تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۲/۶
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۱۲/۱۸

برآورد توابع تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی*

پروانه سلاطین
استادیار، گروه اقتصاد، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران
E-mail: : p_salatin@iaufb.ac.ir

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵
۱۰۳

چکیده
هدف اصلی این مقاله بررسی رفتار مصرف‌کنندگان داخلی به تغییرات درآمد، قیمت (محاسبه کشش‌های درآمدی، قیمتی و متقاطع کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی) است. نتایج حاصل از برآورد مدل‌ها با استفاده از روش OLS در دورهٔ زمانی۱۳۶۳-۱۳۸۹ نشان می‌دهد هر دو کفپوش فرش دستباف و فرش ماشینی کالایی با کشش هستند، هرچند فرش ماشینی کشش بیشتری در مقایسه با فرش دستباف دارد. این موضوع نشان می‌دهد که عکس‌العمل مصرف‌کنندگان فرش ماشینی به تغییر یکسان قیمت هر دو کفپوش بیشتر است. همچنین مقادیر کشش‌های متقاطع به دست آمده نشان می‌دهد به ترتیب فرش ماشینی، گلیم و موکت، کاشی و سرامیک جانشین‌های قوی برای فرش دستباف هستند. نتایج حاصل از مقادیر کشش‌های متقاطع به دست آمده در برآورد تابع تقاضای داخلی فرش ماشینی نشان می‌دهد که کاشی و سرامیک، فرش دستباف، گلیم و موکت جانشین‌های قوی برای فرش ماشینی به شمار می‌آیند. بر اساس مقادیر کشش‌های درآمدی به دست آمده در برآورد توابع تقاضا، فرش دستباف و ماشینی کالایی لوکس به حساب می‌آیند.

واژه‌های کلیدی: تقاضا، کفپوش، فرش دستباف، فرش ماشینی طبقه‌بندی JEL: R22.

* این مقاله برگرفته از طرح تحقیقاتی بررسی روند تقاضای کفپوش‌های نسجی و غیرنسجی و پیش‌بینی روند آیندهٔ بازار در مرکز ملی فرش ایران است.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

مقدمه

کفپوش‌های نسجی[1] شامل کلیهٔ کفپوش‌هایی است که رویهٔ متشکل از مواد نسجی آن‌ها هنگام استفاده در معرض دید قرار می‌گیرند. تعریف فوق اشیا با خصوصیات کفپوش از مواد نسجی را که، برای مصارف دیگری نیز به کار می‌روند، نیز شامل می‌شود. تقسیم‌بندی‌های مختلفی از کفپوش‌های نسجی صورت گرفته است که در این مقاله بر اساس آمار موجود منظور از کفپوش‌های نسجی موکت، فرش دستباف، فرش ماشینی و گلیم است. به همین دلیل بازار محصولات این کفپوش‌ها در چارچوب نظری اقتصاد خرد قرار دارد. تمامی بازارها شامل بازار رقابتی، انحصاری، رقابت انحصاری یا انحصار چندجانبه، تحت تاثیر میزان تقاضای بازار و هزینهٔ هر واحد تولید (هزینه‌های ثابت و متغیر) می‌باشند و نهایتاً بسته به نوع بازارها، متغیرهای هزینهٔ نهایی، هزینهٔ متوسط و قیمت محصول، نقطهٔ تعادل را مشخص می‌سازند. به این منظور عواملی از قبیل قیمت محصول، هزینه‌های ثابت و متغیر متوسط، تبلیغات، سلیقهٔ مصرف‌کنندگان، کیفیت محصول، درآمد خانوار، جمعیت و عوامل سیاسی سهم هر یک از کفپوش‌ها را در آینده مشخص می‌کنند. بنابراین، ساختار تولید و هزینهٔ هر یک از محصولات در آینده نقش مؤثری در میزان سهم بازار دارند. با توجه به قیمت بالای فرش دستباف در مقایسه با سایر کفپوش‌ها، نگرانی‌هایی در مورد آیندهٔ این کالا وجود دارد و از آن‌جا که رشد و توسعهٔ اقتصادی همواره یکی از اهداف اصلی کشورهاست، باید برنامه‌ریزی‌های اقتصادی به منظور دستیابی به این هدف صورت گیرد. آگاهی از چگونگی تغییرپذیری تقاضا از متغیرهای مؤثر بر آن مانند قیمت و درآمد موجب خواهد شد راهکارهایی مناسب برای افزایش یا تعدیل تقاضا اتخاذ شود، زیرا سیاستگذاران می‌توانند با ایجاد تغییر در این متغیرها تقاضا را برای رسیدن به اهداف خود تغییر دهند (هیبتی، فرزین ۱۳۸٤). بنابراین، ضروری است که پژوهشی در زمینهٔ چگونگی اثرپذیری تقاضای این دسته از کالاها و عوامل مؤثر برآن صورت پذیرد تا در تعیین اولویت‌ها و انتخاب سیاست مناسب تولیدی از آن استفاده شود. از این رو، هدف اصلی این مقاله برآورد توابع تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی با استفاده از مدل کشش ثابت در دورهٔ زمانی ۱۳٦۳-۱۳۸۹ است. در این مقاله برای آزمون فرضیه‌های زیر از روش OLS استفاده شده است.

- میان قیمت و مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی رابطهٔ منفی و معناداری وجود دارد.
- میان درآمد و مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد.
- میان قیمت کالاهای مرتبط و مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش‌ماشینی رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد.

ابزار گردآوری اطلاعات، فیش‌برداری از اسناد، گزارشات، استفاده از اینترنت، بانک‌های اطلاعاتی و آمارهای منتشره توسط مراکزی همچون بانک مرکزی و مرکز آمار ایران است. آمار مربوط به مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌ها از مرکز آمار ایران و آمار مربوط به شاخص قیمت کفپوش‌ها از بانک مرکزی ایران خریداری شده است. آمار جمعیت و تولید ناخالص داخلی واقعی از بانک مرکزی گردآوری شده است. دورهٔ زمانی پژوهش برای تعیین میزان تأثیرگذاری متغیرهای مهم مؤثر بر مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی در ایران با توجه به در دسترس بودن اطلاعات آماری ۱۳٦۳-۱۳۸۹ است. در ادامه پس از بررسی

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

مبانی نظری و پیشینه تحقیق، ساختار مدل استفاده‌شده معرفی و برآورد و در نهایت نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی ارائه می‌شود.

ادبیات موضوع

تقاضای کالا و یا خدمت x به آن مقدار کالا و یا خدمت اطلاق می‌شود که بشر با توجه به امکانات محدود (درآمدی، قیمتی و ...) می‌تواند و یا قادر است به دست آورد تا با مصرف آن رفع نیاز کند. اصولاً یک کالا تا آن‌جا تقاضا می‌شود که مصرف‌کننده با مصرف آن نیازش را رفع و مطلوبیت کسب کند. بنابراین، تقاضا قسمتی از احتیاج، نیاز و آرزوی دست‌یافتنی است. تقاضا، که یکی از مهم‌ترین نیروهای اقتصادی بازار است، عاملی است که از طرف مصرف‌کننده ظاهر می‌شود (ابونوری ۱۳۸٤). مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مقدار تقاضای یک کالا و یا خدمت، قیمت آن کالا و یا خدمت، قیمت کالاهای مرتبط (قیمت کالاهای مکمل یا جانشین) و درآمد مصرف‌کننده هستند. در این راستا کالاهایی را مکمل می‌نامند که به طور تکمیلی و با هم مصرف شوند تا نیازی را برطرف کنند. تغییر قیمت یک کالای مکمل بر مقدار تقاضای کالای دیگری اثر معکوس می‌گذارد. کالاهایی را جانشین یکدیگر می‌نامند که هر یک به تنهایی نیاز مشابهی را برطرف و در نبود یکی بتوان از دیگری برای رفع همان نیاز استفاده کرد. تغییر قیمت کالای جانشین بر مقدار تقاضای کالای دیگر اثر مستقیم دارد. رابطهٔ ریاضی بین مقدار تقاضای یک کالا و یا خدمت (عوامل درون‌زا یا تابع) و عوامل مؤثر بر آن (عوامل برون‌زا یا متغیر) را تابع تقاضا می‌نامند. به کمک تابع تقاضا می‌توان تغییرات جزئی هر یک از عوامل مؤثر بر مقدار تقاضای یک کالا و یا خدمت را به صورت کمی بر مقدار تقاضای آن کالا و یا خدمت بررسی کرد. تابع تقاضای کالا و یا خدمت x را می توان به صورت رابطه (۱) نشان داد: (ابونوری، ۱۳۸٤)

