

فرم پیشنهادیه طرح پژوهشی

فرم پیشنهادی طرح پژوهشی زیر دارای سه قسمت 1- اطلاعات مربوط به طرح دهنده و همکاران، 2- اطلاعات مربوط به طرح و 3- اطلاعات مربوط به هزینه‌ها، است. با توجه به آنکه پیشنهادیه طرح پژوهشی **ملاک تصمیم‌گیری** شورای پژوهشی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران است ضروری می‌نماید تمامی قسمت‌ها به‌دقت توسط مجری تکمیل گردد.

لطفاً علاوه بر تکمیل فرم زیر، رزومه مجری طرح پژوهشی پیشنهادی نیز ضمیمه پروپوزال گردد.

قسمت اول: اطلاعات مربوط به طرح دهنده و همکاران

1- عنوان طرح پژوهشی و نوع طرح:

1-1- عنوان به فارسی:

تدوین سند راهبردی هنر - صنعت فرش دستباف ایران: تحلیل بازارها و توسعه استراتژی‌های رقابتی

1-2- عنوان به انگلیسی:

Strategic Planning for Iran's Hand-Woven Carpet Industry: Market Analysis and Competitive Strategy Development

1-3- واژگان کلیدی:

بازارهای جهانی، تحلیل SWOT، استراتژی‌های بازاریابی، آینده‌پژوهی، هنر - صنعت فرش دستباف ایران

1-4- نوع طرح (انتظار می‌رود طرح پژوهشی به موضوعی کاربردی بپردازد که دستاوردهای آن دربرگیرنده نکات خاص و خروجی‌های ارزشمند برای نظام سیاست‌گذاری باشد و به حل مشکلات و معضلات اقتصادی کشور به‌ویژه مشکلات فعالان اقتصادی در بخش خصوصی کمک کند):

2- نام و نام خانوادگی طرح دهنده: اکرم اکبری (دانشگاه تبریز)

3- نشانی و شماره تلفن: دانشگاه تبریز. 09146604886

4- شغل و سمت فعلی طرح دهنده: عضو هیات علمی دانشگاه

5- درجات علمی و سوابق تحصیلی طرح دهنده (به ترتیب از لیسانس به بالا):

درجه تحصیلی	رشته تحصیلی و تخصصی	دانشگاه	کشور	سال دریافت
لیسانس	علوم اقتصادی	پیام نور تبریز	ایران	1388
فوق لیسانس	اقتصاد - توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی	دانشگاه تبریز	ایران	1391

دکتری	علوم اقتصادی-اقتصادسنجی	دانشگاه تبریز	ایران	1398
فوق دکتری	خلاقیت سازمانی	دانشگاه تبریز	ایران	1403
فوق لیسانس دوم	علوم شناختی و هوش مصنوعی	دانشگاه هنر اسلامی تبریز	ایران	1403

6- سوابق اجرایی

سمت و نوع کار	مدت		نام موسسه	شهر و کشور
	از تاریخ	تا تاریخ		
عضو هیات علمی	1403	تاکنون	دانشگاه تبریز	تبریز- ایران
راهبر و دبیر زنجیره‌های ارزش استان	1402	تاکنون	استانداری آتش	تبریز- ایران
عامل توسعه خوشه فرش و تابلوفرش تبریز	1398	1401	شرکت شهرک‌های صنعتی استان	تبریز- ایران
ناظر خوشه باتیک	1401	1403	شرکت شهرک‌های صنعتی استان	تبریز- ایران

7- فعالیت‌های پژوهشی طرح دهنده¹:

7-1- مشخصات کامل انتشارات مهم علمی طرح دهنده و یا طرح‌های کاربردی اجرا شده

- Mohammadzadeh, P., Akbari, A., Bashiri, A., & Feddereke, J. (2024). Using the Hedonic Model to identify the determinants of hand-woven carpet prices in the Iranian market. *Economic Modeling* (Manuscript under review).
- Deldoost, M., Mohammadzadeh, P., Saeedi, M. T., & Akbari, A. (2019). The Cognitive Reflection Test and Numeracy as a Predictor of Students' Choice of Major in Undergraduate Programs. *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies (ECPS Journal)*, (19), 147-162.
- Deldoost, M., Mohammadzadeh, P., Akbari, A., & Saeedi, M. T. (2019). On the relationship between cognitive ability and field of study, *Global Journal of Psychology Research New Trends and Issues*, 9(1):1-007.

- محمدزاده، پرویز، متوسلی، محمود، بهشتی، محمدباقر و اکبری، اکرم (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر خلاقیت بر توسعه اقتصادی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران.
- محمدزاده، پرویز، متوسلی، محمود، بهشتی، محمدباقر و اکبری، اکرم (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر شاخص‌های خلاقیت بر توسعه اقتصادی در کشورهای منتخب، فصلنامه پژوهش‌های و سیاست‌های اقتصادی .

¹ در صورت امکان نسخه‌ای از نتایج کارهای پژوهشی خود را به پیوست این پرسش‌نامه ارسال نمایید.



- محمدزاده، پرویز، بهشتی، محمدباقر و اکبری، اکرم (1396)، علوم شناختی رویکردی برای تبیین رفتار اقتصادی مصرف کننده، فصلنامه تحقیقات اقتصادی.
- محمدزاده، پرویز، اکبری، اکرم و محرم جودی، نازیلا (1397)، بررسی تاثیر فضای کسب و کار بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب منطقه منا: رویکرد داده های تابلویی پویای فضایی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت کسب و کار، دانشگاه تبریز، تبریز.
- کازرونی، علیرضا، اکبری، اکرم و اشرفی، مهدی (1394)، بررسی تاثیر حقوق مالکیت معنوی و سرمایه انسانی بر نوآوری در کشورهای منطقه MENA، دومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران.
- اکبری، اکرم و محمدزاده، پرویز (1402)، *ابزارهای نوین تامین مالی صنعت قطعات خودرو بر اساس تحلیل زنجیره ارزش*، انتشارات نورعلم، تهران.
- محمدزاده، پرویز، صمدزاد، سعیده و کریمپور، سیروس (1402)، *مبانی اقتصادسنجی*، انتشارات نور علم، تهران.
- محمدزاده، پرویز، الماسی، حسن و اکبری، اکرم (1392)، *مدلسازی تقاضای گردشگری، پژوهشکده گردشگری، تهران*.
- **عامل توسعه** خوشه فرش و تابلوفرش تبریز (1398-1401)
- **ناظر** خوشه باتیک اسکو خوشه های کسب و کار استان آذربایجان شرقی (1401-1403)
- **مجری** طرح پایش 15 واحد صنعتی راکد و غیرفعال استان آذربایجان شرقی (1400)
- **مجری** طرح به روز رسانی نقشه خوشه های کسب و کار استان آذربایجان شرقی (1400)
- **مجری** طرح عارضه یابی 5 واحدهای تولیدی فرش، واحدهای ریسندگی، میل و کفش (1400)
- **مجری** طرح زنجیره ارزش صنایع و معادن اولویت دار استان (1400)
- **مجری** طرح امکان سنجی توسعه خوشه فرش و تابلو فرش تبریز (۱۳۹۷)
- **مجری** طرح اولویت بندی صنایع و معادن استان آذربایجان شرقی (۱۳۹۷)
- **مجری** طرح به روز رسانی نقشه خوشه های کسب و کار استان آذربایجان شرقی (۱۳۹۶)
- **مجری** طرح انجام خدمات مربوط به شکل گیری، ثبت و تدوین برنامه بازار برای کنسرسیوم صادراتی خوشه سنگ تبریز (1395)
- **همکار اصلی** طرح اصلاح سیستم مدیریت درآمد و هزینه شهرداری تبریز (1399)
- **همکار اصلی** طرح اشتغال روستایی استان آذربایجان شرقی (1399)
- **همکار اصلی** طرح ارزیابی جامع فنی، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی احداث کارخانه تولید مس کاند در مجتمع مس سونگون (1397)
- **همکار اصلی** طرح عارضه یابی سریع و اجرای پروژه های بهبود در ۵ واحد صنعتی خوشه های آجیل و خشکبار و سبزه و کشمش (۱۳۹۶)
- **همکار اصلی** طرح نیازسنجی آموزش های مهارتی برای 4 رشته صنعتی در راستای آموزش های مهارتی در شهرک سلیمی و فناوری خودرو (۱۳۹۵)
- **همکار اصلی** طرح روش های ارتقای نام و نشان تجاری محصولات خوشه های کسب و کار و روش های توانمندسازی بنگاه ها در راستای ارتقای سطح برند (۱۳۹۶)
- **همکار اصلی** طرح شناسایی و استخراج ظرفیت های جذب سرمایه گذاری و ارائه راهکارهای عملی جذب سرمایه گذاری خارجی در خوشه کسب و کار قطعات خودرو (1395).
- **همکار اصلی** بررسی تکنولوژی های صنعت بسته بندی در حوزه آجیل و خشکبار با رویکرد بین المللی (1395)
- **همکار اصلی** طرح تاثیر آموزش در ارتقای کارآفرینی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (1394).

