

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۲۸۱

خاتم سازی و خاتم کاری

۱۳۹۰

خاتم سازی و خاتم کاری / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان
(جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۷۸ص. مصور(رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۸۱

۱۵۰۰۰ ریال: ۴-۳۷-۰۳۴۲-۰۰-۶۰۰-۹۷۸

فیبا

خاتم سازی -- کسب و کار خانگی -- صنایع دستی -- ایران

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ خ/۲/۹۹۲ NK

۲۳۶۴۱۷۱

۷۴۵/۵۱۲



عنوان کتاب: خاتم سازی و خاتم کاری

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۴-۳۷-۰۳۴۲-۰۰-۶۰۰-۹۷۸

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 ارائه خدمات	۴۴
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۴۷
نیروی انسانی مورد نیاز	۴۷
سرمایه مورد نیاز	۵۰
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۵۲
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۵۵
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۷۴
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی	۷۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۷۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۷۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۷۸

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، حیطة 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

صنایع دستی هر قوم نمادی از تفکر و فرهنگ آن قوم و تمدن است. هر چند امروزه این صنایع، به دلایل قیمت نسبتاً بالا و شرایط خاص اقتصادی و فرهنگی در جامعه مورد بی‌مهری واقع شده است و چنان چه می‌بینیم کمتر کسی به خصوص در قشر جوان و تحصیل کرده بدین سو گرایش پیدا می‌کند. اما همچنان هستند کسانی که نه از سر بی‌دردی که تنها به عشق فرهنگ و هنر این آب و خاک، با عشقی سیری‌ناپذیر و انگیزه‌ای در خور تحسین در جهت اعتلای صنایع و هنرهای دستی کشور می‌کوشند. در گستره هنرهای مثال‌زدنی ایرانیان، یکی از مظلوم‌ترین این هنرها خاتم‌کاری است که امید می‌رود با گسترش کسب و کارهای خانگی خاتم‌کاری و خاتم‌سازی شرایطی مهیا شود که در آن شرایط اقبال به سمت هنرهای سنتی ایرانی روز به روز بیشتر شود. زیرا هنرهای سنتی ایران، هنرهای اصیل مردمی و نشأت گرفته از فطرتی پاک است و بر هر ایرانی پاسداری از این میراث گران‌مایه و وظیفه‌ای اخلاقی است.

همانطور که در دایره‌المعارف فارسی درباره خاتم‌کاری و خاتم‌سازی آمده است عبارت از: "هنر آراستن اشیا به صورتی شبیه موزاییک با مثلث‌های

کوچک. طرح‌های گوناگون خاتم همواره به صورت اشکال منظم هندسی بوده است. این اشکال هندسی را با قرار دادن مثلث‌های کوچک در کنار هم نقش‌بندی می‌کنند. مثلث‌ها را از انواع چوب فلز و استخوان می‌سازند. هرچه مثلث‌ها ریزتر و ظریف‌تر باشند خاتم مرغوبتر است. در یک طرح خاتم برای ساختن کوچکترین واحد هندسی حداقل سه مثلث و برای بزرگترین آن حداکثر چهارصد مثلث به کار می‌رود. در خاتم کاری چوب استخوان یا فلز را به صورت منشورهای مثلث القاعده در ابعاد ۱ تا ۲ میلیمتر و طول ۳۰ سانتیمتر برش می‌دهند سپس این واحدهای مثلثی شکل را با نظم خاصی توسط سریشم، کنار هم روی سطح چوبی می‌چسبانند.



به جرأت می‌توان گفت، متعهدبودن متولیان این کسب و کار خانگی، در تحویل به موقع سفارشات و مطابق با خواست مشتری، نقش اساسی در حیات این گونه کسب و کارهای خانگی دارد. با این همه خاتم‌کاری و خاتم‌سازی همانند سایر کسب و کارهای خانگی می‌تواند دارای برخی تولیدات و خدمات منحصر به فرد و ریزه‌کاری‌های بسیاری باشد که اغلب از سلیقه‌های متقاضیان و متولیان این کسب و کار خانگی و البته نیازمندی‌های دوره‌های مختلف زمانی تأثیر می‌پذیرند. البته به عنوان مثال در موارد زیر متولیان این کسب و کار می‌توانند وارد عرصه شوند، این موارد عبارتند از:

۱- جلدسازی خاتم برای قرآن‌های نفیس

۲- جلدسازی خاتم برای انواع قرآن‌ها

۳- جلدسازی خاتم برای دیوان حافظ

۴- جلدسازی خاتم برای دیوان شعرا

۵- جلدسازی خاتم برای آلبوم‌های عکس

۶- انواع تابلوهای خاتم

۷- انواع وسایل اداری خاتم

۸- انواع وسایل تزئینی خاتم

۹- انواع قاب عکس‌های خاتم

۱۰- و...

واقعیت این است که خاتم به عنوان یکی از هدایای ارزنده طبع بلند هنری ایرانیان، پیوسته در زندگی انسان‌ها کاربردهای متنوعی داشته و حد استفاده از آن را خلاقیت انسان تعیین می‌کند. در این راستا می‌توان گفت: متولیان این کسب و کار نیز سعی می‌کنند با اعمال راه‌حل‌هایی خلاق اما سنتی در داخل ساختاری مشخص اقدام به تعامل با مشتریان خود نمایند و در نهایت سعی کنند به صورت انحصاری تأمین‌کننده نیاز مشتریان خود باشند. از طرف دیگر متولیان این کسب و کار مناسب است به گونه‌ای مطابق با خواست مشتریان خود عمل نمایند که آنها آن را به دیگران نیز پیشنهاد کنند و این امر سبب پایایی این کسب و کار در عرصه کسب و کار خانگی گردد.

در واقع این نوع کسب و کار قادر است جوابگوی نیازها و کارکردهای مختلف متقاضیان آن باشد. البته در عین حال و در صورت نیاز، متولیان این کسب و کار می‌توانند فرصت‌هایی را فراهم آورند که در تعامل با مشتریان مختلف، خواست‌های منحصر به فرد آنان را در نظر گرفته و سفارشی مطابق خواست قلبی مشتریان خود، به آنها ارائه کنند و ارتباطی موثر و پایا با مشتریان خود ایجاد کرده و حتی در مواردی بر تصمیم متقاضیان تولیدات خود تأثیرگذار باشند.

همانطور که تولیدات خاتم در کشورمان به خاطر ماندایی حضور در عرصه رقابت، روز به روز بیش از پیش مشتری‌مدارتر می‌شوند و بسیاری از کسب و

کارهای متولی این امر، بنا به خواست مشتریان خود، سفارشات خاتم را تولید می‌کنند، متولیان این امر در عرصه کسب و کارهای خانگی بایستی پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن باشند و در جهت ارائه تولیداتی مناسب‌تر و مشتری پسندتر پیش بروند.

به جرأت می‌توان گفت: تولیدات این کسب و کار خانگی می‌تواند شامل طیف وسیعی از تمایلات مشتریان در این عرصه باشد. در فرهنگ فارسی معین آمده است: "خاتم بستن یا خاتم‌سازی شغل و عمل خاتم‌ساز را گویند" و بدان معنی است که: "توسط عاج و استخوان شتر و غیره نقوش و گل‌هایی بر سطح چیزی ایجاد کردن. خاتم کاری کردن" و خاتم کار یا خاتم‌ساز: "آن که از عاج فیل و شتر و چوب و جز آن گل‌ها و نقوشی بر سطح چیزی (چوب و غیره) ایجاد کند و یکی از هنرهای میراث فرهنگی کشور ایران زمین، هنر خاتم است.

در لغت‌نامه دهخدا، خاتم‌ساز چنین معنی شده است: "آن که پاره‌های استخوان را در چوب با نقش و نگار بنشانند. خاتم‌سازی عمل خاتم‌ساز را گویند."

بنابراین آن چه مهم است این است که: متولیان این نوع کسب و کار خانگی بایستی از نظر صلاحیت، تجربه و ذوق هنری در حد خوبی باشند و قادر به بهبود، وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی مشتریان خود باشند.



زمینه اقتصادی این پیشه

بسته به حجم کار به سرمایه نیاز دارد. اما حداقل‌های فعالیت در این پیشه، داشتن مکانی برای استقرار ابزار و ادوات لازم برای فعالیت است که می‌توان از فضای منزل مسکونی استفاده کرد و همچنین مواد اولیه این کار که نیاز به سرمایه‌چندانی نخواهد داشت باید آماده باشد.

زمینه اجتماعی این پیشه

این پیشه در زمره صنایع دستی است و جزو فعالیت‌های هنری نیز محسوب می‌گردد بنابراین از جایگاه اجتماعی ارزشمندی برخوردار است.

پیشینه خاتم‌سازی و خاتم‌کاری

خاتم‌سازی یکی از هنرهای ارزشمند مشرق زمین است و آنچنان که از متون گوناگون دریافت می‌شود از گذشته آن اطلاع زیادی در دست نیست زیرا ماده اولیه آن چسب و چوب می‌باشد که هر دو اینها بر اثر مرور زمان کاملاً از بین می‌روند. تنها در اماکن متبرکه و مقدس به دلیل خاستگاه دینی و اعتقادی مردم ایران که همواره این اماکن را مورد توجه ویژه و پاسبانی و نگهداری قرار می‌دادند، می‌توان نمونه‌هایی از آثار خاتم را که قدمت چند صد ساله دارند را مشاهده کرد.

