

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۲۷۹

## جلد سازی چرمی سنتی

۱۳۹۰

جلدسازی چرمی سنتی / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان  
(جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۸۴ص. م‌م‌ص‌ور(ر‌ن‌گ‌ی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۷۹

۱۵۰۰۰ ریال: ۰۳۵-۰۳۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸

ف‌ی‌ب‌ا

صحافی چرمی -- کسب و کار خانگی

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ج ۴ / ۲ / ۲۶۹ / Z

۲۳۶۴۱۷۳



مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

عنوان کتاب: جلد سازی چرمی سنتی

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

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

[www.Lssi.ir](http://www.Lssi.ir)

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

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

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

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

---

---

## فهرست مطالب

---

---

پیشگفتار .....	۱
مقدمه .....	۵
فرایند تولید و ارائه خدمات .....	۴۱
امکانات و تجهیزات مورد نیاز .....	۴۸
نیروی انسانی مورد نیاز .....	۴۸
سرمایه مورد نیاز .....	۵۰
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز .....	۵۲
وضعیت بازار خدمات .....	۵۲
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات .....	۵۵
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها .....	۷۴
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی .....	۷۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند .....	۷۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل .....	۷۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز .....	۷۸



## پیشگفتار

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

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

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

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



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

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

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

**دکتر محمدرضا سپهری**

**رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی**



## مقدمه

کتاب به عنوان وسیله‌ای مؤثر و پابرجا در ثبت و انتقال فرهنگ، از اعصار دور تا به امروز مورد توجه جوامع گوناگون بشری قرار گرفته است. براساس برخی شواهد و اسناد موجود، سنت و هنر کتاب‌سازی و مجلد ساختن کتب، از گذشته دور در ایران رواج داشته است. فردوسی، ابومنصور ثعالبی و بسیاری دیگر از بزرگان تاریخ ایران، نقل کرده‌اند اوستا، کتاب دینی زرتشتیان، بر هزار و دویست و به روایتی دوازده هزار پوست گاو، نوشته، مجلد و آراسته به آب طلا بوده است. در جهان اسلام نیز دو قرن پس از رحلت پیامبر، قرآن، کتاب دینی مسلمانان، به خط کوفی نوشته و بر صحافی مرتب با سرلوحه‌های زرنگار جمع‌آوری شده است و از آن پس شیوه‌های جلدسازی و صحافی تا مدت‌ها رو به کمال گذاشته بوده است. هنرهای سنتی ایران، هنرهای اصیل مردمی و نشأت گرفته از فطرتی پاک است. در این میان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی، عبارت است از ساختن جلد چرمی برای کتب به شیوه سنتی که انجام عملیات مختلفی همانند طلاکوبی، معرق چرم و قطاعی بر روی جلد کتاب نیز می‌تواند روش‌های این نوع جلدسازی باشد. به جرأت می‌توان گفت، متعهد بودن جلدسازان چرمی به

شیوه سنتی، در تحویل به موقع سفارشات و مطابق با خواست مشتری، نقش اساسی در حیات اینگونه کسب و کارهای خانگی دارد. با این همه جلدسازی چرمی سنتی همانند سایر کسب و کارهای خانگی می‌تواند، دارای برخی تولیدات و خدمات منحصر به فرد و ریزه کاری‌های بسیاری باشد که اغلب از سلیقه‌های متقاضیان و جلدسازان و البته نیازمندی‌های دوره‌های مختلف زمانی تأثیر می‌پذیرند. البته به عنوان مثال در موارد زیر جلدسازان چرمی به شیوه سنتی می‌توانند وارد عرصه شوند، این موارد عبارتند از:

- ۱- جلدسازی چرمی سنتی قرآن‌های نفیس
- ۲- جلدسازی چرمی سنتی قرآن
- ۳- جلدسازی چرمی سنتی دیوان حافظ
- ۴- جلدسازی چرمی سنتی دست‌نوشته‌های تاریخی
- ۵- جلدسازی چرمی سنتی دست‌نوشته‌ها و دل‌نوشته‌های گذشتگان
- ۶- جلدسازی چرمی سنتی دیوان شعرای قدیم
- ۷- جلدسازی چرمی سنتی دیوان شعرای معاصر
- ۸- جلدسازی چرمی سنتی دل‌نوشته‌های شخصی
- ۹- جلدسازی چرمی سنتی آلبوم‌های عکس
- ۱۰- جلدسازی چرمی سنتی برای مجلد لوح‌های تقدیر
- ۱۱- جلدسازی چرمی سنتی برای مجلد قراردادهای و تفاهم‌نامه‌ها و ...

۱۲- و...

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

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

همانطور که تولیدات جلد‌های چرمی سنتی در کشورمان به خاطر مانایی حضور در عرصه رقابت، روز به روز بیش از پیش مشتری مدارتر می‌شوند و بسیاری از کسب و کارهای متولی این امر، بنا به خواست مشتریان خود، جلد‌های چرمی دوره‌های مختلف را تولید می‌کنند، تولیدکنندگان جلد‌های چرمی سنتی در عرصه کسب و کارهای خانگی بایستی پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن باشند و در جهت ارائه تولیداتی مناسب‌تر و مشتری پسندتر پیش بروند.

به جرأت می‌توان گفت: تولیدات کسب و کار خانگی تولید جلد‌های چرمی سنتی می‌تواند شامل طیف وسیعی از تمایلات مشتریان در مجلد ساختن کتاب‌هایشان باشد. بنابراین متولیان این نوع کسب و کار خانگی بایستی از نظر صلاحیت، تجربه و ذوق هنری در حد خوبی باشند و قادر به بهبود وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی مشتریان خود باشند.



## روند کار در این حرفه

**ساخت جلد کتاب:** پس از ساختن عطف یا ته‌بندی کتاب (که در پیوست توضیح داده شده است) باید جلدی برای محافظت از اوراق کتاب تهیه و نصب شود. امروزه تهیه جلد کتاب به صورت دست‌ساز با کاغذ شُمیز (از کاغذ معمولی ضخیمتر و از مقوا نازکتر است) و چرم انجام می‌شود. نفیس‌ترین نوع جلد از نوع جلد تمام چرم است که نحوه ساخت جلد تمام چرم را توضیح می‌دهیم:

این نوع جلد برای کتاب‌های با ارزش که نیاز به استحکام زیاد دارند و یا به طور دائم مورد استفاده قرار می‌گیرند ساخته شده و معمولاً به صورت تک جلدی و سفارشی انجام می‌شوند.

برای تهیه این نوع جلد، ابتدا به اندازه طول و عرض کتاب، مقوا و به اندازه عطف کتاب، شُمیز بریده و آماده می‌شود. بعد از آن به وسیله گوشه‌گردکن، گوشه‌های جلوی مقوای پشت و روی جلد را گرد می‌کنند (منظور ما گوشه دو طرف جلوی هر مقواست). پس از آن چرم را روی میز پهن می‌کنند و مقوای جلد و شُمیز عطف را به طوری که هر مقوا با شُمیز عطف، نیم سانتیمتر فاصله داشته باشد، قرار می‌دهند و چرم را به فاصله دو سانتیمتری برای حاشیه برگردان، علاوه بر طول مقواها و شُمیز، می‌برند و دورتا دور لبه چرم بریده شده را برای اینکه موقع برگرداندن لبه آن ضخامت چندانی نداشته باشد، با شِفره، نازک می‌کنند. سپس چرم را با قلم‌مو چسب زده و مقواها و شُمیز را

می‌چسبانند و روی چرم را با دست می‌کشند تا هم چرم خوب بچسبند و هم فرورفتگی بین شمیم و مقوا آشکار شود البته برای این کار از اسکور نیز استفاده می‌کنند. حالا لبه‌های چرم را به‌داخل برمی‌گردانند و با مشته می‌کوبند تا چرم به مقوا بچسبند و پس از آماده شدن جلد، آن را به مدت چند دقیقه، زیر پرس گذاشته تا کاملاً سطح چرم به مقوا بچسبند. برای طلا کوبی نوشته‌ها و اشکال روی جلد و عطف کتاب، هم می‌توان قبل از چسباندن جلد به کتاب و هم بعد از آن اقدام نمود. در این مرحله عملیات جلدسازی به‌پایان می‌رسد.

به هر حال پس از این مرحله و در حالی که جلد آماده شده است، مقوای داخل جلد را با قلم‌مو چسب زده و کتاب را طوری داخل جلد قرار می‌دهیم که آستر بدرقه کاملاً و به‌طور مناسب در داخل جلد قرار گرفته و به جلد بچسبند. سپس کتاب آماده شده را مدتی زیر پرس قرار می‌دهیم تا جلد و آستر بدرقه به‌خوبی به‌هم بچسبند. بعد از این مدت پرس را باز می‌کنند. در اینجا مرحله عطف‌سازی یا ته‌بندی، جلدسازی و جلدگذاری به‌پایان رسیده است و کتاب آماده شده و می‌توان از آن استفاده کرد.

### صنعتگران این پیشه

این حرفه طوری است که حتی یک نفر با داشتن ابزارهای لازم، قادر به انجام تمام مراحل آن خواهد بود. این در حالی است که در کارگاه‌های بزرگ و مراکز صنعتی این پیشه، گاهی چند ده یا چند صد تن در حال انجام کارند.



### زمینه اقتصادی این پیشه

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

### زمینه اجتماعی این پیشه

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

### زمینه فرهنگی این پیشه

این پیشه در حوزه فعالیت‌های فرهنگی-هنری قرار می‌گیرد. در اهمیت و جایگاه فرهنگی این پیشه همین بس که نوشته‌اند: «یکی از هنرهایی که ایرانیان در آن تبحر زیاد داشته‌اند ساختن جلد‌های زیبا برای کتب خطی بوده است. امروزه نمونه‌هایی از جلد‌های چرمی ساخت ایران در موزه‌های بزرگ دنیا موجود است که هر کدام بیش از چند مقاله و کتاب، ذوق هنری پدران ما را به خارجیان معرفی می‌نماید. در حقیقت مردمی که از این کتاب استفاده می‌کردند از دو جهت لذت می‌بردند: یکی از جهت مطالبی که در آن موجود بود، دیگر از جهت ارضاء حس زیبایپرستی که در تمام امور پدران ما دخالت داشت.»

در جایی دیگر می‌خوانیم: «نمونه‌ها و آثاری از هنرمندان جلدساز قرن هشتم و نهم هرات و دیگر شهرهای ایران آن روز که در جریان نابسامانی‌های مختلف، از گزند حوادث جان سالم بدر برده است حاکی از نبوغ خلاق و قدرت تصویر بیکران هنرمندان ایرانی است تا آنجا که بدون تردید می‌توان گفت در هنر آراستن جلد کتاب از نظر رعایت دقایق فنی و ظرایف تزئینی هرگز هنرمندان هیچ کشوری از جهان به پای هنرمندان ایرانی نرسیده‌اند.»