2-7- طرح‌های پژوهشی در دست اجرا:

عنوان طرح	موسسه تأمین‌کننده اعتبار	تاریخ		محل اجرا
		شروع	پایان	
راهبر طرح توسعه زنجیره‌های ارزش استان آ.ش	وزارت کشور	1402	در حال اتمام	استان آ.ش
طراحی الگوی قابل پایش برای پیش‌بینی قیمت زمین شهری در ایران و تبیین تفاوت‌های منطقه‌ای	سازمان ملی زمین و مسکن	1401	در حال اتمام	ایران

8- **مشخصات همکاران اصلی** (ترکیب تیم پژوهشی باید متناسب با موضوع تحقیق باشد و از تخصص‌های مختلف مرتبط با موضوع بهره برده و در هماهنگی با جدول برآورد هزینه پرسنلی تنظیم شود):

قسمت دوم: اطلاعات مربوط به طرح

1- خلاصه طرح (حداکثر 100 کلمه)

این پژوهش با هدف تدوین یک سند راهبردی عملیاتی برای صنعت فرش دستباف ایران انجام می‌شود. تمرکز اصلی بر بهبود کیفیت تولید، کاهش هزینه‌ها، و افزایش بهره‌وری نیروی کار از طریق استفاده از تکنولوژی‌های نوین و آموزش‌های تخصصی است. همچنین، تحلیل بازارهای هدف و تدوین استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال برای افزایش صادرات و تقویت جایگاه فرش ایرانی در بازارهای جهانی مورد توجه قرار دارد. این سند به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا با ارائه راهکارهای موثر، رقابت‌پذیری و پایداری صنعت فرش دستباف را در بازارهای بین‌المللی افزایش دهند.

2- شرح کامل طرح (تعریف مسئله، فرضیات، هدف از اجرا و دلایل ضرورت انجام طرح)

1-2- تعریف مسئله:

هنر-صنعت فرش دستباف ایران به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین نمادهای فرهنگی و اقتصادی کشور، همواره نقش مهمی در معرفی فرهنگ ایرانی به جهانیان ایفا کرده است. فرش دستباف ایرانی نه تنها به‌عنوان یک محصول اقتصادی، بلکه به‌عنوان یک اثر هنری شناخته می‌شود که از جایگاه ویژه‌ای در بازارهای جهانی برخوردار است. این صنعت با قدمتی چند هزار ساله، نشان‌دهنده هویت فرهنگی و تاریخی ایران است. با این حال، در دهه‌های اخیر این صنعت با چالش‌های متعددی مواجه شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به مشکلات تولید، کاهش کیفیت، رقابت فزاینده در بازارهای بین‌المللی، و تغییرات در ترجیحات مصرف‌کنندگان اشاره کرد. این چالش‌ها، توان رقابتی این صنعت را کاهش داده و نیاز به بازنگری و تدوین استراتژی‌های جدید برای احیای آن را ضروری ساخته است.

مهم‌ترین چالش‌ها شامل موارد زیر است:

1. دسترسی به مواد اولیه:

➤ کاهش دسترسی به مواد اولیه با کیفیت بالا و افزایش قیمت‌ها، تأثیر مستقیمی بر کیفیت فرش‌های تولیدی داشته و رقابت‌پذیری این صنعت را کاهش داده است. ورود مواد اولیه با کیفیت پایین از سایر کشورها نیز بر این مسئله دامن زده است. گزارش‌های منتشر شده از سوی *International Trade Centre (ITC)* و *UNIDO* نشان می‌دهد که یکی از عوامل کلیدی در تضعیف رقابت‌پذیری فرش دستباف ایرانی، کاهش کیفیت مواد اولیه به دلیل واردات مواد ارزان‌تر و با کیفیت پایین‌تر از کشورهای دیگر است. (ITC, 2020; UNIDO, 2019)

2. کاهش نیروی کار ماهر:

➤ کاهش علاقه نسل جوان به حرفه بافندگی و شرایط کاری سخت، موجب کمبود نیروی انسانی ماهر شده است. این مسئله انتقال مهارت‌ها و تجربه‌های سنتی به نسل‌های بعدی را نیز به خطر انداخته است. براساس گزارش‌های *International Labour Organization (ILO)* کاهش دستمزدها و شرایط نامناسب کاری در این صنعت، انگیزه نیروی کار جوان را برای ورود به این حوزه کاهش داده و در نتیجه، کمبود نیروی کار ماهر به یکی از چالش‌های اساسی این صنعت تبدیل شده است. (ILO, 2021)

3. مشکلات صادرات:

➤ تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی و محدودیت‌های ارزی، توانایی صادرات این صنعت را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. علاوه بر این، تعرفه‌های بالای گمرکی و مقررات پیچیده در بازارهای هدف، هزینه‌های صادرات را افزایش داده و رقابت‌پذیری فرش ایرانی را کاهش داده است. گزارش‌های منتشر شده از سوی *World Trade Organization (WTO)* و *World Bank* نشان می‌دهد که تحریم‌های اقتصادی، یکی از موانع اصلی صادرات فرش دستباف ایرانی به بازارهای جهانی بوده است که منجر به کاهش شدید درآمدهای ارزی در این بخش شده است. (WTO, 2021; World Bank, 2020)

4. تغییرات در ترجیحات مصرف‌کنندگان:

➤ تغییرات در سبک زندگی و ترجیحات مصرف‌کنندگان جهانی به سمت محصولات مدرن‌تر، تقاضا برای فرش‌های دستباف سنتی را کاهش داده است. این تغییرات، نیاز به بازنگری در طراحی و بازاریابی فرش دستباف را نشان می‌دهد. تحقیقات انجام شده توسط *McKinsey & Company* نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان در بازارهای بین‌المللی به‌ویژه در اروپا و آمریکای شمالی، به دنبال محصولاتی هستند که علاوه بر زیبایی، دارای ویژگی‌های کاربردی نیز باشند و این مسئله باعث شده است که فرش‌های دستباف سنتی با کاهش تقاضا مواجه شوند. (McKinsey, 2020)

5. فقدان استراتژی‌های بازاریابی مؤثر:

➤ عدم استفاده از استراتژی‌های بازاریابی نوین و تکنولوژی‌های پیشرفته مانند واقعیت افزوده، فروش آنلاین و شبکه‌های اجتماعی، منجر به کاهش نفوذ فرش ایرانی در بازارهای بین‌المللی شده است. *Accenture* در یکی از گزارش‌های خود تأکید کرده است که بهره‌گیری از تکنولوژی‌های دیجیتال و بازاریابی آنلاین، می‌تواند به بهبود جایگاه فرش دستباف ایرانی در بازارهای جهانی کمک کند و سهم بازار را افزایش دهد. (Accenture, 2021)

این چالش‌ها نشان می‌دهند که برای احیای صنعت فرش دستباف ایران، نیاز به یک بازنگری اساسی در روش‌ها و استراتژی‌های فعلی وجود دارد. مسأله اصلی این است که چگونه می‌توان با تدوین و اجرای یک سند راهبردی جامع، این چالش‌ها را برطرف کرد و شرایط را برای رشد پایدار این صنعت فراهم نمود.

