





دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه اقتصاد

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته‌ی اقتصاد گرایش علوم اقتصادی

اندازه‌گیری و مقایسه مزیت نسبی بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت فرش

دستباف: مطالعه موردی شهرستان اصفهان

استاد راهنما:

دکتر سید کمیل طیبی

استاد مشاور:

دکتر احمد گوگردچیان

پژوهشگر:

سید ابودر رضوی

دی‌ماه ۹۱

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه اقتصاد

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی اقتصاد گرایش علوم اقتصادی آقای سید ابوذر
رضوی تحت عنوان

**اندازه گیری و مقایسه مزیت نسبی بنگاه های کوچک و متوسط در صنعت فرش
دستباف: مطالعه موردی شهرستان اصفهان**

در تاریخ ۱۳۹۱/۱۰/۴ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه به تصویب
نهایی رسید

- ۱-استاد راهنمای پایان نامه دکتر سید کمیل طیبی با رتبه علمی استاد امضا
- ۲-استاد راهنمای پایان نامه دکتر احمد گوگردچیان با رتبه علمی استادیار امضا
- ۳-استاد داور داخل گروه دکتر نعمت الله اکبری با رتبه علمی استاد امضا
- ۴-استاد داور داخل گروه دکتر کریم آذربایجانی با رتبه علمی دانشیار امضا

امضای مدیرگروه

سپاسگزاری:

شکر خدای که هر چه طلب کردم از خدا بر منتهای همت خویش کامروا گشتم
قلم ناتوان اینجانب قاصر از بیان گوشه‌ای از زحمات کسانی است که در طول دوران تحصیل همواره والد ارشان بوده-
ام. حال که این مقطع دوران تحصیلی با موفقیت به اتمام رسیده است، لازم میدانم از تمامی کسانی که در این راه همراه و
بگام من بوده اند تشکر و قدردانی نمایم.

ابتدا از استاد راهنمای خود جناب آقای دکتر سید کمیل طیبی که همواره با صبر و حوصله و دلسوزانه دانش و تجربیات ارزنده
خویش را بی‌چشم‌داشتی در اختیار اینجانب قرار داده اند تشکر و قدردانی میکنم و همواره خود را والد ار این استاد عزیز
میدانم. همچنین از آقای دکتر گوگردچیان که زحمت مشاوره این پایان نامه را بر عهده داشتند و اساتید داور گروه دکتر
اکبری و دکتر آذینجانی که زحمت بازخوانی پایان نامه را بر عهده داشتند کمال تشکر و قدردانی را دارم. و در پایان از تمامی
افرادى که در مكالش این پایان نامه مرا یاری نمودند کمال تشکر را دارم.

تقدیم به

دستان پرتوان و بازوان خستگی ناپذیر **پدرم** که درس قوی
بودن و قوی زیستن را به من آموخت

و به **مادرم**

یگانه سنگ صبور زندگی ام که درس مهر و گذشت و ایثار را به
من آموخت

و به خواهران و برادرانم.

چکیده

با توجه به پدیده رشد جهانی شدن اقتصاد در دهه‌های اخیر، یک کشور برای حضور قدرتمند در بازارهای جهانی لازم است تا با شناسایی بخش‌های دارای توان رقابت خود، زمینه را مهیا سازد. صنعت فرش در ایران از جمله صنایعی است که در بخش کالاهای غیر نفتی ظرفیت بالقوه‌ای را برای کسب ارز دارد و ضمن اشتغال‌زایی دائمی، عامل مهمی در ایجاد اشتغال‌های فصلی برای افراد جامعه است. این صنعت دارای توان رقابت در عرصه‌های بین‌الملل نیز هست، که در راه حفظ و افزایش توان رقابتی صنعت فرش دستباف و همچنین معرفی اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهمی را ایفا کنند.