### پیشینه جلدسازی چرمی سنتی

تاریخ جلدسازی را مقارن با شکل‌گیری کتاب باید دانست. اولین کتابی که در جهان نوشته شد (به عنوان یک مبحث کامل) در خرابه‌های شهر نینوا (در شمال عراق) همراه با ۲۵۰۰ لوح گلی پدید آمد که به نام «گیل‌گمش» (نوشته‌ای مربوط به زندگی و تمدن ۵۰۰۰ سال پیش مردم بین‌النهرین) نامیده شد. از همین زمان، مسأله نگهداری این الواح مورد توجه قرار گرفت.

سومری‌ها الواح گلی را در طاقچه‌های مخصوص ۴۵ سانتیمتری نگهداری می‌کردند، چینی‌ها نوشته‌های کاغذی خود را به صورت جناقی تا می‌زدند، هندی‌ها نوشته‌های خود را که بر روی برگ بود به وسیله نخ به هم می‌دوختند و مصری‌ها نوشته‌های خود را که به شکل طومار بود به دور یک چوب استوانه‌ای می‌پیچیدند.

در مصر طومارهای پاپيروس جای خود را به ورق‌های پاپيروس و پوست مستطیل شکل داد که صفحات کتاب‌ها از یک طرف به یکدیگر دوخته می‌شدند و با جلدهای محکم پوشیده می‌شدند. با گذشت زمان و پیشرفت در دباغی پوست، چرم‌های نازکی روی جلدها کشیده شد و با طرح‌های طلایی زینت داده شدند. مصر، بدون شک مرکز اصلی جلدهای چرمی بوده است.

در آسیای میانه نیز، از زمان بسیار قدیم، سنت کتاب‌سازی و جلدسازی وجود داشته است. بنابر قدیمی‌ترین روایات، کتاب اوستا بر پوست گاو نوشته شد که فردوسی آن را شامل هزار و دویست فصل بر الواح زرین ذکر کرده است.

دو قرن پس از آن که قرآن بر برگ نخل و استخوان نوشته می‌شد، این کتاب آسمانی به خط کوفی بر روی پوست و کاغذ نوشته شد و از این زمان کتاب‌سازی و جلدسازی رو به کمال نهاد.

رشد روزافزون تولید کتاب در سراسر جهان موجب گردید ماشین‌هایی ابداع شود (قرن ۱۹) که عمل صحافی را سرعت بخشید. با به‌کارگیری این قبیل ماشین‌ها، صحافی دستی و سنتی رو به زوال گذاشت و از سوی دیگر زمینه را برای پیشرفت‌های تازه در صحافی ماشینی و اختراع دستگاه‌های جدید فراهم آورد. صحافی ماشینی پیشرفته امروزی با سرعت ۵۰۰۰ نسخه در ساعت (می‌توان به دو برابر نیز افزایش داد) تمام اعمال مربوط به صحافی را به صورت خودکار انجام می‌دهد و حتی برای توزیع نیز آنها را بسته‌بندی کند. اما این امر هرگز جلدسازی چرمی سنتی را خدشه‌دار نکرد و هنوز هم اقبال به سمت این نوع جلدسازی در افراد و مسئولین کتابخانه‌های بزرگ و معروف وجود دارد. همانطور که بیان شد قدیمی‌ترین جلد کتاب در دوره اسلامی متعلق به مصر است که متعلق به قرن دوم هجری است. در دوره سلجوقیان هنر تجلید همراه با تذهیب رونق گرفت و از کاغذ و مقوا در جلدسازی‌های این دوره استفاده شده است.

در دوره تیموریان هنر تجلید رواج بسیار داشته و بهترین کارهای صحافی و تجلید کتاب متعلق به این دوره است در همین دوران و در هرات این هنر به حد کمال خود رسید. در این دوران قسمت خارجی جلد معمولاً دارای تزیینات فشاری بوده است و بخش‌های داخلی، طرح‌های بریده شده روی زمینه آبی قرار دارد و عناصر تزیینی به صورت ترنج و گل و گیاه است و

حیواناتی چون عنقای چینی در آن دیده می‌شود. در این دوره به جای نقوش هندسی، مناظر طبیعی و حیوان و پرنده در نقش جلد با کمال دقت ترسیم شده است. در دوره تیموریان غیر از هرات، مشهد، سمرقند، مرو، بلخ، نیشابور، شیراز و تبریز نیز از مراکز این فن بوده‌اند.

در دوره صفوی این شیوه ادامه یافته و برای نقش در تذهیب، از روش ضربی (فشاری) و برای آستر جلد و چرم جلد از کاغذ روغنی استفاده می‌شده است. در این دوره طلاکاری بیش از دوره تیموری به کار رفته است.

در دوره صفوی از فشار دست برای تجلید و پرس استفاده نمی‌شد، بلکه از قالب‌های مسی و فولادی استفاده می‌شده است. در واقع تهیه جلد کتاب در عهد صفوی به دنبال رشد صنایع و فنون، شکل صنعتی‌تر به خود می‌گیرد. از این رو سرعت بیشتری در تهیه جلد کتاب بوجود می‌آید. این شکل از جلدسازی به نام جلد لاکمی معروف است. اما تهیه جلدهای چرمی نیز همچنان ادامه می‌یابد، ولی به جای استفاده از فشار دست بر چرم، از قالب‌های بزرگ فولادی استفاده می‌شده است. آستر کتاب را هم اکثراً طلاکاری می‌کرده‌اند، البته به جرأت می‌توان گفت در این دوره در رنگ‌های زمینه آستر کتاب نیز تنوع بیشتری بوجود آمده است. چنانچه استفاده از رنگ‌هایی مثل قرمز، سیاه، بنفش و سبز در آستر جلد کتاب در این دوره تازگی دارد.

پیوند میان نقاشی و نیز نقش‌های تذهیب و نقوش روی جلد کتاب در عهد صفوی بسیار زیاد است. اما این نقش‌ها هنوز مایه‌هایی از هنر چینی را با خود دارند، از طلاکاری نیز در پشت جلد و گاه در آستر جلد بیشتر از گذشته استفاده می‌شده است، گاه نیز نقوش اسلیمی با شکل ترنج در پشت جلد در این دوره به کار می‌رفته است. ترنج نقشی مرکزی است که بیشتر در قالی بافی استفاده می‌شده و نقش اسلیمی عبارت از نقشی حلزونی‌دار است که خط اصلی طرح آن را با گل‌ها و گیاهان تزیین می‌کنند. هنر جلدسازی در این عهد مثل دیگر هنرها استقلالی نسبی دارد و یا در مواردی نام طراح و جلدساز در جلد کتاب و یا صفحات آخر کتاب دیده می‌شود.

از این رو می‌بینیم که جلدسازی نیز حرفه‌ای هنری محسوب می‌شود. از جلدسازان مشهور این عهد باید از استاد محمد نام برد. در عهد صفوی هر چند جلد لاک‌ی رایج می‌شود، ولی ارزنده‌ترین جلد‌های این عهد همان جلد‌های چرمی هستند.

از جمله نقش‌های معروفی که در دوره قاجاریه دیده می‌شود، نقش گل و مرغ است. از دیگر روش‌های تجلید در دوره قاجاریه، می‌توان به استفاده از مخمل و مخمل طلاکوب در مجلد کردن اشاره نمود. در واقع می‌توان گفت در عهد زندیه و قاجاریه و پس از آن با رواج چاپ ماشینی، اعتبار و ارزش گذشته جلدسازی تحت‌الشعاع رشد صنعتی کتاب قرار می‌گیرد و در عهد

زندیه و قاجاریه جلدهای لاکمی مورد توجه هنرمندان است. در این دوران نقشهایی که بر این جلدها نقاشی می‌شود اکثراً همان نقاشی‌های «گل و مرغ» است.

به طور کلی انواع پشت جلدهای دیگر این عصر یا از چرم است و یا از مخمل. اما متأسفانه جلدهای چرمی در این ادوار ارزش چندانی ندارند، ولی همچنان کم و بیش مورد توجه بوده‌اند. اما از این پس کتاب و کتاب‌آرایی به شیوه گذشته رو به افول می‌گذارد و ارزش کتاب در روند ماشینی و انتشار وسیع آن مطرح می‌گردد. اما ذوق مردم ایران زمین سبب می‌شود تا آنها در عصری که اکنون در آن زندگی می‌کنیم نیز خواهان کتب ارزشمند خود با مجلد چرمی باشند. البته این که کتاب‌های زیبا و ارزشمند محفوظ بمانند امر تازه‌ای نیست. همانطور که گفته شد، حتی در دوره فرعون‌های مصر، جلد کتاب مورد توجه بوده و این پادشاهان برای تجلید مناسب کتاب‌های بزرگ و کوچک از هیچ تلاشی دریغ نمی‌کرده‌اند. امابه جرأت می‌توان گفت این فن پس از اسلام و به خصوص در دوران پادشاهان تیموری به اوج خود رسیده است.

### **نقوش به کار رفته برای تزیینات جلدها**

نقش‌هایی که از پشت جلدهای قرن‌های اولیه هجری به دست آمده، بیشتر تحت تاثیر جلدسازی مصر علیا بوده و همین شیوه تا عهد سلجوقی نیز

ادامه داشته است. به طور کلی می‌توان گفت، نقوشی که در این جلدها به کار رفته بیشتر نقش‌های هندسی است.

در دوره‌های بعدی به خصوص در عهد تیموری، نقش‌ها بیشتر تحت تاثیر عناصر هنر چینی بوده است. هم چنین در پشت جلد، نقش‌های طبیعی و گیاهی به کار می‌رفته است. در دوره صفویه بیشتر از نقش ترنجی استفاده شده که شامل یک نقش مرکزی است که بیشتر در قالبیافی کاربرد داشته است. در این طرح اغلب در دو سر ترنج، دو طرح قرینه کوچکتر به نام «سرترنج» قرار می‌گیرد.

هم چنین نقش اسلیمی نیز در دوره صفویه استفاده می‌شده است، نقش اسلیمی عبارت است از نقش حلزونی وار که خط اصلی طرح آن را با گل‌ها و گیاهان تزئینی می‌پوشانیدند و تزئین می‌کردند.

در واقع اسلیمی طرح تزئینی و تجریدی از ساقه و شاخه‌های درختان یا جانوران مختلف است، ولی امکان دارد از نقوش و خطوط هندسی و حتی حروف نیز در آن استفاده شود.

