



دانشگاه پیام نور

# اقتصاد فرش

(رشته بافت و مرمت فرش)

www.ketab.ir

دکتر حسن صادقی      دکتر محمدرضا پورقربان

|                                                                                                                                                         |                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| صادقی، حسن، ۱۳۳۳ -                                                                                                                                      | سرشناسه              |
| اقتصاد فرش / مؤلف: حسن صادقی، محمدرضا پورقربان؛ تهیه و تدوین دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی، (دانشگاه پیام نور)، تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۴. | عنوان و نام پدید آور |
| چهارده، ۲۳۹ ص.                                                                                                                                          | مشخصات نشر           |
| دانشگاه پیام نور؛ ۲۲۳۸. گروه هنرهای کاربردی؛ ۱/۱.                                                                                                       | مشخصات ظاهری         |
| 978 - 964 - 14 - 0285 - 5                                                                                                                               | فروست                |
| فیبا .                                                                                                                                                  | شابک                 |
| قالی و قالی‌بافی - ایران - صنعت و تجارت - آموزش برنامه‌ای.                                                                                              | وضعیت فهرست نویسی    |
| اقتصاد - ایران - آموزش برنامه‌ای                                                                                                                        | موضوع                |
| پورقربان، محمدرضا، ۱۳۴۴ -                                                                                                                               | موضوع                |
| دانشگاه پیام نور.                                                                                                                                       | شناسه افزوده         |
| دانشگاه پیام نور، دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی                                                                                                | شناسه افزوده         |
| HD۹۹۳۷/۱۲ الف ۱۳۹۴ ص ۲                                                                                                                                  | شناسه افزوده         |
| ۶۷۷/۶۴۰۹۵۵                                                                                                                                              | رده بندی کنگر        |
| ۴۱۶۸۱۲۱                                                                                                                                                 | رده بندی دهایی       |
|                                                                                                                                                         | شماره کتابخانه ملی   |



دانشگاه پیام نور

## اقتصاد فرش

مولفان: دکتر حسن صادقی - دکتر محمدرضا پورقربان

ویراستار علمی: اصغر پناه‌زاد خانجانی

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و توزیع دانشگاه پیام نور

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

نوبت و تاریخ چاپ: چاپ اول فروردین ۱۳۹۵

شابک: ۵ - ۰۲۸۵ - ۱۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0285 - 5

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی‌های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش

آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید

( کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، کپی یا خلاصه‌برداری، نشر و ترجمه، چاپ، افست، توزیع گسترده، تهیه CD و ... این اثر یا بخشی از آن اعم از متن، طرح پشت و روی جلد و ... بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند.)

قیمت: ۶۴۰۰۰ ریال

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.

### مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان، روزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... هم‌چنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مکتب عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربراست. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجمع سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نیست. باشد و رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز از این وضعیت بارها اظهار گله و ناخشنودی می‌نماید.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است. کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عالم و جهان تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جوان علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌های منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانش‌پژوهان کشور، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزان که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلت اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

## فهرست مطالب

|                                                                   |       |
|-------------------------------------------------------------------|-------|
| پیشگفتار.....                                                     | سیزده |
| فصل اول: شناخت کلیات علم اقتصاد و ریشه‌های اصلی اقتصاد ایران..... | ۱     |
| هدف کلی.....                                                      | ۱     |
| هدف‌های یادگیری.....                                              | ۱     |
| مقدمه.....                                                        | ۱     |
| ۱-۱ تعریف علم اقتصاد.....                                         | ۲     |
| ۲-۱ تعریف چند واژه کلیدی اقتصاد.....                              | ۳     |
| ۱-۲-۱ کمیابی و انتخاب.....                                        | ۳     |
| ۲-۲-۱ هزینه فرصت.....                                             | ۳     |
| ۳-۲-۱ کالا.....                                                   | ۴     |
| ۴-۲-۱ کالای مجانی.....                                            | ۴     |
| ۵-۲-۱ کالای اقتصادی.....                                          | ۴     |
| ۶-۲-۱ تولید.....                                                  | ۴     |
| ۷-۲-۱ عوامل تولید.....                                            | ۵     |
| ۸-۲-۱ کار.....                                                    | ۵     |
| ۹-۲-۱ سرمایه.....                                                 | ۵     |
| ۱۰-۲-۱ اقتصاد خرد و اقتصاد کلان.....                              | ۵     |
| ۱۱-۲-۱ خانوار.....                                                | ۶     |
| ۱۲-۲-۱ نگاه.....                                                  | ۶     |
| ۱۳-۲-۱ بازار.....                                                 | ۶     |
| ۱۴-۲-۱ محصول ناخالص ملی اسمی.....                                 | ۷     |
| ۱۵-۲-۱ محصول ناخالص ملی واقعی.....                                | ۷     |
| ۱۶-۲-۱ سال پایه.....                                              | ۷     |

