

## ارزیابی اقتصادی طرح کارآفرینانه بافت محصولات جاجیمی در شهرستان مشهد

مصطفی مردانی نجفآبادی\*<sup>۱</sup>، نسرین اوحدی<sup>۲</sup>، حسن سخدری<sup>۳</sup> و الهام کریمی<sup>۴</sup>

- (۱) استادیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.
- (۲) دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
- (۳) پژوهشگر گروه اقتصاد گردشگری جهاد دانشگاهی خراسان رضوی.
- (۴) دانشجوی کارشناسی اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

\* نویسنده مسئول: [m.mardani@asnrukh.ac.ir](mailto:m.mardani@asnrukh.ac.ir)

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۰/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۷/۱۸

### چکیده

شهر مشهد با داشتن جاذبه‌های توریستی بسیار یکی از زمینه‌های ایجاد کسب و کار بر پایه‌ی صنایع دستی را داراست. هدف از این مطالعه بررسی طرح شبکه تولید و فروش کیف‌های دستی جاجیمی در شهر مشهد در سال ۱۳۹۵ می‌باشد. اطلاعات به‌دست آمده از این شبکه کسب و کار تحت نام مهربانو که کسب و کار آن به‌صورت خصوصی و تعاونی اداره می‌شود و ارائه‌کننده برترین خدمات توانمندسازی زنان در زمینه تولید سوغات در شهر مقدس مشهد می‌باشد، مورد بررسی قرار گرفته است. عملیات کسب و کار به‌صورت گروهی و شبکه‌ای شامل گروه تحقیق و توسعه و گروه تولید و فروش می‌باشد. هدف اولیه در این کسب و کار تولید کیف با میانگین تولید ۹۰۰۰ عدد در ماه می‌باشد. هزینه و درآمدهای حاصله از این شبکه کسب و کار با استفاده از افزونه مالی (Finance Add-in) در نرم‌افزار Excel مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که نرخ بازده داخلی ۴۰/۳ درصد است که درصد قابل توجهی برای توجیه‌پذیری اقتصادی این طرح می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌شود که با کمک به گسترش چنین طرح‌هایی از طریق ایجاد تسهیلات مناسب، زمینه توسعه اقتصادی و بهره‌وری حداکثری از نیروی موجود در جامعه فراهم شده و میزان تولید و توسعه اقتصادی به میزان چشمگیری در بلندمدت افزایش یابد.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی، توسعه، صنایع دستی، کارآفرینی و کسب و کار.

## مقدمه

کارآفرینی یکی از مشکلات فرآروی هر جامعه است و از آن جا که بیکاری معضلات عظیم اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد، لذا توجه به رفع این مشکل در رأس برنامه‌های اقتصادی دولت‌ها قرار دارد. کارشناسان معتقدند برای این که در کشور ما اهداف اشتغال آفرینی تا حد ممکن محقق شود و نرخ بیکاری کاهش یابد، باید از ظرفیت‌های بالقوه تمامی بخش‌ها اعم از کشاورزی، صنعت، حمل و نقل، انرژی، تجارت خارجی، گردشگری و نیز صنایع دستی برای کارآفرینی و اشتغال بهره گرفت (Ghasemi, 2012). امروزه در کشورهای در حال توسعه صنایع دستی به‌عنوان یکی از راه‌های مبارزه با فقر، اشتغال‌زایی، ارزآوری و افزایش صادرات مطرح است (Shoja Nouri et al, 2016). به باور کارشناسان و برنامه‌ریزان، اهمیت صنایع دستی نه تنها به دلیل درآمد اقتصادی، بلکه به لحاظ حفظ ارزش‌ها، اصالت‌ها و خاستگاه‌های فرهنگی-هنری است (Malekjani, 1999). هم‌چنین بهره‌برداری از منابع صنایع دستی با هدف گسترش توریسم در توسعه پایدار نقش مهمی دارد زیرا ساخت اشیای هنری سنتی باعث ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی می‌شود (Mostafa, 2011). از این رو، صنایع دستی، یکی از سازوکارهای اقتصادی است که نقش مهمی در اقتصاد جوامع محلی و کارآفرینی کوچک مقیاس و خصوصی ایفا می‌کند (Nemasetoni & Rogerson, 2005; Rogerson & Lisa, 2005; Akhoundnejad & Niromand Toumaj, 2013). صنایع دستی ایران به‌عنوان یکی از قطب‌های صنایع دستی جهان به همراه چین و هند دارای سابقه درخشان و پرپیشینه‌ای است (Yavari, 2013) اما صنایع دستی در ایران جایگاه ضعیفی دارد و دارای اثرات قابل ملاحظه‌ای در اقتصاد ملی نیست زیرا این صنعت در بین بخش‌های اقتصادی ایران از جایگاه مناسبی برخوردار نیست (Malekjani, 1999) و به دلیل برخی موانع و مشکلات، این صنعت از جایگاه واقعی خود فاصله گرفته و از نقش آفرینی در عرصه اقتصادی نیز دور شده است (Bouzarjomehri & Eslamfard, 2017). این عامل سبب شده که تأثیر و نقش صنایع سنتی در افزایش اشتغال و درآمدزایی به مرور کم رنگ شود به طوری که از سویی امکان عرضه در بازارهای داخلی را از دست می‌دهد و از سوی دیگر رویای رقابت با بازارهای خارجی را ناممکن می‌سازد (Alipour & Majnon, 2012). واردات بی‌رویه صنایع دستی از چین و پاکستان، فقدان حمایت مادی و معنوی از این گونه صنایع در داخل کشور، عدم بازار فروش و عرضه محصولات تولیدی، تحریم‌های اخیر و هم‌چنین انتقال نیافتن دانش و تجربه این قبیل مهارت‌ها از پدران و استادان این فنون و هنرها به نسل حاضر از عمده‌ترین چالش‌های پیش‌روی این هنر-صنعت به شمار می‌رود (Sakhdari, 2014). در حوزه صنایع سنتی در بخش گردشگری و سوغات شهر مشهد نیز موانع و مشکلاتی وجود دارد. در بخش گردشگری مسافر و سوغات دو واژه از هم جدا نشدنی هستند به طوری که اغلب شهرها و کشورهای گردشگرپذیر دنیا سعی دارند از طریق سوغات، فرهنگ و آیین خود را به گردشگران عرضه کنند و در قبال آن سود اقتصادی خوبی دریافت کنند. واقعیت بازار سوغات مشهد نشان می‌دهد این

روزها بازار در قبضه محصولات غیربومی و اغلب، واردات چینی است (Sakhdari, 2014). بنابراین پژوهش حاضر با هدف ارزیابی اقتصادی طرح کارآفرینانه بافت محصولات جاجیمی در شهرستان مشهد در جهت رشد و شکوفایی این صنعت دستی و خلق ثروت و ایجاد اشتغال تدوین شده است.