در این پژوهش ابتدا به بررسی مزیت نسبی صنعت فرش دستباف شهر اصفهان که فرش‌های ظریف بافت و گل‌بریشم این شهر با طرح‌های فوق‌العاده زیبایی آن همواره از شهرت بسیار زیادی در بازارهای جهان برخوردار بوده‌اند، پرداخته شده است. در این راه برای اندازه‌گیری مزیت نسبی از شاخص هزینه منابع داخلی (DRC) برای صنعت فرش شهر اصفهان استفاده شد و سپس این شاخص برای تولیدات مبتنی بر SME محاسبه شده است تا تأثیر گسترش این بنگاه‌ها بر مزیت نسبی صنعت فرش دستباف مشخص شود و در نهایت شاخص آنتروپی برای رتبه‌بندی عوامل هزینه‌ای بافت یک متر مربع فرش دستباف محاسبه می‌گردد.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که صنعت فرش اصفهان در حالت کلی دارای مزیت نسبی است و همچنین با تفکیک این صنعت در شهر اصفهان به بنگاه‌های کوچک و متوسط و همچنین تولیدات انفرادی و محاسبه شاخص DRC برای این دو گروه نتیجه گرفته می‌شود که بنگاه‌های کوچک و متوسط از مزیت نسبی بیشتری نسبت به تولیدات انفرادی برخوردار است و گسترش این بنگاه‌ها موجب بهبود مزیت نسبی این صنعت می‌شود. بر اساس نتایج آنتروپی شانون از میان عوامل تولید فرش دستباف، طرح و نقشه بالاترین ضریب را در اختیار دارد، یعنی پراکندگی این متغیر زیاد است و عامل دستمزد کمترین مقدار ضریب را به خود اختصاص داده است.

کلیدواژه: مزیت نسبی، بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMES)، هزینه منابع داخلی، فرش دستباف، شهرستان اصفهان

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات پژوهش	
۱-۱- مقدمه	۱
۲-۱- شرح و بیان مساله پژوهشی	۲
۳-۱- اهداف پژوهش	۴
۴-۱- اهمیت و ارزش تحقیق	۴
۵-۱- کاربرد نتایج تحقیق	۵
۶-۱- سؤال‌های پژوهش	۵
۷-۱- نوع مطالعه و روش بررسی فرضیه‌ها و یا پاسخگوئی به سؤالات	۶
۱-۷-۱- مزیت نسبی تولید DRC	۶
۸-۱- جامعه آماری	۶
۹-۱- ابزار گردآوری داده‌ها	۷
۱۰-۱- ابزار تجزیه و تحلیل	۷
۱۱-۱- کلیدواژه‌ها	۷
فصل دوم: ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش	
۱-۲- مقدمه	۹
۲-۲- تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs)	۱۰
۱-۲-۲- شاخص‌های اصلی در تعریف بنگاه‌های کوچک	۱۰
۲-۲-۲- تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران	۱۲
الف) بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	۱۳
ب) وزارت جهاد سازندگی	۱۳
ج) وزارت تعاون و رفاه	۱۳
۳-۲- نظریه‌های معطوف به بنگاه‌های کوچک	۱۴

عنوان

صفحه

۱۴	۲-۳-۱- نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای پن روز
۱۵	۲-۳-۲- نظریه میل به تمرکز زدایی در بنگاه‌های بزرگ
۱۵	۲-۳-۳- نظریه اکس و آدرش
۱۶	۲-۳-۴- نظریه اشتغال زایی بنگاه‌های کوچک و متوسط
۱۷	۲-۴- اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط و تأثیر آن در ایجاد اشتغال
۱۹	۲-۵- برخی ویژگی‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط
۲۰	۲-۶- موانع عمده پیش روی بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران
۲۲	۲-۷- برخی از دلایل اصلی توسعه‌نیافتگی بنگاه‌های کوچک و متوسط
۲۳	۲-۸- مزیت نسبی
۲۴	۲-۹-۱- نظریه مزیت نسبی
۲۴	۲-۹-۲- مزیت نسبی تولید
۲۵	۲-۱۰- عوامل ایجاد کننده مزیت نسبی
۲۶	۲-۱۰-۱- وفور عوامل تولید
۲۶	۲-۱۰-۲- هزینه‌های کاهنده
۲۶	۲-۱۰-۳- پایین بودن هزینه صادرات
۲۶	۲-۱۰-۴- تغییر عوامل تولید
۲۷	۲-۱۰-۵- سایر عوامل
۲۸	۲-۱۱- مروری بر مطالعات انجام شده
۲۹	۲-۱۱-۱- مطالعات داخلی
۳۲	۲-۱۱-۲- مطالعات خارجی
۳۴	۲-۱۲- خلاصه فصل

