

دکومان

شماره ۱۹

Decoman

نشریه تخصصی مبلمان، دکوراسیون و معماری داخلی :: زمستان ۱۳۹۳ :: قیمت: ۶۰۰۰ تومان

Deco 2014

با حضور برترین طراحان هنری و صنعتی دنیا؛
هفتمین دوره کنفرانس دکو ۲۰۱۴ برگزار شد

در گزارش اختصاصی دکومان بخوانید:
نگاهی به شکاف بین دانشگاه و تولید
در حوزه طراحی داخلی

هزینه فرصت های از دست رفته در صنعت مبلمان

CORE77 DESIGN AWARDS

پرونده جایزه طراحی سال ۲۰۱۴ سایت core77 در رشته مبلمان و روشنایی

سخنان آموزنده پانزده کارآفرین بزرگ تاریخ بشر



Color of the Year 2015

ایده های دکوراسیون با رنگ سال



فهرست مطالب

Table of CONTENTS

- هزینه فرصت های ازدست رفته را چه کسانی می پردازند؟ / ۲
- با حضور برترین طراحان هنری و صنعتی دنیا؛ هفتمین دوره کنفرانس دکو ۲۰۱۴ برگزار شد / ۴
- در گزارش اختصاصی دکومان بخوانید: نگاهی به شکاف میان دانشگاه و تولید در حوزه طراحی داخلی / ۱۳
- ۱۰ نکته درباره آپارتمانهای کوچک که کسی به شما نمی گوید / ۳۸
- سبک شناسی طراحی داخلی و دکوراسیون / سبک معاصر / ۴۴
- ۱۰ پیشنهاد سودمند برای داشتن یک آشپزخانه ارگونومیک / ۴۸
- دکوراسیون با: رنگ سال ۲۰۱۵ / ۵۲
- سخنان آموزنده پانزده کارآفرین بزرگ تاریخ بشر / ۵۶
- Lumio گستره ای از کتاب تا چرلغ / ۶۴
- پرونده جایزه طراحی سال ۲۰۱۴ سایت ۷۷ core در رسته مبلمان و روشنایی / ۶۸
- طراحی داخلی خانه با هنرهای مدرن / ۷۸
- تازه های دیزاین / ۸۰



۱۳



۴



۵۶



۴۸



۸۰



۶۸



شماره ۱۹
No. 19

دکومان

Decoman

نشریه تخصصی مبلمان، دکوراسیون و معماری داخلی
زمستان ۱۳۹۳ :: قیمت: ۹۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: انجمن صنفی مبلمان و دکوراسیون
مدیر مسئول: داوود ربیع
رئیس شورای سیاست گذاری: علی انصاری

سرمدیر: رامین سمیع زاده
اعضای شورای سیاست گذاری:

فاضل لاریجانی، رامین سمیع زاده، فاطمه کاتب، عبدالرضا محسنی،
جمشید اثنی عسری، سید رضا حسینی لاهیجی، ناصر اسعدی،
داوود ربیع، بیژن شیر، حبیب الله ثانی، کیوان عبدلی،
امیر روشن بخش

دبیر تحریریه: کیوان عبدلی
همکاران تحریریه: آذین بکناش، نوشین پریانی

مدیر بازرگانی: هلن نماینده
امور بازرگانی و تبلیغات: مهسا حیدری، شاهین نماینده،
نگین خواجه وند، سیروس زمانی، مهنوش حسینی، مهسا نجم آبادی

مدیر هنری: احسان راد
صفحه آرا: یاشار لطیف پور
امور طراحی: زهرا خسروی، مژگان حاجی آقابزرگی
ویراستار: منیژه شیرمحمدی
امور مالی و اداری: فرزانه خیام، امین قادری

طراحی و چاپ: نشر مکت.
تلفن: ۸۸۹۶۷۶۱۳_۸۸۹۶۵۸۳۹

لازم به ذکر است کلیه اظهار نظرها و دیدگاه های
منتشر شده در نشریه دکومان صرفاً نقطه نظرات
افراد است و نشریه انجمن صنفی مبلمان
و دکوراسیون تنها منعکس کننده
این دیدگاه ها می باشد.



هزینه فرصت های ازدست رفته را چه کسانی می پردازند؟

هزینه فرصت ها و گریز از آزمون و خطاهای زیان بار که سرمایه و زمان را باهم از میان می برند، راه هایی را آزمودند که بسیاری از آن ها اکنون در کشورهای توسعه یافته به سنت هایی ماندگار و کارآمد تبدیل شده و شوربختانه در بسیاری کشورها از جمله ایران جایگاهی برتر از شعارهای دست نیافتنی و آرزوهای فراموش شده پیدا نکرده اند.