### پیشینه تحقیق

در ادامه به تعدادی از مطالعات انجام شده در زمینه صنایع دستی اشاره می‌شود. Amanian Bidokhti و Sadeghinia (2015) در مطالعه‌ای با عنوان نقش تعاونی‌های روستایی در میزان درآمدزایی و افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی، دریافتند که انواع صنایع دستی، علاوه بر اعتباربخشی به فرهنگ و هویت کشور، در کنار مشاغل دیگر برای توسعه مطرح هستند، به طوری که سرمایه‌گذاری در این بخش از تولیدات باعث کم شدن وابستگی به اقتصاد تک محصولی می‌گردد. Abotalebi chaleshtari et al (2014) به شناسایی و رتبه‌بندی مشکلات هنرمندان صنایع دستی چوبی با تأکید بر بازار فروش (نمونه موردی معرق چوب) پرداختند. نتایج حاکی از آن است که در بین مشکلات شناسایی شده بازاریابی نامناسب در اولویت اول و تهیه مواد اولیه، واردت کالاهای مشابه، عدم نظارت بر تولید محصولات، عدم فرهنگ‌سازی و آگاهی مصرف کننده از کالاهای تولیدی و عدم وجود یک پایگاه یا انجمن برای تبادل نظر به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند. Mehrabi و Khorasanizade (2012) در مطالعه‌ای به بررسی نقش صنایع دستی اصفهان در توسعه اقتصادی و گردشگری ایران پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بیشترین صادرات در ایران، صادرات صنایع دستی است و می‌توان با برنامه‌ریزی و توجه مدیران باعث افزایش درآمد و افزایش توریست به شهر اصفهان شد. Parishan و همکاران (2012) به بررسی صنایع دستی و نقش آن در فرآیند توسعه ملی با تأکید بر توسعه اقتصادی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که صنایع دستی در ابعاد اقتصادی همچون اشتغال‌زایی، ارزآوری، توسعه صادرات، توسعه و رونق توریسم و در ابعاد اجتماعی هم‌چون تعادل بخش اجتماعی، نقش و اهمیت مهمی در فرآیند توسعه ملی بازی می‌کند. Kalantari و همکاران (2012) در مقاله خود با عنوان برنامه‌ریزی فضایی به منظور مکان‌یابی بازارچه‌های صنایع دستی، مکان‌یابی بازارچه‌های صنایع دستی را در استان خراسان جنوبی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که با توجه به دو مقوله کارایی و اثربخشی، ایجاد چنین بازارچه‌هایی در مراکز شهرستان‌ها از نظر اقتصادی مقرون به صرفه‌تر و امکان رشد و پایداری بیشتری دارند که دلیل این امر را وجود جاذبه‌های گردشگری و هم‌چنین امکانات و تسهیلات مورد نیاز این بخش در مرکز شهرستان عنوان کردند. Samadian و Yazdanpanah (2009) در بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی صنایع دستی استان نشان دادند که ۷۰ درصد تعاونی‌ها کاملاً موفق هستند و مواردی چون رعایت اصول تعاون و همکاری، حمایت نهادهای مختلف، برگزاری دوره‌های کارآموزی، تهیه به موقع مواد خام و دادن پاداش به اعضاء، در موفقیت تعاونی‌ها

بسیار کارآمد هستند. Yaghoubi (2005) در بررسی اثرات اعتبارات خرد بر اشتغال زنان روستایی استان زنجان دریافت اعتبارات خرد به عنوان یک گزینه می‌تواند سرمایه لازم برای زنان را ایجاد کند و عاملی برای حمایت از واحدهای کوچک بهره‌برداری در ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی عظیم کار موجود در روستاها، جهت جلوگیری از مهاجرت روستاییان و نهایتاً تعمیم عدالت اجتماعی باشد. مرور مطالعات انجام شده نشان داد که صنایع دستی از قطب‌های مهم اقتصادی کشور و از راهکارهای اساسی در زمینه تولید ملی و رفع مشکلات اقتصادی است. لذا برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری درست در این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است و این امر در صورتی امکان‌پذیر است که شناخت درستی از وضعیت جاری این صنعت وجود داشته باشد. لذا در راستای نیل به این مهم در تحقیق حاضر ارزیابی اقتصادی طرح کارآفرینانه بافت محصولات جاجیمی در شهرستان مشهد تحلیل می‌شود.

### معرفی منطقه مورد مطالعه

مشهد کلان‌شهری در شمال شرقی ایران و مرکز استان خراسان رضوی است. جمعیت کل استان خراسان رضوی بر اساس آخرین سرشماری انجام شده توسط مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، ۶۴۳۴۵۰۱ نفر بوده است که بر این اساس با در نظر گرفتن رشد جمعیت و مهاجر پذیری استان برآورد می‌شود که در حال حاضر این جمعیت بالای هفت میلیون نفر باشد. بر طبق آمار ارائه شده توسط مرکز آمار ایران تعداد کل شاغلین در استان ۱۳۲۱۷۲۵ نفر می‌باشد (Statistical Center of Iran, 2016). شهر مشهد مهم‌ترین مکان مذهبی ایران است که به واسطه قرار داشتن حرم علی بن موسی الرضا در این شهر، سالانه پذیرای بیش از ۲۷ میلیون زائر داخلی و دو میلیون زائر خارجی است. مشهد با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، مذهبی، تاریخی و در کنار آن وجود مراکز تجاری بزرگ و امکانات پزشکی قابل توجه، موجب رونق گردشگری تفریحی و گردشگری سلامت در این شهر شده است. در شهرستان مشهد از گذشته تولید کالاهای صنایع سنتی رایج بوده است به طوری که صنایع سنتی قدمت تاریخی بسیار طولانی در منطقه داشته و نقش مهمی در خودکفایی مردم این منطقه ایفا کرده است. از مهم‌ترین این صنایع می‌توان به کرباس بافی، احرامی بافی، برک بافی، حوله بافی و ابریشم بافی و جاجیم بافی و محصولات وابسته به آن اشاره نمود. از میان صنایع سنتی ذکر شده، جاجیم به‌عنوان هنر سنتی ارزشمندی است که از دیرباز در این سرزمین رواج داشته و در زمان‌های مختلف اوج و فرود یافته است. جاجیم یکی از قدیمی‌ترین پارچه‌های دست‌باف ایران است و در حقیقت دست‌بافته‌های شبیه گلیم به صورت راه راه و رنگین است که از نخ‌های پشمی یا پنبه‌ای و ابریشم و بعضاً کرک بافته می‌شود. جاجیم‌بافی به عنوان یکی از گونه‌های صنایع سنتی به صورت دستی و صنعتی بافته می‌شود. از جمله محصولاتی که با استفاده از جاجیم تولید می‌شوند می‌توان به تولید کفش، کیف، سجاده و فرش مسافرتی اشاره کرد.

