

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۲۹۱

## تولید اسباب بازی و عروسک

۱۳۹۰

تولید اسباب بازی و عروسک / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال  
دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰  
۷۴ص: مصور(رنگی)

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۹۱  
۱۵۰۰۰ ریال: ۳-۰۴۷-۰۲۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸

فیبا

اسباب بازی - عروسک سازی  
سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان  
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ت/۵/۱۲۱۸/GV

۲۳۶۷۴۶۹

۶۴۹/۵۵



عنوان کتاب: تولید اسباب بازی و عروسک

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

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۳-۰۴۷-۰۲۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸

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.

مؤسسه 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 تولید و ارائه خدمات .....                    | ۱۳ |
| تجهیزات و امکانات مورد نیاز .....                   | ۲۸ |
| نیروی انسانی مورد نیاز .....                        | ۳۰ |
| سرمایه مورد نیاز .....                              | ۳۱ |
| تخصص و مهارت‌های مورد نیاز .....                    | ۳۳ |
| وضعیت بازار تولیدات .....                           | ۳۴ |
| شیوه بازاریابی و معرفی محصولات .....                | ۳۹ |
| مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها ..... | ۵۹ |
| توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی .....            | ۶۴ |
| سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند .....  | ۷۱ |
| معرفی مشاغل مرتبط و مکمل .....                      | ۷۲ |
| معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز .....          | ۷۴ |



## 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

رابطه انسان و عروسک رابطه‌ای کاملاً خصوصی، رمزی و نامرئی است. واقعاً معلوم نیست که شیء - عروسک - به کودک همبازیش چه می‌گوید اما معلوم است که این دو همدیگر را کامل می‌کنند.

پینوکیو، قدیمی‌ترین عروسک دنیا نیست چرا که عروسکی بنام مبارک از دوران ایران باستان وجود داشته است که برای سرگرمی شاهان در ایام شادی مورد استفاده قرار می‌گرفت. در افسانه‌های ایران باستان، عروسک سنگی با عنوان سنگ صبور وجود داشته که انسان‌ها با او رازهایی داشت. عروسک کوچک سنگی دیگری در یونان باستان وجود داشت که بعدها آنیموس لقب گرفت که کودکان با آنان زندگی می‌کردند و کم‌کم این عروسک‌ها شکلی عمومی به خود گرفتند و پارچه‌ها جایگزین چوب‌ها شد و لباس قرمز و زرد بر تن کردند.

در بین قوم بختیاری در فلات مرکزی ایران نیز در هنگام کوچ بزرگ، برای کودکان خود عروسک‌هایی از جنس چوب و پشم گوسفند می‌ساختند، تا به واسطه خلق آن، کودکان را وارد دنیای عروسک‌ها کنند.

ساخت عروسک و اسباب‌بازی اثر هنر بانوی ایرانی است که از عصر کهن به آن پرداخته تا به واسطه آن کودک را در دنیای کودکانه غوطه‌ور سازد و این موثرترین و کلیدی‌ترین عامل در روش‌های تعلیم و تربیت است. ممکن است که چنین تصور شود که قوه خیال شاعرانی چون خیام، حافظ و نظامی و دیگران، واژگانی پدید آورده‌اند که مشابهتی به عروسک‌ها و نمایش عروسکی و مدارک و شواهدی بدون شبهه از دوران صفوی، زندیه و قاجاریه هم در نوشته‌های واعظ کاشفی، خودچکو و دیگران هست که تردیدی باقی نمی‌گذارد، تا مدعای ما را به اثبات برساند. اما قویترین و نافذترین ادعا، دیدن یک اجرای عروسکی به شیوه نخی یا خیمه شب‌بازی است که هنوز هم بر جای خود باقیست.



بچه‌های ایران، در عصر معاصر به کاراکترهای عروسکی از جمله مدرسه  
موش‌ها و خانه مادر بزرگ مرضیه برومند یا کلاه قرمزی و پسرخاله حمید  
جلیلی و ایرح طهماسب، روی خوش نشان دادند و چه بسا بسیاری از کودکان  
با این عروسک‌ها زندگی‌ها کرده‌اند. اما عروسک‌ها روز به روز در دنیای معاصر  
مدرن‌تر وارد می‌شوند و مواد تشکیل دهنده عروسک‌ها، مواد شیمیایی و  
فرآورده‌های پتروشیمی تشکیل می‌دهند که نه لطافت عروسک‌های دست‌ساز  
پارچه‌ای، نه مهربانی مادرانه، نه عروسک‌های چوبی و نه لبخند مبارک را دارند.  
دختر بچه‌ها ذاتاً به عروسک علاقه‌مند هستند. این علاقه از عاطفه ویژه  
دختر بچه‌ها و نیز قدرت برتر عروسک در تفاهم خیالی با کودک، نشأت  
گرفته است و این یکی از ابزارهای است که غربی‌ها برای انتقال فرهنگ  
دلخواه خود، از آن استفاده کرده‌اند و البته در این راه، تلاش‌ها و هزینه‌های  
زیادی صرف شده است.



### اسباب‌بازی مناسب باید چه ویژگی داشته باشد:

متخصصان علوم رفتاری معتقدند اسباب‌بازی باید باعث فکر کردن و رشد تخیل کودک شود یا او را با مفاهیم مختلف مثل رنگ‌ها، شکل‌ها و... آشنا سازد. از طرف دیگر متناسب با سن او باشد. اگر اسباب‌بازی برای کودک سخت باشد او را خسته می‌کند و اعتماد به نفس او را کم می‌کند. از سوی دیگر اگر خیلی ساده هم باشد کودک را به فکر کردن وادار نمی‌کند.

اسباب‌بازی مناسب، اسباب‌بازی است که خود کودک بازی کند نه این‌که اسباب‌بازی، بازی کند و کودک تماشا کند. از این منظر تمام اسباب‌بازی‌های باطری دار زیر سوال می‌روند. اسباب‌بازی‌هایی هستند که شکل و اندازه‌ای خاص ندارند و کودک می‌تواند به ذوق و سلیقه خود آنها را تغییر دهد، زیرا بسیار به رشد خلاقیت کودک کمک می‌کند.

بعنوان نمونه تفنگ، اسباب‌بازی مورد علاقه اکثر کودکان است. البته روان‌شناسان مخالف اسباب‌بازی‌های خشن هستند و معتقدند اسباب‌بازی نباید کودک را به سوی خشونت و تکرار رفتارهای خشن سوق دهد. از سوی دیگر بیشتر این اسباب‌بازی‌ها به نحوی ساخته شده‌اند که صداهای بلندی تولید می‌کنند.

بازی یکی از کارکردها و نیازهای کودک محسوب می‌شود که ضمن سرگرم کردن کودک، او را برای ورود به زندگی واقعی آماده می‌سازد. اما

انتخاب اسباب‌بازی مناسب موضوعی است که باید، مورد توجه خانواده‌ها قرار گیرد. هیچ چیز برای کودک جای اسباب‌بازی را نمی‌گیرد.

او با اسباب‌بازی خود تنها بازی نمی‌کند، بلکه اسباب‌بازی را تبدیل به موجودی جاندار می‌کند که با او دوست می‌شود، دعوا می‌کند، درددل می‌کند، نصیحت می‌کند، نگرانی‌هایش را در میان می‌گذارد و استرس خود را تخلیه می‌کند. طبیعی است که در این بین اسباب‌بازی‌های مورد استفاده کودک نیز اهمیت زیادی داشته باشد.

کودکان نیز علاقه دارند که بچه‌های دیگر را غافلگیر کرده و به همین خاطر تفنگ را در نزدیک گوش آنان به صدا در می‌آورند. در این حالت ممکن است پرده گوش کودک صدمه دیده، موجب آزار و اذیت او شده یا برای همیشه او را از داشتن یک گوش سالم محروم کند.

والدین، بایستی در انتخاب و خرید اسباب‌بازی و عروسک برای کودکان دقت لازم را داشته باشند. اسباب‌بازی‌های سرگرم کننده و آموزشی مثل کارتهای رنگارنگ، مهره و کتاب‌های آموزشی برای شناخت اعداد، حروف و کلمات اسباب‌بازی‌های موزیکال که دارای صدای ملایم باشد برای کودکان لذت بخش است؛ زیرا باعث شور و نشاط در آنان می‌شود. سرگرمی‌های خلاق که ضمن بازی باعث پرورش خلاقیت در کودکان می‌شود مانند ساخت کاردستی‌های کاغذی، عروسک‌های پارچه‌ای و نرم در

اندازه‌های کوچک و بزرگ برای کودکان جالب هستند و حتی برای مدت‌های طولانی آنان را به عنوان همدم و همراه برای خود نگهداری می‌کنند و این گونه اسباب‌بازی‌ها باعث رشد قدرت تکلم در کودکان می‌شود. خمیر بازی خلاقیت را در بچه‌ها برمی‌انگیزد و آنان را برای ساختن اشکال مختلف کمک می‌کند. پازل به کودکان کمک می‌کند تا برای چیدن دقیق آنها تلاش کنند. لگو و مکعب‌های ساختمان‌سازی به قدرت هماهنگی و یافتن مهارت بیشتر در استفاده از دست‌ها به کودک کمک می‌کند.





### مشخصات تولید کالا

- جمع‌آوری اطلاعات از محصول مورد نظر از طریق مشاهده مستقیم، کتب، رسانه و...
- داشتن سرمایه
- تهیه محل مناسب برای تولید
- گذراندن مراحل آموزشی
- استخدام نیروی کار ماهر در صورت لزوم
- خرید وسایل و تجهیزات
- تولید محصول بر اساس استانداردهای تعیین شده
- بازاریابی
- فروش محصول
- خدمات پس از فروش

- یک‌ه تازی اسباب‌بازی‌های غیر استاندارد

میزان تولید سالانه کارگاه‌های عروسک در ایران، حدود سه میلیون عدد عروسک است. اما واردات انبوه عروسک‌های چینی در بازار کشور، تولیدکنندگان داخلی این کالا را در معرض خطر ورشکستگی قرار داده است. با وجود تنوع فراوانی که در این بازار وجود دارد، هم اکنون بازار اسباب‌بازی در رکود به سر می‌برد.

اسباب‌بازی از جمله کالاهای مشمول مقررات استاندارد اجباری است و مطابق ماده ۹ قانون اصلاح قوانین و مقررات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران هرگاه اجرای استاندارد در مورد کالاهایی اجباری اعلام شود، تولید، تمرکز، توزیع و فروش اینگونه کالاها با کیفیت پایین‌تر از استاندارد مربوطه یا بدون علامت استاندارد ایران ممنوع بوده و مطابق قانون با تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان متخلف برخورد می‌شود. با توجه به ضرورت استاندارد اجباری در اسباب‌بازی، نام‌های تجاری غیر استاندارد اسباب‌بازی متاسفانه در ایران زیاد است و اسباب‌بازی‌های بررسی شده از کیفیت بسیار پایینی برخوردارند.

