

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



موسسه کار و مائتین اجتماعی

۳۸۶

تاکسیدرمی پرندگان و حیوانات

۱۳۹۰

تاکسیدرمی پرندگان و حیوانات / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال
دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

ص. ۵۸ - مصور (رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۸۶

۱۵۰۰۰ ریال: ۵-۱۴۲-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

فیفا

کسب و کار خانگی - ایران - مشاغل - دستنامه ها - خشک کردن حیوانات

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

HD ۶۲/۳۸/ت۲۴ ۱۳۹۰

۲۵۱۶۸۳۵

۶۵۸/۸۷۲



عنوان کتاب: تاکسیدرمی پرندگان و حیوانات

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: ۵-۱۴۲-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

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
فرآیند تولید محصول	۱۳
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۳۰
نیروی انسانی مورد نیاز	۳۳
سرمایه مورد نیاز	۳۴
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۳۶
وضعیت بازار خدمات	۳۶
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۳۸
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۵۵
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغل	۵۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۵۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۵۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۵۸

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پررنگتر 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

تاکسیدرمی فنی برای حفظ گونه‌های باارزش جانوری بوده تا به این وسیله، آن گونه حفظ و شناسایی و آموزش آنها به دیگران به ویژه نسل آینده میسر باشد.

البته حفظ گونه‌های جانوری و به طور کلی حفاظت از محیط زیست و تلاش برای بقای جانداران کمیاب همیشه باید به عنوان هدف اصلی مدنظر باشد، اما در مقایسه با این هدف اصلی، تاکسیدرمی یا آنچه در اصطلاح عمومی، خشک کردن جانوران مرده شناخته شده، تلاشی است علمی برای حفظ ظاهر گونه‌های جانوری و به ویژه آن دسته که بیش از سایر گونه‌ها در معرض انقراض قرار گرفته‌اند. واضح است که بدین وسیله تصور بهتری از جانوران به ویژه برای دانشجویان رشته جانوری ایجاد و لذا به خاطر سپردن اطلاعات مربوط به آنها دقیقتر و آسانتر می‌شود.

تعریف

کلمه تاکسیدرمی (پوست‌آرایی) به زبان یونانی از دو کلمه Taxi به معنی مرتب کردن و شکل دادن و Dermi به معنی پوست می‌باشد. این عمل در

مورد لاشه جانور مرده باید به گونه‌ای انجام یابد که پیکره بدست آمده بیشترین شباهت را به حالت زنده آن جانور داشته باشد. قدیمی‌ترین آثار تاکسیدرمی مربوط به مومیاگران مصر می‌باشد که پوست را از جسد جدا نمی‌کردند و تمامی جسد را از طریق سه نوع کار مومیایی حفظ می‌کردند.



مشخصات محصول

در اینجا عمل تاکسیدرمی در مورد موجودات زیر معرفی خواهد شد.

- تاکسیدرمی پرندگان
- تاکسیدرمی دوزیستان (قورباغه)
- تاکسیدرمی پستانداران بزرگ

انواع تاکسیدرمی

نوع اول

ابتدا مغز را از طریق سوراخ‌های بینی خارج کرده و آنگاه از همان راه داروهای مخصوصی وارد جمجمه می‌کردند. سپس روده‌ها را از ناحیه پهلوها خارج کرده و داخل بدن را با شراب خرما شسته، معطر می‌کردند و دوباره داخل محوطه بدن را با پودر Myrrh (میر) که یک نوع شیره گیاه می‌باشد به اضافه یک ماده معطر گیاهی به نام cassia (کاسیا) پر می‌کردند. سپس تمامی جسد را به مدت ۷۰ روز در محلول نمک Natron (ناترون) قرار می‌دادند و در پایان آن را به وسیله کرباسی که آغشته به سقز بوده است می‌پوشاندند و در جعبه‌های عمودی نگهداری می‌کردند.

نوع دوم

بدن را با روغن سدر پر می‌کردند و مدتی در نمک ناترون می‌گذاشتند. بعد از اینکه روغن سدر امعاء و احشاء داخل بدن را در خود حل می‌کرد آنرا به طریقی خارج می‌کردند و به طور عمده همین عمل موجب نگهداری جسد می‌شد.

نوع سوم

ماده‌ای به نام *Syrmoea* (سیرمو) را به بدن تزریق می‌کردند و سپس تمامی جسد را به مدت ۷ روز در نمک ناترون قرار می‌دادند و به این وسیله جسد گندزدایی می‌شد و سالم می‌ماند.

با توجه به شواهد باستان‌شناسی می‌توان مومیانگران مصری را بنیانگذار تاکسیدرمی دانست و همانطور که گفته شد ایشان به حفظ کل جسد می‌پرداختند. اما در تاکسیدرمی نوین از لاشه جانور تنها به عنوان مدل استفاده می‌شود و مهمترین کار که همان دباغی پوست است بعد از جدا کردن آن از لاشه انجام می‌گیرد که ذیلاً به شرح آن می‌پردازیم:

دباغی پوست به کمک داروهای محافظت کننده

برای تاکسیدرمی و نگهداری هرگونه پوستی (پرندگان و غیره) باید ماده محافظت‌کننده مناسب بکار برده شود تا از تغییر شکل و فساد عمومی و زیان حشرات و موجودات زنده دیگر محافظت گردد.

موارد زیادی هستند که اثر محافظت‌کننده روی پوست دارند ولی برای محافظت پوست در مدتی طولانی بایستی مواد محافظ قوی استفاده کرد که معروفترین آنها داروهای آرسنیکی است. اگرچه این داروها موثرترین و بهترین داروی محافظت‌کننده شناخته شده‌اند ولی به این دلیل که کاملاً سمی می‌باشند و کار کردن مداوم با آن خطرناک است افزون بر آن نگهداری

آن خالی از خطر نیست، خوشبختانه داروی مفید دیگری به نام بوراکس متداول شده که کاملاً موثر بوده و کار کردن با آن را تجویز می‌کنند. نظر به کاربرد ویژه و در دسترس بودن این مواد، به طور خلاصه مطالب در خصوص طرز تهیه و بکار بردن آنها ارائه می‌شود:

۱- صابون ارسنیکی که متداول است.