بنگاه های اقتصادی و بازرگانی، مسأله های خود را به موضوع آزاد کرسی های تخصصی در دانشگاه ها برده و محیط های آکادمیک نیز عملاً در پاسخ به این خواست و اعتماد صنعت، خود را به مجری مفاهیم نو و ماشین راه حل یابی و برنامه نویسی اجرای پروژه های بزرگ مبدل کردند. اکنون حاصل این تعامل هدفمند را نه تنها در کشورهای توسعه یافته که در جوامعی نظیر هند و برزیل نیز شاهد هستیم. کشورهایی که در میان بزرگان اقتصاد جهان برای خود جایی ارزشمند را دست و پا کرده اند.

لزوم بهره گیری از فرصت ها و انتخاب کوتاه ترین مسیرهای ممکن برای جبران زمان های از دست رفته اگرچه هزینه فرصت ها را جبران نخواهد کرد اما تقدیری ناگزیر و بهترین انتخاب برای جوامع در حال توسعه ای چون ماست. سخن حاضر به اعتبار تحقیقاتی که سازمان ملل متحد برای بررسی زمینه های پیشرفت سریع در برخی کشورها به انجام رسانیده است سخن درستی است. UNIDO (سازمان توسعه صنعتی ملل متحد) که از سال ۱۹۹۹ در ایران دفتر و نماینده رسمی دارد شش زمینه همکاری راهبردی را با تمرکز بر پروژه های اقتصادی وابسته به صنایع کوچک و بیشتر در بخش خصوصی دنبال می کند. نکته قابل تأمل در این رویکرد که فرصت هایی را در حوزه هنر و صنعت مبلمان و دکوراسیون و صنایع وابسته با خود به همراه خواهد آورد این است که به گفته آلساندرو آمادیو نماینده یونیدو در ایران این راهبردها با تأکید بر توسعه خوشه های صنعتی در ایران، مدیریت فناوری در

تشکل ها و اصناف پرجمعیت ترین لایه اجتماعی کشور را در خود جای داده اند و در آفرینش نزدیک به بیست درصد از تولید ناخالص ملی سهم دارند. بدنه وابسته به اصناف و تشکل های صنفی در ایران که نماینده نزدیک به سه میلیون واحد صنفی در کشور هستند بزرگ ترین خانواده اقتصادی کشور را آفریده است که شمار آن به بیش از بیست میلیون شهروند می رسد. با وجود این پایگاه اجتماعی و اقتصادی، به دلالی نظیر ناتوانی در مدیریت و برنامه ریزی و همچنین نداشتن استراتژی های درست سازمانی در تشکل های صنفی شاهد هستیم که اصناف نتوانسته اند جایگاه راستین خود را در عرصه کار و سرمایه در کشور بیابند. با ادامه این روند نامطلوب باید پذیرفت که مدیران تشکل های صنفی اگر نتوانند جامعه خود را برکشند و بالا آورند در میدان عمل نیز جایگاهی برتر از نهادهای بی برنامه و سردرگم نخواهند داشت. اشتغال به روزمرگی به جای روزآمد نمودن شیوه و شرایط توسعه صنفی از سوی مدیران آن ها سبب می شود تا ایشان به جای آفرینش و بهره گیری مناسب از فرصت ها به درگیر شدن با پیش آمدهای موجود یا مشکلاتی که با از دست دادن فرصت ها گرفتار آن شده اند رو به رو شوند و در این میانه آنچه در دم نابود می گردد زمان بی بازگشت است. در دنیای هوشمند و پر شتاب امروز که خواست های نامحدود همواره با منابع محدود به چالشی همیشگی دچار هستند، انتخاب ارزشی افزون یافته اند. با نگاهی به نظریه «هزینه فرصت»، هر انتخاب ما را پذیرای هزینه های خود می کند. شاید بزرگترین و پنهان ترین این هزینه ها، هزینه «فرصت های از دست رفته» است که از قضا با آن که در دفاتر حساب های مالی نمایان نیستند اما ناگفته پیداست که این بدهی بزرگ سیستمی، ناشی از سوء مدیریت بوده و اثرات خود را نه چندان دیر هنگام در مجموعه نمایان خواهد نمود.