$$Q_x = (P_X, I, P_C, P_S, T) \qquad (۱)$$

که در آن Qx مقدار تقاضا، Px قیمت کالا، Pc قیمت کالای مکمل، Ps قیمت کالای جانشین، I درآمد مصرف کننده و T سلیقه و... است. در نظریه‌های علم اقتصاد فرم خاصی برای تابع تقاضا مشخص نشده است. این توابع ممکن است نمایی، خطی، لگاریتمی، سهمی و ... باشند. تعیین بهترین مدل از یک طرف بستگی به ملاحظات تئوریکی و از طرف دیگر بستگی به نوع اطلاعات مورد استفاده دارد. تنها در صورتی که رابطهٔ بین یک متغیر مستقل با متغیر وابسته مطابقت کامل با نظریه تقاضا داشته و مشاهدات کافی در مورد تغییرات آن موجود باشد، منظور کردن آن در مدل توجیه‌پذیر است. در بررسی سری‌های زمانی امکان استفاده از مدل‌های پویای تقاضا وجود دارد. در مطالعات آماری برآورد تابع تقاضا بر اساس سری‌های زمانی امکان در نظر گرفتن قیمت همهٔ کالاها به سختی میسر است. بنابراین، برای سهولت امر در این گونه موارد تنها قیمت کالا، درآمد حقیقی و قیمت کالاهای مرتبط در نظر گرفته می‌شود. توابع تقاضا با پیشرفت کاربرد ریاضیات در اقتصاد در ارتباط است. علی‌رغم بیان مفاهیم مختلف در بحث تقاضا توسط اقتصاددانان تا قرن هجدهم و نوزدهم، رهیافت‌های تجربی و عملی برای مطالعهٔ تقاضا پیشرفت شایان توجهی نداشته که علت آن هم توسعه نیافتن تکنیک‌های همبستگی و رگرسیونی است. شکل سیستمی توابع تقاضا به کار لِسر[۲] برمی‌گردد. پس از گذشت بیش از یک دهه کاربرد تجربی، استون[۳] (۱۹٤٥) سیستم معادلات تقاضا را بنا بر سیستم هزینهٔ خطی انجام داد. کار مشترک سامر مری[٤] و ویت[٥] در سال (۱۹٥٦) و هاتاکر[٦] (۱۹٦۰) پایان دوران نوزادی کاربرد معادلات تقاضا محسوب می‌شد. علی‌رغم این‌که توابع سیستمی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

تقاضـــا مربوط بـــه تخصیص کل بودجـــه بین کالاها می‌شـــوند و به طور همزمان تقاضـــا را برای هر کالا در ارتبـــاط با قیمت آن کالا و ســـایر کالاها و درآمد مد نظر قرار می‌دهند، همیشه برای تحلیل‌های تجربی مناسب نیستند. در بســـیاری از موارد شاید استفاده از تابع تقاضای تک‌معادله (منفرد) بهتر و مفیدتر باشـــد (ســـید نورانی، جوادی ۱۳۸٤). تابع کشش ثابت یکی از مدل‌هایی است که در مطالعات تجربی تقاضا بسیار رایج اســـت. فرم کلی این تابع بـــه صورت رابطه (۲) می باشد.

$$Log_{Q_x} = B_0 + B_1 LogP_x + B_2 LogI \quad (۲)$$

که در آن $LogQ_x$ لگاریتم مقدار تقاضای کالا و یا خدمت X، Logpx لگاریتـــم قیمت کالا و یا خدمت X و LogI لگاریتم درآمد اســـت. همچنین B_1 و B_2 به ترتیب کشـــش‌های قیمتی و درآمدی‌اند. با استفاده از تابع تقاضا می‌توان کشش‌های تقاضا برای یک کالا و یا خدمت را محاســـبه کرد که این کشش‌ها حساسیت نســـبی مقدار تقاضا را به تغییـــرات در عوامل مؤثر بر مقـــدار تقاضا بیان می‌دارند. از این رو کشـــش قیمتی تقاضای کالا و یا خدمتX به عنوان حساسیت نسبی مقدار تقاضا به تغییرات قیمت تعریف می‌شود. به بیان دیگر کشـــش قیمتی تقاضا کالا و یا خدمت X درصد تغییر در مقدار تقاضای کالا و یا خدمت می باشـــد که از درصد تغییر در قیمت کالا و یا خدمت ناشـــی می‌شـــود. کشـــش قیمتی تقاضای کالا و یا خدمت X نسبت به قیمت کالا و یا خدمتX با رابطهٔ (۳) محاسبه می‌شود.

$$\epsilon_x = |d\ln Q_x / d\ln P_x| = |dQ_x/dP_x . P_x/Q_x| \quad (۳)$$

ارقام بزرگ کشـــش به این معنی اســـت که مقدار تقاضای کالا و یا خدمتX نســـبت به تغییرات قیمت کالا و یا خدمتX بســـیار حساس است. در این مورد گفته می‌شود کالا و یا خدمتX باکشش است و تغییر یک درصد در قیمت سبب تغییر درصد بزرگ‌تری در مقدار تقاضا می‌شود. اگر کشش قیمتی برابر یک باشد، کالای x دارای کشـــش واحد است و درصد تغییرات در قیمـــت کالا و یا خدمتX و مقدار تقاضای کالا و یا خدمتX دقیقاً مساوی هســـتند. اگر کشش قیمتی کوچک تر از یک باشـــد به این معنی است که مقدار تقاضا کالا و یا خدمتX نسبت به تغییرات قیمت کالا و یا خدمتX حســـاس نیست. در این حالت کالای x بی‌کشـــش است و تغییر درصد معینی در قیمت سبب تغییر درصد کوچک‌تـــری در مقدار تقاضای کالا و یا خدمتX می‌شـــود. (ابونوری ۱۳۸٤). کشش متقاطع تقاضا حساسیت نسبی مقدار تقاضای کالا و یا خدمت را به تغییر در قیمت کالاهای جانشین یا مکمل کالا و یـــا خدمت را اندازه‌گیری می‌کند. به عبارتی ضریب کشـــش متقاطع تقاضای کالای x برابر است با درصد تغییرات مقدار تقاضـــای کالای x در نتیجهٔ تغییر یک درصد قیمت کالای y.

کشـــش قیمتی متقاطـــع با اســـتفاده از رابطهٔ (٤) محاسبه می‌شود.

$$\epsilon_{xy} = \frac{\delta Qx}{\delta Py} \times \frac{P_y}{Q_x} = \frac{\delta \ln Q_x}{\delta \ln P_y} \quad (٤)$$

این کشـــش می‌تواند مقادیر مثبت یا منفی اختیار کند. اگر کشـــش قیمتی متقاطع بزرگ تر از صفر باشد دو کالای x، y جانشین یکدیگرند و اگر کشش قیمتی متقاطع کوچـــک تر از صفر باشـــد دو کالا مکمل‌اند (ابونوری ۱۳۸٤).

