

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۳۱۸

نقاشی روی استخوان

۱۳۹۰

نقاشی روی استخوان / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان
(جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۷۲ ص. - مصور (رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۱۸

۱۵۰۰۰ ریال: ۹-۰۷۴-۰۲۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰ فیپا

کسب و کار خانگی - ایران - نقاشی روی استخوان - صنایع دستی - -

بازاریابی - بازاریابی اینترنتی - ایران - مشاغل - دستنامه‌ها

سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

HD ۶۲/۳۸ ن ۱۳۹۰

۲۴۱۵۳۶۵

۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: نقاشی روی استخوان

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹-۰۷۴-۰۲۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
فرایند انجام نقاشی روی استخوان.....	۳۴
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۴۳
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۴۳
سرمایه مورد نیاز.....	۴۵
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۴۷
وضعیت بازار خدمات.....	۴۷
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۵۰
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۶۶
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۶۹
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۷۱
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۷۱
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۷۲

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راه‌ها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگیهای کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند. امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

در گذر زمان اقبال مردم در خصوص کالاهای تزئینی تغییر کرده است. اما زیبایی نقاشی‌های بر روی استخوان سبب شده است این نقاشی‌ها جاذبه خود را داشته و به خصوص در نزد توریست‌ها از اقبال قابل توجهی برخوردار باشد. نقاشی روی استخوان شتر و شترمرغ، نمونه‌هایی از این نقاشی‌های زیبا و جذاب می‌باشند. هنرمندان خوش ذوق این عرصه با نقاشی اساطیر و نقاشی‌هایی مطابق سلیقه و پسند مشتریان خود سعی می‌کنند به سمتی حرکت کنند که به صورت انحصاری تأمین کننده خواست مشتریان خود در این عرصه باشند. در این راستا وقتی صحبت از اساطیر و اسوه‌ها به میان می‌آید؛ دلاوران هشت سال دفاع مقدس در ذهن ما ایرانی‌ها شکل می‌گیرد که هنرمندان این عرصه می‌توانند در اولویت کارهای خود نقاشی از حماسه‌ها و چهره‌های این عزیزان را قرار دهند.

در ترسیم این نقاشی‌ها می‌بایست سعی کنید از شیوه معمول و ساده استفاده کنید و از به کار بردن رنگ و قلم اغراق‌آمیز پرهیز نمایید. البته در دوران نقاشی بعد از انقلاب خصوصاً در بین نقاشان هنرمندان متعهد، به لحاظ استقبال جامعه، توجه به نقاشی پرتره بیشتر شده است که شما نیز

می‌توانید این امر را مد نظر قرار دهید. البته تاکنون نقاشی پرتره از شخصیت‌های انقلاب - خصوصاً شهدای گرانقدر - توسط بسیاری از هنرمندان اجرا شده است.



از طرفی شما می‌توانید نقاشی چهره عروس خانم‌ها و آقا دامادها بر استخوان بوده و از جشن عروسی آنها خاطره‌ای ماندگار خلق کنید. البته از طرف دیگر با توجه به اینکه زیورآلات از جایگاه خاصی در بین بانوان برخوردار است شما به عنوان متولیان این کسب و کار خانگی می‌توانید با

نقاشی‌های هدفمند خود بر روی تکه‌های استخوان این تکه‌ها را برای تبدیل شدن به دستبند و گردنبند و... نقاشی کنید.

جامدادی‌هایی از استخوان که دارای نقاشی‌های زیبایی هستند بر زیبایی میز افراد می‌افزاید. در این راستا ذهن خلاق متولیان این کسب و کار می‌تواند با نگاهی موشکافانه از این کسب و کار درآمد قابل قبولی کسب کند. همانطور که ملاحظه می‌شود حوزه فعالیت در این عرصه بسیار گسترده است و تمایل و مهارت متولیان این کسب و کار محدوده‌های حوزه فعالیت در آن را مشخص می‌سازد.

وضعیت بازار نقاشی روی استخوان

نقاشی‌های روی استخوان به نسبت از قیمت بالایی برخوردار هستند. ولی در عین حال و با توجه به اقبال طبقه مرفه جامعه؛ این نقاشی‌ها می‌توانند جلب توریست نمایند و برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی آن، بسیار بیشتر از حد تصور باشد. ولی شاید دلیل اصلی ناشناخته ماندن این حرفه به عنوان یک کسب و کار موفق آن هم در عرصه کسب و کار خانگی موفق آن است که بسیاری از کسانی که به نقاشی روی استخوان می‌پردازند، مشتریانی اختصاصی یافته‌اند که لزومی به تبلیغاتی گسترده را احساس نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از نقاشان موفق در این عرصه، از این راه،

درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند. به جرأت می‌توان گفت خلاقیت و یافتن کاربردهای دیگری برای این نقاشی‌ها زمینه مساعدی برای جلب نظر مشتریان بالقوه این حرفه را نیز فراهم می‌کند.



در نقاشی روی استخوان لازم است موارد زیر جزو آگاهی‌های متولی این کسب و کار خانگی باشد این موارد عبارتند از:

خواص رنگ‌ها

رنگ‌ها دارای خواص زیر می‌باشند:

✦ شدت رنگ: مربوط به پر رنگی و کم رنگی آن است. می‌توان گفت،

رنگ‌های اصلی دارای بالاترین شدت رنگ یا درخشندگی می‌باشند.

❖ ارزش رنگ: روشنی یا تاریکی رنگ‌های مختلف را ارزش رنگ می‌گویند. رنگ‌های تاریک‌تر و شفاف‌تر از نظر بصری سنگینی و وزن بیشتری از رنگ‌های روشن‌تر دارند. رنگ‌های تیره به نظر، کوچکتر از رنگ‌های روشن می‌آیند.

رنگ‌های سرد و گرم

رنگ‌های سرد، گردش خون را کند می‌کنند و رنگ‌های گرم باعث سرعت جریان آن می‌گردند. برای نمایش اجسام نزدیک از رنگ‌های گرم و برای نمایش اجسام دور از رنگ‌های سرد استفاده می‌شود. از جمله رنگ‌های گرم می‌توان به انواع زرد، قرمز و نارنجی و رنگ‌های سرد به انواع آبی، سبز و بنفش، اشاره کرد.

رنگ مایه (تونالیته)

منظور از تونالیته یا رنگ مایه، درجات مختلفی از رنگ می‌باشد که با نور منعکس شده از ماده رنگی رابطه دارند. درجات مختلف رنگ را یک بار به وسیله ترکیب با سفید و نیز به وسیله رقیق کردن رنگ با آب می‌توان به دست آورد.

رنگ‌های اصلی و فرعی

رنگ اصلی، رنگی است که آن را از ترکیب رنگ‌های دیگر نتوان به دست آورد. بر اساس تئوری کلاسیک رنگ، رنگ‌های اصلی عبارتند از: زرد،

قرمز، آبی. از حیث نظری، با استفاده از این سه رنگ و افزودن سفید، تمام رنگ‌های طیف را می‌توانیم به دست آوریم. رنگ‌های اصلی در نهایت درخشندگی و اشباع می‌باشند. رنگ‌هایی که مستقیماً از ترکیب رنگ‌های اصلی به دست می‌آیند به رنگ‌های فرعی موسومند و عبارتند از: نارنجی که از ترکیب قرمز و زرد، بنفش که از ترکیب قرمز و آبی، سبز که از ترکیب آبی و زرد به وجود می‌آیند.

رنگ‌های مکمل و متضاد

دو رنگ مکمل، دو رنگی هستند که تمام رنگ‌های طیف را در خود داشته باشند. مثلاً رنگ‌های قرمز و سبز دو رنگ مکمل یکدیگرند. زیرا رنگ سبز ترکیبی از زرد و آبی است و قبلاً گفتیم که زرد، آبی و قرمز رنگ‌های اصلی هستند که از ترکیب آنها می‌توانیم تمام رنگ‌های طیف را به دست بیاوریم. بنابراین، رنگ مکمل هر رنگ اصلی عبارت است از ترکیب دو رنگ اصلی دیگر. هر دو زوج رنگ مکمل با یکدیگر متضاد نیز می‌باشند. یعنی در کنار یکدیگر اختلاف شدیدی را به چشم می‌آورند. به طور مثال در یک فضای وسیع سبز رنگ چند لکه کوچک قرمز به راحتی به چشم می‌خورد و خود را نمایان می‌سازد و با درخشندگی، تضاد خود را با زمینه سبز نشان می‌دهد و تعادل لازم را در چشم برقرار می‌کند.

دیدن طراحی و مقایسه

وقتی از یک مدل خاص بر روی استخوان مورد نظر طراحی می‌کنید به دنبال علایم و نشانه‌هایی برای مقیاس صحیح باشید. زمانی که چند مدل را در مقابل دارید، می‌توانید نشانه‌های فراوانی برای مقایسه تناسبات پیدا کنید. پس از مشاهده دقیق به طراحی بپردازید. برای شروع، همواره مدلی را که جلوتر از بقیه است طراحی کنید. بهتر است به جایگزینی صحیح مدل بر روی استخوان نیز توجه داشته باشید. در این مورد شما باید تمام مدل‌ها را به صورت یک شکل ساده و عمده دیده و همان شکل را ترسیم کرده و سپس به جزئیات بپردازید. در این حالت است که می‌توانید از جای گرفتن کل طرح بر روی استخوان مورد نظر خود مطمئن باشید.