خاستگاه اولیه خاتم

در منابع گوناگون اشارات مختلفی در خصوص خاستگاه اولیه خاتم شده است برخی آن را چین اما بسیاری دیگر ایران دانسته‌اند. گروه اول معتقدند که این هنر به شکل امروزی آن قبل از عهد صفویان و در زمان سلطه ایلخان مغول از چین به ایران راه یافت اما گروه دوم پایه‌گذاری خاتم را در شهر شیراز و عصر دیلمیان می‌دانند و معتقدند که در عصر صفویه به اوج شکوفایی خود رسید زیرا در این زمان نه فقط دربار صفوی با حمایت‌های خود هنرمندان خاتم را همچون سایر هنرمندان به صورت تمام و کمال‌پذیرا

بود بلکه ارتباط فرهنگی و بازرگانی ایران با سایر ممالک هنر دوست سبب گسترش هر چه بیشتر خاتم‌سازی گشت.



تصویر بالا نمای داخلی ضریح پنجم مرقد امام رضا (ع) می‌باشد که تماماً خاتم کاری شده است.

در بین شهرهای ایران نام شیراز با خاتم توأم بوده و نام خاتم، شیراز را به ذهن و خاطر می‌آورد. چرا که از دوره صفویه، شهر شیراز به عنوان خواستگاه هنر خاتم‌سازی و مهمترین مرکز خاتم‌سازی ایران بوده و هست. شاخص‌ترین خاتم‌سازان شیرازی چون صنیع خاتم، گلریز خاتمی، حکیم الهی و... همواره سهم شایسته‌ای هم در تولید و عرضه آثار ممتاز خاتم و هم در تربیت نیروی انسانی و خاتم‌سازان جدید داشته‌اند.

خاتم شیراز به واسطه کیفیت مناسب و طرح‌های اصیل و مواد اولیه مرغوب، از جایگاه مناسبی در خاتم‌سازی ایران برخوردار است.

سابقه خاتم در اصفهان نیز به دوره سلجوقیان می‌رسد که آثاری باقی مانده است. از جمله درب شبستان مسجد جامع اصفهان و آثاری هم در جاهای دیگر مانند مسجد مصری در جهانباره بوده است.

هنر خاتم‌کاری در زمان صفویه به اوج خود می‌رسد که آثاری هم از زمان صفویه باقی مانده مثل درب مدرسه سلطانی چهارباغ که در بازار هنر قرار دارد و این یکی از آثار مهم زمان صفویه است و دیگر مقبره شیخ صفی‌الدین در اردبیل که استادانی از اصفهان در آن کار کرده‌اند و زمان قاجار رو به تحلیل رفته ولی باز هم آثاری از آن به جای مانده مانند درب مسجد سید اصفهان.

در زمان پهلوی اول استادانی از شیراز و اصفهان در سالن خاتم کاخ مرمر تمامی در و دیوار آن را خاتم کرده‌اند و کلیه اشیاء این اتاق مانند میز تحریر و جا لباسی و... که تمامی آنها با طراحی منظم و زیبایی از استاد حسین کاشی تراش اصفهانی طراحی شده است و چند گروه دیگر در کاخ مرمر مشغول به کار بوده‌اند از جمله استاد حاج خلیل گلریز خاتمی، آقای علی موسوی خاتمی، آقای حمید ترکان، آقای حکیم الهی، آقای احمد مظنون، استاد فضل‌الله خیامیان، آقای حسین شفقت و استادانی دیگر.

در زمان پهلوی دوم در هنرستان هنرهای زیبای اصفهان این هنر ظریف به اوج زیبایی خود رسید و استادانی مانند آقای علی نعمت که سرآمد همه استادان بود با طراحی آقای عیسی بهادری خاتم را به حرکت در آورده و از آن شکل هندسی منظم به طرح‌هایی مانند گل و مرغ و حیوانات که در خاتم کاری بسیار مشکل بوده در آورده و آثاری بسیار نفیس ساخته و به ملکه انگلیس و رئیس جمهور آمریکا هدیه داده‌اند. دیگر آثاری از استادانی بزرگ به صورت صندوق روی مقبره‌های ائمه اطهار از جمله در نجف اشرف، کربلا، کاظمین، سامراء و مشهد مقدس ساخته شده که روح و روانشان شاد باد. سالن مجلس شورای ملی سابق نیز از خاتم تزیین شده بود.

استادانی در زمان پهلوی دوم برای پایدار ماندن خاتم در اصفهان زحمت زیادی کشیدن از جمله استاد مهدی ناطق که جای تشکر و قدردانی دارد و استادانی در حال حاضر هستند که از هنرمندان این مرز و بوم می‌باشند از جمله آقای یوسف قنبری، آقای اصغر ترشیزی، آقای ابراهیم گلریز و همچنین استاد منوچهر خادم ملت و آقای عباس خاتمی فرد و استاد اصغر معمار و...

یکی از استادان حال حاضر خاتم کاری به نام استاد اکبر می‌گوید: عهد صفویه درخشان‌ترین دوره خاتم‌سازی در ایران است. صندوق مرقد امامزاده سید علاءالدین حسین فرزند امام موسی بن جعفر(ع) در شیراز و در جفت

خاتم آن بقعه که قدمت آنها ۴۰۰ تا ۴۵۰ سال است. قاب آینه خاتم که در تاریخ ۱۱۲۴ هـ. ق در کرمان ساخته شده و جزو مجموعه خصوصی مرحوم محمدحسین صنیع خاتم است.



بخش‌هایی از صندوق آرامگاه شیخ صفی‌الدین در اردبیل، صندوق آرامگاه شاه اسماعیل صفوی در کرمان، صندوق مرقد حضرت موسی‌بن جعفر (ع) و حضرت امام جواد(ع) در سامرا و نیز صندوق خاتم ضریح نرگس خاتون مادر گرامی حضرت حجت‌الله (عج) در سامره که در زمان شاه سلطان حسین صفوی به کمک استاد جعفر ساخته شده است از شاهکارهای خاتم آن دوران است. او می‌گوید: در دوره زندیه و به خصوص در زمان سلطنت کریم‌خان در اثر تشویق هنرمندان تحولاتی در هنرهای تزیینی ایران پدید آمد و از آثار

مربوط به این دوره می‌توان از صندوق مرقد حضرت علی بن ابیطالب (ع) در نجف اشرف، صندوق خاتم مرقد حضرت سیدالشهدا (ع) و حضرت ابوالفضل (ع) در کربلا، صندوق مقبره حضرت زینب (س) و حضرت رقیه (س) در سوریه نام برد.

اوستا اکبر می‌گوید: در دوران قاجاریه هنر خاتم رو به افول گذاشت اما در همین زمان نیز هنرمندان از خود آثاری به جا نهادند که از آن جمله درب ورودی خزانه و حرم حضرت عبدالعظیم (ع) و در ورودی موزه ایران باستان است.

در دوره پهلوی کارگاه خاتم‌سازی در مدرسه هنرهای زیبا تشکیل و در سال ۱۳۱۱ هجری شمسی محمدحسین صنیع خاتم (امین الصنایع) برای ریاست این کارگاه از شیراز به تهران دعوت شد. در سال ۱۳۱۳ ساخت اتاق خاتم کاخ مرمر توسط هفت تن از اساتید بنام و با همکاری شصت نفر از خاتم‌سازان شیراز، اصفهان و تهران آغاز شد و چهارسال طول کشید.

ساخت صندوق‌های حضرت مسلم بن عقیل (ع)، حضرت عبدالعظیم (ع)، حضرت شاهچراغ (ع)، امامزاده سید میرمحمد (ع) و نیز تالار خاتم مجلس شورای ملی سابق که ساخت آن با تلاش خستگی ناپذیر بیش از ۶۰ تن از اساتید و هنرمندان ورزیده در مدت ۶ سال به پایان رسید.

تأثیر هنر خاتم بر انواع هنرها

۱- تأثیر هنر خاتم بر هنر کاشی کاری

زمانی که کاشی‌هایی با ابعاد بسیار ریز و نقوش هندسی منظم و مکرر نقش خاصی را به وجود می‌آورد، آن را «کاشی خاتم» می‌نامند.

۲- تأثیر هنر خاتم بر هنر مینیاتور

از زمان‌های قدیم تأثیر نقش خاتم بر هنر مینیاتور وجود داشته است. در بسیاری از آثار هنرمندان مینیاتوربست مشهور ایران پس زمینه مینیاتور که با نقوش خاتم و با قلم موی بسیار ریز طراحی و رنگ‌آمیزی شده است قابل مشاهده است.

۳- تأثیر هنر خاتم بر هنر گچ‌بری

پیوند نقش‌های خاتم با هنر گچ‌بری قدمت دیرینه دارد. در مساجد و اماکن متبرکه نقوش خاتم در گچ‌بری‌ها کاربرد بسیار دارد.

۴- تأثیر هنر خاتم بر هنر آئینه کاری

پیوند هنر خاتم با هنر آئینه کاری در بسیاری از مساجد، اماکن و بناهای تاریخی وجود دارد. از نمونه‌های معروف آن می‌توان به آئینه کاری صحن حرم حضرت امام رضا(ع) اشاره کرد که برخی از آنها بر گرفته از نقوش خاتم است.

۵- تأثیر هنر خاتم بر سایر هنرهای چوبی

هنرهای معرق، منبت و مشبک کاری جزء هنرهای چوبی هستند که پیوند آنها با خاتم بسیار زیبا است. در بسیاری از موزه‌ها شاهد آثار تلفیقی: «خاتم-معرق»، «خاتم-منبت»، «خاتم-مشبک» و یا تلفیقی از همه آنها هستیم.

کسب و کار خانگی خاتم‌سازی و خاتم کاری

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که از این طریق افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. از این رهگذر خاتم‌سازی و خاتم کاری می‌تواند از جمله مشاغل پردرآمد باشد که می‌تواند شما را در منزل صاحب شغلی پردرآمد کند.