|    |        |                                               |
|----|--------|-----------------------------------------------|
| ۷  | ۱۷-۲-۱ | رشد اقتصادی                                   |
| ۷  | ۱۸-۲-۱ | اشتغال و بیکاری                               |
| ۸  | ۱۹-۲-۱ | نرخ اشتغال                                    |
| ۸  | ۲۰-۲-۱ | نرخ بیکاری                                    |
| ۸  | ۲۱-۲-۱ | اشتغال کامل                                   |
| ۸  | ۲۲-۲-۱ | کارایی                                        |
| ۸  | ۲۳-۲-۱ | علل عدم کارایی                                |
| ۹  | ۲۴-۲-۱ | کارآفرینی                                     |
| ۹  | ۲۵-۲-۱ | نظام حساب‌های ملی                             |
| ۱۰ | ۲۶-۲-۱ | مخارج مصرفی شخصی                              |
| ۱۰ | ۲۷-۲-۱ | شاخص قیمت و انواع آن                          |
| ۱۱ | ۲۸-۲-۱ | شاخص قیمت خرده‌فروشی                          |
| ۱۱ | ۲۹-۲-۱ | شاخص قیمت عمده‌فروشی                          |
| ۱۲ | ۳۰-۲-۱ | تولید ناخالص داخلی                            |
| ۱۲ | ۳۱-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۱۳ | ۳۲-۲-۱ | تولید ناخالص ملی                              |
| ۱۳ | ۳۳-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۱۴ | ۳۴-۲-۱ | محاسبه تولید ناخالص داخلی                     |
| ۱۵ | ۳۵-۲-۱ | محاسبه تولید ناخالص داخلی به روش تولید        |
| ۱۵ | ۳۶-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۱۶ | ۳۷-۲-۱ | فعالیت                                        |
| ۱۶ | ۳۸-۲-۱ | محاسبه تولید ناخالص داخلی روش مخارج           |
| ۱۷ | ۳۹-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۱۸ | ۴۰-۲-۱ | محاسبه تولید ناخالص داخلی به روش درآمد        |
| ۱۸ | ۴۱-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۲۰ | ۴۲-۲-۱ | تولید خالص داخلی                              |
| ۲۰ | ۴۳-۲-۱ | فعالیت                                        |
| ۲۰ | ۴۴-۲-۱ | مشکلات حسابداری ملی                           |
| ۲۰ | ۴۵-۲-۱ | خودمصرفی و معاملات غیرنقدی                    |
| ۲۰ | ۴۶-۲-۱ | غیررسمی بودن مبادلات                          |
| ۲۱ | ۴۷-۲-۱ | استهلاک ثروت‌های محیط‌زیست                    |
| ۲۲ | ۴۸-۲-۱ | تولید ناخالص ملی و رفاه                       |
| ۲۲ | ۴۹-۲-۱ | تولید ناخالص داخلی از چه اجزای تشکیل شده است؟ |
| ۲۳ | ۵۰-۲-۱ | شرح و توضیح بیشتر                             |
| ۲۳ | ۵۱-۲-۱ | مصرف                                          |
| ۲۳ | ۵۲-۲-۱ | سرمایه‌گذاری                                  |
| ۲۴ | ۵۳-۲-۱ | مخارج دولت                                    |
| ۲۴ | ۵۴-۲-۱ | خالص صادرات                                   |
| ۲۴ | ۵۵-۲-۱ | خلاصه فصل اول                                 |