شفاف‌بینی

توجه به این نکته همواره از بسیاری خطاها در کار شما جلوگیری می‌کند. در این مرحله هنگامی که شما چند مدل در مقابل خود دارید سعی کنید همه را به طور کامل بر روی استخوان مورد نظر خود طراحی کنید. ویژگی‌اشیایی را که به طور کامل در مقابل دید شما نیستند و پشت عنصری دیگر واقع شده‌اند، در نظر بیاورید و آن را کم رنگ و ساده ترسیم کنید. دریافت تناسبات در این مرحله بسیار ساده و روان خواهد شد. سپس می‌توانید خطوط اصلی طرح مورد نظر را پر رنگ و جاندار ترسیم کنید.

طراحی فضای منفی

مدلی را با دو یا سه عنصر چیده و خوب به آن نگاه کنید. حال با خط ساده‌ای فضای اطراف مدل را مشخص کنید، بی‌آنکه اشاره‌ای به خود مدل داشته باشید. بهتر است که ابتدا با یک عنصر شروع کرده و در طرح بعدی تعداد سوژه را به دو، سه و چهار افزایش دهید. به یاد داشته باشید که توجه به قسمت‌های مختلف فضای منفی نیز به صورت مقایسه‌ای است. طراحی فضای منفی در اینجا به شما کمک می‌کند تا شکل کلی مجموعه را در یابید و همه اجزا را به صورت عنصر واحد و یک دست مشاهده کرده و بر روی استخوان و کادر جایگزین نمایید. این گونه کلی دیدن اشیا به شما کمک می‌کند تا نسبت صحیح را در نگاه اول دریافته و طراحی را در اندازه‌ای مناسب، کوچک یا بزرگ آغاز کنید. فضای منفی به اندازه فضای مثبت اهمیت دارد. در اکثر آرم‌ها و نمادها، فضای منفی یا سفید، ارزشی برابر با فضای مثبت و یا سیاه دارد.

نکته مهم

هیچگاه پس از اتمام کار به ترسیم مجدد و تأکید بر قسمت‌های تیره نپردازید. خط شما در حین ترسیم می‌بایست قوت و ضعف لازم را نمایان سازد. قسمت‌های تیره سوژه، همه یک دست و یک رنگ نیستند، بنابراین شما هم تیرگی یکنواخت به کار نبرید. قسمت‌های تیره را با یکدیگر مقایسه

کرده و به تناسب ارزش‌های متنوعی که دارند، ضخامت یا تیرگی لازم را در طرح به وجود آورید. شما در این مرحله به ارزش‌های متنوع خطی که ترسیم می‌کنید واقف و مسلط می‌شوید و می‌توانید پس از این، طرح خود را با توجه به ارزش خطی، ترسیم و تکمیل کنید. کلیه طراحی‌ها به کمک ارزش خطی، کیفیت قابل توجهی پیدا می‌کنند و همانگونه که اشاره شد مساله ارزش خطی، تابش نور و سایه - روشن، به ایجاد حجم و بعد در طرح کمک می‌کند.

نقش رنگ در نقاشی روی استخوان

رنگ علیرغم خصوصیات ایجاد انگیزه، هوس، شادمانی و حتی تهیجی، دارای خصوصیات سوزاننده و برنده نیز هست. هر رنگ دارای خصوصیات منحصر به فرد درمانی و تعادل بر انگیزی است. از دیگر خصوصیات رنگ‌ها این است که می‌توانند تا اعماق نیروی ادراک و شعور افراد نفوذ نمایند. رنگ‌ها را می‌توان به سه قسمت یا سه گروه تقسیم کرد. نخستین گروه (گروه اصلی) قرمز - زرد - آبی. گروه دوم، همان رنگ‌هایی است که از ترکیب رنگ اصلی بدست می‌آیند و گروه سوم نیز از ترکیب رنگ‌های اصلی با رنگ‌های نوع دوم حاصل می‌شود. رنگ‌ها به لحاظ روانشناختی دارای تأثیراتی هستند که در ادامه به تأثیرات آنها در ذهن، روان و محیط فیزیکی اطراف‌مان اشاره می‌کنیم. البته ناگفته نماند که این فهرست‌ها صرفاً حالت پیشنهادی داشته و به صورت

نسخه نمی‌بایست تلقی گردد. نقش رنگ‌ها در زندگی انسان را در راستای مبارزه در مقابل بیماری‌ها، می‌توان بهترین روش استفاده از رنگ‌ها در زندگی نام برد. البته این روش قطعی نیست ولی به بیمار کمک می‌کند تا روند بیماری خود را زودتر طی کند. این امر مسأله ایست که متولیان کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان نیز می‌توانند از آن بهره گرفته و در کارهای خود آن را مد نظر قرار دهند. در این چارچوب دانستنی‌ها فراوان است که در این مجال به چند نکته مهمتر در این خصوص اشاره می‌کنیم.

🎨 رنگ سفید: رنگ سفید در بنیه تمامی طیف‌ها نهفته و وجود دارد. رنگ سفید متظاهر کننده احساسات نبوغ و استعدادهای بالقوه فرد بوده و رنگی است که نبوغ و توانایی‌های فرد را تقویت نموده و برای تمامی بنیه رنگ‌ها مناسب تشخیص داده می‌شود. متولیان کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان نیز می‌توانند از این رنگ و خاصیت آن به خوبی بهره گیرند و کالاهایی از جنس استخوان را با رنگ مایه سفید نقاشی کنند که بیشتر در دسترس افراد قرار دارد. یکی از این کالاها جاسوئیچی‌هایی از جنس استخوان است که نقاشی زیبایی را در خود جای داده است.

🎨 رنگ سیاه نیز مانند سفید در تمامی طیف‌های نوری متمرکز و وجود دارد. سیاه در ورای پرده‌ای درهم ریخته و آشفته مخفی گردیده است. بسیاری از افراد از رنگ سیاه به عنوان رنگ درمان کننده استفاده

می‌کنند. این رنگ در زمانی که فرد دچار مشکلات روحی شده و بسیار آشفته حال است، می‌تواند حالت آرامش بخش و حفاظت‌کننده را ایفا کند. البته اگر رنگ سیاه در لباس‌های مورد استفاده، به وفور مورد استعمال قرار گیرد، باعث می‌گردد فرد دچار افسردگی و آشفتگی روحی گردد. روانشناسانی که سعی در درمان با رنگ‌ها را دارند این رنگ را به همراه سفید استفاده می‌کنند. زیرا تاثیرات منفی هر دو رنگ باعث می‌شود که حالات متعادلی ایجاد شود و همین امر باعث می‌شود فرد از درون آرامش یابد و عدم تعادل و توازن وی نیز از بین می‌رود.

✦ رنگ آبی آسمانی با میزان استفاده اکسیژن در بدن در ارتباط است. این رنگ به شدت حالت گندزدایی و میکروب‌کشی داشته و بدن انسان به کمک این رنگ می‌تواند تمامی ناراحتی‌های مربوط به آشفتگی روحی، ناملایمات روانی، افسردگی و ناراحتی‌های ذهنی را از بین ببرد. رنگ آبی آسمانی و انرژی موجود در آن باعث می‌شود که تمامی شرایط موثر و منفی که که مغز را دچار خود می‌سازد، از بین بروند. بنابراین می‌توان کالاهایی از جنس استخوان را با این رنگ نقاشی کرد که معمولاً مورد استفاده افراد هستند، به عنوان مثال جاقلمی‌هایی به این رنگ می‌تواند روی میز افراد قرار گرفته و احساس مناسبی را به آنها ببخشد.

✦ رنگ آبی (سرمه‌ای) که از دو رنگ آبی و سبز ایجاد می‌شود، بهترین انرژی را در رفع بحران‌ها و ناراحتی‌های روحی دارد. این رنگ روح نشاط و فعالیت را به انسان بخشیده و میکروب‌ها را از بدن دفع می‌نماید. این رنگ در حفظ سلامتی پوست بیمار مفید است و در رفع خستگی‌های جسمانی و ناراحتی‌های مربوط به گوش نیز بسیار مفید می‌باشد. بنابراین می‌توان در رنگ‌بندی نقاشی‌های خود این مورد را لحاظ نموده و بر متقاضیان نقاشی‌های خود بیافزایید. در این میان رنگ افلاطون، همان کبود روشن است. این رنگ دارای انرژی بسیار نیرومندی می‌باشد و استفاده زیاد و افراطی از آن باعث می‌گردد که فرد دچار ناراحتی‌های روحی و روانی شود این رنگ به واسطه داشتن تن زیادی از رنگ قرمز موجبات سر درد، ناراحتی‌های میگرنی و واکنش‌های عصبی را فراهم می‌آورد. اما با تمام این خصوصیات در درمان بیماری‌های سرطان و کوچک کردن و مانع شدن از رشد تومورها، بسیار مفید واقع گردد و از طرفی تب شدید را دفع می‌کند.