از گیاهان عمدتاً ساق و برگ مو، کنگر، انار، نخل و انجیر و از جانوران بیشتر خرطوم فیل و دهان اژدها و پیچش و خمش مار مورد استفاده قرار می‌گرفته است. برگ نیلوفر، بوته ترمه، گره درهم و... طرح‌های دیگری است

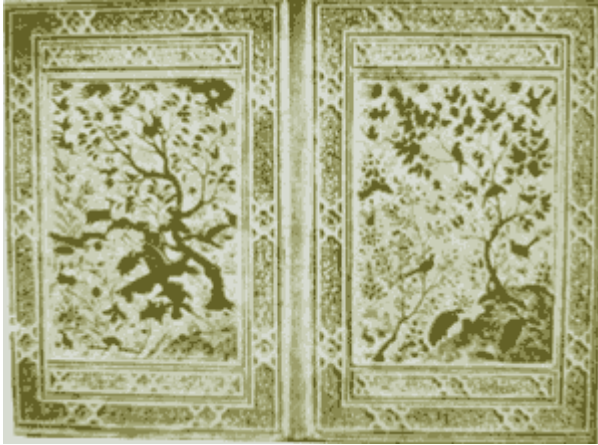


که در اسلیمی به کار رفته است. در دوره زندیه و قاجاریه هم بیشتر از نقش گل و مرغ استفاده می‌شده است.

با توجه به مطالب گفته شده و از آثار موجود در موزه‌های داخلی و خارجی و همچنین مجموعه‌های خصوصی چنین استنباط می‌شود که تا بعد از دوره سلجوقیان، کلیه کتاب‌های خطی ایرانی دارای جلد چرمی ساده یا ضربی و فاقد هر نوع تزئینات اسلیمی بوده است. در دوره ایلخانیان مغول نیز که شهر هرات مرکز عمده تحقیقات و تألیفات بوده، جلد کتب عادی معمولاً چرمی ساده یا ضربی بوده و برای تزئین کتب از نقوش اسلیمی، استفاده می‌کردند.

در خصوص تاریخچه چرم‌سازی باید گفت: چرم‌سازان قرون وسطی در ساختن چرم‌های ظریف و زیبا مشهور بودند. «ابن حوقل» از تاریخ‌نویسان که در سال ۹۵۰ میلادی از خراسان دیدن کرده، از چرم‌های ظریف پوست بزى که چرم‌سازان «گورکان» در نزدیک «مرو» می‌ساختند و به نام «سختیان» شناخته شده بود بسیار تعریف کرده و گفته است که فرآورده این چرم‌سازان به سراسر کشور فرستاده می‌شود.

«شاردن» صنعت دباغی و چرم‌سازی، و چرم ساغری ایران را که در زمان او به هندوستان و خاور نزدیک صادر می‌شد، این‌گونه توصیف کرده است: «این صنعتی دستی است که ایرانیان در آن از همه استادترند».



### جلدسازی چرمی سنتی

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که از این طریق افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. از این رهگذر جلدسازی چرمی سنتی می‌تواند از جمله مشاغل پر درآمد باشد که می‌تواند شما را در منزل صاحب شغلی پر درآمد کند. زیرا همانطور که می‌دانیم اهمیت حفظ، نگهداری و تزئین کتب دست نویس علما و دانشمندان و نیز کتب ارزشمندی همچون قرآن، باعث بوجود آمدن هنری بنام جلدسازی شده است. امروزه نیز بسیاری از افراد خواهان این هنر زیبا و به یادماندنی هستند. البته صحافان

هنرمند، به ساختن جلد با استفاده از چرم بسنده نکرده و نهایت هنر خود را در تزیین جلد کتاب به کار برده‌اند و در این راستا برای تزیین جلد کتاب‌ها از روش؛ سوخت چرم، طلاکوبی و نقاشی روی چرم بهره گرفته‌اند.

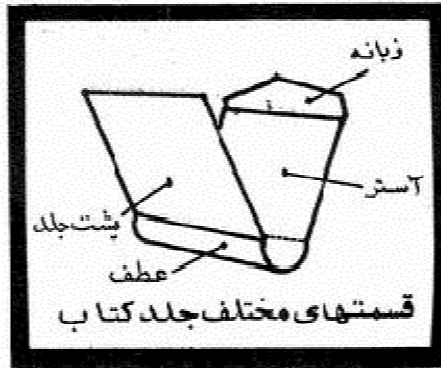
البته با توجه به این که امروزه همچون گذشته چرم جایگاه و اهمیت خاصی نزد هنرمندان، صنعتگران و نیز مردم عادی پیدا کرده است، از آن می‌توان برای مجلد ساختن قرآن و سایر کتب ارزشمند در نزد مشتریان خود استفاده نمود.

در گذر زمان و با گسترش کسب و کارهای خانگی جلدسازی چرمی سنتی بسیاری از آقا دامادها علاقمند خواهند شد قرآن سر سفره عقد خویش را با مجلد چرمی به عروس خانم هدیه کنند. در این میان حتی بسیاری از خانواده‌ها نیز که سال‌ها قبل زندگی مشترک خود را آغاز نموده‌اند می‌توانند از مجلد چرمی زیبای قرآن مجید برای سفره هفت سین خود استفاده نمایند و حتی به عنوان هدیه به دیگران مجلد چرمی قرآن حکیم را هدیه کنند و منادی گسترش فرهنگ انس با قرآن در خانواده‌ها شوند. کسب و کارهای خانگی جلدسازی چرمی سنتی می‌تواند دست نوشته‌ها و کتب ارزشمند را بنا به خواست مشتریان خود مجلد نماید. البته به جرأت می‌توان گفت در نزد ایرانیان، کتاب و دست نوشته‌ها و دل نوشته‌ها از زمان‌های قدیم مفهومی خاص داشته است. زیرا علاوه بر مطالب موجود در آنها که اهمیت بسیار

داشته است، خط و خوشنویسی، تزیینات و تذهیب و از همه مهمتر صحافی و نگهداری آن اهمیتی خاص داشته و همین امر باعث به وجود آمدن فنون مختلف در زمینه کتاب آرایی و همچنین هنرمندانی ماهر در این زمینه گردیده است.

از آن چه گفته شد می‌توان این گونه استدلال نمود که از گذشته تا کنون کتاب‌آرایی نوعی ارزشگذاری بر کتاب بوده است. از این رو نه تنها خوشنویسی و مصدرسازی، بلکه تذهیب و تجلید نیز اهمیت داشته است. همه این هنرها و فنون در ارزش گذاری معنوی کتاب موثر بوده‌اند و صرفاً کارکرد تزیینی نداشته‌اند. به عبارتی دیگر ارزشگذاری معنوی بر یک کتاب، پس از خطاطی و تذهیب و نقاشی، با صحافی و جلد کردن آن کامل می‌شده است. جلد کتاب در عین این که برای حفظ اوراق کتاب بوده، با منقوش ساختن آن ارزشگذاری بر کتاب بیشتر جلوه می‌کرده است.

برای به وجود آمدن کتب خطی، خطاطان در رسام تلاش و کوشش اعجاب انگیزی می‌کردند و کار آنان در تولید و فراهم آوردن کتاب و نسخه خطی با عمل صحاف تکمیل می‌شد. زیرا که مسوولیت حفظ اوراق کتاب از گزند زمانه و تهیه جلدی که شایسته محتویات آن باشد، به عهده صحاف بوده و هست. کتاب‌های گرانبها در مرحله آخر محتاج به صحافی هستند و این احتیاج موجب رونق فن مجلدگری در طول دوران زندگی بشر شده است.



به طور کلی جلد کتاب از بخش‌های مختلفی تشکیل شده است که عبارتند از:

- پوشش بیرونی جلد یا «پشت جلد»
  - پوشش داخلی جلد یا «آستر»
  - عطف جلد
  - زبانه جلد که روی جلد تا می‌شود.
- البته تزئین و آرایش کتاب منحصر به جلد خارجی کتاب و لبه آن نبوده، بلکه قسمت داخلی جلد یا آستر آن نیز معمولاً تزئین و نقاشی می‌شده است. به جرأت می‌توان گفت مهمترین موادی که برای تجلید کتاب به کار می‌رفته چرم بوده است. در اواخر دوره صنایع اسلامی، مقوا مرسوم شد، ولی

صحافان قدیم منحصرأً برای جلد کتاب چرم را به کار می‌بردند و با آن که مواد دیگری نیز بعدها مرسوم شد، اما چرم به هیچ وجه اهمیت خود را از دست نداد. زیرا چرم هم دارای خاصیت شکل‌پذیری است و هم بادوام است. به علاوه چرم نرم را به خوبی می‌توان نقش کوبی کرد و این امر سبب می‌شود که هنرمند از کار مجلد خود یک شاهکار خلق کند.

### مواد لازم برای جلدسازی چرمی سنتی

کاغذ، مقوا، چرم، چسب، شیرازه، نخ، پارچه، طلا، نقره و غیره، از مواد مورد نیاز این پیشه است.

**کاغذ:** برای تهیه کاغذ از طیف وسیعی از مواد استفاده می‌شود:

- ۱- کاغذهای باطله، پارچه‌های کهنه و ضایعات الیاف
- ۲- الیاف گیاهی درختان پهن‌برگ و سوزنی‌برگ
- ۳- الیاف گیاهی مثل کنف، کتان، نیشکر، نی و...
- ۴- الیاف حیوانی مثل پشم و چرم
- ۵- الیاف معدنی مثل شیشه
- ۶- الیاف شیمیایی مثل ویسکوز و سانتز که همگی از طبیعت استخراج می‌شوند.

**مقوا:** برای تهیه مقوا از خمیر کاغذهای فرسوده، لباس‌های پنبه‌ای مندرس و پارچه چلوار استفاده می‌شود. این مواد معمولاً از ضایعات زندگی مردم تهیه می‌شوند.

**چرم:** از پوست حیوانات تهیه می‌شود و منبع آن طبیعت است.

**چسب:** چسب سفید مخصوص صحافی، سریش و سریشم از انواع چسب مورد استفاده در صحافی است که به صورت طبیعی و صنعتی تولید می‌شوند.

**شیرازه:** نوار پارچه‌ای باریکی است به ضخامت ۱ تا ۱/۵ سانتیمتر که به صورت صنعتی و سنتی تهیه می‌شود.

**نخ:** از نوع پرک و نایلون آن در صحافی استفاده می‌شود که هم به صورت صنعتی و هم سنتی تهیه می‌شود.

**پارچه:** از نوع پنبه‌ای آن در صحافی برای چسباندن عطف کتاب استفاده می‌شود.

**طلا و نقره:** برای طلاکوبی و نقره‌کوبی نوشته‌ها و اشکال روی جلد استفاده می‌شود که به صورت ورقی تهیه می‌شود. در واقع لایه‌ای از طلا و نقره روی ورقی نایلونی اندود شده است و پس از استفاده بر روی جلد از ورق نایلونی جدا می‌شود.