در این مطالعه، ما به دنبال آن هستیم که با تحلیل دقیق و جامع وضعیت فعلی صنعت فرش دستباف، نقاط ضعف و قوت، تهدیدها و فرصت‌های موجود را شناسایی کنیم و راهکارهای عملیاتی و مؤثری را برای رفع این مشکلات ارائه دهیم. اقدامات پیشنهادی شامل:

✚ تحلیل بازارهای داخلی و بین‌المللی: شناسایی بازارهای هدف و بررسی نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان، به‌منظور تدوین استراتژی‌های بازاریابی متناسب با هر بازار. این تحلیل‌ها بر اساس داده‌های به‌روز شده از گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی مانند ITC و OECD انجام خواهد شد. (ITC, 2022; OECD, 2021)

✚ شناسایی و کاهش موانع صادراتی: تحلیل قوانین و مقررات گمرکی، تعرفه‌ها و تحریم‌ها، و پیشنهاد راهکارهایی برای تسهیل فرآیند صادرات و کاهش هزینه‌های مرتبط. این بخش بر اساس اطلاعات منتشر شده از سوی WTO و World Bank تدوین خواهد شد. (WTO, 2022; World Bank, 2021)

✚ بهبود کیفیت تولید و افزایش بهره‌وری: استفاده از تکنولوژی‌های نوین در فرآیند تولید، بهبود دسترسی به مواد اولیه با کیفیت، و افزایش بهره‌وری نیروی کار از طریق آموزش‌های تخصصی و حمایت‌های مالی. این اقدامات بر اساس پیشنهادات ارائه شده در گزارش‌های UNIDO و ILO انجام خواهد شد. (UNIDO, 2022; ILO, 2021)

✚ توسعه استراتژی‌های بازاریابی نوین: استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته مانند واقعیت افزوده و فروش آنلاین، تبلیغات هدفمند در بازارهای بین‌المللی و ایجاد برندینگ قوی برای فرش دستباف ایرانی. این بخش از مطالعه با استناد به تحلیل‌های ارائه شده در گزارش‌های McKinsey و Accenture تدوین خواهد شد. (McKinsey, 2021; Accenture, 2021)

با اجرای این اقدامات، انتظار می‌رود که صنعت فرش دستباف ایران بتواند جایگاه خود را در بازارهای جهانی بازباید و به‌عنوان یک صنعت پویا و رقابت‌پذیر، نقشی کلیدی در اقتصاد کشور ایفا کند. این سند راهبردی نه تنها به حفظ و ارتقای ارزش فرهنگی فرش دستباف کمک خواهد کرد، بلکه به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، افزایش درآمد ملی، و توسعه پایدار این صنعت نیز منجر خواهد شد.

2-2- فرضیات یا سؤال‌هایی که پژوهش به آن‌ها می‌خواهد جواب بدهد (لطفاً مهم‌ترین سؤالاتی که این مطالعه درصدد پاسخگویی به آن‌ها هست در این قسمت ذکر شوند):

هدف کلی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، تدوین یک سند راهبردی جامع برای صنعت فرش دستباف ایران است که بتواند چالش‌های کنونی این صنعت را شناسایی و برطرف کند و شرایط را برای رشد پایدار و تقویت جایگاه فرش دستباف ایرانی در بازارهای داخلی و بین‌المللی فراهم نماید. این سند راهبردی به‌عنوان نقشه راهی عملیاتی، مسیر توسعه صنعت فرش دستباف را در مواجهه با چالش‌های اقتصادی، فرهنگی، و تکنولوژیکی ترسیم خواهد کرد.

اهداف جزئی پژوهش

1. تحلیل بازارهای داخلی و بین‌المللی:

- ✚ شناسایی بازارهای هدف با استفاده از معیارهای مشخص از جمله پتانسیل اقتصادی، روندهای مصرف، ترجیحات فرهنگی، و موانع تجاری.
- ✚ بررسی نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان در بازارهای منتخب.
- ✚ تحلیل روندهای مصرف و تغییرات در تقاضا برای فرش دستباف ایرانی در این بازارها.
- ✚ بررسی تأثیرات قوانین و مقررات تجاری بر صادرات فرش دستباف ایرانی و تدوین استراتژی‌های متناسب برای هر بازار.

2. شناسایی موانع صادراتی و ارائه راهکارها:

- ✚ تحلیل مشکلات مرتبط با تحریم‌ها، تعرفه‌ها، و موانع گمرکی که مانع از صادرات فرش دستباف ایرانی به بازارهای جهانی می‌شوند.
- ✚ ارائه راهکارهایی برای تسهیل فرآیند صادرات و کاهش هزینه‌های مرتبط با آن، از جمله استفاده از توافق‌نامه‌های تجاری و تسهیلات گمرکی.

3. بهبود کیفیت تولید و افزایش بهره‌وری:

- ✚ استفاده از تکنولوژی‌های نوین در فرآیند تولید برای بهبود کیفیت فرش‌های تولیدی و افزایش کارایی تولید.
- ✚ افزایش بهره‌وری نیروی کار از طریق آموزش‌های تخصصی و بهبود شرایط کاری، به منظور ارتقای کیفیت محصولات و کاهش هزینه‌های تولید.
- ✚ ایجاد ارتباطات مؤثر میان تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان مواد اولیه برای بهبود دسترسی به مواد با کیفیت و پایدار.

4. توسعه استراتژی‌های بازاریابی نوین:

- ✚ بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین مانند واقعیت افزوده و فروش آنلاین برای بهبود بازاریابی فرش دستباف ایرانی و تقویت حضور در بازارهای بین‌المللی.
- ✚ توسعه استراتژی‌های بازاریابی هدفمند و تبلیغات دیجیتال که با ویژگی‌ها و ترجیحات هر بازار همخوانی داشته باشد.
- ✚ ایجاد برندینگ قوی برای فرش دستباف ایرانی به منظور تقویت هویت فرهنگی و هنری آن در بازارهای جهانی و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به ارزش‌های این هنر-صنعت.



1. سوال اول: چه عواملی منجر به ارتقای کیفیت تولید و افزایش رقابت‌پذیری فرش دستباف ایرانی در بازارهای جهانی می‌شود؟

2. سوال دوم: چگونه می‌توان سهم ایران را از بازار جهانی فرش دستباف افزایش داد؟

3. سوال سوم: چه عواملی منجر به ارتقای کیفیت تولید و کاهش هزینه‌ها در صنعت فرش دستباف می‌شود؟

4. سوال چهارم: چگونه می‌توان با استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی، نفوذ فرش دستباف ایرانی در بازارهای بین‌المللی را افزایش داد؟

2-3- هدف از اجرا:

هدف اصلی این پژوهش، تدوین یک سند راهبردی جامع و کاربردی برای صنعت فرش دستباف ایران است که بتواند به بهبود وضعیت فعلی این صنعت و افزایش رقابت‌پذیری آن در بازارهای داخلی و بین‌المللی کمک کند. این سند راهبردی به‌عنوان نقشه‌ای برای توسعه پایدار این صنعت عمل خواهد کرد و بر چهار حوزه کلیدی تمرکز دارد:

1. تحلیل جامع بازارهای هدف و نیازهای مصرف‌کنندگان:

✚ شناسایی دقیق بازارهای هدف با پتانسیل بالا برای صادرات فرش دستباف ایرانی.