فرمول ۱:

- آرسنیک - ۳۰ گرم
- صابون سفید - ۳۰ گرم
- آب مقطر - ۲۵ سی‌سی
- کربنات دو پتاس - ۳/۵ گرم
- کامفر - ۷ گرم

پس از ریز کردن صابون آن را در آب ریخته پس از گرم شدن این محلول بر روی آتش و حل شدن صابون، کربنات پتاسیم به آن اضافه می‌گردد و سپس از روی آتش برداشته و آرسنیک به آن اضافه می‌شود و در آخر هم کامفر که در الکل حل شده به آن اضافه می‌گردد و کاملاً با هم مخلوط می‌شود. در موقع مصرف چنانچه کمی سفت شده باشد بوسیله آب ولرم آن را رقیق می‌کنیم و بوسیله قلم مو به سطح داخل پوست می‌مالیم.

فرمول ۲:

- آرسنیک - ۲۰ گرم
- گل سفید یا پودر گچ - ۶۰ گرم
- صابون - ۴۰ گرم
- کامفر - ۲/۵ گرم

برای ساختن این صابون آرسنیکی پس از مخلوط کردن آرسنیک با پودر گل سفید، آب به آن اضافه می‌گردد و کاملاً مخلوط می‌گردد سپس صابون خرد شده به آن اضافه می‌گردد و پس از جوشانیدن، آب به آن اضافه می‌گردد. هنگام کار کردن با آرسنیک در تمام مراحل تهیه، باید مواظب بخارهای سمی آن بود.

فرمول ۳:

- گل سفید - ۱۰۰ گرم
- صابون - ۴۰۰ گرم
- کلرور کلسیم - ۵۰ گرم
- کامفر - ۲۰ گرم

در صورت در دسترس نبودن آرسنیک می‌توان از مواد ذیل استفاده کرد که جهت پرندگان و پستانداران کوچک مناسب است. این ماده نیز مشابه روش بالا بدست می‌آید.

فرمول ۴:

• آلن دو پتاس - ۴۰۰ گرم

• شوره - ۱۰۰ گرم

این دو ماده را در آب گرم مخلوط و کاملاً بهم زده می‌شود و سپس آن را به سطح پوست می‌مالند. ماده حاصله از این فرمول نفوذپذیری بالایی دارد و لذا کارایی آن در دباغی زیاد است.

همچنین یکی از مهمترین داروهای محافظت کننده پوست بوراکس (برات دو سود) می‌باشد که در صنعت مصارف زیادی دارد. این دارو در تاکسیدرمی پرندگان و پستانداران کوچک توصیه می‌شود و محلول اشباع شده آن دارای بهترین اثر می‌باشد به ویژه با در نظر گرفتن اثرات منفی محلول‌های آرسنیک، پودر بوراکس برای کارهای تاکسیدرمی مناسب‌تر است.

مقایسه داروهای آرسنیک و پودر بوراکس

۱- داروهای آرسنیک کاملاً سمی می‌باشند، در صورتی که بوراکس اثر مسموم کننده بسیار کمی دارد.

۲- دسترسی به داروهای آرسنیک مشکل است، در صورتی که بوراکس فراوان است و دسترسی آن آسان است.

۳- داروهای آرسنیکی تنها برای مصرف بر سطح داخلی پوست مناسب است، اما بوراکس هم بر سطح داخلی و هم بر سطح خارجی پوست قابل استعمال است. ذکر این نکته ضروری است که داروهای محافظت کننده را باید بر حسب کاربرد دقیق آنها شناخته و استعمال شوند.

طرز به کار بردن بوراکس

از این ماده برای محافظت کردن پوست پرندگان و پستانداران کوچک استفاده می‌شود. مثلاً مخلوط پودر بوراکس و خاک اره جهت جلوگیری از خون‌ریزی و ترشحات به کار می‌رود و یا در موقع پوست‌کنی نمونه‌ها را می‌توان در محلول اشباع شده بوراکس (۱۰۰ گر در ۴ لیتر آب) قرار داد و یا پودر بوراکس را به پوست مالید. پودر بوراکس جهت محافظت از پوست در برابر حشرات کاملاً مناسب است. مدت زمان قرار دادن پوست در محلول



بوراکس بستگی به بزرگی نمونه دارد که می‌تواند از ۱۲ ساعت تا ۴۸ ساعت باشد.

فرایند تولید محصول

قبل از راه‌اندازی این کسب و کار، بهتر است با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی، ضمن معرفی تولیدات خود، نسبت به اخذ سفارشات اقدام نمایید.

تاکسیدرمی پرندگان

برای تاکسیدرمی پرندگان، در آغاز باید قسمت‌های آلوده به ترشحات و خون و مدفوع را بوسیله محلول آب و صابون تمیز کرد و محل‌های صدمه دیده از جمله منقار و مقعد را با پنبه پر کرد چنانچه چینه‌دان پر باشد بادقت و آهسته چینه‌دان را باید خالی کرد، سپس نمونه را در کرباس یا کاغذ روزنامه پوشانید و آن را تا مراحل پوست‌کنی داخل فریزر قرار داد.

مراحل مختلف تاکسیدرمی به شرح زیر می‌باشد:

۱- پوست‌کنی

۲- تمیز کردن پوست (چربی‌گیری و گرفتن گوشت‌های اضافی چسبیده به پوست)

۳- محافظت نمودن پوست در مقابل آسیب حشرات با بکار بردن مواد شیمیایی و مواد سمی (دباغی)

۴- ساخت مدل بدن جانور

۵- مانت کردن، یعنی پوشاندن مدل با پوست

پس از اینکه نمونه مورد نظر را در اختیار گرفتیم سریعاً رنگ چشم آن را یادداشت می‌کنیم و به مدت ۴۸ ساعت آن را درون سردخانه می‌گذاریم. فریز کردن نمونه به دو دلیل است:

۱- باعث انعقاد خون شده و هنگام پوست کنی از ریختن بر روی پرها جلوگیری می‌کند.