کشـــش درآمدی تقاضا برای تابع تقاضای عادی گویای تغییر یا حساســـیت نســـبی مقدار تقاضا شده یک کالا و یا خدمت به تغییر نســـبی درآمد با فرض قیمت‌های ثابت است و با رابطهٔ (۵) محاسبه می‌شود:

$$\epsilon_I = \frac{\delta Qx}{\delta I} \times \frac{I}{Qx} = \frac{\delta \ln Qx}{\delta \ln I} \quad (۵)$$

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

اگر کشش درآمدی کالایی کمتر از یک و بزرگ‌تر از صفر باشـــد، مقدار تقاضا آن کالا نسبت به تغییرات درآمد خیلی حســـاس نیست. این مطلب بیان‌کنندهٔ آن اســـت که کالای مورد نظر، کالایی ضروری است. از طرف دیگر، کشـــش درآمدی بزرگ‌تر از یک نشـــان می‌دهد کـــه کالای مـــورد نظر کالای لوکس اســـت (ابونوری ۱۳۸٤).

سابقهٔ پژوهش

نکتهٔ حائز اهمیت در بررسی سابقهٔ پژوهش این است که بیشـــتر مطالعات انجام‌شـــده در زمینهٔ کفپوش ها مربوط به صادراتشان، خصوصا صادرات فرش است. مطالعات بســـیار محدودی در زمینهٔ برآورد تقاضای داخلی کفپوش‌های نســـجی، فرش دستباف و فرش ماشینی صورت گرفته است که در ادامه آنها را تشریح کرده‌ایم.

یوسف آملی و همکاران (۱۳۹۰) تقاضای مصرف پوشـــاک، کفش، مبلمان و اثاثیهٔ ثابت، فرش، کفپوش، ظروف آشـــپزخانه را با اســـتفاده از داده‌های مخارج خانوار شـــهری و روســـتایی بررســـی کرده‌اند. نتایج حاصل از پژوهش در دورهٔ زمانی ۱۳٦۷–۱۳۸۷ نشان می‌دهد که در مناطق شـــهری گروه‌های کفش، مبلمان و اثاثیهٔ ثابـــت و فرش، ظروف آشـــپزخانه، کالاهای ضروری و پوشـــاک جزو کالاهای لوکس محســـوب می‌شـــوند و گروه پوشاک، کفش، مبلمان و اثاثیهٔ ثابت و فرش بی‌کشش و ظروف آشپزخانه پرکشش‌اند. در مناطق روستایی نیز گروه‌های پوشاک، مبلمان و اثاثیهٔ ثابت، ظروف آشپزخانه کالاهای لوکس و کفش کالای ضروری به حساب می‌آیند و گروه پوشاک و ظروف آشپزخانه کالای بی‌کشش و گروه کفش، مبلمان، اثاثیهٔ ثابت و فرش پرکشش‌اند.

نجارفیروزجایـــی (۱۳۸٤)، در مطالعه‌ای با عنوان «بررســـی عوامـــل مؤثر بـــر تقاضـــای داخلی فرش دســـتباف»، به شناســـایی متغیرهای مؤثر بر تقاضای داخلی فرش دســـتباف پرداخته اســـت. نتایج تحقیق نشـــان می‌دهد که کشـــش تقاضای فرش دستباف به عنوان کالای مصرفی در مقابل قیمت فرش دســـتباف در طول زمـــان افزایش یافته و در ســـال‌های پس از انقـــلاب بزرگ‌تر از واحد بوده اســـت، به طوری که متوسط کشش قیمتی تقاضا در کل دورهٔ زمانی ۱۳۵۳–۱۳۷۷ و برای دورهٔ پـــس از انقلاب به ترتیب برابر با ۱,۱۵ و ۱,۷۵ بوده اســـت. کشش درآمدی (مخارجی) تقاضـــا همواره بزرگ‌تر از واحد و پس از انقلاب این حساسیت تشدید شده است. متوسط کشش درآمدی برای کل دورهٔ بررسی‌شده ۱,۸۳ و برای سال‌های پس از انقلاب ۲,۲٦ برآورد شده است. از میان عوامل مؤثر بر تقاضای فرش به عنوان دارایی تنها متغیر ثروت اثر معنادار بر تقاضای فرش داشـــته است. فرش ماشینی نقش جانشین را برای فرش دستباف بازی کرده است، قیمت موکت تأثیر معناداری بر تقاضای فرش دستباف داشـــته است. اکثریت غالب سرپرســـتان خانواده‌های نمونه در شهرهای منتخب از لحاظ فرهنگی نیز فرش دســـتباف را کالایی تجملی تلقی کرده‌اند. گرایش به استفاده از مبل همچون تغییری در فرهنگ مصرفی از دلایل قابل توجه کاهش تقاضای داخلی فرش پس از انقلاب به حســـاب می‌آید. نتایج شبیه‌سازی حاکی از آن است که اصلی‌ترین راه برای افزایش تقاضای فرش کاهش قیمت فرش دستباف است.

زریباف (۱۳۸٤) در مطالعه‌ای با عنوان «بررســـی موانع و مشکلات سفارش‌پذیری در مدیریت تقاضای فرش دستباف» تشریح کرد که اهمیت فرش به حدی است که سایر کشـــورها به تولید و صادرات آن با نام فرش ایرانی پرداخته‌اند و با استفاده از اصول بازاریابی آن را می‌فروشند. در این مطالعه تلاش شده که موانع ســـفارش‌پذیری در مدیریت تقاضا مشخص و اثرات آن در تقاضـــای فرش تعیین شـــود. همچنین در این

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

مطالعه، فرضیاتی در مورد موانع سفارش‌پذیری، از قبیل توجه به نگرش سیستمی، استفاده از شیوه‌های جدید بازاریابی، ایجاد و استفاده از سیستم اطلاعات مدیریت، داشتن عملکرد مناسب و نظارت‌های لازم در سفارش‌پذیری و داشتن ساختار منسجم و هماهنگ در سفارش‌پذیری به عنوان متغیرهای مستقل و مدیریت تقاضا به عنوان متغیر وابسته مطرح و با تحقیقات توصیفی و با استفاده از داده‌های ثانویه و میدانی از طریق پرسشنامه و مصاحبه سؤالاتی مرتبط با فرضیات مطرح شده است و پس از تست‌های آماری از طریق spss و با استفاده از روش‌سنجی ترتیبی مانند ضریب همبستگی اسپیرمن و تای کندال کلیهٔ فرضیات تأیید شده است. در این مطالعه، با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد شده است که در ساختار سفارش‌پذیری باید انسجام بیشتری حاصل شود. در سفارش‌پذیری داشتن نگرش سیستمی، استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی برای تصمیم‌گیری ضروری است و با عملکرد و نظارت‌های مناسب در سفارش‌پذیری و استفاده از سیستم‌های جدید بازاریابی می‌توان تقاضای فرش ایران را با مدیریت مناسب‌تری بهبود بخشید.