- یک تولیدکننده در تولیداتش می‌بایست به نکات مهم و ضروری زیر توجه نماید:

- پیدا کردن بازار جدید برای محصول تولید شده
- ایجاد یک نام تجاری برای محصول
- به روزرسانی محصول
- رعایت استانداردهای تعیین شده در ساخت محصول

## فرایند تولید و ارائه خدمات

مشتریانی که متقاضی خدمات این کسب و کار هستند، به صورت تلفنی یا با مراجعه حضوری سفارش خود را اعلام می‌نمایند. سفارش مشتری چه به صورت حضوری باشد و چه به صورت تلفنی لازم است که فرد پاسخگو، این سوالات را از مشتری بپرسد:

- مصرف کننده خواهان چه نوع عروسک یا اسباب‌بازی است یا خواهان مجموعه‌ای از تولیدات اسباب‌بازی است.
- تعداد و مقدار سفارش چه میزان است؟
- در صورتی که مشتری به دنبال کالای خاصی است نوع کالا، رنگ، تعداد آن را ذکر نماید.
- آیا مشتری می‌خواهد که کل فرآیند این کسب و کار طی شود (تا بسته‌بندی محصول) یا اینکه فرآیند تنها تا برخی مراحل ادامه یابد (مثلاً تاتولید کالا)؟
- آیا محدودیت زمانی وجود داشته و مشتری خواهان دریافت سفارش تا زمان معینی است؟
- آیا مصرف کننده خود سفارش را تحویل خواهد گرفت یا مایل است در درب منزل آنها را تحویل بگیرد؟ (در صورت تحویل در درب منزل، آدرس مشتری نیز پرسیده می‌شود)

فرآیند تولید اسباب‌بازی عروسک از ابتدا تا انتها دارای مراحل مختلفی است و تا هر مرحله‌ای که مشتری مایل باشد، این فرآیند طی می‌شود و حاصل آن به مشتری تحویل داده می‌شود. فرآیند خدماتی که در این کسب و کار خانگی می‌توان ارائه داد به شرح زیر است:

در این قسمت به معرفی سه محصول، مراحل ساخت و تولید و ابزار مورد استفاده در تولید اشاره شده است. محصولاتی که ما در این طرح درصد معرفی تولید و یا نحوه ساخت آن می‌باشیم عبارتند از:

✚ عروسک‌های پولیشی (خرس)

✚ انواع پازل‌های خانگی برای بازی کودکان

✚ شطرنج

### طرز تولید و ساخت عروسک‌های پولیشی (خرس)



- این نوع عروسک‌ها به دلیل دارا بودن تنوع در شکل‌ها، اندازه، سایز، رنگ، ظاهرشان طرفداران بسیار در بین کودکان و بزرگسالان دارا هستند.
- ابزار و وسائل مورد نیاز برای تولید خرس پولیشی:
- ۱- پولیش پرزدار یا بدون پرز.
  - ۲- چرخ خیاطی: به منظور اتصال قسمت‌های مختلف بدن خرس به هم و دوخت عروسک.
  - ۳- نخ و سوزن: برای کوک زدن اولیه.
  - ۴- قیچی: برای بریدن الگوی پارچه.
  - ۵- چشم و پوزه پلاستیکی رنگی یا شیشه‌ای (در بازار موجود است).
  - ۶- کاغذ الگو: برای ترسیم اندازه خرس و کشیدن الگو استفاده می‌شود. البته می‌توان بجای کاغذ الگو از روزنامه برای کم کردن هزینه استفاده نمود.
  - ۷- پشم شیشه یا پشم: برای پر کردن داخل عروسک.

### مراحل تولید خرس پولیشی (به زبان ساده):

- ۱- ابتدا، الگوی خرس را روی کاغذ الگو رسم می‌کنیم. باید توجه فرمایید اندازه‌ها، دقیق باشد تا عروسک تولید شده مانند نمونه مورد نظر درآید. همیشه باید در الگو یک الی دو سانتیمتر برای دوخت جا بگذارید. قسمت‌های مختلف خرس که در الگو رسم می‌شود عبارتند از:

- هر دو دست
  - هر دو پا
  - پشت خرس که دارای دو تیکه مساوی از پشت تا پهلو است.
  - قسمت جلو که شامل سینه و شکم می‌باشد.
  - دم که از دو تیکه مساوی تشکیل می‌شود.
  - سر که شامل ۵ تیکه است. نیمکره پشت سر دو تیکه، و جلو هم سه تکه (دو نیم کره و یک پوزه).
  - گوش‌ها که هر کدام دارای دو تیکه می‌باشد.
- ۲- پس از رسم تمام قسمت‌ها در الگو و بریدن تمام قسمت‌ها و جدا کردن آنها از هم وارد مرحله بعد یعنی گذاشتن الگو روی پارچه و بریدن می‌شویم. بایستی الگوی تمام قسمت‌های خرس را روی پارچه گذاشت و یکی یکی برید و از پارچه جدا کرد.
- ۳- پس از بریدن تمام تکه‌های عروسک، به مرحله کوک زدن می‌رسیم. این قسمت باید با دقت صورت بگیرد تا کار تمیز و شیک شود. کوک زدن تمام تکه‌ها به هم بر اساس الگوی طراحی شده که آموخته‌اید (آموزش‌های لازم که گذارنده‌اید) صورت می‌گیرد.
- ۴- پس از کوک زدن تمام قسمت‌های مربوطه به هم و اتمام این قسمت وارد مرحله بعدی یعنی دوخت عروسک با چرخ می‌رسیم. باید توجه

داشته باشید یک قسمت از بدن خرس، مثل شکم یا یک مقداری از محل اتصال سر با تنه را انجام نمی‌دهیم تا اول شکم خرس را از پشم شیشه پر کنیم بعد آن قسمت باقی مانده را می‌دوزیم (در نظر داشته باشید اگر می‌خواهید خرس شما سبک باشد از الیاف یا پشم شیشه استفاده کنید در غیر این صورت می‌توان، کاناوا یا پشم به کار برد).

۵- در این مرحله چشم‌ها و پوز خرس را با چسب مایع می‌چسبانیم و می‌گذاریم کامل خشک شود.

۶- برای زیبا و شکل شدن کارت‌ان، می‌توانید پوزه سگ را با پولیش بدون پرز بدوزید، یا گوش‌ها، پاها و دست‌ها را با پولیش‌های رنگی دیگری بدوزید یا بر تن خرس لباس بدوزید. یا یک پایون به گردن یا گوشش ببندید یا می‌توانید عینک مصنوعی که از جنس پلاستیک است به چشمش بزنید و همچنین می‌توانید انواع کارهای متنوع و زیبا را انجام دهید و با به بکار بردن خلاقیت و ابتکار می‌توانید انواع خرس‌ها را در مدل و اندازه‌های مختلف تولید و روانه بازار نمایید.

۷- بسته‌بندی عروسک

پس از عمل تولید، نوبت به بسته‌بندی کردن آنها برای تحویل به مشتری می‌رسد. این بسته‌بندی می‌تواند به اشکال مختلفی از بسته‌بندی‌های ساده مانند قرار دادن عروسک در کیسه‌های نایلونی مخصوص، پرس کردن

دهانه آنها و چسباندن برچسب نام و نشانی تولید کننده خانگی آن باشد؛ یا با قرار دادن در جعبه‌های شکیل و زیبا می‌توان بسته‌بندی کرد. ولی آن چه که حائز اهمیت است این است که یک بسته‌بندی خوب و با رعایت مسائل بهداشتی تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر رضایت مشتری و درک وی در خصوص کیفیت و سلامت خدمات این کسب و کار خواهد داشت. علاوه بر این، بسته‌بندی مناسب، موجب بالا رفتن کیفیت آنها خواهد شد.

#### ۸- خدمات پس از فروش

- ارسال کارت پستال به مشتری برای معرفی محصول جدید و تشکر از خرید.
- ایجاد امکان برای دریافت عروسک‌ها و اسباب‌بازی‌های معیوب برای تعمیر.

### تولید انواع پازل‌های خانگی برای بازی کودکان

همه ما از زمانی که یاد گرفته‌ایم به دنبال کشف پدیده‌های جالب و پر از رمز و راز باشیم و بتوانیم روشی مناسب برای حل آنها پیدا کنیم، در حقیقت مشغول چیدن خانه‌های یکی از پازل‌های زندگی خود در کنار هم هستیم بی‌آنکه خود واقف باشیم که در بطن یکی از بازی‌های مورد علاقه دوران کودکی خود هستیم.





اکنون ما بدنبال این هستیم که چگونه بتوانیم به کودکان خود بیاموزیم که تلاش برای در آغوش کشیدن عین موفقیت تا چه اندازه برای یک انسان گوارا و ارزشمند است. نیاکان ما بسیاری از علوم زمانه خود را در قالب اشکال مختلف برای ما به میراث گذاشته‌اند تا ما ادامه دهندگان راه آنها باشیم.

حال این سوال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان کودکان دلبند خود را با این آموزه‌ها آشنا کرد که علیرغم اینکه بتوان هم از عهده بار آموزشی این مطلب بخوبی برآمد و هم به گونه‌ای این تجربیات را در اختیار آنها قرار داد که برایشان برانگیزاننده و پیام‌آور شادی و علاقه باشد.

اما چرا پازل؟

کامل کردن یک پازل در واقع یعنی تلاش و کوشش گام به گام برای آنکه مورد نظر و غایت نهایی است. کودکان باید بیاموزند که راه رسیدن به اهدافشان راهی است که نیاز به پیمودن مرحله به مرحله دارد و برای نتیجه

گرفتن باید گام‌ها را درست، بجا و با برنامه و طرح قبلی برداشت تا آنچه بدست می‌آید ارزشمند باشد.

یکی از نیازهای بسیار اساسی کودکان همان بازی و سرگرم شدن‌های هدفمند و روش ارضاء این نیاز استفاده از اسباب بازی‌های سالم و غیر مخرب است.

باید در راه شکوفایی استعداد‌های کودکان که سرمایه‌های هر کشوری هستند تلاش کرد و عهده‌دار مسئولیت‌هایی شد. انواع پازل‌های آموزشی هم وسیله‌ای برای تقویت قدرت تجسم، یادآوری، تمایلات درونی است و هم وسیله‌ای برای بازی و سرگرمی می‌باشد.

کسب درآمد از این مسیر نیازمند شناخت کامل دنیای کودکان، خواسته‌های آنها، مطالعه بر روی نقاط انگیزشی و تحریک‌پذیری کودکان می‌باشد. زمانی که روحیه در هر یک از رده‌های سنی کودکان هویدا شد راه برای طراحی اسباب جالب همان قشر نیز بسیار هموار می‌شود.

لازم به توضیح است که استقبال از انواع پازل‌های حرفه‌ای و دارای تکه‌های ریزتر و جزیی‌تر در بین بزرگترها نیز بسیار قابل ملاحظه است و ورود به دنیای بزرگترها نیازمند کسب موفقیت در دنیای کودکی آنها می‌باشد.

## ابزار ساخت پازل

- مقوا: برای چیدن پازل‌ها روی آن. جنس مقوا مانند جعبه‌های شیرینی است یا یک مقدار ضخیم‌تر می‌باشد.
- تیغ: تیغی که برای این کار استفاده می‌شود حالت‌دار است مانند قالب.
- کاغذ رنگی: که تصویر مورد نظر پازل روی آن ترسیم می‌شود.
- دستگاه چاپ: این دستگاه مصرف خانگی دارد مانند دستگاه پرینت رنگی در سایز کوچک.
- نایلون: برای بسته‌بندی پازل.

## - مراحل ساخت پازل

- ۱- ابتدا دو قطعه مقوا در اندازه‌های مختلف و شکل‌های متنوع مثل، مستطیل، مربع (بستگی به سلیقه دارد) را می‌بریم. ما در این کار از یک مربع ۳۰ در ۳۰ استفاده می‌کنیم. یکی از مقواها برای روی کار و دیگری برای زیر کار مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- ۲- کاغذ روغنی که بوسیله دستگاه چاپ، چاپ شده است و شکل مورد نظر (می‌توان از هر شکل، منظره، شخصیت‌های کارتونی، اشکال آموزنده و... استفاده کرد) روی مقوا که برای روی کار در نظر گرفته شده را با چسب چوب رقیق شده می‌چسبانیم و صبر می‌کنیم تا به طور کامل خشک شود.

۳- بعد از اینکه کاملاً خشک شد با تیغی که مانند قالب است تمام شکل را به قطعات ریزتر تقسیم می‌کنیم، مانند عکس. البته بایستی یک نوار ۲ سانتیمتر در ۲ سانتیمتر از دور کار را مانند قاب عکس جدا کنیم و بگذاریم بماند.

۴- سپس در این مرحله فقط نوار ۲ سانتیمتر در ۲ سانتیمتر را مانند قالب به مقوای زیری با چسب مایع یا چسب چوب می‌چسبانیم. بقیه قسمت‌ها برای بازی است و می‌بایست متحرک بماند.

