (۱۳۷۲)، گزارش‌های اقتصادی سالهای مختلف، بخش بازرگانی، تهران. شماره ۱۴، صفحه ۲۰.
۱۳. سبجه، ک. (۱۳۷۶)، "پژوهشی در بازار جهانی فرش ایران و توسعه صادرات آن"، جهاد، شماره ۲۰۲: ۱۷-۷.
۱۴. شریف‌آزاد، م. و باستانزاده، ح. (۱۳۷۵)، "کشش‌های قیمتی و درآمدی صادرات غیر نفتی طی دوره ۷۲-۱۳۳۸"، اقتصاد و مدیریت، شماره ۲۹: ۴۲-۲۹.
۱۵. شیوه‌های تشویق صادرات. (۲۹ آبان ۱۳۷۵). روزنامه قدس، صفحه ۴.
۱۶. صادقی، ح. (۱۳۷۲)، "ابعاد اقتصادی فرش دستباف"، زمینه، شماره ۲۶: ۳۷-۳۰.
۱۷. صادقی، ح. (۱۳۷۴)، "بررسی سهم اشتغال در صنعت فرش دستباف نسبت به کل جمعیت فعال (سالهای ۱۳۶۹-۱۳۳۸)"، مجموعه سخنرانی‌های چهارمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران. ۶۳-۷۸.
۱۸. صادقی، ح. (۱۳۷۵)، "برآورد تابع تولید فرش دستباف در ایران"، مجموعه سخنرانی‌های پنجمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران، ۱۲۰-۱۰۱.
۱۹. صدرالاشرفی، م. (۱۳۷۵)، "صادرات محصولات کشاورزی و نقش آن در بهبود ساختار اقتصاد جامعه و روش‌های توسعه آن"، مجموعه مقالات اولین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، جلد اول: ۳۲۱-۳۰۳.
۲۰. عابد، م.ر. (۱۳۷۶)، "ورود به بازارهای جدید نیازمند تشویق دولت است"، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۱۲۰: ۷۶-۷۰.
۲۱. علمی، ن. (۱۳۷۶)، "اثرات منفی تمرکزگرائی بر توسعه صادرات فرش

- ایران، "فرش دستباف ایران، شماره ۳: ۵۳-۴۷.
۲۲. فروزش، غ. (۱۳۷۴)، "نقش فرش در اقتصاد کشور و جایگاه جهانی آن"، مجموعه سخنرانیهای چهارمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران، ۲۳-۱۱.
۲۳. فطرس، م.ح. (۱۳۷۵)، "نوسازی اقتصادی: راه‌حل توسعه صادرات غیرنفتی ایران"، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۰۸: ۱۲۵-۱۲۰.
۲۴. کمنتا، ی. (۱۳۷۲)، "مبانی اقتصاد سنجی" ترجمه کامبیز هژبرکیانی. مرکز نشر دانشگاهی تهران.
۲۵. گجراتی، د. (۱۳۷۲)، "مبانی اقتصاد سنجی" ترجمه حمید ابریشمی. انتشارات دانشگاه تهران.
۲۶. مجرد، م.ج. (۱۳۷۵)، "اقتصاد بدون نفت"، تازه‌های اقتصاد، شماره ۵۶: ۲۱-۱۰.
۲۷. محب‌علی، د. (۱۳۷۲)، "گزینش صادرات غیرنفتی: طرح یک مدل"، تدبیر، شماره ۳۱: ۱۶-۱۵.
۲۸. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، (۱۳۶۴)، "بازار جهانی فرش"، وزارت بازرگانی، شماره ۲.
۲۹. مهرگان، ن. و شیخی، ع. (۱۳۷۵)، "سنجش اثر صادرات محصولات کشاورزی بر رشد کشاورزی ایران"، مجموعه مقالات اولین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، جلد اول: ۲۵۹-۲۵۰.
۳۰. میرباقری، ا. (۱۳۷۲)، "اقتصاد فرش دستباف"، جهاد، شماره ۱۶۴: ۵۹-۵۴.
۳۱. نصری، ش. (۱۳۷۴)، "پیشنهاداتی جهت بازاریابی موفق در صادرات صنایع دستی"، ماهنامه بررسیهای بازرگانی، شماره ۹۹: ۹۰-۸۴.
۳۲. نوری، ک. و کویاهی، م. (۱۳۷۵)، "تخمین توابع تقاضا و عرضه پسته"، اولین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، جلد دوم: ۵۵۳-۵۴۲.
۳۳. ورزی، م. (۱۳۵۷)، هنر و صنعت قالی در ایران، انتشارات رز. چاپ دوم.