✦ رنگ نقره‌ای: این رنگ در درمان بیماری‌هایی که ریشه متافیزیکی دارند، بسیار شایسته خواهد بود. از طرفی انرژی این رنگ قدرت نبوغ، خلاقیت و تفکر را در انسان افزایش می‌دهد.

✦ رنگ آبی نیلی: این رنگ مهمترین رنگی است که با انرژی خود تمامی بدن را تحت تاثیر خود قرار داده و آرامش و تسکین لازم را به آن می‌بخشاید و در واقع بدن را سراپا نگه می‌دارد. این رنگ در رفع تب شدید بسیار مفید بوده و حالت آرامش بخشی دارد.

✦ رنگ زرد لیمویی: این رنگ در افزایش قدرت فعالیت‌های مغزی بسیار مفید است و خصوصیت سرعت بخشی به انتقالات مغزی را دارد. یعنی این رنگ باعث می‌شود که فرد آنچه را که فرا گرفته سریعاً حلاجی کرده و تحلیل و تجزیه را انجام دهد و به نتیجه برسد.

✦ رنگ زرد طلایی: این رنگ سیستم رفع کدورت و بخشندگی را در وجود آدمی پرورش داده و تقویت می‌بخشد. روح آرامش و عفو را در انسان ایجاد می‌نماید. این رنگ نیز مانند رنگ سرخ (قرمز) در انسان هیجان‌ات زیادی را ایجاد می‌نماید.

✦ رنگ صورتی: رنگ صورتی مطمئن‌ترین و مناسب‌ترین رنگی است که می‌تواند با انرژی خود، احساسات مربوط به مهربانی، شفقت، حامی، یکرنگی، صراحت، عشق، اعتماد و ایمان به آنچه که لازم است را تقویت کند. رنگ صورتی بواسطه داشتن نیروی خاص، غده تیموس را تحت تاثیر قرار داده و انسان را دارای روحیه بخشندگی و با عاطفه می‌سازد. در تداعی معانی و خاطرات نیز، وجود این رنگ مفید واقع

می‌گردد. به طور خلاصه رنگ صورتی در رفع کدورت، ناراحتی‌های عصبی، خشم، بسیار مفید بوده و حالت موثری دارد.

✦ رنگ کبود: رنگ کبود بسیار متفاوت‌تر از سایر رنگ‌ها، بخش اسکلت و استخوان‌بندی بدن را تحت تاثیر قرار می‌دهد و تاثیرات شگرفی در سیستم فیزیکی و روحی بدن دارد. این رنگ از طرفی حالت گندزدایی و یا آنتی‌سپتیک را دارد. به همین جهت در میان ساختار فیزیکی و روحی انسان تعادل شگرفی ایجاد می‌نماید. انرژی رنگ کبود در درمان انواع بیماری‌های سرطانی موثر است. مخصوصاً التهاب و عفونت دنده‌های قفسه سینه و یا جراحی‌های استخوانی بسیار مفید واقع می‌شود. از سویی استفاده از رنگ کبود در رفع مشکلات سیستم گوارشی و هضم و جذب مواد معدنی و ویتامین‌ها در بدن بسیار مفید است. رنگ کبود باعث می‌شود که انسان‌ها رویاهای زیادی مشاهده نمایند و به خاطر اینکه سیستم عصبی و مغز را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهند، باعث می‌شود که انسان‌ها در تداعی خاطرات گذشته موفق گردند و در درمان و رفع بیماری فراموشی نیز مفید واقع می‌شود.

✦ رنگ لاجوردی: این رنگ در رفع بیماری‌های روحی و فیزیکی بسیار مفید می‌باشد و واکنش‌های مثبت را موجب می‌شود. از طرفی نیروی بخشش و عفو را در بدن افزایش داده و تقویت می‌بخشد. این رنگ در

رابطه با چهره انسان نیز بسیار موثر و مفید است و تمامی سینوس‌های صورت را تحت تاثیر نهاده و اگر در بخش‌های مختلف صورت از جمله اطراف چشم، گوش، بینی، دهان، گونه‌ها و... ناراحتی‌هایی مشاهده گردد، می‌توان از رنگ لاجوردی استفاده کرد و بیماری را بهبود بخشید. با تمام این اوصاف، نمی‌بایست از خاصیت آرام‌بخشی آن چشم پوشید. به طور مثال کسانی که با تمرکز حواس مشغول فعالیت هستند، در بین مراحل مختلف تمرینات خویش، جایگاه ویژه‌ای را به رنگ لاجوردی اختصاص می‌دهند. زیرا این رنگ احساسات ذی‌شعور را به همراه قوه تخیل و حدس و گمان تقویت می‌کند. در محیطی که زندگی و یا کار می‌کنید باید توجه داشته باشید که رنگ لاجوردی حالت افسردگی و بی‌قیدی در برابر دیگران و حالت عدم مسئولیت را در انسان افزایش می‌دهد.

❖ رنگ آبی: رنگ آبی حالت خنک‌کنندگی سیستم انرژی را دارد و به طور کلی رنگی است که حالت آرام‌بخشی و استراحت دهنده را دارد. این رنگ، انرژی‌های موجود در بدن را متعادل ساخته و حالت گندزدای را در بدن نشان می‌دهد. این رنگ در انتظام بخشی سیستم تنفسی نیز مفید واقع می‌شود. از طرفی رنگ آبی باعث می‌شود که فشار خون بالا کاهش یابد و در رفع ناراحتی‌ها و بیماری‌های گلو و حنجره نیز مفید

واقع می‌شود. استفاده از رنگ آبی در درمان بیماری‌های مربوط به آسم، آبله مرغان، زردی و یرقان، رماتیسم و بیماری‌های شایع کودکان بسیار مفید بوده و حتی مانع از بروز بیماری می‌شود. از طرفی این رنگ منجر به افزایش قدرت پیش‌بینی می‌شود و حدس را در افراد افزایش می‌دهد و از این جهت رنگ آبی مناسب‌ترین رنگ برشمرده می‌شود. اگر می‌خواهید در نقاشی‌های خود بیشتر از هر رنگی از رنگ آبی استفاده کنید، همیشه آن را با رنگ‌های گرم به طور مشترک مورد استفاده قرار دهید. استفاده از رنگ آبی در کنار رنگ‌های گرم باعث می‌شود که احساسات هنری - فکری فرد افزایش یابد و منبع مربوط به آن به طرز بسیار وسیعی به حرکت در آید.

🌈 رنگ سبز: رنگ سبز یکی از رنگ‌هایی است که در جهان بیش از بقیه رنگ‌ها دیده می‌شود. رنگ سبز حالت آرام بخشی دارد و به عنوان سمبل شفقت و مهربانی و متعادل بودن روح و روان و رفتار به شمار می‌رود. این رنگ از طرفی دل‌رحمی، مهربانی و مودت و دوستی را در انسان‌ها افزایش می‌دهد. رنگ سبز روشن که به طیف نوری آبی نزدیکتر است، در بسیاری از درمان‌ها مفید واقع می‌شود و بهترین رنگ برای درمان دردها محسوب می‌گردد. این رنگ در تقویت احساسات دوستی، امیدواری، ایمان و صلح بسیار موثر می‌باشد و بدین خاطر،

بیشتر پرچم کشورهای صلح طلب دارای چنین رنگی است و اگر جامعه‌ای بیشتر به این رنگ گرایش داشته باشد، از آرامش و ثبات بهتری برخوردار می‌باشد. آنچه که نمی‌بایست در این قضیه فراموش شود اینکه، از رنگ سبز نباید در درمان بیماری‌هایی از قبیل سرطان و یا بیماری‌های غده ای، استفاده کرد. زیرا رنگ سبز باعث می‌شود که سرعت رشد و توسعه و پیشرفت هر چیزی افزایش یابد و این رنگ باعث رشد تومورهای سرطانی شده و بسیار خطرناک است.

🚩 رنگ زرد: تاثیرگذارترین نقطه‌ای که در بدن انسان می‌تواند از رنگ زرد متاثر گردد، ذهن آدمی است. تمامی فعالیت‌های ذهنی فرد به وسیله نیروی رنگ زرد به حرکت در می‌آید. از طرفی برای از بین بردن ناملایمات و یأس و ناامیدی، رنگ زرد مفید واقع می‌شود. زیرا نیروی رنگ زرد، به فرد امیدواری به زندگی و نیروی زیستن را می‌بخشد. رنگ زرد، خوش‌بینی و اعتماد به نفس را در افزایش می‌دهد. سیستم عصبی، معده، روده‌ها، کلیه‌ها و تمامی جهاز هاضمه تحت تاثیر این رنگ قرار دارند و اگر ناراحتی در آنها ایجاد شود به وسیله رنگ زرد می‌توان آن را درمان نمود. رنگ زرد و زرد طلایی هم واکنش‌های فرد را در رابطه با زندگی و هم تصورات خوش‌بینانه در انسان را تقویت می‌بخشد.