|    |                                                            |
|----|------------------------------------------------------------|
| ۲۵ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول                             |
| ۲۶ | خودآزمایی تشریحی فصل اول                                   |
| ۲۷ | فصل دوم: شناخت کلی از مواد اولیه فرش                       |
| ۲۷ | هدف کلی                                                    |
| ۲۷ | هدف‌های یادگیری                                            |
| ۲۷ | مقدمه                                                      |
| ۲۸ | ۱-۲ مواد اولیه اصلی فرش دستباف                             |
| ۲۸ | ۱-۱-۲ پشم                                                  |
| ۳۲ | ۲-۱-۲ پنبه                                                 |
| ۳۶ | ۳-۱-۲ ابریشم طبیعی                                         |
| ۳۹ | خلاصه فصل دوم                                              |
| ۴۰ | خودآزمایی - برگه‌های فصل دوم                               |
| ۴۱ | خودآزمایی تشریحی فصل دوم                                   |
| ۴۳ | فصل سوم: تولید و عرضه فرش دستباف                           |
| ۴۳ | هدف کلی                                                    |
| ۴۳ | هدف‌های یادگیری                                            |
| ۴۴ | مقدمه                                                      |
| ۴۴ | ۱-۳ آشنایی با تولید فرش دستباف                             |
| ۴۴ | ۲-۳ آشنایی بیشتر با برخی از زمینه‌های مرتبط با تولید       |
| ۴۶ | ۳-۳ بررسی آماری تولید فرش دستباف                           |
| ۴۷ | ۱-۳-۳ توزیع کارگاه‌های قالی‌بافی و برخی آمارگیری‌های مقطعی |
| ۴۹ | ۲-۳-۳ نتایج طرح آمارگیری از خانوارهای دارای صنعت نانگرد    |
| ۵۳ | ۳-۳-۳ آمار و اطلاعات پایه‌ای و برآوردها به تفکیک استان     |
| ۵۶ | ۴-۳-۳ شبکه عرضه و توزیع                                    |
| ۵۸ | ۵-۳-۳ تولید براساس خواست مشتری                             |
| ۵۹ | ۶-۳-۳ زنجیره تامین                                         |
| ۶۱ | ۷-۳-۳ برآوردهایی برای هزینه تولید یک مترمربع فرش دستباف    |
| ۶۵ | ۸-۳-۳ روشی برای دستیابی به میزان تولید                     |
| ۶۶ | ۴-۳ شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار در فرش دستباف               |
| ۶۷ | ۵-۳ طرح‌ها و نقش‌های تولیدی                                |
| ۶۸ | ۱-۵-۳ طرح‌های شاه‌عباسی                                    |
| ۶۸ | ۲-۵-۳ شاه‌عباسی لچک و ترنج                                 |
| ۶۸ | ۳-۵-۳ شاه‌عباسی افشان                                      |
| ۶۹ | ۴-۵-۳ شاه‌عباسی طره‌دار                                    |
| ۶۹ | ۵-۵-۳ شاه‌عباسی تصرفی                                      |
| ۶۹ | ۶-۵-۳ طرح اسلیمی                                           |
| ۶۹ | ۷-۵-۳ طرح گل‌دانی                                          |