عنوان

صفحه

فصل سوم: روش پژوهش

۳۵	۱-۳-۱- مقدمه
۳۶	۲-۳- شاخص مزیت نسبی
۳۶	۱-۲-۳- محاسبه شاخص DRC
۳۷	۳-۳- تعیین قیمت‌های سایه ای
۳۸	۱-۳-۳- قیمت سایه‌ای نهاده‌های غیرقابل مبادله
۳۸	۱-۱-۳-۳- محاسبه قیمت سایه‌ای نیروی کار
۳۹	۲-۱-۳-۳- قیمت سایه‌ای نهاده‌های سرمایه‌ای غیرقابل مبادله
۴۰	۲-۳-۳- قیمت سایه‌ای نهاده‌های قابل مبادله
۴۰	۳-۳-۳- قیمت سایه‌ای نرخ ارز
۴۰	۴-۳- آنروپی، معیاری برای ریشه‌بندی
۴۲	۵-۳- تحلیل شاخص‌ها
۴۳	۶-۳- داده‌ها
۴۳	۷-۳- نمایی از صنعت فرش دستباف
۴۴	۸-۳- فرش دستباف استان اصفهان
۴۶	۹-۳- خلاصه فصل

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته‌ها

۴۷	۱-۴- مقدمه
۴۸	۲-۴- معرفی فضای بافت فرش دستباف در شهر اصفهان
۴۸	۳-۴- تحلیل هزینه‌های تولید یک متر مربع فرش دستبافت تولیدی در بنگاه‌های کوچک و متوسط
۴۸	۱-۳-۴- قیمت سایه‌ای نهاده‌های غیرقابل مبادله
۴۹	۱-۱-۳-۴- محاسبه قیمت سایه‌ای نیروی کار
۵۱	۲-۱-۳-۴- محاسبه قیمت سایه‌ای طرح و نقشه

عنوان

صفحه

۳-۱-۳-۴	محاسبه قیمت سایه‌ای دار و سایر ابزار	۵۲
۴-۱-۳-۴	هزینه سایه‌ای چله‌کشی و عملیات تکمیل فرش	۵۳
۵-۱-۳-۴	قیمت سایه‌ای هزینه‌های بالاسری	۵۵
۲-۳-۴	قیمت سایه‌ای نهاده‌های قابل مبادله	۵۶
۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC برای بنگاه‌های کوچک و متوسط	۵۶
۱-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو اول نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۵۷
۲-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو اول نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۵۸
۳-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو اول نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۵۹
۴-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۶۰
۵-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۶۱
۶-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۶۲
۷-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریوی سوم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۶۳
۸-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو سوم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۶۴
۹-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو سوم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۶۵
۱۰-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۶۶
۱۱-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۶۷
۱۲-۳-۳-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۶۸
۴-۴	تحلیل هزینه‌های تولید یک متر مربع فرش دستبافت در تولیدی‌های انفرادی	۶۹
۱-۴-۴	قیمت سایه‌ای نهاده‌های غیرقابل مبادله	۶۹
۲-۴-۴	قیمت سایه‌ای نهاده‌های قابل مبادله	۷۱
۳-۴-۴	محاسبه شاخص DRC برای تولیدکنندگان انفرادی	۷۱
۱-۳-۴-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریوی اول نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۷۲
۲-۳-۴-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو اول نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۷۳
۲-۳-۴-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو اول نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۷۴