## مواد و روش‌ها

### ارزیابی طرح‌های اقتصادی

ارزیابی طرح‌های اقتصادی عبارت است از تحلیل اقتصادی تفاوت‌های مورد انتظار (پیش بینی شده) بین گزیدارها و یا طرح‌هایی که از نظر فنی قابل توجه هستند. به عبارتی تحلیل اقتصادی طرح شامل تکنیک‌های مقایسه و تصمیم‌گیری و انتخاب بهترین راه‌حل از میان راه‌حل‌های موجود بر اساس شرایط مطلوب اقتصادی است (Ghasemi & Mahmoudzade, 2010).

### مشخصات کارگاه مورد مطالعه و مفروضات فنی و اقتصادی

شبکه کسب و کار مهربانو، کسب و کاری نوآور، کارآفرین و مورد اعتماد جامعه است که به صورت خصوصی و تعاونی اداره می‌شود و ارائه کننده برترین خدمات توانمندسازی زنان در زمینه تولید سوغات در شهر مقدس مشهد می‌باشد، که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. عملیات کسب و کار به صورت گروهی و تحت شبکه کسب و کار شامل گروه تحقیق و توسعه و گروه تولید و فروش می‌باشد. هدف اولیه در این کسب و کار تولید کیف با میانگین تولید ۹۰۰۰ عدد در ماه می‌باشد. ساختار توسعه‌ای این کسب و کار به صورت مجموعه‌ای می‌باشد. با توجه به اینکه ساختار توسعه‌ای به صورت مجموعه‌ای می‌باشد در افق آینده کسب و کار محصولات مختلف توسط واحدهای مجزا تولید و به فروش می‌رسند. از جمله ویژگی‌های ساختار مجموعه‌ای شامل موارد ذیل است:

در مجموعه چندین نوع محصول خاص تولید می‌شود، هر فعالیت خاص توسط کارشناسان خاص خود کنترل و نظارت می‌گردد، هر نوع کالا یا محصول توسط واحد خاصی جمع‌آوری می‌گردد، محصولاتی که نیاز به فرآوری یا تبدیل شدن دارند به صنایع تبدیلی ارسال می‌گردند یا به طور مستقیم وارد بازار مصرف می‌شوند.

نوع کسب و کار تولیدی است و این تولیدات در مرحله اول شامل:

تولید پارچه جاجیم به صورت نیمه صنعتی، تولید انواع کیف با سایزها و طراحی‌های مختلف با استفاده از پارچه‌های جاجیم و به صورت نیمه صنعتی و همچنین در افق ۵ سال آینده این کسب و کار تولید محصولات جدید مانند تنوع در تولید کیف‌های سنتی و سایر محصولات صنایع سنتی مرتبط را شامل می‌شود.

مدل این کسب و کار به صورت شبکه‌ای است که شامل زیر شبکه‌های ذیل می‌باشد:

مرکز تولید: که به صورت متمرکز و غیر متمرکز کار تولید را انجام می‌دهد. در مراکز متمرکز محصولات در کارگاه‌های سطح شهر تولید می‌شوند. در مراکز غیر متمرکز محصولات در واحدهای خانگی و توسط زنان تولید می‌شوند. با توجه به تحقیقات

بازار محصولات منتخب تعیین شده و طی فرآیند شبکه‌ای تولید و به فروش می‌رسند. این شبکه به گونه‌ای طراحی می‌شود که به‌طور مستمر محیط کسب و کار صنایع سنتی را مورد پایش قرار داده و با شناسایی بازارهای هدف جدید نسبت به ایجاد زیر شبکه‌های جدید و در نتیجه تولید محصولات جدید اقدام خواهد کرد.

مرکز آموزش: آموزش اولیه در کارگاه‌های متمرکز در سطح شهر انجام می‌شود و افراد بعد از دوره ۲ ماهه آموزش در صورت تقاضا، محصول را در منازل شخصی تولید می‌کنند. این آموزش‌ها شامل آموزش‌های روان‌شناختی، روانشناسی، کارآفرینی و... می‌باشد.

مراکز فروش: این مراکز عبارتند از بازارچه‌های فروش که توسط شهرداری ایجاد می‌شوند، فروش مویرگی که در این نوع فروش که توسط اشخاص واجد شرایط و بعد از دوره آموزش بازاریابی انجام می‌شود محصولات توسط افراد و به صورت خرده‌فروشی در سطح شهر به فروش می‌رسند، فروش از طریق پشتیبانان که فروش کلی محصول به کارخانجات و سازمان هاست و فروش اینترنتی که از طریق ایجاد سایت اینترنتی و به صورت آنلاین است.

مهم‌ترین مشکلات در این حوزه را می‌توان عدم تفکیک مدیریت زنجیره ارزش صاحب بنگاه تولید کننده و عرضه‌کننده محصول به عنوان مهم‌ترین ضعف و مشکل دانست. همچنین مشکل بعدی مربوط به فروش محصولات تولید شده در بازار می‌باشد این موضوعات با برنامه‌ریزی و حمایت پشتیبانان قابل حل می‌باشد. پشتیبانان با مدیریت زنجیره ارزش، دغدغه‌های تهیه مواد اولیه، بازار، تبلیغات و بازار رسانی را از تولید کننده می‌گیرند و به‌صورت تخصصی به مدیریت آن می‌پردازند. در این کسب و کار هر سه ماه یک کارگاه جدید در سطح شهر ایجاد و تجهیز می‌شود. همچنین در افق برنامه‌ریزی شده هر ساله یک محصول جدید تولید می‌شود. محدوده سنی مشتریان معمولاً از ۱۲ سال به بالا است که برای تولیدات طرح‌های سنتی در تمامی اقشار جامعه و در لایه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی تقاضا وجود دارد. رقبای مستقیم این کسب و کار، کارگاه‌های تولید کیف در داخل و خارج استان می‌باشند. همچنین رقبای غیر مستقیم این کسب و کار، کیف‌های تولیدی در صنایع دستی با نهاده‌هایی هم‌چون چرم، پارچه و .. است که می‌توانند به‌عنوان کالای جایگزین تولیدات فعلی این کسب و کار در نظر گرفته شوند. با توجه به ساختار شبکه‌ای این کسب و کار و تولید انبوه باعث شده است هزینه‌های تولید کاهش پیدا کرده و محصولات با قیمت‌های پایین‌تر به دست مصرف کننده برسد. استراتژی توزیع محصول با استفاده از کانال‌های توزیع مستقیم و غیر مستقیم می‌باشد. یک کانال غیر مستقیم می‌تواند در بردارنده عمده فروشان، خرده فروشان یا سایر اعضا باشد. کانال‌های غیر مستقیم بسیار پیچیده‌تر از کانال‌های مستقیم بوده و اعضای کانال می‌توانند هم مالکیت محصول و یا خدمت را بر عهده داشته باشند و هم بر عملکردهای فروش و توزیع، کنترل‌های خود را اعمال نمایند (Sakhdari, 2014).

