

پودمان ۳

تحلیل عوامل اقتصادی تولید فرش



واحدیادگیری ۱

تحلیل بازار داخلی در تولید فرش

مقدمه

در فرآیند تولید یکی از عوامل تأثیرگذار، عوامل اقتصادی است. برای همین لازم است شناخت و آگاهی کافی در فرآیند تولید فرش، از عوامل اقتصادی داشته و توان تحلیلی آن را کسب کرد. در این مورد بررسی و تحلیل بازار داخلی و تحلیل اقتصادی در تولید فرش از مهم‌ترین عوامل اقتصادی به‌شمار می‌آید. شناخت انواع بازار و کیفیت هر کدام توسط تولیدکننده مورد بررسی قرار می‌گیرد تا بازار هدف در فرآیند تولید مشخص گردد. همچنین آشنا بودن با تغییرات طرح توجیهی، قیمت گذاری و شیوه ارایه فرش در بازار، جزء عوامل مورد توجه در تحلیل عوامل اقتصادی فرش خواهد بود.

بازار به مفهوم جایی است که تولیدکنندگان، محصولات خود را عرضه می‌کنند. بازارهای فرش با قابلیت‌ها و کیفیت‌های متنوع، مکان خاصی برای عرضه تولیدات فرش هستند. آگاهی از امکانات هر کدام از این بازارها و شناخت بازارهای داخلی مناسب برای عرضه انواع فرش می‌تواند به تحلیل اقتصادی تولید فرش کمک شایانی نماید.

۱ - بازار فرش

معمولاً تجارت فرش به شکل سنتی و رودرو انجام می‌گیرد. فرش کالای سرمایه‌گذاری و گران‌قیمت است. به همین علت برای حضور آن به شکل گسترده در انواع بازار شناخته شده بایستی مناسبات تجاری به خوبی شناخته شود. بررسی امکانات، متغییرات و کیفیات هر کدام از بازارها شرایط نوینی را برای حضور بیشتر فرش در آن‌ها فراهم می‌سازد. در جدول زیر، انواع بازارهای شناخته شده تجاری، متغییرات و کیفیت هر کدام معرفی و شرحی برای هر یک ارائه شده است.

انواع بازار

بازار	متغییرات	کیفیت	توضیحات
بازار خانگی	موقت	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا نامناسب ● نور نامناسب ● نگهداری نامناسب ● دسترسی بسیار مشکل 	<p>هرفرد تولید کننده در منزل شخصی خود فرش را به فروش می‌رساند. فضای مورد نیاز حداقل ۲۴ متر با نور طبیعی است. نگهداری فرش بدون بسته‌بندی است. دسترسی محلی است. تولیدات بدون ضمانت بوده و فاقد شناسنامه است.</p>
بازار محلی	موقت	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا نامناسب در محیط بیرون ● نور نامناسب ● نگهداری نامناسب ● دسترسی بسیار مشکل 	<p>بازارهای محلی هفتگی و روزانه جایی هستند که معمولاً دستبافته‌های بسیار ضعیف به صورت فردی به فروش می‌رسد این فرش‌ها نیز بدون بسته‌بندی، ضمانت و شناسنامه هستند.</p>

<p>معمولاً در روستاها بازارهای موقتی تشکیل می‌گردد و در آن افراد فرش‌های خود را به فروش می‌رسانند. بازار روستایی شرایطی همانند بازار خانگی دارد.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا نامناسب ● نور نامناسب ● نگهداری نامناسب (محیط بیرونی) ● دسترسی و اطلاع ● رسانی به شدت سخت و مشکل 	موقت	بازار روستایی
<p>مغازه‌ها و پاساژهایی که در آن تجار و تولیدکننده‌ها فرش می‌فروشند.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا مناسب ● نور مناسب ● نگهداری مناسب ● دسترسی و اطلاع‌رسانی به خوبی انجام می‌گیرد. 	دائمی	بازار شهری
<p>نمایشگاه‌های بعضی شهرها باعث جذب خریداران فرش از استان‌های مجاور می‌گردد. مثل نمایشگاه‌های استان قم - استان اصفهان . بازار منطقه‌ای و بازار شهری دارای شرایط یکسان هستند.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا مناسب ● نور مناسب ● نگهداری مناسب ● دسترسی و اطلاع‌رسانی مناسب است. (شرایط نمایشگاهی) 	موقت	بازار منطقه‌ای
<p>تنها بازار ملی فرش کشور نمایشگاه فرش تهران است. شرایط بازار ملی همانند بازار شهری و بر اساس معیارهای اصولی است.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● فضا مناسب ● نور مناسب ● نگهداری مناسب ● دسترسی و اطلاع‌رسانی به خوبی انجام می‌گیرد. 	موقت	بازار ملی