✚ تحلیل روندهای مصرف و تغییرات در تقاضا در این بازارها، با توجه به ترجیحات فرهنگی و اقتصادی مصرف‌کنندگان.

✚ ارائه توصیه‌هایی برای بهبود تطابق محصولات ایرانی با نیازهای بازارهای هدف.

2. ارتقای کیفیت تولید و کاهش هزینه‌ها:

✚ بررسی راهکارهای استفاده از تکنولوژی‌های نوین در فرآیند تولید به‌منظور بهبود کیفیت فرش‌های تولیدی.

✚ تحلیل مدل‌های بهره‌وری نیروی کار و ارائه راهکارهایی برای افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید.

✚ بهبود دسترسی به مواد اولیه با کیفیت و ایجاد ارتباطات مؤثر میان تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان.

3. توسعه و بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی:

✚ بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین و ابزارهای دیجیتال برای بهبود بازاریابی فرش دستباف ایرانی.

✚ تدوین استراتژی‌های بازاریابی هدفمند بر اساس تحلیل‌های دقیق از رفتار مصرف‌کنندگان در بازارهای هدف.

✚ تقویت برند فرش دستباف ایرانی در بازارهای جهانی و ارتقای شناخت مصرف‌کنندگان نسبت به ارزش‌های فرهنگی و هنری آن.

4. کاهش موانع صادراتی و بهبود فرآیندهای گمرکی:

✚ شناسایی و تحلیل موانع صادراتی از جمله تعرفه‌ها، مقررات گمرکی، و تحریم‌های اقتصادی.

✚ ارائه راهکارهایی برای کاهش این موانع و تسهیل فرآیندهای صادراتی با استفاده از توافق‌نامه‌های تجاری و مشوق‌های صادراتی.

✚ همکاری با نهادهای دولتی و بین‌المللی برای بهبود شرایط صادرات و افزایش سهم ایران از بازارهای جهانی.

این اهداف به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که با اجرای آن‌ها، صنعت فرش دستباف ایران بتواند به رقابتی‌ترین شکل ممکن در بازارهای جهانی حضور یابد و سهم بیشتری از این بازارها را به خود اختصاص دهد.

4-2- دستاوردهای کاربردی طرح:

این پژوهش با تدوین و ارائه یک سند راهبردی جامع برای صنعت فرش دستباف ایران، به دستاوردهای متعددی دست خواهد یافت که می‌تواند به‌طور مستقیم بر بهبود وضعیت این صنعت و تقویت جایگاه ایران در بازارهای جهانی تاثیرگذار باشد.

1-4-2- نتایج طرح تا چه اندازه در جهت تجهیز و تقویت نظام تصمیم‌گیری کشور مؤثر خواهد بود؟

نتایج این پژوهش به‌طور مستقیم در تجهیز و تقویت نظام تصمیم‌گیری کشور مؤثر خواهد بود. با ارائه تحلیل‌های دقیق از بازارهای هدف و چالش‌های موجود، این پژوهش به سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کشور کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌تری در زمینه حمایت از صنعت فرش دستباف اتخاذ کنند. به‌عنوان مثال:

✚ تدوین سیاست‌های حمایتی: نتایج این پژوهش می‌تواند مبنای تدوین سیاست‌های حمایتی جدید برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف قرار گیرد، از جمله سیاست‌های مالیاتی، مشوق‌های صادراتی، و تسهیلات گمرکی.

✚ اصلاح مقررات تجاری: با توجه به تحلیل‌های ارائه‌شده در این پژوهش، می‌توان مقررات تجاری و گمرکی را به گونه‌ای اصلاح کرد که فرآیندهای صادراتی تسهیل شود و موانع کمتری بر سر راه صادرکنندگان قرار گیرد.

✚ تقویت روابط بین‌المللی: نتایج این پژوهش می‌تواند به تقویت روابط تجاری بین‌المللی و انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری جدید با کشورهای هدف منجر شود که به نوبه خود شرایط بهتری برای صادرات فرش دستباف ایرانی فراهم می‌کند.

2-4-2- نتایج طرح، چه ایده جدید، نکات و ویژگی‌هایی را برای سیاست‌گذاران و نظام سیاست‌گذاری کشور در بر خواهد داشت؟

این پژوهش با ارائه ایده‌های جدید و نوآورانه، به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا رویکردهای مدرن‌تری را برای توسعه صنعت فرش دستباف اتخاذ کنند. برخی از این ایده‌ها عبارت‌اند از:

استفاده از تکنولوژی های پیشرفته: پیشنهاد استفاده از تکنولوژی های نوین در فرآیندهای تولید و بازاریابی که می تواند به بهبود کیفیت محصول، کاهش هزینه ها، و افزایش جذابیت محصولات ایرانی در بازارهای بین المللی کمک کند.

بهره گیری از بازاریابی دیجیتال: توسعه استراتژی های بازاریابی دیجیتال که از طریق تحلیل دقیق رفتار مصرف کنندگان در بازارهای هدف، به افزایش فروش و تقویت برند فرش دستباف ایرانی کمک می کند.

مدیریت پایدار منابع: پیشنهاد راهکارهایی برای مدیریت پایدار منابع و کاهش اثرات زیست محیطی تولید فرش دستباف، که به ویژه در بازارهای بین المللی با تقاضای بالای محصولات دوستدار محیط زیست، مزیت رقابتی ایجاد می کند.

3-4-2- دستاوردهای طرح چه مشکل و یا معضل اقتصادی کشور را برطرف خواهد نمود؟

دستاوردهای این پژوهش می تواند به حل برخی از معضلات اقتصادی کشور کمک کند. به ویژه:

افزایش صادرات و بهبود تراز تجاری: با کاهش موانع صادراتی و تسهیل فرآیندهای گمرکی، صادرات فرش دستباف افزایش خواهد یافت که به بهبود تراز تجاری کشور کمک می کند.

ایجاد اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی: با بهبود شرایط کاری و افزایش بهره وری نیروی کار، اشتغال در این صنعت افزایش خواهد یافت که می تواند به کاهش نرخ بیکاری و بهبود وضعیت اقتصادی کشور کمک کند.

افزایش درآمد ارزی: توسعه صادرات فرش دستباف و افزایش سهم ایران از بازارهای جهانی، به افزایش درآمد ارزی کشور کمک خواهد کرد که این امر می تواند در شرایط فعلی اقتصاد کشور بسیار حائز اهمیت باشد.

5-2- جنبه های نوآوری طرح در مقایسه با کارهای مشابه انجام شده:

این پژوهش از چندین جنبه نوآوری برخوردار است که آن را از پژوهش های مشابه متمایز می کند:

رویکرد ترکیبی و جامع: استفاده از یک رویکرد ترکیبی (کیفی و کمی) که تمامی جوانب صنعت فرش دستباف را به طور جامع پوشش می دهد. این رویکرد به پژوهشگران امکان می دهد تا به طور دقیق تری به تحلیل چالش ها و ارائه راهکارهای عملی بپردازند.

تمرکز بر تحلیل رفتار مصرف کننده: استفاده از جلسات گروه های متمرکز برای تحلیل دقیق تر رفتار مصرف کنندگان در بازارهای هدف. این تحلیل ها به پژوهشگران کمک می کند تا استراتژی های بازاریابی موثرتری برای جذب و حفظ مشتریان در بازارهای بین المللی طراحی کنند.