در این طرح دو راهبرد اصلی قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه تمام شده و قیمت‌گذاری رقابتی در ارتباط با قیمت‌گذاری مدنظر

می‌باشد: در روش اول بعد از محاسبه هزینه‌های تولید محصول و افزودن نرخ به آن، قیمت‌گذاری می‌کنند. بطور مثال برای تولید یک عدد کیف با پارچه جاجیم به صورت نیمه صنعتی به میزان ۷۵۰۰ تومان هزینه برآورد شد که با افزایش ۳۰ درصد به عنوان سود، قیمت تمام شده برای مصرف کننده به ازای هر کیف مقدار ۱۰۰۰۰ تومان می‌باشد. در روش بعدی، با توجه به قیمت رقبا، قیمت‌گذاری می‌شود به طوری که برای مشتری جذابیت بیشتری داشته باشد. در این کسب و کار قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه تمام شده و قیمت رقبا انجام می‌گیرد (Sakhdari, 2014). این کسب و کار با شرکت در نمایشگاه‌های صنایع سنتی نسبت به معرفی محصولات خود اقدام می‌کند. همچنین استفاده از وب‌گاه تخصصی جهت ارتباط با کلیه مصرف‌کنندگان نیز در دستور کار مدیریت بازاریابی کسب و کار قرار دارد. علاوه بر این با ایجاد ارتباط با صنایع مرتبط به معرفی محصول و مزایای آن پرداخته می‌شود. شرکت در همایش‌های ملی و بین‌المللی و تلاش در جهت ارتباطات مستمر و جامع با سایر تولیدکنندگان منسوجات سنتی و صنعتی در سطح ملی و بین‌المللی و همچنین استفاده از نظرات و تجارب آن‌ها از دیگر فعالیت‌های کسب و کار خواهد بود. در جدول ذیل فرآیندهای اجرایی پروژه به انضمام جدول زمان‌بندی آورده شده است:

#### جدول ۱: فرآیندهای اجرایی پروژه به انضمام جدول زمان‌بندی

شرح فرآیند	مدت اجرا	شرح مختصری از عملیات
۱- آماده‌سازی مقدمات	۳ ماه	اخذ مجوزهای لازم از شهرداری اخذ مجوزهای لازم از سایر سازمان‌ها تجهیز کارگاه
۲- فرآیند شناسایی و آموزش پرسنل	۱ ماه	شناسایی متقاضیان آموزش پرسنل
۳- فرآیند راه‌اندازی شغل	۱ ماه	تولید پارچه در مقیاس محدود تولید کیف در مقیاس محدود تشکیل تیم بازاریابی و فروش
۴- حمایت، نظارت و مشاوره برای تثبیت کسب و کار	۶ ماه	در این مرحله کارهای حمایتی و مشاوره برای تثبیت شغل مورد نظر انجام می‌شود.

معیارهای اقتصادی ارزیابی پروژه

#### هزینه تمام شده برای تولید هر واحد محصول

بهای تمام شده هر واحد محصول عبارت از هزینه‌های مستقیم مربوط به تولید کالاهای تولید شده توسط یک شرکت می‌باشد (Ghaderzade et al, 2017). این مقدار شامل هزینه مواد مصرفی در تولید کالا و هزینه‌های مستقیم نیروی کار مورد استفاده در تولید آن محصول می‌باشد. در واقع هزینه ایجاد محصولاتی است که یک شرکت به فروش می‌رساند. بنابراین تنها هزینه‌هایی لحاظ می‌شوند که به صورت مستقیم به تولید محصولات مربوط هستند.

$$\text{رابطه ۱:} \quad \frac{\text{کل هزینه‌ها در سال}}{\text{میزان تولید در سال}} = \text{هزینه تمام شده هر عدد کیف}$$

### نقطه سر به سر

نقطه سر به سر جایی است که تولید کننده محصول خود را با قیمتی برابر با بهای تمام شده می‌فروشد. بهای تمام شده معادل هزینه مستقیم به ازای هر واحد به علاوه کل هزینه ثابت تقسیم بر تعداد واحدهای تولید شده است. برای تعیین نقطه سر به سر از فرمول زیر استفاده می‌شود:

رابطه ۲:

$$n = \frac{c}{p - v}$$

(n): تعداد فروش در نقطه سر به سر

(C) هزینه‌های ثابت: هزینه‌هایی که بدون توجه به تولید، متحمل می‌شوند (مانند اجاره، حقوق کارمندان و...)

(p) قیمت فروش برای یک واحد: قیمت فروش هر واحد از محصول

(v) هزینه متغیر واحد: هزینه‌هایی که فقط در صورت تولید کردن هر واحد اضافه، متحمل می‌شوند.

بنابراین اگر شرکت تعدادی کمتر از n، تولید و عرضه نماید، متضرر خواهید شد. در نقطه n سر به سر می‌باشد و در تعداد بالاتر از n سود خواهد کرد.

$$\text{هزینه ثابت} \\ \text{هزینه متغیر هر واحد تولید - قیمت فروش} = \text{تولید در نقطه سر به سر}$$

### معیار نرخ بازده داخلی (IRR)

IRR معیار مشهوری در ارزیابی اقتصادی پروژه‌ها است. این معیار شرط پذیرش پروژه را بزرگ‌تر بودن IRR از MARR می‌داند. IRR نرخ تنزیل است که براساس آن، ارزش خالص فعلی پروژه برابر صفر می‌شود. اگر NPV پروژه‌ای مثبت باشد، IRR آن پروژه از نرخ بازدهی که برای سرمایه‌گذاری به کار برده شده، بیشتر است. در محاسبه NPV فرض بر این است که نرخ تنزیل مشخص است و NPV پروژه تعیین می‌گردد. در محاسبه IRR، NPV پروژه معادل صفر قرار گرفته و نرخ تنزیل که همان IRR پروژه است، تعیین می‌شود (Taki & Mardani Najafabadi, 2019; MahdaviAdeli et al, 2014).

### معیار دوره بازگشت خالص سرمایه (PP)

تحلیل گر با استفاده از معیار دوره بازگشت خالص سرمایه (PP)، در جستجوی دوره‌ای است که در آن مجموع درآمدهای سالیانه با هزینه سرمایه‌گذاری برابر شود. PP روش تقریبی و ساده‌ای برای مقابله با ریسک بوده و به نفع پروژه‌هایی است که



در سال‌های اولیه عایدات بیشتری دارند. هرچه این شاخص کوچک‌تر باشد بیانگر سرعت بیش‌تر جبران جریانات نقدی خروجی به وسیله جریانات نقدی ورودی می‌باشد و لذا پروژه از جذابیت بیش‌تری برای سرمایه‌گذاری برخوردار است. دوره بازگشت خالص سرمایه شامل دوره بازگشت خالص سرمایه عادی و متحرک می‌باشد. مفهوم دوره بازگشت خالص سرمایه عادی عبارتست از خالص جریانات نقدی تجمعی طرح در مدت بهره‌برداری و منظور از دوره بازگشت خالص سرمایه متحرک این است که ارزش زمانی پول در محاسبه PP مدنظر قرار گرفته و محاسبات براساس داده‌های تنزیل شده صورت می‌گیرد (Taki & Mardani Najafabadi, 2019; Mahdavi Adeli *et al*, 2014).