عنوان

صفحه

۴-۳-۴-۴	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۷۵
۴-۳-۴-۵	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۷۶
۴-۳-۴-۶	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو دوم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۷۷
۴-۳-۴-۷	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو سوم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۷۸
۴-۳-۴-۸	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو سوم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۷۹
۴-۳-۴-۹	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو سوم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۸۰
۴-۳-۴-۱۰	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی	۸۱
۴-۳-۴-۱۰	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد	۸۲
۴-۳-۴-۱۱	محاسبه شاخص DRC در حالت سناریو چهارم نیروی کار و نرخ ارز رسمی بانک مرکزی	۸۳
۴-۵	محاسبه ضریب آنتروپی	۸۶
۴-۴	خلاصه فصل	۸۷

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۵-۱-۱	مقدمه	۸۸
۵-۲	خلاصه پژوهش	۸۹
۵-۳	نتیجه پژوهش	۹۰
۵-۴	محدودیتها	۹۴
۵-۵	پیشنهادها	۹۵
۵-۵-۱	پیشنهادهای سیاستی	۹۵
۵-۵-۲	پیشنهادها برای تحقیقات آتی	۹۶
	پیوست	۹۷
	منابع و مآخذ	۹۸

فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
۳۹	جدول (۱-۳): ماتریس تصمیم‌گیری.....
۴۶	جدول (۱-۴) دستمزد بافت نیروی کار در بنگاه‌های کوچک و متوسط در شهر اصفهان.....
۴۸	جدول (۲-۴) هزینه طرح و نقشه در بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۴۹	جدول (۳-۴) هزینه دار و سایر ابزار در بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۵۰	جدول (۴-۴) هزینه چله کشی و عملیات تکمیل فرش در بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۵۱	جدول (۵-۴) هزینه سر بار بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۵۳	جدول (۶-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی اول و نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۵۴	جدول (۷-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی اول نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۵۵	جدول (۸-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی دوم نیروی کار و نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۵۶	جدول (۹-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی دوم نیروی کار و نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۵۷	جدول (۱۰-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی سوم و نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۵۸	جدول (۱۱-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی سوم و نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۶۲	جدول (۱۲-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی اول، نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۶۳	جدول (۱۳-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی اول، نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۶۴	جدول (۱۴-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی دوم، نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۶۵	جدول (۱۵-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی دوم، نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۶۶	جدول (۱۶-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی سوم، نرخ ارز مبادلاتی و DRC محاسبه شده.....
۶۷	جدول (۱۷-۴): قیمت سایه‌ای کل بر اساس سناریوی سوم، نرخ ارز بازار آزاد و DRC محاسبه شده.....
۶۸	جدول (۱۸-۴): شاخص‌های DRC محاسبه شده برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و تولیدات انفرادی.....
۶۹	جدول (۲-۴): وزن‌های محاسبه شده از روش آنتروپی شانون.....
۷۵	جدول (۱-۵): شاخص‌های DRC محاسبه شده برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و تولیدات انفرادی.....

فصل اول:

کلیات پژوهش

۱- مقدمه

با توجه به پدیده آشکار شده در سال‌های اخیر یعنی روند رو به رشد جهانی شدن، پی بردن به این نکته که یک کشور در صورت ادغام در اقتصاد جهانی در روند تقسیم کار بین‌المللی در چه بخش‌هایی دارای توان رقابت است بسیار مهم بوده و کشور را رهنمون می‌سازد تا با سرمایه‌گذاری بیشتر و نیز تصحیح ساختار فعالیت‌ها در این بخش‌ها، در رقابت جهانی قدرتمندتر ظاهر شود. پس لازم است وجود و یا عدم وجود مزیت نسبی در بخش‌های مختلف اقتصادی مورد ارزیابی قرار گیرد. صنعت فرش در ایران از جمله صنایعی است که در بخش کالاهای غیر نفتی ظرفیت بالقوه‌ای را برای صادرات و کسب ارز دارد. از طرفی با توجه به این که این صنعت افراد زیادی را به خود مشغول کرده است، می‌تواند عامل مهمی در ایجاد اشتغال‌های دائمی و فصلی برای افراد جامعه باشد، به همین دلیل مزیت نسبی این صنعت به خصوص در شهر اصفهان و همچنین تأثیری که گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت فرش دستباف بر این مزیت خواهند داشت مورد بررسی قرار می‌گیرد.