۲- باعث از بین رفتن آفات و حشرات موذی داخل پوست می‌شود. سپس ۱۲ الی ۲۴ ساعت قبل از کار، نمونه مرود نظر را از فریزر بیرون می‌گذاریم تا کاملاً باز و از انجماد خارج شود.

۳- مراحل بعد: با متر طول بال، پا و گردن را اندازه‌گیری کرده و در دفترچه‌ای یادداشت می‌کنیم. سپس با توجه به جنه ظاهری پرنده مورد نظر، سیم‌هایی مناسب برای گردن، بال‌ها و دم انتخاب می‌کنیم و سیم گردن را از یک سمت قلاب کرده و سمت دیگر آن را تیز می‌کنیم، اما سیم‌های بال را از دو طرف تیز می‌کنیم. انتخاب سیم مناسب عامل موثری در کیفیت کار است.

پرنده را به پشت می‌خوابانیم و پره‌های قسمت سینه را کنار زده تا کاملاً ناحیه وسط سینه بدن پرنده دیده شود. سپس با تیغ، شکافی طولی از جناغ سینه تا انتهای مخرج ایجاد می‌کنیم. پس از ایجاد شکاف، پوست‌کنی را بوسیله انگشتان شست و تیغ ادامه می‌دهیم تا وقتی که به ناحیه پا برسیم

سپس در این قسمت، به گونه‌ای دور ران را پوست کنی می‌کنیم که انگشتان از دو طرف به هم برسند. سپس به صورت غلفتی پوست پا را تا قسمت زانو وارونه جدا می‌کنیم. گوشت‌های آن ناحیه را کاملاً تمیز کرده و مفصل بالای زانو را قطع می‌کنیم (استخوان زانو باید حفظ شود)

مفاصل هر دو پا که قطع شد، پوست کنی را ادامه می‌دهیم تا به ناحیه دم برسیم، با قیچی قسمت ابتدای دم که به بدن وصل می‌باشد را قطع می‌کنیم. (باید توجه داشت که در تمامی مواردی که عبارت «قطع کردن» را به کار می‌بریم، منظور قطع یک قسمت از پوست از قسمت دیگر نیست بلکه قطع اتصالاتی است که پوست یا پر را به گوشت یا استخوان بدن وصل کرده است). پس از قطع دم، پوست کنی را بوسیله فشار دست ادامه می‌دهیم تا به بال‌ها برسیم. در آنجا مفصل اتصال استخوان کتف بدن را قطع کرده و گوشت‌های آن ناحیه را کاملاً تمیز کرده، با بوراکس ضدعفونی می‌کنیم. شکافی دیگر در قسمت بال ایجاد می‌کنیم و مابین استخوان‌های بال را با پنس تمیز می‌کنیم. سپس پوست پرنده را تا قسمت گردن برعکس می‌کنیم. در این قسمت با حوصله پوست گردن را غلفتی کنده و آهسته آهسته با تیغ و بادقت حفره‌های گوش و چشم را از مجمله تا بعد از حفره‌های چشم جدا می‌نماییم. با قیچی گوش تا گوش مجمله را که به گردن متصل است قطع

می‌کنیم و محتویات مجمله را تخلیه می‌کنیم تا کاملاً تمیز شود و به آن بوراکس می‌زنیم و سپس پوست گردن را به حالت اول برمی‌گردانیم.

مرحله بعد بررسی پوست می‌باشد. در این مرحله اگر پارگی در پوست ایجاد شده باشد آن را می‌دوزیم و مجدداً به تمام سطح پوست بوراکس می‌زنیم، اگر تمیز باشد نیازی به شستن ندارد ولی اگر پرها کثیف باشد با آب صابون یا پودر لباسشویی پوست را می‌شوئیم تا کاملاً تمیز شود بعد از شستن، پوست را درون روزنامه می‌پیچیم تا رطوبت و آب آن گرفته شود. سپس سطح پوست را با خاک اره یا بوراکس می‌پوشانیم.

پس از چند دقیقه پوست را برمی‌داریم و با تکان دادن آن را خشک می‌کنیم تا پرها حالت مناسب‌تری پیدا کند.

از جسد پرنده به عنوان مدل استفاده کرده و بدنی مصنوعی با پوشال و نخ درست می‌کنیم تا تقریباً به همان اندازه بدن اصلی درآید.

سیم‌کشی

مجدداً پوست قسمت گردن را وارونه می‌کنیم تا به ناحیه مجمله برسیم. سیم مناسبی را که قبلاً برای گردن در نظر گرفته شده از یک سمت قلاب کرده و بوسیله سیم نازک‌تری به مجمله وصل می‌کنیم دور این سیم به طور یکنواخت و به طور مکرر پنبه می‌پیچیم تا قطر گردن در اندازه اصلی ایجاد شود. سپس مقداری گل رس را درون مجمله می‌گذاریم در اینجا می‌توانیم

چشم را در محل مناسب خود قرار دهیم و پوست را به حالت اولیه در می‌آوریم. سیم‌هایی را که برای بال‌ها در نظر گرفته و از دو طرف تیز شده‌اند، از ناحیه داخلی پوست عبور داده تا به پره‌های آخر هر بال برسد. سپس استخوان کتف پرنده را با پنبه و نخ می‌پیچیم تا قطر لازم برای استخوان کتف ایجاد شود. در سیم‌کشی پاها قسمت تیزی سیم را از کف پا تا ناحیه ران عبور داده، سپس با نخ و پنبه ران پرنده را درست می‌کنیم. در قسمت دم یک سیم را که از دو طرف تیز شده باشد به صورت منظم از ابتدای پره‌های دم عبور می‌دهیم.