وضعیت کنونی هنر خاتم کاری

انقلاب شکوهمند جمهوری اسلامی زمینه شکوفایی بسیاری از استعدادها و از جمله هنرها را فراهم نمود، اما جنگ تحمیلی و سایر مسائل و مشکلات اقتصادی موجب شد تا این هنر دیگر به شکوفایی پیشین خود باز نگردد. از آنجائی که توریبست‌ها تمایل کمتری برای خرید محصولاتی با ابعاد بزرگ و قیمت بالا دارند و خریداران داخلی غالباً متقاضی اجناس کاربردی نظیر جعبه‌های کوچک جواهر، قاب‌های نقاشی یا خطاطی و همچنین جعبه‌های

دستمال کاغذی هستند. تولید کنندگان انگیزه و رغبت کمتری برای تولید محصولات خاتم دارند و لذا این هنر همچون سایر صنایع دستی دچار رکود نسبی گشته است. امید می‌رود با رونق یافتن این کسب و کار در عرصه کسب و کارهای داخلی شرایطی فراهم شود که بار دیگر شاهد شکوفایی این هنر اصیل ایرانی باشیم.

راهبردهایی برای خاتم‌سازی و خاتم‌کاری

باید توجه داشت که همه اسرار این فن ظریف به شناخت ابزار و مصالح کار خلاصه نمی‌شود نباید پنداشت که انجام مراحل گوناگون تهیه یک اثر خاتم کاری به همین سادگی است که می‌خوانید. باید دانست که اجرای هر قسمت از موارد گوناگون این فن نیازمند مهارت و استادی و پشتکار چندین ساله و حوصله فراوانی است که در حقیقت نوعی ریاضت به شمار می‌رود. در واقع متولیان کسب و کار خانگی خاتم کاری و خاتم‌سازی، با به کارگیری عواملی چون ذوق و سلیقه در کنار توانمندی‌های حرفه‌ای خود در معنا دادن به ارزش و اعتبار موردی که برای این منظور سفارش داده شده است می‌کوشد.

- ماحصل کار متولیان کسب و کار خانگی خاتم کاری و خاتم‌سازی با روحیه انسان و احساس او نسبت به هنر اصیل ایرانی رابطه مستقیمی داشته و باید بتواند تأثیرات عمیقی بر احساس افراد و همین طور هدف مشتریان این کسب و کار بگذارد.

- متولیان کسب و کار خانگی خاتم کاری و خاتم‌سازی باید پاسخگوی نیاز مشتریان خود به بهترین شکل آن باشند.
- متولیان کسب و کار خانگی خاتم کاری و خاتم‌سازی با تولیدات خود باید بتوانند بیشترین سازگاری را با طبع و روح انسان برقرار کنند.
- حاصل تلاش متولیان کسب و کار خانگی خاتم کاری و خاتم‌سازی باید به گونه‌ای باشد که منطبق با خواسته‌های درونی مشتریان این هنر اصیل ایرانی باشد.

اهمیت و ضرورت این کسب و کار

به نظر می‌رسد دوره‌ای که بشر هیچ امکانی برای تزیین کالاهای مورد استفاده خود نداشته است گذشته باشد. امروز افراد تمایل دارند به شکلی از میراث گذشته خود پاسداری کنند. در این میان بسیاری از افراد سعی می‌کنند هدایای خود را در قالب اشیایی ارزشمند به عزیزان خود هدیه کنند که در صورت فرهنگ‌سازی، خاتم یکی از گزینه‌ها خواهد بود. اما پاسداری از میراث گذشتگان یک وظیفه ملی است و این امر اهمیت و ضرورت این کسب و کار را نشان می‌دهد. از طرف دیگر در بسیاری از مساجد و اماکن متبرکه که گام می‌نهمیم کم و بیش آثار نفیسی از هنر خاتم کاری را مشاهده می‌کنیم و مرمت این آثار نیاز به خاتم کاران و خاتم‌سازان زبده دارد. اگر این هنر اصیل

ایرانی مورد بی‌مهتری واقع شود، بیم آن می‌رود که روزی فرزندان ما یا فرزندان آنها دیگر حتی نام این هنر را ندانند و اگر روزی بر حسب اتفاق قدم به چنین مکان‌هایی گذاشتند فقط با ویرانه از گذشته یک هنر مواجه شوند که حتی نتوانند آن را به درستی ببینند و متوجه ظرافت‌های به کار رفته در این آثار و عشق نهفته در لابلای مفلول‌های سیمین و برنجین و زرین آن نشوند و بدین گونه آرام آرام تاریخ و تمدن و فرهنگ گرانبار خویش را از یاد ببرند.

وضعیت بازار خاتم‌کاری و خاتم‌سازی

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی خاتم‌کاری و خاتم‌سازی، بسیار بیشتر از حد تصور است، در این راستا 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 این خدمت را ارائه می‌کنند مشتریانی اختصاصی و معمولاً مشتریانی خارجی یافته‌اند که لزومی به تبلیغاتی گسترده را احساس نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از متولیان کسب و کار خانگی خاتم‌کاری و خاتم‌سازی، از این راه، درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند.

در واقع می‌توان گفت: از طریق راه‌اندازی این کسب و کار سود سرشاری حاصل خواهد شد.

اما حقیقت تلخی هم در پس این درآمدهای بالا از طریق این کسب و کار خانگی نیز هست که بالا رفتن قیمت مصالح، عدم آگاهی مردم از این هنر و نبود حوصله و انگیزه لازم در تولیدکنندگان به منظور تولید محصولات با کیفیت بالاتر و ظرافت بیشتر، از مهمترین دلایل مساعد نبودن بازار خاتم به شمار می‌روند. وقتی دستان واسطه‌گران و فروشندگان غیر متخصص اقدام به عرضه محصولات خاتم می‌کنند و بدون کمترین شناختی و تنها به جهت سود بیشتر محصولاتی با کیفیت پایین را به قیمت بالا می‌فروشند، زمانی که خریداران ناآگاه تولیدات خاتم را از نخستین مغازه خاتم فروشی تهیه می‌کنند و تفکیکی میان آثار خوب و بد قائل نمی‌شوند نتیجه این می‌شود که کسانی که باید سود واقعی را ببرند به حق و حقوق خود نمی‌رسند.

اما از طرفی این بازار پر رونق در این عرصه دور از انتظار نیست زیرا دیر یا زود نسل جدیدی از علاقه‌مندان به هنرهای دستی به بلوغ و ظهور می‌رسند که بی‌شک با اندک توجهی می‌توانند این هنر را به جایگاه واقعی خود برسانند.

اما نکته حائز اهمیت این است که در خاتم‌کاری نیز همچون سایر رشته‌ها برای موفقیت در بازار باید شناخت کافی از بازار کار داشت.

فرآیند تولید

خاتم‌سازی دارای مراحل مختلفی است که هر یک به تناسب عملیات صورت گرفته نامگذاری شده‌اند (قابل توجه اینکه در پی گذر سال‌ها تغییرات چشمگیری در شیوه خاتم‌سازی رخ داده است که مهمترین آنها افزایش ظرافت و تاثیر روزافزون زیبایی‌های هنر ایرانی بر آن است)

در خاتم کاری تکه‌های باریک چوب را که از قبل آماده شده و در کارخانه به رنگ‌های سبز، زرد و قرمز رنگ‌آمیزی شده است و دارای مقاطع مثلثی، لوزی و یا دایره می‌باشد و یا استخوان‌های تمیز شده و سفید شده که به صورت نوارهای باریکی آماده شده و به کار می‌برند.

خاتم‌سازان این مواد را به صورت منشورهایی در ابعاد ۱ تا ۲ میلیمتر و طول ۳۰ سانتیمتر رنگ‌آمیزی کرده و به صورت مثلث‌های کوچک بر روی سطوح اشیاء چوبی توسط سریشم کنار هم می‌چسبانند و به وسیله نخ محکم می‌کنند. این مرحله به "پره" معروف است. پس از چند ساعت نخ‌ها را باز می‌کنند و بعد از سوهان کاری اضلاع، مجدداً چهار پره را در کنار هم می‌چسبانند که خاص "توگلو" خوانده می‌شود. سپس توسط سیم مفتولی گردی که به آن "شمسه" می‌گویند در اطراف هر ضلع به وسیله سریشم می‌چسبانند که طرح ستاره‌ای شکلی به وجود می‌آید. این مرحله "گل پیچی" نامیده می‌شود. تکرار این مراحل تا تکمیل طرح مورد نیاز ادامه پیدا می‌کنند. در نهایت

طرح آماده شده زیر فشار قرار گرفته و لایه‌های نازک چوب به آن چسبانده می‌شود. از ابتدا تا به انتهای کار بیش از ۴۰۰ مرحله کاری وجود دارد. پس از این مرحله نوبت به روغن کاری خاتم می‌رسد اصولاً سطح خاتم به دو علت روغن زده می‌شود:

✦ براق شدن خاتم

✦ حفاظت آن در برابر رطوبت، گرما و سرما

در گذشته برای این کار روغن جالا یا سندلوس (شیره درخت کاج) به کار می‌رفت. بعدها از روغن هاویلوکس استفاده شد و امروزه از پلی‌استر استفاده می‌کنند.

انواع خاتم

درجه کیفی خاتم بسته به تعداد مفتول‌های به کار رفته در آن مشخص می‌شود که جز اهل فن کمتر کسی متوجه این تفاوت‌ها می‌شود اما ۴ طرح از معروفترین طرح‌های رایج در خاتم کاری عبارتند از:

■ عالم زر: عالم زر یکی از نمونه‌های خوب خاتم کاری است و وجه تسمیه آن به سبب مفتول‌ها و سیم‌های فراوانی است که در آن به کار رفته است.

■ هفت شمس: آن هم یکی از نمونه‌های خوب خاتم کاری است اما به اندازه عالم زر در بین خریداران شناخته شده نمی‌باشد.