با توجه به اهمیت مزیت نسبی و عوامل مؤثر بر آن از جمله گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط، مطالعه‌ی مزیت نسبی در بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت فرش ضرورت می‌یابد. در این فصل، نخست به شرح و بیان مسأله پژوهشی پرداخته می‌شود و در ادامه به ترتیب اهمیت و ارزش پژوهش، اهداف و فرضیه‌ها بیان می‌شوند. در پایان به روش پژوهش پرداخته شده و واژگان کلیدی تعریف می‌گردند.

۱-۲- شرح و بیان مسأله پژوهشی

در دو دهه اخیر تغییرات محتوایی و کیفی بسیار زیادی در بازارهای جهانی رخ داده است. در قرن ۱۹ تا ۲۰ میلادی، بیشتر شرکت‌های بزرگ نیروی محرکه و عامل پیشرفت‌های اقتصادی و فن آوری محسوب می‌شدند. آن‌ها بر تحقیق و توسعه تسلط کامل داشتند و پیشرفت‌های چشمگیری را در بالا بردن تولیدات تجربه کردند. چنان‌که شوپیترا^۱ می‌گوید آنچه که باید پذیرفت این است که شرکت‌های بزرگ تبدیل به موتورهای پر قدرت پیشرفت و تحول شده‌اند. اما در ادامه، بازارها به سوی منطقه‌ای شدن و جهانی شدن پیشرفت داشته و به موازات آن دوره تولید محوری به انتهای خود رسیده و دوره مشتری محوری به سرعت رشد نموده است. تولید-کنندگان صنعتی با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدر رفتن منابع با ارزش، تمهیداتی اندیشیده‌اند که نتیجه آن تغییر در ساختار صنعت بود، که یکی از مشخصات بارز و اصلی، تغییر ساختار رشد و ترویج بیش از پیش صنایع کوچک و متوسط بوده است (صلواتی سرچشمه و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۰).

از سوی دیگر مزیت نسبی تولید یک محصول، معیاری برای ارزیابی سودآوری اجتماعی فعالیت‌های تولیدی و به معنای توانایی یک کشور یا یک منطقه در تولید یک کالا با هزینه کمتر است. البته امروز مزیت نسبی دیگر صرفاً معیاری از تولید یک کالا با هزینه‌های نسبتاً کمتر نیست، بلکه جنبه‌های دیگری نظیر صدور کالا و همچنین تأمین تقاضا، میزان به کارگیری از فن آوری و نوآوری‌های جدید نیز در میزان مزیت نسبی موثر است.

اگر چه طی دو دهه گذشته از قدرت رقابت صنعت فرش ایران بنا به دلایل متعددی کاسته شده است اما اکثر دست‌اندرکاران و مسئولان این حوزه اذعان دارند که این صنعت کهن و ارزشمند ایرانی در صورت تدوین و اجرای یک راهبرد مدون و مشخص می‌تواند جایگاه شایسته خود را در بازار فرش جهان بازابد (حسینی نسب و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶۰). اگر در کشور تمایل به حفظ و یا افزایش مزیت نسبی در صنایع و تولیدات صنعت فرش وجود داشته باشد باید به آماده سازی بسترهای مناسب برای فعالیت و صادرات این بخش پرداخته شود. یکی از عواملی که می‌تواند در رفع موانع این صنعت کمک کند توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs)^۲ است. SMEها به دلیل داشتن ویژگی‌های زیر ممکن است نقش بسزایی را در ایجاد مزیت نسبی در تجارت جهانی ایفا کنند:

۱- در مقابل تغییرات بازار و محیط انعطاف پذیرند.