۵- مرحله آخر بسته‌بندی پازل است که داخل نایلن‌های تهیه شده قرار می‌دهیم و سر نایلن را با دستگاه پرس می‌بندیم. اگر این دستگاه موجود نبود می‌توان با چسب درب نایلن را بست.

### شطرنج

واژه «شطرنج» تلفظ فارسی «چاتورانگال» است، کلمه‌ای که در زبان سانسکریت برای نامگذاری این بازی به کار برده می‌شود، هند جایی است که معمولاً از آن به عنوان نخستین زادگاه این بازی یاد می‌شود. اگر چه بازیهای مشابهی در کره، چین، ژاپن و تایلند رواج داشته، اما شطرنج امروزی به این بازی هندی بر می‌گردد که در دوره ساسانیان وارد ایران شده و آنگاه در کشورهای اسلامی، اروپا و روسیه تکامل پیدا کرده است.

شَطرنج بازی دو نفره‌ای است که بر روی یک صفحه با ۶۴ خانه (۳۲ خانه سیاه و ۳۲ خانه سفید) به وسیله ۳۲ مهره (۱۶ مهره سفید و ۱۶ مهره سیاه) انجام می‌شود.

برخی شطرنج را یک سرگرمی می‌دانند و عده‌ای دیگر آن را یک ورزش رزمی ذهنی محسوب می‌کنند. موفقیت در این ورزش بیش از هر چیز به توان تحلیل و فهم انتزاعی ذهن وابسته است.



### ابزار مورد استفاده در ساخت شطرنج چوبی

- ۱- تخته نئوپان: برای تهیه زمین بازی.
- ۲- رنگ براق کنده (جلا دهنده): برای رنگ کردن چوب.
- ۳- لولا: برای متصل کردن دو طرف تخته (زمین بازی).

- ۴- دستگاه چاپ برجسب: (برای چاپ برجسب شطرنجی سیاه و سفید).
- ۵-اره مویی: برای شکل دادن به مهره‌های بازی.
- ۶-سوهان: برای از بین بردن تراشه‌های چوب.
- ۷-قلم مو: برای رنگ کردن مهره‌ها و زمین بازی.
- ۸-متر و خط کش: برای اندازه گیری دقیق مهره‌ها و زمین بازی.
- ۹-قفل: برای محکم کردن درب بازی.
- ۱۰-چسب چوب: برای چسباندن پایه به تخته که همان زمین بازی است.
- ۱۱-گیره: برای محکم نگه داشتن پایه و تخته بازی تا چسب مایه کامل خشک شود.
- ۱۲-چاقو: ویژه کنده کاری روی چوب (برای شکل دادن روی چوب)

### مراحل ساخت شطرنج چوبی

- ۱- ابتدا یک تکه چوب نئوپان بر می‌داریم و آن را به ابعاد ۴۰ در ۴۰ سانتیمتر می‌بریم.
- ۲- سپس آن را به دو نیم مساوی می‌بریم و بعد یک لایه نازک فیبر را با چسب چوب روی تخته نئوپان می‌چسبانیم. این عمل برای زیبایی و صاف شدن صفحه بازی است.

۳- برای محکم شدن چوب نئوپان با چوب فیبر و اینکه چسب چوب بیشتر جذب چوب‌ها شود از گیره مخصوص این کار استفاده می‌کنیم و سپس می‌گذاریم چند ساعت بماند تا کامل خشک و کارمان محکم شود.

۴- سپس ۴ عدد تخته‌های نئوپان به طول ۴۰ سانتیمتر و عرض یک سانتیمتر و ارتفاع دو سانتیمتر می‌بریم. (می‌توانی برای زیباتر شدن پایه‌ها مقداری با سوهان و چاقو به آنها حالت دهیم تا از سادگی خارج شود) و رویش را با چوب فیبر می‌پوشانیم (مانند مرحله قبل).

۵- وقتی پایه‌ها کامل خشک شد آن را از وسط به دو نیم مساوی تقسیم می‌کنیم (برای اندازه‌گیری دقیق از متر یا خط کش استفاده شود). سپس پایه‌ها را زیر صفحه بازی قرار می‌دهیم و با چسب چوب به هم متصل می‌کنیم و می‌گذاریم کامل خشک شود.

۶- در این مرحله بایستی پس از خشک شدن کامل چوبها آنها را از وسط با لولاهای مخصوص به هم متصل کنیم تا کاملا باز و بسته شود (این عمل برای این است که بتوان مهره‌ها را در داخل آنها نگه داری کرد مانند یک جعبه).

۷- در این مرحله چفت یا قفل را به پایه‌های صفحه بازی با میخ مخصوص متصل می‌کنیم.

۸- برای زمینه شطرنجی سیاه و سفید بازی هم می‌توان از کاغذهای رنگی استفاده کرد که با چسب مایع یا چسب چوب، کاغذ را به زمین بازی (تخته چوبی) متصل می‌کنیم و اجازه می‌دهیم کمی بماند تا کامل خشک شود یا از بر چسب‌هایی که خود چسبنده است و احتیاج به چسب ندارد استفاده کنیم.

۹- حال به ساخت مهره‌ها می‌رسیم که تعدادشان ۳۲ تا است که ۱۶ تا سفید (۸ تا سرباز، و ۸ عدد مهره اصلی، که شامل ۲ تا رخ، اسب و فیل و یک عدد شاه و یک عدد وزیر) می‌باشد و ۱۶ تا مشکی (۸ تا سرباز، و ۸ عدد مهره اصلی، که شامل ۲ تا رخ، اسب و فیل و یک عدد شاه و وزیر) برای معلوم شدن رنگ‌ها برای مهره‌های سفید از چوب روشن‌تر و مهره‌های تیره چوب تیره استفاده می‌کنیم. صفحه شطرنج کلا ۶۴ خانه دارد که هر کدام ۵ سانتیمتر است. پس ما بایستی، هر مهره را در اندازه کمتر از ۵ سانتیمتر بسازیم تا داخل خانه‌ها کاملاً جا شود و برای ارتفاع مهره‌ها ۸ سانتیمتر کافیست.

برای ساخت مهره‌ها بایستی دقت فراوان داشت چون تمام مراحل با دست انجام می‌گیرد.



۱۰- ابتدا یک تکه چوب به شکل مکعب مستطیل بطول ده سانتیمتر و عرض ۵ سانتیمتر در نظر می‌گیریم. (برای ساخت مهره از چوب گردو به خاطر استحکام، دوام و زیباییش) استفاده می‌کنیم.

توجه داشته باشید ۹ سانتیمتر طول و  $\frac{4}{5}$  سانتیمتر عرض مهره شاه و وزیر باشد؛ یعنی نیم سانتیمتر بزرگتر از بقیه مهره‌ها و بقیه مهره‌ها غیر از سربازها ۸ سانتیمتر طول و ۴ سانتیمتر عرضشان باشد و سربازها با طول ۷ سانتیمتر و عرض  $\frac{3}{5}$  سانتیمتر ساخته شود.

برای ساخت مهره‌ها باید اول از چاقو برای فرم‌دهی اولیه و اره مویی استفاده کرد و سپس از سوهان برای صیقل دادن‌شان استفاده می‌کنیم. باید با احتیاط و صبر و حوصله فراوان این مرحله را انجام داد تا شکل مورد نظر ساخته شود.

۱۱- مرحله آخر جلا دادن و براق کردن صفحه بازی و مهره‌ها است که این عمل با قلم رنگ و رنگ جلا و براق کننده (که مخصوص درب‌های چوبی است) صورت می‌پذیرد.

## تجهیزات و امکانات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۱۲ متری می‌باشد. البته اتاق باید نورگیر باشد و تهویه هوا کامل صورت پذیرد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به عنوان یک شغل خانگی باید به نکات زیر توجه کرد.

- گذراندن دوره‌های آموزشی و تخصصی ساخت عروسک و اسباب‌بازی (می‌توان دوره‌های لازم را در آموزشگاه‌های مربوطه گذراند یا با تهیه کتاب‌ها و سی‌دی آموزشی به مهارت و تخصص مورد نظر دست یافت)
- داشتن ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز (چرخ خیاطی، چرخ پرس، هویه)
- تهیه مواد اولیه اعم از: پارچه، چسب، نخ، خمیر، پولیش و...
- استخدام افراد لازم و ماهر (در صورتی لازم است که تولید کننده بخواهد کارش را توسعه دهد).
- جواز کسب و کار (در صورت لزوم). این عمل در مواردی نیاز است که تولید به صورت کارگاهی و تولیدی بزرگ انجام گردد.

برای راه اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

| ردیف | تجهیزات  | مبلغ (ریال)     |
|------|--|-----------------|
| ۱    | کامپیوتر خانگی   | ۶۰۰۰۰۰۰         |
| ۲    | پرینتر لیزری   | ۲۰۰۰۰۰۰         |
| ۳    | فکس  | ۱۵۰۰۰۰۰         |
| ۴    | خط تلفن  | ۵۰۰۰۰۰          |
| ۵    | اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)                                     | ۴۰۰۰۰۰۰         |
| ۶    | اسکتر  | ۱۵۰۰۰۰۰         |
| ۷    | خرید وسایل مورد نیاز مانند: مقوا، کاغذ رنگی، چسب، قالب، تیغ و... | ۲۰۰۰۰۰۰۰        |
| ۸    | خرید تجهیزات (چرخ خیاطی،...)                                     | ۵۰۰۰۰۰۰         |
| ۹    | میز تحریر و صندلی و میز کار                                      | ۱۵۰۰۰۰۰         |
|      | <b>مجموع</b>   | <b>۴۲۰۰۰۰۰۰</b> |

## نیروی انسانی مورد نیاز

تولید عروسک و اسباب‌بازی یکی از بهترین حرفه‌هاست که خصوصیات مشاغل خانگی را داراست. همکاران، همان فرد یا مشاغلی هستند که بطور مستقل در حال فعالیت هستند و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق صورت گرفته بین آنها، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند.

از مزایای این قبیل مشاغل در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار این است که شما فقط زمانی دستمزدی را پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد؛ بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم کار کم است و یا نامعلوم است، کمترین هزینه را برای کارآفرین دارد. مزیت دیگر این شیوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت موسسه خود شما هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خود اداره کنید و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل ندارید.

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

## سرمایه مورد نیاز

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

| ریال      | شرح سرمایه                                   | نوع سرمایه                 |
|-----------|--|----------------------------|
| ۴۲۰۰۰۰۰۰  | هزینه تجهیزات                                | سرمایه ثابت                |
| ۲۰۰۰۰۰۰   | راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)             |                            |
| ۲۰۰۰۰۰۰   | طراحی سایت                                   |                            |
| ۲۰۰۰۰۰۰   | هزینه تبلیغات                                | سرمایه در گردش<br>(شش ماه) |
| ۳۰۰۰۰۰۰   | هزینه نیروی انسانی                           |                            |
| ۴۰۰۰۰۰۰   | هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...) |                            |
| ۱۰۰۰۰۰۰   | هزینه‌های پیش‌بینی نشده                      |                            |
| ۱۲۸۰۰۰۰۰۰ | 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](http://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 مجموعه هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی بصورت 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

- تولید عروسک و اسباب‌بازی جزء یکی از بهترین مشاغل خانگی است؛ زیرا احتیاج به سرمایه اندک دارد.
- همچنین متنوع و سرگرم کننده است و فرد می‌تواند در کنار خانواده‌اش باشد (مخصوصاً خانم‌های که فرزند کوچک دارند).

| میزان تسلط بر مهارت  |       |         | مهارت مورد نیاز                                 |                 |
|--|-------|---------|---|-----------------|
| پیشرفته  | متوسط | مقدماتی |   |                 |
|  |       | *       | ICDL  | مهارت‌های عمومی |
|  | *     |         | روابط عمومی بالا                                | مهارت‌های تخصصی |
|  | *     |         | فنون مذاکره                                     |                 |
| *  |       |         | آشنایی کامل به ساخت عروسک و اسباب‌بازی مورد نظر |                 |
|  | *     |         | مدیریت امور تولیدی                              | مهارت‌های ویژه  |
| *  |       |         | بازاریابی                                       |                 |
|  | *     |         | روانشناسی کودک                                  |                 |
| خودانگیخته، سخت کوش و بردبار و برونگرا (علاقمند به معاشرت و ارتباط با دیگران)، خلاق.   |       |         |   | ویژگی‌های فردی  |
| این حرفه احتیاج به تحصیلات دانشگاهی ندارد، البته تولید کننده بایستی حتما دوره‌های آموزش مورد نظر برای ساخت محصولات مذکور را طی نموده باشد. |       |         |   | تحصیلات         |

## وضعیت بازار تولیدات

### جایگاه اسباب‌بازی در ایران

نقش و اهمیت اسباب‌بازی مدت‌ها است در کشور ما به فراموشی سپرده شده است، این در حالی است که بسیاری از روانشناسان در سراسر دنیا با نظریات و دیدگاه‌های متفاوت بر این مساله اتفاق نظر دارند که اسباب‌بازی‌ها تاثیر شگرفی بر شخصیت انسان به جا می‌گذارند، به همین دلیل است که اکثر کشورهای پیشرفته دنیا می‌کوشند تا هرچه بیشتر بر تنوع اسباب‌بازی‌های خود بیافزایند.