✦ رنگ نارنجی: این رنگ با مشخصه بسیار شاخص و ساده خود، سمبل نشاط و شادمانی و از طرفی نشانه دانش و آگاهی است. این رنگ احساسات اجتماعی بودن و شدن را افزایش داده و فعالیت‌های اجتماعی را در افراد تقویت می‌بخشد. موثرترین بخش بدن انسان، سیستم عضلانی و ماهیچه‌های انسان است که به سرعت از این رنگ تاثیر می‌پذیرد. استفاده افراطی از رنگ نارنجی سبب نامتعادلی و ناهماهنگی در سیستم عصبی افراد می‌شود و توصیه می‌شود که این رنگ به همراه رنگ سبز یا آبی استفاده شود. اعضای مختلفی از بدن از جمله طحال، غده پانکراس، معده، روده‌ها و کلیه‌ها از این رنگ متاثر هستند. ناراحتی و افسردگی‌های شدید نیز می‌توانند به وسیله رنگ نارنجی درمان شوند. برای رفع ناراحتی‌های گذرا در سیستم گوارشی نیز استفاده از رنگ نارنجی مفید می‌باشد.

✦ رنگ قرمز یا سرخ: رنگ سرخ به نهایت روح افزا و جان بخش است. این رنگ به لحاظ داشتن خصوصیات خود باعث می‌گردد که چاکراها به حرکت بیفتند. (چاکراها محل‌هایی هستند که در بدن انسان به وفور وجود داشته و انرژی‌های لازم از طریق آنها وارد بدن شده و یا از آن خارج می‌گردند، ما باید توجه داشته باشیم که این مراکز و نقاط با بدن فیزیکی ما هیچ ارتباطی نداشته و تاثیراتی در حرکات و عملیات فیزیکی

ما ندارند و تنها در شرایط تاثیرگذاری و یا تاثیرپذیری روحی ما انسان‌ها کاربرد دارند). رنگ قرمز به سبب داشتن انرژی شدید در خود باعث می‌گردد که تحریکات و احساسات فیزیکی و عوامل و اسباب فیزیکی خود را بیدار سازد و همین بیداری، آنها را به شدت به فعالیت وا می‌دارد. این رنگ می‌تواند در درمان سرماخوردگی، ناراحتی‌های گردش خون و وجود عفونت در نایژه‌ها و ریه‌ها مفید واقع شود و آنها را درمان نماید اما باید توجه داشت که این رنگ احساسات مربوط به انتقام، کینه، بی‌منطقی، جسارت و عشق را نیز تهییج می‌نماید. اگر مقدار رنگ قرمز بیشتر مورد استفاده قرار گیرد منجر به ناملایمات احساسی و افسردگی‌های ناپایدار می‌شود. علاوه بر این باعث افزایش فشارخون در انسان‌ها نیز می‌شود. به طور خلاصه رنگ قرمز، باعث می‌شود که حرارت و دمای بدن انسان بیشتر شود و گردش خون و جریان آن را سریعتر می‌سازد و برای افرادی که دارای فشار خون پایینی هستند مفید می‌باشد.

🚩 رنگ قهوه‌ای: این رنگ فرد را از بسیاری از جهات و مخصوصاً از حیث ذهنی و احساسی تحت تاثیر قرار می‌دهد. این رنگ بواسطه داشتن انرژی خاص خود باعث می‌شود که انسان تحت تاثیر آن قرار گرفته و فردی اجتماعی شود و بینش و رفتار فرد را در قبال جامعه متعادل

می‌نماید. در قسمت بالا اشاره‌ای به خواص تعدادی از رنگ‌ها (رنگ‌های اصلی) شد که قابل ذکر است همانطور که در ابتدا نیز اشاره شد این خواص رنگ‌ها که در برخی از آنها خاصیت درمانی ذکر شد نمی‌بایست به صورت نسخ در نظر گرفته شود بلکه طبق نظر کارشناسان و روان‌شناسان رنگ می‌تواند در کنار سایر راههای درمانی - پزشکی کاربرد و تاثیری مثبت بر روند درمان داشته باشد. با این توضیح، ضروری است متولیان این کسب و کار خانگی نسبت به افزایش اطلاعات عمومی خود کوشا بوده و به خواست قلبی متقاضیان خدمات خود توجه داشته باشند.



راهبردهایی برای این کسب و کار خانگی

- از آنجا که استخوان‌های نقاشی شده به قیمت نسبتاً بالایی فروخته می‌شود به همین دلیل متولیان این کسب و کار باید به سراغ قشر متوسط به بالای جامعه رفته و ذوق و سلیقه آنان را بررسی کرده و در کارهای خود آن را لحاظ کنند.
- مشق از آثار اساتید قدیم در این عرصه می‌تواند این کسب و کار خانگی را پر اقبال‌تر نماید و از این طریق جلب توریست نماید.
- نقاشی روی استخوان می‌تواند با سایر کالاهای تزئینی ترکیب شود و از این رهگذر ارزش افزوده ایجاد کند.
- نتیجه کار ارائه دهندگان خدمات نقاشی روی استخوان با روحیه انسان رابطه مستقیمی داشته و باید بتواند تأثیرات عمیقی بر برآورده شدن هدف متقاضیان این خدمت بگذارد و می‌بایست پاسخگوی نیاز متقاضیان این نوع نقاشی به بهترین شکل خود باشد.
- حجم نمایی و یا نمایش سه بعدی شکل‌ها بر سطح استخوان: برای این منظور شما می‌توانید با تغییرات تدریجی نور با سیاه و سفید و درجات مختلف خاکستری‌های گوناگون؛ حجم نمایی را انجام دهید. زاویه تابش نور و میزان تیرگی و روشنی‌ها در یک نقاشی، جلوه‌های ویژه‌ای به آن اثر می‌دهد و اثرات متفاوتی در بیننده ایجاد می‌کند. کاربرد دقیق سایه و

روشن، باعث تشخیص و عدم تشخیص شکل‌ها می‌شود. در واقع رعایت تناسب کلی میان سیاه و سفید برای دستیابی به تعادل و پویایی رنگ در اثر نقاشی بر روی استخوان، ضروری است.



مکاتب نقاشی ایرانی

برخی از مراجعان نقاشی‌های شما ممکن است بدون دادن توضیح خاصی، از شما یک نقاشی بر اساس مکتب خاصی را انتظار داشته باشند که در زیر به برخی از معروفترین مکاتب نقاشی اشاره شده است.

مکتب بغداد (عباسی)

این مکتب در قرن هفتم هجری در دوره عباسی و با تصویرسازی کتب و ترجمه‌های پهلوی و یونانی سانسکریت به عربی رایج شد.

چهره‌ها در نگاره‌های این مکتب به سامی (عربی) شبیه است. تاثیر آثار نقاشان بیزانسی و مسیحیت را می‌توان باز شناخت. در این آثار رنگ زمینه نامحسوس یا اصلاً وجود ندارد و نگاره‌ها از متن جدا نیستند و بخشی از متن به شمار می‌روند.

مکتب سلجوقی

در این مکتب، نقش‌ها و تزئینات بر روی متن رنگ‌آمیزی شده، نقاشی می‌شدند. چهره‌ها با چشم‌های بادامی و شبیه به زرد و لباس‌ها با گل و گیاه و نقوش اسلیمی تزئین می‌شد. از این زمان کتب مصور اندکی بدست آمده است. نقش و نگاره‌ها در این آثار نزدیکی و وجه اشتراک زیادی با آثار سفالین این دوره دارند.

مکتب مغول

این مکتب در قرن هفتم هجری قمری و پس از استیلای مغول بر ایران با نام مکتب مغول تبریز پی‌ریزی شد. ارتباط ایلخانان مغول با اقوام خویش باعث نفوذ برخی از عوامل نقاشی چینی در نقاشی ایرانی شد. نقاشان ایرانی در این مکتب به نوعی منظره‌سازی، ساخت و ساز و توجه به جزئیات روی آوردند که با ویژگیهای نقاشی عصر مغول تلفیق شده بود و اساس این مکتب را تشکیل می‌داد. استفاده از رنگ‌های بیشتر (ارغوانی، قرمز، طلایی، سبز،

زرد، قهوه‌ای و...) و افزایش طبیعت‌گرایی و ترکیب‌بندی نگاره‌ها از ویژگی‌های دیگر این مکتب است.

مکتب هرات

در زمان حکومت شاهرخ پسر تیمور، پایتخت و مرکز تجمع هنرمندان شهر هرات بود و در آنجا مکتب هرات پایه‌ریزی شد. در این دوره نگارگری به شکوفائی و عالیترین درجه خود رسید. هنر این دوره هنری واقعی، ملی و موافق با طبع و روحیه ایرانی است. کمال‌الدین بهزاد در این دوره تحولاتی شگرف در هنر نگارگری به وجود آورد. طرح‌ها، همراه با پختگی شگفت‌انگیز و ظرافت در نمایش درختان، گل‌ها و چهره‌ها به کارگرفته شد. فن چهره‌سازی را به بهزاد و این دوره نسبت می‌دهند.