۲- سرمایه اولیه مورد نیاز این بنگاه‌ها محدود است.

^۱ Schumpeter

^۲ Small and Medium Enterprises

۳- فعالیت‌ها و ابتکار عمل مدیریت در این بنگاه‌ها نسبت به بنگاه‌های بزرگ سریعتر به نتیجه می‌رسد.

۴- SMEها مهم‌ترین محرک تحقق کار آفرینی هستند (صلواتی سرچشمه و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۳).

ویژگی‌های فوق و همچنین توانایی SMEها در تأمین محصولات و خدمات مورد نیاز شرکت‌های بزرگ صادراتی، صدور محصولات جدید، فراهم نمودن خدمات پشتیبانی برای معاملات تجاری بین‌المللی از قبیل حمل و نقل داخلی و حمل و نقل بین‌المللی، SMEها را به عنوان عامل رشد و نوآوری و محرک اقتصادی و توسعه‌ی کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه و یاری دهنده‌ی آنها در مرحله گذار اقتصادی تبدیل کرده است. علی‌رغم این که ایران از تولیدکنندگان اصلی فرش دستباف در جهان است و تا چند سال پیش رتبه‌های اول تا سوم را در بازارهای جهانی هم از لحاظ میزان صادرات و هم کیفیت محصول کسب می‌نمود، ولی در سال‌های اخیر شاهد حضور رقیبانی چون چین، هند، پاکستان و حتی افغانستان بوده است، به طوری که این محصول جایگاه قبلی خود را از دست داده و روز به روز از میزان صادرات آن کاسته شده است (قزآنی قمصری و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۶).

بدین لحاظ، کاهش صادرات این محصول احتمالاً ناشی از افت پویایی این صنعت بوده است، و از آنجا که پویایی در مزیت نسبی یک محصول بر پایه‌ی دانش فنی و تحرک عوامل تولید محصول دارد، در صنعت فرش پیشرفتی از این جهت اتفاق نیفتاده است. لذا اصلی‌ترین مسئله این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که هر چند اهمیت صنعت فرش در اقتصاد ایران و همچنین مزیت نسبی و تغییرات آن در این صنعت در مطالعات مختلف مورد بررسی قرار گرفته است، ولی کمتر مطالعه‌ای را می‌توان یافت که به ارائه‌ی راهکاری برای حفظ مزیت نسبی موجود و سپس افزایش مزیت نسبی صنعت فرش دستباف پردازد. یعنی به خصیصه پویایی مزیت نسبی توجه داشته و راهکاری برای انعطاف پذیری و همراهی صنعت فرش دستباف با تغییرات بازارهای هدف ارائه دهد که یکی از این راهکارها می‌تواند توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت فرش باشد.

در این پژوهش ابتدا به بررسی مزیت نسبی صنعت فرش دستباف شهر اصفهان که فرش‌های ظریف بافت و گل ابریشم این شهر با طرح‌های فوق‌العاده زیبای آن همواره از شهرت بسیار زیادی در بازارهای جهان برخوردار بوده‌اند، پرداخته شده است. در این راه برای اندازه‌گیری مزیت نسبی از شاخص DRC برای صنعت فرش شهر اصفهان استفاده شد و سپس این شاخص برای تولیدات مبتنی بر SME محاسبه شده است تا تأثیر گسترش این بنگاه‌ها بر مزیت نسبی صنعت فرش دستباف مشخص شود. در ادامه با استفاده از شاخص آنتروپی قانون، به اولویت بندی در اجزای شکل دهنده شاخص مزیت نسبی پرداخته می‌شود تا بتوان اولویت تمرکز بنگاه‌های کوچک و متوسط برای بهبود مزیت نسبی را تعیین کرد.

