

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

pages
51-69

M. M. Najafabadi^{*1}, N. Ohadi², H. Sakhdari³ and E. Karimi⁴

- 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: 2026/02/14

Accepted Date: 2026/06/08

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 of developing such plans through the establishment of appropriate facilities the field of economic development and maximum productivity of available force in society was provided and increase the rate of production and economic development significantly in the long term.

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

ارزیابی اقتصادی طرح کارآفرینانه بافت محصولات جاجیمی در شهرستان مشهد

شماره صفحات

۵۱-۶۹

مصطفی مردانی نجف‌آبادی^{۱*}، نسرين اوحدي^۲، حسن سخدری^۳ و الهام کریمی^۴^(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@asnruk.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵

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. Sadeghinia و Amanian Bidokhti (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، به‌طوری‌که 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 به‌ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند. Khorasanizade Mehrabi (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 به‌منظور 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 پایایی 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 اعضا، 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 به‌طوری‌که 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 محصولات 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 (پیش‌بینی شده) بین گزیدارها و یا طرح‌هایی که از نظر فنی قابل توجیه 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 می شود و ارائه کننده برترین خدمات توانمندسازی زنان در زمینه تولید سوغات در شهر مقدس مشهد می باشد، 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 می باشد. هدف اولیه در این کسب و کار تولید کیف با میانگین تولید ۹۰۰۰ عدد در ماه می باشد. ساختار توسعه ای این کسب و کار به صورت مجموعه ای می باشد. با توجه به اینکه ساختار توسعه ای به صورت مجموعه ای می باشد در افق آینده کسب و کار محصولات مختلف توسط واحدهای مجزا تولید و به فروش می رسند. از جمله ویژگی های ساختار مجموعه ای شامل موارد ذیل است:

در مجموعه چندین نوع محصول خاص تولید می شود، هر فعالیت خاص توسط کارشناسان خاص خود کنترل و نظارت می گردد، هر نوع کالا یا محصول توسط واحد خاصی جمع آوری می گردد، محصولاتی که نیاز به فرآوری یا تبدیل شدن دارند به صنایع تبدیلی ارسال می گردند یا به طور مستقیم وارد بازار مصرف می شوند.

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 طراحی های مختلف با استفاده از پارچه های جاجیم و به صورت نیمه صنعتی و همچنین در افق ۵ سال آینده این کسب و کار تولید محصولات جدید مانند تنوع در تولید کیف های سنتی و سایر محصولات صنایع سنتی مرتبط را شامل می شود.

مدل این کسب و کار به صورت شبکه ای است که شامل زیر شبکه های ذیل می باشد:

مرکز تولید: که به صورت متمرکز و غیر متمرکز کار تولید را انجام می دهد. در مراکز متمرکز محصولات در کارگاه های سطح شهر تولید می شوند. در مراکز غیر متمرکز محصولات در واحدهای خانگی و توسط زنان تولید می شوند. با توجه به تحقیقات بازار محصولات منتخب تعیین شده و طی فرآیند شبکه ای تولید و به فروش می رسند. این شبکه به گونه ای طراحی می شود که به طور مستمر محیط کسب و کار صنایع سنتی را مورد پایش قرار داده و با شناسایی بازارهای هدف جدید نسبت به ایجاد زیر شبکه های جدید و در نتیجه تولید محصولات جدید اقدام خواهد کرد.

مرکز آموزش: آموزش اولیه در کارگاه های متمرکز در سطح شهر انجام می شود و افراد بعد از دوره ۲ ماهه آموزش در صورت تقاضا، محصول را در منازل شخصی تولید می کنند. این آموزش ها شامل آموزش های روان شناختی، روانشناسی، کارآفرینی و... می باشد.

مراکز فروش: این مراکز عبارتند از بازارچه های فروش که توسط شهرداری ایجاد می شوند، 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 خرده فروشی در سطح شهر به فروش می‌رسند، فروش از طریق پشتیبانان که فروش کلی محصول به کارخانجات و سازمان‌هاست 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 به‌طوری‌که 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 تولید کنندگان

منسوجات سنتی و صنعتی در سطح ملی و بین المللی 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

Table 1: Project execution processes, including the schedule

شرح فرآیند	مدت اجرا	شرح مختصری از عملیات
۱- آماده سازی مقدمات	۳ ماه	اخذ مجوزهای لازم از شهرداری اخذ مجوزهای لازم از سایر سازمان ها تجهیز کارگاه
۲- فرآیند شناسایی و آموزش پرسنل	۱ ماه	شناسایی متقاضیان آموزش پرسنل
۳- فرآیند راه اندازی 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 می شود.

معیارهای اقتصادی ارزیابی پروژه

هزینه تمام شده برای تولید هر واحد محصول

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

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

نقطه سر به سر

نقطه سر به سر جایی است که تولید کننده محصول خود را با قیمتی برابر با بهای تمام شده می فروشد. 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 می شود:

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.

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

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)

تحلیل‌گر با استفاده از معیار دوره خالص بازگشت 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).