احراری و همکاران (۱۳۸٦) در مطالعه‌ای با عنوان «طرح‌ها، نقوش و رنگ‌های مورد تقاضای بازارهای جهانی فرش دستباف ایرانی» تشریح کردند که خواست و تمایل مصرف‌کنندگان و مشتریان بازار جهانی فرش دستباف یکی از چالش‌های مهم فرش ایران در نیم قرن اخیر بوده است. سنتی بودن فرآیند تولید و به طور کلی تولید فرش دستباف در کارگاه‌های خانگی و پراکندگی آنان در تمامی مناطق ایران به علاوهٔ نظام سنتی حاکم بر بازار فرش دستباف و استفاده نکردن از فناوری روز موجب شده است که کلیه نیروهای انسانی دخیل در تولید فرش دستباف کمتر از علم بازاریابی جدید برای توسعه یا حداقل تثبیت سهم ایران در بازارهای جهانی فرش استفاده کنند. تغییرات سریع در الگوی مصرف خانوارها، ظهور قطب‌های اقتصادی جدید در سطح جهان، آرایش و مناسبات سیاسی جدید، و از همه مهم‌تر تنوع‌طلبی بشر، ضرورت شناخت نیازها و سلایق بازار جهانی فرش را طلب می‌کند. در این مقاله اولاً مهم‌ترین کشورهای واردکنندهٔ فرش ایرانی شناسایی و سهم هر یک از بازارهای هدف از هنر ایرانی مشخص شده است، ثانیاً خواست و تمایل هر یک از این بازارها بالاخص در بعد طرح و نقشه و رنگ‌بندی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. مقاله حتی‌الامکان، با توجه به خواست و تمایل مصرف‌کنندگان هر یک از بازارهای هدف و سایر پارامترهای مؤثر در بازاریابی بین‌المللی همانند سطح اقتصادی، روابط سیاسی و جایگاه فرش دستباف در سبد مصرفی خانوارها، راهکارهای مؤثری برای استفادهٔ نیروی انسانی دخیل در تولید فرش دستباف بالاخص تولیدکنندگان، تجار و صادرکنندگان فرش ایرانی ارائه کرده است.

نجارفیروزجایی و دیگران (۱۳۷۹) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی علل کاهش مصرف فرش دستباف در بازارهای داخلی» تشریح کرده‌اند که صنعت فرش دستباف از یک سو همچون نمادی از هنر و تمدن ایرانی و از سوی دیگر با توجه به نقش آن در صادرات غیرنفتی، اشتغال و درآمد خانوارها از اهمیت زیادی برخوردار است. محدودیت تقاضا اعم از تقاضای داخلی و خارجی، قید مؤثری بر توسعهٔ این صنعت است. در این مطالعه، با هدف شناسایی علل کاهش تقاضای داخلی فرش دستباف، به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای آن در بازار داخلی با استفاده از آخرین دستاورد نظری و تجربی پرداخته شده است. به همین منظور از یک سو تقاضای فرش همچون کالایی مصرفی با توجه به رفتار مصرف‌کننده و از سوی دیگر تقاضای آن همچون دارایی در کنار سایر دارایی‌های دیگر از جمله مسکن، زمین، اتومبیل و دارایی‌های

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

مالی (ارز خارجی و سهام) بررسی شده است. در این مطالعه به شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای فرش (شامل قیمت کالاهای جانشین، درآمد، ثروت، عوامل فرهنگی مؤثر بر تغییرات الگوی مصرفی در شهرهای تهران، سمنان، اصفهان، کرمانشاه و ارومیه، قیمت دیگر دارایی‌ها و بازده آن‌ها) پرداخته شده است. ضرورت این مطالعه در آن است که، با اطلاع از دستاوردهای مطالعه، به سیاستگذاران به هنگام اتخاذ موضع در مقابل سیاست‌های احتمالی آگاهی‌های کافی از بازار داخلی ارائه کند. همچنین کمک می‌کند تا به راهکارهایی برای افزایش جذابیت فرش دستباف از نگاه مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران (صاحبان پورتفولیو) دست یابیم. نتایج، ابزارهای لازم را برای ارزیابی میزان امکان‌پذیری اهداف پیش‌بینی‌شده در برنامه‌های مربوط به صنعت فرش و سازگاری سیاست‌ها با آن اهداف را فراهم می‌کند.

سانچز و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان «صنعت فرش ایالات متحده: تاریخچه، نیروهای صنعت و یک مدل ساده برای پیش‌بینی کوتاه‌مدت» با استفاده از دادهٔ فصلی دورهٔ زمانی فصل اول ۱۹۹۹ تا فصل دوم ۲۰۱۶، یک مدل رگرسیون برای محمولهٔ تجاری صنعت فرش ایالات متحده برای ارزیابی وضعیت کنونی صنعت فرش و توسعهٔ چشم‌انداز کوتاه‌مدت فرش ارائه کردند. نتایج نشان می‌دهد که تراز تجاری فرش احتمالاً ادامه پیدا می‌کند و بهبود خانه‌سازی به تقاضای بیشتر فرش میانجامد، چون تقاضا برای کفپوش را افزایش می‌دهد.

تصریح مدل و برآورد

در این مطالعه، با توجه به مبانی نظری و مطالعات تجربی و متغیرهای تأثیرگذار بر مقدار تقاضای کفپوش‌های نسجی، با تعدیلاتی از مدل کشش ثابت به صورت مدل‌های (٦)، (۷) و (۸) استفاده شده است. عوامل اقتصادی و غیراقتصادی مختلفی بر مقدار تقاضای هر کالایی مؤثر است. اما چون هدف اصلی این مطالعه بررسی عوامل اقتصادی است، از مهم‌ترین عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر مقدار تقاضا، یعنی قیمت و درآمد در این مقاله استفاده شده است.[۷]

$$L(DEMN)_t = c + \beta_1 L(P)_t + \beta_1 L(PSUB)_t + \beta_3 L(GDPPER)_t + \beta_4 L(POP)_t + \beta_5 D_t + U_t \quad (٦)$$

$$L(DEMNCAP)_t = c + \beta_0 L(P)_t + \beta_1 L(P_1) + \beta_2 L(P_2)_t + \beta_3 L(PSUB)_t + \beta_4 L(GDPPER)_t + \beta_5 L(POP)_t + \beta_6 D_t + U_t \quad (۷)$$

$$L(MASHINI)_t = c + \beta_0 L(P_1)_t + \beta_1 L(P) + \beta_2 L(P_2)_t + \beta_3 L(PSUB)_t + \beta_4 L(GDPPER)_t + \beta_5 L(POP)_t + \beta_6 D_t + U_t \quad (۸)$$

در معادلهٔ (٦)،L(DEMN) لگاریتم مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی[۸]،L(P) لگاریتم قیمت کفپوش‌های نسجی،L(PSUB) لگاریتم قیمت کفپوش‌های غیرنسجی،L(POP) لگاریتم جمعیت، L(GDPPER) لگاریتم تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه،U جمله خطای معادله و t نشان‌دهنده زمان هستند.[۹] همچنین در این معادله ضرایب β_1، β_2و β_3به ترتیب کشش قیمتی، متقاطع و درآمدی کفپوش‌های نسجی را نشان می‌دهند.

در معادلهٔ (۷)،L(DEMNCAP) لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش دستباف، L(P) لگاریتم قیمت فرش دستباف،L(P1) لگاریتم قیمت فرش ماشینی، L(P2) لگاریتم قیمت گلیم و موکت، L(PSUB) لگاریتم قیمت کفپوش‌های غیرنسجی (کاشی و سرامیک)،L(POP) لگاریتم جمعیت،L(GDPPER) لگاریتم تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه U جمله خطای معادله و t نشان دهنده زمان می‌باشند. همچنین در این معادله ضریب β_0 کشش قیمتی تقاضای داخلی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

فرش دستباف، β_1، β_2و β_3 کشش متقاطع تقاضای داخلی فرش دستباف و β_4کشش درآمدی تقاضای داخلی فرش دستباف را نشان می‌دهند.