گل خورشیدی: یکی از معروفترین طرح‌های خاتم در عصر حاضر است که قدیم وجود نداشته است.

طرح چوبی: نمونه‌های نه چندان مرغوب خاتم را که بیشتر جنبه بازاری داشته با قیمت مناسبتری عرضه می‌شود را در اصطلاح چوبی می‌گویند.

انواع خاتم کاری به لحاظ موقعیت جغرافیایی

مهمترین آثار خاتم بی‌شک متعلق به کشور عزیزمان ایران است گرچه در بسیاری از کشورها چون هندوستان و عراق هم آثار خاتم خوبی تولید شده است لیکن خاتم ایران در این میان خوش می‌درخشد.

از این لحاظ خاتم در ایران به دو دسته تقسیم می‌شود:

خاتم اصفهان

خاتم شیراز

خاتم چسبانی

خاتم چسبانی عبارت است از چسباندن خاتم حاشیه و متن بر روی اشکال ساخته شده از چوب (زیرسازی)، به طوری که تمام سطوح آن اشیاء از خاتم پوشانده شود. خاتم چسبانی احتیاج به دانش، مهارت، دقت و تجربه کافی دارد. اگر شخص خاتم چسبان ویژگی‌های لازم را نداشته باشد شیء خاتم کاری شده جزء آثار هنری زیبا و برجسته محسوب نخواهد شد.

شیوه خاتم چسبانی در اشیاء مختلف متفاوت است و بر حسب شکل

زیرسازی به چهار دسته زیر تقسیم می‌شود:

۱- خاتم چسبانی اشیاء مسطح

۲- خاتم چسبانی اشیاء مدور

۳- خاتم چسبانی اشیاء نیم گرد

۴- خاتم چسبانی اشیاء تو گود

از چهار دسته فوق به ترتیب خاتم چسبانی اشیاء مدور، تو گود و نیم گرد

مشکل‌تر و خاتم چسبانی اشیاء مسطح ساده‌تر است.

توانایی چسباندن خاتم حاشیه

خاتم چسبانی جعبه چهار گوش جزء خاتم چسبانی اشیاء مسطح است

این نوع خاتم چسبانی به علت عدم وجود انحناء در زیرسازی اشیاء مسطح،

ساده‌تر و راحت‌تر است.

نکات قابل توجه در توانایی چسباندن خاتم حاشیه

۱- شیوه کار در انواع زیرسازی مسطح یکسان است.

۲- حاشیه با اووه چسبانده می‌شود ولی قبل از شروع کار باید اووه دو

طرف حاشیه یک اندازه شود.

۳- در هنگام اتصال، حاشیه از عرض به هم متصل می‌شود و باید اووه‌ها

در امتداد یکدیگر قرار گیرند.

۴- معیار شروع خاتم کاری جعبه‌ها محل باز کردن در جعبه است.

۵- قبل از شروع کار عمل فارسی بری را بدانند.

فارسی بری

در اصطلاح خاتم کاری فارسی به معنای مورب یا اریب است. در عمل

فارسی بری زاویه گوشه کار (خاتم، چوب و...) به وسیله گونیا با زاویه ۴۵

درجه بریده می‌شود. هنگامی که دو عدد قطعه فارسی بر را در کنار هم قرار

می‌دهند زاویه ۹۰ درجه تشکیل می‌شود. مانند گوشه قاب چهار گوش. در

هنگام فارسی بری از گوشه داخلی یا خارجی گونیا استفاده می‌شود.

روش کار

الف) یک سر لایه خاتم را از پشت گونیا در شیار فارسی بر قرار دهید و

آن را با گونیا محکم نگه دارید تا جابجا نشود.

ب) روی خاتم را به وسیله مداد با زاویه ۴۵ درجه خط بکشید. در هنگام

خط کشی دقت کنید که لایه از پشت جابجا نشود.

توانایی چسباندن قاطعی

نوارهای باریکی از استخوان، چوب و فیبر با مقطع مربع شکل که خاتم

حاشیه را از خاتم متن و یا حاشیه‌های مختلف را از یکدیگر جدا می‌کند

«قاطعی» نامند.

مهمترین هدف از کاربرد قاطعی در خاتم چسبانی حفظ و استحکام لبه‌های خاتم است. اگر پس از اووه برداری لایه‌های خاتم متن که بر روی اشیاء چسبانده می‌شود قاطعی چسبانده نشود در هنگام سوهان کاری کلیه لبه‌های خاتم می‌ریزد، در نتیجه عمر مفید اشیاء خاتم کاری شده کاهش می‌یابد. علاوه بر این قاطعی باعث زیبایی اشیاء خاتم کاری شده نیز می‌شود.

انواع قاطعی

قاطعی از دو لحاظ (۱) آرایش قاطعی (۲) جنس قاطعی، بررسی می‌شود.

(۱) آرایش قاطعی: طرز قرار گرفتن قاطعی را «آرایش قاطعی» می‌نامند.

آرایش قاطعی شامل دو دسته زیر است:

۱-۱) قاطعی ساده: عبارت از قاطعی سفید و یکدست است. با ارزشترین

آن قاطعی استخوانی است.

۱-۲) قاطعی دو رنگ: عبارت از دو نوع مختلف قاطعی در رنگ و جنس

است. معمولاً رنگ سفید آن از جنس استخوان و رنگ تیره آن از چوب فوفل

در اندازه‌های مساوی و کوچک است.

قاطعی‌های دو رنگ به گونه‌ای کنار هم چسبانده می‌شوند که ردیفی

پیوسته متشکل از دانه‌های سفید و سیاه با آرایش یک در میان به وجود

می‌آورند. معمولاً از قاطعی دو رنگ در کنار حاشیه‌ها یا متن‌های قوسی شکل

(نیمگرد) و تو گود استفاده می‌کنند. مثلاً چون صندوقچه دارای قوس است

اگر قاطعی استخوانی را بیش از اندازه خم کنید می‌شکند بنابراین استفاده از قاطعی دو رنگ بسیار بجا و مطلوب و زیباتر است.

نکته: با خیساندن قاطعی چوبی و استخوانی به مدت چندین ساعت در آب می‌توانید آنها را کمی خم کنید و در سطوح نیمگرد به کار ببرید.

معمولاً قاطعی‌های دو رنگ را در ابعاد مساوی و کوچک به اشکال زیر برش می‌دهند:

الف) قاطعی دانه‌ای: به شکل مربع یا مستطیل است.

ب) قاطعی چوبی: به شکل متوازی‌الاضلاع است.

ج) قاطعی دندان موشی: به شکل متساوی‌الساقین است

جنس قاطعی

جنس قاطعی شامل سه دسته زیر است:

الف) قاطعی استخوانی: بهترین، با ارزش‌ترین و با دوام‌ترین قاطعی است. استفاده از آن احتیاج به دقت و مهارت خاصی دارد. متأسفانه امروزه به علت کمیاب شدن آن کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در هنگام استفاده از آن غلظت چسب چوب باید نسبتاً رقیق باشد. رنگ قاطعی استخوانی سفید نباتی است.

ب) قاطعی چوبی: امروزه بسیار کاربرد دارد. استفاده از آن ساده و راحت است و احتیاج به مهارت خاصی ندارد. از چسب چوب با غلظت معمولی استفاده می‌شود.

ج) قاطعی شبه استخوانی (فیبری): امروزه بسیار کاربرد دارد ولی ارزش چندانی ندارد. ممکن است پس از گذشت سالیان ترک خورده و بشکند. چسب مورد استفاده آن چسب فوری است. رنگ آن بسیار سفید است (وجه تمایز آن با قاطعی استخوانی). امروزه قاطعی چوبی و فیبرهای پلاستیکی با هم ادغام شده و بیشترین کاربرد را دارد.

توانایی چسباندن خاتم متن

هرگاه لایه‌های خاتم متن بر سطوح زیرسازی چسبانه شود خاتم چسبانی متن انجام شده است. خاتم چسبانی متن کاری بسیار ظریف و دقیق است که باید با صرف وقت و حوصله انجام شود. چسباندن خاتم متن معمولاً پس از اتمام خاتم حاشیه و قاطعی انجام می‌شود. خاتم متن را در سطوح خالی و باقیمانده شیء زیرسازی می‌چسبانند.

برای انجام خاتم چسبانی باید اووه و سرچسبان خاتم متن بریده شود. سپس با سوهان تخت ساب به آرامی و با دقت لبه‌ها سوهان کاری شود تا آثار چوب از بین برود و برای درز کردن آماده شود. منظور از درز کردن لایه‌های خاتم به هم چسباندن لایه‌هاست به طوری که هیچ گونه خلأیی بین لایه‌ها باقی نماند و نقش خاتم بهم نخورده و کاملاً یکپارچه بنظر برسد.

انواع درز کردن لایه خاتم متن

درز کردن خاتم متن شامل دو نوع زیر است:

الف) درز کردن طولی

ب) درز کردن عرضی

الف) درز کردن طولی: عبارت است از چسباندن لایه‌های خاتم متن از قسمت‌های بریده شده اووه‌ها است. در هنگام درز کردن طولی و چسباندن لایه‌های خاتم به یکدیگر باید آنقدر لایه‌ها را جابجا کرد تا نقش اصلی خاتم ایجاد و نمایان شود. در چنین حالتی خاتم یک پارچه بنظر می‌رسد.

ب) درز کردن عرضی: عبارت است از چسباندن لایه‌های خاتم متن از قسمت بریده شده سرچسب‌ها است. در هنگام درز کردن عرضی نیز باید دقت شود که همواره نقش اصلی خاتم حفظ شود. یادآوری می‌شود سرچسبان‌ها به دو شکل عمودی و شیب داراست و باید براساس همان شکل درز شود.