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

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 پیش بینی 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 یک سال 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 راه اندازی 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)

Table 2: List of costs for machinery and equipment (Rials)

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	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۶	جمع			۱,۵۰۹,۴۵۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

جدول ۳: هزینه‌های قبل از بهره‌برداری (ریال)

Table 3: Pre-operational costs (Rials)

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	۵,۰۰۰,۰۰۰
۴	جمع کل	۱۰۵,۰۰۰,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

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

Table 4: Value of materials required for the production and packaging of goods (Rials)

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)

Table 5: List of production personnel and annual salaries and benefits (Rials)

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)

Table 6: List of non-production personnel (administrative staff) and annual salary and benefits (Rials)

ردیف	شرح	تعداد	متوسط حقوق ماهانه هر نفر (ریال)	کل پرداخت سالیانه (معادل ۱۵ ماه) (ریال)
۱	مستول 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)

Table 7: Annual cost of various types of energy consumed (Rials)

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)

Table 8: Repair and maintenance costs (Rials)

شرح	ارزش دارایی	تعمیر و نگهداری
		درصد
دستگاه‌ها و تجهیزات	۱,۵۰۹,۴۵۰,۰۰۰	۱۰
جمع کل		۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

جدول ۹: هزینه استهلاک (ریال)

Table 9: Depreciation Cost (Rials)

شرح	ارزش دارایی	استهلاک
		درصد
دستگاه‌ها و تجهیزات	۱,۵۰۹,۴۵۰,۰۰۰	۱۰
جمع کل		۱۵۰,۹۴۵,۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

جدول ۱۰: اجزای سرمایه ثابت (ریال)

Table 10: Components of fixed capital (Rials)

ردیف	شرح سرمایه‌های ثابت	هزینه (ریال)
۱	کارگاه، فروشگاه و وب‌گاه	۷۳۰۰۰۰۰۰۰
۲	تاسیسات و تجهیزات	۱۰۵۰۹۰۴۵۰۰۰۰
۳	هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	۱۰۵۰۰۰۰۰۰۰
	جمع کل	۲۰۳۴۴۰۴۵۰۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

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

میزان کل سرمایه ثابت به ریال = ۲۰۳۴۴۰۴۵۰۰۰۰

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

Table 11: Working capital components for 3 months (Rials)

ردیف	شرح سرمایه در گردش	هزینه (ریال)
۱	هزینه مواد اولیه و بسته بندی	۳۷۷۰۳۶۲۰۵۰۰
۲	هزینه حقوق و بیمه کارکنان	۱۰۶۵۵۰۸۸۷۰۵۰۰
۴	هزینه تامین انواع انرژی	۳۴۰۵۰۰۰۰۰۰
۶	هزینه‌های فروش و بازاریابی	۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۷	هزینه‌های پیش بینی نشده	۱۰۸۰۳۸۷۰۵۰۰
	جمع	۲۰۲۷۶۰۱۳۷۰۵۰۰

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 = ۲۰۲۷۶۰۱۳۷۰۵۰۰

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) = ۴۰۶۲۰۵۸۷۰۵۰۰

جدول ۱۲: هزینه‌های ثابت (ریال)

Table 12: Fixed costs (Rials)

ردیف	شرح هزینه‌های ثابت	هزینه کل (ریال)
۱	حقوق و دستمزد	۱۰۴۵۷۰۵۵۰۰۰۰۰
۲	مصرف انرژی	۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۳	تعمیر و نگهداری	۱۵۰۰۹۴۵۰۰۰۰
۴	استهلاک	۱۵۰۰۹۴۵۰۰۰۰
۵	هزینه‌های ثابت غیر قابل پیش‌بینی (۱۰٪ جمع هزینه‌های فوق)	۱۷۷۰۷۴۴۰۰۰
۶	جمع	۱۰۹۵۵۰۱۸۴۰۰۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق

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

$$\text{میزان کل هزینه ثابت (ریال)} = ۱,۹۵۵,۱۸۴,۰۰۰$$

جدول ۱۳: هزینه‌های متغیر (ریال)

Table 13: Variable costs (Rials)

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:

$$\text{میزان کل هزینه متغیر (ریال)} = ۶,۱۴۴,۶۰۰,۰۰۰$$

جدول ۱۴: میزان کل هزینه‌ها (ریال)

Table 14: Total expenditure (Rials)

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 ۱۰۰,۰۰۰ ریال بوده که پیش‌بینی 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 که یکی از عوامل مهم در ارزیابی اقتصادی پروژه‌ها است در این طرح نقطه عملکرد سربه 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.

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

قیمت فروش براساس قیمت متوسط محصولات مشابه برابراست با (ریال): ۱۰۰,۰۰۰

پیش بینی فروش سالیانه (ریال): ۱۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

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

میزان فروش در نقطه سربه سر (ریال): ۴,۴۲۹,۵۰۰,۰۰۰

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 در صد 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)
Table 15: 5-Year Profit and Loss Statement (Million Rials)

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	۸,۰۹۹	۲۹۰۰
۱۳۹۶	کیف	۱۲۱۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۱۲۱۰۰	۸,۰۹۹	۴۰۰۰
۱۳۹۷	کیف	۱۳۳۱۰	۱۰۰,۰۰۰	۱۳۳۱۰	۸,۰۹۹	۵۲۱۰
۱۳۹۸	کیف	۱۴۶۴۱	۱۰۰,۰۰۰	۱۴۶۴۱	۸,۰۹۹	۶۵۴۱
۱۳۹۹	کیف	۱۶۱۰۵	۱۰۰,۰۰۰	۱۶۱۰۵	۸,۰۹۹	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.

$$\frac{4,620,587,500}{2,900,216,000} = 1,6 \quad \text{دوره برگشت سرمایه :}$$

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 Persian).

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 Persian).

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 Persian).

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 Persian).

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 Persian).

Ghaderzade, H., Ganji, S., & Ganji, A. (2017). Determine the cost and share of cost factors in the production of potatoes (Case study: Gorveh and Dehgolan 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 Persian).

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

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 Persian).

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 Persian).

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 Persian).

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

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 Persian).

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 (Mehrbano) (Phase I: Production of bag with Jajim fabric). Academic Jihad of Razavi Khorasan. (In Persian).

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 Persian).

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 Persian).

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 Persian).

Yavari, H. (2013). A knowledgement of handicrafts of Iran, (5th ed.). Tehran: Mahkameh publication. (In Persian).

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 Persian).