مانت کردن

بدن مصنوعی را درون پوست گذاشته و به ترتیب، گردن، بال‌ها و دم را بوسیله سیم‌های مربوط به خودشان به بدن مصنوعی وصل می‌کنیم تا مهار شوند. سپس با نخ و سوزن محل شکاف‌ها را می‌دوزیم. پرنده را بر روی گیر پا می‌گذاریم. با انگشتان، پره‌های پرنده را به حالت طبیعی درمی‌آوریم و با نگاه کردن به عکس و فیلم، حالت بدنی مناسبی را انتخاب کرده تا بیشترین شباهت را به موجود زنده داشته باشد.

آخرین مرحله از کار تاکسیدرمی درست کردن دکوری مناسب برای جانور می‌باشد تا بیشترین شباهت را با محیط زیستی که درون آن زندگی

می‌کند داشته باشد. برای اینکار مقداری سیم اضافی را که از پاهای بیرون آمده درون گج یا چوب مناسب گذاشته تا جلوه‌ای بهتر به نمونه‌ها بدهد.

چند نکته مهم

- برای فرم دادن به پرهای دم بهتر است از دو تکه مقوا استفاده شود و بوسیله سوزن ته گردن این دو تکه مقوا را به طوری که انتهای دم وسط قرار گیرد به هم وصل شود.
- برای گذاشتن چشم به دو روش می‌توانیم عمل کنیم اول اینکه همزمان که سیم‌کشی گردن انجام می‌دهیم، چشم را در محل مناسب خودش قرار دهیم، دوم بعد از اتمام کار وقتی پرنده بر روی گیر پا قرار دارد چشم‌های مصنوعی را که به رنگ طبیعی در آورده‌ایم در محل خود می‌گذاریم.
- بهتر است تاکسیدرمی مرحله به مرحله انجام گیرد ولی بعد از مانع کردن باید در سریعترین زمان ممکن حالت بدنی مناسبی مناسب را به پرنده بدهیم.
- تزریق فرمالین در قسمتی از بال‌ها و کف پا در بعضی از پرندگان ضروری است.
- خشک کردن پرها یا پوست بوسیله ششوار یا پمپ باد امکانپذیر است.

- برای اطمینان از سالم بودن جانور جهت تاکسیدرمی، باید قبل از شروع کار خیلی آهسته پرها یا مو را بکشیم در صورتی که آنها سست باشند و یا به راحتی کنده شوند، نمونه قابل تاکسیدرمی نیست.
- پس از اتمام کار نیاز هست که پرنده یا پستاندار به مدت یک هفته (تا خشک شدن کامل) جا به جا و یا دستکاری نشود.

تهیه و مانت کردن ماهی:

- ۱- ابتدا شکل ظاهری ماهی در اندازه واقعی روی تخته‌ای رسم می‌شود. چنانچه ماهی فلس دار باشد، جهت جلوگیری از ریختن فلس، به بدن فرمالین ۱۰ درصد مالیده شود.
- ۲- شکاف دادن در یک طرف ماهی از ناحیه سر تا دم
- ۳- شکاف دادن در ناحیه دم به طور عرضی
- ۴- جدا کردن پوست و چربی‌گیری و جدا کردن گوشت‌های اضافی بوسیله تیغه چاقو یا پودر بوراکس
- ۵- تمیز کردن محل چشم و برانش‌ها و مجسمه ماهی
- ۶- نگهداری پوست به صورت پهن در یخچال یا در محلول اشباع شده بوراکس
- ۷- می‌توان شکاف پوست‌کنی را در ماهی‌های بزرگ در زیر شکم انجام داد.

ساختن بدن مصنوعی ماهی

- ۱- شکل بدن که قبلاً رسم کرده‌ایم، در روی تخته می‌بریم، البته کمی کوچکتر و سپس با میخ کوبی در اطراف آن و بوسیله پوشال و نخ، بدن مصنوعی متناسبی با بدن ماهی را تهیه می‌کنیم.
- ۲- بوسیله قالب‌گیری گچ: ابتدا جسد ماهی را با پارافین یا هر جداساز دیگر می‌پوشانیم و سپس با گچ قالب‌گیری می‌کنیم. (توضیح قالب‌گیری در صفحات آینده می‌آید) پوست ماهی که در مایع اشباع شده و بوراکس قرار داشته بیرون آورده و رطوبت آن را گرفته و سپس مقداری چسب کازئین مخلوط با خمیر آرد گندم و یا چسب‌های دیگر به قسمت داخلی مالیده و آن را بر روی قالب بدن مصنوعی تنظیم می‌کنیم تا قرینه‌سازی انجام گیرد و سپس دوختن پوست را از قسمت دم شروع می‌کنیم و پس از پایان کار بدن مصنوعی را بر روی پایه یا محل مناسبی قرار می‌دهیم.
- ۳- همچنین می‌توان از خاک اره و پودر بوراکس جهت پر کردن پوست ماهی استفاده کرد، به طوریکه ماهی شکل اولیه خود را به دست آورد.

مانت کردن پستانداران کوچک (سنجاب یا سمور)

- ۱- تهیه اندازه بدن توسط نقاشی جسد حیوان از پهلو روی کاغذ. جسد خارج شده از پوست می‌تواند الگوی خوبی برای تهیه بدن مصنوعی باشد.

۲- شکاف دادن در ناحیه شکم از جناغ سینه تا مقعد و همچنین از کف پا تا مفصل

۳- جدا کردن دم جهت خارج کردن مهره‌های دمی

۴- جدا کردن پوست از بدن

۵- تمیز کردن جمجمه از گوشت و چربی و سپس مالیدن پودر بوراکس به تمام قسمت‌های جمجمه

۶- تهیه بدن مصنوعی بوسیله پوشال و سیم‌های ظریف

تاکسیدرمی دوزیستان (قورباغه)