همواره مواردی چون بسته‌بندی، ضمانت‌نامه و شناسنامه فرش به شکل فردی و شخصی انجام گرفته است. امروزه با توجه با بازارهای رقابتی، ضروری است بر اساس اصول و معیارهای مشخص انجام شود. هر یک از بازارهای نام برده شده می‌تواند دارای شرایط بهتر و مناسب‌تری باشند. این مسئله بر میزان فروش تأثیر مستقیمی دارد.

بازار خانگی

بازار خانگی به عرضه مستقیم محصول هر تولید کننده در محل سکونت گفته می‌شود. بازار خانگی فرش ضمن از بین بردن واسطه‌ها و دلالتان به شکل موقت اجرا می‌گردد. بنابراین به‌نظر می‌رسد فضا، نور، شیوه نگهداری آن نامناسب بوده و دسترسی را مشکل می‌سازد. با این حال در صورت تداوم این بازار به دلیل ارزش‌های نهفته بوم‌گردی و حذف واسطه‌ها می‌تواند به کیفیت مطلوب تبدیل گردد.

بازار محلی

بازار محلی مکان عرضه مستقیم محصولات تولید کنندگان همان جا در محله یا منطقه است. بازار محلی نیز این قابلیت را دارد که بافندگان بتوانند در بازاری محدود بدون حضور واسطه و دلال محصولات خود را عرضه نمایند. هر چند به‌نظر می‌رسد فضا، نور، شیوه نگهداری آن نامناسب بوده و دسترسی را محدود می‌سازد. ولی در صورت تداوم این بازار با برنامه‌ریزی‌های دقیق و هماهنگ با محیط، شرایط بهره‌برداری و اطلاع‌رسانی، قابلیت عرضه مناسب را ایجاد نمود و آن را به موقعیتی دائمی تبدیل کرد.



شکل ۱-۳ بازار محلی

بازار روستایی

بازار روستایی مکان عرضه تولیدات در بافت روستایی است. شغل بیشتر روستاییان کشاورزی است و نیمی از سال که در انتظار محصول هستند به کار بافت انواع فرش مشغول می‌شوند. به همین دلیل تولیدات فرش روستایی در بازار روستایی نیز به شکل موقتی برای عرضه فرش همانند بازار خانگی و بدون واسطه و دلال و موقتی برگزار می‌شود. معمولاً این بازارها از فضا، نور و شیوه نگهداری مناسب برخوردار نیستند و شیوه دسترسی و اطلاع‌رسانی آنها نیز مشکل به نظر می‌رسد. در صورت تغییر شرایط و تبدیل به بازارهای دائمی می‌تواند بازارهای مطلوبی ایجاد کند. که این بازار را به موقعیتی بوم‌گردی با معیارهای ارزشی خاص خود، را تبدیل کرده و فرهنگ روستایی را به زیبایی به نمایش در آورد. سود حاصله می‌تواند به بافت روستا و اهالی آن بازگشته و در چرخه تولید مؤثر واقع شود.

بازار شهری

بازار شهری به دلیل ارزش اقتصادی دائمی که دارد همواره باید با شرایط فضا، نور، نگهداری و دسترسی و اطلاع‌رسانی مناسب همراه باشد. به همین دلیل مکان‌هایی به همین منظور و متناسب با نوع تولیدات پدید آمده است. با این حال شرایط مطلوب‌تر می‌تواند با توجهات اقتصادی - فرهنگی، میزان فروش و عرضه تولیدات فرش را تضمین کرده و روند رو به رشدی را بپیماید.



شکل ۲-۳ بازار شهری

بازار منطقه‌ای

بازار منطقه‌ای طیف گسترده‌تری از بازار شهری را دارد. بازار منطقه‌ای پوشش دهنده مخاطبین بیشتر و خریداران مناطق همجوار است. بازار منطقه‌ای فرش با توجه به شرایط مناسب نمایشگاهی فرش می‌تواند باعث جذب خریداران فرش و یا دوستداران فرش باشد و معمولاً در بسیاری مواقع به صورت موقت برگزار می‌شود. این بازار قابلیت دائمی شدن را دارد و می‌تواند بازارهای منطقه‌ای متفاوتی را پوشش دهد.