دهه ها پیش از این، بنگاه های بزرگ اقتصادی در دنیا برای کاهش



سطح واحدهای صنفی، توسعه بخش خصوصی، گسترش صنایع کوچک و بهبود محیط کسب و کار است.

فرصت ها یگانه و بی همتا هستند و شکار آنها نیازمند رفتاری است که به همان اندازه خلاق و هوشمندانه باشد و درست همین جا اهمیت متمرکز بودن مدیران سازمانی و رهبران صنفی بر امور صنف و صنعت و تحلیل بی وقفه جریانات مؤثر بر ساختار و رفتار ارگانیک اعضا نمایان می شود. نمی توان انتظار داشت صنوفی که رهبران شان فرصت های آماده و پالوده را نیز از کف می دهند توان توسعه و تقویت و همچنین کارآفرینی در حوزه صنفی خود را دارا باشند.

■ ■ ■

در همین راستا و به منظور شناسایی و استفاده بهینه از فرصت های پیش رو، انجمن مبلمان و دکوراسیون با تکیه بر منشور صنف و صنعت و با رعایت اصول حرفه ای، تخصصی و اخلاقی، پیر و رسالت ذاتی که در راستای توسعه صنعت مبلمان، دکوراسیون و صنایع وابسته و بهبود روند کارآفرینی در این عرصه برای خود ترسیم کرده از نزدیک به یک دهه گذشته بسترها و زمینه های سخت افزاری و نرم افزاری را بنیان نهاده که در نوع خود در دیگر صنایع کوچک نادر است. این انجمن به عنوان منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت در حوزه عاملیت توسعه خوشه مبلمان، مطابق چشم اندازهای رایج در توسعه صنایع کوچک در دنیا که ارکانی همچون ایجاد نمایشگاه های تخصصی، پایه گذاری آموزش های تخصصی و کاربردی و حمایت از گسترش شهرک های تخصصی صنایع، و توسعه زیرساخت های بهره گیری از ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) را لازمه پیشرفت در این حوزه میدانند، رویدادها و نهادهایی را طی یک دهه گذشته پایه گذاری کرده است که از این طریق ظرفیت های تعامل هدفمند و کاربردی صنعت مبلمان و سایر عرصه های مرتبط با آن را فراهم می سازد. اقداماتی چون تأسیس دانشگاه علمی کاربردی طراحی و تولید مبلمان و دکوراسیون، ایجاد سایت مستقل نمایشگاهی و برگزاری نمایشگاه های تخصصی با گروه بندی کالایی، حمایت از توسعه شهرک صنعتی مبلمان، برگزاری همایش ها و کنفرانس های بین المللی، راه اندازی موزه مبلمان ایران، ایجاد پایگاه اطلاع رسانی در فضای سایبر و ...

در همین مسیر لازم است انجمن مبلمان و دکوراسیون و سایر انجمن ها، اتحادیه ها، سندیکاها و بطور کلی تمام سازمان ها، نهادها و تشکل های حاضر در عرصه مبلمان و دکوراسیون با عنایت به وظایف ذاتی و اساسنامه ای خود، منافع صنفی و تشکیلاتی اعضای خود را در نظر گرفته، ضمن تعامل هدفمند و پویا با سایر تشکل های این حوزه و شناسایی نقاط ضعف خود، در صدد تقویت آنها برآمده ضمن توجه به تهدیدات محیطی و بیرونی، از فرصت های حاضر در این عرصه نهایت بهره را ببرند، چه آنکه در غیر این صورت دیر یا زود می بایست در مقام پاسخگویی برآمده و نسبت به نحوه جبران هزینه فرصت های از دست رفته پاسخگو باشند.

■ ■ ■

ما زنده به آنیم که آرام نگیریم
موجیم که آسودگی ما عدم ماست

■ ■ ■

■ رامین سمیع زاده

عضو هیأت مدیره و

دبیر انجمن صنفی مبلمان و دکوراسیون

و سردبیر دکومان



با حضور برترین طراحان هنری و صنعتی دنیا؛ هفتمین دوره کنفرانس دکو ۲۰۱۴ برگزار شد



مشاور ارشد رئیس جمهور، ارسلان فتحی پور رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی، میرمحمدصادقی نایب رئیس اتاق بازرگانی-صنایع و معادن، فاضلی رئیس اتاق اصناف، رئیس سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف کنندگان، رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، اعضا هیئت مدیره اتاق تعاون و بزرگان و پیشکسوتانی از شبکه بانک و بیمه ای کشور و بخش خصوصی و در بخش مهمانان خارجی، رئیس اتحادیه انجمن های مبللمان آسیا (CAFA)، لوئیجی کولانی، نابغه طراحی قرن بیستم، جان بارنارد، کورت ورمولن و کارل شاولکا از طراحان برجسته دنیا، همچنین طراحانی از کشورهای چین، مالزی، سنگاپور، اندونزی، ترکیه و ... حضور داشتند.