## ابزارهای مورد نیاز برای این کسب و کار

سنگ، قید، کارگاه، اُسکور، مُشته، پرس، شِفره، گوشه‌گردکن، ماشین برش، مقوایی، گیره طلاکوبی، گارسه، حروف فلزی، داغی، چاقو، قیچی، ماشین دوخت مفتولی، قلم‌مو، ارّه، چراغ، سوزن و نخ، درفش، خط کش، خودکار، مقوای صاف، میله گرد، کِش، چکش و سنگ تیزکن تمام ابزاری است که در حال حاضر در صحافی‌های سنتی از آن استفاده می‌شود البته امکان دارد از ابزار دیگری علاوه بر موارد مذکور در گذشته استفاده می‌شده که در حال حاضر از آن بهره‌گیری نمی‌شود.

- برای آشنایی با بعضی از ابزارهای مربوط به پیشه صحافی که نیاز به توضیح دارد در اینجا نحوه استفاده از آنها به طور مختصر تبیین می‌شود:

**سنگ:** در صحافی از سنگ مرمر به عنوان زیردستی استفاده می‌کنند. ابعاد این سنگ معمولاً  $35 \times 40$  سانتیمتر یا بیشتر به ضخامت ۱۵ سانتیمتر است.

**قید:** قید وسیله‌ای است چوبی به طول ۵۰ تا ۱۰۰ سانتیمتر که برای اره کردن، طلاکوبی و چسب‌زدن به عطف کتاب، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

**اُسکور:** یا کاغذ تاه‌کن، ابزاری است چوبی به پهنای ۴ در ازای ۱۰ و قطر ۳ سانتیمتر که از کناره آن برای تاکردن کاغذ و چسباندن لبه‌های چرم به مقوا استفاده می‌شود.



**مُشته:** جسمی است برنجی شبیه به دسته هاون با ارتفاعی کمتر و سطح مقطع بزرگتر برای کوبیدن و گردگردن عطف کتاب و کوبیدن چرم، پس از چسباندن روی جلد مقوایی، استفاده می‌شود.

**شیفره:** کارد آهنی پهنی است با دسته چوبین و لبه بسیار تیز که برای نازک کردن و تراشیدن لبه پشت چرم استفاده می‌گردد.

**گارسه:** جعبه‌ای است چوبی به ابعاد ۱۰۰×۸۰ سانتیمتر و به عمق تقریبی ۵ سانتیمتر با خانه‌های متعدد (حدود ۱۶۰ خانه) که در هر یک از آنها تعداد زیادی از یک حرف یا علامت یا عدد، برای طلاکوبی قرار دارد.

**داغی:** یا خطازن وسیله‌ای است برنجی با دسته چوبی و لبه‌ای نسبتاً باریک که برای داغ کردن و خط زدن چرم روی جلد یا عطف کتاب استفاده می‌شود.



### شیوه استفاده از چرم برای تجلید

برای تزیین جلد کتاب طروق مختلفی به کار می‌رود. یکی از این روش‌ها این است که چرم زیر فشار قرار داده می‌شود و طرح‌هایی بر روی آن با طلا

و یا بدون طلا نقش می‌بندد. در قسمت داخلی یا آستر جلد، طرح‌های بریده از چرم و کاغذ بر ورق زمینه رنگی قرار داده می‌شود.

در این میان نقش‌اندازی بر جلد کتاب‌ها به شکل‌های گوناگون انجام می‌شود، ولی در همه شیوه‌ها می‌بایست چرم پشت جلد تحت فشار قرار گیرد تا شکل مورد نظر ایجاد شود. وقتی چرم شکل گرفت، شیارهای خالی را می‌توان با طلاکاری پر نمود. در قسمت داخلی یا آستر جلد، برای نقش‌اندازی از طرح‌هایی که بر روی کاغذ یا چرم بریده شده، می‌توان استفاده کرد. روی عطف کتاب هم به همان شیوه پشت جلد می‌توان کار کرد.

در جلدسازی چرمی سنتی شیوه کار به مانند روزگاران گذشته است شیوه کار به این شکل بوده است که ابتدا چلوار را به سریش آغشته می‌کردند، سپس آن را به اندازه دلخواه چندان نموده و با مشتم می‌کوبیدند و از آن مقوایی محکم و بادوام می‌ساختند که عمری فوق‌العاده زیاد داشت و به آسانی قابل قطعه قطعه شدن نبود.

در روشی دیگر، ابتدا کاغذهای باطله و تکه‌های منسوجات پنبه‌ای را در حوضچه‌ای که در داخل آن مقدار زیادی «شوره» بود، می‌ریختند و سپس آن را بوسیله پارو به هم می‌زدند و با کمک وسیله‌ای گوشت کوب مانند که به کوبه شهرت داشت آن را می‌کوبیدند و هر بار مقداری سریش به آن می‌افزودند تا بصورت خمیری قهوه‌ای رنگ و چسبنده درآید. سپس خمیر را

از حوضچه خارج ساخته و مجدداً سریش به آن افزوده و ماده حاصله را در کیسه پارچه ریز بافتی می‌ریختند تا مقداری از آبش گرفته شود. آن گاه خمیر را روی پارچه‌ای که بر سطحی هموار می‌گستراندند می‌ریختند و با مال‌های چوبی آن را صاف و هموار می‌کردند و پس از خشک شدن، کاغذی ضخیم، اما نرم به دست می‌آوردند که به کاغذ «پیزوری یا ذرتی» شهرت داشت و دارای رنگ نخودی مایل به خاکستری و شبیه کاغذهای خشک کن امروزی بود. جلدسازان بعد از تهیه صفحات کاغذ، چند برگ از آنها را بر روی یکدیگر می‌چسباندند و با مشت می‌کوبیدند و به این طریق مقوایی فشرده بدست می‌آوردند. آنگاه آن را به اندازه دوطبله جلد چنان می‌بریدند که به غیر از سمت عطف، از طرف‌های دیگر حدود پنج میلی‌متر بزرگتر از اندازه صفحات کتاب باشد. بعد پشت روی آن را با سمباده می‌زدند تا کاملاً صاف و هموار گردد.

سپس با سوهان نرم و رنده ریز، لبه‌هایش را چنان می‌ساییدند که ضمن رسیدن به قطع و اندازه دلخواه، تیزی گوشه‌هایش نیز گرفته شود. در مرحله بعد، دو تکه چرم را که کمی پهن‌تر از عطف کتاب بود آماده ساخته و قسمت‌هایی از آن که ضروری بود تا طبله‌ها می‌چسباندند به گونه‌ای که چرم قسمت عطف و سطح طبله‌های جلد، سطحی یکنواخت داشته باشد. بعد از انجام این مراحل بود که کار اصلی یعنی تزئین جلد آغاز می‌شد. برای این

کار، ابتدا سطح کار را با رنگی متناسب و اکثراً زرد تیره یا یشمی، زیرسازی نموده و با روغن کمان که حاصل صمغ درخت سرو وحشی و روغن برزک بود، می‌پوشانند و قبل از آن که روغن کاملاً خشک شود مقدار «داریا» که از سنگ‌های کوارتز و دارای رنگ‌های مختلفی است، سائیده و بر روی سطح کار می‌پاشیدند و سپس غلطکی چوبی بر روی آن می‌غلطاندند تا سوده‌ها در روغن کمان بنشینند و رویه جلد هموار گردد و در نهایت آن را مجدداً با روغن کمان می‌پوشانند و برای تذهیب یا نقاشی در اختیار مینیاتورسازان و مذهبان قرار می‌دادند.

### انواع جلد‌های چرمی سنتی:

- ۱- جلد ضربی: برای ساخت جلد ضربی، ابتدا روی زمینه چرم نقوش را می‌کشند، سپس با فلز، منقوش روی چرم را می‌کوبند تا چرم حالت نقش برجسته بگیرد.
- ۲- جلد زرکوب: بعد از کشیدن چرم روی زمینه، طرح یا نوشته موردنظر را کلیشه کرده و به وسیله آن طرح را با بکار بردن ورقه‌های طلا روی جلد پرس می‌کنند.
- ۳- جلد سوخت: بعد از کشیدن چرم روی زمینه، فلزی که حاوی نقش دلخواه است، را داغ می‌کنند و با فشار بر چرم جلد، نقش برجسته به

دست می‌آید. سوخت یا سوخته کاری هنری قدیمی است که اولین بار برای تزیین کتاب‌های نفیسی چون قرآن و غالباً قرآن‌های قدیمی به کار گرفته شده است.



### انواع چرم و کاربردهای آن

#### چرم مراکش

این نوع چرم با محکمترین انواع چرم‌ها برابری می‌کند. در عین حال، بسیار نرم و قابل انعطاف است. از این نوع چرم بیشتر برای صحافی کتاب‌ها استفاده می‌شده است. امروزه نیز بنا به خواست مشتری این چرم برای تهیه کالاهای چرمی ظریف مانند کیف‌های زنانه، کیف‌های دستی و جیبی مردانه و مجلد کتاب‌ها استفاده می‌شود.

## چرم اسپانیایی

این نوع چرم، در واقع نوعی چرم مراکشی است. امروزه این نوع چرم‌ها را از پوست اسب با کیفیت مرغوب به روش پوست پیرایی گیاهی تولید می‌کنند. چرم تولید شده بسیار محکم و همچنین ضد آب است. امروزه از این چرم بنا به خواست مشتری، در ساخت کفش‌های مردانه مرغوب و همین‌طور مجلد کتاب‌ها استفاده می‌شود.

## چرم روسی

همانطور که از نام این نوع چرم بر می‌آید، نخستین بار در روسیه تهیه شده است. در گذشته عمل پوست پیرایی آن با استفاده از پوست درخت‌های بید و غان انجام می‌شد. این نوع چرم با بوی خوشایندی که داشت، شناخته می‌شد که به بوی خوش روغن درخت غان مربوط است. امروزه تولید این گونه چرم، دیگر مخصوص کشور روسیه نیست و در بسیاری از کشورها با استفاده از مواد پوست پیرایی گیاهی، تولید می‌شود. از این نوع چرم با توجه به خواست مشتری برای مجلد کتاب‌ها، ساخت کیف بغلی، چمدان و لباس استفاده می‌شود.

به طور کلی، بیشتر چرم مورد نیاز برای مجلد کتاب‌ها، از پوست حیوان‌هایی مانند گاو، گوسفند، بز و خوک به دست می‌آید.

میشن؛ پوست گوسفند

چرم گوسفند که به میشن معروف است، دارای استقامت کم و حالت شل و ول است. این چرم پس از چند سال، خودش را می خورد و به تدریج پوسیده می شود. بهترین مصرف میشن در تهیه کت های چرمی و دستکش است. اگر مشتریان شما این چرم را مدنظر داشتند شما می توانید اطلاعات بالا را به آنها بدهید ولی در هر صورت خواست مشتری مبنای جلدسازی چرمی سنتی شماست.