در معادلهٔ (۸)،L(DEMNCAP) لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی، L(P) لگاریتم قیمت فرش دستباف،L(P1) لگاریتم قیمت فرش ماشینی، L(P2) لگاریتم قیمت گلیم و موکت،L(PSUB) لگاریتم قیمت کفپوش‌های غیرنسجی (کاشی و سرامیک)،L(POP) لگاریتم جمعیت،L(GDPPER) لگاریتم تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه، U جمله خطای معادله و t نشان‌دهندهٔ زمان می باشند. همچنین در این معادله ضریب β_0 کشش قیمتی تقاضای داخلی فرش ماشینی β_1، β_2و β_3کشش متقاطع تقاضای داخلی فرش ماشینی و β_4کشش درآمدی تقاضای داخلی فرش ماشینی را نشان می‌دهند.

به این منظور، با توجه به شکست ساختاری نمودار مقدار تقاضای کفپوش‌های نسجی در سال ۱۳۷۵، متغیر مجازی شکست مربوطه در دورهٔ زمانی (۱۳۷۵-۱۳۷۸)، وارد مدل شد[۱۰] که علت آن را می‌توان بالا رفتن هزینهٔ مواد اولیهٔ تولید کفپوش‌ها در کشور، که دولت با افزایش حداقل دستمزد اسمی به آن دامن زده است، دانست. برای بررسی پایایی متغیرها در این مقاله از آزمون ریشهٔ واحد استفاده شده است که نتایج حاصل از این آزمون برای تمامی متغیرهای مورد استفاده در مدل‌ها در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون ریشه واحد (منبع: محاسبات تحقیق با استفاده از نرم افزار EVIEWS)

متغیر	مقدار آماره t	سطح احتمال	نتیجه
D(LP)	-۳,۶۳۳۸۰۳	۰,۰۱۱٤	پایا I_1
L(GDPPER)	-٤,۷۲۰۷۰۱	۰,۰۰٤۲	پایا I_0
D(LPSUB)	-۳,٦٥۲۹۸۰	۰,۰٥٦۱	پایا I_1
D(LDEMN)	-٤,۷۸۱۲۹٤	۰,۰۰٤٦	پایا I_1
LPOP	-٤,۲۲۷۰۸۷	۰,۰۱۲٥	پایا I_0
D(LDEMNCAP)	-۳,٦۷۹۳۲۲	۰,۰٤۱۳	پایا I_1
D(LMASHINI)	-۲,۹۳۲۸٤٥	۰,۰٥۳۸	پایا I_1
$D(LP_1)$	-۳,۸٦۷۹۲۹	۰,۰۰٦۳	پایا I_1
$D(LP_2)$	-٤,۹۷۰۱۸۳	۰,۰۰۰٤	پایا I_1

همان طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، بر اساس آماره دیکی فولر لگاریتم جمعیت، لگاریتم تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه در سطح و لگاریتم قیمت فرش ماشینی، لگاریتم قیمت گلیم و موکت، لگاریتم مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، لگاریتم قیمت کفپوش‌های نسجی، لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش دستباف، لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی، لگاریتم قیمت کفپوش‌های غیرنسجی با یک بار تفاضل‌گیری پایا شده‌اند. بنابراین، فرضیهٔ صفر مبنی بر وجود ریشهٔ واحد رد می‌شود. در نتیجه پایداری داده‌های مورد استفاده در این مقاله قبل از برآورد مدل‌ها مورد تأیید واقع می‌شوند .در ادامه

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

برای بررســی رابطهٔ بلندمدت میان متغیرها از آزمون هم‌انباشــتگی یوهانسون جوســیلیوس استفاده شده اســت. نتایج حاصل از آزمون هم‌انباشتگی یوهانسون جوســیلیوس وجود رابطهٔ بلندمــدت میان متغیرهای مدل را تأیید می‌کند. در جدول (۲) نتایج برآورد توابع تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشــینی در دورهٔ زمانی ۱۳۶۳-۱۳۸۹ با استفاده از روش ols آمده است.

جدول ۲. برآورد توابع تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف، فرش ماشینی (منبع: محاسبات تحقیق با استفاده از نرم‌افزار EVIEWS)

شرح	معادلهٔ اول متغیر وابسته: لگاریتم مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی	معادلهٔ دوم متغیر وابسته: لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش دستباف	معادلهٔ سوم متغیر وابسته: لگاریتم مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی
متغیرها	ضرایب آماره t	ضرایب آماره t	ضرایب آماره t
C	۱۷۱,۷۹۵۶ (۲,۲۱۲۸۶۷)	-۸٤,۱٤۷۲۷ (-۱,۰۹۵۸۹۸)	-۱۹,۳۸٤۹۸ (۰,۲۱۸۱۰۲)
L(P)	-۱,۱۱٤۲۲۵ (-۲,۷۰۸۸٦۰)	-۱,٤۷۹۲۵۳ (-۵,٤۳۹٦۷۸)	۱,٤٦۲۸۰۲ (٤,۰۲۵٤۹۰)
$L(P_1)$	-	۱,٦۵۳۰۵۱ (۸,٦۳۳۹۳۸)	-۱,٦۵۰۸٤۵ (-٤,۳۰٤۳۱٤)
$L(P_2)$	-	۱,۵٦۹۱۳۸ (۵,٦۷۲۸۱۹)	۱,٤۰٦۷٤۷ (۳,۰۱٤٤۱۰)
L(PSUB)	۰,٦۸۷۹٦۸ (۲,۰۹۱۳۳۷)	۱,۵٤۳۷۳٦ (۷,۷۵۸۱٦٦)	۱,۸۱۱۱۰۱ (٤,٦۸۳۷۳۵)
L(GDPPER)	٤,۷۵۲۹۹۷ (۳,۳۰۲۸۹۵)	۲,۱۳۵۹٤۸ (۵,٤۹۹۰۱۹)	۱,۱۳۸۵۹۱ (۱,۸۰۲۳۳۹)
L(POP)	۱۲,۸۹۲۰۷ (۲,٤۳۹۵۲۱)	۸,۹۸۸۳٦٤ (۱,٤٦۲۵۹۰)	۳,۹۵۵۷۰۵ (۰,٤۵۲٦۵٦)
D75	-۰,٤۹۷۳٦۹ (-۱,۸۸۲۹۱۹)	-۰,۵۵۸۷٦۲ (-۳,۹۰٦٤۹۷)	-۰,٤۳۰٦٤۳ (-۱,۸٦٤٦۲۹)
R^2	۰,۹٦٦۷۹۱	۰,۹۸۰۲۳٦	۰,۹۸۰۱۹٤
DW	۱,۸۱۸۲۵۳	۲,۰۵٦۹۳۳	۱,۷٤۵۷۷۷

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

● نتایج حاصل از برآورد معادلات (٦)، (٧) و (٨) به روش حداقل مربعات معمولی در جدول (٢) نشان می‌دهد:

قیمت کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی تأثیر منفی و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی دارد. مقدار کشش به دست آمده نشان می‌دهد که حساسیت یا عکس‌العمل مصرف‌کنندگان داخلی کفپوش‌های نسجی نسبت به قیمت کفپوش‌های نسجی زیاد است. از این رو، این کفپوش‌ها کالای باکشش برای مصرف‌کنندگان داخلی محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، با افزایش قیمت کفپوش‌های نسجی، کاهش مقدار تقاضای داخلی این کفپوش‌ها بیشتر از میزان افزایش قیمت این کفپوش‌هاست. مقادیر کشش‌های قیمتی به دست آمده برای فرش دستباف و فرش ماشینی نشان می‌دهد که حساسیت یا عکس‌العمل مصرف‌کنندگان داخلی فرش دستباف و فرش ماشینی نسبت به قیمت فرش دستباف و فرش ماشینی زیاد است. به عبارت دیگر، فرش دستباف و فرش ماشینی کالاهای با کشش محسوب می‌شوند. ضریب قیمتی به دست آمده برای فرش ماشینی بیشتر از فرش دستباف است. تحقیقات داخلی نشان می‌دهند که ۹۰ درصد جمعیت بالای ۱۵ سال شهرهای بزرگ کشور در خانه‌های خود فرش ماشینی دارند. در نظرسنجی‌ای که در آن این پرسش مطرح شد که چرا مردم خرید فرش ماشینی را بر فرش دستباف ترجیح می‌دهند، از قیمت مناسب‌تر فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف، هماهنگ بودن با سلیقه و دکوراسیون، زیبایی فرش‌های ماشینی جدید، در دسترس بودن بیشتر فرش‌های ماشینی، اندازه‌های متنوع آن‌ها و نرمی و لطافت بیشتر فرش‌های ماشینی نام برده شده است. در مطالعه‌ای ٦٣ درصد پاسخ‌دهندگان قیمت مناسب فرش ماشینی را نسبت به فرش دستباف عامل تعیین‌کننده در انتخابشان عنوان کرده‌اند. بنابراین تغییرات ناگهانی و افزایشی در قیمت فرش ماشینی تأثیر زیادی بر میزان تقاضای آن دارد. از طرفی دیگر، با نظرسنجی از خانواده‌های متمول که از نظر اقتصادی ظاهراً مشکلی برای خرید فرش دستباف ندارند ۷۷ درصد از آنها علت اصلی تقاضای این نوع فرش را زیبایی، هنری بودن، طبیعی بودن، سازگار بودن با فرهنگ و تمدن ایرانی و سرمایه‌ای بودن این کالا در مقایسه با نوسانات قیمتی آن بیان کرده‌اند (صدیقی ارفعی ۱۳۹۰). لذا به نظر می‌رسد برای قشر مرفه جامعه، که عمدتاً متقاضی فرش‌دستباف‌اند و از تمکن مالی خوبی برخوردارند، معمولاً قیمت در تصمیم‌گیری برای خریدنیک کالا در مقایسه با کیفیت و تأمین نیاز از آن کالای خاص کمتر مورد توجه است. بنابراین قیمت فرش دستباف نسبت به ماشینی عامل مهم‌تری در تقاضای فرش دستباف نسبت به ماشینی است. نتایج به دست آمده در مورد کشش‌های قیمتی فرش دستباف و ماشینی این مطالعه با نظرسنجی صورت گرفته و با دنیای واقعی کاملاً سازگار است.

● قیمت کفپوش‌های غیرنسجی (کاشی و سرامیک) تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی دارد. مقدار کشش به دست آمده نشان می‌دهد که کفپوش‌های نسجی و غیرنسجی جانشین فرش دستباف محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، با افزایش قیمت کفپوش‌های غیرنسجی (کاشی و سرامیک)، مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی افزایش می‌یابد. لازم به ذکر است که امکان مکمل بودن کفپوش‌های غیرنسجی)کاشی و سرامیک(و فرش دستباف را در مواردی نمی‌توان انکار کرد، اما با توجه به فضا و دکوراسیون خانه‌های جدید کمتر از کفپوش‌هایی مانند فرش استفاده می‌شود. در سال‌های آینده می‌توان انتظار داشت که اثر جانشینی

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

بـــر مکملی غالب باشـــد که نتیجهٔ به دســـت آمده از این مطالعه نیز ســـازگار با شرایط دنیای واقعی است. ضریب کششی متقاطع به دست آمده میان کفپوش‌های غیرنسجی(کاشی و ســـرامیک) و فرش ماشینی درجهٔ جانشـــین بودن این دو کالا را نشان می‌دهد. میزان این ضریب بیانگر قدرت جانشینی بیشتر کاشی و سرامیک نســـبت به فرش دستباف و گلیم و موکت برای فرش ماشینی است. بنابراین، دقت در نحوهٔ قیمت‌گذاری و رصد دقیق‌تر بازار کاشی و ســـرامیک به علت درجهٔ جانشینی بیشتر آن نســـبت به سایر کالاهای جانشین در خصوص تأثیر آن بر تقاضای فرش ماشـــینی حائز اهمیت است.

● تولید ناخالص داخلی واقعی ســـرانه تأثیر مثبت و معنـــی‌داری بر مقدار تقاضـــای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی دارد. بر اساس مقادیر ضرایب به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که کفپوش‌های نسجی، فرش دســـتباف و فرش ماشینی کالای لوکس با کشش درآمدی بزرگ‌تر از ۱ محسوب می‌شـــوند، اما درجه لوکس بودن فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف (کشش درآمدی ۲,۱۳۵۹٤۸) کمتر است.

● جمعیـــت تأثیر مثبـــت و معنـــی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نســـجی و فرش دستباف دارد. البته از آمـــار t بالایی در برآورد تقاضای داخلی فرش دســـتباف برخوردار نیســـت و معنی‌داری آن با احتمـــال خطای کمتر از پنج درصد تأیید نمی‌شـــود. جمعیـــت با توجه به آمارt به دســـت آمـــده به میزان ۰,٤٥۲٦٥٦ تأثیـــر معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی ندارد.

● متغیر مجازی شکســـت ســـاختاری تأثیر منفی و معنـــی‌داری بر مقدار تقاضـــای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی دارد. بالا رفتن هزینهٔ مواد اولیهٔ تولید کفپوش‌های نســـجی در کشور در ســـال ۱۳۷۵ که دولت با افزایش حداقل دســـتمزد اســـمی به آن دامن زده اســـت. مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی را کاهش داده است.[11]

● قیمت فرش ماشـــینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش دســـتباف دارد. علامت مثبت در مورد کشـــش به دست آمده نشان می‌دهد که فرش دستباف و ماشـــینی جانشین یکدیگر محسوب می‌شـــوند. هرچند مقدار کشـــش به دست آمده نشان می‌دهد کـــه تغییر قیمت فرش ماشـــینی عامل مهم و مؤثری در جانشـــینی این کفپوش با فرش دســـتباف در دورهٔ مورد بررســـی بوده اســـت. اما عوامل دیگر مانند ناآشـــنا بـــودن مصرف‌کنندگان فـــرش از طرح، نقش، بافت، رنگ و ابعاد جدید فرش‌های دســـتباف، هماهنگی بیشتر فرش ماشـــینی با فضا و دکوراسیون خانه‌هـــای جدید، در دســـترس بودن بیشـــتر فرش ماشینی، ســـازگارتر بودن فرش‌های ماشینی با سلایق مصرف‌کننـــدگان، اندازهٔ متنوع‌تر فرش‌های ماشـــینی، نرمی و لطافت بیشـــتر فرش‌های ماشـــینی از عوامل مؤثر دیگر در جانشینی فرش ماشینی به جای دستباف هســـتند (صدیقی ارفعی ۱۳۹۰). قیمت فرش دستباف نیز تأثیـــر مثبت و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش ماشـــینی دارد. علامت مثبت در مورد کشش به دست آمده نشان می‌دهد که فرش دستباف و ماشینی جانشین یکدیگر محسوب می‌شوند.