مکتب تبریز

با به حکومت رسیدن اسماعیل صفوی و انتقال پایتخت به شهر تبریز، هنرمندان از جمله بهزاد به تبریز دعوت شدند که موجب حرکت فرهنگی و هنری و به وجود آمدن شیوه‌نویسی در نقاشی ایران شد و این شیوه از ترکیب سنت قدیمی نقاشی تبریز و مکتب هرات و روش شخصی بهزاد پدید آمد. در این دوره شخصیت‌های آثار بهزاد را درویشان و مدرسان تشکیل می‌داد. او در اواخر قرن دهم هجری به صورت نگاری و شبیه‌سازی پرداخت که پس از او به دست رضا عباسی به اوج کمال خود رسید. ترکیب‌بندی‌های چند سطحی،

حرکت و جنبش، رنگ‌های درخشان و پرمایه و آرام از جمله ویژگی‌های نقاشی این دوره است. از دیگر مشخصات آثار این دوره به خصوص در مکتب تبریز، پوشش سر اشخاص به صورت کلاه قرمز رنگ قزلباشی است. نقاشان تبریز به سرپرستی بهزاد معروفترین شاهنامه این مکتب به نام شاه نامه شاه طهماسبی را مصور ساختند.

مکتب اصفهان

شاه عباس صفوی پس از انتخاب اصفهان به پایتختی و ساخت بناهای مجلل، رابطه خود را با کشورهای خارجی بهبود بخشید. از همین جا نگارگری ایرانی از موضوعات نقاشی غربی تاثیر پذیرفت. در این دوره چهره نگاری و تک چهره‌سازی گسترش بیشتری یافت و کم کم حالت‌هایی از طبیعت‌گرایی در آثار نقاشان ایرانی پیدا شد. از شاخص‌ترین نگارگران این دوره "رضا عباسی" و "محمد زمان" را می‌توان نام برد.

نقاشی ایرانی بعد از این دوره نتوانست عظمت گذشته را به دست آورد. در دوره‌های افشاریه و زندیه و در ادامه قاجاریه، نقش‌هایی از عناصر گل و مرغ به صورت ترکیبی از گل‌ها، غنچه‌های نیم شکفته و شکفته و پرندگان مورد استفاده نقاشان قرار گرفت. اینگونه نقاشی که روی قلمدان‌ها، جلد کتاب‌ها، رحل‌های چوبی و جعبه‌های لوازم آرایشی انجام می‌شد، به "نقاشی لاک" معروف شد.

در دوره قاجاریه بار دیگر نقاشی تک شخصیت باب شد، ولی ویژگی‌هایی که نقاشان در این دوره به کار خود دادند، تفاوت‌های زیادی در نقاشی نسبت به دوره صفویه دیده می‌شود. در این آثار همان ویژگی‌های اغراق‌آمیز و ترکیب رخ و نیمرخ نمایی چهره‌ها و پیکره‌ها با هم دیده می‌شود که با استفاده از رنگ‌های اروپایی کشیده شده‌اند.

تذهیب

تذهیب به معنی زراندود کردن و طلا کاری با نقوش الهام گرفته از طبیعت، ولی کاملاً تجریدی، منظم و هندسی است که با خطوط مشکی و آب طلا تزئین شده، یا رنگ‌هایی دیگر همچون لاجورد، سفید آب زنگار و زعفران در آن به کار رفته است.

در اوایل دوره اسلامی، تذهیب برای تزئین و جداسازی آیات قرآن مجید مورد استفاده قرار می‌گرفت. هنر در سده ششم و هفتم متین و منسجم و در سده هشتم با شکوه و مجلل در سده نهم و دهم ظریف و پرمایه و در سده یازدهم و دوازدهم به اوج تنوع و تعداد مکاتب خود رسید.

تشعیر

تشعیر از شعر به معنای "مو" گرفته شده است. در تشعیر قلم‌گیری به نازکی و ظرافت یک موی به کار می‌رود. تشعیر با نقوش گیاهی و جانوری همراه است و معمولاً در حاشیه نسخه‌های خطی یا مرقعات با طلا رسم

می‌شود. گفتنی است که نقوش جانوری معمول در تشعیر به دو دسته حیوانات واقعی و جانوران افسانه‌ای تقسیم می‌شود.

هنر "تشعیرسازی" یا "تشعیر اندازی" از حدود قرن نهم هجری در نسخه‌های خطی به چشم می‌خورد. از اواخر دوره مغول، گرایش تشعیر سازان به خلق طرح‌های طبیعی آشکار و زمینه عنوان نوشته‌های با نقوش چشم‌نواز گل و برگ تزئین می‌شود. گرایش به نقوش طبیعی گیاهان در برخی از نسخه‌های خطی اوایل دوره تیموری مشهود است. از همین زمان تشعیرهای زیبایی با رنگ‌آمیزی‌های فوق‌العاده مشاهده می‌شود. در دوره صفویه طرح‌های تشعیر طلایی بود و در نمونه‌های غنی و گرانبها با دو رنگ طلایی و نقره‌ای رنگ‌آمیزی می‌شد. این تشعیرها در صفحه‌های مقابل طراحی می‌شد. در تشعیرهای اوایل نهم نقش حیواناتی مانند اژدها، قفوس یا مرغ آتش، پلیکان، شیر، میمون، مار و پرندگان به سبک چینی به چشم می‌خورد.

از تذهیب و تشعیر معمولاً برای تزئین حاشیه کتاب‌ها، مرقعات و تابلوهای نگارگری استفاده می‌شود.

ابزار و مواد اولیه در نقاشی روی استخوان

ابزار اولیه مورد استفاده در نقاشی عبارتند از: قلم مو، استخوان، رنگ و

لوازم جانبی

قلم مو

قلم موی مورد استفاده در نقاشی روی استخوان از نوع نرم و مناسب

برای آبرنگ است. شما می‌توانید برای قلم‌گیری و صورت‌سازی از قلم مویی

که از موی گربه ساخته شده است، استفاده کنید، این قلم موها خود بر دو

نوعند: گندمی و شمشیری (نیزه‌ای)

قلم موی گندمی برای پردازش و قلم موی شمشیری برای قلم‌گیری

استفاده می‌شود.

رنگ‌ها

رنگ‌های مورد استفاده در نقاشی روی استخوان، به سه گروه تقسیم می‌شود.

(۱) رنگ‌های گیاهی

پوست گردو، چای و...

(۲) رنگ‌های معدنی

طلا، نقره، لاجورد، سرنج و برخی دیگر از اکسیدهای فلزی

(۳) رنگ‌های شیمیایی

رنگ‌های روغنی، گواش، آب رنگ

رنگ‌گذاری

در نقاشی روی استخوان با دو گونه رنگ‌گذاری سر و کار داریم که با استفاده از رنگ‌های جسمی و رنگ‌های روحی انجام می‌شود.

رنگ‌های جسمی: رنگ‌هایی هستند با رنگ دانه‌های درشت و قدرت پوشانندگی زیاد مثل گواش و رنگ‌های پودری و انواع اکسیدها که برای زیر رنگ به کار می‌روند.

رنگ‌های روحی: رنگ‌هایی هستند با رنگ دانه‌های ریز و شفاف مثل آبرنگ که برای تزیینات قلمگیری و صورت‌سازی به کار می‌روند.

رنگ‌های روغنی بیشتر در دوره قاجاریه مورد استفاده بوده است. این نوع رنگ‌ها با روغن حل می‌شود ولی گواش و آبرنگ با آب قابل حل است.

بست

از بست به عنوان چسب مورد استفاده در رنگ بهره‌گیری می‌شود، بست‌های مورد استفاده در نقاشی بیشتر از انواع صمغ درخت‌ها مانند صمغ عربی و کتیر است. بعضی از بست‌ها حالت کریستالی و شکننده دارند، مانند "آب نبات" که به هنگام استفاده باید به نسبت مشخص شیره انگور یا خرما به آن اضافه شود.

ابزارهای دیگری مانند سنگ عتیق، پرگار، قلم رایبید، قلم فلزی، فوتک، ترلینگ، گونیا و قلم مو با اندازه‌های مختلف در کارگاه‌های نقاشی روی استخوان استفاده می‌شود.

فرآیند انجام نقاشی روی استخوان

روش کار در نقاشی روی استخوان به این ترتیب است که ابتدا استخوان و طرح موردنظر را آماده ساخته، طرح را روی آن انتقال داده، و کار قلم‌گیری را شروع می‌کنید. پس از آن در صورت استفاده از رنگ طلا به طلاندازی می‌پردازید. سپس نسبت به زدن رنگ زمینه اقدام می‌کنید. رنگ زمینه را بنابر عمق فضا، از دورترین شکل‌ها در فضا شروع کرده، تا به نزدیکترین شکل‌ها ختم می‌کنید. در مرحله بعد، ساخت و ساز طرح را انجام داده، سپس رنگ صورت‌ها را می‌زنید و به صورت‌سازی می‌پردازند. این مراحل با کار، جدول‌کشی؛ یا کادربندی پایان می‌یابد.

روش کار در تذهیب کاری چنین است که ابتدا استخوان را کادربندی کرده، طرحی را که ممکن است بر اساس یک واگیره باشد، روی آن کپی می‌کنند. پس از قلم‌گیری یکنواخت، گل‌ها و برگ‌ها را رنگ می‌زنند و به ساخت و ساز (پرداز) عناصر آن می‌پردازند. در پایان زمینه، رنگ زده می‌شود.