اگر پس از اتمام خاتم کاری محل درز کردن طولی و عرضی نمایان باشد و یا نقش خاتم به هم خورده باشد دلیل بر عدم تسلط کافی فرد در هنر خاتم کاری است. در چنین مواردی شیء خاتم کاری شده ارزش چندانی نخواهد داشت.

درز کردن لایه خاتم بر اساس سبک ساخت خاتم

انواع سبک‌های خاتم‌سازی بسیار متنوع است که در اینجا به سه نوع

متنوع و رایج اشاره می‌کنیم:

الف) گل و توگلو: در این نوع خاتم متن هنگام درز کردن از طول یا

عرض لایه باید گل و توگلوهای دولایه مجزا از هم در کنار یکدیگر قرار

گیرند تا نقش خاتم حفظ شود.

ب) شش و پره: در این نوع خاتم متن در هنگام درز کردن از طول یا

عرض لایه باید شش و پره‌های دو لایه‌ی مجزا از هم در کنار یکدیگر قرار

گیرند تا نقش خاتم حفظ شود.

ج) پره‌ای: در این نوع خاتم متن در هنگام درز کردن از طول یا عرض

لایه باید پره‌های دو لایه‌ی مجزا از هم در کنار یکدیگر قرار گیرند تا نقش

خاتم حفظ شود.

پرداخت خاتم

در خاتم کاری عمل پرداخت بسیار حائز اهمیت است زیرا پس از خاتم

کاری است که زیبایی و یکپارچگی نقوش خاتم نمایان می‌شود.

عمل خاتم باید از راه راست (جهت طولی) اشیاء خاتم کاری شده انجام شود.

اگر از راه پود (جهت عرضی) آنها انجام شود موج‌هایی بر روی خاتم ایجاد

می‌شود که باعث کاهش کیفیت و ارزش اشیاء خاتم کاری شده می‌شود.

مراحل پرداخت کاری به ترتیب شامل: سوهان، جازنی و سنباده کاری است.

مهمترین ابزار پرداخت کاری شامل موارد زیر است:

الف) سوهان: مهمترین ابزار پرداخت کاری است. اولین مرحله پرداخت سوهان کاری است. بر اساس شکل شیء خاتم کاری شده از انواع سوهان استفاده می‌شود. سوهان ساب مهمترین سوهان پرداخت کاری است.

ب) لیسه: یک ورقه فلزی نازک و قابل انعطاف در ابعاد تقریبی دو در ده سانتیمتر است. برای صیقل دادن سطوح خاتم کاری شده مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ج) تیغ پرداخت: تیغه فلزی کوچک و باریکی به طول یک سانتیمتر است که در یک دسته چوبی محکم شده است. برای صیقل دادن سطوح خاتم کاری شده در مراحل پایانی کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. معمولاً در جاهایی که نمی‌شود از لیسه استفاده کرد مانند گوشه قاب از تیغ پرداخت استفاده می‌کنند.

د) سنباده: آخرین مرحله پرداخت سنباده کاری (ساب زدن) است. معمولاً از سنباده‌های نرم (پوست ساب) با شماره ۴۰۰ استفاده می‌شود.

توانایی سوهان کاری

پس از خشک شدن بتونه اشیاء خاتم کاری شده باید آنها را سوهان

کاری کرد عمل سوهان کاری به منزله زدودن بتونه‌ها انجام می‌شود. سوهان

کاری بر اساس شکل شیء خاتم کاری شده ابتدا به وسیله سوهان دو قلمه و سپس بوسیله سوهان تخت ساب و اگر شکل شیء خاتم کاری شده انحنا دارد به وسیله سوهان مشترک انجام می‌شود.

انواع سوهان مشترک عبارت است از:

(۱) آج ریز

(۲) آج درشت

توانایی جازنی

یکی از مهمترین و با دقت‌ترین مراحل در پرداخت کاری جازنی است. در مرحله پرداخت کاری پس از سوهان کاری شیء خاتم کاری شده احتمال دارد قسمت‌های کوچکی از خاتم کنده شود و بریزد. در این هنگام باید محل ریخته شده را به طوری که باعث صدمه به خاتم‌های اطراف آن نشود با دقت تخلیه کرد. «به عمل جا زدن و چسباندن قطعات کوچک خاتم با همان نقش و اندازه قبلی خاتم در محل ریخته شده عمل جازنی می‌گویند».

در پرداخت کاری عمل جا زنی قبل از سنباده کاری انجام می‌شود.

توانایی سنباده کاری

سنباده عبارت است از دانه‌های سخت ساینده و مخلوط شده با چسب مخصوص است که در قالب فرم داده شده و یا روی سطوح تثبیت می‌شود.

آخرین مرحله پرداخت سنباده کاری است. سنباده برای یکنواخت شدن جلاء بیشتر اشیاء خاتم کاری شده استفاده می‌شود. برای پرداخت معمولاً از سنباده‌های نرم (شماره‌ی ۴۰۰) استفاده می‌شود. سنباده کاری سطوح مسطح بسیار ساده است ولی برای سطوح انحنا دار لازم است که «سنباده نیم‌گرد» ساخته شود.

سنباده نیم‌گرد

عبارت است از قطعه چوب کوچکی که دارای دو سطح نیم‌گرد و مسطح است. روی سطوح طولی آن که مسطح است به وسیله میخ و چسب دو دسته چوبی متصل می‌کنند. روی سطوح طولی دیگر آن که نیم‌گرد است لایه سنباده می‌چسبانند. از این وسیله برای سنباده کاری اشیاء نیم‌گرد استفاده می‌شود. این وسیله دست‌ساز است و هنرمند خاتم کار بر اساس ابعاد مورد نیازش اقدام به ساخت آن می‌کند.

سنباده تخت

عبارتست از قطعه چوب مستطیل شکلی به ابعاد تقریبی: ضخامت دو، طول بیست و عرض پنج سانتیمتر که حدود هشت سانتیمتر آن را سنباده می‌چسبانند و باقیمانده آن را به عنوان دسته خالی می‌گذارند. از این سنباده برای سطوح تخت و صاف استفاده می‌شود.



البته در تهیه آثار خاتم کاری همچون سایر صنایع دستی نیازمند یکسری ابزارآلات حرفه‌ای نیز هستید که به شرح زیر می‌باشد:

۱- میخ کار

خاتم‌ساز موقع کار روی زمین می‌نشیند و ابزار کوچکی شبیه گونیا را روی در روی خود می‌گذارد و با میخ به زمین محکم می‌کند به طوری که ضلع عمودی آن روبروی خاتم‌ساز قرار می‌گیرد. چوبی که خاتم‌ساز قصد برش آن را دارد ابتدا یکسر آن را روی زمین قرار می‌دهد و سر دیگر آن را به طور مایل به «میخ کار» تکیه می‌دهد و آن سر چوب را که به میخ کار تکیه داده، از طرفین بین شست دو پای خود محکم می‌گیرد و سپس با اره مشغول بریدن چوب می‌شود.

۲- تخته رند

تخته رند از جنس چوب به طول تقریبی ۵۰ و عرض ۸ و قطر ۵/۱ سانتیمتر است و چوب دیگری به طور تقریبی ۲۰ و عرض ۵ و قطر ۴ سانتیمتر موسوم به (تنگ) معمولاً از جنس شمشاد بر روی آن کوبیده شده است، بر مرکز سطح بالایی (تنگ) شیاری طولی تعبیه شده است، این شیار به وسیله دسته سوهانی ایجاد می‌شود. مقطع این سوهان به شکل مثلث متساوی‌الساقین، لوزی و متساوی‌الاضلاع است.

بنابراین شیار ایجاد شده مانند مقطع یکی از فرم‌های ذکر شده خواهد بود و حکم قابی را برای تهیه چوب‌ها، استخوان‌ها و فلزاتی را دارد که قاعدتاً بایستی به شکل منشور مثلث القاعده یا لوزی که همه متحدالشکل‌اند در آید، بدیهی است اندازه مثلث قاعده این چوب، فلز یا استخوان به همان اندازه قاعده مثلث یا لوزی شکل شیار تنگ (تخته رند) است. بنابراین هر چه این شیار نازکتر باشد، خاتم حاصله از آن ریزتر و ظریف‌تر و گرانبهاتر خواهد بود.

۳- اره دست

اره دست شبیه به اره معمولی نجاری است اما چون در خاتم‌کاری احتیاج به چوب‌های ظریف‌تر از نجاری است، لذا دندانه‌های اره ریزتر و قطر آنها نیز کمتر از اره‌های معمولی است.

۴- اره مثلث بر

اره‌ای است دارای یک چهار چوب و تیغه‌ای بسیار ظریف که از فنر ساخته می‌شود، تیغهٔ این اره به وسیله دست ساخته می‌شود و استاد خاتم‌ساز به وسیله سوهان مخصوص آن را تیغه تیغه می‌کند، برای استحکام بیشتر اره مثلث را بر روده گوسفند که در اصطلاح خاتم‌سازان (زه) نامیده می‌شود در قسمت فوقانی چهار چوب می‌پیچند، اره مثلث بر در چهار چوب مزبور اما با تیغه‌های متفاوت در نواحی گوناگون خاتم‌سازی مانند برش زنی، استخوان بری، دوزیاه کنی، مثلث بری، بغل شش بری و غیره کاربرد دارد.

۵- اره سرقطع کن

برای نصب خاتم آن را به وسیله اره بریده و پس از سریشم زنی یا زدن چسب چوب روی کار می‌چسبانند، اره سرقطع کن در این هنگام به کار می‌رود.