شکل ۳-۳ بازار منطقه‌ای

بازار ملی

بازار ملی بیشتر در قالب بازاری فراگیر از تولیدات ملی و در بردارنده تمامی انواع تولید فردی، کارگاهی و مجتمعی در مناطق مختلف کشور است. بنابراین برخورداری این بازار از شرایط مطلوب و اساسی، معرف هویت ملی در رابطه با نوع تولید خواهد بود. فرش به دلیل ارزش مادی و معنوی خود، هویت ملی و فرهنگی کشور بوده و باید بر اساس شأن و منزلت آن، با برخورداری از جنبه‌های پشتیبان پژوهشی، آموزشی و تولید و عرضه بازارش نیز به مکانی مناسب تبدیل گردد.



شکل ۳-۴ بازار ملی



در محل زندگی خود جستجو کنید و بررسی کنید چند نوع از بازارهای نامبرده شده در منطقه شما وجود دارد؟ از آن‌ها عکس تهیه کرده و به همراه شرح ویژگی‌های هر یک به هنرآموز خود تحویل دهید.

۲- تحلیل کیفیت بازارهای داخلی

سنجش کیفی بازارهای داخلی نیازمند بررسی، نظرسنجی و ایجاد توانمندسازی در راستای آموزش بهتر، شناخت و تأمین مواد اولیه مناسب و بستر سازی برای جذب مخاطب بیشتر است. همچنین وجود تسهیلات بانکی، حضور مستمر در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی و فروش سالیانه بیشتر، کیفیت این بازارها را افزایش می‌دهد.

سنجش کیفیت بازار فرش:

بخشی از سنجش کیفیت بازار فرش با بررسی جنبه‌های کمی و آماری قابل مشاهده است، که شامل:

- افزایش فروش سالیانه فرش و مثبت بودن تراز مالی و سودآوری؛
- عرضه طرح‌های جدید و نقشه‌های به‌روز؛
- نظرسنجی از سلیقه مشتری و برآورده شدن خواست مشتری؛
- تناسب قیمت‌ها با شرایط اقتصادی خریداران.

نظرسنجی:

نظرسنجی می‌تواند بر کیفیت بازار فرش مؤثر باشد. برای نظر سنجی، پرسش‌نامه‌هایی برای تولید کنندگان، عرضه کنندگان (فروشنندگان)، بازدید کنندگان و خریداران تهیه می‌شود. در این پرسش‌نامه‌ها نظر ایشان در موارد مهمی که مربوط به بازار، سلیقه مشتریان و شرایط خرید است، گرفته می‌شود. اطلاعاتی که در پرسش‌نامه‌ها آمده است، عبارتند از:

- میزان اطلاع‌رسانی درباره زمان و مکان نمایشگاه؛
- دسترسی راحت محل برگزاری؛
- برخورد شایسته فروشنده‌ها؛
- فضا، تهویه و نور مناسب؛
- شرایط بهداشتی، پذیرایی و تغذیه بازدیدکنندگان؛
- تنوع طرح، رنگ و انواع دست بافته‌ها.

توانمندسازی:

آنچه که بازار فرش را توانمند می‌سازد، آموزش بهتر و بیشتر به تولید کنندگان و عرضه کنندگان، تهیه مواد اولیه مناسب برای تولید، بستر سازی برای جذب مخاطب بیشتر، بهره‌گیری از تسهیلات بانکی، حضور مستمر در نمایشگاه‌ها و فروش سالیانه بهتر است. البته چنانچه همه آن‌ها فراهم باشد، قابلیت بازارها افزایش یافته و رشد می‌یابند. در ادامه به شرح هر یک پرداخته می‌شود.

۱ آموزش:

- آموزش به بافندگان در بالا بردن کیفیت بافت فرش‌های تولید شده؛
- آموزش به تولیدکنندگان در راستای افزایش کیفی روند تولید؛
- آموزش به عرضه‌کنندگان فرش در بازار (با نگاه مشتری‌مدار).

۲ فراهم آوردن مواد اولیه مناسب:

به‌کارگیری مواد اولیه با کیفیت، منجر به تولید محصول با ارزش‌تر می‌گردد. در مناطق مختلف کشور مواد اولیه گوناگون با درجه کیفیت مختلفی تولید می‌شود. توجه کردن به کیفیت آن‌ها و انتخاب مناسب‌تری برای تولید بر ارزش کیفی فرش می‌افزاید.