روش کار در تشعیرسازی به این ترتیب است که ابتدا بر اساس طرح مورد نظر خطوط اصلی را با یک رنگ طلا قلم می‌گیرند و سپس از رنگ دیگر برای رنگ آمیزی نقوش آن استفاده می‌کنند.

البته در مورد کارهایی که مشتری سفارش می‌دهد نقاش بر اساس خواست مشتری اقدام می‌نماید. اما در مورد کارهایی که نقاشی می‌شوند و سپس نسبت به فروش و یافتن مشتری آنها اقدام می‌شود شما می‌توانید سلیقه دورانی که در آن نقاشی می‌کنید را لحاظ کنید و یا اینکه سبکی را در نظر گرفته و مشتری خود را در ادامه پیدا کنید. شما می‌توانید در نقاشی‌های خود روی استخوان، سبک ترکیبی زیر را نیز لحاظ کنید. سبکی که شامل گل مرغ دوره قاجار و نقاشی طبیعت است. از نظر رنگ آمیزی برخی کارها شبیه رنگ آمیزی نقاشی گل مرغ و برخی هم مانند طبیعت می‌باشد؛ از نقاشی‌های فیگوراتیو دوره صفوی هم می‌توانید استفاده کنید و در آنها نیز دخل و تصرف خود را اعمال کنید. به عنوان مثال نقاشی فردی از دوره صفوی با دسته گلی از دوره قاجار. نکته مهم این است که به طور کلی اگر بخواهید کاری را دقیقاً کپی نمایید، اولاً چون کار دست است دقیقاً همان کار نمی‌شود و بالاتر از آن اگر مانند قبلی نیز بشود ارزشی نخواهد داشت؛ چون آن اثر یک بار تهیه شده است. بنابراین در تمام کارهای خود سعی کنید که نوآوری‌ها و تغییراتی را داشته باشید مگر آنکه خواست مشتری، شما را به کپی وادارد.

شما از شعرها نیز می‌توانید ایده بگیرید و چند نقاشی خود را با استفاده از همین مضامین نیز انجام دهید. اما در این زمینه شما می‌بایست به خواست مخاطبین خود احترام گذاشته و کاری را مطابق با خواست قلبی آنان آماده کنید.

توجه داشته باشید که مراحل آماده‌سازی و فرآوری استخوان شتر جهت انجام نقاشی، بسیار سخت است بنابراین بهتر است استخوان مورد نظر خود را از افراد مطمئن فعال در این عرصه تهیه کنید.

نکته حائز اهمیت در خصوص نقاشی‌های روی استخوان بعضاً در برخی آثار مینیاتوری دیده می‌شود که نقوش از حالت واقعی خارج شده و نگاهی سورئال به خود می‌گیرد. برخی از این آثار از لحاظ زمانی با دوره سورئال در عصر مدرن که عموماً با کارهای سالوادر دالی شناخته می‌شود، اختلاف زمانی زیاد داشته و بسیار قدیمی‌تر از عصر مدرن هستند. در این مورد شاید بتوان گفت: سورئال در مینیاتور قبل از بروز در دوره مدرن وجود داشته است. حتی در این راستا می‌توانیم امپرسیونیسم را مطرح کنیم. به طور مثال وقتی وارد مسجد جامع اصفهان می‌شوید، بازی نوری را مشاهده می‌کنید که شما را به یاد سبک امپرسیونیسم می‌اندازد. این موضوع را در بخش سورئال در برخی آثار مینیاتور نقاشی شده بر روی استخوان هم می‌توان مشاهده کرد. اما نکته بسیار مهمی وجود دارد، زمانی که هنرمندان ما این نوع آثار را خلق

می‌کردند، تفکر ذهنی خاصی برای تولید سبک یا قالب نداشته‌اند و کارها تماماً حسی انجام می‌شد. از طرف دیگر شاید درصدد بودند که نقاشی‌ها شبیه به واقعیت شود؛ ولی توانایی خلق واقعیت را نداشتند. همانطور که می‌دانید مکتب سوررئالیسم بعد از دوره‌هایی مانند کلاسیسم و... بوجود آمد و در واقع هنر نقاشی غرب در بخش‌های مختلف مانند آناتومی، پرسپکتیو و... به نقطه عطفی رسیده بود و سپس تصمیم به ساختارشکنی گرفتند. اما در مورد نقاشی در ایران، ما هیچگاه دوره اوجی نداشته‌ایم که مبادرت به ساختارشکنی کنیم و معمولاً احساسی برخورد می‌کردیم. شما نیز به عنوان متولی این کسب و کار خانگی لازم است این موارد را مد نظر قرار داده و در مورد سبک و نوع کار خود هوشیارانه تصمیم بگیرید.

البته در این میان نقاشی دیجیتالی نوعی جدید از هنر است که در آن تکنیک‌های سنتی نقاشی مانند آب رنگ و رنگ روغن و... توسط ابزارهای دیجیتالی از طریق یک کامپیوتر و نرم‌افزارهای مخصوص به کار برده می‌شوند. نقاشی دیجیتالی متفاوت از دیگر شکل‌های هنر دیجیتالی و هنرهای تولید شده توسط کامپیوتر است. هنرمندان از تکنیک‌های نقاشی استفاده می‌کنند تا نقاشی دیجیتالی را مستقیماً بر روی کامپیوتر خلق کنند. شما نیز می‌توانید با توجه به ویژگی‌های واقعی استخوان، نقاشی روی استخوان را با همان جلوه حقیقی خود توسط رایانه خلق کنید.

توجه داشته باشید: تفاوت اصلی بین نقاشی سنتی و نقاشی دیجیتال فرآیند غیر خطی است. هنرمند دیجیتال ابزارهای مختلفی را در اختیار دارد که قابل استفاده و دسترسی برای نقاش سنتی نیست. بعضی از آنها شامل موارد زیر می‌باشند: پلت‌های مجازی که شامل میلیون‌ها رنگ هستند، بوم‌های نقاشی در هر سایزی، توانایی از بین بردن اشتباهات و ابزارهای متفاوت دیگر.

یک graphic tablet به هنرمند این اجازه را می‌دهد که حرکت دست خیلی دقیقی همانند حرکت دست با مداد واقعی و بر روی صفحه نقاشی واقعی داشته باشد. نقاشی دیجیتالی تاکنون در تولید هنر موفق عمل کرده است. نرم‌افزارهای نقاشی دیجیتالی مانند art rage , corel painter ، adobe photoshop برای هنرمند محیط مشابه یک نقاشی واقعی را فراهم می‌آورد. در نقاشی دیجیتال از پیکسل‌ها استفاده می‌شود. کلمه پیکسل از کلمات picture element گرفته شده است. در تعریفی دیگر پیکسل کوچکترین نقطه تشکیل دهنده یک گرافیک و تصویر می‌باشد. وقتی هزاران پیکسل در کنار یکدیگر قرار گیرند یک تصویر ایجاد می‌شود. دقت کنید شما حتی زمانی که به این مقاله نگاه می‌کنید در حقیقت هزاران پیکسل را در کنار یکدیگر مشاهده می‌کنید.

در این راستا باید گفت: برنامه‌های بسیاری برای ساخت پیکسل وجود دارد. ساده‌ترین این برنامه‌ها معروف paint مایکروسافت است که در

ویندوز به صورت خودکار نصب می‌شود. اما حالت پیشرفته آن برنامه‌های قدرتمندی نظیر Corel Painter و photoshop می‌باشد.

art pixel چیست؟

یک توضیح بسیار ساده آن است که در حقیقت هر هنر تصویری دیجیتال از پیکسل ساخته شده را می‌توان یک هنر پیکسلی نامید. اما در اصل art pixel یعنی هنر ساخت یک تصویر تنها با استفاده از پیکسل‌ها. (ساخت کلی یک تصویر تنها با گذاشتن پیکسل‌ها بر روی هم) در این روش طراحی از حداقل امکانات طراحی استفاده می‌شود و تصویر تنها با استفاده از نقاط ساخته می‌شوند. در این هنر ما چیزی به عنوان خط و کمان و... نداریم. اگر قرار است خطی کشیده شود می‌بایست توسط نقاط ساخته شود.

در این میان آن چه مسلم است این است که نقاشان روی استخوان می‌بایست از فناوری‌های روز دنیا مطلع باشند و مشاوران زنده‌ای برای متقاضیان و مشتریان خود باشند.