هفتمین دوره کنفرانس مبللمان، طراحی، هنر، دکوراسیون و صنایع وابسته (دکو ۲۰۱۴) بیست و دوم مهرماه با اهداف ۱- تقویت تشکل های صنعتی و صنعتی اعضا، شورای ملی مبللمان، دکورسیون منزل و صنایع وابسته ۲- ایجاد زمینه ارتباط و تعامل شورا با نهادها و سازمان های داخلی و خارجی ذیربط برای توسعه فعالیت ها ۳- احصاء و شناسایی مشکلات صنعت و صنعت مبللمان و تعیین راهکارهای رفع و اصلاح آن ها ۴- تقویت ارتباط و تعامل تشکل های صنعتی مرتبط با صنعت و صنعت مبللمان و دکوراسیون با یکدیگر در محل سالن همایش های بین المللی صد اوسیمابرگزار شد. در این کنفرانس که بیش از ۱۱۰۰ نفر شرکت کننده از ایران و ۱۸ کشور صاحب نام دنیا در زمینه مبللمان و دکوراسیون مهمان آن بودند، در بخش داخلی چهره های شاخصی چون اکبر ترکان





صنعتی شدن مبلمان ایران دروازه ورود به بازارهای جهانی

در این کنفرانس مهندس ترکان، مشاور ارشد رئیس جمهور با بررسی وضعیت اقتصادی ایران و صنعت مبلمان گفت: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های توسعه، اقتصاد درون‌زایی است. اتکا به توانایی‌ها و قابلیت‌های درونی از مهم‌ترین اصول دوام و پایداری توسعه است. امروز در ایران فعالیت‌های گسترده‌ای در عرصه مبلمان صورت می‌گیرد ولی این تولید هنوز به عرصه تولید انبوه و تمام صنعتی نرسیده است. برای رشد و پیشرفت بیشتر صنعت مبلمان و ورود به بازارهای جهانی باید در جهت توسعه و صنعتی شدن حرکت کنیم. وی با اشاره به بهره‌گیری از پتانسیل مناطق آزاد گفت: مناطق آزاد یکی از مهم‌ترین مراکز برای انجام فعالیت‌های تجاری مبلمان و دکوراسیون با سود قابل توجه است. مناطق آزاد ویژگی معافیت مالیات، قوانین گمرکی، مستثنی بودن از قانون کار، پول و بانک و عدم نیاز به ویزا را دارا بوده و می‌توان با استفاده از این پتانسیل به افزایش ظرفیت تجارت مبلمان برسیم. چرا که جاذبه‌های اقتصادی در مناطق آزاد قابل توجه است.

مشاور ارشد رئیس جمهور تصریح کرد: برای ورود به بازارهای جهانی باید در درجه اول با فناوری و مهندسی روز تطبیق پیدا کنیم. امیدوارم روند رو به رشد صنعت مبلمان ادامه داشته و به زودی شاهد چنین روزی در بازار تجاری باشیم.



رئیس شورای ملی مبلمان، دکوراسیون و صنایع وابسته:

❖ دکو، نمادی مؤثر در گسترش دیپلماسی اقتصادی

همچنین مهندس علی انصاری، رئیس شورای ملی مبلمان، دکوراسیون و صنایع وابسته در خصوص برگزاری هفتمین دوره کنفرانس دکو تصریح کرد: دکو، آوردگاه دانش، تجربه، تفکر، تلاش، همدلی، همراهی و همکاری فعالان، صاحب نظران، اندیشمندان، نخبگان، دانشجویان، اساتید، صنعتگران، هنرمندان و صاحبان تدبیر و خرد است. این کنفرانس از اولین دوره برگزاری تاکنون توانسته است توجه فعالان داخلی و خارجی را به خود معطوف نموده و به عنوان یک ابزار مؤثر در گسترش دیپلماسی اقتصادی، زمینه ساز تعمیق روابط، توسعه فرهنگ کارآفرینی و زمینه ساز تبادل تجربیات نوین و کاربردی در ادبیات اقتصادی- اجتماعی هفت سال اخیر این صنف و صنعت و صنایع وابسته و از همه مهم تر، صنایع کوچک و زودبازده باشد.