|    |                                       |
|----|---------------------------------------|
| ۷۰ | ۸-۵-۳ گلدانی ظل السلطان               |
| ۷۰ | ۹-۵-۳ گلدانی حاج خانمی                |
| ۷۰ | ۱۰-۵-۳ طرح بته                        |
| ۷۱ | ۱۱-۵-۳ طرح ماهی درهم (هراتی)          |
| ۷۱ | ۱۲-۵-۳ طرح درختی                      |
| ۷۱ | ۱۳-۵-۳ درختی حیوان‌دار                |
| ۷۱ | ۱۴-۵-۳ درختی شکارگاه                  |
| ۷۱ | ۱۵-۵-۳ درختی سبزیکار                  |
| ۷۲ | ۱۶-۵-۳ طرح بندی                       |
| ۷۲ | ۱۷-۵-۳ بندی میناخانی                  |
| ۷۲ | ۱۸-۵-۳ بندی اسلیمی                    |
| ۷۲ | ۱۹-۵-۳ بندی بازوبندی                  |
| ۷۳ | ۲۰-۵-۳ بندی کتیبه‌ای                  |
| ۷۳ | ۲۱-۵-۳ شاخ گوزن حیوان‌دار             |
| ۷۳ | ۲۲-۵-۳ طرح سرابی                      |
| ۷۳ | ۲۳-۵-۳ طرح معجزه                      |
| ۷۴ | ۲۴-۵-۳ طرح شاد                        |
| ۷۴ | ۲۵-۵-۳ طرح شادیت‌ها و آثار تاریخی     |
| ۷۴ | ۲۶-۵-۳ طرح گل فرنگ                    |
| ۷۴ | ۲۷-۵-۳ گل فرنگ مستوف                  |
| ۷۵ | ۲۸-۵-۳ گل فرنگ لچک و مربع             |
| ۷۵ | ۲۹-۵-۳ طرح اقتباس                     |
| ۷۵ | ۳۰-۵-۳ اقتباسی قفقاز                  |
| ۷۵ | ۳۱-۵-۳ اقتباسی گوبلن                  |
| ۷۵ | ۳۲-۵-۳ طرح تلفیقی                     |
| ۷۶ | خلاصه فصل سوم                         |
| ۷۶ | پیوست فصل سوم                         |
| ۷۹ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم        |
| ۸۱ | خودآزمایی تشریحی فصل سوم              |
| ۸۳ | فصل چهارم: اشتغال در فرش دستباف       |
| ۸۳ | هدف کلی                               |
| ۸۳ | هدف‌های یادگیری                       |
| ۸۴ | مقدمه                                 |
| ۸۵ | ۴-۱ شناخت کلی از وضعیت اشتغال در کشور |
| ۸۵ | ۴-۲ برخی تعاریف و اصطلاحات            |
| ۸۶ | ۴-۲-۱ خود اشتغال                      |
| ۸۶ | ۴-۲-۲ نرخ اشتغال                      |
| ۸۶ | ۴-۲-۳ جمعیت شاغل                      |

|     |                                                                   |
|-----|-------------------------------------------------------------------|
| ۸۶  | ۴-۲-۴ نرخ مشارکت اقتصادی (نرخ فعالیت)                             |
| ۸۷  | ۴-۲-۵ اشتغال پاره وقت                                             |
| ۸۷  | ۴-۲-۶ بازار کار                                                   |
| ۸۷  | ۴-۲-۷ بیکار                                                       |
| ۸۷  | ۴-۲-۸ بیکاری آشکار                                                |
| ۸۸  | ۴-۲-۹ بیکاری پنهان                                                |
| ۸۸  | ۴-۲-۱۰ بیکاری ساختاری                                             |
| ۸۸  | ۴-۲-۱۱ بیکاری جوانان                                              |
| ۸۹  | ۴-۲-۱۲ بیکاری اصطکاکی                                             |
| ۸۹  | ۴-۲-۱۳ بیکاری دوره‌ای و فصلی                                      |
| ۸۹  | ۴-۲-۱۴ نرخ بیکاری                                                 |
| ۸۹  | ۴-۲-۱۵ خنل مرز                                                    |
| ۹۰  | ۴-۳ جمعیت                                                         |
| ۹۱  | ۴-۴ بازار کار                                                     |
| ۹۱  | ۴-۴-۱ عرضه نیروی کار                                              |
| ۹۲  | ۴-۴-۲ تقاضای نیروی کار                                            |
| ۹۳  | ۴-۵ فرصت‌های شغلی جدید                                            |
| ۹۴  | ۴-۵-۱ ایجاد فرصت‌های ناظم جدید برنامه پنجم توسعه (۱۳۹۴-۱۳۹۰)      |
| ۹۵  | ۴-۶ بیکاری و حداقل دستمزد                                         |
| ۹۷  | ۴-۷ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی                         |
| ۹۹  | ۴-۸ فهرست مشاغل خانگی                                             |
| ۹۹  | ۴-۹ وضعیت اشتغال در بخش‌های خصوصی و عمومی (رتبی)                  |
| ۱۰۰ | ۴-۱۰ سیاست‌های کلی اشتغال                                         |
| ۱۰۱ | ۴-۱۱ بررسی اشتغال فرش دستباف                                      |
| ۱۰۲ | ۴-۱۱-۱ صنایع دستی                                                 |
| ۱۰۳ | ۴-۱۱-۲ اشتغال فرش دستباف در استان‌های کشور                        |
| ۱۰۸ | ۴-۱۲ آشنایی با وضعیت درآمدی و هزینه‌ای مردم در مناطق شهری و روستا |
| ۱۱۳ | پیوست فصل چهارم                                                   |
| ۱۲۵ | پیوست شماره ۲                                                     |
| ۱۲۷ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم                                  |
| ۱۲۹ | خودآزمایی تشریحی فصل چهارم                                        |
| ۱۳۱ | فصل پنجم: صادرات فرش دستباف                                       |
| ۱۳۱ | هدف کلی                                                           |
| ۱۳۱ | هدف‌های یادگیری                                                   |
| ۱۳۲ | مقدمه                                                             |
| ۱۳۲ | ۵-۱ برخی تعاریف و اصطلاحات                                        |
| ۱۳۲ | ۵-۱-۱ تعریف صادرات                                                |
| ۱۳۳ | ۵-۱-۲ تعریف واردات                                                |