برای جدا کردن پوست قورباغه، جسد آن به مدت یک ساعت در محلول آلن دو پتاس ۲۸ گرم، اسیدفنیک ۲۸ گرم، آب مقطر ۱۰۰۰ سی‌سی قرار می‌گیرد این محلول باعث سهولت در جدا شدن پوست از بدن قورباغه می‌گردد. ابتدا پوست کنی از قسمت دهان شروع می‌گردد و سپس دست‌ها و بدن و پاها به صورت غلظتی جدا می‌شود. سپس پوست جدا شده را به مدت ۱۲ ساعت در محلول اشباع شده بوراکس قرار می‌دهند و پس از آن بوسیله مخلوط خاک اره و پودر بوراکس پوست قورباغه را حالت داده و چشم آن را در جای خود قرار می‌دهند و در روی پایه‌ای سوار می‌کنند. قسمت دهان را

بوسیله بتونه و پنبه حالت می‌دهیم. در مورد جانوران دیگر مانند بزمچه، سمندر و آفتاب‌پرست، پوستشان بوسیله خاک اره و پودر بوراکس پر می‌گردد. تاکسیدرمی پستانداران بزرگ، پس از جدا ساختن پوست از بدن، آن را چربی‌گیری کرده و گوشت‌های چسبیده آن را جدا می‌کنیم و برای دباغی درون محلول خاصی از زاج قرار می‌دهیم. بدن مصنوعی حیوان را مطابق نمونه تهیه کرده و پوست را بر روی آن قرار داده و با نخ محکم شکاف‌های پوست را در ناحیه شکم و دست‌ها و پاها به طور ظریف می‌دوزیم. بدن مصنوعی حیوان را به روش‌های مختلف می‌توان ساخت که در صفحات آینده به شرح آنها خواهیم پرداخت.

تاکسیدرمی پستانداران بزرگ

پوست کنی

حیوان را به سمت پشت می‌خوابانیم و شکافی به صورت طولی از جناغ سینه تا انتهای مخرج ایجاد می‌کنیم. سپس به صورت صلیبی شکافی بین دستها و پاها ایجاد کرده و بوسیله کارد یا اسکالپل پوست را از روی گوشت بر می‌داریم و در قسمت گردن و سر، پوست را وارونه کرده و به صورت غلغتی پوست را کاملاً از سر و گردن جدا می‌کنیم.

پس از پوست کنی، پوست را با آب سرد می‌شوئیم و سطح داخلی پوست را با نمک می‌پوشانیم؛ در این مرحله اگر چربی یا گوشت به پوست چسبیده باشد آنرا با تیغ جدا کرده و سپس پوست را درون محلول دباغی (که از قبل آماده کرده‌ایم) می‌گذاریم.

به چند روش می‌توانیم مجسمه‌سازی کنیم:

۱- بوسیله گاه که روشی ابتدایی و منسوخ است.

۲- پوشال کولر

۳- گچ

۴- فایبرگلاس

۵- پلی یورتان (فوم)

روش اول

در این روش که روشی منسوخ و قدیمی می‌باشد با در نظر گرفتن اندازه‌های دقیق، پوست دباغی شده از یک سمت دوخته و به تدریج با گاه پر می‌گردد. در این روش پوست مانند کیسه‌ای می‌ماند که پر شده باشد و در نتیجه ریخت آناتومی حیوان بهم می‌خورد.

روش دوم

در این روش با توجه به بزرگی و کوچکی نمونه، مفتول (سیم) مناسب انتخاب کرده با گذاشتن آن بر روی جسد از قسمت گردن تا انتهای دم را به فرم جسد در می‌آوریم، سپس مفتولی برای دست انتخاب کرده و مفتولی دیگر برای پاها در نظر می‌گیریم و آنها را با توجه به فرم جسد فرم داده و در محل خود جوش می‌دهیم. پس از آن از قسمت سر، قالب‌گیری کرده و به بدن وصل می‌کنیم و در مرحله بعد پوشال را مرطوب کرده و با نخ به دور سیم یا مفتول می‌پیچیم.

قسمت گردن، دستها و پاها را هم با پوشال می‌پیچیم تا فرم مناسبی پیدا کند. پس از آن چشم‌ها را در محل خودش می‌گذاریم و پوست را بر روی مجسمه می‌کشیم و محل شکاف‌ها را می‌دوزیم.

روش سوم

مجسمه‌سازی با گچ می‌باشد. در این روش پس از انتخاب سیم مناسب و فرم دادن آن بر روی جسد، یک تور سیمی با اندازه مناسب در نظر می‌گیریم و دور ناحیه شکم می‌پیچیم سپس با گذاشتن گچ بر روی تور سیمی شکل دلخواه را به آن می‌دهیم.

روش چهارم

یکی از روش‌های متداول مجسمه‌سازی در اکثر موزه‌های حیات وحش جهان، کار با فیبرگلاس (مخلوط زرین - پشم شیشه) می‌باشد. برای این کار، بعد از پوست کنی، جسد مورد نظر را به وسیله پارافین یا هر جداساز دیگری می‌پوشانیم و نصف آن را با گونی آغشته به گچ تا ناحیه وسط شکم می‌پوشانیم و صبر می‌کنیم تا کاملاً خشک شود و سپس جسد را برعکس می‌کنیم و سمت دیگر آن را همه به همین شکل می‌پوشانیم (برای جلوگیری از اتصال دو قالب به هم، از پارافین استفاده می‌کنیم). پس از خشک شدن گچ دو طرف قالب را از هم جدا می‌کنیم.

در حال حاضر ما دو کفه قالب داریم که دوباره درون قالب‌ها را به پارافین آغشته می‌کنیم و به تمام سطح آن می‌مالیم و سپس با پشم شیشه و رزین، تکه‌های مناسبی تهیه کرده و درون قالب را می‌پوشانیم. آنگاه هر دو طرف قالب را که با تکه‌های پشم شیشه پوشیده شده از قالب گچی جدا می‌کنیم. پس از جدا کردن فیبرگلاس از قالب گچی مفتولی مناسب را درون قالب فیبر گلاسی قرار می‌دهیم و فرم مفتولی را به همان شکل قالب در می‌آوریم (البته قبل از گرفتن قالب گچی جسد را به فرم دلخواه در می‌آوریم). دو طرف قالب را با پشم شیشه و رزین با هم می‌چسبانیم. قالب‌گیری از سر را به همین روش انجام می‌دهیم (ولی جدا از جسد). برای

درون قالب گچی می‌توانیم از گچ استفاده کنیم و بعد با قرار دادن تکه‌ای مفتولی در گچ آن را به بدن وصل کنیم. پس از وصل کردن به بدن و درست کردن قسمت‌هایی از دست و پا، چشم‌ها را در محل خود می‌گذاریم و پوست را بر روی مجسمه می‌کشیم و با نخ و سوزن محل شکافها را می‌دوزیم. در قسمت سر (دور لب‌ها، چشم‌ها، بینی، گوش‌ها) از گل رس به عنوان نمونه استفاده می‌کنیم.