۳ بستر سازی برای جذب مخاطب:

هرمخاطب که در بازار فرش به عنوان مشتری شناخته می‌شود سلیقه‌ای متفاوت دارد. به همین علت وجود تبلیغات مناسب در برخورد با بازارهای رقیب و ایجاد زیرساخت‌های تجاری اهمیت بسیاری دارد.

۴ تسهیلات بانکی

وجود تسهیلات بانکی که بر مبنای پرداخت با سود کم و بازپرداخت مناسب باشد تولید کنندگان، بافندگان و عرضه‌کنندگان را در زمینه فرش، توانمندتر می‌سازد.

۵ حضور مستمر در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی

هرچه فرش دست باف ایرانی در نمایشگاه‌های مختلف داخلی و بین‌المللی حضور بیشتر و پررنگ‌تری داشته باشد، از دیگر رقبا پیشی می‌گیرد. حضور مستمر در نمایشگاه‌ها، اعتماد خریداران را نیز جلب کرده و بر رونق بازار می‌افزاید.

۶ فروش سالیانه

وجود آمار دقیق از میزان تولید و فروش فرش سالیانه در بازارهای داخلی از اهمیت بسیاری برخوردار است. زیرا باعث برنامه‌ریزی برای سال بعد توسط تولیدکنندگان دقیق‌تر انجام شود.

۷ تبدیل بازارها

تنوع و امکانات اجرایی بازارهای فروش فرش هر یک دارای جنبه‌های منحصر به فردی هستند. که بر اساس ویژگی‌های خود و برخورداری از متغیرات خاص قابلیت تبدیل را دارند. به عبارتی هر بازار بر اساس رونق اقتصادی و شرایط موجود ممکن است به بازارهای بزرگ‌تر تبدیل گردد.

شرایط و کیفیت بازارهای داخلی

شرایط و کیفیت بازارهای داخلی که تولیدی متمرکز دارند، با عوامل و متغیرهای گوناگونی در انواع بازار فرش روبرو هستند. این عوامل و متغیرات با طرح و نقشه فرش، ابعاد و روش بافت در هر بازار تعیین می‌شوند. عوامل دیگری همچون محیطی، فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی هر منطقه نیز در بازار فرش تأثیرگذار است. تمامی این عوامل و متغیرها باعث ایجاد معیارهایی برای کیفیت بازارهای داخلی شده است.



در منطقه خود جستجو و پژوهش کنید و چگونگی تولید فرش آن را بیابید. سپس متناسب با نوع تولید فرش، متغیرات و کیفیت آن را به تفصیل در جدول زیر بنویسید.

چگونگی تولید فرش	متغیرات	کیفیت
متمرکز - غیر متمرکز - تک بافی	ابعاد و اندازه طرح و نقشه، منطقه، نیروی انسانی	جنس، استاندارد اندازه، استاندارد طرح نقشه، استاندارد منطقه و استعداد نیروی انسانی
متمرکز		
غیر متمرکز		
تک بافی		



۱ به کارگاه‌ها و مراکز تولید فرش رفته و به بررسی عوامل اقتصادی به کار رفته در فرش بپردازید. نتایج حاصله را در کلاس مطرح کنید.

۲ به کارگاه‌ها و مراکز تولید فرش مراجعه و مشخص نمایید که آن‌ها از کدامیک از بازارها استفاده می‌کنند تا محصول خود را به فروش رسانند.

۳ بازارهای فرش را در منطقه خود شناسایی و میزان کیفی آنها را سنجیده و در گزارشی در کلاس مطرح کنید.

واحدیادگیری ۲

تحلیل اقتصادی در تولید فرش

مقدمه

آیا تاکنون پیرامون تولید فرش از جنبه اقتصادی فکر کرده‌اید؟ آیا تولید فرش نیاز به تحلیل اقتصادی دارد؟ طرح توجیهی تولید فرش چیست؟ این طرح دارای چه اجزایی است؟ آیا هر تولید کننده‌ای در زمینه فرش باید طرح توجیهی داشته باشد؟ طرح توجیهی تولید فرش چه کاربردی دارد؟

مهم‌ترین عامل اقتصادی در تولید فرش، تحلیل طرح توجیهی در تولید فرش و نحوه قیمت‌گذاری در آن است. فرش به دلیل آن‌که کالایی ارزشمند است، جزء عوامل مؤثر در اقتصاد نیز هست. بررسی تحلیلی اقتصادی در تولید فرش می‌تواند به درستی ارزش این کالای گران‌قیمت را مشخص کند.