|     |                                                       |
|-----|-------------------------------------------------------|
| ۱۳۳ | ۳-۱-۵ تعریف خالص صادرات                               |
| ۱۳۳ | ۴-۱-۵ تعریف کالا                                      |
| ۱۳۴ | ۵-۱-۵ تعریف خدمات                                     |
| ۱۳۴ | ۶-۱-۵ بازرگان                                         |
| ۱۳۴ | ۷-۱-۵ پیمان ارزی                                      |
| ۱۳۴ | ۸-۱-۵ پیمان نامه ارزی                                 |
| ۱۳۴ | ۹-۱-۵ ثبت سفارش واردات کالا                           |
| ۱۳۴ | ۱۰-۱-۵ ترخیص کالا                                     |
| ۱۳۵ | ۱۱-۱-۵ صادرات موقت                                    |
| ۱۳۵ | ۱۲-۱-۵ صدور مجدد                                      |
| ۱۳۵ | ۱۳-۱-۵ ماده مرزی                                      |
| ۱۳۵ | ۱۴-۱-۵ بازارچه مرزی                                   |
| ۱۳۵ | ۱۵-۱-۵ پیلهور                                         |
| ۱۳۵ | ۱۶-۱-۵ مرز مسافر خروجی                                |
| ۱۳۶ | ۲-۵ نقش صادرات در رشد اقتصادی                         |
| ۱۴۰ | ۳-۵ نگاهی به صادرات در تقسیم در برنامه های توسعه کشور |
| ۱۴۵ | ۴-۵ سهم صادرات فرس در صادرات غیر نفتی                 |
| ۱۴۶ | ۱-۴-۵ ترکیب صادرات غیر نفتی                           |
| ۱۴۹ | ۵-۵ صادرات فرش دستباف                                 |
| ۱۵۲ | ۶-۵ عملکرد صادرات فرش دستباف در برنامه های توسعه کشور |
| ۱۵۴ | ۷-۵ بررسی توان رقابتی فرش دستباف                      |
| ۱۵۴ | ۱-۷-۵ قیمت سایه های نهاده های قابل مبادله             |
| ۱۵۴ | ۲-۷-۵ قیمت سایه های نهاده های غیر قابل مبادله         |
| ۱۵۵ | ۸-۵ معیارهای توان رقابت هزینه های                     |
| ۱۵۵ | ۱-۸-۵ شاخص توان رقابت داخلی                           |
| ۱۵۶ | ۲-۸-۵ شاخص توان رقابت صادراتی                         |
| ۱۵۶ | ۳-۸-۵ محاسبه معیارها و تعیین توان رقابتی              |
| ۱۵۷ | ۹-۵ آسیب شناسی صادرات فرش دستباف                      |
| ۱۵۹ | ۱-۹-۵ وجود شناسنامه فنی و هنری                        |
| ۱۵۹ | ۲-۹-۵ نوآوری و ارائه طرح های جدید                     |
| ۱۶۰ | ۳-۹-۵ تقویت مرکز و پایگاه داده های فرش                |
| ۱۶۰ | ۴-۹-۵ درآمد سرانه و تولید                             |
| ۱۶۱ | ۵-۹-۵ سایر عوامل داخلی                                |
| ۱۶۱ | ۶-۹-۵ افزایش رقابتی جهانی                             |
| ۱۶۲ | ۷-۹-۵ روند نزولی تقاضای خارجی                         |
| ۱۶۳ | ۱۰-۵ بازارهای صادراتی فرش دستباف ایران                |
| ۱۶۳ | ۱-۱۰-۵ آلمان                                          |
| ۱۶۳ | ۲-۱۰-۵ سوئیس                                          |
| ۱۶۴ | ۳-۱۰-۵ آمریکا                                         |