$$\text{کل سرمایه‌گذاری} \\ \text{دوره برگشت سرمایه} = \frac{\text{جریان نقدی ورودی سالانه}}{\text{دوره برگشت سرمایه}}$$

### نتایج و بحث

پس از کارشناسی‌های صورت گرفته، جهت اجرای پروژه پایلوت، کارگاهی حدود ۱۰۰۰ متر مربع در نظر گرفته شد که شامل بخش‌های سالن تولید، انبار محصول، اتاق پرسنل، آبدارخانه و سرویس بهداشتی می‌باشد (لازم به ذکر است که در کارگاه کلیه استانداردهای لازم رعایت گردیده است). در این طرح پیش‌بینی می‌شود که تعداد ۳۴ نفر مشغول به کار شوند که اصلی‌ترین بخش کاربر مربوط به بخش دوخت با ۲۰ نفر نیروی کار، بخش گلدوزی با ۴ نفر و بخش تولید پارچه با ۳ نفر نیروی کار و سایر بخش‌ها ۱ نفر نیروی کار را شامل می‌شود. جمع کل هزینه‌های اجاره برای یک‌سال ۷۳۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال است که ۳۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال بابت ۱۰۰۰ متر مربع کارگاه، ۲۳۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال بابت فروشگاه جهت فروش محصولات و ۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال برای وبگاه یا فروش آنلاین است. مشخصات و فهرست دستگاه‌ها و تجهیزات مورد نیاز برای راه‌اندازی کارگاه تولید کیف در جدول (۲) گزارش شده است. هزینه‌های قبل از بهره‌برداری شامل تدوین برنامه کسب و کار، آموزش پرسنل و... می‌باشد که در جدول (۳) بیان شده است. هزینه‌های سالانه به دو گروه ثابت و متغیر تقسیم می‌شوند. گروه اول هزینه‌هایی هستند که با افزایش میزان تولید تغییر چندانی پیدا نمی‌کنند و گروه دوم وابسته به میزان تولید می‌باشند. مواد اولیه مورد نیاز سالانه و هزینه‌های مربوطه به همراه سایر مشخصات در جدول ۴ گزارش شده است. شرح نیروی انسانی مورد نیاز در بخش‌های تولیدی و غیر تولیدی به تفکیک و با در نظر گرفتن ۳ ماه حقوق به عنوان مزایای سالیانه و نیز بیمه سهم کارفرما (۲۳٪) در جدول ۵ و ۶ آمده است. انرژی‌های مصرفی شامل آب، برق، گاز و سوخت‌های مصرفی می‌باشند. مقادیر مورد نیاز این انرژی‌ها و هزینه‌های مربوطه در جدول ۷ زیر خلاصه شده است.

## جدول ۲: فهرست هزینه دستگاه‌ها و تجهیزات (ریال)

ردیف	نام تجهیزات	تعداد	قیمت واحد (ریال)	قیمت کل (ریال)
۱	دستگاه بافندگی	۱ دستگاه	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	چرخ خیاطی (راسته‌دوز)	۲۰ دستگاه	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	چرخ خیاطی (میان‌دوز)	۵ دستگاه	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۵,۰۰۰,۰۰۰
۴	چرخ خیاطی (زیگزاگ)	۵ دستگاه	۱۳,۰۰۰,۰۰۰	۶۵,۰۰۰,۰۰۰
۵	ادوات خیاطی	-	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۶	میز و صندلی	۳ میز	۳,۰۰۰,۰۰۰	۹,۰۰۰,۰۰۰
		۴۰ صندلی	۱,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰
۷	تجهیز کارگاه	-	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰
۸	کامپیوتر و لوازم وابسته	۲ دستگاه	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۹	خودرو	۱ دستگاه	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۰	امتیاز تلفن - سیم کشی	۵ عدد	۵۵۰,۰۰۰	۲,۷۵۰,۰۰۰
۱۱	سیستم اطفاء حریق	۷ عدد	۱,۱۰۰,۰۰۰	۷,۷۰۰,۰۰۰
۱۲	گرمایش و سرمایش	۷ دستگاه	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۳	پکیج	۱ دستگاه	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۴	گاز	۱ دستگاه	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۵	یخچال	۱ دستگاه	۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۶	جمع			۱,۵۰۹,۴۵۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۳: هزینه‌های قبل از بهره‌برداری (ریال)

ردیف	شرح	قیمت (ریال)
۱	هزینه تدوین برنامه کسب و کار (BP)، مطالعات و مشاوره جهت تجهیز کارگاه	۷۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	هزینه آموزش پرسنل	۳۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	سایر هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	جمع کل	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۴: میزان ارزش مواد مورد نیاز جهت تولید و بسته‌بندی کالا (ریال)

ردیف	مواد اولیه و بسته‌بندی	مصرف سالانه (متر)	قیمت واحد (ریال)	قیمت کل (ریال)
۱	نخ برای تولید ۲۴۴۰۰ متر مربع پارچه با عرض ۱۵۰ سانتی‌متر	-	۵۵,۰۰۰	۱,۳۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	لیمینت کردن پارچه	۲۴۴۰۰	۲۵,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	یراق	-	۵۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	بسته‌بندی	-	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۵	جمع کل			۲,۸۷۰,۰۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۵: فهرست پرسنل تولیدی و میزان حقوق و مزایای سالانه (ریال)

ردیف	شرح	تعداد	متوسط حقوق ماهانه هر نفر (ریال)	کل پرداخت سالیانه (معادل ۱۵ ماه) (ریال)
۱	تولید پارچه	۳	۱,۰۰۰,۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	برش	۱	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	گلدوزی	۴	۱,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	دوخت	۲۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
	جمع			۴,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
	بیمه (۲۳٪ سهم کارفرما)			۹۶۶,۰۰۰,۰۰۰
	جمع کل حقوق و بیمه			۵,۱۶۶,۰۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۶: فهرست پرسنل غیر تولیدی (کادر اداری) و میزان حقوق و مزایای سالانه (ریال)

ردیف	شرح	تعداد	متوسط حقوق ماهانه هر نفر (ریال)	کل پرداخت سالیانه (معادل ۱۵ ماه) (ریال)
۱	مسئول خرید و کارپرداز	۱	۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	نظافتچی و خدمات	۱	۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	نگهبان	۱	۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	مدیر تولید و فروش	۱	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۵	مدیر اداری و مالی	۱	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۶	کارشناس حسابداری و بازرگانی	۱	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۲۵,۰۰۰,۰۰۰
	جمع			۱,۱۸۵,۰۰۰,۰۰۰
	بیمه (۲۳٪ سهم کارفرما)			۲۷۲,۵۵۰,۰۰۰
	جمع کل حقوق و بیمه			۱,۴۵۷,۵۵۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول (۷): هزینه انواع انرژی مصرفی سالیانه (ریال)

شرح	هزینه ماهیانه بخش تولید	هزینه ماهیانه بخش غیر تولید	هزینه کل (ریال)
آب (متر مکعب)	۲,۰۰۰,۰۰۰	۰	۲۴,۰۰۰,۰۰۰
برق (کیلو وات ساعت)	۸,۰۰۰,۰۰۰	۰	۹۶,۰۰۰,۰۰۰
گاز (متر مکعب)	۱,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰	۱۸,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل			۱۳۸,۰۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

هزینه‌های نگهداری و تعمیرات و استهلاک با توجه به درصد پیش‌بینی برآورد شده و برای هر سرفصل به تفکیک در

جدول ۸ و ۹ آمده است.