۱-۳-اهداف پژوهش

- ۱- تعیین مزیت نسبی صنعت فرش دستباف در شهرستان اصفهان.
- ۲- مقایسه مزیت نسبی بنگاه‌های کوچک و متوسط و تولیدات انفرادی در صنعت فرش دستباف شهرستان اصفهان.

۱-۴- اهمیت و ارزش تحقیق

پدیده جهانی شدن اقتصاد و از بین رفتن مرزهای تجاری کشورها به شدت در حال گسترش است و در آینده ای نه چندان دور، کشورها به سختی قادر خواهند بود که خود را از این جریان کنار کشیده و تنها در حاشیه نظاره‌گر تحولات تجاری بین کشورها باشند. لذا انتظار می‌رود کشور ایران نیز به نحوی خود را با تحولات تجارت در دنیا همگام نموده و برای رقابت و ورود به صحنه تجارت بین‌الملل آماده سازد. یکی از پیش‌زمینه‌های لازم قبل از الحاق به سازمان جهانی تجارت، تقویت و گسترش تجارت در قالب زمینه‌هایی است که در آن کشور دارای مزیت نسبی و رقابت پذیری باشد. صنعت فرش در ایران از جمله صنایعی است که در بخش کالاهای غیر نفتی ظرفیت بالقوه و زیادی را برای کسب ارز دارد. همچنین از جمله محصولات است که ارزش افزوده فراوانی دارد. از طرفی با توجه به این که این صنعت افراد زیادی را به خود مشغول کرده است می‌تواند عامل مهمی در ایجاد اشتغال‌های دائمی و فصلی برای افراد جامعه به ویژه برای روستاییان باشد.

هنوز در نقاط مختلف ایران تعداد زیادی از افراد هستند که به این فعالیت یعنی بافت فرش مشغول‌اند ولی متأسفانه بازاریابی فرش دستباف در ایران به صورت علمی دنبال نمی‌شود و همچنان جنبه سنتی دارد و پس از تولید فرش برای یافتن مشتریان اقدام می‌شود. تبلیغات و بازاریابی که در مورد فرش دستباف ایران انجام می‌شود کماکان سنتی است و مناسب بازارهای جهانی نیست و این در حالی است که فرش دستباف ایران به دلیل آن که از دیرباز مورد معامله قرار می‌گرفت نیازمند تبلیغاتی است که بتواند جایگاه رفیع آن را حفظ کند و تحقق این امر مستلزم هماهنگی در کلیه ابعاد تبلیغاتی، محفوظ داشتن نیازها و حساسیت‌های مشتریان، توجه به تغییرات گروه های خریدار و کنترل رفتار رقبا و استفاده از شیوه های نوین مبادله است.

در اکثر مطالعات انجام شده در زمینه فرش دستباف این‌طور بیان شده است که ایران در صنعت فرش دستباف دارای مزیت نسبی است ولی این مزیت سال به سال در حال کاهش است. نکته قابل تأمل در این پژوهش آن است که پس از محاسبه مزیت نسبی در این صنعت به طرح موضوعی می‌پردازد که امروزه در اکثر اقتصادهای

جهان چه توسعه یافته و چه در حال توسعه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، یعنی توسعه SME ها. بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به ویژگی‌ها و خصوصیتی که دارا هستند، می‌توانند در صنایع مختلف از جمله صنعت فرش دستباف تحولات مثبتی را ایجاد کنند.

بدین لحاظ در این پژوهش پس از اندازه‌گیری میزان مزیت نسبی در فرش اصفهان به شناسایی عوامل موثر در اندازه‌گیری مزیت نسبی که SME ها می‌توانند بر این عوامل تأثیر بگذارند پرداخته می‌شود و این که آیا گسترش بیشتر این بنگاه‌ها می‌تواند مزیت نسبی را بهبود ببخشد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

بنابراین هدف در این پژوهش آن بوده است که به بررسی اینکه بنگاه‌های کوچک و متوسط چه تأثیری را می‌توانند بر تداوم و افزایش مزیت نسبی در صنعت فرش دستباف و رفع مشکلات موجود که باعث کاهش مزیت نسبی طی سال‌های اخیر شده است پردازد. در عمل، اهمیت این پژوهش در محاسبه شاخص مزیت نسبی SME ها در شهر اصفهان است که تا کنون بدان پرداخته نشده است.