|     |                                                  |
|-----|--------------------------------------------------|
| ۱۶۵ | ۴-۱۰-۵ ژاپن                                      |
| ۱۶۵ | ۵-۱۰-۵ اسپانیا                                   |
| ۱۶۶ | ۶-۱۰-۵ ایتالیا                                   |
| ۱۶۸ | ۷-۱۰-۵ فرانسه                                    |
| ۱۶۹ | ۸-۱۰-۵ ایرلند                                    |
| ۱۷۰ | ۹-۱۰-۵ انگلستان                                  |
| ۱۷۲ | ۵-۱۱ آمار مقایسه‌ای صادرات فرش                   |
| ۱۷۴ | ۵-۱۲ نارسایی در بازاریابی صادرات فرش دستباف      |
| ۱۷۵ | ۵-۱۳ تأثیر تحریم‌ها بر صادرات فرش دستباف ایران   |
| ۱۷۷ | پیوست فصل پنجم                                   |
| ۱۸۴ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم                  |
| ۱۸۵ | خودآزمایی تشریحی فصل پنجم                        |
| ۱۸۷ | فصل ششم: بازار جهانی فرش دستباف و بازاریابی      |
| ۱۸۷ | هدف کلی                                          |
| ۱۸۷ | هدف‌های یادگیری                                  |
| ۱۸۸ | مقدمه                                            |
| ۱۸۸ | ۶-۱ سهم ایران از تجارت جهانی فرش                 |
| ۱۸۹ | ۶-۲ بررسی رقبای فرش دستباف ایران دهه (۲۰۱۰-۲۰۲۰) |
| ۱۹۴ | ۶-۳ بازاریابی                                    |
| ۱۹۴ | ۶-۳-۱ مفهوم بازاریابی                            |
| ۱۹۶ | ۶-۴ تقسیم‌بندی بازار                             |
| ۱۹۷ | ۶-۵ بازاریابی الکترونیکی                         |
| ۱۹۸ | ۶-۶ انواع دیگر بازاریابی                         |
| ۱۹۹ | ۶-۶-۱ بازاریابی سببی                             |
| ۱۹۹ | ۶-۶-۲ بازاریابی اتحاد متقابل (بازاریابی ائتلافی) |
| ۱۹۹ | ۶-۶-۳ بازاریابی درخواست به اقدام                 |
| ۱۹۹ | ۶-۶-۴ بازاریابی محدود                            |
| ۲۰۰ | ۶-۶-۵ بازاریابی آبری                             |
| ۲۰۰ | ۶-۶-۶ بازاریابی گروه اجتماعی                     |
| ۲۰۰ | ۶-۶-۷ بازاریابی محتوا                            |
| ۲۰۰ | ۶-۶-۸ بازاریابی مفهوم                            |
| ۲۰۰ | ۶-۶-۹ بازاریابی رسانه متقاطع                     |
| ۲۰۱ | ۶-۶-۱۰ بازاریابی پایگاه داده                     |
| ۲۰۱ | ۶-۶-۱۱ بازاریابی دیجیتال                         |
| ۲۰۱ | ۶-۶-۱۲ بازاریابی مستقیم                          |
| ۲۰۱ | ۶-۶-۱۳ بازاریابی متنوع                           |
| ۲۰۲ | ۶-۶-۱۴ بازاریابی بشارتی                          |
| ۲۰۲ | ۶-۶-۱۵ بازاریابی بدون عوض؛ شبه رایگان            |

|     |                                            |
|-----|--------------------------------------------|
| ۲۰۲ | ۶-۶-۱۶ بازاریابی با نمونه رایگان           |
| ۲۰۲ | ۶-۶-۱۷ بازاریابی چریکی یا بازاریابی چابک   |
| ۲۰۳ | ۶-۷ کانال‌های توزیع و عرضه فرش دستباف      |
| ۲۰۵ | ۶-۸ سلیقه و بازاریابی                      |
| ۲۰۸ | ۶-۹ بررسی تأثیر سلیقه بر تقاضای فرش دستباف |
| ۲۰۹ | ۶-۱۰ سؤالات و پاسخ‌ها                      |
| ۲۱۳ | ۶-۱۱ فرضیه‌ها و نتایج آزمون‌ها             |
| ۲۱۳ | ۶-۱۱-۱ فرضیه‌ها                            |
| ۲۱۶ | ۶-۱۱-۲ نتایج کلی                           |
| ۲۱۶ | پیوست فصل ششم                              |
| ۲۱۸ | سؤالات چهارگزینه‌ای فصل ششم                |
| ۲۲۰ | سؤالات تشریحی فصل ششم                      |
| ۲۲۱ | منابع و اخذ                                |
| ۲۲۷ | پیوست پایانی                               |