تیماج؛ پوست بز

تیماج که از پوست بز به دست می آید، دارای مقاومت بسیار زیاد است و به خاطر بافت ریز و دانه دانه آن، حالت زیبایی دارد. بعضی کتاب ها که حدود ۱۲۰ سال پیش با تیماج جلدسازی شده اند، هنوز سالم هستند.

خرم؛ پوست گوساله

چرم گوساله که خرم نامیده می شود، دارای سطحی صاف است و مقاومتر از تیماج است. این چرم به خاطر ابعاد بزرگ خود برای کارهای بزرگتر مناسب است و به اصطلاح به این ابعاد چرم می گویند "میدان" دارد.

ساغری؛ پوست الاغ

ساغری که در ادبیات ما از آن بارها نام برده شده، از پوست الاغ به دست می آید. این چرم از نظر مقاومت و زیبایی و خوشدستی معروف است و برای

صحافی جلد کتاب یکی از بهترین انواع چرم است. دارای خط چروک‌های بلند است و ضمناً کم چربی‌ترین پوست‌هاست.

#### پوست گاو میش

پوست گاو میش که در اندازه‌های بسیار بزرگ است، دارای چروک‌های کوچک و نامنظم است که زیبایی آن بر روی جلد کتاب بسیار دلفریب است. که البته این حیوان‌ها را بیشتر به خاطر گوشت آنها پرورش می‌دهند. در واقع پوست آنها، یک فرآورده فرعی به حساب می‌آید. اما حیواناتی هم هستند که تنها به خاطر استفاده از پوستشان شکار می‌شوند. از جمله این حیوانات می‌توان به مار، مارمولک، سوسمار و کروکودیل اشاره کرد.

#### پوست مار و مارمولک

این نوع پوست، بسیار نازک و در عین حال محکم است. وقتی که پوست پیرایی می‌شود، ترک نمی‌خورد و آب‌رفتگی و کشیدگی پیدا نمی‌کند و دوام و استحکام زیادی دارد. پوست مارمولک‌ها، گرانتر از پوست مارها است. از یک مارمولک می‌توان حدود ۳۰ سانتیمتر مربع پوست بدست آورد.

#### پوست کروکودیل‌ها و سوسمارها

این حیوانات، پوست زیبایی دارند. پوست سوسمار، بیشتر از پوست کروکودیل مورد استفاده قرار می‌گیرد و برای ساخت چمدان‌های درجه یک،



کیف‌های زنانه و کفش‌های مرغوب درجه یک و در مواردی برای مجلد کتاب‌ها استفاده می‌شود.

#### پوست ماهی

در میان ماهی‌ها، کوسه دارای مناسبترین پوست برای تولید چرم است. چرم موسوم به شاگرین (Shagreen) از پوست این حیوان ساخته می‌شود.

#### پوست پرندگان

پوست پرندگانی که برای استفاده از پر و بالشان پرورش می‌یابند، تنها در صورتی به چرم تبدیل می‌شوند که پرنده، مرده یا کشته شود. نوع بسیار خوب چرم، امروزه از پوست کانگورو والابی (Wallaby) تهیه می‌شود. چرم ساخته شده از پوست این حیوان‌ها برای رویه کفش و در مواردی مجلد کتاب بکار می‌رود و در مقایسه با انواع چرم، محکمترین آنها بوده و هیچ‌گاه ترک بر نمی‌دارد و پاره نمی‌شود.

از پوست شترمرغ نیز چرم بسیار سخت و مرغوب بدست می‌آید که از آن در تهیه کیف و کفش و چمدان در مواردی مجلد کتاب استفاده می‌شود. تقریباً تمام پوست‌های شترمرغ در آمریکای جنوبی بدست می‌آید. چرم‌های حاصل از پرندگان، ماهی‌ها، خزندگان و انواع پستانداران به ندرت در مجلد کتب مورد استفاده قرار می‌گیرد ولی ممکن است برخی از مشتریان شما استفاده از این گونه چرم‌ها را برای مجلد ساختن کتب مورد نظر خود خواستار باشند.

به طور کلی می‌توان گفت که بجز حشرات، کمتر مخلوق چرنده یا خزنده‌ای وجود دارد که نتوان با آن چرم ساخت و آن چه مسلم است این است که پوست بسیاری از حیوانات و حتی پرندگان و خزندگان را می‌توان برای کارهای هنری و جلدسازی مورد استفاده قرار داد.

همانطور که بیان شد برای برخی از جلدهای تزئینی از چرم شترمرغ نیز استفاده می‌شود، که نوعی چرم ظریف و مقاوم و زیباست و خود به خود جای پرها روی چرم تبدیل به نقطه‌های پرننگی می‌شود که بستگی به نوع رنگی دارد که چرم را رنگ می‌کنند. مثلاً اگر رنگ چرم سبز باشد نقطه‌ها، سبز پرننگ می‌شود.

نمونه دیگر، پوست مار است که نوع آماده آن چند دهه پیش از تایلند وارد می‌شد و در قطعاتی به عرض‌های مختلف تا ۳۰ سانتیمتر عرضه می‌شد. البته پوست مار در طبقه‌بندی چرم‌ها قرار نمی‌گیرد.

به این ترتیب چرم حاصل از پوست بسیاری از جانوران به طریقی قابل استفاده است ولی در استفاده از آنها باید جنبه‌های فنی، زیبایی‌شناسی و نیز مهارت صحاف را در به وجود آوردن ظرافت‌های هنری از مد نظر دور نداشت. برای جلدسازی چرمی باید، صحاف، چرم را بشناسد و در انتخاب آن باید با لمس و حس از جنس و از وضع و مسایل مربوط به آن آگاه باشد. این اطلاعات، به انتخاب مناسب‌ترین چرم برای هر کار، کمک می‌رساند. کیفیت

صحافی جلد چرم، ارتباط مستقیمی با میزان شناخت صحاف از ویژگی‌های چرم و حس او از این پدیده طبیعی و نیز مطالعه سبک کار گذشتگان دارد. البته فرآوری چرم و روندهای عملیات فیزیکی و شیمیایی که روی پوست این حیوانات صورت می‌گیرد، مربوط به صنعت چرم‌سازی است. ولی در هر صورت استفاده از چرم در امر صحافی به این سادگی‌ها نیست و احتیاج به زمان طولانی شاگردی کردن در زیر دست استادان توانا دارد و نیز هوشمندی در ابداع و ابتکار که خود سال‌ها فرصت و مهلت لازم دارد پس:

*سال‌ها باید که تا یک سنگ اصلی ز آب و خاک*

*لعل گردد در بدخشان یا عقیق اندر یمن*

همانطور که بیان شد در صحافی نیز مواردی هست که بایستی آنها به خوبی فرا گرفته شود این موارد عبارتند از:

✚ شناخت مواد مورد نیاز و به کارگیری صحیح آنها

✚ شکافتن، مرمت و جزوه‌بندی کتاب

✚ مراحل ته‌دوزی و ته‌بندی کتاب (کتاب‌سازی)

✚ آشنایی با ابزارآلات کتاب‌سازی

سریش (چسب مصنوعی) یکی از ابزارهای کار در صحافی و مرمت است که از ۱۰۰۰ سال پیش به کار گرفته می‌شد و تا امروز نیز از این شیوه به شکل سنتی استفاده می‌شود زیرا این چسب سنتی است و به کتاب آسیب

نمی‌رساند. یک صحاف با تجربه می‌تواند نوع کاغذ را تشخیص دهد و باید با استفاده از شیوه کار در صحافی و مرمت بداند که با کاغذ کهن چگونه رفتار و آن را به شیوه سنتی، مرمت و بازسازی کند. نسخه‌های خطی آسیب‌دیده را باید با جلد تازه که از چرم مرغوب و مقوای خوب است، می‌توان به شکل سنتی ترمیم کرد.

### راهبردهایی برای جلدسازی چرمی سنتی

- متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی، با به کارگیری عواملی چون ذوق و سلیقه در کنار توانمندی‌های حرفه‌ای خود در معنا دادن به ارزش و اعتبار کتابی که برای این منظور سفارش شده است می‌کوشد.
- ماحصل کار متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی با روحیه انسان و احساس او نسبت به کتابی با جلد چرمی سنتی رابطه مستقیمی داشته و باید بتواند تاثیرات عمیقی بر احساس افراد و همین‌طور هدف مشتریان این کسب و کار بگذارد.
- متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی باید پاسخگوی نیاز مشتریان خود به بهترین شکل آن باشند.
- متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی با تولیدات خود باید بتوانند بیشترین سازگاری را با طبع و روح انسان برقرار کنند.

- حاصل تلاش متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی باید به گونه‌ای باشد که منطبق با خواسته‌های درونی مشتریان این نوع جلدها باشد.

اصولی که متولیان کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی باید در نظر بگیرند، عبارتند از:

یکی از مهمترین اصولی که بایستی در این کسب و کار خانگی مورد توجه قرار بگیرد، فرهنگ ارائه کار به مشتری است که بایستی در بین اعضای شاغل در این کسب و کار وجود داشته باشد، البته فرهنگ ارائه جلد چرمی سنتی براساس دیدگاه‌های مختلفی می‌تواند مورد بررسی قرار بگیرد. اما در هر حال به جرأت می‌توان گفت: آن چه به فرهنگ ارائه این کار مشروعیت می‌بخشد نظم‌پذیری، ارائه کاری دلسوزانه و باورهای عملی به ارزش تولید جلد چرمی سنتی به مشتریان چه به صورت یک کار دستی و یا فکری است. فرهنگ بالای کار در عرصه کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی، با بهره‌وری و عملکرد شغلی بهتر رابطه دارد و کسانی که از فرهنگ کار بالایی برخوردارند عملکرد شغلی آنان نیز بهتر است.

فرهنگ ارائه کار در عرصه کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی به عنوان شیوه زندگی می‌تواند نقش بنیادی و زیر بنایی در ارتقای سطح پویایی

مشتریان این نوع جلدها داشته باشد. فراهم آوردن امکان تصمیم‌گیری براساس عقل و درایت در تمام مراحل زندگی به ویژه از دوران کودکی از جمله بنیان‌های اصلی و تاثیرگذار در ایجاد و تقویت این فرهنگ محسوب می‌شود. بررسی‌های کارشناسان مسایل اجتماعی ایران نشان می‌دهد که فرهنگ کار در قالب یک کسب و کار خانگی در ایران در مقایسه با جوامع پیشرفته در سطح پایین‌تری قرار دارد. این در حالی است که در کشورهای پیشرفته با وقوف بیشتر به مشاغل خانگی تولیدات و نگرش‌های آن و تولید مفهوم فرهنگ کار، از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار شده است. به جرأت می‌توان گفت: زمانی که فرهنگ کار در قالب یک کسب و کار خانگی نهادینه گردد، کسب و کار در قالب یک کسب و کار خانگی به عنوان یک ارزش تلقی شده و همه افراد جامعه در سطوح مختلف کار و فعالیت را مسیر توسعه موزون جامعه دانسته و از طریق افزایش سطح کیفی و کمی تولیدات خود، به توسعه اقتصادی کمک می‌نمایند.