وی افزود: مطالعه و مرور شش دوره گذشته «دکو» روندی صعودی، دانش محور، تجربه ساز، آینده پژوه، امیدوارکننده و بستر ساز برای انجام کارگروهی را نشان می دهد و مهم تر از آن می توان با جرأت، «دکو» را موفق ترین تجربه تلاش دیپلماتیک و اقتصادی یک صنف و صنعت در بخش غیر دولتی نامید که در سایه باور جمعی، اعتقاد قلبی، همت ملی و اعتماد اجتماعی، آوازه ایرانیان هنرمند، صنعتگر، دانش پژوه، خلاق و مبتکر را در پهنه گیتی منعکس و منتشر نموده است. رئیس شورای ملی مبلمان، دکوراسیون و صنایع وابسته در ادامه خاطرنشان کرد: واگذاری امور تصدی گری دولت به بخش خصوصی، سطح بهره روری جامعه را افزایش داده و دغدغه مدیران نظام را می کاهد.

علی انصاری در بیان اهداف شورای ملی مبلمان افزود: امروز در ایران «توسعه» لفظ رایج دنیای صنعت است. در همین راستا این مسئله به عنوان یکی از مهمترین اهداف شورای ملی مبلمان در نظر گرفته شده است. رئیس شورای ملی مبلمان در پایان گفت: توسعه بخش خصوصی، ایران را به بالاترین درجه امنیت اقتصادی در خاورمیانه رسانده است.



نایب رئیس اتاق بازرگانی- صنایع و معادن:

❖ اتاق بازرگانی از شورای ملی مبلمان حمایت می کند

میرمحمد صادقی، نایب رئیس اتاق بازرگانی نیز در جریان برگزاری هفتمین کنفرانس دکو با اشاره به حمایت اتاق بازرگانی از شورای ملی مبلمان گفت: صنعت مبلمان می تواند موفقیت های زیادی را در عرصه ملی و بین المللی کسب کند. باید در صنعت مبلمان در کنار زیبایی طرح ها، سلامت جامعه و راحتی مردم را هم در نظر گرفت. شورای ملی مبلمان از زمان راه اندازی فعالیت های خوبی در این زمینه داشته است. ولی هنوز جای زیادی برای فعالیت در این بخش وجود دارد. از زمان تشکیل شورای ملی مبلمان یکی از مهم ترین اهداف اتاق بازرگانی، کمک به صنعت مبلمان برای گسترش این صنعت در دنیا است.

وی افزود: من به فعالان صنعت مبلمان خدا قوت گفته و از زحماتشان برای گسترش این صنعت در ایران تشکر می کنم. امیدوارم نشست های شورای ملی مبلمان با همین قدرت پیش رفته تا بتوانیم نیاز جامعه در این بخش برطرف شده و در بخش اشتغال که کاری خدا پسند و مورد نیاز جامعه است بتوان کارهای بزرگی انجام داد.





رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی: صنعت مبلمان و دکوراسیون می تواند جایگزین نفت صادراتی شود

ارسلان فتحی پور، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با حضور در کنفرانس دکو ۲۰۱۴ با تشکر از فعالان بخش خصوصی کشور تصریح کرد: صنعت فرش سالیان سال یکی از هنرهای برتر در ایران بوده است، ولی امروز بحث مبلمان و دکوراسیون در رده برترین هنرهای کشور قرار می گیرد. امروز اگر از صنعت مبلمان در کشور حمایت نشود، صنعت چوب، پارچه، طراحی و هنر از بین می رود. بنابراین امروز مجلس و دولت در سیاست گذاری خود حمایت از صنعت مبلمان و طراحی را در سرفصل فعالیت های خود قرار دهد. ما باید بتوانیم در بازارهای جهانی حضور داشته و از پتانسیل های موجود در این صنعت بهره بگیریم. وی با اشاره به راه اندازی دانشگاه علمی و کاربردی تصریح کرد: علم طراحی مبلمان در ایران هر روز به سطح بین المللی نزدیکتر شده و راهی هوشمندانه برای انتقال تکنولوژی است. با این آموزش حرفه ای می توانیم با حرفان بین المللی خود رقابت کنیم. امروز ایران از لحاظ نیروی انسانی، چوب، پارچه و هنر در دنیا حرف اول را می زند. اگر روی این مسئله کار نشود با افزایش خیل جامعه بیکار مواجه می شویم.