روش پنجم

در این روش از مخلوط کردن دو ماده شیمیایی پلی‌ید و ایزو سیانات فوم یا پلی‌یورتان به دست می‌آید. پس از قالب‌گیری از جسد، درون قالب را با پارافین می‌پوشانیم و مفتول مناسبی برای نمونه در نظر می‌گیریم و به فرم قالب در می‌آوریم. هر طرف قالب باید مفتول مخصوص خودش را داشته باشد. سپس مخلوط پلی‌ید و ایزوسیانات به سرعت در داخل قالب ریخته و پس از پر شدن قالب و کامل شدن آن فوم‌ها را از دو طرف قالب بر می‌داریم و بعد به هم می‌چسبانیم.

سپس با برداشتن قسمت‌های زائد و اضافه کردن فوم‌ها به قسمت‌های لازم، مجسمه را به فرم دلخواه و طبیعی در می‌آوریم.

سپس سر را به بدن وصل می‌کنیم و چشم‌ها را در محل مناسب می‌گذاریم. مقداری دکسترین به تمامی قسمت‌های مجسمه می‌زنیم و

همچنین با گارس صورت را به فرم طبیعی در می‌آوریم و در آخرین مرحله، پوست را بر روی بدن می‌کشیم و محل شکاف‌ها را با نخ و سوزن می‌دوزیم. مزیت این روش نسبت به فایبرگلاس داشتن قدرت مانور بیشتر برای شکل دادن به مجسمه و سرعت عمل آن است ولی استحکام آن نسبت به فایبرگلاس کمتر می‌باشد و نمونه‌های تولید شده حساس‌تر می‌باشند.

تهیه و مونتاژ حیوانات بزرگ

نمونه انتخاب شده پس از شکار یا مرگ

۱- اندازه‌گیری از ابعاد مختلف مانند دور گردن و قطر قسمت‌های مختلف

سر و صورت

۲- رسم کردن سر و صورت و نقاشی نمونه

۳- در صورت امکان عکسبرداری از جهات مختلف.

نمونه را بر روی پارچه تمیزی قرار داده تا از کثیف شدن و آلوده شدن نمونه جلوگیری شود. سپس پوست را از ناحیه پشت گردن به طرف جمجمه یا شاخها شکاف می‌دهیم. برش باید ظریف و مستقیم باشد. نوک تیز کارد به طرف بال باشد تا از ریختن موها جلوگیری شود. نزدیک شاخ‌ها باید به صورت عدد هفت بریده شود و در انتهای پوست دور شاخ‌ها را دور زده و سپس پوست را کامل از جمجمه جدا کرد. باید توجه داشت که در ناحیه

گوش‌ها، غضروف گوش به پوست باقی بماند و همچنین در محل چشم، پلکها سالم به پوست چسبیده باشد و همچنین در ناحیه لب‌ها و بینی کاملاً مواظب بود تا پوست به طور کامل جدا گردد.

پس از جدا کردن پوست و چربی از صورت، گوشت‌های اضافی و چربی‌های اضافی در ناحیه چشم و گوش و لب‌ها با چاقوی پهنی کاملاً جدا می‌گردد و سپس مقداری نمک به تمام سطح پوست مالیده و در جهات مختلف مالش داده می‌شود به طوری که همه جا مالیده شود و سپس پوست را جمع می‌کنیم به طوری که قسمت نمک سود شده روی هم قرار گیرد و این عمل را در روز بعد دوباره تکرار می‌کنیم سپس پوست را جهت دباغی نگهداری می‌کنیم (بهتر است در یخچال نگهداری شود)

آماده نمودن سر مصنوعی

سر ساخته شده مصنوعی به وسیله تخته از عقب به گیره میز بسته و ثابت نگهداری می‌شود و سپس قسمتی از حجمه و شاخ‌ها که به هم متصل هستند از سر اصلی جدا کرده و بر روی سر مصنوعی که منظور شده است قرار می‌گیرد. باید توجه داشت که شاخ‌ها به وسیله پیچ و مهره به حجمه وصل شود و پس از این مرحله مقداری گل رس داخل چشم‌ها قرار می‌دهیم و چشم‌ها را در جای اصلی آن قرار می‌دهیم.

مانت کردن پوست

- ۱- بررسی جهت دوختن و تعمیرات لازم
 - ۲- گذاشتن پوست در محلول اشباع شدن بوراکس جهت نرم شدن
 - ۳- قراردادن پوست بر روی سر و گردن در صورت رضایت از اندازه مدل تهیه شده
 - ۴- چسب زدن بوسیله قلم مو (دکسترین)
 - ۵- قرار دادن قسمت‌های گوش، چشم، بینی‌ها و لب پایین در جای اصلی
- توجه: زوایه گوش، چشم و بینی باید کاملاً قرنیه باشد.

باید موقع خشک شدن، نمونه را کماکان مورد بازرسی قرار داد و موهای قسمت‌های مختلف را مرتب کرد. در ضمن مقداری پارافین جامد را در بنزین حل کرد تا به صورت وازلین درآید و سپس آن را با گل افرای مخلوط کرده و با برس موئی کنار چشم‌ها و بینی می‌مالیم و صبر می‌کنیم تا خشک شود. پس از اتمام کار می‌توان سر و گردن حیوان را بوسیله تخته‌ای که به پشت گردن وصل می‌شود به دیوار محکم کرد.