● قیمت گلیم و موکـــت تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش دســـتباف دارد. علامت ضریب کشش متقاطع به دست آمده از جانشین بودن این دو کالا در دورهٔ زمانی مورد بررسی حکایت دارد. لازم به ذکر اســـت که قدرت جانشینی گلیم و موکت برای فرش دســـتباف از فرش ماشـــینی کمتر ولی از کاشی و سرامیک بیشتر اســـت. توجه به این نکته در قیمت‌گذاری فرش دســـتباف حائز اهمیت است. چرا که تغییرات نســـبی قیمت فرش دستباف، با توجه به

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

داشتن جانشین‌هایی قوی، در مقدار تقاضای آن تأثیر بسزایی دارد، همان‌گونه که امروزه کارشناسان فرش یکی از دلایل کاهش تقاضا برای فرش دستباف را ظهور کالاهای جانشین با قیمت‌های نسبی ارزان‌تر بیان می‌کنند. قیمت گلیم و موکت تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی دارد. نتیجهٔ به دست آمده از ضریب متقاطع تقاضا حاکی از جانشین بودن فرش ماشینی و گلیم و موکت در دورهٔ مورد بررسی است.

● مقدار ضرایب تعیین در مدل‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد از تغییرات مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی را متغیرهای مستقل مدل توضیح می‌دهند.

● در مورد توابع تقاضای برآوردشده قابل ذکر است که، با توجه به آمارهٔ دوربین واتسون، مدل‌های برآوردشده با مشکل خود همبستگی مواجه نیستند. همچنین با توجه به سطح احتمال به دست آمده در آزمون وایت نیز الگوهای برآوردشده با مشکل ناهمسانی واریانس نیز مواجه نیستند.

نتیجه‌گیری

تقاضای مصرفی برای یک کالا از اجزای مهم در تحلیل و پیش‌بینی آثار تغییر در قیمت کالا، درآمد مصرف‌کننده و قیمت کالاهای مرتبط با آن است. در صورتی که برآورد درستی از تقاضای داخلی برای یک محصول صورت گیرد می‌توان با اتخاذ سیاست‌های مناسب درصد بالاتری از نیاز آن کالا را از محل تولید داخلی تأمین کرد. از این رو، این مقاله به بررسی رفتار مصرف‌کنندگان داخلی به تغییر درآمد، قیمت (محاسبه کشش‌های درآمدی، قیمتی و متقاطع کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی) پرداخته است.

نتایج حاصل از برآورد مدل‌ها نشان می‌دهد:

● کشش قیمتی، متقاطع و درآمدی کفپوش‌های نسجی به ترتیب ۱,۱۱٤۲۲۵-، ۰,٦۸۷۹٦۸ و ٤,۷۵۲۹۹۷ هستند. بنابراین فرضیه‌های مربوط به ارتباط منفی و معنی‌دار میان قیمت و مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی و ارتباط مثبت و معنی‌دار میان قیمت کالاهای مرتبط (کفپوش‌های غیرنسجی)، تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه و مقدار تقاضای داخلی کفپوش‌های نسجی در ایران را نمی‌توان رد کرد.

● کشش‌های قیمتی، متقاطع (فرش دستباف، گلیم و موکت و کاشی و سرامیک) و درآمدی فرش ماشینی به ترتیب ۱,٦۵۰۸٤۵-، ۱,٤٦۲۸۰۲، ۱,٤۰٦۷٤۷، ۱,۸۱۱۱۰۱ و ۱,۱۳۸۵۹۱ هستند. بنابراین فرضیه‌های مربوط به ارتباط منفی و معنی‌دار میان قیمت و مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی و ارتباط مثبت و معنی‌دار میان قیمت کالاهای مرتبط (فرش دستباف، گلیم و موکت و کاشی و سرامیک)، تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه و مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی در ایران را نمی‌توان رد کرد.

● کشش‌های قیمتی، متقاطع (فرش ماشینی، گلیم و موکت و کاشی و سرامیک) و درآمدی فرش دستباف به ترتیب ۱,٤۷۹۲۵۳-، ۱,٦۵۳۰۵۱، ۱,۵٦۹۱۳۸، ۱,۵٤۳۷۳٦ و ۲,۱۳۵۹٤۸ هستند. بنابراین فرضیه‌های مربوط به ارتباط منفی و معنی‌دار میان قیمت و مقدار تقاضای داخلی فرش دستباف و ارتباط مثبت و معنی‌دار میان قیمت کالاهای مرتبط (فرش ماشینی، گلیم و موکت و کاشی و سرامیک)، تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه و مقدار تقاضای داخلی فرش دستباف در ایران را نمی‌توان رد کرد.

● مقایسه برآورد تابع تقاضای داخلی فرش‌دستباف و ماشینی نشان می دهد :

فرش دستباف در سبد مصرفی خانوارهای ایرانی جایگزین‌هایی همچون فرش ماشینی، موکت و گلیم،

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

کاشی و سرامیک یافته است. این موضوع نشان‌دهندهٔ تغییر الگوی مصرف خانوارها در دورهٔ زمانی ۱۳۶۳–۱۳۸۹ است. این مطلب مکمل بودن سایر کفپوش‌های غیرنسجی مانند سرامیک و کاشی را برای کفپوش‌های نسجی مانند فرش دستباف، ماشینی و حتی گلیم نقض نمی‌کند. با تغییر الگوی مصرف میزان استفاده از کفپوش‌های غیرنسجی به عنوان مکمل از کالاهایی همچون فرش دستباف، ماشینی و حتی گلیم بیشتر شده است. به عبارت دیگر، اگر فضایی را برای پوشش هر دو نوع این کفپوش‌ها در نظر گرفته شود، بین یک سوم تا نیمی از مساحت مورد نظر را کفپوش‌های نسجی به خود اختصاص خواهند داد.

هر دو کفپوش فرش دستباف و فرش ماشینی کالاهایی با کشش در دورهٔ زمانی ۱۳۶۳–۱۳۸۹ هستند، هرچند فرش‌ماشینی با کشش‌تر از فرش دستباف است. این موضوع نشان می‌دهد که عکس‌العمل مصرف‌کنندگان فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف با تغییر یکسان قیمت هر دو کفپوش بیشتر است.

با توجه به مقادیر کشش‌های متقاطع به دست آمده در برآورد تابع تقاضای داخلی فرش دستباف به ترتیب فرش ماشینی، گلیم و موکت، کاشی و سرامیک جانشین‌های قوی‌تری برای فرش‌دستباف به حساب می‌آیند.

با توجه به مقادیر کشش‌های متقاطع به دست آمده در برآورد تابع تقاضای داخلی فرش ماشینی به ترتیب کاشی و سرامیک، فرش دستباف و موکت جانشین‌های قوی‌تری برای فرش ماشینی به حساب می‌آیند.

با توجه به مقادیر کشش‌های درآمدی به دست آمده در برآورد توابع تقاضا فرش دستباف و ماشینی جزو کالاهای لوکس به حساب می‌آیند. هرچند میزان کشش درآمدی فرش دستباف (۲,۱۳) بیشتر از کشش درآمدی فرش ماشینی (۱,۱۳) است.

پیشنهادها

با توجه به این‌که کشش قیمتی تقاضای داخلی برای کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی در ایران بیشتر از یک برآورد شده است، لذا این کفپوش‌ها کالاهایی باکشش هستند، از این رو افزایش قیمت این کفپوش‌ها موجب کاهش درآمد تولیدکنندگان این کفپوش‌ها می‌شود. بنابراین، با توجه به کشش‌پذیر بودن تقاضای داخلی این کفپوش‌ها نسبت به قیمت این کفپوش‌ها پیشنهاد می‌شود که نحوه و روش قیمت‌گذاری این کفپوش‌ها به دقت بررسی و از روش price cap برای قیمت‌گذاری کفپوش‌ها استفاده شود. این روش هزینه‌های اجتناب‌ناپذیر ناشی از تورم، افزایش مالیات یا تضعیف نرخ برابری پول ملی در قبال سایر ارزها را پوشش می‌دهد. همچنین این روش اجازه نمی‌دهد که هزینه‌های عدم کارایی به شکل افزایش قیمت به مصرف‌کننده منتقل شود.