34. Abbot, P.C. (1988), "Estimating U.S. agricultural export demand elasticities econometric and economic issues", In : C.A. Carter and B.J. Gardiner (eds.). *Elasticities in International Agricultural Trade*. West View Press, Colorado, U.S.A. 53-85.
35. Ahmadi- Esfahani, F.Z. and Carter, C.A. (1987), "A dynamic analysis of U.S. export wheat pricing and market share", *Australian Journal of Agricultural Economics*, 31: 191-203.
36. Athukorala, P. (1991), "An analysis of demand and supply factors in agricultural exports from developing Asian countries", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127: 764- 791.
37. Bautista, R.M. (1976), "Interrelated products and elasticity of supply in developing countries", *Discussion paper, Institute of Economic Development and Research*, 24: 27-60.
38. Belongia, M.T. and Stone, C.C. (1985), "Would lower federal deficits increase U.S. farm exports? ", *Federal Reserve Bank of Louis Review*, 67: 5-19.
39. Bredhal, M.E. Meyers, W.H., and Collins, K.Y. (1979), "The elasticity of foreign demand for U.S. agricultural products: The importance of the price transmission elasticity", *American Journal of Agricultural Economics*, 61(1): 58-63.
40. Brooks, H.G; Devadoss, S. and Meyers, W.H. (1989), "The Impact of the U.S. Export Enhancement Program on the World Wheat Market" Iowa University.
41. Dass, S. R. (1991), "Economic aspects of India's international trade in coffee " *Indian Journal of Agricultural Economics*, 46(2):142 - 151.
42. Donaldson, G. (1985), "International finance and the grain trade", *Span World Bank*. 28: 2-3.
43. Drabenstott, M., and Norris, K. (1986), "Competing in the world marketable: The challenge for America agriculture", *Economic Review*. 71: 3-14.
44. Dutton, J., and Grennes, T. (1988), "The role of exchange rates in trade models" ", In : C.A. Carter and B.J. Gardiner (eds.). *Elasticities in International Agricultural Trade*. West View Press, Colorado, U.S.A. 53-85.
45. Fidas, A. (1976), "The impact of devaluation on U.S.

- agricultural exports", *Agricultural Economic Research*, 28:16-26.
46. Gardiner, W.H., and Dixit, P.M. (1986), *Price Elasticity of Export Demand: Concepts and Estimates*, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture.
 47. Geraci, R.J. and Prewo, W. (1982), "An empirical demand and supply model of multilateral trade", *Review of Economics and Statistics*, 64: 433-441.
 48. Goldstein, M., and Khan, S. (1978), "The supply and demand for exports: A simultaneous approach", *The Review of Economics and Statistics*, 60: 275-286.
 49. Gyimah, K. (1991), "Export instability and economic growth in Sub-Saharan Africa", *Economic Development and Cultural Change*, 39(4):815 - 828.
 50. Hanson, R. (1983), "Export earning instability before world war : Price, supply, demand" *Economic Development and Cultural Change*, 26(2):621 - 637.
 51. Henneberry, D., Henneberry, S, and Tweeten, L. (1987), "The strength of the dollar: An analysis of trade-weighted foreign exchange rate indices with implication for agricultural trade", *Agribusiness: An International Journal*, 3: 189-206.
 52. Houthakker, H.S., and Taylor, L.D. (1970), *Consumer Demand*, Harvard University Press, Cambridge. 2nd Edition.
 53. *International Trade Statistics, Year Book, 1984.*
 54. *International Trade Statistics, Year Book, 1994.*
 55. Johnson, P.R. and Tweeted, L. (1977), "The elasticity of foreign demand for US agricultural products", *American Journal of Agricultural Economics*, 59: 735-738.
 56. Kasnakoglu, Z. (1988), "Estimation of price elasticities for Turkish exports using section data", *ODTU Gelisme Dergisi*, 15: 3-14.
 57. Koshal, R.K ., Shukla, V.S., and Konirala, G.P. (1992), "Demand and supply of Indian exports: A simultaneous equation approach", *Journal of Asian Economics*, 3: 73-83.
 58. Licht, F.O. (1995), "Producers exports program marks fourth stage of market intervention", *International Coffee Report*, 10: 3-6.