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 امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

الف: تجهیزات

۱- یخچال: بعد از پوست کنی و هنگامی که به پوست نمک و بوراکس می‌مالیم قبل از بردن پوست به دباغی آن را درون یخچال نگهداری می‌کنیم.

۲- وان شست و شو برای شستشوی پوست پرنده و پستاندار ضروری است.

۳- روشویی و حمام: دلیل سر و کار داشتن با ابزار آلوده و اجساد مختلف برای پیشگیری از بیماری‌های مختلف داشتن روشویی و حمام ضروری می‌باشد.

۴- میز و صندلی‌های مناسب: میز و صندلی‌های مورد استفاده در کارگاه باید دارای شرایط ویژه‌ای باشند. تا یک تاکسیدرمیست بتواند با تسلط کامل مراحل کار را انجام دهد. میزهای تاشو در ارتفاع‌های مختلف و همچنین صندلی‌های جک‌دار قابل تنظیم در ارتفاع مختلف ضروریست.

۵- خط تلفن جهت ارتباط با موزه‌ها و افراد مختلف مرتبط با این کار

۶- رایانه جهت استفاده از اینترنت و عکس‌ها و همچنین بهره‌گیری از متدهای پیشرفته و ذخیره اطلاعات و تصاویر و دیدن فیلم و کنترل

سایت

ابزار مورد نیاز در تاکسیدرمی پستانداران و پرندگان:

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| ۱- تیغ | ۲۰- چکش |
| ۲- قیچی | ۲۱- درفش |
| ۳- استخوان چینی | ۲۲- تسمه آهنی سایزهای مختلف |
| ۴- پوشال | ۲۳- رزین |
| ۵- نخى دوک | ۲۴- پشم شیشه |
| ۶- نخ خیاطی | ۲۵- هاردنر |
| ۷- سوزن جهت دوخت‌های متفاوت | ۲۶- کبالت |
| ۸- سوزن ته گرد | ۲۷- پلی یورتان (ایزوسیانات-پلی ید) |
| ۹- گل رس | ۲۸- خاک اره |
| ۱۰- سیم گالوانیزه با قطره‌های مختلف | ۲۹- نئوپان |
| ۱۱- پودر برآکس | ۳۰- چوپ |
| ۱۲- نمک | ۳۱- دکسترین |
| ۱۳- متر | ۳۲- چسب چوب |
| ۱۴- انبردست و آچار با سایزهای متفاوت | ۳۳- تینز |
| ۱۵- گچ | ۳۴- مواد دباغی |
| ۱۶- پنس | ۳۵- روزنامه باطله |
| ۱۷- برس رنگ آمیزی | ۳۶- گیره |
| ۱۸- چشم مناسب با مایزهای مختلف | ۳۷- دریل و مته |
| ۱۹- فرمالین | ۳۸- عمود بر |

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۶۰۰۰۰۰
۲	یخچال	۶۰۰۰۰۰
۳	ابزار و سایل لازم	۴۰۰۰۰۰
۴	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰
۵	فکس	۱۵۰۰۰۰
۶	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۷	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۸	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰
	مجموع	۲۵,۰۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

در صورت داشتن تجربه لازم، شما به تنهایی می‌توانید نسبت به راه‌اندازی این کسب و کار اقدام نمایید.

شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغل هستند که بطور مستقل فعالیت می‌کنند ولی برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مربوطه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند.

مزیت چنین رویکردی در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، این شیوه همکاری کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری این است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت‌ها نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت در کسب و کارتان خودتان هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خودتان اداره کنید.

سرمایه مورد نیاز

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

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۵۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۶۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۹۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۵،۰۰۰،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 تامین 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 غیرنقدی 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. مثلاً اگر خودتان سایتتان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. 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
*			آشنایی کلی با فیزیولوژی پرندگان و حیوانات	مهارت‌های تخصصی
*			آشنایی با دوخت و دوز پوست و چربی‌گیری	
*			بازاریابی و جذب مشتری	مهارت‌های ویژه
			سخت کوش، دارای خلاقیت و نوآوری	ویژگی‌های فردی
			برای راه‌اندازی این کسب و کار نیازی به تحصیلات خاصی نیست. دانش‌آموختگان رشته‌های علوم جانوری، زیست‌شناسی، علوم دامی و... می‌توانند در این کسب و کار موفق باشند.	تحصیلات

وضعیت بازار خدمات

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی حیوانات تاکسیدرمی شده، 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 یافته‌اند که لزومی به تبلیغاتی گسترده را احساس نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از متولیان کسب و کار خانگی تاکسیدرمی حیوانات از این راه، درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند.

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 این کسب و کار نیاز 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 تولیدات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبای 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 تولیدات 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 مزه‌های حیات وحش و دانشجویان رشته‌های زیست‌شناسی، علوم جانوری و... متقاضی این محصولات می‌باشند که به نوبه خود بازار اصلی این نوع محصولات می‌باشند و درخواست این افراد در این حوزه رو به حال افزایش است.
۲. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای معرفی این محصولات 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. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

- ۱- چه محصولاتی را عرضه 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 محصولات 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 به دنبال محصولات ارزانتر هستند.
- برخی محصولات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی دنبال محصولات متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع محصولات را به جای دیگری سفارش می‌داده‌اند.
- 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 محصولات 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 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 بدنبال 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 دستمزد محصولات 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 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 این محصولات را دریافت نخواهند کرد.

ب- استراتژی متمایزسازی

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

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما هنر خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در زمینه تاکسیدرمی پرندگان زینتی فعالیت می‌کنید.

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 در تاکسیدرمی پرندگان و حیوانات می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید.