۶- رنده دست

این رنده برای صاف کردن ناهمواری‌های چوب مورد استفاده قرار می‌گیرد و دارای تنه چوبی که به آن (کوله رنده) می‌گویند و یک تیغه فلزی است. رنده آهن، رنده پشت زنی یا پشت گیری، رنده کنشکاو که به ترتیب برای صاف کردن کناره‌های خاتم، هموار و نازک کردن چوب پشت خاتم و ایجاد گردی جای نصب شیشه پشت قاب در خاتم‌سازی کاربرد دارند.

۷- سوهان‌ها

انواع سوهان‌هائی که در خاتم‌سازی استفاده می‌شود به شرح زیر است
چوب ساب عاج درشت، تخته ساب نرم، سوهان مشترک، سوهان سه پهلو،
سوهان پشت گرد، سوهان دو دم و سوهان تعلیق.

۸- سایر ابزار کار

چکش، تیشه، گاز انبر، مغار، گونیای آهنی، پرگار، قیچی، آهن ربا،
سوهانچه‌های مختلف، خط کش قفل که وسیله‌ای برای کشیدن خط بوده و
ابزاری شبیه کولیس آهنگران است، سایر ابزار کار این هنر و فن را تشکیل
می‌دهد.

علاوه بر ابزار ذکر شده مواد اولیه زیر نیز در ساخت خاتم به کار می‌روند:
انواع استخوان (استخوان و عاج فیل، استخوان شتر، استخوان اسب و

استخوان گاو)

انواع چوب (آبنوس، فوفل، گردو)

مفتول‌های فلزی (برنج، آلومینیوم و بعضا طلا یا نقره)



آشنایی با جلا کاری و انواع آن

پس از اینکه شیء خاتم کاری شده پرداخت کاری شد به منظور افزایش دوام و مقاومت آن و نیز حفظ زیبایی و جلا بخشیدن سطوح خاتم شده، آن را با مواد مخصوص پوشش می‌دهند که به این کار «جلاکاری» می‌گویند. در قدیم جلاکاری را لاک زنی می‌گفتند.

اگر سطوح خاتم کاری شده جلاکاری نشود در اثر تماس با دست و عوامل محیطی به مرور زمان تیره و لکه‌دار می‌شود. مصالح مختلف خاتم خصوصاً چوب قابلیت جذب مواد مختلفی مانند روغن و رطوبت را دارا است، از این رو برای حفظ مصالح و جلوگیری از تخریب سریع آنها لازم است عمل جلاکاری انجام شود.

انواع جلاکاری

الف) جلاکاری ساده که شامل خصوصیات زیر است:

۱- توسط خاتم کار انجام شود. ۲- به وسیله پارچه یا قلم مو یا فوتک به صورت یک طرفه انجام شود. ۳- به تخصص و تجربه خاصی نیاز نیست.

ب) جلاکاری صنعتی که دارای خصوصیات زیر است:

۱- توسط رنگ کار انجام می‌شود. ۲- بوسیله پیستوله انجام می‌شود. ۳- باید توسط فرد متخصص و با تجربه‌ای انجام شود.

امروزه جلاکاری ساده با استفاده از انواع مواد شیمیایی زیر انجام می‌شود:

۱- سیلر و کیلر

سیلر ماده شیمیایی متمایل به کرم شفاف که برای غیر قابل نفوذ کردن سطح مورد نیاز به کار می‌رود. در واقع سیلر برای پر کردن خلل و فرج چوب قبل از رنگ نهایی به کار می‌رود.

کیلر ماده شیمیایی شفاف به غلظت و رنگ عسل که به عنوان رنگ نهایی با سیلر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ماده حلال سیلر و کیلر تینر فوری ده هزار است. زمان خشک شدن هر یک حدود ده تا بیست دقیقه است. سیلر و کیلر را با قلم مو و ترجیحاً پستوله مورد استفاده قرار می‌دهند.

۲- روغن جلا

ماده شیمیایی است که انباشته آن قهوه‌ای روشن متمایل به قرمز روشن است. حلال آن بنزین است (ترجیحاً بنزین سفید). پس از مصرف حدود یک ساعت طول می‌کشد تا کاملاً خشک شود و با استفاده از قلم مو و پیستوله مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳- لاک و الکل

توانایی جلاکاری ساده

لاک زنی در قدیم به صورت غیر اصولی انجام می‌شد روش کار به این صورت بود که یک لیوان آب را با چند حبه قند مخلوط می‌کردند و سپس

حرارت می‌دادند. در اثر حرارت ترکیب کاملاً یکنواخت و روان می‌شد سپس به وسیله قطعه پنبه یا انگشت محلول یکنواخت را روی اشیاء خاتم کاری شده می‌مالیدند. یکی از مهمترین معایب آن روش این بود که موریانه‌ها و حشرات موذی به آثار چوبی شیرین حمله می‌بردند و عمر آثار خاتم کاری شده کاهش می‌یافت. امروزه این روش سنتی منسوخ شده کاربردی ندارد.

توانایی جلاکاری صنعتی

جلاکاری صنعتی پیشرفته‌تر از جلاکاری ساده است. جلا کاری صنعتی بوسیله پیستوله که به کمپرسور متصل است انجام می‌شود. کمپرسور دستگاهی است که منبع باد بوده و با جریان برق کار می‌کند. پیستوله مخزن فلزی است که به وسیله شیلنگ به کمپرسور متصل است. در جلا کاری صنعتی نیز همانند جلا کاری ساده لایه اول را سیلر می‌پاشند تا خلل و فرج سطوح چوبی را پر کند و در حقیقت یک آستر مناسب برای لاک باشد.

لاک اصلی در جلاکاری صنعتی پلی استر است.

پلی استر ماده شیمیایی شفاف و بی‌رنگ است. حلال آن اتیلن یا تینر ده هزار است. پلی استر به وسیله پیستوله مورد استفاده قرار می‌گیرد پلی استر را با سه جزء ماده اصلی ترکیب می‌کنند و بر سطح چوب می‌پاشند:

(الف) ماده سخت کننده مانند: پاراتولون

ب) ماده حلال مانند: تینر ده هزار

ج) ماده خشک کننده

این دسته از لاک‌ها فوق‌العاده شفاف هستند و در نتیجه زیبایی طبیعی آثار خاتم کاری شده و چوبی را به طور کامل منعکس می‌کنند.
پلی استر در قوطی‌های یک کیلویی، چهار کیلویی و حلب‌های بیست کیلویی در بازار عرضه می‌شود.



فرآیند ارائه خدمات

ارائه خدمت توسط شما هم به شکل مستقیم و هم غیرمستقیم (با راه‌اندازی سایت اینترنتی) صورت می‌گیرد.

در شکل حضوری پس از مراجعه مشتری و دریافت سفارش او دو حالت پیش می‌آید:

۱- کالای مورد نظر جز اقلام موجود در کالاهای از پیش ساخته شده شما باشد که در این صورت قیمت تمام شده آن به واسطه یک برچسب قیمت روی آن درج شده و با اندکی تخفیف می‌توان در اکثر مواقع رضایت مشتری را جلب کرد و معامله انجام می‌گیرد.

۲- در این حالت بنا به شرایط مشتری خواهان کاری متمایز به لحاظ زیبایی تنوع تعداد و یا اندازه است. در چنین شرایطی باید به چند سوال پاسخ دهیم:

اول: چه اثری مورد تقاضای خریدار است؟ (گلدان، قلمدان، جعبه قاب، یا غیره)

دوم: اثر خاتم باید در چه ابعادی تولید شود؟ (اندازه دقیق آن)
سوم: اثر تولید شده دارای چی کیفیتی باشد؟ یا به عبارت دیگر خریدار تا حداکثر چه مبلغی را می‌خواهد برای این کار هزینه کند (این پرسش

بسیار مهم است چراکه تعیین‌کننده نوع خاتم و مصالح به کار رفته در اثر می‌باشد و دقیقاً مسیر کار خاتم کار را روشن می‌سازد).

چهارم: تعداد کارهای مورد تقاضا چند تا کار است؟

پنجم: حداکثر زمان تولید اثر از نظر خریدار چه مدت می‌تواند باشد؟

پس از دریافت اطلاعات به صورت ریز و ثبت آنها با جزئیات نوبت به تنظیم قرارداد می‌رسد. این قرارداد در اکثر مواقع زبانی و به صورت یک توافق دوطرفه بسته می‌شود و شامل اندازه دقیق طرح کاربرد و شکل آن مصالح به کار رفته در اثر، تعداد کالاهای مورد تقاضا و هزینه مصالح به کار رفته به اضافه هزینه استادکار می‌باشد تا دیگر هیچ نقطه ابهامی باقی نماند. توجه داشته باشید برآورد قیمت‌ها باید به روز باشد چرا که در صورت افزایش مصالح مورد نیاز شما نیز افزایش بها را لحاظ نموده متضرر نشوید.

ابتدا لیستی از موارد ذیل تهیه کنید

- دستمزد استادکارها، نقاش، نجار و کارگران
- ابزار و تجهیزات مورد نیاز
- قیمت مصالح مورد نیاز در بازار

و پس از برآورد نهایی، قیمت قطعی و تمام شده را در قرارداد ذکر نمایید. بهتر است برای اطمینان بیشتر و خصوصاً در ابتدای شروع به کار خود مبلغی را به عنوان پیش پرداخت از سفارش دهنده کالا دریافت نمایید تا هم

از قطعیت تصمیم سفارش دهنده مطمئن‌تر شوید هم در صورت نیاز گوشه‌ای از هزینه‌ها را جبران نمایید. مبلغ پیش پرداخت می‌تواند بسته به نوع کار و طرف قرارداد متفاوت باشد و امری است کاملاً توافقی. اما آنچه واضح است تسویه حساب نهایی در پایان کار و پس از تحویل صورت می‌گیرد. پس به این ترتیب پس از قطعی نمودن قرار داد با مشتری و دریافت پیش پرداخت، اجرای پروژه آغاز می‌شود. سپس مراحل اجرای کار با توجه به طرح تأیید شده و به ترتیب مناسب صورت می‌گیرند.