### اهمیت و ضرورت این کسب و کار

به نظر می‌رسد دوره‌ای که بشر هیچ امکانی برای تزیین کالاهای مورد استفاده و کتاب‌های خود نداشته است گذشته باشد. امروز اکثر افراد تمایل دارند به شکلی از میراث گذشته خود پاسداری کنند. در این میان بسیاری از

افراد سعی می‌کنند هدایای خود را در قالب کتاب‌هایی ارزشمند با مجلد نفیس چرمی سنتی به عزیزان خود هدیه کنند و این امر اهمیت و ضرورت این کسب و کار را نشان می‌دهد.

### فرآیند تولید و ارائه خدمات

با توجه به آن چه گفته شد مواردی را که در مراحل مختلف صحافی مورد عنایت بایستی قرار بگیرند در این قسمت بررسی می‌کنیم. صحافی به طور کلی سه مرحله دارد:

۱) ترکیب‌بندی: ترکیب‌بندی عبارت است از یک جا و کنار هم گذاشتن صفحات

کتاب به ترتیب شماره صفحه. این مرحله از چهار عمل، تشکیل می‌شود:

الف) تا کردن: در این عمل که با دست یا ماشین انجام می‌گیرد، اوراق بزرگ چاپی که چند صفحه بر پشت و روی آن چاپ شده است طوری تا می‌شوند که صفحات پشت سر هم قرار گیرند، ورق تاخورده را یک فرم چاپی می‌نامند و معمولاً مضربی از ۴ است.

ب) لت گذاشتن: منظور از آن، گذاشتن بعضی صفحات رنگی مخصوص، نقشه یا تصاویر خارج از متن، بین صفحات یک فرم است. این کار با دست انجام می‌گیرد.

ج) مرتب کردن: در صحافی کنار هم گذاشتن فرم‌های متعدد یک کتاب را به گونه‌ای که صفحات کتاب به دنبال هم قرار گیرند، مرتب کردن می‌گویند. (د) دوختن: پس از مرتب کردن فرم‌ها، ته فرم‌های هر جلد باید به یکدیگر دوخته شود. این کار به دو روش ته‌دوزی و کناره‌دوزی انجام می‌گیرد.

۲) شکل‌بندی: در شکل‌بندی کتاب نیز چهار عمل صورت می‌گیرد:

الف) کوبیدن: دوختن فرم‌های کتاب باعث می‌شود در محل عطف تورم پیدا شود. برای از بین بردن این تورم فرم‌ها را تحت فشار قرار می‌دهند. (ب) چسب زدن: برای جلوگیری از شل شدن کوک‌ها در روش ته دوخت، لایه‌ای از چسب مخصوص بر سطح عطف کتاب می‌کشند.

ج) لب بریدن: لبه‌های ناهموار فرم‌های کتاب را پس از دوختن و کوبیدن با ماشین برش می‌برند تا تمامی نسخه‌های کتاب قطع یکسان پیدا کنند. (د) گردسازی، پشت کوبی و آستر بندی: در این مرحله ابتدا سطح عطف کتاب محدب می‌شود، سپس یک تکه پارچه با سریش به سطح عطف کتاب چسبانده می‌شود که آن را آستر می‌نامند. در صحافی دستی شیرازه‌ها را به عطف می‌دوزند.

۳) جلدبندی: جلدبندی خود شامل سه مرحله است:

الف) جلدسازی: جلد کتاب‌ها از مقوا و چرم ساخته می‌شود. برای این کار، ابتدا ورقه‌های بزرگ مقوا را در اندازه مطلوب بریده، سپس روی چرم که سطح



درونی آن چسب خورده، چسبانده می‌شوند و در عین حال باریکه‌هایی از کاغذ ضخیم نیز به صورت عطف در فاصله میان هر دو قطعه مقوا بر چرم زیرین می‌چسبند. سپس لبه‌های اضافی چرم به طرف توی جلد برگردانده و بر سطح داخلی، دو قطعه مقوا با پوشش چرمی یا بدون پوشش چرمی می‌چسبانند.

ب) چاپ جلد: درج عنوان، نام نویسنده و دیگر اطلاعات کتابشناختی و بعضی تزیینات روی جلد و عطف کتاب را چاپ جلد می‌نامند. این کار با چاپ به روش عادی و یا به روش طلاکوبی صورت می‌گیرد. در روش اخیر از حروف مخصوص و یا کلیشه و ورقه‌های نازک طلاایی یا رنگی استفاده می‌شود.

ج) جلدگذاری: در این مرحله به سطح دو آستر بدرقه کتاب و پارچه مشبک عطف کتاب چسب می‌زنند و فرم‌های به هم متصل شده را داخل می‌گذارند و با وارد کردن فشار، عطف فرم‌ها را به عطف جلد، و آستر بدرقه‌ها را به سطح داخلی جلد می‌چسبانند. سپس کتاب‌ها را چند ساعت زیر پرس می‌گذارند تا خشک شوند.

شما با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی، ضمن معرفی کسب و کار خود و تبلیغ آن، می‌توانید با قرار دادن نمونه‌ای از جلد کتاب‌ها، سفارشات خود را دریافت نمایید. همچنین شما می‌توانید پس از مراجعه مشتریان و دریافت کتاب مورد نظر آنها، خدمت خود را ارائه دهید.

پس از مراجعه مشتریان، شما باید سوال‌های زیر را مطرح کنید:

- ۱- چه نوع چرمی مدنظر است؟
- ۲- آیا چرم را شما در اختیار بنده می‌گذارید یا می‌خواهید آن را بنده تهیه کنم؟ (در این مورد ترجیحات مشتری چیست)
- ۳- آیا در این زمینه نیاز به مشاوره دارید؟
- ۴- برای زمان تحویل کار چه تاریخی مدنظر است؟ (این مورد بایستی به دقت پرسیده و ثبت شود؟)
- ۵- آیا ترجیح خاصی در مسیر انجام کار هست که بایستی لحاظ شود؟

سپس بعد از انجام کار درخواست شده، آن مجلد در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. در این هنگام مدیر کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی می‌تواند برای جلوگیری از آسیب دیدگی جلد کتاب، با بسته‌بندی مناسب کار مناسب‌تری را نیز به مشتری خود تحویل دهد و همزمان از مشتریان خود درخواست جلسه کرده و در مدت چند دقیقه در رابطه با موارد زیر صحبت نماید:

- انتظارشان از او به عنوان مدیر کسب و کار خانگی جلدسازی چرمی سنتی چیست؟
- آیا ترجیح خاص دیگری برای مجلد ساختن سایر کتب خود مدنظر دارند؟
- آیا تمایل دارند بروشور و یا ... از مجله‌های کتاب‌های مختلف داشته باشند؟

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

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

پس از نهایی شدن درخواست مشتری، نوبت به مرحله تنظیم قرار داد می‌رسد. قرارداد می‌تواند به دو صورت زیر تنظیم شود:

۱- پرداخت هزینه‌ها اعم از:

- دستمزدها
- خریداری اقلام
- ...و

توسط مشتری و پرداخت آن به شما به صورت کلی یا بخش بخش که اگر مشتری این بخش را بر عهده خودتان گذاشت، سعی کنید با یک برآورد نهایی، هزینه کل خدمات مورد نظر را مشخص نموده و در قرارداد ذکر کنید.

۲- در قرارداد هزینه‌ها را ذکر خواهید کرد که عبارتند از:

- دستمزدها

- خریداری اقلام
- و...

در این صورت در ازای فاکتور تحویلی، مبلغ هزینه شده را دریافت خواهید نمود.

علاوه بر این، موارد زیر باید در قرارداد قید شود:

- اقلام درخواستی
- مبلغ مربوط به دستمزدها
- زمان تحویل
- فرد مسوول در تحویل کتاب مجلد شده
- نحوه پرداختها و زمان آن

در صورتی که کل هزینه‌های ارائه این خدمت بر عهده شما باشد، باید دقت لازم را در برآورد هزینه‌ها بعمل آورید. قبل از قطعی کردن قرارداد و دادن قیمت نهایی، کلیه هزینه‌ها را برآورد نمایید. برآورد هزینه و قیمت‌ها باید به‌روز باشد چرا که در صورت افزایش قیمت کالاهای موردنیاز، شما نیز افزایش بها را لحاظ نموده و متضرر نشوید.

ابتدا لیستی از موارد ذیل تهیه کنید:

- دستمزدها

- هزینه‌های خرید اقلام

- هزینه‌های جانبی

پس از برآورد نهایی، قیمت قطعی و تمام شده را در قرار داد ذکر نمایید. برای آغاز به کار هر قرارداد حداقل باید  $1/3$  مبلغ کل قرارداد را به عنوان پیش پرداخت دریافت نمایید تا بتوانید بخشی از هزینه‌های خود را با آن پوشش دهید. سایر دریافت‌های شما باید در طول روند ارائه این خدمت به مشتری بوده و پس از تحویل نهایی، تسویه حساب نهایی را انجام دهید.

### 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 زیادی نیاز ندارید.

مبلغ (ریال)	تجهیزات	ردیف
۶۰۰۰۰۰	کامپیوتر خانگی	۱
۲۰۰۰۰۰	پرینتر لیزری	۲
۱۰۰۰۰۰	ابزار کار (سوهان، رنده، ماله و...)	۳
۵۰۰۰۰۰	خط تلفن	۴
۴۰۰۰۰۰	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۵
۱۵۰۰۰۰۰	اسکتر	۶
۱۰۰۰۰۰۰	میز تحریر و صندلی	۷
۱۶,۰۰۰,۰۰۰	مجموع	

### نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار جلدسازی چرمی سنتی در منزل در ابتدای راه‌اندازی نیاز به یک فرد دارد که با توجه به حجم سفارشات و نیازهای این کسب و کار خودش به تنهایی و یا با استخدام افراد دیگر، دیگران را بکار گمارد و بر کار آنها نظارت مستمر داشته باشد.

## شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و شما برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیت را در ارتباط با خدمات کسب و کار خانگی شما انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های موسسه کم و یا نامعلوم است، کارآفرینان حوزه مشاغل خانگی از این طریق کمترین هزینه ممکن را متحمل می‌شود. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها شاغل تمام وقت در کسب و کار خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت.