طرح توجیهی تولید فرش

تحلیل اقتصادی در تولید فرش متکی بر طرح توجیهی آن است. طرح توجیهی فرش در بر دارنده‌ی بندهای مانند مشخصات متقاضی، مشخصات تولیدی شامل ابعاد، جنس طرح و رنگ و ارزش ریالی تولید، مواد اولیه (شامل مقدار و قیمت مواد و انواع آن‌ها)، دستمزد بافنده، میزان سرمایه (سرمایه اولیه و سرمایه در گردش)، کل فروش و مقدار سود و زیان است.



در یک کارگاه قالیبافی سالیانه یک تن نخ پشمی مرغوب، ۷۰۰ کیلو گرم نخ چله درجه ۲، ۳۰۰ کیلو گرم نخ بود درجه ۳، ۵۰۰ کیلو گرم نخ ابریشمی مرغوب استفاده می‌شود. اگر قیمت میانگین انواع نخ به قرار جدول زیر باشد، جمع کل هزینه مواد اولیه این کارگاه در هر سال چقدر است؟

نرخ انواع نخ‌ها							
نخ ابریشمی			نخ پنبه‌ای		نخ پشمی رنگ شده		
گیلان	خراسان جنوبی	کیلو / تومان	کیلو / تومان		مناطق دیگر	کردی	کیلو/تومان
۸۰۰/۰۰۰	۶۵۰/۰۰۰	درجه ۱	۲۵/۰۰۰	درجه ۱	۳۰/۰۰۰	۶۰/۰۰۰	درجه ۱
۶۰۰/۰۰۰	۵۰۰/۰۰۰	درجه ۲	۲۲/۰۰۰	درجه ۲	۲۰/۰۰۰	۳۰/۰۰۰	درجه ۲
۴۰۰/۰۰۰	۳۵۰/۰۰۰	درجه ۳	۱۸/۰۰۰	درجه ۳	۱۲/۰۰۰	۱۵/۰۰۰	درجه ۳

پاسخ را در جدولی مانند جدول بالا تنظیم کنید.

پ: برآورد دستمزد بر اساس قرار داد های موجود

در طرح توجیهی اقتصادی تأمین نیروی انسانی و دستمزد یا حقوق فرد تا پایان مرحله تولید فرش از اهمیت خاصی برخوردار است. گاهی تولید کننده خود بافنده است و گاهی باید نیروی انسانی مورد نیاز استخدام شود. برای این کار یک قرارداد پیمانکاری با مشخص نمودن شیوه و نوع پرداخت دستمزد و حقوق بین طرفین بسته می‌شود. نمونه از جدول برآورد دستمزد ارائه شده است:

نمونه‌ای از جداول برآورد سرمایه در گردش و نحوه سرمایه‌گذاری ارائه شده است.

برآورد سرمایه در گردش		
عنوان	شرح	مبلغ (هزار ریال)
مواد اولیه	(نقشه، تار، چله، پود، پشم و خامه) برابر با یک دوره فشرده	
حقوق و دستمزد	برابر با یک دوره تولید	
تنخواه گردان	۱۵ روز هزینه‌ها (آب، برق، سوخت و تعمیرات)	
جمع کل		

نحوه سرمایه‌گذاری: مبلغ (هزار ریال)	
	سرمایه ثابت
	سرمایه در گردش
	جمع کل سرمایه‌گذاری

جداولی همانند نمونه‌های ارائه شده تهیه و سرمایه‌گذاری تولید انواع فرش (جاجیم، زیلو، گلیم و قالی) را با مراجعه به تولیدکنندگان محلی به صورت جداگانه برآورد و در کلاس ارائه کنید.

فعالیت
عملی



ث: محاسبه سر به سر بر اساس درصدگیری

به طور کلی تولید فرش در شکل کارگاهی / مجتمع نیازمند محاسبات و برآورد هزینه‌های بیشتری نسبت به تولید فرش تکی است. به عبارتی علاوه بر هزینه‌هایی که به شکل ثابت و متغیر در تأمین مواد اولیه، حقوق و دستمزدها، هزینه‌های انرژی (آب، برق و سوخت)، تعمیر و نگهداری، پیش بینی شده است، هزینه‌های اداری و فروش، تسهیلات مالی، بیمه و استهلاک نیز مطرح است. به همین منظور درنهایی همه هزینه‌ها در تمامی مراحل به شرح جدول زیر آمده است: =