این مورد را همیشه در نظر داشته باشید زمانی که فردی در خصوص سفارش خود از شما مشورت خواست، پیشنهادهای شما با توجه به خواسته‌ها و بودجه آن مشتری محدود خواهد شد و پس از ارائه پیشنهادات خود و اعمال نظرات مشتری، به نتیجه نهایی خواهید رسید.

ضمناً شما می‌توانید با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی، ضمن فروش محصولات خود و یا سایر استادکاران، سفارش انجام کار را نیز از این طریق انجام دهید.

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۹ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	ابزار آلات مورد نیاز (سوهان تخت ساب، اره و...)	۸۰۰۰۰۰
۲	کامپیوتر خانگی	۶۰۰۰۰۰۰
۳	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۴	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۵	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۶	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۷	اسکندر	۱۵۰۰۰۰۰
۸	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۱۷,۳۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

در قدیم استادان خاتم کار خود به تنهایی تمامی مراحل مربوط به تهیه یک اثر هنری را انجام می‌دادند اما امروزه به منظور صرفه‌جویی در وقت

تعدادی از همکاران در کنار یکدیگر مراحل گوناگون خاتم‌سازی مانند قامه بستن، چسباندن، گل پیچیدن، روغنکاری و غیره را انجام می‌دهند.

در اغلب موارد وسایل مورد نظر که چوبی هستند مانند قاب‌ها یا صندوق‌ها از بازار خریداری می‌شود و سپس در کارگاه یک نفر تکه‌های چوب را به هم می‌بندد و گل درست می‌کند.

کار برش چوب یا استخوان معمولاً در مکانی مجزا و به منظور تامین نیاز تمامی خاتمکاران انجام می‌شود و نفر دیگر قامه درست می‌کند یعنی تکه‌های به هم چسبانده شده را تحت فشار دستگاه پرس قرار می‌دهد.

این دستگاه به چوب‌ها حرارت می‌دهد و چون چوب‌ها توسط چسب چوب به وصل شده‌اند بر اثر حرارت به هم نزدیکتر شده و کاملاً فشرده می‌شوند.

در نهایت استاد خاتم کار خاتم‌های آماده را در اندازه دلخواه برش می‌زند و روی کار می‌چسباند و پرداخت می‌کند.

با توجه به آن چه گفته شد می‌توان استدلال نمود که: کسب و کار خانگی خاتم‌سازی و خاتم کاری، نیاز به یک فرد دارد که با توجه به حجم سفارشات و نیازهای این کسب و کار خودش به تنهایی در صورت داشتن مهارت و یا با عقد قرارداد با استادکاران، فعالیت نماید.

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 کسب و کار خانگی 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. بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های موسسه کم و یا نامعلوم است، کارآفرینان حوزه مشاغل خانگی از این طریق کمترین هزینه ممکن را متحمل می‌شود. مزیت دیگر 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.

سرمایه مورد نیاز

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

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۷۳۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۰۳،۳۰۰،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.lssi.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 مجموع 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. مثلاً اگر خودتان به امر جزئی بپردازید ممکن است بتوانید به میزان زیادی هزینه‌های پرسنلی خود را کاهش دهید و این سبب می‌شود تا هزینه شما در این مورد کاهش یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	ICDL	مهارت‌های عمومی
*			توانایی خاتم‌سازی و خاتم کاری	مهارت‌های تخصصی
	*		ذوق هنری	مهارت‌های ویژه
*			آشنایی با آثار بزرگ و طرح‌های جدید در این عرصه	مهارت‌های حرفه ای
خودانگیزته، سخت کوش و بردبار و درونگرا، فرد باید دارای قوه خلاقیت و حوصله بوده و توانایی یک جا نشستن به مدت طولانی و تمرکز بالا را داشته باشد.			ویژگی‌های فردی	
مشخصاً برای اشتغال به این هنر تحصیلات خاصی مورد نیاز نیست اما در صورت تحصیل در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای یا کار و دانش موفقیت بیشتری حاصل خواهد شد. اما باید به طور خاص برای خاتم کاری نزد اساتید فن آموزش ببینند و در آزمون‌های فنی حرفه‌ای نیز موفق شوند.			تحصیلات	

وضعیت بازار خایتم‌سازی و خایتم‌کاری

هر کسب و کار موفقى با شناخت بازار آغاز مى‌شود و با یک برنامه بازاریابى درست به موفقیت مى‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار آغاز کنید. برای شناخت بازار باید بدانید که:

• چه کسانی به آثار خایتم نیاز و یا علاقه دارند؟

• این افراد چه ویژگیهای دارند؟

• چه تعداد هستند؟ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟

• چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟

• چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟

• (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 آنها بوده و در

نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش

یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار این هنر گرچه رو به بهبود است اما در حال حاضر چندان رونق نیست.

فرصت‌های بازار

۱- نمایشگاه‌های هر چند معدود صنایع دستی می‌تواند مردم را با نوآوری‌ها و زیبایی‌های این هنر بیش از پیش آشنا کند.

۲- نسلی جوان و خلاق به ظهور و بروز می‌رسند که با حداقل آموزش به بهترین مصرف‌کنندگان و حتی گاهی تولیدکنندگان این هنر تبدیل می‌شوند.

۳- اخیراً برنامه‌های کوتاهی در تلویزیون پخش می‌شود که در صورت استمرار می‌تواند نقش مهمی در آشنایی مردم با این هنر داشته باشد.

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.

شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش 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 درمی‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی بدنبال خدمات ارزاتر هستند.
- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.

- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از تولید کنندگان دیگر دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال چنین محصولاتی را به کار نبرده‌اند.

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 محصول 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 بالابودن 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 غیراینصورت 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 در پشت رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزیی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص‌کننده استراتژی و برنامه‌ای مناسب شما برای رسیدن به اهداف‌تان است.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور 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 پایین‌تر 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 روش و تکنولوژی مورد استفاده تان 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 محصولات مشابه متمایز می‌سازید به طوری که در نوع خود منحصری‌فرد باشد. در این استراتژی قیمت محصول معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و محصول کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در زمینه تولید جعبه‌ها و صندوق‌های خاتم فعالیت کرده و یا فعالیت خود را بر روی تولید جام‌ها و گلدان‌ها متمرکز می‌نمایید.

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 هریک 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:

- تولید انواع جعبه‌های خاتم در ابعاد مختلف
- تولید وسایل ظریف و تزئینی نظیر قلمدان و غیره
- تولید انواع گلدان‌ها و جام‌ها
- تولید انواع قاب‌ها

توجه داشته باشید مهمترین رکن، برنامه بازاریابی محصول 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 صحبت کنید. سعی کنید با مشتریان احتمالی مکاتبه کرده و 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 آنقدر 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 کارگاه‌ها یا مراکز فروش رقیب تعیین کنید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش‌رو دارید:

۱- هزینه ارائه خدمت را کمی کمتر از قیمت رقبا پیشنهاد کنید. در این صورت مشتریان بیشتری جذب خواهید کرد. اما بخاطر داشته باشید که کاهش قیمت همیشه به نفع شما نیست چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کرده، مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می‌دهند یعنی به محض اینکه فروشنده دیگری قیمت پایین‌تری ارائه کند، دیگر از شما خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از بروز جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که وی را مجبور می‌کند قیمت‌های خود را شکسته و از سود خود کم کند.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبا محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان بیمان‌های همکاری تجاری بسته و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت، نحوه پرداخت است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت نقدی را پیشنهاد داده و به این ترتیب، مشتریانی را با شرایط مختلف جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک



بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک ابتدا باید از

اعتبار و خوش‌حسابی مشتری اطمینان حاصل کنید. برای این منظور باید از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم می‌کنند.

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموعه 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 خوش‌نامی 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.

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 منعکس‌کننده احساس و نگرش مصرف‌کننده 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. برای درک بهتر موضوع یک مثال می‌زنیم: ابتدا یک نمودار با دو محور «خوب» و «متفاوت» رسم کنید. تمام ویژگی‌هایی که از نظر مشتریان ارزشمند قلمداد می‌شوند، بر روی محور «خوب» قرار می‌گیرند مانند کیفیت، سرعت عملکرد بالا، قیمت پایین و غیره. اینها ویژگی‌هایی هستند که پایه و اساس رقابت شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند. محور «متفاوت» به ویژگی‌هایی اشاره دارد که باعث می‌شود پیشنهاد یا محصولی با نمونه‌های مشابه خود متفاوت باشد. این موارد ویژگی‌هایی هستند که مشتریان آنها را جالب، خارق‌العاده، عجیب و غریب و استثنایی دسته‌بندی می‌کنند.

خوب ↑	۱	۲
	خوب ولی نه متفاوت - در آزمون خیلی خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - سود معقولی دارد تا زمانی که رقبا نیایند - سهم بازار کوچک - توان کم برای نام تجاری	خوب و متفاوت - در آزمون ضعیف است - به سختی به بازار راه می‌یابد - مشتریان به سرعت خوب و متفاوت را تشخیص می‌دهند - سود بلند مدت دارد - سهم بازار زیاد - توان قوی نام تجاری
	۳	۴
	نه خوب و نه متفاوت - در آزمون خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - در ابتدا سود معقولی می‌دهد، ولی در نهایت شکست می‌خورد - سهم بازار خیلی کم - توان نام تجاری بسیار کم	متفاوت اما نه خوب - در آزمون ضعیف بوده است - به سختی به بازار راه می‌یابد - در نهایت در بازار شکست می‌خورد، مشتریان متوجه بد و متفاوت می‌شوند - سهم بازاری ندارد - هیچ توان نام تجاری ندارد.
		متفاوت →

در چنین نموداری بهترین جایگاه ما برای اینکه شما بتوانید نام تجاری خوبی را ایجاد کنید، گوشه بالا سمت راست است.