البته در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید. در این حرفه شما ممکن است با توجه به درخواست مشتریان خود نیاز به همکاری با افراد یا مشاغل ذیل داشته باشید:

- فروشگاه‌های اقلام مورد نیاز جهت تزئینات مجلد‌های چرمی
- فروشگاه‌های عرضه انواع چرم

و کلیه فروشگاه‌هایی که با توجه به درخواست مشتریان بایستی به آنها مراجعه کرده و اقلام مورد درخواست خود را تهیه نمایید.

### 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
۱۶۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۰۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۱۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۲،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 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 مجموع 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 بصورت 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
*			توانایی ساخت جلد چرمی سنتی	مهارت‌های تخصصی
	*		ذوق هنری	مهارت‌های ویژه
*			شناخت چرم و نحوه جلدسازی با هر نوع چرم	مهارت‌های حرفه‌ای
خودانگیزخته، سخت کوش و بردبار و درونگرا، خلاق				ویژگی‌های فردی
سواد سوم راهنمایی، با سابقه قبلی در این حوزه. سواد در حد خواندن و نوشتن نیز قابل قبول است.				تحصیلات

## وضعیت بازار خدمات

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی جلد‌های چرمی سنتی، 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 جلدسازی چرمی سنتی، از این راه، درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند. از آقا دامادها گرفته تا افرادی که کتاب را بسیار ارج می‌نهد و جلد چرمی را برازنده کتاب‌های خود می‌دانند همه و همه مشتری این کسب و کار هستند.

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 خدمات 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 خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده

و در نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

### فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری از افراد دوست دارند میراث‌دار گذشته باشکوه خود باشند و از طریق جلد‌های چرمی سنتی کتاب‌های ارزشمند خود را از گزند تخریب و نابودی حفظ کنند که به نوبه خود بازار اصلی این نوع خدمات می‌باشد و درخواست این افراد در این حوزه رو به افزایش است.
۲. با تبلیغات مناسب در کتابخانه‌ها، نمایشگاه‌ها و... مشتریان بالقوه و همینطور مشتریان بالفعل شما بیشتر با زوایای تاریخی جلدسازی چرمی سنتی آشنا شده و امکان کسب درآمد در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد.
۳. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع خدمات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید.
۴. تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی نیز چگونگی جلدسازی چرمی سنتی را به نمایش گذاشته و در نتیجه به افزایش علاقه مخاطبان کمک کرده‌اند.

## شبیه بازاریابی و معرفی خدمات

برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش تولیدات و خدمات شما را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

۱- چه خدماتی 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 خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

بطور 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 جلدهای چرمی سنتی ارزاتر هستند.

- برخی جلد‌های چرمی سنتی اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال جلد‌های چرمی سنتی متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع جلد‌های چرمی سنتی را به جای دیگری سفارش می‌داده‌اند.
- برخی تا به حال چنین جلد‌های چرمی سنتی را برای کتب خود 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 خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالا بودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهم‌ترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیر این صورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و

در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

### ۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و رهبر بازاری 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 مشخص‌کننده استراتژی و برنامه‌ای مناسب شما برای رسیدن به اهداف‌تان است.

### ۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

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

#### الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای جلدهای چرمی سنتی 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 خرید نخواهند کرد.

#### ب- استراتژی متمایزسازی

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

#### ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما جلد‌های چرمی سنتی خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در زمینه جلدسازی سنتی برای قرآن‌های نفیس کار 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 هریک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

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

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

بررسی می‌کنیم:

### محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع جلد‌های چرمی سنتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. جلد‌های چرمی سنتی شما می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

✚ جلدسازی چرمی سنتی قرآن‌های نفیس

✚ جلدسازی چرمی سنتی قرآن

- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دیوان حافظ
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دست نوشته‌های تاریخی
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دست نوشته‌ها و دل نوشته‌های گذشتگان
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دیوان شعرای قدیم
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دیوان شعرای معاصر
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی دل نوشته‌های شخصی
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی آلبوم‌های عکس
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی برای مجلد لوح‌های تقدیر
- ✦ جلدسازی چرمی سنتی برای مجلد قراردادهای و تفاهم‌نامه‌ها
- ✦ و ...

توجه داشته باشید در جلدسازی چرمی سنتی مهمترین رکن، برنامه بازاریابی محصول است. چنانچه مجلدهای 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 مشتریان‌تان را تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد مختلف صحبت کنید. سعی کنید با مشتریان احتمالی مکاتبه کرده و یا به صورت حضوری آنها را ملاقات کنید. البته این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که معمولاً ایده اولیه یا تصور نخستین شما از بازار

صحیح نبوده و لذا لازم است که در طی یک فرآیند تحقیق و جستجو، به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

### قیمت (Price)

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

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

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

در این حالت شما ۳ گزینه پیش رو دارید:

۱- هزینه مجله‌های چرمی دست‌ساز 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 پایین‌تری ارائه کرده، مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می‌دهند یعنی به محض این که کسب و کار دیگری که این مجله‌های چرمی دست‌ساز را ارائه می‌کند با قیمت پایین‌تری ارائه کند، دیگر از شما خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از بروز جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که وی را مجبور می‌کند قیمت‌های خود را شکسته و از سود خود کم کند.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبا محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های 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 مجله‌های

چرمی دست ساز خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت، نحوه پرداخت است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت نقدی را پیشنهاد داده و به این ترتیب، مشتریانی را با شرایط مختلف جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک ابتدا باید از اعتبار و خوش حسابی مشتری اطمینان حاصل کنید. برای این منظور باید از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم می‌کنند.

### **پیشبرد فروش (promotion)**

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

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری
۲. بازاریابی مستقیم
۳. مشوق‌های فروش (اعمال تخفیف و دادن جایزه)
۴. روابط عمومی

### ۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

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

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

#### 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 مجله‌های چرمی دست ساز شما را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

## ۲. بازاریابی مستقیم

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

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما کسانی هستند که تولید کننده هستند و یا حرفه آنان تبلیغات است، 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. بیاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود. توجه داشته باشید:
۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.
۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.



۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، 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. از ایمیل‌های اچ تی ام ال به جای ایمیل‌های متنی ساده استفاده کنید. ایمیل‌های مبتنی بر اچ تی ام ال جذاب‌تر هستند و با کاربر ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند. برای این منظور حتماً از قالب‌های استاندارد استفاده کنید. این قالب‌ها دارای جداولی هستند که از به هم ریختگی و آشفتگی متن در کامپیوترهای مختلف جلوگیری می‌کند. همچنین چون دارای رنگ و چیدمان انتخابی هستند، ارتباط بصری عمیق‌تری با مخاطب برقرار می‌کنند.

۷. ایمیل خود را سنگین نکنید؛ به عنوان مثال اگر قرار است بروشور خدمات خود را برای مخاطبین بفرستید، سعی کنید در چند خط به معرفی کسب و کار و خدمات‌تان پرداخته و سپس لینک بروشورها را به ایمیل خود ضمیمه کرده، 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.

### ۳. مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف‌های ویژه است. در این روش شما جوایز قابل توجه و یا تخفیف‌های ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا بیشتر مجلدهای چرمی دست ساز خود را سفارش داده‌اند، اهدا می‌گردد. برای اینکه این روش موثر واقع شود نکات زیر را در نظر داشته باشید:

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

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

❖ مناسب داشتن،

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

۳. سعی کنید جوایز را از میان مجلدهای چرمی دست‌ساز خودتان انتخاب کنید. سیاست "از هر دو سفارش مجلدهای چرمی دست‌ساز فقط پول یکی از آنها را پرداخت کنید" یکی از روش‌های مطلوب است که اولاً باعث می‌شود نیازی به شکستن قیمت‌ها نبوده و مشتری به قیمت پایین‌تر عادت نکند، و ثانیاً لذت برنده شدن را به مشتری داده و باعث می‌شود تجربه رضایت‌بخش مجلدهای چرمی دست‌ساز شما را فراموش نکنند.

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

۵. سعی کنید برای اعطای جوایز و تخفیف یک سیاست پلکانی ایجاد کنید تا مشتریانی که بیشتر یا زودتر مجلدهای چرمی دست‌ساز شما را سفارش می‌دهند، شانس بیشتری برای برنده شدن یا بهره‌مندی از امتیازهای ویژه داشته باشند.

#### ۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

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

#### تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع 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 خرید داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما مجله‌های چرمی دست‌ساز است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با ارزش‌آفرینی مجله‌های چرمی دست‌ساز 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 بصورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول، 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 کتاب‌ها اشاره کنید.

حضور در سمینارها، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌های کتاب، همایش‌ها و... را

هرگز فراموش نکنید.

### توزیع یا دسترسی (Place)

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

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

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

الف- حتی‌الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛

ب- کوتاه و مختصر باشد تا به راحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.

۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.

۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک بگیرید)

۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

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

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

### رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصول شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این مجله‌های چرمی دست‌ساز را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را از دریافت خدمات شما باز دارد؛ این در حالی است که مشتریان راضی حدود سه نفر را به دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند.

این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید بدنبال جلب رضایت مشتری باشید.

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

#### ۱. ناشناخته بودن حرفه جلدسازی چرمی سنتی در قالب یک کسب و

##### کار خانگی

با توجه به این که حرفه جلدسازی چرمی سنتی در قالب یک کسب و کار خانگی همچنان جزو کسب و کارهای جدید و نوظهور شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی می‌شود که در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل توجهی از سوی مشتریان روبرو نشوید.

برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

- سعی کنید مقالاتی را در درباره مزایای حرفه جلدسازی چرمی سنتی در منزل و به عنوان یک کسب و کار خانگی موفق نوشته و در نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.
- می‌توانید مجلدسازی سنتی چرمی را در ابتدا برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.



- می‌توانید در نمایشگاه‌های کتاب و بازارچه‌هایی که ویژه کارآفرینان نوپا بوده و توسط موسسات مختلف مانند شهرداری برگزار می‌شود، شرکت نموده و حرفه خود را معرفی کنید.
- سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وبسایت خود تعداد بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدمات‌تان را بالا ببرید.

## ۲. رقابت با کهنه کاران این حرفه

یکی از مخاطرات این شغل آن است که کهنه کاران این حرفه توانسته‌اند سهم خوبی از بازار را برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان را پوشش دهند و بنابراین کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها ارتباط برقرار نموده و توضیح دهید که فعالیت‌تان به هیچ وجه رقیب حرفه آنها نبوده، بلکه مکمل آن محسوب می‌شود. همچنین به آنها بگویید که می‌توانید مشتریانی را به سمت آنها هدایت کنید. این موضوع در دراز مدت برای هر دو طرف سودآور خواهد بود.