اما مقوله اسباب‌بازی در ایران، جدی گرفته نشده و حمایت خاصی از طراحان و تولیدکنندگان اسباب‌بازی و حقوق آنها و همین‌طور تولید اسباب‌بازی، به شکل صنعتی و تخصصی نیز صورت نمی‌گیرد و حتی می‌توان گفت ما در زمینه کپی‌برداری از محصولات خارجی نیز موفق عمل نکرده‌ایم. از طرف دیگر در مورد اطلاع‌رسانی راجع به اسباب‌بازی که یکی ابتدایی‌ترین مراحل رشد و گسترش یک صنعت می‌باشد، متاسفانه کار زیادی در ایران انجام نشده است.

بر اساس آمارهای بین‌المللی، اکنون تجارت اسباب‌بازی سومین تجارت پر سود جهان بعد از مواد مخدر و صنایع نظامی می‌باشد. تجارت جهانی اسباب‌بازی به شکل امروزی از دهه ۶۰ میلادی رونق گرفته است. هم‌اکنون نیز کشور چین به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده اسباب‌بازی جهان به شمار



می‌رود و به همراه ۱۸ کشور دیگر، بازار جهانی این کالا را در اختیار دارد. پس از کشور چین، کشورهای هند، آلمان، تایوان، آمریکا و کره به ترتیب رتبه‌های بزرگ‌ترین تولیدکنندگان اسباب‌بازی در دنیا را در اختیار دارند.

هم اکنون، شرکت‌های تولیدکننده اسباب‌بازی در ایران تنها حدود ۱۰ درصد از نیاز بازارهای داخلی را پاسخ می‌دهند و مابقی این نیاز توسط واردات اسباب‌بازی از سایر کشورها تامین می‌شود. علاوه بر استان‌های تهران و آذربایجان غربی که بیشترین سهم تولید اسباب‌بازی کشور را دارا هستند، استان‌های قزوین، یزد، اصفهان و آذربایجان شرقی نیز در این زمینه فعال هستند. میزان تولید سالانه کارگاه‌های عروسک در ایران حدود سه میلیون عدد عروسک است.

مقوله استاندارد بودن کالا در اسباب‌بازی و عروسک اجباریست. اسباب‌بازی از جمله کالاهای مشمول مقررات استاندارد اجباری است و مطابق ماده ۹ قانون اصلاح قوانین و مقررات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، هرگاه اجرای استاندارد در مورد کالاهایی اجباری اعلام شود، تولید، تمرکز، توزیع و فروش اینگونه کالاها با کیفیت پایین‌تر از استاندارد مربوطه یا بدون علامت استاندارد ایران ممنوع بوده و مطابق قانون با تولید کنندگان و عرضه کنندگان متخلف برخورد می‌شود.

قاچاق و تقلب اسباب‌بازی و عروسک در بازار ایران

ورود اسباب‌بازی‌های خوش نقش و نگار خارجی به دنیای رنگین کودکان و نیز گرایش خانواده‌ها به خرید انواع مختلف این اسباب‌بازی‌ها باعث شده تقلب در این بازار افزایش یابد. برخی تولیدکنندگان داخلی با کپی کردن آرم‌های خارجی خصوصاً آرم‌های چینی، تولیدات خود را به فروش می‌رسانند.

استفاده از مواد مضر و سرب در ساخت بعضی از عروسک‌ها و اسباب‌بازی‌ها و جعل نام‌های تجاری معتبر برای فروش محصولات بی کیفیت نیز از جمله تقلب‌های این بازار محسوب می‌شود.

عمده واردات اسباب‌بازی از کشور چین است که به طروق قانونی و غیرقانونی از مرزهای مشترک کشور با امارات و عربستان به بازارهای مصرف داخلی تزریق می‌شود. این اسباب‌بازی‌ها عموماً به نام کمپانی‌های معتبر تولیدکننده خارجی به مصرف کنندگان عرضه می‌شود.

اینگونه تقلب‌ها فقط توسط واردکنندگان و فروشندگان داخلی صورت نمی‌گیرد، بلکه به دلیل پایین بودن دستمزد و هزینه‌های تولید در کشور چین، بسیاری از کشورهای دیگر تولیدکننده اسباب‌بازی، محصولات‌شان را در چین تولید می‌کنند؛ از جمله عروسک‌های باربی آمریکایی که در کشور چین تولید می‌شود و در بازارهای جهانی به نام محصول آمریکایی به فروش می‌رسد.

وضعیت اسباب‌بازی در ایران در سال‌های اخیر بویژه مسموم بودن مواد اولیه برخی تولیدات منجر به نگرانی والدین شده است. متأسفانه قیمت اسباب‌بازی خوب در ایران بالاست. اسباب‌بازی‌های طلقی و پلاستیکی ایرانی و چینی هم بسیار کیفیت پایینی دارد و چون بچه‌ها مدام با این وسایل مشغولند، باید نگران سلامتی‌شان بود. اطلاعاتی در مورد قیمت و نمونه‌های پرفرمدار اسباب‌بازی و عروسک، برای آشنایی بیشتر در زیر آورده شده است.

قیمت انواع اسباب‌بازی در بازارهای داخلی کشور از حداقل ۴۰۰ تومان تا حداکثر یک میلیون تومان است. پایین‌ترین قیمت‌ها در بازار عروسک مربوط به عروسک‌های پلاستیکی است که با قیمت‌هایی از حداقل ۲۰۰ تومان تا حداکثر یک هزار تومان عرضه می‌شود. بالاترین قیمت نیز، مربوط به عروسک‌های سخنگو و دکوری است که تا ۵۰۰ هزار تومان نیز به فروش می‌رسد.

میزان استقبال مردم از انواع مختلف عروسک‌ها

بیشترین استقبال در این بازار از عروسک‌هایی به شکل خرس و سگ است. قیمت عروسک‌هایی که به شکل سگ هستند در کوچکترین سایز حدود ۵۰۰ تومان و آن دسته از عروسک‌های کوچک که سخنگو و متحرک هستند تا ۱۲ هزار تومان فروخته می‌شوند. خرس‌های کوچک با کیفیت مرغوب نیز از ۱۰۰۰ تا ۱۵ هزار تومان به فروش می‌رسد.

عروسک‌هایی که براساس شخصیت‌های کارتونی، طراحی شده‌اند از جمله لوازم پرطرفدار و رایج در این بازار محسوب می‌شوند. قورباغه‌های عروسکی نیز از ۵۰۰ تا ۱۰ هزار در بازار عرضه می‌شوند.

همچنین عروسک‌های دستی نمایشی با قیمتی از حدود ۸۰۰ تومان تا ۱۰ هزار تومان فروخته می‌شود. عروسک‌های بزرگ سخنگو تا ۲۰۰ هزار تومان، عروسک‌های موزیکال تا ۱۵ هزار تومان و عروسک‌های دکوری نیز با قیمت ۱۰ تا ۴۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسند. خمیرهای بازی با قیمت‌هایی از ۴۰۰ تا ۵۰۰۰ تومان و انواع پازل نیز از حدود دو هزار تا ۲۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شوند.

انواع ماشین‌های فتری، کنترلی و قدرتی، قیمتی بین یک هزار تا ۵۰۰ هزار تومان دارد. قیمت فروش برخی از انواع این ماشین‌ها تا یک میلیون تومان نیز می‌رسد. انواع تفنگ‌های اسباب‌بازی نیز قیمتی از ۵۰۰ تومان تا بیش از ۲۵ هزار تومان دارند. عروسک‌های نوزاد از ۴۰۰۰ تا ۲۵ هزار تومان فروخته



می‌شوند و عروسک‌های دارا و سارا، در طرح‌ها و اندازه‌های مختلف که چندی است جایگزین عروسک‌های باری شده‌اند، با قیمت‌هایی

از ۱۰ هزار تا ۵۰ هزار تومان در بازارهای داخلی عرضه می‌شوند.

### شیوه بازاریابی و معرفی محصولات

بازاریابی به معنای اداره کردن و گسترش بازارها به منظور تامین نیازهای خریداران و شناسایی نیازهای بالقوه است. مشخصات محصول، قیمت تعیین شده برای آن، جایگاه مناسب زمانی و مکانی برای عرضه محصول و عوامل تشویق کننده مانند تبلیغ و اطلاع‌رسانی، تشکیل دهنده آمیخته بازاریابی می‌باشند.

تولید کننده برای فروش محصول و رسیدن به هدف مورد نظر خود بایستی اطلاعات کافی از بازار محصول و سلیقه مصرف کننده داشته باشد. به طور مثال تولیدکننده در این حوزه باید بداند:

- کودکان چه نوع اسباب‌بازی و عروسکی می‌پسندند؟
- این افراد در چه سطحی از جامعه زندگی می‌کنند؟
- اغلب افراد توانایی خرید این کالا را تا حدود چه قیمتی دارند؟
- چه فصلی از سال، برای چه نوع محصولی فروش تغییر می‌کند (بالا یا پایین می‌رود)؟
- چه افراد یا تولیدکنندگانی در حال حاضر در این زمینه فعال هستند؟ (رقبا کیستند؟)

• نقاط قوت و ضعف رقبا چیست؟

تحقیقات بازار کمک می‌کند تا بتوان جوابی برای این موارد، پیدا کرد. باید قادر باشید، خدمات خود را به نحوی تعریف نمایید که مطابق خواسته مشتریان باشد و منجر به فروش گردد.

**- بازاریابی مستقیم برای افزایش فروش**

بازاریابی مستقیم یکی از به صرفه‌ترین روش‌ها برای شرکت‌ها و مشاغل کوچک است. بسیاری از شرکت‌ها از این روش برای توسعه کسب و کار خود استفاده نمی‌کنند و فرصت بزرگی را از دست می‌دهند. در بازاریابی مستقیم متنی را تهیه می‌کنیم و در آن مخاطب را ترغیب می‌کنیم تا اقدام کند و کاری انجام دهد. در اینجا به اصول مهم و پایه‌ای بازاریابی مستقیم می‌پردازیم.

**همواره پیشنهاد یا پیشنهادهایی ارائه کنید:**

هیچ مطلبی را به عنوان تبلیغ، ایمیل تبلیغاتی یا نامه مستقیم نفرستید، مگر آن که در آن پیشنهاد مشخصی وجود داشته باشد. وقتی مجلات را ورق بزنید از تبلیغات فراوانی که هیچ پیشنهادی برای مخاطب ندارند، متعجب خواهید شد. کافی نیست بگوییم کار ما چیست و اطلاعات تماس را ارائه دهیم. باید پیشنهاد مشخصی برای مشتری داشته باشیم تا در مورد آن فکر کند و تصمیم بگیرد.