فتحی پور افزود: این صنعت می تواند جایگزین نفت صادراتی کشور باشد. بنابراین حمایت از این صنعت حتی باید از نفت هم بیشتر باشد. با این پتانسیل و ظرفیت باید هر چه سریع تر وارد عرصه گسترده صادرات جهانی شویم. من برای توسعه این صنعت هر کاری از دستم بر بیاید انجام می دهم. ما باید در درجه اول با تأمین نیاز کشور، افزایش کیفیت کالا و حمل و نقل، از بازارهای بین المللی استفاده کنیم. در این صنعت پویایی طراحی مبلمان به سطح بالایی رسیده است. رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: باید بتوانیم قوانین مزاحم را ملغی کنیم تا تولید جان بگیرد. ما در جلسات متعدد قوانین مزاحم مغایر با سیاست ها را اصلاح کردیم. ولی باید این تغییرات ترتیب اثر داده شود. سعی می کنیم در حمایت از تولید ملی قوانین را هر روز بهبود ببخشیم.





دبیرکل شورای ملی مبلمان:

تعامل با تشکلهای همسو با دنیا در دستور کار شورای ملی مبلمان ایران قرار دارد

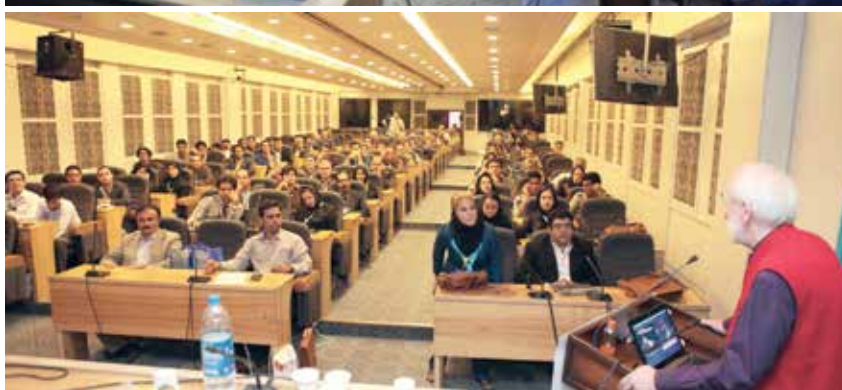
همچنین در این مراسم مظفر علیخانی با اشاره به برگزاری همایش دکو تصریح کرد: در کنفرانس امروز از ۱۸ کشور صاحب نام در صنایع مبلمان و دکوراسیون، اساتید برجسته و تشکلهای مربوطه از کشورهای ایتالیا، انگلستان، آلمان، بلژیک، سنگاپور و... حضور دارند. شورای ملی مبلمان، برپایه اسناد بالادستی ثبت شده در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، قانون بهبود مستمر کسب و کار، سه رویکرد اساسی را در دستور کار خود قرار داد. یکی از این رویکردها استفاده از ظرفیت تشکلهای ملی و استانی در سراسر کشور است. دومین رویکرد تکیه بر راهکارهای پیشرفت صنایع کوچک بوده و سومین رویکرد بحث آموزش و پژوهش صنایع کوچک است. تعامل دانشگاهها و مراکز علمی کشور به ویژه دانشگاه علمی کاربردی با دانشگاههای معتبر دنیاست که امروز تفاهمنامه‌ای نیز به امضاء رسید.

وی ادامه داد: برگزاری کارگاههای آموزشی طراحان بزرگ دنیا، برگزاری نمایشگاه جانبی کنفرانس و برگزار جشنواره عکاسی از بهترین اقدامات کنفرانس دکو ۲۰۱۴ است. امسال شورا برای اولین بار در اتحادیه انجمنهای مبلمان آسیا عضو شده و تعامل با تشکلهای همسو با دنیا در دستور کار شورای ملی مبلمان ایران قرار گرفت.





همچنین در این مراسم لوئیجی کولانی از بزرگترین طراحان جهان در حوزه‌های مختلف صنعتی و هنری از کشور آلمان و پس از آن خانم یونگ رییس اتحادیه انجمن‌های مبلمان آسیا (CAFA) به ایراد سخنرانی پرداختند. در حین برگزاری این کنفرانس سه کارگاه آموزشی با حضور مدرسان خارجی همچون جان بانارد، کورت ورمولن، کارل شاولکا و لوئیجی کولانی برگزار شد که البته این کلاس‌های آموزشی با کارگاه طراحی به سبک کولانی ۲۳ مهرماه و در محل بازار میل ایران شماره (۳) ادامه یافت.