نوآوری در مدل سازی و پیش بینی: بهره گیری از مدل های پیشرفته اقتصادی و آماری برای پیش بینی دقیق روندهای آتی و تحلیل تأثیرات محیطی بر صنعت فرش دستباف. این مدل ها به سیاست گذاران کمک می کند تا تصمیمات آگاهانه تری برای توسعه این صنعت اتخاذ کنند.

توجه به پایداری و محیط زیست: ارزیابی تأثیرات زیست محیطی تولید فرش دستباف و ارائه راهکارهایی برای بهبود پایداری در این صنعت، که می تواند به افزایش جذابیت محصولات ایرانی در بازارهای حساس به مسائل زیست محیطی کمک کند.

استفاده از تکنولوژی های نوین در تولید و بازاریابی: پیشنهاد استفاده از تکنولوژی های نوین در فرآیندهای تولید و بازاریابی، که می تواند به بهبود کیفیت محصول، کاهش هزینه ها، و افزایش رقابت پذیری محصولات ایرانی در بازارهای جهانی کمک کند.

توجه به جنبه‌های عملیاتی و کاربردی بودن خروجی تحقیق: در این تحقیق سعی خواهد شد ضمن ارائه تحلیل‌های میدانی از صنعت فرش دستباف و شناسایی چالش‌های پیش روی آن و با در نظر گرفتن تحولات آتی این صنعت، برنامه‌های عملیاتی و کاربردی ارائه شود.

6-2- نتایج طرح در رابطه با نظام تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری کشور (آیا می‌توان آن را به صورت لایحه یا طرح بکار گرفت):

نتایج این پژوهش نه تنها به بهبود وضعیت صنعت فرش دستباف ایران کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به‌طور مستقیم در تدوین سیاست‌های ملی و تصمیم‌گیری‌های کلان کشور مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به تحلیل‌های ارائه‌شده و راهکارهای پیشنهادی، این نتایج قابلیت تبدیل به لوایح و طرح‌های قانونی را دارند که می‌تواند به صورت عملیاتی در حمایت از این صنعت به کار گرفته شود.

موارد کاربردی شامل:

اصلاح قوانین و مقررات: نتایج این پژوهش می‌تواند به اصلاح قوانین و مقررات مرتبط با صادرات و تجارت فرش دستباف منجر شود. به عنوان مثال، پیشنهادات مربوط به کاهش موانع صادراتی و تسهیل فرآیندهای گمرکی می‌تواند در قالب لوایح قانونی به مجلس ارائه شود.

تدوین سیاست‌های حمایتی: با توجه به یافته‌های این پژوهش، می‌توان سیاست‌های حمایتی جدیدی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف تدوین کرد که شامل مشوق‌های مالیاتی، تسهیلات بانکی، و حمایت‌های گمرکی است.

تقویت روابط بین‌المللی: نتایج این پژوهش می‌تواند به تقویت روابط تجاری بین‌المللی و انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری جدید با کشورهای هدف منجر شود که به نوبه خود شرایط بهتری برای صادرات فرش دستباف ایرانی فراهم می‌کند.

پایداری و محیط‌زیست: با استفاده از نتایج این پژوهش، می‌توان سیاست‌هایی را تدوین کرد که به کاهش اثرات زیست‌محیطی تولید فرش دستباف کمک کرده و تولید پایدار را ترویج دهد. این امر می‌تواند جایگاه ایران را در بازارهای جهانی تقویت کند و به توسعه صنعت فرش دستباف با رویکردهای زیست‌محیطی کمک کند.

ایجاد اجماع برای اقدام: در این مطالعه سعی خواهد شد تا با رویکرد مشارکت ذینفعان، نخبگان، سیاست‌گذاران و ذی‌ربطان یک برنامه عملیاتی تدوین شود که مورد وفاق و اجماع عموم قرار بگیرد تا ضمانت اجرایی طرح افزایش یابد.

3- توضیح دقیق و مشروح روش پژوهش و تکنیک‌های اجرایی:

1-3- روش پژوهش مورد استفاده در مطالعه پیشنهادی:

این پژوهش از یک رویکرد چندوجهی (Mixed-Methods Approach) بهره می‌برد که شامل ترکیب روش‌های کیفی و کمی است. این رویکرد به منظور بهره‌برداری از مزایای هر دو روش و به دست آوردن نتایج جامع‌تر انتخاب شده است. جزئیات روش‌های مورد استفاده به شرح زیر است:

1. روش‌های کیفی:

مصاحبه‌های عمیق (In-depth Interviews): این مصاحبه‌ها با کارشناسان و فعالان صنعت فرش دستباف انجام می‌شود تا به درک عمیق‌تری از چالش‌ها، فرصت‌ها و دینامیک‌های داخلی این صنعت برسیم. مصاحبه‌ها با پرسش‌های نیمه ساختاریافته طراحی می‌شوند تا هم امکان هدایت بحث به سمت موضوعات مهم وجود داشته باشد و هم مصاحبه‌شونده بتواند به صورت آزادانه به اشتراک‌گذاری تجربیات و نظرات خود بپردازد.

گروه‌های متمرکز (Focus Groups): جلسات گروه‌های متمرکز با مصرف‌کنندگان نهایی و خریداران عمده فرش دستباف برگزار می‌شود. هدف از این جلسات بررسی نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان در بازارهای هدف و جمع‌آوری داده‌های کیفی در مورد واکنش آن‌ها به محصولات و استراتژی‌های بازاریابی پیشنهادی است.

2. روش‌های کمی:

تحلیل ثانویه داده‌ها (Secondary Data Analysis): استفاده از داده‌های موجود از منابع معتبر مانند گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی (ITC)، OECD، WTO، پایگاه‌های داده آماری (Statista)، (Euromonitor)، و گزارش‌های بازار برای شناسایی الگوهای کلیدی، روندهای مصرف و تغییرات در تقاضا.

مدل‌سازی کمی و پیش‌بینی (Quantitative Modeling and Forecasting): این بخش شامل استفاده از مدل‌های آماری و اقتصادی برای تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی روندهای آتی است. این مدل‌ها به‌منظور تحلیل تأثیرات احتمالی متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر صنعت فرش دستباف ایران استفاده می‌شوند.

2-3- مراحل انجام طرح:

مراحل انجام طرح به‌صورت دقیق برنامه‌ریزی شده است تا تمامی جنبه‌های پژوهش به‌صورت سیستماتیک و منظم پیش برود. هر مرحله با دقت اجرا می‌شود تا اطمینان حاصل شود که نتایج به‌دست‌آمده معتبر و قابل اعتماد هستند.

1. مرحله اول: تحلیل اولیه داده‌ها

جمع‌آوری داده‌های ثانویه: در این مرحله، داده‌های موجود از منابع معتبر جمع‌آوری می‌شوند. این داده‌ها شامل اطلاعاتی از گزارش‌های بین‌المللی، داده‌های اقتصادی، و آمارهای مرتبط با بازارهای هدف و صنعت فرش دستباف هستند. پژوهشگران از ابزارهای مختلفی برای دستیابی به این داده‌ها استفاده می‌کنند، مانند پایگاه‌های داده آنلاین، بانک‌های اطلاعاتی اقتصادی، و گزارش‌های تجاری.

تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده: داده‌های جمع‌آوری‌شده با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل آماری مانند Stata، و Python تحلیل می‌شوند. در این مرحله، تحلیل‌های اولیه برای شناسایی الگوهای مصرف، تغییرات در تقاضا، و موانع صادراتی انجام می‌شود. داده‌ها به‌صورت نمودارها و جداول تحلیلی نمایش داده می‌شوند تا روندهای کلیدی به‌طور واضح مشخص شود.