### دلیلی برای پاسخ به تبلیغ ارائه کنید:

اگر تبلیغ دلیلی برای پاسخ سریع ارائه نکند، بسیاری از علاقه‌مندان هیچگاه تماس نخواهند گرفت. انسانها معمولاً کارها را به تعویق می‌اندازند و این تعلل آنقدر ادامه پیدا می‌کند که تبلیغ به فراموشی سپرده می‌شود.

### تنها راه به وقوع پیوستن یک معجزه برای شما، باور کردن آن است:

تفکر خلاق در بازاریابی از اهرم‌هایی است که کمک می‌کند چنان پدیده‌های نادری در دنیای تجارت به وقوع بپیوندد که سرعت رشد تجاری فرد یا سازمان را افزایش دهد.

### بازاریابی

بازاریابی اثر بخش به عنوان ساختن چیزی که بتوانید بفروشید و نه فروش آنچه که می‌توانید بسازید، تعبیر می‌شود.

سازمان‌هایی که آن چه را که تولید می‌کنند می‌فروشند محصول مدار هستند یعنی ابتدا محصول را تولید می‌کنند و سپس برای محصولات خود به دنبال مشتری هستند و به بازاریابی بعنوان وسیله‌ای برای ترغیب مشتریان به خرید می‌نگرند. موفق‌ترین سازمان‌ها آنهایی هستند که آنچه را که می‌توانند بفروشند تولید می‌کنند. آنها مشتری مدار هستند یعنی در پاسخ به نیازهای مشتری محصولات و خدمات خود را عرضه می‌کنند.

در نتیجه بازاریابی را می‌توان به عنوان فعالیتی لازم برای تطبیق کالاها با نیازها و خواسته‌های بازار تعریف کرد و بازاریابی فعالیت‌هایی چون برنامه‌ریزی و قیمت‌گذاری و توزیع تبلیغات و معرفی محصولات را شامل می‌شود.

### – شرکت‌ها در زمینه بازاریابی سه دسته‌اند:

۱. شرکت‌های پیشرو

۲. شرکت‌های پیرو

۳. شرکت‌های ایستا

۱- شرکت پیشرو: شرکتی فعال است و درک درستی از بازاریابی دارد.

۲- شرکت پیرو: خالی از هرگونه روحیه جسورانه است. ممکن است موفق شود؛ اما امکان موفقیت خیلی کم است چون تمایلی به خطرپذیری ندارد و ترجیح می‌دهد خود را به خطر نیاندازد و برای انتخاب راه منتظر بازار می‌ماند.

۳- شرکت ایستا: همواره به یک شکل کار خود را ادامه می‌دهد و دلیلی برای تغییر ندارد و منزوی و بی‌تفاوت است.



### – استفاده از اطلاعات در زمینه بازاریابی

– نیازها و انتظارات: مشتریان نیازها و انتظاراتی دارند که لازم است از جانب سازمان‌ها در نظر گرفته شوند.

نیاز یعنی آنچه که مشتری به برآورده شدن آن احتیاج دارد.

انتظار یا خواسته یعنی آنچه که مشتری به طور حتم به آن نیاز ندارد ولی توقع دارد که آن را داشته باشد.

پس شناسایی نیازها و انتظارات مشتری برای هر فروشنده و بازاریابی ضروری است.

### مدیریت تجربه مشتری (CEM)

فرآیندی که همه تجربیات مشتری از یک محصول یا یک شرکت را زیر نظر دارد و آن را به صورت استراتژیک مدیریت می‌کند. بدین منظور از رویکردهای متفاوت همچون نام و نشان تجاری، تنوع محصول، بخش‌بندی بازار و روابط عمومی بازاریابی، شامل مدیریت روابط عمومی مشتری و رضایت‌مندی مشتری استفاده می‌شود.

هدف نهایی CEM غلبه بر موانع و شکاف بین حرف و عمل است که از طریق بازنویسی فرمول‌های اصول اولیه بازاریابی انجام می‌شود و در نهایت می‌توان گفت که CEM به چهار جنبه از مدیریت بازاریابی تاکید می‌کند.

- تمرکز بر تمام جنبه‌های مرتبط با مشتری.
- ترکیب موثکافی.
- خلاقیت.
- توجه همزمان به برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های داخلی و خارجی.

### - مراحل اساسی برای یک تبلیغات موفق عبارتند از:

- ۱- جلب توجه  
از یک طرح بدیع، رنگ ثابت و حروف بزرگ و تصویر اثر گذار برای جلب توجه استفاده کنید.
- ۲- تحریک خواسته‌ها  
با طرح یک موضوع جذاب کاری کنید که مشتریان تحریک شوند و به طرف موضوع جلب شوند و محصول را به وی گوشزد کنید.
- ۳- ایجاد علائق  
به محصول رنگ و لعاب بدهید و مزایای چنین خریدی را بشمارید و امتیازات ارزش محصول را به وی گوشزد کنید.
- ۴- جلب اعتماد  
با ارایه دلیل محکم و قانع کننده، مشتری را متقاعد کنید به آنچه می‌فروشید احتیاج دارند.

#### ۵- حرکت‌زایی

با عباراتی نظیر عرضه کوتاه مدت، مشتری را وادار به اقدام کنید، می‌توانید با پیشنهاد تلفن رایگان، پرداخت از طریق کارت اعتباری و... مشتری را راحت‌تر به حرکت در آورید.

#### ۶- انگیزه

برای جلب مشتری و بازاریابی موفق باید عامل انگیزه را در نظر گرفت. برای مثال دو نفر مشتری یک فروشگاه اسباب‌بازی هستند اما انگیزه‌های متفاوت دارند؛ مثلاً یکی به این خاطر از این مکان برای خرید استفاده می‌کند که مکان زیبا و شکیل و راحتی است و دیگری چون نزدیک محل زندگی‌اش است و محصولاتش استاندارد است. مورد دیگر رسیدگی به شکایات است. این مورد را جدی تلقی کنید. مشتریانی که شکایتی دارند و نسبت به شکایت آنها رسیدگی شده وفادارتر هستند.

#### ۷- پرورش وفاداری

مشتریان باید دلیلی برای وفادار ماندن داشته باشند. ارایه محصولات و خدمات عالی کافی نیست. از افراد به خاطر اینکه مشتری شما هستند تشکر کنید تا آنها احساس احترام و ارزش کنند. معاشرت با افراد نگرش آنها را نسبت به شما تغییر می‌دهد.

#### ۸- رقیبان

در مورد رقیبان خود به بررسی و مطالعه بپردازید؛ شاید با این کار برخی از ایده‌های آنها را نسخه‌برداری کنید و با تلفیق ایده‌های خود و آنها روش‌های مناسبی را برای بازاریابی بیابید. ایده‌های برتر شرکت‌های دیگر را اقتباس کرده و با انجام این ایده‌ها توان خود را بالا ببرید.

#### ۹- نام مناسب

نام مناسب کمک قابل توجهی به فروش محصولات و خدمات می‌کند. نامی انتخاب کنید که دیگران نتوانند از آن استفاده کنند و در سایر زبان‌ها قابل تلفظ باشند و ترجمه آنها بار منفی نداشته باشد و املائی ساده داشته باشد.

### - چرخه محصول پنج مرحله دارد:

۱- تولید محصول

۲- معرفی محصول

۳- رشد

۴- اشباع

۵- سیر قهقرایی

### ۱- تولید محصول

از زمانی آغاز می‌شود که شرکت پیشنهاد یا فکر محصول را به دست می‌آورد. در این دوره هم فروش و هم سود صفر است.

### ۲- معرفی محصول

در این زمان فروش اندک است و برای عرضه محصول به بازار هزینه بسیار زیادی صرف می‌شود و در نتیجه چیزی به نام سود وجود ندارد.

### ۳- رشد

دوره‌ای که بازار محصول را می‌پذیرد و سود افزایش می‌یابد.

### ۴- اشباع

دوره‌ای که فروش کاهش می‌یابد و میزان فروش ثابت کاهش می‌یابد. زیرا شرکت در برابر رقبا هزینه‌های زیادی را از بابت تبلیغات صرف می‌کند.

### ۵- سیر قهقراپی

در این دوره سود و فروش رو به کاهش می‌رود.

شناسایی این مراحل به تولید کننده کمک می‌کند تا بهتر بتواند سیر حرکتی خود را بررسی و برای مراحل مختلف تولید و ارائه کالا برنامه‌ریزی کند.

## – ده دلیل قانع‌کننده برای به‌کارگیری اینترنت بعنوان استراتژی

### بازاریابی

ممکن است در نگاه اول حیرت‌انگیز به نظر برسد ولی بسیاری از شرکت‌ها، چه کوچک و چه بزرگ، باید به فکر توسعه یک راهکار منطقی در زمینه بازاریابی الکترونیکی باشند. با توجه به این که از سال ۱۹۹۴ تا کنون صنعت بازاریابی به شکل موثری از اینترنت بهره گرفته است، می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که سازمان‌هایی که در فعالیت بازاریابی خود راهکاری برای استفاده از اینترنت در نظر نگرفته‌اند اشتباه بزرگی را مرتکب می‌شوند.

### ۱- مکانی برای جستجوی اطلاعات

احتمالاً مهم‌ترین دلیل توجیه‌کننده نیاز شرکت‌ها به استفاده از راهکار بازاریابی الکترونیکی، تغییراتی است که در نحوه جستجوی اطلاعات توسط مشتریان صورت گرفته است. با آن که هنوز هم برخی مشتریان برای جمع‌آوری اطلاعات با مراجعه به مراکز خرید، مشورت با نمایندگان فروش، جستجو در مغازه‌ها و صحبت با دوستان نیازهای خود را رفع می‌کنند، شمار فزاینده‌ای از آنها نیز شبکه اینترنتی را به عنوان منبع آگاهی اولیه خود برمی‌گزینند.

از زمانی که سایت‌های جستجو به مقصد نهایی بسیاری از کاربران تبدیل شده است، مشتریان به طور خاص از موتورهای جستجو به عنوان پرتال‌های اطلاعاتی مورد نیاز خود استفاده می‌کنند. بخش بازاریابی باید تشخیص دهد که اینترنت محلی است که مشتریان آن را برگزیده‌اند و این موضوع برای حضور و بقا بازاربازها در دنیای تجارت، باید مورد توجه قرار گیرد.

## ۲- آنچه مشتری توقع دارد

امروزه نه تنها اینترنت به منبعی منتخب برای جستجوی اطلاعات تبدیل شده است، انتظار می‌رود در چند سال آینده افراد توقع خواهند داشت که مطالب مورد نظر خود درباره کالا را در آن یافته، معاملات خود را از طریق اینترنت انجام دهند. این مطلب به خصوص در مورد مشتریان زیر ۲۵ سال صدق می‌کند. در بیشتر کشورها تقریباً تمام کودکان و نوجوانان با آگاهی از نحوه استفاده از اینترنت، پرورش می‌یابند. با تسلط این نسل بر معاملات خانگی و تجاری، بدیهی است که آنها خواهان پرنگ‌تر بودن حضور شرکت‌ها در شبکه اینترنتی خواهند بود.

## ۳- ضبط اطلاعات گسترده درباره مشتری

شبکه اینترنت (به عنوان یک ابزار جمع‌آوری اطلاعات) در مقام تهیه اطلاعات درباره چگونگی فعالیت مشتری در وب ابزاری بی‌همتا است. هر بازدیدکننده با ورود به یک سایت، اطلاعاتی درباره چگونگی ورود خود به

سایت، جهت‌یابی، موضوعاتی که روی آن کلیک کرده، جنس خریداری‌شده و جزییات بی‌شمار دیگری از این دست به جا می‌گذارد. با استفاده از روشی برای شناسایی هویت مشتری (مانند اطلاعات ورود به سایت)، بازاریاب قادر است فعالیت مشتری را در جریان بازدیدهای مکرر پی‌گیری کند. شناخت رفتار و اولویت‌های مشتری فرصت‌های زیادی را برای پاسخ‌گویی به نیازهای او ایجاد می‌کند و در صورت تشخیص صحیح، مشتری با وفاداری درازمدت خود پاسخ‌گوی این اقدام خواهد بود.