سبک‌های معروف نقاشی که متولیان این کسب و کار می‌توانند در کارهای نقاشی خود روی استخوان آن را لحاظ کنند عبارتند از:

- رئالیسم (واقع‌گرایی)
- امپرسیونیسم (برداشت‌گرایی)
- هنر ابتدایی

- کوبیسم (حجم‌گری)
- مدرنیسم (نوگرایی)
- آبستره (انتزاعی)
- پست مدرنیسم (فرا نوین)
- آوانگارد (پیشگام، وابسته به مکتب‌های هنری نوین و غیرسنتی)
- ساختارگرایی
- کتاره سخت
- گرافیتی
- نقاشی اصیل ایرانی

متولیان کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان می‌توانند بنا به ذوق و سلیقه و خواست قلبی مشتریان خود، از هریک از این سبک‌ها پیروی کنند. البته بر شما به عنوان متولیان این کسب و کار خانگی لازم است پس از مراجعه مشتریان و یا دریافت درخواست آنها به صورت حضوری و یا تلفنی، سوالهای زیر را مطرح کنید:

- ۱- چه طرحی و بر روی چه نوع استخوانی مدنظر است؟
- ۲- آیا فقط متقاضی نقاشی روی استخوان هستید و یا می‌خواهید خود استخوان آن نیز توسط ما تهیه شود؟ (در این صورت ترجیحات مشتری چیست)

۳- آیا در این زمینه نیاز به مشاوره دارید؟

۴- برای زمان تحویل کار چه تاریخی مد نظر است؟ (این مورد می‌بایست به دقت پرسیده و ثبت شود)؟

۵- آیا ترجیح خاصی دارید که می‌بایست لحاظ شود؟

۶- چه کیفیت و قیمتی را برای سفارش خود مد نظر دارید؟

در صورت تمایل مشتری، شما می‌توانید نمونه کارهای خود را توسط رایانه به مشتری نشان داده و به او در انتخاب سفارش خود کمک کنید. همچنین می‌توانید از مشتری خود درخواست کنید که سفارش خود را به صورت اسکن شده و یا به صورت دستی به شما ارائه کند سپس بعد از انجام کار درخواست شده، این نقاشی در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. در این هنگام مدیر کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان می‌تواند با بسته‌بندی مناسب خدمت مناسب‌تری را نیز ارائه کند و همزمان از مشتریان خود در خواست جلسه کرده و در مدت چند دقیقه در رابطه با موارد زیر صحبت نماید:

- انتظارشان از او به عنوان مدیر کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان چیست؟
- آیا از خدمت ارائه شده رضایت دارند؟
- آیا ترجیح خاصی برای سفارشات بعدی خود مدنظر دارند؟
- خواستار دریافت چه خدمات دیگری هستند؟

پس از طی مراحل فوق، شناخت کاملی از خواسته‌ها، ترجیحات، روحیات و علائق مشتریان خود، خواهید داشت که پایه و اساس کارهای آتی شما را رقم می‌زند.

ضمناً شما با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی، علاوه بر اخذ سفارش انجام خدمت می‌توانید تولیدات خود را نیز بطور مستقیم معرفی نموده و به فروش رسانید.



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۶ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۶۰۰۰۰۰
۲	ابزار و وسایل کار	۵۰۰۰۰۰
۳	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰
۴	فکس	۱۵۰۰۰۰
۵	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۶	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۷	اسکندر	۱۵۰۰۰۰
۸	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰
مجموع		۲۱,۵۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان نیاز به یک فرد دارد که با توجه به حجم سفارشات و نیازهای این کسب و کار خودش به تنهایی و یا با بهره‌مندی از شبکه همکاران، بتواند به ارائه خدمت بپردازد.

شبکه همکاران

در مورد شبکه همکاران به طور کلی می‌توان گفت: شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و شما برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه شما انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. مزیت این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها شاغل تمام وقت در کسب و کار خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت.

البته در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در این حرفه شما ممکن است با توجه به درخواست مشتریان خود نیاز به همکاری با افراد یا مشاغل ذیل داشته باشید:

- فروشگاه‌های ارائه‌کننده مواد و ابزارآلات نقاشی
- فروشگاه‌ها و عرضه‌کنندگان استخوان مورد نیاز شما

و کلیه فروشگاه‌هایی که با توجه به درخواست مشتریان می‌بایست به آنها مراجعه کرده و اقلام مورد درخواست خود را تهیه نمایید. مشاغلی که به نوعی با حوزه‌های هنری سروکار دارند مرتبط و مکمل این حرفه می‌باشند چرا که این حرفه اگر بخواهد به شکل نوآورانه‌ای ارائه شود می‌تواند با مشاغل مختلف همکاری داشته باشد.

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی خود نیز تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۱۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۶۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۸۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۱،۵۰۰،۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی (www.Issi.ir) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید.



تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	ICDL	مهارت‌های عمومی
	*		روابط عمومی بالا	مهارت‌های تخصصی
	*		فنون مذاکره	
*			توانایی نقاشی روی استخوان	
*			ذوق هنری	مهارت‌های ویژه
سخت کوش، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری				ویژگیهای فردی
سواد سوم راهنمایی، با سابقه قبلی در این حوزه. سواد در حد خواندن و نوشتن نیز قابل قبول است.				تحصیلات

وضعیت بازار خدمات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست به موفقیت می‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار آغاز کنید. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه کسانی به نقاشی‌های روی استخوان تمایل دارند؟
- این مشتریان چه ویژگیهایی دارند؟

- این مشتریان چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی کسب و کار شما وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ دادن به این سوالات لازم است مجموعه فعالیت‌هایی را که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود، آغاز کنید. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده و در نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری از توریست‌ها به سمت این نوع نقاشی‌ها جلب شده و درخواست آنها در این حوزه رو به افزایش است.
۲. با تبلیغات مناسب در نمایشگاه‌های هنرهای دستی و... ، مشتریان بالقوه و همینطور مشتریان بالفعل خود را بیشتر با نوآوری‌های این خدمت آشنا نموده و امکان ارائه خدمات در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد. در

این رستا این نکته دارای اهمیت است که کارهای هنری ترکیبی، از اقبال بیشتری برخوردار هستند به همین دلیل مناسب است که متولیان کسب و کار خانگی نقاشی روی استخوان بتوانند با سایر هنرمندان ارتباط موثری برقرار کرده و این ارتباط به هم افزایی بین دو یا چندکار هنری منجر شود.

۳. متولیان این کسب و کار خانگی می‌توانند اقدام به کشیدن نقاشی‌هایی از اساطیر کشورهای مختلف دنیا نمایند و از این رهگذر بر تعداد مشتریان خارجی خود بیفزایند.

۴. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع خدمات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید.

۵. نقاشی از یک زوج بر روی استخوان می‌تواند برای آنها بسیار خاطری انگیز باشد و از این رهگذر فرصت مغتنمی را برای مانایی این کسب و

کار خانگی به ارمغان

بیاورد.



شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

برای موفقیت در فروش محصولات مزین به نقاشی‌های خود و یا ارائه خدمات به متقاضیان این نوع خدمات لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش محصولات یا خدماتتان را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)

۲- به چه قیمتی و به چه نحوی آن را دریافت کنید (Price)

۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)

۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی بدنبال نقاشی‌های روی استخوانی هستند که ارزانتر هستند.
- برخی نقاشی‌های روی استخوان اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال نقاشی‌های روی استخوان متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات یا محصولات را از جای دیگری دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال این خدمات یا محصولات را قبلاً استفاده نکرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالا بودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیر این صورت قادر

به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

۳- جایگاهیابی در بازار هدف

منظور از جایگاهیابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و به دنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزئی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص کننده استراتژی و برنامه مناسب شما برای رسیدن به اهدافتان است.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

به طور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به میزان قابل توجهی

پایین تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که قادر باشید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون گذاشتن تأثیر منفی بر کیفیت، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور باید روش و تکنولوژی مورد استفاده‌تان با آنچه رقبا در پیش گرفته‌اند، متفاوت باشد. در این صورت می‌توانید هزینه‌ها را طوری کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی در آن دسته از بخش‌های بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند؛ یعنی افرادی در بازار به دنبال قیمت پایین‌تر بوده و همین امر معیار انتخاب‌شان است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند نیاز خود را با قیمت پایین‌تر از کسب و کار دیگری تهیه کنند، دیگر از شما خرید نخواهند کرد.

ب- استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کرده و با این کار آن را از خدمات و محصولات مشابه متمایز می‌سازید به طوری که در نوع خود منحصر به فرد باشد. در این استراتژی قیمت محصول معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و محصول کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در سبک خاصی از نقاشی متمرکز می‌شوید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی، هر یک از اجزای آن را به تفصیل

بررسی می‌کنیم:



محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی

را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. خدمات شما می‌تواند شامل موارد ذیل

باشد:

- نقاشی به سبک‌های مختلف روی استخوان
- نقاشی اساطیر ایران و جهان روی استخوان
- نقاشی چهره‌های مشهور معاصر روی استخوان
- نقاشی تصویر بزرگان یک قوم روی استخوان
- نقاشی تصویر عروس و داماد روی استخوان
- و ...

توجه داشته باشید در نقاشی روی استخوان مهمترین رکن، برنامه بازاریابی محصول یا خدمت است. چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد، برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به طور کامل انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریانتان را تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد مختلف صحبت کنید. سعی کنید با مشتریان احتمالی مکاتبه کرده و یا به صورت حضوری آنها را ملاقات کنید. به خاطر داشته باشید که معمولاً ایده اولیه یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نبوده و لذا لازم است که در طی یک فرآیند تحقیق و جستجو، به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آن قدر پایین باشد که مشتری را جذب کرده و در عین حال آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر، مشتری همواره بدنبال حداقل قیمت و کارفرما بدنبال حداکثر قیمت است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. قیمت رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به شرکت‌های رقیب تعیین کنید.