۳. امروزه به مرور ایام، از جنبه‌های دستی و هنری پیشه صحافی و جلدسازی کاسته شده و به ابعاد صنعتی آن افزوده گشته‌است. اما با این وجود و بنابر نیاز جامعه، هنوز این پیشه و هنر به حیات خود ادامه داده و ویژگی‌های هنری و سنتی خود را حفظ نموده است به طوری که در حال

حاضر برای مرمت آثار موجود در کتابخانه‌ها، جلدسازی برای گزارش‌ها، نشریه‌ها و کتب انتشار جدید با تیراژ محدود اما کیفیت بالا، از جلدسازی چرمی سنتی استفاده می‌شود.

### توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- به کارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:
- برای معرفی خدمت خود سایت بزنید و سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهید:
- تا می‌توانید مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.
- اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت قرار دهید.
- بر روی مطالب مربوط به ارزش کتاب و نگه داری از آن تمرکز کنید.
- فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.
- با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
- می‌توانید مسابقه‌هایی را در سایت خود، برگزار کنید و با کمک حامی (اسپانسر) هدایایی را برای پاسخ دهندگان در نظر بگیرید.
- سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه جلدسازی چرمی سنتی اشاره کنید.

- از جلد سازان چرمی سنتی بزرگ الگوبرداری کنید.
- اقدام به تشکیل انجمن جلد سازان چرمی سنتی کنید.
- عقد قرارداد با ناشران کتب نفیس را در دستور کار خود قرار دهید.
- ارتقاء نحوه بسته‌بندی سفارشات خود را مد نظر قرار دهید به طوری که سفارشات در نهایت صحت تحویل مشتریان شوند.

### سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- پژوهشکده مرمت و صحافی کاغذ
- سازمان میراث فرهنگی
- کتابخانه‌های بزرگ
- فروشندگان چرم و اقلام مورد نیاز جلدسازان چرمی سنتی
- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

### معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- صحافان کتب
- ارائه دهندگان خدمات کامپیوتری
- ارائه دهندگان خدمات چاپ و نشر
- فروشندگان مقوا و چرم

## معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- محمدلوی عباسی شیرین، واژه‌نامه توصیفی صحافی سنتی، ناشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی - آذر ۱۳۸۵
- پاکباز، روئین. دایره‌المعارف هنر، چاپ دوم. تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۷۹
- افشار، ایرج. صحافی از نگاه فرهنگ و تاریخ در صحافی سنتی. تهران: کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران، ۱۳۵۷
- همو، "صحافی فرنگی ساز در ایران". فصلنامه کتاب. دوره دهم،
- بادرامپور، کبری. صحافی. تهران: وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۷۳
- نجیب مایل هروی. کتاب‌آرایی در تمدن اسلامی. مشهد: آستان قدس رضوی، بنیاد پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۷۲،
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۵.
- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس، ۱۳۸۵.
- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و محمد رحیم، نشر قدبانی، ۱۳۸۳.
- اصول مهندسی اینترنت، احسان ملکیان، نشر نص، ۱۳۸۴.

- تجارت الکترونیک، مایکل کانینگهام، عبدالمجید عبدالباقی، احمدرضا  
اخوان، نشر ارکان، ۱۳۸۳.

- تجارت الکترونیک، امیر علیخانزاده، نصرآ... خانی، نشر ارکان، ۱۳۸۵.

- تجارت الکترونیک، سهیل سرمد سعیدی، وحید رضا میرابی، نشر  
پرسمان، ۱۳۸۳.

## پیوست

### ساخت عطف (تهبندی)

کاغذهای موجود به حسب نوع و مورد استفاده‌شان باید با روش خاصی تهبندی شوند تا به راحتی متناسب با موضوع استفاده، نیاز مصرف کننده، رعایت صرفه اقتصادی و راحتی انجام کار صحافی- مورد استفاده قرار گیرند. انواع تهبندی عبارتند از: ۱- ته قنذاقی ۲- ته چسب صاف بدون نخ ۳- ته چسب صاف به وسیله نخ ۴- ته چسب گرد بدون نخ ۵- ته چسب گرد به وسیله نخ ۶- رودوزی ۷- ته دوزی.

از میان روش‌های فوق، کامل‌ترین و پر کاربردترین روش بعد از ته چسب صاف بدون نخ، روش ته چسب گرد به وسیله نخ است. لذا روند کار این نوع از صحافی را به نمایندگی از انواع دیگر در اینجا ارائه می‌دهیم:

این نوع تهبندی برای کتاب‌ها و جزوات برگ شده با قطر زیاد مانند لغت‌نامه‌ها و غیره به کار می‌رود و به زیبایی کتاب نیز کمک می‌کند.

برای انجام صحافی با این روش، ابتدا کاغذها و اوراق کتاب را با توجه به تناسب محتویات آن مرتب کرده آنها را دسته‌بندی می‌کنند و چهار طرف آن را برش می‌دهند. سپس آنها را پس از برش، مجدداً ترتیب می‌کنند. پس از آن عطف کتاب را چسب می‌زنند و با گذاردن کاغذ باطله در زیر و روی

کتاب، آن را جهت خشک شدن، زیر یک جسم سنگین می‌گذارند. پس از خشک شدن عطف کتاب، آن را در داخل قید می‌گذارند و به وسیله اره، عطف آن را در نقاط مورد نظر (معمولا چهار نقطه عطف) را با زاویه ۴۵ درجه و به عمق نیم سانتیمتر به صورت چپ و راست، اره می‌کنند. پس از این مرحله، نخ پرک را از شیار اول، سپس شیار دوم و دو مرتبه از شیار اول رد کرده و آن را گره زده و اضافه آن را می‌برند. همین ترتیب را برای شیار سوم و چهارم اعمال می‌کنند. بعد از این، دوباره با قلم‌مو روی عطف را چسب می‌زنند تا روی شیارها و نخ‌ها پوشیده و محکم شود و پس از خشک شدن کار را ادامه می‌دهند.

در این مرحله دو ورق کاغذ باطله که به آستر بدرقه معروف است به اندازه ابعاد کتاب، برش زده و در زیر و روی کتاب می‌گذارند سپس برای چسباندن آستر بدرقه، حدود یک سانتیمتر از هر طرف لبه عطف کتاب را چسب می‌زنند و آن را خیلی محکم می‌چسبانند. اگر چیزی از آستر بدرقه از عطف بیرون زده و اضافه باشد را با قیچی برش می‌زنند. سپس برای گردکردن عطف کتاب از یکی از دو روش گردکردن به‌وسیله گرما یا گردکردن به‌وسیله رطوبت استفاده می‌کنند. برای گرد شدن کتاب، سرتاسر عطف را که نم‌دار یا گرم شده، از دو طرف رو و پشت کتاب به طور جداگانه کمی می‌کشند و بر آن مشته می‌زنند تا عطف کتاب به مقدار لازم گرد شود.

حالا دو تکه شیرازه به اندازه ضخامت کتاب برش زده و به دولبه بالا و پایین یا به عبارتی به دو سوی عطف کتاب به طوری که حدود دو میلیمتر از لبه کتاب بیرون بزند، می‌چسبانند. سپس پارچه عطف را به اندازه کمی بیشتر از عطف به طوری که چند سانتیمتر روی آستر بدرقه از هر دو طرف را بپوشاند و کمی کوتاهتر از عرض کتاب به طوری که روی شیرازه‌ها را بپوشاند، برش زده و با چسب می‌چسبانند. برای اینکه پارچه کاملاً به عطف کتاب بچسبد روی پارچه قسمت عطف را با قلم‌مو دوباره چسب می‌زنند و با کاغذ گراف روی آن را می‌پوشانند و می‌گذارند تا کاملاً خشک شود. در این مرحله ته‌بندی کتاب پایان یافته و آماده جلدگذاری است.

- فرآوری و عملیات تکمیلی

آماده سازی چرم برای کاربردهای مختلف، علاوه بر دباغی، مستلزم عملیات تکمیلی دیگری است که در کارگاه‌های صحافی، به صورت دستی یا در مواردی با دستگاه‌های اختصاصی انجام می‌شود. کارهایی مثل نازک کردن چرم، نازک کردن لبه چرم، گوشه‌زنی و گردبُری و غیره. از طرف دیگر رنگ کردن چرم و پوشش دادن آن با مواد براق‌کننده و ثابت‌کننده رنگ و... عملیاتی که معمولاً روی جلد‌های چرمی صورت می‌گیرد، به زیبایی کار می‌افزاید، برای مثال پرس گرم توسط کلیشه‌های فلزی که نقش‌های خاصی



را روی چرم به صورت برجسته و یا با تغییر رنگ (بر اثر حرارت) ایجاد می‌کند، جلوه خاصی به جلد چرمی می‌بخشد.

نکته قابل ذکر آن است که چرم مانند سایر اشیایی که در طبیعت هست و یا به دست انسان ساخته می‌شود جهت و راه دارد. همانگونه که می‌گوییم راه پارچه، راه کاغذ، راه چوب، چرم هم راه دارد که اگر از بی‌راه آن استفاده شود مواجه با اشکال فنی می‌شود که توضیح آن احتیاج به بحث کارشناسی مفصلی دارد که با صحافی علمی ارتباط پیدا می‌کند.

امروزه برای به عمل آوردن چرم خام دو راه است یکی آماده کردن پوست گوسفند و بز با زاج سفید و نمک، به نام چرم زاغی و دیگری دباغی چرم گاو، اسب و غیره.

مراحل دباغی چرم

🚩 آب زدن چرم (خیساندن چرم داخل آب به مدت سه تا شش روز)

🚩 آهک زدن (پاشیدن آهک زنده روی چرم و ریختن آب روی آن به مدت

شش روز)

🚩 متورم کردن (چرم را داخل خمره گذاشته روی آن آرد جو ریخته و

خمره را با آب پُر می‌کنند. ۱۵ الی ۲۰ روز طول می‌کشد تا گوشتهای

اضافی چرم از آن جدا شود)

❖ نمک پاشیدن (بعد از نمک پاشی پوست ۳ تا ۴ روز به همین حالت می ماند)

❖ مازوکاری (پوستها را داخل گودال های آجری اندود شده با چوب می گذارند و روی آن را گرد مازو می پاشند. پوست چهار تا پنج روز در گودال مازو می ماند)

❖ پرداخت (پس از خشک کردن پوستها در مقابل آفتاب قسمت گوشتی آن را با سنگ پرداخت می کنند)

❖ رنگ ریختن (برای رنگ کاری چرم، رنگ هایی مثل گِل ورز، جوهر گُلّی و صابون سفید مناسب است که آن را روی چرم می ریزند)

❖ صیقل زنی (پوست را روی تخته پرداخت کاری گذاشته و صیقل (مُهره) پرداخت را با فشار روی آن می کشند)