بر اساس کشش درآمدی محاسبه‌شده کفپوش‌های نسجی، فرش دستباف و فرش ماشینی جزو کالای لوکس محسوب می‌شوند. از این رو، تقاضای آن‌ها بیش از آن‌که تحت تأثیر قیمت کفپوش‌ها باشد، متأثر از قدرت خرید متقاضیان است که این موضوع سبب می‌شود مقدار تقاضای داخلی این کفپوش‌ها از رونق و رکود اقتصادی تأثیر بگیرند. برای جلوگیری از کاهش تقاضای شدید در زمان رکود فروش نقد و اقساط توصیه می‌شود. همچنین در زمان رکود، که با کاهش درآمد تقاضای داخلی به‌شدت کاهش می‌یابد، به نظر می‌رسد که فروشندگان باید محصولات خود را با نیازهای مشتریان و میزان درآمد آن‌ها هماهنگ کنند.

همچنین نتایج نشان می‌دهند بنا به دلایل گوناگون کفپوش‌های دیگری جانشین فرش دستباف ایران شده‌اند. از این رو، ضروری است که فرهنگ استفاده از این کالای ملی همچون سال‌های نه‌چندان دور (پنجاه سال گذشته) در کشور رواج یابد.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

به منظور اتخاذ سیاســت‌های مناسب و کاربردی به منظور ارتقای فرهنگ اســتفاده از فرش دســتباف پیشنهاد می‌شــود مطالعه‌ای برای مشخص کردن سهم هزینهٔ خانوارهای ایرانی در مورد این کالا بر اســاس دهک‌ها در سال‌های پس از انقلاب صورت پذیرد. به عبارتی پس از شناسایی میزان هزینه بر اساس دهک‌ها فراخور گروه‌های هدف سیاســت‌های مناسبی به کار گرفته شود.

پیشــنهاد می‌شــود با توجه به کمبــود داده‌ها و اطلاعات، خصوصاً در مورد کفپوش‌های غیرنســجی در مطالعــات جامع، اطلاعات مورد نیاز مشــخص و جمع‌آوری و در بانک اطلاعاتی مناسب ذخیره شود.

پی‌نوشت‌ها

1. Textile Demand
2 . Leser
3. Ston
4. Somer Mery
5. W.T
6. Houthaker

۷. لازم به ذکر اســت که عوامل اقتصادی دیگری مانند نرخ ارز وارد مدل گردید اما با توجه به بی‌معنا بودن از مدل حذف شد.
۸. از جمع مقادیر مصرف فرش دســتباف، فرش ماشینی، گلیم و موکت ، مقدار تقاضای کفپوش های نسجی به دست آمده است.
۹. واحد جمعیت هزارنفــر، واحد تولید ناخالص داخلی میلیارد ریال و قیمت‌ها نیز به صورت شــاخص قبــل از لگاریتم‌گیری آمده‌اند.
۱۰. برای این منظور از آزمون چاو استفاده شده است
. متغیــر مجازی ســال ۱۳۷۵ آغــاز روند صعــودی در قیمت کفپوش‌های نســجی از جمله فرش دســتباف را بــه علت بالا رفتــن ناگهانی هزینهٔ مواد اولیهٔ تولید کفپوش نشــان می‌دهد. با فرض این‌که فرش دســتباف کالایی جانشــین برای سایر کالاها باشد، انتظار این اســت با افزایش قیمت نسبی آن تقاضا کاهش یابد. متغیر مجازی با توجه به آمار t به دســت آمده تأثیر منفی و معنی‌داری بر مقدار تقاضای داخلی فرش ماشینی دارد. انتظار این اســت که با صعودی بودن قیمت فرش ماشــینی به علت شوک افزایش قیمت مواد اولیه و دستمزدها، تقاضای آن نسبت به سایر کالاها کاهش یابد.
۱۲. انعطاف‌پذیری تعیین قیمت، امکان تســهیم منافع ناشــی از افزایش بهــره‌وری بین تولیدکننــدگان و مصرف‌کنندگان، ایجاد انگیزه بــرای افزایش کارایــی، حمایــت از مصرف‌کنندگان و تولیدکننــدگان رقیب از طریق محدود کــردن افزایش قیمت از مزایای روش قیمت‌گذاری price cap است.

فهرست منابع

– احراری، عبدالله، صباحت جمشیدی، رؤیا نظامی، (۱۳۸٦). «طرح‌ها، نقوش و رنگ‌های مورد تقاضای بازارهای جهانی فرش دستباف ایرانی»، محقق فرش دانشگاه آزاد اسلامی بیرجند.
– ابونوری، عباسعلی، (۱۳۸٤). «اقتصاد خرد»، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
– زریباف، مهدی، (۱۳۸٤). «بررسی موانع و مشکلات سفارش‌پذیری در مدیریت تقاضای فرش دستباف»، طرح پژوهشی در مرکز ملی فرش ایران.
– پایگاه اینترنتی مرکز ملی فرش ایرن، ۱۳۹۱.
– سید نورانی، سید محمدرضا، مریم جوادی، (۱۳۸٤). «بررسی عوامل مؤثر در سهم هزینهٔ خودرو سواری نو در سبد هزینه‌ای خانوارهای شهری»، فصلنامهٔ *پژوهشنامهٔ اقتصادی*، شمارهٔ دوم، ۲۳۷-۲٦۳.
– نجار فیروزجایی، محمد، علی رمضانپور، اسماعیل منصوری، محمد بروزبان، حمد رحیمی، و عباس رحمانی، (۱۳۷۹). «بررسی علل کاهش مصرف فرش دستباف در بازارهای داخلی»، سازمان مرکز تحقیقات فرش دستباف.
– صدیقــی ارفعی، فریبرز، ســید محمدمهدی میرزاامینی، (۱۳۹۰). «عوامل مؤثر در فروش فرش دســتباف و ماشــینی در بازار ایران»، دوفصلنامهٔ علمی-پژوهشی *گلجام*، شمارهٔ ۲۰.
– نجارفیروزجایی، محمد، (۱۳۸٤). «بررسی عوامل مؤثر در تقاضای داخلی فرش دستباف»، طرح پژوهشی مرکز ملی فرش ایران.

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۰
پاییز و زمستان ۱۳۹۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]

- یوســـف آملی، راضیه، ابوالقاسم اثنی‌عشری، محمدحسین احســـان‌فر، (۱۳۹۰). «تخمین تقاضای مواد غیرخوراکی در مناطق شهری و روستایی ایران با استفاده از مدل تقاضای تقریباً ایده‌آل (AIDS): مطالعهٔ موردی گروه کالای پوشاک، کفش، لوازم و اثاثیهٔ منزل»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه پیام نور استان مازندران، دانشکدهٔ اقتصاد.
- هیبتی، فرشاد، اکرم فرزین، (۱۳۸٤). «برآورد تقاضای سیمان در ایران با تأکید بر مدل‌های پیش‌بینی سری زمانی»، *پژوهشنامهٔ اقتصادی*، زمستان ۱۳۸٤، دورهٔ ۵ ، شمارهٔ ٤ (پیاپی ۱۹)، صفحهٔ ۱۸۱-۲۱۰.
- Sanchez, Emily, Kevin Swift, "The U.S. Carpet Industry: History, Industry Dynamics, and a Simple Model for Short-Term Forecasting," *Business Economics*, (2017), pp. 1–11.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-10-10]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.30.6.5]