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که برای افزایش سطح فروش انجام می‌دهید. به همین منظور، می‌توان از تکنیک‌های زیر استفاده کرد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

۲. بازاریابی مستقیم

۳. مشوق‌های فروش (اعمال تخفیف و دادن جایزه)

۴. روابط عمومی

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید زمینه کاری خود را تبلیغ کنید.

تبلیغات پیام‌های بازرگانی را شامل می‌شود که از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. بعنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پربیننده و خبری به اطلاع مشتریان رسانه و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید؛ همچنین می‌توانید از طریق چاپ تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون محصولاتتان را معرفی کنید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار پرهزینه بوده و کسب و کارهای کوچک از عهده آن بر نمی‌آیند. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورت اطمینان از اثر بخشی آن، می‌توان مورد استفاده قرار داد. با این حال امروزه تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

- ۱- در حال حاضر در ایران بیش از ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.
- ۲- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر و کاملاً قابل ردیابی است؛ یعنی وقتی هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شده و از سایت‌تان بازدید بعمل آید.

ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا ارسال پیام تبلیغاتی شرکت نیست. نام تجاری منعکس کننده احساس و نگرش مصرف کننده نسبت به محصولات

یا خدمات شرکت است. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است.

آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شوید، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان خدمات و محصولاتان را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به دریافت این نوع خدمات هستند، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما می‌توانند تولید کنندگان محصولات هنری باشند، در این شرایط ممکن است بسیاری از این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که حتی مشتریان بالقوه شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و مشتریان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و مشتریان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. به یاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود. توجه داشته باشید:
۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.
۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، می توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایتان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن پیام قرار دهید.
۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند؛ به عنوان مثال از آنها بخواهید از سایتتان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.



۳. مشوق های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می تواند مشتریان مردد را به مشتری های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف های ویژه است. در این روش شما جوایز قابل توجه و یا تخفیف های

ویژه‌های را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا بیشتر خرید کرده‌اند، اهدا می‌گردد.

۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی است که زمینه گسترش شهرت و اعتبار شما را بطور غیرمستقیم فراهم کرده و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر از روش‌های دیگر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم داشته و میزان فروش ناشی از آن به کندی افزایش می‌یابد اما تاثیرگذاری پایدارتری نیز دارد. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت تان تهیه کرده و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان، شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناسی قابل اعتماد پذیرفته و چنانچه قصد خرید داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما خدمات نقاشی روی استخوان است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با نقاشی روی استخوان اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان شخصی یا براساس نام

موسسه تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی نوشته و آنها را بصورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول و یا دریافت یک خدمت، به سراغ کسانی می‌روند که از قبل می‌شناسند.

برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار نموده و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا در ازای پرداخت هزینه‌ای کم در آن حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها مستقیماً درباره

حرفه خود

سخنرانی نکنید.



توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصول یا خدمات شما دسترسی پیدا کنند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما می‌توانید بدون نیاز به دفتر کار امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن، شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند محصولات شما را خریداری کرده و یا خدمات مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالات شان را پیدا کرده، و اقدام به ثبت سفارش نمایند. برای این منظور باید:

۱- نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید:
(www.yourname.ir یا www.name.com) این دامنه باید دارای دو ویژگی داشته باشد:

- الف- حتی‌الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛
 - ب- کوتاه و مختصر باشد تا براحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.
- ۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.
- ۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک بگیرید)
- ۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۵- سایت را مدیریت کرده و تراکش‌های خود با مشتریان را پیگیری و دنبال کنید.

اما شاید در ابتدای امر بهتر باشد شما در منزل خود جایی را طراحی کنید که امکان پاسخگویی تلفنی به مشتریان به صورت تمام وقت و یا پاره وقت در زمان‌های مشخص وجود داشته باشد.



رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصولات و خدمات شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این محصولات و یا خدمات را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار

دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را از دریافت خدمات شما بازدارد؛ این درحالیست که مشتریان راضی حدود سه نفر را به دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید بدنبال جلب رضایت مشتری باشید.

مخاطرات و آفتهای این شغل و نحوه پیشگیری آنها

✚ به دلیل گران بودن قیمت استخوان و دستمزد نقاشی بر روی آن، ممکن است با اعمال نشدن خواست مشتری، او زحمات متولیان این کسب و کار خانگی را نادیده گرفته و بدون پرداخت هرگونه هزینه‌ای از سفارش خود صرف نظر کند.

✚ برای پیشگیری از این زیان؛ متولیان این کسب و کار خانگی می‌توانند تصویر کامپیوتری درخواست مشتری را به او نشان داده و رضایت او را به صورت امضا شده پیش خود نگه دارند. از طرف دیگر وقتی مشتری

کاری را سفارش می‌دهد؛ لازم است استخوان در نظر گرفته شده توسط متولی این کسب و کار با خود مشتری چک شود.

✦ ناشناخته بودن نقاشی روی استخوان در قالب یک کسب و کار خانگی با توجه به این که نقاشی روی استخوان در قالب یک کسب و کار خانگی همچنان جزو خدمات جدید و نوظهور شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی می‌شود که در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل توجهی از سوی مشتریان روبرو نشوید.

برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

👉 سعی کنید مقالاتی را در درباره مزایای نقاشی روی استخوان در منزل و به عنوان یک کسب و کار خانگی موفق نوشته و در نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.

👉 می‌توانید این خدمات را در ابتدا برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.

👉 می‌توانید در نمایشگاه‌ها و بازارچه‌هایی که ویژه کارآفرینان نوپا بوده و توسط موسسات مختلف مانند شهرداری برگزار می‌شود، شرکت نموده و خدمات خود را معرفی کنید.

👉 سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وب سایت خود تعداد بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدماتتان را بالا ببرید.

👉 رقابت با نقاشان کهنه کار در این عرصه

یکی از مخاطرات این شغل، ارائه دهندگان کهنه کار نقاشی روی استخوان هستند که توانسته‌اند سهم خوبی از بازار را برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان این نقاشی‌ها را پوشش دهند و بنابراین کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها ارتباط برقرار نموده و توضیح دهید که فعالیتتان به هیچ وجه رقیب حرفه آنها نبوده، بلکه مکمل آن محسوب می‌شود.



توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

شما می‌توانید با مسئولان برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌ها و... ارتباط برقرار کنید و هدایای مورد نظر آنان را با لوگوی آن همایش، کنفرانس و... روی استخوان و به شکل تندیس نقاشی کرده و در اختیار آنان قرار دهید.

شما می‌توانید با ادارات و موسسات دولتی و غیر دولتی قرار داد بسته و هدایایی از جنس قلمدان یا ... با آرم همان اداره یا موسسه نقاشی کرده تا به رسم یاد بود به مهمانان داخلی یا خارجی آن اداره یا موسسه اهدا شود.

شما می‌توانید تهیه کننده هدایایی نفیس برای روزهای خاص همچون روز مادر؛ روز پرستار و... با نقاشی‌های زیبایتان بر روی انواع کالاهای ساخته شده از جنس استخوان باشید.

به کارگیری نکات زیر نیز می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:

برای معرفی خدمت خود سایت بزنید و سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهید:

- * تا می‌توانید مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.
- * اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت قرار دهید.
- * فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.

- * با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
- * سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه نقاشی روی استخوان اشاره کنید.
- * از نقاشان بزرگ این عرصه الگوبرداری کنید.
- * ارتقاء نحوه بسته‌بندی سفارشات خود را مد نظر قرار دهید به طوری که سفارشات در نهایت صحت تحویل مشتریان شوند.



سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ✦ سازمان صنایع دستی
- ✦ سازمان فنی و حرفه‌ای کشور
- ✦ شهرداری‌ها
- ✦ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✦ نقاشی روی چرم
- ✦ طراحان کامپیوتری
- ✦ فروشندگان محصولات هنری و صنایع دستی
- ✦ صاحبان گالری‌های هنری

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- آبرز، جوزف، تأثیر متقابل رنگ‌ها، ترجمه عربعلی شروه، نشر: نی
- گاردنر، هلن، هنر در گذر زمان، ترجمه محمدتقی فرامرزی، مؤسسه انتشارات نگاه
- ایتن، یوهانز، کتاب رنگ، ترجمه محمدحسین حلیمی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- پاکباز، روئین، دایرةالمعارف هنر، ناشر: فرهنگ معاصر
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمدابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر
- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس
- تجارت الکترونیک، مایکل کانینگهام، عبدالمجید عبدالباقی، احمدرضا اخوان، نشر ارکان،
- تجارت اینترنتی، فاطمه حافظیان، نشر اندیشه برتر
- قانون تجارت همراه با تجارت الکترونیک، محمدابراهیم قزوینی، محمودابراهیم قزوینی، نشر رسانه تخصصی
- مدیریت و تجارت الکترونیک، مهران آقایی، افسانه حاجیان، نشر سفیر رادهاال