۱-۵- کاربرد نتایج تحقیق

نتایج و دست‌آوردهای چنین مطالعاتی مسئولان کشوری و استانی را به سمت اتخاذ راهبردهایی مناسب و سیاست‌گذاری در جهت بهبود مزیت نسبی صنعت فرش به واسطه گسترش SME ها در این بخش جهت می‌دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده‌ی سازمان‌های ذی‌ربط از جمله سازمان توسعه تجارت، سازمان بازرگانی، اتاق بازرگانی و مرکز ملی فرش ایران و مخصوصاً استان اصفهان (شرکت سهامی فرش ایران واحد اصفهان، اتحادیه تولیدکنندگان فرش دستباف، اتحادیه صادرکنندگان) قرار گیرد.

۱-۶- سؤال‌های پژوهش

- ۱- آیا صنعت فرش دستباف شهر اصفهان دارای مزیت نسبی است؟
- ۲- آیا تولیدات فرش دستباف SME ها در شهر اصفهان دارای مزیت نسبی است؟
- ۳- آیا تولیدات فرش دستباف SME ها از مزیت نسبی بالاتری نسبت به تولیدات انفرادی برخوردار است؟

۱-۷-نوع مطالعه و روش بررسی فرضیه‌ها و یا پاسخ گوئی به سؤالات

اقتصاددانان نئوکلاسیک معتقدند هر کشور باید به تولید کالایی پردازد که در سطح جهانی از لحاظ هزینه تولید دارای مزیت نسبی باشد. آنان روش‌های گوناگونی را برای اندازه‌گیری سیاست تشویق صادرات و تأثیر فراگیر آن بر اقتصاد ملی ارائه کرده‌اند. بررسی و محاسبه کمی مزیت نسبی به شکل امروزی از جمله مباحثی بوده که از دهه ۱۹۶۰ وارد ادبیات اقتصاد شده است. در این پایان‌نامه به منظور سنجش مزیت نسبی تولید از روش (DRC) استفاده می‌شود و پس از آن رتبه‌بندی اجزای تشکیل دهنده شاخص مزیت نسبی تولید DRC، بر اساس شاخص آنتروپی انجام می‌پذیرد.

۱-۷-۱ مزیت نسبی تولید (Domestic Resource Cost) DRC

در این پژوهش مزیت نسبی تولید بر اساس معیار مزیت نسبی رایج هزینه منابع داخلی (DRC) محاسبه می‌شود. با به‌کارگیری این روش می‌توان هزینه فرصت از دست رفته (استفاده از عوامل تولیدی در فرایند تولید) را با کمترین هزینه کسب هر واحد ارزش خارجی مقایسه کرد. بنابراین ضریب هزینه منابع داخلی یک کالا، هزینه فرصت عوامل تولید (نیروی کار و سرمایه) استفاده شده در تولید آن محصول را با ارزش افزوده آن در قیمت‌های مرزی مقایسه می‌کند. در یک اقتصاد مبتلا به تحریف قیمتی، قیمت‌های بازاری دیگر قادر به انعکاس کمیابی منابع نیستند. از این جهت شناخت قیمت‌های سایه‌ای که این نوع هزینه‌های فرصتی را منعکس می‌سازند، در قدم اول لازم است. از این رو در فرایند انجام این پژوهش سعی می‌شود با استفاده از قیمت‌های سایه‌ای تحلیل به شرایط واقعی نزدیک شود.

۱-۸-جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش SMEهای فعال در بخش صنعت فرش دستباف موجود در سطح شهر اصفهان است که در حدود ۳۵ بنگاه در شهر اصفهان شناسایی شد و همچنین ۲۵۰ نفر بافندگان که به صورت تک بافی و در منازل خود به بافت فرش مشغول هستند.