هنرنمایی شما می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

- تاکسیدرمی پرندگان

- تاکسیدرمی دوزیستان (قورباغه)

- تاکسیدرمی پستانداران بزرگ

توجه داشته باشید در تاکسیدرمی مهمترین رکن، برنامه بازاریابی

محصول است. چنانچه محصولات شما از نظر نوع و یا کیفیت متناسب با

خواست مشتریان نباشد، برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا

تحقیقات خود را به طور کامل انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان را

تعیین کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت محصولات 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 محصولات 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 کسب و کارهای رقیب تعیین کنید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش رو دارید:

۱- هزینه دستمزد خود 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 پایین تری ارائه کرده، مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که بدنبال قیمت پایین تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می دهند یعنی به محض اینکه کسب و کار دیگری این محصولات را ارائه می کند با قیمت پایین تری ارائه کند، دیگر از به شما مراجعه نخواهند 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 می کند قیمت های 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، می توانید با رقبایتان پیمان های 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 کار خود را افزایش دهید یعنی اینکه محصولات متمایزتری نسبت به رقبا ارائه 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

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 رسانده 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 اینحال 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 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.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان خدمات تاکسیدرمی شما را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده 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.

بازاریابی مستقیم

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

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما افراد خاصی هستند، 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.

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

مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

۱. یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم به دریافت محصولات شما ترغیب کند، تخفیف‌های ویژه است. در این زمینه دو مورد زیر را در نظر داشته باشید:

👉 مناسب‌ت داشتن،

👉 محدوده زمانی مشخص داشتن. بدین صورت که بعد از آن بازه زمانی، هیچ‌گونه امتیازی در نظر گرفته نشود.

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 محصولات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب

آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت‌تان 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 استفاده از این محصولات را داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما تاکسیدرمی پرندگان و حیوانات در منزل است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با ارزش آفرینی تاکسیدرمی اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

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 به صورت 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، بلکه به ارزش زیباشناسانه پرندگان و حیوانات تاکسیدرمی شده اشاره کنید.

توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصولات 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 مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالاتشان را پیدا کرده، و اقدام به دریافت محصولات 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 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.



مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

همانگونه که در مباحث گذشته گفته شد تاکسیدرمی هنوز جایگاه واقعی خود را بین مردم و مسئولین پیدا نکرده و هنوز هم عده زیادی از مردم تصورشان از تاکسیدرمی خشک کردن به وسیله برق می‌باشد که در قدم اول باید این طرز فکر غلط را از بین برد و مردم را با این هنر زیبا که آمیخته‌ای از چند هنر نقاشی- طراحی- مجسمه‌سازی و پوست آرائی است آشنا کرد و همچنین یادآور شد که تاکسیدرمیست از مرگ مجسمه زندگی می‌سازد نه اینکه با شکار و شکارگری به عنوان مخرب محیط زیست باشد. در عین حال ذکر این نکته ضروریست که مطالب نوشته شده در مورد فرایند تولید به صورت تجربی و با روش آزمون و خطا به دست آمده و از نتایج آن می‌توان به تاکسیدرمی شیر- شترمرغ- طاووس- گوزن و... با کیفیت درجه یک اشاره کرد که در موزه تاریخ طبیعی دانشگاه شیراز به معرض نمایش در آمده است.

- آشنا نبودن افراد با قانون و مقررات محیط زیست

- آشنا نبودن عموم مردم با محصولات تاکسیدرمی

راه‌حل: برپایی نمایشگاه‌های مختلف و ارائه توضیحات لازم از طریق وسایل ارتباط جمعی و برپایی نمایشگاه‌ها، اطلاعات لازم را در اختیار علاقمندان قرار دهید.

- آشنا نبودن افراد به شیوه نگهداری نمونه بعد از تاکسیدرمی
 - سر و کار داشتن با مواد شیمیایی و سمی
- راه‌حل: استفاده از ماسک، دستکش و داشتن کارگاهی مجهز به سیستم تهویه و سرمایش و گرمایش. یک تاکسیدرمیست با جسد حیوانات مختلف و همچنین با مواد شیمیایی و سمی مختلف سر و کار دارد. لذا داشتن یک سیستم تهویه قوی ضروری به نظر می‌رسد.
- ورود افراد غیرمتخصص در این زمینه

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- هر تاکسیدرمیست تحت هر شرایطی باید تحت نظارت سازمان محیط زیست باشد و صرفاً اقدام به تاکسیدرمی نمونه‌هایی کند که از طریق این سازمان مجاز اعلام گردیده است.
- نمونه‌هایی که از طریق این سازمان مجاز اعلام گردیده صرفاً حیوانات خانگی و اهلی و همچنین حیواناتی که با پروانه شکار شده است. تاکسیدرمی حیوانات غیرمجاز تنها در صورتی مجاز است که جانور در اثر سانحه از بین باشد و یا لاشه آن از طریق سازمان در اختیار تاکسیدرمیست قرار بگیرد.
- آموزش نیروهای متخصص
 - تهیه وسایل مرغوب و استاندارد

- ارائه کارگاه‌های آموزشی تاکسیدرمی
- راه‌اندازی سایت اینترنتی
- تشکیل اتحادیه تاکسیدرمی‌کنندگان
- انتشار نشریه‌های تخصصی
- ارتباط با دانشگاه‌ها و موزه‌های مختلف کشور

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ۱- سازمان محیط زیست
- ۲- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
- ۳- شهرداری‌ها
- ۴- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی
- آزمایشگاه‌های علوم جانوری
- عطاری‌ها
- ابزار فروشی‌ها
- فروشندگان مواد شیمیایی و صنایع مربوط به آنان
- فروشندگان پرندگان و حیوانات

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

در مورد منابع آموزشی و تخصصی کتاب و یا مجله خاصی که در برگیرنده این رشته به صورت خاص باشد به چاپ نرسیده است ولی می‌توان از جزوات آموزشی که به صورت طرح‌های کارآفرینی در دانشگاه چاپ شده است استفاده کرد.

۱- پرندگان ایران، تالیف محمد منصوری

۲- کتاب نخجیران از آغاز تا امروز، آثار طبیعی و حیات وحش ایران
(تهران: دارآباد)

۳- اطلس آناتومی هنری حیوانات، نویسنده: آلن برگر

۴- روش‌های تاکسیدرمی، خواجه، محمدرضا، انتشارات دانشگاه تهران