#### ۴- بازاریابی هدفمند

بهترین راه هزینه کردن برای بازاریاب‌ها، سرمایه‌گذاری مستقیم روی افرادی است که بیش از بقیه احتمال می‌رود جذب تولیدات آنها بشوند. متأسفانه تلاش برای نشانه‌گرفتن مشتریانی با بیشترین احتمال خرید چندان آسان نخواهد بود. به عنوان مثال میزان پولی را در نظر بگیرید که چگونه در تبلیغات تلویزیونی برای افرادی هزینه می‌شود که احتمالاً کالای مورد نظر را نخواهند خرید. با این حال قابلیت بی‌همتای شبکه اینترنت در شناسایی و ردیابی رفتار مشتری، توانایی بخش بازاریابی را در هدف‌گیری افرادی با بیشترین پتانسیل برای خرید کالاهای مذکور افزایش داده است.



### ۵- برانگیختن میل افراد به خرید

اینترنت، خواه خوشایند مشتری باشد و خواه نباشد، به بهترین عرصه برای تحریک افراد به خرید، تبدیل شده است. قسمت اعظم این اتفاق را می‌توان به بهره‌گیری بخش بازاریابی از پیشرفت‌های حاصل در حوزه فناوری مرتبط دانست که:

(۱) به وبسایت‌ها اجازه می‌دهد پیشنهادات خود را بر اساس رفتار برخط مشتری تنظیم کنند.

(۲) فرایند معاملات برخط را بهبود می‌بخشد.

اما این نوع خریدها هم‌چنین از روش "حالا بخرید، بعد پرداخت کنید"، رویکرد رایج جامعه‌ای که در آن مصرف کارتهای اعتباری بیش از اندازه رایج شده است، بهره می‌گیرد. حال چگونگی تاثیر این مطلب در طول زمان و در حالی که بیشتر مشتریان در قروض خود غوطه ور خواهند بود، نیاز به مراقبت داشته، می‌تواند بر فعالیت برخط بخش بازاریابی موثر باشد.

### ۶- ارائه تولیدات و خدمات سفارشی

شرکت‌ها به خوبی به این نکته واقفند که با طراحی تولیدات و ارائه خدمات به منظور برآورده کردن نیازهای اشخاص می‌توانند مشتریان دائمی خود را افزایش دهند.

## ۷- به دام انداختن فوری مشتریان در زمان حراج و تخفیف

هیچ شیوه ارتباطی با اینترنت در روند تاثیر تبلیغات به واکنش بی‌درنگ مشتری برابری نمی‌کند. چرا که در این شیوه مشتری بلافاصله بعد از تبلیغات شروع به خرید می‌کند. پیش از اینترنت، تمرینش‌ترین روش "فراخوان برای خرید" از طریق برنامه‌های تلویزیونی صورت می‌گرفت. این برنامه‌ها بینندگان را تشویق می‌کردند با شماره تلفن‌های رایگان تماس حاصل کنند و سفارش دهند. با این حال، تغییر مشتری از حالت منفعل (تماشاگر تلویزیون) به وضعیت فعال (برداشتن گوشی تلفن و برقراری تماس)، به اندازه واداشتن افراد به کلیک روی تبلیغات اینترنتی، ساده نیست.

## ۸- مفهوم تأمین‌کننده تمام عیار در ذهن مشتری

اینترنت به سادگی توزیع‌کنندگان و خرده فروشان را به تأمین‌کنندگانی همه‌جانبه تبدیل می‌کند. برخلاف تأمین‌کنندگان تجارت سنتی که غالباً بر مبنای لیست موجودی در انبار یا خدماتی که در محل ارائه می‌دهند راجع به آنها قضاوت می‌کنیم، سایت‌های تجارت الکترونیکی این تصور را ایجاد می‌کنند که حجم زیادی کالای موجود در انبار و خدمات گسترده و متنوعی دارند. باید توجه داشته باشید که می‌توان این فعالیت را با قرار دادن اطلاعات مربوط به کالاها و خدمات در وب سایت تکمیل کرد.

در عین حال می‌توانید در پشت پرده این فعالیت را با برخی تامین‌کنندگان بیرونی، بر اساس قراردادهای حمل و نقل و توافق‌های خدماتی، همراه کنید. با چنین تمهیداتی، مشتریان احساس می‌کنند با تامین‌کنندگانی روبه‌رو هستند که خدمات همه‌جانبه‌ای را ارائه می‌کنند. این در حالی است که درصد خاصی از این تولیدات و خدمات از منابع دیگر تامین شده‌اند.

#### ۹- سربار کمتر، هزینه‌های پایین‌تر و خدمات بهتر

امروزه فناوری اینترنت جایگزین روش‌های پرهزینه توزیع محصولات و ارائه خدمات و همچنین مدیریت نیازهای اطلاعاتی مشتری می‌شود. در توزیع تولیدات و ارائه خدمات به شیوه دیجیتالی (مانند موسیقی، نشر، گرافیک و غیره) مقادیر زیادی از هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌شود، زیرا در این روش، هزینه‌های حمل و نقل از معادله هزینه اساساً حذف شده است.

در حوزه‌های دیگر بازاریابی مانند بخش خدمات مشتری نیز می‌توانیم شاهد چنین صرفه‌جویی‌هایی باشیم. شرکت‌ها با فراهم کردن امکان دسترسی برخط (آن‌لاین) به اطلاعات مربوط به تولیدات از طریق سیستم‌های مدیریت دانش و پاسخ به سوالات تکراری، قادرند از حجم تماس‌های تلفنی مشتری بکاهند.

فروشنده‌گان نیز می‌توانند با تشویق مشتریان بالقوه به کسب اطلاعات برخط درباره کالای مورد نظر، قبل از جلسات رو در رو، آمادگی مشتری را برای

خرید افزایش دهند. با این روش زمانی که پیش از این صرف توضیح اطلاعات ابتدایی شرکت و اطلاعات مربوط به کالاها می‌شد کاهش یافته، زمان بیشتری به درک و آرایه راه‌حل برای مشکلات مشتری اختصاص می‌یابد.

### ۱۰- دامنه حضور خود را جهانی کنید

شبکه اینترنت کانالی ارتباطی و توزیعی است که قابلیت در دسترس بودن جهانی را برای تولیدات و خدمات یک شرکت فراهم می‌کند. یک بازاریاب محلی می‌تواند با داشتن یک وبسایت به بازاریاب جهانی تبدیل شود و به این ترتیب بازار هدف بالقوه خود را در مقایسه با میزان کنونی تا چند برابر افزایش دهد.

برخلاف زمانی که تجارت الکترونیکی هنوز باب نشده بود و بازاریابی بین‌المللی کاری وقت‌گیر و پرهزینه به شمار می‌رفت، اکنون بارگذاری کردن فایل‌ها در اینترنت برای ایجاد یک وبسایت تنها کاری است که باید برای حضور در عرصه جهانی انجام دهید. درحالی که تاسیس یک وبسایت به تنهایی فروش بین‌المللی را تضمین نمی‌کند (برای این که یک سایت از نظر بین‌المللی کارآمد باشد، به فعالیت بازاریابی زیادی نیازمند هست)، ولی اینترنت در مقایسه با روزهای قبل از همه گیرشدن آن، جهشی عظیم را به سمت تجارت جهانی فراهم می‌کند.

### ده توصیه بازاریابی برای کسب و کارهای کوچک

کسب و کارهای کوچک بدلیل ماهیتشان نمی‌توانند از روش‌های پر هزینه تبلیغاتی برای معرفی خود و محصولاتشان استفاده نمایند. برای بازاریابی این کسب و کارها بایستی بدنبال روش‌های کم هزینه‌تر باشند. در زیر سعی شده است که روش‌های کم هزینه که الزاماً الکترونیکی نیستند، معرفی شوند. شما می‌توانید مشابه این روش‌ها را برای بازاریابی الکترونیکی هم مورد استفاده قرار دهید.

۱- بهترین آگهی‌های خود را بصورت کارت چاپ کرده و برای مشتریان خود در بازار هدف خود ارسال کنید. مشتریان کارت‌هایی را می‌خوانند که کوتاه و خلاصه باشد. یک آگهی کوچک روی یک کارت پستال می‌تواند بازدیدکنندگان زیادی را به وب سایت شما بیاورد و این خود می‌تواند باعث افزایش فروش شما شود. هزینه اینکار معمولاً زیاد نیست.

۲- انتخاب روش‌های متنوع برای بازاریابی: یک روش بازاریابی معمولاً برای همیشه برای همه کسب و کارها موفق نیست. بنابراین روش‌های بازاریابی خود را مرتب عوض کنید و در استفاده از این روش‌ها خلاق باشید، مشتریان شما اگر متن آگهی شما عوض نشود خسته می‌شوند. البته خود شما هم از این تکرار خسته خواهید شد. بازاریابی می‌تواند مفرح باشد. بنابراین از مزیت‌های استفاده از روش‌های متنوع بازاریابی برای

برقراری ارتباط با مشتریان با ارزش خود استفاده کنید. اما در انتخاب روش‌های بازاریابی خود دقت کنید. همیشه برای یک بازاریابی موفق باید بر اساس یک طرح بازاریابی عمل کرد. سعی کنید در طرح بازاریابی خود از روش‌های متنوع استفاده کنید. همیشه نظر مشتریان خود را در مورد روش‌هایی که بکار برده‌اید جویا شوید این نظریات می‌توانند موفقیت طرح بازاریابی شما را تضمین کند.

۳- کمک به مشتریان برای یافتن محصولات و خدمات مناسب. اگر می‌خواهید برای مشتری خود بروشور معرفی محصولات را بفرستید، می‌توانید بروشور یا کارت محصول یا خدماتی را که فکر می‌کنید برای مشتری شما مفید است را هم بفرستید. اینکار می‌تواند به مشتری شما در یافتن محصولات مناسب کمک زیادی بکند و مشتری شما را راضی نگه دارد. اگر نگران فروش محصول خود هستید می‌توانید قبل از اینکار با تولید کننده آن محصول هماهنگی کنید و از این فرصت استفاده کنید. مثلا درصدی از فروش را برای خود در نظر بگیرید یا اینکه تخفیف خاصی را برای مشتری خود از فروشنده بگیرید.

۴- جواب تلفن‌های خود را متفاوت بدهید. سعی کنید که سفارش‌های خاصی را در هر بار جواب دادن تلفن، به مشتری خود ارائه کنید. بعنوان مثال می‌توانید بگوئید "روز بخیر؛ من ... هستم. از من درباره

سرویس‌های جدید سوال کنید." تلفن‌کننده مجبور می‌شود که از شما در مورد این سرویس‌ها سوال کند. بیشتر شرکتها پیامهائی را از پیش ضبط شده دارند که وقتی مشتری پشت خط می‌ماند آنها را برای مشتری پخش می‌کنند. شما می‌توانید این کار را خودتان انجام دهید. از نظر مشتری تفاوتی ندارد که این پیام از قبل ضبط شده یا اینکه زنده ارائه شده است. برای استفاده از این روش مطمئن شوید که پیام شما برای مشتریان شما جذاب باشد. اگر مشتری شما از راه دور تماس می‌گیرد، با ارائه آگهی‌های طولانی، وقت و پول مشتری خود را به هدر ندهید.

**۵- استفاده از دست نوشته.** سعی کنید در تمام نامه‌هائی که برای مشتری خود می‌فرستید، از دست نوشته و یا مهرهای مخصوص یا برجسب‌های خاص استفاده کنید. توجه داشته باشید که دست نوشته روی نامه در اولین بار که نامه دیده می‌شود خوانده می‌شوند. به خاطر داشته باشید این نوشته در صورتی بطور کامل خوانده می‌شود که خلاصه و کوتاه باشد به طوری که بیننده بتواند آن را در کمتر از ده ثانیه بخواند.