این نمودار کمک می‌کند به جای اینکه خیلی سطحی نظریات مشتریان را صددرصد قابل اعتماد بباید و اجرا کنید، دریافت‌های مشتریان را به سمت الگوهای موفق سوق دهید.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان محصول‌تان 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.

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. بیاد داشته باشید، تا زمانیکه افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود.

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، می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایت تان 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 سایت تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

۶. از ایمیل‌های اچ تی ام ال به جای ایمیل‌های متنی ساده استفاده کنید. ایمیل‌های مبتنی بر اچ تی ام ال جذاب‌تر هستند و با کاربر ارتباط

بیشتری برقرار می‌کنند. برای این منظور حتماً از قالب‌های استاندارد (Standard Template) استفاده کنید. این قالب‌ها دارای جداولی هستند که از به هم ریختگی و آشفتگی متن در کامپیوترهای مختلف جلوگیری می‌کند. همچنین چون دارای رنگ و چیدمان انتخابی هستند، ارتباط بصری عمیق‌تری با مخاطب برقرار می‌کنند.

۷. ایمیل خود را سنگین نکنید؛ به عنوان مثال اگر قرار است کاتالوگ خود را برای مخاطبین بفرستید، سعی کنید در چند خط به معرفی کسب و کار و خدمات‌تان پرداخته و سپس لینک کاتالوگ‌ها را به ایمیل خود ضمیمه کرده (Attachment)، از کاربر بخواهید آنها را دانلود و مطالعه کند. فراموش نکنید که بهترین حالت، قرار دادن کاتالوگ‌ها بر روی سایت و درخواست از کاربران برای مراجعه به سایت و دانلود اطلاعات است. سپس آدرس مستقیم صفحه‌ای را که کاتالوگ در آن قرار دارد به نامه اضافه کنید.

۳. مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف‌های ویژه است. در این روش شما جوایز قابل توجه و یا تخفیف‌های ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا

بیشتر خرید کرده‌اند، اهدا می‌گردد. برای اینکه این روش موثر واقع شود نکات زیر را در نظر داشته باشید:

۱. در زمان مناسب این کار را انجام دهید. اگر مشتری احساس کند که شما به دلیل پیدا نکردن مشتری و خراب بودن اوضاع کاری‌تان مجبور به ارایه تخفیف شده‌اید، یا ممکن است درباره خدمات‌تان نگرش منفی پیدا کرده و با دیده تردید به پیشنهادتان فکر کند که در اینصورت مانع از افزایش فروش می‌شود، و یا اینکه فکر می‌کند بدنبال کسب سود بیشتر از فروش محصولات‌تان بوده و به همین دلیل از روش دادن جایزه و تخفیف استفاده می‌کنید.

۲. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی، باید دو نکته را برای اعلام جوایز در نظر بگیرید:

👉 مناسب‌ت داشتن،

👉 محدوده زمانی مشخص داشتن. بدین صورت که بعد از آن بازه زمانی، هیچگونه امتیاز یا جایزه‌ای برای خریداران در نظر گرفته نشود.

۳. سعی کنید جوایز را از میان خدمات خودتان انتخاب کنید. سیاست یکی **بخر دو تا ببر** یکی از روش‌های مطلوب است که اولاً باعث می‌شود نیازی به شکستن قیمت‌ها نبوده و مشتری به قیمت پایین‌تر عادت

نکند، و ثانیاً لذت برنده شدن را به مشتری داده و باعث می‌شود تجربه خرید رضایت‌بخش محصولات شما را فراموش نکند.

۴. سعی کنید بیشتر جایزه بدهید تا تخفیف. تخفیف، سیاستی است که اگر به موقع و درست استفاده نکنید تاثیر آن بیشتر منفی خواهد بود.

۵. سعی کنید برای اعطای جوایز و تخفیف یک سیاست پلکانی ایجاد کنید تا مشتریانی که بیشتر یا زودتر خرید می‌کنند، شانس بیشتری برای برنده شدن یا بهره‌مندی از امتیازهای ویژه داشته باشند.

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.

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

موسسه‌تان

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. این کار باعث شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول، 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، بلکه به تاثیرات روانی فضا بر افراد و میزان کارایی‌شان، میزان رشد و یادگیری کودکان، و احساس آرامش و امنیت بپردازید.

توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصول 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 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- حتی الامکان 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 تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و دنبال کنید.

رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصول شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این 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 خرید محصولاتتان 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 خرید کردن محصولات موردنظرش بازدارد؛ این درحالیست که مشتریان راضی حدود سه نفر را به خرید 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.

ماشین خاتم کاری شده توسط هنرمندان شیرازی



مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱- درآمد پایین و عدم حمایت دولت از تولیدکنندگان

شاید مهمترین مساله در این شغل همچون سایر صنایع دستی درآمد پایین آن به نسبت کار و زحمت صورت گرفته باشد. عاملی که باعث دلسردی دست‌اندرکاران این هنر است و نه تنها مانع جذب جوانان به سوی این هنر زیبا و اصیل می‌گردد بلکه موجبات نارضایتی کسانی را هم که در این راه موی سفید کرده‌اند فراهم می‌آورند.

این مساله اما ارتباط مستقیمی با حمایت دولت از تولیدکنندگان این هنر دارد. به گفته بسیاری از بزرگان این هنر در حال حاضر تنها و شاید بهترین راه‌حل این مشکل که بتوان رونقی دوباره به صنایع دستی از جمله خاتم کاری داد حمایتی است همه جانبه از طرف دولت، با تخصیص بودجه کافی در جهت ارائه سفارش به استادان کاران و خرید تمام و کمال تولیدات آنها جهت صدور و یا عرضه به بازارهای داخلی.

به اعتقاد یکی از اساتید این رشته، بهترین راه رهایی از این مساله این است که دولت قراردادهایی به طور منظم با تولیدکنندگان ببندد تا بر حسب نیاز بازار و نیز توان صادرات این محصولات سفارشات را به تولید کنندگان ارایه دهد و سپس محصولات آنها را یک جا خریداری کند.

۲- وقت‌گیر و زمان بر بودن

این صنعت همچون سایر صنایع دستی کاری است زمانگیر که نیازمند حوصله فراوان و صرف وقت بسیار می‌باشد و از این رو جوانان عجول و کسانی که خواهان سود فراوان در مدت زمان کم هستند در این مسیر موفقیتی به دست نخواهند آورد.

شاید بهترین راه حل این مشکل برگزاری کلاس‌های منظم توجیهی و آموزشی توسط سازمان‌های مربوطه و با همکاری اساتید این رشته باشد تا علاقه‌مندان واقعی جذب این هنر شوند.

۳- ناشناخته بودن این هنر و صنعت دستی

به جز در سال‌های اخیر که برنامه‌های معدودی از طریق صدا و سیما آن هم در مدت زمان کم در جهت معرفی این هنر زیبا پخش شده است خاتم کاری نیز همچون سایر صنایع دستی در پرده‌ای از ابهام در نظر غالب مردم قرار دارد و جز اهل فن کمتر کسی اطلاعاتی بیش از یک نام در این باره دارد.

برای حل این مشکل راه‌حل‌های گوناگونی وجود دارد:

- برگزاری سمینارهای آموزشی
- ساخت و پخش برنامه‌های آموزش خاتم
- چاپ مطالب و عکس‌های مرتبط در نشریات و مجلات

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

به کارگیری نکته‌های زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر

واقع شود:

- سعی کنید کارهای خاص انجام دهید، کارهایی که نیازمند حوصله، صرف وقت و انرژی بیشتری است و غالباً همه خاتم کاران به سراغ آن نمی‌روند.
- سعی کنید در کارهایتان تنوع داشته باشید و کارهای ترکیبی (همراه با مینیاتور، معرق یا خوشنویسی) که ظرافت بیشتری دارند را تهیه کنید.

آثاری با گل‌های زیبای خورشیدی و مفتول‌های فراوان همواره دارای ارزش خاص خود هستند.

- برای توسعه کار خود به تبلیغات پردازید، هنر خود را معرفی کنید و همچنین در تبلیغات خود از یک عنوان تجاری خاص به همراه توضیح ظرافت‌ها و ویژگی‌های تولیدات خود سخن بگویید

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری
- سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای
- وزارت بازرگانی
- شهرداری‌ها
- موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- نجاری
- رنگرزی
- خطاطی
- مینیاتور و نقاشی
- معرق

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

۱- هنر خاتم، پدیدآورنده: غلامرضا روزی‌طلب، ناشر: سازمان مطالعه و

تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت ۱۳۸۸)

۲- هنر خاتم‌سازی، پدیدآورنده: هاجر انتظاری شغل‌آبادی، غلامرضا علیوند

(عکاس)، ناشر: جمال هنر - آذر، ۱۳۸۷

۳- کارگاه خاتم‌سازی (۱)، پدیدآورنده: حبیب‌الله مهره‌کش، شهرام

رجب‌زاده (مترجم)، محمدکاظم بهنیا (مترجم)، سعید منصوری (مترجم)،

هاجر انتظاری شغل‌آبادی (مترجم)، نسرین اصغر (مترجم)، ناشر: فرید

۱۳۸۲

۴- هنر خاتم کاری، پدیدآورنده: هاجر انتظاری شغل‌آبادی، هوشنگ فرزانه

ویراستار)، ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی ۱۸ - فروردین، ۱۳۸۹

۵- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد

ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۵.

۶- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس،

۱۳۸۵.

۷- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و

محمد رحیم، نشر قدبانی، ۱۳۸۳.