2. مرحله دوم: انجام مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های متمرکز

انتخاب نمونه‌ها: در این مرحله، نمونه‌های مورد نظر برای مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های متمرکز انتخاب می‌شوند. این نمونه‌ها شامل کارشناسان صنعت فرش، تولیدکنندگان، صادرکنندگان و نمایندگان مصرف‌کنندگان در بازارهای هدف هستند. انتخاب نمونه‌ها بر اساس معیارهایی مانند تجربه، تخصص و دسترسی به اطلاعات کلیدی انجام می‌شود.

اجرای مصاحبه‌ها و گروه‌های متمرکز: مصاحبه‌های عمیق به‌صورت فردی و با استفاده از پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته انجام می‌شوند. گروه‌های متمرکز با حضور 6-10 نفر از مصرف‌کنندگان نهایی و خریداران عمده برگزار می‌شوند. این جلسات با استفاده از تکنیک‌های تسهیل‌گری حرفه‌ای هدایت می‌شوند تا اطلاعات دقیقی در مورد نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان جمع‌آوری شود.

تحلیل محتوا: محتوای مصاحبه‌ها و جلسات گروه‌های متمرکز به‌صورت سیستماتیک تحلیل می‌شوند. از نرم‌افزارهای تحلیل محتوای کیفی مانند Maxqda برای کدگذاری و تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. نتایج تحلیل به‌صورت گزارش‌های تفسیری ارائه می‌شود که شامل یافته‌های کلیدی و توصیه‌های اجرایی است.

3. مرحله سوم: تحلیل SWOT و PESTEL

تحلیل SWOT: این تحلیل برای شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت فرش دستباف ایران انجام می‌شود. داده‌های به‌دست‌آمده از مراحل قبلی برای تدوین ماتریس SWOT به‌کار می‌روند. این تحلیل به‌طور خاص بر شناسایی مزیت‌های رقابتی فرش دستباف ایرانی و تهدیدهای خارجی موجود در بازارهای هدف تمرکز دارد.

تحلیل PESTEL: در این تحلیل، عوامل کلان محیطی که می‌توانند بر صنعت فرش دستباف تاثیر بگذارند، شناسایی و ارزیابی می‌شوند. این عوامل شامل عوامل سیاسی (مانند تحریم‌ها و سیاست‌های دولتی)، اقتصادی (مانند نرخ ارز و شرایط بازار)، اجتماعی (مانند تغییرات فرهنگی و سبک زندگی)، تکنولوژیکی (مانند نوآوری‌های تولید و بازاریابی)، محیط‌زیستی (مانند پایداری تولید)، و قانونی (مانند قوانین و مقررات صادرات) می‌شوند.

4. مرحله چهارم: مدل‌سازی کمی و پیش‌بینی

جمع‌آوری داده‌های کمی: در این مرحله، داده‌های اقتصادی و تجاری از منابع معتبر جمع‌آوری می‌شوند. این داده‌ها شامل شاخص‌های اقتصادی، حجم تجارت، نرخ ارز، و قیمت‌گذاری در بازارهای هدف می‌باشند.

مدل‌سازی و تحلیل: با استفاده از مدل‌های آماری و اقتصادی، تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی روندهای آتی انجام می‌شود. مدل‌هایی مانند رگرسیون چندمتغیره، تحلیل سری‌های زمانی، و مدل‌های ARIMA و GARCH برای پیش‌بینی نوسانات بازار به‌کار گرفته می‌شوند.

تدوین سناریوهای مختلف: بر اساس نتایج مدل‌سازی، سناریوهای مختلفی برای آینده صنعت فرش دستباف تدوین می‌شود. این سناریوها شامل سناریوهای رشد، رکود و تثبیت می‌باشد. هر سناریو از نظر تاثیرات احتمالی بر تولید، بازاریابی و صادرات فرش دستباف ارزیابی شده و بهترین راهکارها برای مواجهه با هر سناریو پیشنهاد می‌شود.

5. مرحله پنجم: تدوین سند راهبردی و ارائه راهکارها

تلفیق نتایج: نتایج تمامی مراحل پژوهش تلفیق شده و در قالب یک سند راهبردی جامع ارائه می‌شود. این سند شامل تحلیل‌های به‌دست‌آمده از داده‌ها، نتایج مدل‌سازی‌ها، و توصیه‌های استراتژیک است.

ارائه راهکارها: راهکارهای عملیاتی برای بهبود و توسعه صنعت فرش دستباف ایران بر اساس تحلیل‌های انجام‌شده ارائه می‌شود. این راهکارها شامل پیشنهادات برای بهبود تولید، بازاریابی و صادرات، و بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی‌شده در بازارهای هدف است.

زمان‌بندی و اجرای استراتژی‌ها: برنامه‌ای دقیق برای پیاده‌سازی استراتژی‌های پیشنهادی تدوین می‌شود که شامل زمان‌بندی مراحل اجرا، تخصیص منابع، و ارزیابی پیشرفت می‌باشد. این بخش به‌صورت یک برنامه عملیاتی با زمان‌بندی مشخص ارائه خواهد شد.

3-3- جنبه‌های نوآوری روش پژوهش:

این پژوهش چندین جنبه نوآورانه دارد که به کارآمدی و دقت بیشتر نتایج آن کمک می‌کند:

رویکرد ترکیبی: استفاده از یک رویکرد ترکیبی (کیفی و کمی) که به‌طور هم‌زمان به بررسی جنبه‌های مختلف صنعت فرش دستباف می‌پردازد. این رویکرد امکان تحلیل دقیق‌تر و چندبعدی را فراهم می‌آورد و کمک می‌کند تا یافته‌های پژوهش جامع‌تر و با دقت بیشتری ارائه شوند.

تحلیل رفتار مصرف‌کننده در بازارهای هدف: استفاده از جلسات گروه‌های متمرکز برای بررسی دقیق‌تر رفتار مصرف‌کننده در بازارهای هدف. این روش به‌ویژه در شناسایی نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان، که می‌تواند به توسعه استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات مؤثر کمک کند، نوآورانه است.

مدل‌سازی پیشرفته و پیش‌بینی: بهره‌گیری از مدل‌های پیشرفته اقتصادی و آماری برای پیش‌بینی روندهای آتی در بازارهای هدف و تحلیل تأثیرات محیطی بر صنعت فرش دستباف. این مدل‌ها، که شامل تکنیک‌های پیش‌بینی سری‌های زمانی و رگرسیون چندمتغیره هستند، به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک دقیق‌تر کمک می‌کنند.

تمرکز بر پایداری و محیط‌زیست: ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی تولید فرش دستباف و تحلیل پایداری در این صنعت، یکی دیگر از جنبه‌های نوآورانه این پژوهش است. این رویکرد کمک می‌کند تا صنعت فرش دستباف به سمت تولید پایدارتر و دوست‌دار محیط‌زیست حرکت کند.

3-4- شرح دقیق روش‌ها و فنون اجرایی طرح (در این قسمت باید روش‌های جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات دقیقاً شرح داده شود):

این بخش به تشریح دقیق روش‌های جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل اطلاعات، و فنون اجرایی مورد استفاده در پژوهش می‌پردازد.

1. کلیات و طراحی نقشه راه تحقیق

در ابتدا سعی خواهد شد نقشه راه اجرای تحقیق طرح‌ریزی شود. برای این منظور اقدامات ذیل انجام خواهد شد:

- تبیین دقیق موضوع و اهداف تحقیق:

اجرای صحیح یک تحقیق مستلزم تبیین دقیق و شفاف موضوع است. لذا در ابتدا مساله و موضوعی که تحقیق دنبال می‌کند توسط تیم تحقیق شفاف و مشخص خواهد شد. حدود و ثغور موضوع دقیقاً مشخص شده و ابعاد مساله شکافته می‌شود.