**۶- یک پیشنهاد فروش برای مشتری خود که تازه از شما خرید کرده است بفرستید.** اگر بعنوان مثال مشتری شما عروسکی را از شما خریده است، می‌توانید نامه‌ای برای او بفرستید و ضمن تشکر از خرید قبلی به اطلاع او برسانید که برای خرید بعدی بطور مثال از تخفیف بیست درصدی

برخوردار است. برای اینکه بتوانید این پیشنهاد را به فروش نزدیک کنید، برای پیشنهاد خود زمان تعیین کنید.

**۷- خبرنگار.** آیا می‌دانید هزینه فروش به یک مشتری جدید شش برابر بیشتر از فروش به مشتری قدیمی است؟

شما با استفاده از خبرنگار می‌توانید بازاریابی خود را بر روی مشتریان قدیمی خود متمرکز کنید. اگر هزینه خبرنگار چایی برای شما زیاد است، می‌توانید با استفاده از پست الکترونیک اینکار را با هزینه بسیار پائینی انجام دهید. همیشه در خبر نامه خود می‌توانید پیشنهاد فروش ویژه‌ای را به مشتری قبلی خود ارائه کنید.

**۸- بازاریابی مشترک.** اگر فکر می‌کنید که قادر به تحمل هزینه بازاریابی به تنهایی نیستید، بدنبال شریکی باشید که محصول او هم مناسب مشتری شما باشد یا اینکه محصولات شما مکمل یکدیگر باشد. با ارائه طرح بازاریابی مشترک می‌توانید در هزینه‌های بازاریابی صرفه‌جویی کنید. علاوه برای این روش سرویس بهتری را هم به مشتریان خود ارائه می‌کنید.

**۹- بروشورها و آگهی‌های خود را در تمام نامه‌های ارسالی شرکت خود قرار دهید.** اینکار هزینه زیادی برای شما ندارد و شما از نتیجه کار قطعاً متعجب خواهید شد که ببینید این پیشنهادهای شما به دست چه افرادی می‌رشد و سفارش خرید به شما می‌دهند.



۱۰- سمینار. ارائه سمینار در زمینه کار خودتان یا شرکت در سمینارهای مرتبط می‌تواند نقش بسیار زیادی در معرفی کسب و کار شما داشته باشد. اگر می‌خواهید سمیناری در محل کار خود برگزار کنید، بخاطر داشته باشید که ارائه یک سمینار رایگان نمی‌تواند مشتریان شما را جذب کنید. دریافت هزینه جزئی علاوه بر اینکه مقداری از هزینه‌های سمینار را پوشش می‌دهد می‌تواند در جذب مخاطب هم به شما کمک کند. البته چنین سمینارهایی باید بسیار با کیفیت و با برنامه‌ریزی ارائه شود.

### مخاطرات و آفتهای این شغل و نحوه پیشگیری آنها

صنعت اسباب‌بازی بعد از صنایع نظامی دومین تجارت سودآور جهانی است. توجه به کیفیت و کمیت تولید، توزیع و مصرف اسباب‌بازی و تاکید بر آگاهی خانواده‌ها از خرید لوازم سرگرمی برای فرزندان، ضروریست.

هر اندازه والدین از نحوه شکل‌گیری شخصیت و نیازهای کودکان کم‌اطلاع‌تر باشند به همان اندازه، زمینه را برای سودجویان آماده‌تر می‌سازند، از همین رو والدین باید آگاه باشند که هر چیزی را تحت عنوان اسباب‌بازی خریداری نکنند و همانطور که در مورد تهیه مواد غذایی فرزند خود دقت و وسواس به خرج می‌دهند، باید به غذای روحی و روانی بچه‌ها شامل اسباب‌بازی، کتاب، برنامه‌های تلویزیونی و بازی‌های رایانه‌ای نیز توجه کنند.

اسباب‌بازی‌ها نیز نقش وسایل کمک آموزشی را پیدا کرده‌اند، از چند دهه پیش رویاهای کودکانه بچه‌های ایران با اسباب‌بازی‌های صادراتی غرب مورد هجوم قرار گرفت. عروسک‌های غربی چشم آبی و مو طلایی جایگزین عروسک‌های پارچه‌ای دختران ایرانی شد. دیگر نه فقط جایی برای بازنمایی دختران و زنان اسطوره‌ها و افسانه‌های ملی و عامیانه در چهره عروسک‌های پارچه‌ای نماند، بلکه این عروسک‌های غربی تبدیل به تجسم کودک از زیبایی شدند. برخی دختران که در رویاها، خود را با این عروسک‌های چشم آبی موطالایی و سرخ لب همانند می‌کردند.

پسران هم فراموش نشدند، آنان با خودروها و تانک‌های اسباب‌بازی با پرچم آمریکا که بر بدنه آنها نقش بسته بود و هفت تیرهایی به سبک هفت تیرکشان فیلم‌های وسترن و مسلسل‌هایی به شکل اسلحه سربازان آمریکایی که بازار اسباب‌بازی را در ایران پر کرده بود سرگرم شدند. می‌خواستند برای پسران ایرانی هم رویاهایی به سبک آمریکا بسازند. خوشبختانه هنوز هم اکثر پسرهای ایرانی با بازی‌ها و اسباب‌بازی‌های سنتی خود سرگرم هستند و ترند آمریکایی سازی مؤثر نیفتاد. اما خطر تهاجم فرهنگی از طریق اسباب‌بازی‌ها هنوز ادامه دارد.

آنچه می‌تواند به عنوان راه کار مطرح شود تکیه بر فرهنگ ایرانی و اسلامی ماست. ترویج بازی‌های اصیل کودکان ایران از رسانه‌های گروهی و

به عنوان بخشی از زنگ ورزش مدارس می‌تواند از گام‌های نخست برای این کار باشد. تا زمانی که در حوزه صنعت اسباب‌بازی تغییر و تحولات اساسی صورت نگیرد و یک شناخت عمیق فرهنگی در مردم ایجاد نشود سیل بازار ناب اسباب‌بازی‌های غربی هم به سوی کشور سرازیر می‌شود و از اتفاقات پیش روی نباید خیلی تعجب کرد. با ابراز تاسف از اینکه بازرگانان نگاه فرهنگی نسبت به واردات اسباب‌بازی ندارند و صرفاً دنبال منافع مادی و سودجویی هستند.

درست است که واردات اسباب‌بازی طی چندین سال گذشته مجاز اعلام شد و آزاد می‌باشد، اما نوعاً اسباب‌بازی‌های وارداتی از نظر ارزش فرهنگی از پایین‌ترین درجه برخوردارند، حال آن که خیلی از اسباب‌بازی‌هایی که در دنیا وجود دارند از نظر فرهنگی بار تخریبی ندارند و چه بسا باعث رشد و ارتقا خلاقیت و حرکت‌های فکری می‌شوند، اما متأسفانه آنها وارد نمی‌شوند و این به بی‌اطلاعی بازرگانان از ارزش‌ها و عدم برخورداری از دانش لازم برمی‌گردد و شاید هم سود زیادی برای آنها در مقایسه با کالاهای سطحی و تجملاتی ندارد.

جای خالی عروسک‌های ایرانی - سنتی واقعاً خالیست. متأسفانه تهاجم عروسکی در جایی اتفاق می‌افتد که ما سابقه دیرینه‌ای در اسباب‌بازی داریم، عروسک گلین (عروس) در آذربایجان، کوله بارانه (عروس باران) و تکم

(بزرگ‌ردان) نماد حضور بهار- جزو عروسک‌های قدمت دار هستند که با فرهنگ و ریشه و اصالت ما در ارتباط هستند. همچنین عروسک‌های قدیمی متناسب با آئین‌های محلی و آداب و رسوم و مواد طبیعی در مناطق جغرافیایی مختلفی تهیه می‌گردند. مثلاً عروسکی به نام «اشترو» در بم کرمان و «اشتر خجو» در خواف خراسان وجود دارد که از لیف خرما تهیه می‌شود و متأسفانه همه از آنها غافل شده‌اند و گویی این عروسک‌ها را نمی‌بینند. خانواده‌ها و مسئولان فرهنگی نباید از تهاجم فرهنگی دشمن که آرام آرام در زندگی ما وارد می‌شود و نسل‌های آینده را تهدید می‌کند، به راحتی بگذرند.

مشکل اصلی این است که از طراحان اسباب‌بازی حمایت نمی‌شود و آنها نادیده گرفته می‌شوند، ضمن اینکه از نظر صنعت ساخت اسباب‌بازی بسیار ضعیف هستیم و به تکنولوژی پیشرفته‌ای در این زمینه دست نیافته‌ایم.

### ایده‌های تازه برای فرصت‌های بازار

۱- بدلیل افزایش ارتباطات با کشورهای مختلف و پیشرفت تکنولوژی و بالا رفتن سطح توقعات کودکان، تنوع در تولید این محصولات بسیار افزایش یافته است. تولید کنندگان، باید به دنبال طرح‌ها و ایده‌های تازه و جدید باشند.

۲- با برگزاری نمایشگاه‌های اسباب‌بازی و عروسک در کشور، مردم با نوآوری‌های این صنعت آشنا می‌شوند و امکان ارائه خدمات در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد و این کار نوعی تبادل تکنولوژی و ایده است.

۳- در برنامه‌های تلویزیونی که مخصوص کودکان ساخته می‌شود تعدادی از برنامه‌ها، فضای کارتونی و عروسکی دارد. تولید کننده می‌تواند با بستن قرار داد و توافقات ایجاد شده، برای آنها عروسک‌ها یا اسباب‌بازی‌های متنوع تولید کند یا تولید کننده می‌تواند با بکار بردن خلاقیت و پشتکار، همانند اسباب‌بازی و عروسک‌های کارتونی قابل تولید را تولید کند.

۴- می‌توان کالاهای ارزان قیمت، در عین حال با استانداردهای تعیین شده برای طبقه پایین و متوسط جامعه، طراحی و تولید نمود.

۵- برای مبارزه با عروسک و اسباب‌بازی‌های مخرب و خطرناک می‌توان موارد زیر را تولید کرد.

- ساخت اسباب‌بازی‌های سرگرم کننده و آموزشی مثل کارتهای رنگارنگ، مهره و کتاب‌های آموزشی برای شناخت اعداد، حروف و کلمات.

- اسباب‌بازی‌های موزیکال که دارای صدای ملایم باشد برای کودکان لذت بخش است زیرا باعث شور و نشاط در آنان می‌شود.

- سرگرمی‌های خلاق که ضمن بازی باعث پرورش خلاقیت در کودکان می‌شود مانند ساخت کاردستی‌های کاغذی.
- عروسک‌های پارچه‌ای و نرم در اندازه‌های کوچک و بزرگ برای کودکان جالب هستند و حتی برای مدت‌های طولانی آنان را به عنوان همدم و همراه برای خود نگهداری می‌کنند و این گونه اسباب‌بازی‌ها باعث رشد قدرت تکلم در کودکان می‌شود.

### توصیه‌های برای بهبود و توسعه شغلی

تولید اسباب‌بازی‌های مناسب برای کودکان

- اسباب‌بازی مناسب، اسباب‌بازی است که خود کودک بازی کند نه این که اسباب‌بازی، بازی کند و کودک تماشا کند. از این منظر تمام اسباب‌بازی‌های باطری دار زیر سوال می‌روند. اسباب‌بازی‌هایی هستند که شکل و اندازه‌ای خاص ندارند و کودک می‌تواند به ذوق و سلیقه خود آنها را تغییر دهد، زیرا بسیار به رشد خلاقیت کودک کمک می‌کند.
- تولید کننده بایستی اطلاعات کافی درباره سن، ویژگی، علایق، کاربرد، مضرات و مزایای اسباب‌بازی بداند؛ چرا که هر نوع اسباب‌بازی و عروسک مخصوص یک نوع رده سنی است. توجه به نکات ذیل بسیار برای تولید کننده مفید است.