محاسبه نقطه سر به سر					
هزینه کل	هزینه متغیر		هزینه ثابت		شرح هزینه ها
	درصد	مقدار	درصد	مقدار	
	۱۰۰				مواد اولیه
	۳۵				حقوق و دستمزد
	۸۰				هزینه انرژی (آب، برق و سوخت)
	۸۰				هزینه تعمیرات و نگهداری
	۸۵				هزینه پیش بینی نشده تولید
	۱۰۰				هزینه اداری و فروش
	_____				هزینه تسهیلات مالی
	_____				بیمه کارگاه
	_____				هزینه استهلاک
	_____				جمع هزینه‌های تولید

هزینه‌های تولید سالیانه هر کارگاه با توجه به جداول ارائه شده تمامی جنبه‌های هزینه‌ای تولید را در بر می‌گیرد. بنابراین تهیه و تنظیم آن‌ها پیش از شروع تولید از اهمیت خاصی برخوردار است. هر کارگاه یا مجتمع تولید فرش با مشخص کردن هزینه‌های تولید سالیانه و در نهایت مشخص نمودن قیمت تمام شده محصول و مقایسه آن با میزان فروش، می‌تواند طرح توجیهی اقتصادی منظم و مشخصی را ارائه دهد. در جدول زیر نمونه‌ای از هزینه‌های تولید سالیانه ارائه شده است.

هزینه های تولید سالیانه	
	شرح
	هزینه مواد اولیه و بسته بندی
	هزینه حقوق و دستمزد
	هزینه انرژی (آب، برق و سوخت)
	هزینه تعمیرات و نگهداری
	هزینه پیش بینی نشده تولید (۵ درصد اقلام بالا)
	هزینه های اداری و فروش (یک درصد اقلام بالا)
	هزینه های تسهیلات مالی (۶/۸ درصد سرمایه ثابت)
	هزینه های بیمه کارگاه
	هزینه های استهلاک
	جمع کل

نمونه‌ای از همه جداول ارائه شده را تهیه و به صورت کار گروهی با مراجعه به مراکز فروش کارگاهی / مجتمع نوع فرش تولیدی آن‌ها را ثبت کنید و بندهای دیگر جداول را پر کنید. سپس برآورد سالیانه آن مرکز را محاسبه کرده و در فایل ورد تایپ کنید. نتایج را به هنرآموز خود تحویل دهید. همچنین نتایج دیگر گروه‌ها را در کلاس بررسی نمایید.

فعالیت
عملی



جدول ارزشیابی

عنوان پودمان فصل	تکالیف عملکردی (شایستگی‌ها)	استاندارد عملکرد (کیفیت)	نتایج	استاندارد (شاخص‌ها، داوری، نمره‌دهی)	نمره	
تحلیل عوامل اقتصادی تولید فرش	تحلیل بازار داخلی در تولید فرش	تحلیل انواع بازارهای داخلی و تحلیل و تدوین طرح توجیهی در تولید فرش	بالاتر از حد انتظار	-شناسایی انواع بازار فرش در منطقه زندگی خود -بررسی قابلیت‌ها و نحوه برگزاری انواع بازار -سنجش کیفی انواع بازار -بررسی نظرسنجی در بازار داخلی فرش مقایسه و بررسی کیفیت بازارهای داخلی -بررسی عوامل توانمندساز در بازارهای داخلی فرش -تحلیل شرایط کیفی بازارهای داخلی -بررسی و تدوین طرح توجیهی تولید فرش -شناسایی و بررسی عوامل مؤثر در قیمت گذاری فرش -بررسی شرایط انواع بازارهای خانگی، روستایی و دائمی و قیمت گذاری فرش	۳	
	تحلیل اقتصادی در تولید فرش			در حد انتظار	-بررسی قابلیت‌ها و نحوه برگزاری انواع بازار -سنجش کیفی انواع بازار -بررسی نظرسنجی در بازار داخلی فرش مقایسه و بررسی کیفیت بازارهای داخلی -بررسی عوامل توانمندساز در بازارهای داخلی فرش -بررسی و تدوین طرح توجیهی تولید فرش -شناسایی و بررسی عوامل مؤثر در قیمت گذاری فرش -بررسی شرایط انواع بازارهای خانگی، روستایی و دائمی در قیمت گذاری فرش	۲
	پایین تر از انتظار			توانایی انجام یکی از شایستگی‌ها	۱	
نمره مستمر از ۵						
نمره شایستگی پودمان از ۳						
نمره پودمان از ۲۰						