## جدول ۸: هزینه تعمیر و نگهداری (ریال)

شرح	ارزش دارایی	تعمیر و نگهداری
	درصد	مبلغ (ریال)
دستگاه‌ها و تجهیزات	۱۰	۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰
جمع کل		۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۹: هزینه استهلاک (ریال)

شرح	ارزش دارایی	استهلاک
	درصد	مبلغ (ریال)
دستگاه‌ها و تجهیزات	۱۰	۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰
جمع کل		۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

## جدول ۱۰: اجزای سرمایه ثابت (ریال)

ردیف	شرح سرمایه‌های ثابت	هزینه (ریال)
۱	کارگاه، فروشگاه و وب‌گاه	۷۳۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	تاسیسات و تجهیزات	۱,۵۰۹,۴۵۰,۰۰۰
۳	هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	۱۰۵,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل		۲,۳۴۴,۴۵۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

براساس جدول فوق جمع کل سرمایه ثابت به ریال برابر خواهد بود با:

$$\text{میزان کل سرمایه ثابت به ریال} = ۲,۳۴۴,۴۵۰,۰۰۰$$

## جدول ۱۱: اجزای سرمایه در گردش برای ۳ ماه (ریال)

ردیف	شرح سرمایه در گردش	هزینه (ریال)
۱	هزینه مواد اولیه و بسته بندی	۳۷۷,۳۶۲,۵۰۰
۲	هزینه حقوق و بیمه کارکنان	۱,۶۵۵,۸۸۷,۵۰۰
۴	هزینه تامین انواع انرژی	۳۴,۵۰۰,۰۰۰
۶	هزینه‌های فروش و بازاریابی	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۷	هزینه‌های پیش بینی نشده	۱۰۸,۳۸۷,۵۰۰
جمع		۲,۲۷۶,۱۴۷,۵۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

بنابراین با توجه به جدول فوق جمع کل سرمایه در گردش به ریال برابر خواهد بود با:

میزان کل سرمایه در گردش به ریال = ۲,۲۷۶,۱۳۷,۵۰۰

مجموع میزان سرمایه ثابت و سرمایه در گردش بیانگر میزان کل سرمایه‌گذاری خواهد بود:

کل سرمایه‌گذاری (ریال) = کل سرمایه ثابت (ریال) + کل سرمایه در گردش (ریال)

کل سرمایه‌گذاری (ریال) = ۴,۶۲۰,۵۸۷,۵۰۰

#### جدول ۱۲: هزینه‌های ثابت (ریال)

ردیف	شرح هزینه‌های ثابت	هزینه کل (ریال)
۱	حقوق و دستمزد	۱,۴۵۷,۵۵۰,۰۰۰
۲	مصرف انرژی	۱۸,۰۰۰,۰۰۰
۳	تعمیر و نگهداری	۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰
۴	استهلاک	۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰
۵	هزینه‌های ثابت غیر قابل پیش‌بینی (۱۰٪ جمع هزینه‌های فوق)	۱۷۷,۷۴۴,۰۰۰
۶	جمع	۱,۹۵۵,۱۸۴,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

بنابراین بر اساس جدول فوق جمع کل هزینه‌های ثابت به ریال برابر خواهد بود با:

میزان کل هزینه ثابت (ریال) = ۱,۹۵۵,۱۸۴,۰۰۰

#### جدول ۱۳: هزینه‌های متغیر (ریال)

ردیف	شرح هزینه‌های متغیر	هزینه کل (ریال)
۱	تبلیغات و شرکت در نمایشگاه‌ها	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	حقوق و دستمزد	۵,۱۶۶,۰۰۰,۰۰۰
۳	مصرف انرژی	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	هزینه‌های متغیر غیر قابل پیش‌بینی (۱۰٪ جمع هزینه‌های فوق)	۵۵۸,۶۰۰,۰۰۰
	جمع	۶,۱۴۴,۶۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

بر اساس جدول فوق جمع کل هزینه‌های متغیر به ریال برابر خواهد بود با:

میزان کل هزینه متغیر (ریال) = ۶,۱۴۴,۶۰۰,۰۰۰

#### جدول ۱۴: میزان کل هزینه‌ها (ریال)

شرح	مبلغ (ریال)
هزینه‌های ثابت	۱,۹۵۵,۱۸۴,۰۰۰
هزینه‌های متغیر	۶,۱۴۴,۶۰۰,۰۰۰
جمع کل	۸,۰۹۹,۷۸۴,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

مجموع میزان هزینه‌های ثابت و هزینه‌های متغیر بیانگر میزان کل هزینه‌های کار در سال خواهد بود:

$$\text{کل هزینه‌های سالیانه (ریال)} = ۸,۰۹۹,۷۸۴,۰۰۰$$

با توجه به ماهیت نیمه صنعتی طرح، ظرفیت تولید سالیانه در سال اول ۱۱۰۰۰۰ کیف و سپس در سال‌های بعدی با نرخ ۱۰ درصد در سال پیش‌بینی شده است. قیمت فروش براساس قیمت متوسط محصولات مشابه برابر با ۱۰۰۰,۰۰۰ ریال بوده که پیش بینی فروش سالیانه ۱۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال را رقم می‌زند. به منظور تحلیل و ارزیابی اقتصادی پروژه از هزینه تمام شده هر واحد کالا، نقطه سر به سر، نرخ بازده داخلی و دوره بازگشت سرمایه بهره گرفته شده است. نقطه سر به سر یکی از عوامل مهم در ارزیابی اقتصادی پروژه‌ها است در این طرح نقطه عملکرد سر به سر تولید هر واحد کالا ۴۴,۲۹۵ ریال و میزان فروش در نقطه سر به سر یا همان عملکرد قیمتی سر به سر ۴,۴۲۹,۵۰۰,۰۰۰ ریال است. نقطه سر به سر نقطه‌ای است که در آن درآمدها و هزینه‌ها برابرند و نشان می‌دهد که یک سرمایه‌گذار چه زمانی می‌تواند به سود برسد (در واقع در نقطه سر به سر نه سودی وجود دارد و نه زیانی). با استفاده از این توضیح می‌توان نتیجه گرفت که چه میزان از محصول در قیمت مشخص باید فروخته شود تا کسب و کار به مرز سود دهی که در آن نقطه بهای تمام شده کالا یا همان کل هزینه‌های مصرف شده مساوی درآمد کل باشد یعنی باید بیش از ۴۴,۲۹۵ واحد کیف تولید نماید تا سود کسب کند. همچنین باید میزان فروش در یک سال بیش‌تر از ۴,۴۲۹,۵۰۰,۰۰۰ ریال باشد تا سود برای تعاونی حاصل گردد.