59. Michaely, M. (1977), "Export and growth: An empirical investigation", *Journal of Development Economics*, 4: 49-53.
60. Mohammed, Y., and Muhamad, S. (1987), "The elasticity of supply and demand for Malaysian primary commodity exports", *Malaysian Journal of Agricultural Economics*, 4: 59-72.
61. Murray, D. (1978), "Export earning instability: Price, quantity, supply, demand" *Economic Development and Cultural Change*, 27(1):61 - 73.
62. Nguyen, D.T., and Bhuyan, A.R. (1977), "Elasticities of export and import demand in some South Asian countries: Some estimates", *Bangladesh Development Studies*, 5: 132-152.
63. Olayide, S.O., and Olatunbosun, D. (1970), "An econometric analysis of Nigeria's export demand", *Indian Journal of Agricultural Economics*, 25: 59 - 73.
64. Salvacruze, J.C ; Reed, M.R. and Mather, D. (1992), "Market assessment models for U.S. agricultural exports", *Journal of Feed Distribution Research*, 23: 119-125.
65. Sarwar, G., and Anderson, D. G. (1990), " Estimating U.S soybean exports: A simultaneous supply demand approach ", *Journal of Economic Studies*, 17 : 41 - 56.
66. Schuh, G.E. (1974), "Exchange rate and U.S. agriculture", *American Journal of Agricultural Economics*, 56: 1-13.
67. Segar, D.J., and Lins, D.A. (1985), *Financing Illinois Agricultural Exports*, Department of Agricultural Economics, University of Illinois.
68. Solmon, H., and Kinnucan, H.W. (1993), "Effects of non price export promotion: Some evidence for cotton", *Australian Journal of Agricultural Economics*, 37: 1-15.
69. Yang, S.Y., and Wilson, W.W. (1996), "Credit allocation decisions of wheat exporting countries", *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 44: 53-56.

Abstract

Economic Analysis of Factor Affecting Iranian Carpet Export

By
Vali Borimnejad

Study of the demand for export of any country is essential for reasons related in problems of international economic policy.

The present study attempts to estimate the parameters related to Iranian carpet export demand and supply functions. A simultaneous system is implied in which joint solution of a demand equation and a supply equations is necessary to estimate Iranian export supply and demand relationships. Iterative three stage least squares (3SLS) procedure were used to estimate the parameters of the postulated demand and supply relations.

Data were obtained from the center of Iranian export development, Iranian statistical center, the Customs department of Islamic Republic of Iran and Ministry of Trade. Time-Series data for the years 1979-1996 were used in the estimation. The models were estimated to for main importer countries. These countries were, Germany, Italy, Switzerland and Japan.

Results of the estimating demand equations, indicated that, export price elasticities of demand for these countries are low. The results showed direct effect of gross national income, exchange rate, world production except Iran and indirect effect of price index of domestic goods on export demand from Iran. The results of the estimating supply equation indicated that export price supply is elastic. The sign of coefficient oil income were consistent with expectations. This sign shows that, as income of oil export increases, the export supply of carpet will decrease.

IN THE NAME OF GOD

ECONOMIC ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING
IRANIAN CARPET EXPORT

BY
VALI BORIMNEJAD

THESIS
SUBMITTED TO THE SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
IN PARTIAL FULFILMENT OF REQUIRMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE (M.Sc.)

IN
AGRICULTURAL ECONOMICS
SHIRAZ UNIVERSITY
SHIRAZ, IRAN

EVALUATED AND APPROVED BY THE THESIS
COMMITTEE AS: EXCELLENT

Ju. T. J. TORKAMANI, Ph.D., ASSIST. PROF. OF
AGRICULTURUL ECONOMICS (CHAIRMAN)

G.R. Soltani G.R. SOLTANI, Ph.D., PROF. OF AGRICULTURAL
ECONOMICS

B. Najafi B. NAJAFI, Ph.D., PROF. OF AGRICULTURAL
ECONOMICS

S. Parvin S. PARVIN, Ph.D., ASSIST. PROF OF ECONOMICS

MAY 1999