وجود نمایشگاه توانمندی های صنعت مبلمان و گالری عکس در کنار برگزاری کنفرانس از ویژگی های این کنفرانس پربار بود. شایان ذکر است در پایان این کنفرانس که بیش از ۱۰ ساعت به طول انجامید از برترین های صنف مبلمان، دکوراسیون و صنایع وابسته و خانواده معظم شهدا تقدیر بعمل آمد و هنرمند محبوب و نامی کشورمان احسان خواجه امیری با اجرای هنرمندانه موسیقی پاپ لحظاتی خاطره انگیز را برای حضار رقم زد.







Special REPORT

در گزارش اختصاصی دکومان بخوانید:

نگاهی به شکاف میان دانشگاه و تولید در حوزه طراحی داخلی



دانشگاه و تولید، تکاپوی مضاعفی را می‌طلبد، تا بتوانیم به سمت ایجاد برند مبلمان ایرانی که انعکاس هنر و خلاقیت ایران می‌باشد گام برداریم. در این راستا به سراغ صاحبان صنعت، دست اندرکاران و مسوولان رفته ایم و نظرات آنان را در این خصوص جویا شده ایم که با هم می‌خوانیم:

ما هنامه دکومان در این شماره خود نگاهی به وضعیت ارتباط بین فضای علمی و تخصصی رشته طراحی داخلی با فضای تولید مبلمان و صنایع وابسته به دکوراسیون داخلی انداخته است. شکافی که در سال های توقف آموزش رشته طراحی داخلی در ایران بین طراحی و تولید اتفاق افتاد، امروز برای ایجاد روال منطقی بین





فریدون کسرائی (پیشکسوت معماری داخلی، استاد دانشگاه و مؤلف کتاب‌های طراحی معماری داخلی تاکید کرد:

ضرورت فراگیر شدن نگاه تخصصی به «طراحی مبلمان»



در نیاورد، نمی‌تواند مبلمان طراحی کند.» وی تصریح کرد: «مبلمان به خودی خود یکی از عناصر معماری است؛ اما فرهنگ استفاده از مبلمان در کشور ما باید اصلاح شود؛ چرا که هنوز استفاده از مبلمان استیل‌کننده‌کاری شده، از مدل‌های فرانسوی و ایتالیایی کپی شده و ذائقه‌ی قالب قشری است که برای مبلمان هزینه بیشتری می‌کنند. البته باید گفت که متأسفانه همان کپی هم به خوبی انجام نمی‌شود.»

این مدرس دانشگاه، با اشاره به این که درصد زیادی از فعالان این عرصه وارد کننده هستند و تعداد کمی تولید کننده داریم، گفت: «همه چیز زندگی ما کپی‌کاری شده است؛ چرا که تعداد مهندسان معماری که به کارشان عشق بورزند و به تناسب احترام بگذارند، بسیار کم است.»

این پیشکسوت معماری و طراحی داخلی خاطرنشان کرد: «ما در نمای داخلی زندگی می‌کنیم و از لباس گرفته تا اتاق پذیرایی یا سالن سینمایی تا اتوموبیلی که سوار می‌شویم، همه و همه بر کیفیت زندگی ما تأثیر مستقیم دارند؛ اما با این وجود، آن‌طور که باید و شاید به آن بها نمی‌دهیم.»

معماری داخلی به هیچ‌وجه تجمل‌گرایی و تحمیل هزینه گزاف نیست. کسی که در دنیای امروز و در فضای زندگی خود دارای دو اتاق است، باید بداند که چگونه از کوچک‌ترین سانتیمترها استفاده کند و از فضاها لذت ببرد.

پیشکسوت حوزه طراحی داخلی و مدرس دانشگاه با اشاره به نقش و اهمیت طراحی داخلی در کیفیت زندگی گفت: «امروز بالاخره شاهد آن هستیم که دانشکده‌ها به دنبال تکمیل دپارتمان معماری خود با اضافه کردن طراحی داخلی به رشته‌های آموزشی‌شان هستند و طراحی داخلی به رسمیت شناخته شده است. این قدم مثبتی است؛ اما معتقدم کیفیت تدریس این رشته در دانشگاه‌های ما پایین است. هنوز تعداد اساتیدی که خبره این کار باشند، زیاد نیست.»