$$\frac{۸,۰۹۹,۷۸۴,۰۰۰}{۱۱۰,۰۰۰} = ۷۳,۶۳۴ \quad \text{هزینه تمام شده هر عدد کیف (ریال):}$$

$$۱۰۰,۰۰۰ \quad \text{قیمت فروش براساس قیمت متوسط محصولات مشابه برابراست با (ریال):}$$

$$۱۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ \quad \text{پیش بینی فروش سالیانه (ریال):}$$

$$\frac{۱,۹۵۵,۱۸۴,۰۰۰}{۵۵,۸۶۰-۱۰۰,۰۰۰} = ۴۴۲۹۵ \quad \text{تولید در نقطه سر به سر (عدد کیف)}$$

$$۴,۴۲۹,۵۰۰,۰۰۰ \quad \text{میزان فروش در نقطه سر به سر (ریال):}$$

در جدول ۱۵ میزان سود و زیان برای ۵ سال پیش بینی گردیده است. نظر به پیچیدگی پیش بینی نرخ تورم سالانه برای برآورد درآمد فروش و میزان هزینه‌ها، تحلیل‌گران همان نرخ‌ها و قیمت‌های سال اول را برای دیگر سال‌ها در نظر می‌گیرند. به عبارت دیگر فرض می‌کنند که سطح عمومی قیمت‌ها به طور یکسان روی هزینه‌ها و درآمدها تأثیر می‌گذارد. فرض ساده فوق می‌تواند نزدیک به واقعیت باشد. همچنین با توجه به موارد گفته شده در این طرح مقدار تولید بر اساس افزایش بهروری

به میزان ۱۰ درصد سالیانه رشد داشته است. میزان تولید برای ۵ سال آینده دارای سیری صعودی است و این یکی از عوامل تأثیرگذار بر اجرا و انتخاب طرح می‌باشد که نمایانگر آن است که این طرح صرفه اقتصادی دارد.

### جدول ۱۵: جدول سود و زیان برای ۵ سال (میلیون ریال)

سال	نوع محصول	میزان تولید (عدد)	قیمت واحد (ریال)	ارزش کل (میلیون ریال)	هزینه کل تولید سالانه (میلیون ریال)	سود سالانه (میلیون ریال)
۱۳۹۵	کیف	۱۱۰۰۰	۱۰۰،۰۰۰	۱۱۰۰۰	۸۰۹۹	۲۹۰۰
۱۳۹۶	کیف	۱۲۱۰۰	۱۰۰،۰۰۰	۱۲۱۰۰	۸۰۹۹	۴۰۰۰
۱۳۹۷	کیف	۱۳۳۱۰	۱۰۰،۰۰۰	۱۳۳۱۰	۸۰۹۹	۵۲۱۰
۱۳۹۸	کیف	۱۴۶۴۱	۱۰۰،۰۰۰	۱۴۶۴۱	۸۰۹۹	۶۵۴۱
۱۳۹۹	کیف	۱۶۱۰۵	۱۰۰،۰۰۰	۱۶۱۰۵	۸۰۹۹	۸۰۰۵

مأخذ: محاسبات تحقیق

دوره برگشت سرمایه یا به عبارتی دوره‌ای که در آن مجموع درآمدهای سالیانه با هزینه سرمایه‌گذاری برابر شود یک سال و شش ماه برآورد گردید.

$$\text{دوره برگشت سرمایه} : ۱,۶ = \frac{۴,۶۲۰,۵۸۷,۵۰۰}{۲,۹۰۰,۲۱۶,۰۰۰}$$

نرخ بازده داخلی معادل نرخ سودی است که سرمایه‌گذار می‌تواند با سرمایه‌گذاری در یک طرح تجاری به دست آورد و پرکاربردترین شاخص مالی برای توجیه پذیری مالی و مقایسه چندین طرح تجاری می‌باشد که بر اساس محاسبات انجام شده در نرم افزار اکسل مقدار آن ۴۰/۳ درصد است که دلیل توجیه پذیری اقتصادی این طرح می‌باشد.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق ارزیابی فنی و اقتصادی یک کارگاه تولیدی محصولات سنتی جاجیم‌بافی در شهر مشهد است. برای این منظور فرض می‌شود که در ابتدا کارگاهی با مساحت حداقل هزار متر مربع و ۳۴ نفر نیروی کار با سرمایه اولیه ۴,۶۲۰,۵۸۷,۵۰۰ شروع به کار می‌کنند. نتایج حاصل از ارزیابی و محاسبه پارامترهای اقتصادی نشانگر اقتصادی و معقول بودن راه اندازی چنین طرحی می‌باشد با توجه به اینکه هزینه تمام شده برای تولید هر واحد محصول معادل ۷۳,۶۳۴ هزار ریال است و قیمت فروش هر واحد محصول ۱۰۰,۰۰۰ ریال است یعنی مبلغی بالغ بر ۲۶,۳۶۶ واحد پولی بر روی هر واحد محصول کسب سود می‌کند پیش بینی برای فروش سالیانه محصولات ۱۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ بوده و میزان فروش در نقطه سر به سر نیز معادله ۴,۴۲۹,۵۰۰,۰۰۰ می‌باشد یعنی اگر به میزان پیش بینی شده در سال فروش داشته باشد مبلغی بالغ بر ۶,۵۷۰,۵۰۰,۰۰۰ سود کسب می‌کند و دوره بازگشت سرمایه برای این پروژه ۱/۶ خواهد بود یعنی دوره بازگشت سرمایه

برابر با یک سال و شش ماه است که زمانی مناسب برای بازگشت سرمایه پیش‌بینی می‌شود و نرخ بازده داخلی با نرخ ۲۲ درصدی یک‌ساله بانکی تفاوت فاحشی دارد که برای پروژه ۴۰/۳ درصد به‌دست آمده که رقمی بسیار مناسب و مطلوب می‌باشد. لذا با نظر به نتایج به‌دست آمده پیشنهاد می‌شود که با کمک به گسترش چنین طرح‌هایی، زمینه توسعه اقتصادی و بهره‌وری حداکثری از نیروی موجود در جامعه فراهم شده و میزان تولید و توسعه اقتصادی به میزان چشمگیری در بلند مدت افزایش یابد. هم‌چنین حمایت ویژه از دست‌اندرکاران حرفه‌های سنتی و صنایع دستی توسط مسئولین پیشنهاد می‌شود.