بعنوان مثال یکی از نکات اساسی که در انتخاب اسباب‌بازی کودک وجود دارد، این است که کودکان خردسال عادت دارند، همه چیز را به سوی دهان ببرند. بعضی از اسباب‌بازی‌ها مانند اسباب‌بازی‌های کوچک، دکمه، تیله و... ممکن است مجاری هوا را مسدود کنند و موجب خفگی شوند، به همین علت توصیه می‌شود تا سن ۳ سالگی اسباب‌بازی‌هایی در اختیار کودک قرار دهید که موجب خفگی او نشود. از طرف دیگر کودکان، مخصوصاً بین ۶ تا ۱۸ ماهگی، به هر چیز گاز می‌زنند.

اسباب‌بازی باید از جنسی باشد که در اثر گاز زدن نشکند. برای این سن کودکان اسباب‌بازی‌های نرم و قابل شست‌وشو و نشکن مناسب‌تر است. توجه داشته باشید که قسمت‌های مختلف اسباب‌بازی خوب به هم متصل شده باشد؛ چون اگر زود از هم جدا شده یا بشکند؛ ممکن است قسمت‌های شکسته شده به کودک آسیب برساند.

اگر اسباب‌بازی از سرب ساخته شده باشد، بسیار خطرناک است؛ زیرا سرب به علت نرمی زیاد به دست کودک مالیده می‌شود و به هنگام خوردن چیزی وارد بدن شده، باعث مسمومیت تدریجی در او می‌شود. این موضوع شامل اسباب‌بازی‌هایی که حاوی رنگ‌های دارای سرب هستند نیز صدق می‌کند.

دوران کنجکاوی بیش از حد کودک ۳-۱ سالگی است و بنابراین جنس اسباب‌بازی‌ها باید پلاستیکی یا پارچه‌ای باشد. استفاده از ابزارآلات موسیقی،

ماشین‌ها و واگن‌های چرخ دار بزرگ برای کشیدن و هل دادن مناسب هستند.



در سن ۳-۵ سالگی کودک پیش دبستانی دائماً در حال به دست آوردن مهارت‌های جدید است و بخش عظیمی از وقتش را نقاشی می‌کند. مداد شمعی، گچ آبرنگ برای نقاشی و سرگمی‌هایی نظیر پازل، خمیر بازی، خواندن کتاب‌های شعر و قصه و استفاده از وسایل ساده نجاری، باغبانی و پزشکی برای این گروه سنی مفید است.

کودک پیش دبستانی فعال و سرشار از انرژی است و نیازمند فعالیت‌هایی مثل دوچرخه سواری، توپ بازی و... است تا انرژی درونی خود را تخلیه کند.



کودکان در سن ۱۲-۶ سالگی احساس بهتری از خود دارند و فعالیت‌هایی را که سریعتر به نتیجه واقعی می‌رسد، دوست دارند و از خیاطی کردن، آشپزی کردن و بازی‌های فکری لذت می‌برند. کودک دبستانی به ورزش‌هایی نظیر شنا، فوتبال و دوچرخه سواری و وسایل ورزشی مثل توپ بسکتبال، راکت تنیس، کفش اسکیت و... علاقه شدید دارد. در این سن، بیشتر کودکان ونوجوانان مجذوب و شیفته بازی‌های رایانه‌ای می‌شوند. بازی‌های رایانه‌ای کودک را وارد دنیای دیگر می‌کند که اختیارش در دست آن است. به همین دلیل کودک از این بازی‌ها لذت فراوانی می‌برد. هماهنگی چشم و دست، پرورش عضلات ظریف کودک و تسهیل کردن فرآیند یادگیری از مزایای این بازی‌ها است.

### - نکات قابل توجه برای بهبود شغلی

- ایجاد نمایشگاه‌هایی که از طریق آنها اسباب‌بازی‌های غیرقابل استفاده یا از چشم افتاده‌شان را با اسباب‌بازی‌های بچه‌های دیگر مبادله کنند.
- اگر در ابتدا با استقبال چندان زیادی مواجه نشدید دل سرد نشوید. بایستی، تهدیدها را به فرصت تبدیل کرد. این چراغ سبزی است برای تولید محصولات جدید با برنامه‌ریزی‌های منسجم.
- کودکان عاشق رنگ‌های متنوع و شاد هستند. بایستی محصولات با رنگ‌آمیزی متنوع و کیفیت عالی تولید شود.

- ما در عصر ارتباطات هستیم. استفاده از نرم افزارهای پیشرفته مانند اینترنت برای معرفی محصول بسیار مهم است.
- تولید محصول جدید باید همراه با حس کنجکاوی، قوه تخیل، مهارت‌های فردی و اعتماد به نفس و دارای چشم انداز باشد تا بتواند تاثیر فوق العاده بر روی کودک بگذارد.
- توجه بیشتر به پیشنهادات و نظرات مشتریان و احترام گذاشتن به خواسته‌شان باعث جلب اعتماد مشتری نسبت به شما می‌شود.
- استفاده از ماشین آلات و تجهیزات پیشرفته و مدرن.
- بیمه کردن حمایت مادی و معنوی از افراد که به صورت تولیدی و کارگاهی مشغول به فعالیت هستند (برای بالا رفتن انگیزه و ادامه کار). مانند: اهدای تسهیلات لازم به افرادی که در این زمینه مشغول به کار هستند (برای پیشرفت و توسعه کار).
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای ساخت و تولید عروسک و اسباب بازی.
- استفاده از جامعه شناسان، روانشناسان متخصصین و کارشناسان اسباب بازی و عروسک در تولید و ساخت.

**- اشاره به چند مورد خلاقیت و نوآوری در تولید اسباب‌بازی و عروسک**

- تولید کالاهایی که بین کودک و والدین ارتباط نزدیک ایجاد کند: مانند خانه‌سازی یا پازل که مادر و کودک در ساخت آنها با هم مشارکت می‌کنند و این باعث ایجاد ارتباط نزدیک و صمیمت میانشان می‌شود.
- ساخت عروسک و اسباب‌بازی‌هایی که جنبه آموزشی داشته باشد مانند پازل، لگو، خانه‌سازی
- ساخت عروسک و اسباب‌بازی‌هایی که مخصوص بزرگسالان است. مانند: عروسک‌ها و اسباب‌بازی‌های دکوری برای تزئین منازل و عروسک‌های موزیکالی که موزیک آرام و ملایمش، ایجاد آرامش می‌کند.
- می‌توان با کارخانجات و کارگاه‌های بزرگ ساخت عروسک و اسباب‌بازی‌ها قرار داد بست تا مقداری از مراحل کار را به صورت خانگی انجام داد. به عنوان نمونه تولید لباس عروسک یا بسته‌بندی و موتتاژ اسباب‌بازی و عروسک.
- استفاده از ایده و نظرات کودکان در ساخت عروسک و اسباب‌بازی‌ها، با این عمل ما سعی می‌کنیم از دید و نگاه آنان و کاربردی که محصول برایشان دارد تولید را صورت دهیم. این عمل باعث می‌شود کودک با کالا ارتباط نزدیک برقرار کند.

- تولید اسباب‌بازی‌هایی که حافظه سالمندان را بهبود می‌بخشد. تولید اسباب‌بازی‌هایی که ذهن افراد سالمند را به فکر فرو برد و تا حد زیادی از فراموشی جلوگیری کند. (مثل جورچین‌ها و ساخت اشکال مختلف که انعطاف‌پذیر باشند تا سالمند آن را در دستانش بازی دهد تا از گرفتگی عضلات دستانش جلوگیری نماید)
- ساخت عروسک و اسباب‌بازی مخصوص معلولین.

– افرادی که مشاغل خانگی دارند بایستی کارآفرین باشند.

کارآفرین ایده‌ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می‌کند. در فضای کسب‌وکار، فرصت، فکر نوینی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط بازار و نیازهای مشتری به همراه نگرش کارآفرینانه، کارآفرین را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می‌دهد. سپس کارآفرین طرحی تجاری می‌نویسد که در آن مسائلی چون بازار محصول یا خدمت، مسائل حقوقی و قانونی شرکت، تامین سرمایه، راه‌اندازی و رشد، سازماندهی، مدیریت کسب و کار و غیره را بررسی و پیش‌بینی می‌نماید.

هدف نهایی و غایی همه کارآفرینان، شناسایی، خلق و استفاده از فرصتهای موجود از طریق تبدیل ایده‌های نو و جدید به واقعیت‌های سودآور و تجاری در قالب کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه است.

## سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- مهد کودک‌ها
- وزارت فرهنگ و ارشاد
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- سازمان بهزیستی
- کانون پرورش فکری کودکان
- وزارت صنایع
- سازمان بازرگانی
- سازمان تبلیغات اسلامی
- گمرک
- کارخانجات و کارگاههای ریخته‌گری
- سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهرداری
- صدا و سیما
- اتاق بازرگانی



### معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- کارخانجات و نساجی‌های تولید پارچه و نخ.
- فروشگاه‌ها و مراکز بزرگ فروش اسباب‌بازی و عروسک.
- کارخانجات تولید ماشین‌آلات و دستگاه‌های ساخت عروسک و اسباب‌بازی.
- واردکنندگان و صادرکنندگان این محصول
- دست‌فروشان (که عروسک و اسباب‌بازی‌های ارزان قیمت و بیشتر غیر استاندارد می‌فروشند).
- کارخانجات ساخت لوازم تحریر که از عروسک و اسباب‌بازی استفاده می‌کنند. ما در عصر مدرن زندگی می‌کنیم که کودکان ما به دنبال تنوع

هستند، می‌توان برای شکیل‌تر شدن و تاثیرگذاری بیشتر لوازم التحریر و وسایل مدرسه مثل کیف، دفتر، جا مدادی، مداد رنگی و... از اسباب‌بازی و عروسک استفاده کنیم.

- در خصوص مهدکودک‌ها می‌توان عروسک‌ها یا اسباب‌بازی‌های بی‌خطر مخصوص مهد درست کرد. به عنوان نمونه سرسره، الاکلنگ و چرخ و فلک بادی، ایجاد خانه‌های از جنس پلاستیک و پارچه برای بازی‌های گروهی، تولید بالش‌های عروسکی در شکل‌های مختلف، تولید عروسک‌های خمیری، پولیشی و کانوایی و تولید اسباب‌بازی‌های آموزشی، برای آموزش هر چه بهتر در مهدها.
- کارخانجات تولید پلاستیک.

این مراکز می‌توانند اسکلت عروسک را تولید کنند، تا تولید کننده برای آنها لباس بدوزد و بعد روانه بازار کند.

- طراحان عروسک و اسباب‌بازی با در اختیار گذاشتن ایده و طرح‌های نو به تولید کنندگان، کمک بزرگی به اقتصاد تولید کننده و کشور می‌نمایند.
- خانه بازی کودک، بهشت بچه‌ها: خانه بازی یک مکانی کوچکتر از شهربازی با اسباب‌بازی‌های پلی اتیلنی، بادی و تفریحی است. خانه بازی مهد کودک نیست، بلکه مکانی است تا بچه‌ها لحظاتی را در آنجا بازی کنند. البته ضمن بازی مربی نکات ورزشی و آموزشی را هم به کودک می‌گوید.

### معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- خودآموز عروسک‌دوزی و عروسک‌سازی، احمدی فاطمه، تابستان ۱۳۸۷، انتشارات جهان نو.
- اسباب‌بازی بسازیم و با هم بازی کنیم، مترجم اشراق، بهار، از مجموعه کتاب‌های مشترک آسیا و اقیانوسیه (ACP) تابستان ۱۳۸۷، انتشارات مدکز فرهنگی یونسکو.
- دهکده عروسک‌ها، معزز، ناهید، سال ۱۳۸۷، انتشارات سروش هدایت.
- عروسک جادویی، معزز، ناهید، پاییز ۱۳۸۸.
- عروسک‌سازی شادی‌ها، محبوبی، محبوبه سال ۱۳۸۸، نشر راضیه.
- کتاب "اصول بازاریابی فلیپ کاتلر"
- کتاب "شرحی بر جلوه‌های رفتاری امام خمینی(ره) و کودکان"