- معرفی محققین و متخصصان مورد نیاز و تکمیل تیم تحقیق:

در این مرحله، ضمن شناسایی کارشناسان و متخصصان مورد نیاز برای اجرای تحقیق، از افراد صاحب‌نظر و محققین مرتبط برای تکمیل تیم تحقیق دعوت به همکاری خواهد شد.

- شناسایی طرف‌های ذینفع، نحوه مشارکت و مسئولیت‌ها:

شناسایی طرف‌های ذی‌نفعان و ذی‌ربطان (اتاق ایران (کمیسیون فرش و صنایع دستی)، مرکز ملی فرش، وزارتخانه‌های صمت و میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، سازمان صنایع کوچک و شرکت شهرک‌های صنعتی، وزارت کشور، ادارات محلی و دستگاه‌های اجرائی، مراکز دانشگاهی و پژوهشی) شناسایی و اخذ نظرات افراد (صادرکنندگان، فروشندگان، تولیدکنندگان و بافندگان، ریس فروشان و رنگ‌رزان، تابلوفروشان، طراحان، رهبران محلی، کارآفرینان، شهروندان، اساتید دانشگاه هنر، اساتید سایر دانشگاه‌ها)، شناسایی نهادهای غیردولتی و همچنین شناسایی گروه‌های ذینفع ویژه (شرکت‌های دانش بنیان و ...) تا گروه‌های ذینفع عام می‌شود.

سازماندهی عوامل اجرایی پروژه:

برای انجام این بخش اقدامات زیر انجام خواهد شد:

- تعیین ترتیبات سازمانی برای تدوین سند راهبردی توسعه هنر- صنعت فرش دستباف
- پیشنهاد ایجاد یک کمیته تدوین سند و گروه‌های کاری با همکاری کمیسیون فرش و صنایع دستی
- برنامه‌ریزی برای سازماندهی و سرپرستی کارگروه‌های مشارکت گروه‌های ذینفع
- تعیین چارچوب مشارکت دادن گسترده تمامی اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و تعاونی‌های فرش و ادارات مربوط

- تعیین چارچوب بدست آوردن تعهد کلیه گروه‌های ذینفع کلیدی در مورد تهیه، تصویب و اجرای برنامه‌های عملیاتی و اصلاحات پیشنهادی طرح

تهیه برنامه پروژه:

در این مرحله، دامنه و زمان لازم جهت انجام فرآیند کار تعیین خواهد شد و موارد ذیل مشخص خواهد شد.

- تعیین و زمان‌بندی فعالیت‌ها جهت انجام اجزاء کار
- تعیین افراد مسئول و ساختار نیروی انسانی
- شناخت محدودیت‌ها و توجه به آنها
- فرآیند مستندسازی، جمع‌بندی یافته‌ها و تهیه گزارش نهایی
- فرآیند اصلاح نکته نظرات ناظران علمی و اجرایی

2. جمع‌آوری داده‌ها:

داده‌های ثانویه: در مرحله جمع‌آوری داده‌های ثانویه، اطلاعات از منابع معتبر بین‌المللی مانند *WTO*، *OECD*، *ITC* و *Statista* و *Euromonitor* استخراج می‌شود. این داده‌ها شامل اطلاعات اقتصادی، آماری، و تجاری مرتبط با بازارهای هدف و صنعت فرش دستباف است. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت داده مانند *Excel* و نرم‌افزارهای تحلیلی مانند *Stata* ذخیره و سازماندهی می‌شوند.

داده‌های کیفی: اطلاعات کیفی از طریق مصاحبه‌های عمیق و جلسات گروه‌های متمرکز جمع‌آوری می‌شود. مصاحبه‌ها و جلسات با استفاده از ابزارهای ضبط دیجیتال ضبط شده و سپس برای تحلیل بیشتر به نرم‌افزارهای تحلیل محتوا مانند *Maxqda* منتقل می‌شوند.

3. تجزیه و تحلیل داده‌ها:

تحلیل کیفی: محتوای مصاحبه‌ها و گروه‌های متمرکز با استفاده از تکنیک‌های کدگذاری و تحلیل تماتیک (*Thematic Analysis*) در نرم‌افزار *Maxqda* تحلیل می‌شود. این تحلیل شامل شناسایی الگوها، مضامین، و نظرات کلیدی است که به درک عمیق‌تر از چالش‌ها و فرصت‌های صنعت فرش دستباف کمک می‌کند.

تحلیل کمی: داده‌های کمی با استفاده از نرم‌افزارهای آماری مانند *Stata* و *Python* تحلیل می‌شوند. این تحلیل‌ها شامل رگرسیون چندمتغیره، تحلیل سری‌های زمانی، و مدل‌سازی اقتصادی برای پیش‌بینی روندهای آتی در بازارهای هدف است. نتایج تحلیل به صورت جداول آماری، نمودارها، و گزارش‌های تحلیلی ارائه می‌شوند.

تحلیل *SWOT* و *PESTEL*: برای انجام تحلیل *SWOT* و *PESTEL*، داده‌های به‌دست‌آمده از تحلیل‌های کیفی و کمی به کار گرفته می‌شوند. تحلیل *SWOT* به شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی می‌پردازد. تحلیل *PESTEL* نیز به بررسی عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی، محیط‌زیستی، و قانونی که بر صنعت فرش دستباف تاثیر می‌گذارند، کمک می‌کند.

4. مدل‌سازی و پیش‌بینی:

انتخاب مدل‌های مناسب: بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده و اهداف پژوهش، مدل‌های آماری مناسب برای تحلیل و پیش‌بینی انتخاب می‌شوند. این مدل‌ها شامل رگرسیون‌های چندمتغیره، مدل‌های *ARIMA* برای تحلیل سری‌های زمانی، و مدل‌های *GARCH* برای پیش‌بینی نوسانات بازار هستند.

- + اجرای مدل‌سازی: مدل‌سازی‌ها با استفاده از داده‌های کمی و نرم‌افزارهای تخصصی مانند Stata و Python انجام می‌شوند. نتایج مدل‌سازی به‌صورت سناریوهای مختلف برای آینده صنعت فرش دستباف تدوین می‌شود.
- + ارزیابی مدل‌ها: پس از اجرای مدل‌سازی، مدل‌ها با استفاده از شاخص‌های آماری مانند R-squared و معیارهای اطلاعاتی (AIC، BIC) ارزیابی می‌شوند تا دقت و صحت پیش‌بینی‌ها تضمین شود.

5. تدوین گزارش و ارائه نتایج:

- + تدوین گزارش‌های تحلیلی: نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌ها و مدل‌سازی‌ها به‌صورت گزارش‌های تحلیلی جامع تدوین می‌شوند. این گزارش‌ها شامل تحلیل‌های کیفی، کمی، SWOT، و PESTEL هستند که به‌صورت جامع به بررسی وضعیت صنعت فرش دستباف می‌پردازند.
- + ارائه راهکارهای عملیاتی: بر اساس نتایج تحلیل‌ها، راهکارهای عملیاتی برای بهبود وضعیت صنعت فرش دستباف ایران تدوین می‌شود. این راهکارها شامل پیشنهادات برای بهبود تولید، بازاریابی و صادرات، و بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی‌شده در بازارهای هدف است.
- + زمان‌بندی و اجرای استراتژی‌ها: برنامه‌ای دقیق برای پیاده‌سازی استراتژی‌های پیشنهادی تدوین می‌شود که شامل زمان‌بندی مراحل اجرا، تخصیص منابع، و ارزیابی پیشرفت می‌باشد. این برنامه به‌صورت یک سند راهبردی عملیاتی ارائه خواهد شد.