#### منابع:

Abotalebi chaleshtari, H., Atari, Kh.A., & Bidaram, R. (2014). Identifying and ranking problems of wooden handicrafts by emphase on the sales market (Case study: woods). 1st International Conference on Islamic art and artifacts in Iranian culture and civilization, Isfahan, Iran. (In Farsi)

Akhoundnejad, A., & Niroumand Toumaj, A. (2013). The role of crafts in the tourism industry. 2nd National Conference on Tourism, National Capital and Future Perspective, Isfahan, Iran. (In Farsi)

Alipour, H., & Majnon, K. (2012). Economic analysis of handicrafts and its role in economic development of Guilan province. *Our Guilan*, 12, 3(47), 126. (In Farsi)

Amanian Bidokhti, P., & Sadeghinia, S. (2015). The role of rural cooperatives in increasing income and investment in handicrafts domains (case study: hand-woven carpet cooperatives, of Khorasan Razavi Province). *Journal of research and rural planning*, 4(3), pp. 101\_113. (In Farsi)

Bouzarjomehri, Kh., & Eslamfard, F. (2017). Reviewing the Barriers and problems of rural indigenous development; The study of carpet and gabben in Zarin Dasht county. *Rural Research*, 8(2), pp.194-207. (In Farsi)

Ghaderzade, H., Ganji, S., & Ganji, A. (2017). Determine the cost and share of cost factors in the production of potatoes (Case study: Gorveh and Dehgolán plain), 1st International Conference on Economic Planning, Sustainable and Balanced Regional Development; Approaches and Applications. Kurdistan, Iran.

Ghasemi, S.A. (2012). Cluster of Handicrafts business (South Khorasan province), Research Project. (In Farsi)

Ghasemi, A., & Mahmoudzade, S. (2010). Assesment of economic project in uncertain conditions (fuzzy approach). *Journal of Economic Research*, 45(4), 1-255. (In Farsi)

Kalantari, Kh., Choobchian, Sh., & Karami, M. (2012). Site selection for handy craft marker in South Khorasan province using analytical hierarchy process (AHP), 4(15), pp.21-36. (In Farsi)



Khorasanizade, F., & Mehrabi, Z. (2012). The role of handicrafts of Isfahan in the development of the tourism economy of Iran, The first national tourism and nature gathering conference in Iran, Hamedan. (In Farsi)

Mahdavi Adeli, M.H., Salimifar, M., Ghezelbash, A. (2014). Economics evaluation of the solar power and fossil energy in a three-unit complex: a case study in Mashhad. *the journal of economic policy*, 6(11), 123-147. (In Farsi)

Malekjani, S. (2008). Place and importance of handicrafts in Iran economy. master's thesis, Alzahra University, Tehran, Iran. (In Farsi)

Mostafa, M. (2011). Potential of sustaining handicrafts as a tourism product in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), pp.145-152.

Nemasetoni, I., Rogerson, C. M. (2005). Developing small firms in township tourism: emerging tour operators in Gauteng, South Africa. *Urban Forum*, 16, pp. 196-213.

Parishan, M., Amirazodi, T., & Mahdavi, D. (2012). Handicrafts and its role in the process of national development with an emphasis on economic development, 1st Iranian Conference on Economic Activities Development, Payame-Noor university of Tabriz, Iran. (In Farsi)

Rogerson, C. M., Lisa, Z., (2005). Sho't Left': Changing Domestic Tourism in South Africa. *Urban Forum*, 16, pp. 88-111.

Sakhdari, H. (2014). Traditional Bags product and sales network (Mehrbanoo) (Phase I: Production of bag with Jajim fabric). Academic Jihad of Razavi Khorasan. (In Farsi)

Shoja Nouri, F., Jamali, M., Shoja Nouri, N., Honarbakhsh, F., & Akbari, M. (2016). Effective factors in developing handicrafts (Case study: kelash, kurdestan, giveh), *Journal of Research and Rural Planning*, 5(2), pp.79-94. (In Farsi)

Statistical Center of Iran, Population and Housing Census of Iran. (2016). from <https://www.amar.org.ir>

Taki, M., & Mardani Najafabadi, M. (2019). Technical and Economics evaluation of construction of the solar power plant (photovoltaic) Connected to the network (Case Study: One Megawatt Power Plant, Ahvaz City). *Journal of Renewable and innovative energies*, 6(1), pp.1-146. (In Farsi)

Yaghoubi, J. (2005). Assessing the effects of micro credits funds on rural women employment in Zanjan province. *Women in Development & Politics*, 3(1), pp.125-146. (In Farsi)

Yavari, H. (2013). A knowledgement of handicrafts of Iran, (5<sup>th</sup> ed.). Tehran: Mahkameh publication. (In Farsi)

Yazdanpanah, L., & Samadiyan, F. (2009). [The elements contributing to the achievement of cooperative companies: A Case Study of handicrafts in Kerman province.](#) *Journal co\_operation and agriculture*, 20(202): pp.19-34. (In Farsi)

## **Economic assessment of the entrepreneurial project of woven woolen (Jajimi) products in Mashhad**

M. M. Najafabadi<sup>\*1</sup>, N. Ohadi<sup>2</sup>, H. Sakhdari<sup>3</sup>, E. Karimi<sup>4</sup>

- 1) Assistance professor of agricultural economics, Agriculture Sciences and Natural Resources  
University of Khuzestan
- 2) Ph.D student of agricultural economics, University of Sistan and Baluchestan
- 3) Researcher of Tourism Economics Department, Jihad-daneshgahi of Khorasan Razavi
- 4) Undergraduate student in agricultural economics, Agriculture Sciences and Natural Resources  
University of Khuzestan

**\*Correspondence author:** m.mardani@asnrukh.ac.ir

**Received Date:** 2018/10/10

**Accepted Date:** 2019/01/13

### **Abstract**

Mashhad, with many tourist attractions, has one of the fields of acquiring business based on crafts. The purpose of this study is to investigate the pattern of production network and sale of woven woolen (Jajim) hand bags in Mashhad in 2016. The information obtained from this business network under the name of Mehrbano, whose is operated in privately and cooperatively and it is the provider of the highest women's empowerment services in the field of souvenir production in the holy Mashhad, is investigated. Business operations are in the form of groups and networks including Research and Development (R & D) Group and Production and Sales Group. The primary goal in this business is to produce bag with an average of about 9,000 per month. Costs and incomes of this business network were analyzed using the finance add-in in excel software. The results showed that the internal rate of return (IRR) is 40.3 %, which is a significant percentage for the economic feasibility of the project. Therefore, it is suggested that, with the help to developing such plans through the establishment of appropriate facilities the field of economic development and maximum productivity of available force in society was providec and increase the rate of production and economic development significantly in the long term.

**Keywords:** Business, Development, Entrepreneurship, Handicrafts and Marketing.