## پیشگفتار

دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد فروش از دوره‌های آموزش عالی است که با هدف تربیت افراد متخصص، محقق و کرافرد در زمینه‌های مختلف فروش دستباف ایجاد شده‌است. دانشجویان رشته فروش دستباف بین افرادی خلاق، نوآور و علاقه‌مند به هنر و صنعت فروش و کارآفرین باشند تا بتوانند مهمی مؤثری را در گرایش مورد علاقه خود بردارند. برای عده‌ای از دانش‌آموختگان رشته فروش، این امکان وجود دارد که به‌عنوان مشاور بازرگانان فروش فعالیت کنند و یا خودشان در زمینه تولید فروش یا صادرات فروش سرمایه‌گذاری کرده و در این زمینه فعال شوند یا در مراکز کار و دانش، به آموزش دادن هنر جویان مشغول شوند. یکی از دروس که در این دوره‌های آموزشی و برای تقریباً تمامی گرایش‌ها، وجود دارد، درس دو-وا-مان اقتصاد فروش می‌باشد که در برخی از گرایش‌ها در کارشناسی ارشد (گرایش اقتصاد و تربیت فروش)، با عنوان مبانی اقتصاد فروش عرضه می‌شود. فروش دستباف ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی دارای ارزش و تقاضای مناسبی است. به‌همین دلیل نیاز است تا دانشجویان با اقتصاد فروش دستباف در حد نیاز، آشنایی داشته باشند. نحو نگارش کتاب اقتصاد فروش به‌شکلی است که فراتر از نیازهای اولیه به دانشجویان در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد کمک خواهد کرد. کتاب اقتصاد فروش براساس سر فصل‌های مورد نظر این درس تدوین شده‌است. علاوه بر این سعی شده‌است محتوای این کتاب مباحث بازاریاب‌شناسی، صادرات و واردات، بازار جهانی فروش، زمینه‌های تحقیقاتی فروش را نیز

پوشش دهد و دانشجویان با مفاهیم بازاریابی آشنا شوند. همچنین مباحثی از تجارت الکترونیک در زمینه فرش دستباف مورد بررسی و توجه قرار گرفته است.

انتظار داریم دانشجویان پس از مطالعه کتاب به شناخت نسبی از اقتصاد فرش دستباف و بازار جهانی فرش همراه با توانایی در تحلیل شرایط و بهینه‌سازی صادرات فرش، دست یابند. مطالعه اقتصاد فرش از جنبه‌های مختلف می‌تواند مفید و در زمینه‌های تولید، عرضه و صادرات تأثیرگذار باشد. در نگارش این کتاب سعی شده است مباحث و مفاهیم اقتصاد در قالب علمی و به‌زبان ساده بیان شود. این کتاب در شش فصل سازمان‌دهی شده است.

در فصل اول، شناخت کلیات علم اقتصاد و مؤلفه‌های اصلی اقتصاد ایران مطرح شده است. می‌توان گفت این فصل پیش‌نیاز فصول دیگر است و لازم است با دقت بیشتری مورد مطالعه قرار گیرد. در فصل دوم به شناخت کلی از مواد اولیه فرش پرداخته شده است. در فصل سوم تولید و عرضه فرش دستباف مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل چهارم انتقال در فرش دستباف، که بسیار مورد توجه است، مورد کنکاش قرار گرفته است. در فصل پنجم یکی از مزیت‌های اصلی فرش یعنی صادرات فرش دستباف به بحث گذاشته شده است و از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل ششم که فصل پایانی است بازار جهانی فرش دستباف و بازاریابی، در راستای شناخت بیشتر صادرات و دستیابی به بازارهای جهانی، مباحثی در حد نیاز ارائه و مورد بررسی قرار گرفته شده است. برای کمک به درک بهتر دانشجویان سعی شده است این کتاب به صورت خودآموز نگارش شود و طرح مسائل و حل آن‌ها در داخل متن و در پایان هر فصل آورده شود.

حسن صادقی - محمدرضا پورقربان

آبان ماه نود و چهار