3-5- تعریف واژگان کلیدی:

4- سابقه علمی و فهرست منابع:

- 4-1- سابقه علمی طرح و پژوهش‌های انجام شده با ذکر مأخذ به‌ویژه در ایران.
خوشه‌های فرش در چندین استان
مطالعات صورت گرفته در مرکز ملی فرش
...
- 4-2- فهرست منابع و مأخذ علمی و طرح‌های کاربردی‌ای که در اجرای این طرح مورد استفاده قرار خواهد گرفت.
در این بخش، فهرست منابع و مأخذ علمی و همچنین طرح‌های کاربردی که به‌عنوان مبنای علمی و نظری در اجرای این طرح استفاده خواهند شد، آورده شده است. این منابع از مقالات علمی، گزارش‌های بین‌المللی، و طرح‌های پژوهشی معتبر استخراج شده‌اند:
- + International Trade Centre (ITC). (2022). *Global Handicrafts Market Analysis*: این گزارش به تحلیل بازارهای جهانی صنایع دستی پرداخته و داده‌های مفصلی در مورد بازارهای هدف و روندهای مصرف در کشورهای مختلف ارائه می‌دهد. این منبع در تحلیل بازارهای هدف برای فرش دستباف ایرانی مورد استفاده قرار خواهد گرفت.
- + Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *Trade Barriers in Emerging Markets*: این گزارش به بررسی موانع تجاری و تعرفه‌های گمرکی در بازارهای نوظهور می‌پردازد و به‌عنوان مرجعی برای تحلیل موانع صادراتی و راهکارهای کاهش آن‌ها در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

World Trade Organization (WTO). (2022). *Global Trade Report*: اطلاعات دقیقی در مورد تعرفه‌های تجاری و مقررات گمرکی در کشورهای مختلف ارائه می‌دهد. این منبع در تحلیل قوانین و مقررات تجاری مرتبط با صادرات فرش دستباف ایرانی به کار گرفته خواهد شد.

Statista. (2021). *Market Analysis Tools and Data*: این منبع داده‌های آماری دقیق و ابزارهای تحلیلی برای بررسی روندهای بازار و رفتار مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهد. داده‌های این منبع برای تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان و شناسایی نیازها و ترجیحات آن‌ها در بازارهای هدف استفاده خواهد شد.

Euromonitor International. (2021). *Consumer Behavior Analysis*: این گزارش به تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان در صنایع مختلف از جمله صنایع دستی می‌پردازد و به‌عنوان مرجعی برای تدوین استراتژی‌های بازاریابی در این پژوهش مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

McKinsey & Company. (2021). *Consumer Trends in Home Decor*: این گزارش به بررسی روندهای مصرف در حوزه دکوراسیون داخلی می‌پردازد و اطلاعات مفیدی در مورد ترجیحات مصرف‌کنندگان برای محصولات سنتی و دستباف ارائه می‌دهد. این منبع در تدوین استراتژی‌های بازاریابی هدفمند استفاده خواهد شد.

Accenture. (2021). *Digital Transformation in Global Markets*: این گزارش به تحلیل تحولات دیجیتال در بازارهای جهانی پرداخته و راهکارهایی برای استفاده از ابزارهای دیجیتال در بازاریابی ارائه می‌دهد. این منبع در تدوین استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال و تبلیغات هدفمند در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). (2022). *Sustainability in Handicrafts Production*: این گزارش به بررسی پایداری در تولید صنایع دستی پرداخته و راهکارهایی برای کاهش اثرات زیست‌محیطی ارائه می‌دهد. این منبع در ارزیابی پایداری و زیست‌محیطی تولید فرش دستباف در این پژوهش به کار گرفته می‌شود.

World Bank. (2021). *Economic Impact of Trade Sanctions*: این گزارش به تحلیل تأثیرات اقتصادی تحریم‌ها بر صنایع مختلف از جمله صنایع دستی پرداخته و به‌عنوان مرجعی برای بررسی تأثیرات تحریم‌ها بر صنعت فرش دستباف ایران استفاده خواهد شد.

...

5- پیش‌بینی زمان لازم برای اجرای کامل طرح: 12 ماه

6- جدول زمانی مراحل اجرا و پیشرفت کار:

نمودار زمان‌بندی (ماه)												درصد به‌کل	عنوان مرحله / فعالیت	شماره مرحله / فعالیت
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1			
												15%	کلیات و طراحی نقشه راه تحقیق	فصل اول
												25%	جمع‌آوری داده‌ها	فصل دوم

													25%	تجزیه و تحلیل داده ها	فصل سوم
													20%	مدل سازی و پیش بینی	فصل چهارم
													15%	تدوین گزارش و ارائه نتایج	فصل پنجم

7- جدول زمانی تشکیل جلسات دفاعیه از طرح پژوهشی با حضور مجری و کارفرما طی مراحل انجام طرح:

نمودار زمان بندی (ماه)												زمان (ماه)	درصد به کل	عنوان مرحله / فعالیت	شماره مرحله / فعالیت
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1				
												4 ماه	30 %	فاز اول	گزارش مرحله اول
												4 ماه	40 %	فاز دوم	گزارش مرحله دوم
												3 ماه	30 %	فاز نهایی	گزارش نهایی

قسمت سوم: اطلاعات مربوط به هزینه ها

1- آیا برای این طرح از مراجع دیگری نیز درخواست اعتبار شده است؟ بلی ☐ خیر ☒

در صورت مثبت بودن جواب، لطفاً نام مرجع کمک دهنده و توافقات به عمل آمده را ذکر فرمایید.

2- هزینه پرسنلی با ذکر مشخصات کامل و میزان اشتغال هر یک و حق الزحمه آن ها.

نوع مسئولیت	مرتبه علمی ¹	تعداد افراد	کل ساعات کار برای طرح	حق الزحمه در ساعت	جمع (تومان)
مجری	استادیار پایه بالاتر از 10	1	300	200,000	60,000,000
مشاور	استاد تمام دارای تجربه اجرایی	1	96	220,000	21,120,000
همکار اصلی	دانشیار	2	240	200,000	96,000,000
همکار اصلی	استادیار تا پایه 10	2	300	180,000	108,000,000
همکار اصلی	دانشجوی دوره دکتری	4	360	100,000	144,000,000
همکار	کارشناس ارشد	4	420	80,000	134,400,000
همکار	کارشناس خبره صاحب تجربه	5	480	60,000	144,000,000
جمع هزینه های تخمینی					707,520,000

¹ مرتبه علمی می تواند یکی از موارد: کارشناس، کارشناس خبره صاحب تجربه، کارشناس ارشد، دانشجوی دوره دکتری، استادیار تا پایه 10، استادیار پایه بالاتر از 10، دانشیار، استاد تمام یا استاد تمام دارای تجربه اجرایی در سطوح عالی باشد.

3- مبلغی (تومان) که از منابع دیگر کمک خواهد شد و نحوه مصرف آن: --

4- باقی مانده هزینه های طرح که تأمین آن درخواست می شود: (ذکر جزئیات این هزینه ها الزامی است)

ردیف	شرح هزینه	مبلغ (تومان)
1	هزینه های پرسنلی	707,520,000
2	هزینه های اقالام و مواد مصرفی (کتاب، مقاله، منابع و اسناد علمی؛ هزینه های تکثیر و تکمیل پرسشنامه، ورود اطلاعات و انجام مصاحبه؛ هزینه چاپ و انتشار گزارش)	40,000,000
3	هزینه های نشست های تخصصی و اندیشه ورزی در گروه های متمرکز	80,000,000
	جمع کل هزینه های طرح	827,520,000

نام و نام خانوادگی مجری: اکرم اکبری

امضا:

تاریخ: ۱۴۰۳/۶/۴