وی با اشاره به این که طراحی داخلی کارایی فضا را افزایش می‌دهد، گفت: «طراحی کفش یا طراحی لباس، همگی به نوعی معماری هستند؛ اما موضوعی که در مورد این رشته وجود دارد این است که به زعم من اولاً نام آن باید به «طراحی معماری داخلی» تغییر کند؛ چرا که عبارت «طراحی داخلی» عبارت مبهمی است و از طرف دیگر باید به سمت آکادمیک کردن طراحی داخلی در حوزه‌های تخصصی‌تر حرکت کنیم.»

کسایي ادامه داد: «بالاخص در مورد مبلمان به عنوان یکی از عناصر مهم در طراحی داخلی یک فضا، باید توجه داشته باشیم ما هنوز متخصص طراحی مبلمان به آن شکل در کشورمان نداریم. اگرچه آموزش آن به تازگی شروع شده اما فراگیر نشده است. باید این را مد نظر داشته باشیم کسی که معمار داخلی است، نمی‌تواند مبلمان طراحی کند یا حتی کسی که طراحی صنعتی خوانده باشد تا از هنر معماری سر



عبدالرضا محسنی (معمار، استاد دانشگاه و مدرس معماری داخلی دانشگاه تهران) تصریح کرد:

مبل به مثابه امضای طراحان داخلی



به این رشته، از ظرفیت آموزشی بیشتر است و نیاز است که عرضه و تقاضا در بخش آموزش این رشته متعادل شود.»

وی تصریح کرد: «بعد از این ظرفیت‌سازی نوبت تخصصی‌تر شدن آموزش این رشته است. یعنی طراحی داخلی مثل رشته پزشکی بر شاخه‌های متعددی متمرکز شود.»

این پیشکسوت طراحی داخلی، با اشاره به نوپا بودن آموزش این رشته در ایران گفت: «به زعم بنده، وضعیت علمی این رشته در ایران خوب است، اما عالی نیست. زمانی که فضای آموزشی و خروجی دانشگاه‌ها سرشار از نیروهای انسانی توانمند شود و پتانسیل طراحی در کشورمان بالا برود، تولیدکنندگان خودبه‌خود به سمت استفاده از ایده‌های داخلی رو خواهند آورد و همان‌طور که فرش ایرانی جایگاه و برند خودش را یافته است، مبلمان ایرانی نیز این اعتبار را پیدا خواهد کرد.» وی ادامه داد: «تا آن روز طبیعی است که تولید کنندگان کپی را ترجیح می‌دهند؛ چرا که انگیزه کافی برای هزینه کردن بابت طراحی مبلمان ندارند و ضرورت آن را نیز احساس نکرده‌اند.

این ضرورت را خود طراحان هستند که با رشد و عرضه کار خود می‌توانند ایجاد کنند تا به جایی برسیم که طراحی یک فضای ایرانی از فرش گرفته تا مبل و سایر اجزا همگی هویت فرهنگی کشور خودمان را بازتاب بدهند.»

عبدالرضا محسنی، خاطر نشان کرد: «فعالیت‌های تشکیلی رشته طراحی داخلی نیز هنوز آن‌طور که باید و شاید شکل نگرفته است؛ چرا که کار گروهی محسوب می‌شود و فرهنگ کار گروهی در مورد این رشته در کشور ما جا نیفتاده است.»

دکتر عبدالرضا محسنی، پیشکسوت طراحی داخلی و مدرس دانشگاه، با اشاره به اهمیت و نقش عنصر مبل در طراحی داخلی یک فضا، بر ابعاد هنری و فرهنگی آن تأکید کرد و گفت: «اگر بخواهیم به مبل به عنوان تکمیل‌کننده چیدمان نهایی معماری داخلی نشیمن نگاه کنیم، این موضوع به خودی خود باب جدایی در این حرفه است. اتاق نشیمن، جایی است که در آن از مبل با ارتفاع کمتر و ویژگی‌های فیزیکی خاص استفاده می‌شود تا ساعاتی را برای زندگی بهتر به شما هدیه دهد.»

وی تصریح کرد: «بر اساس نوع نیاز، ارتفاع و شکل پشتی مبل تغییر می‌کند و فارغ از همه این‌ها، یک مبل اگر به درستی انتخاب شود، به غیر از این که سرویس مناسب می‌دهد، منظره خوبی برای چیدمان خانه نیز فراهم می‌کند.»

این مدرس دانشگاه تأکید کرد: «خود مبل این قابلیت را دارد که برای کسانی که به طور مستمر کار طراحی داخلی انجام می‌دهند، به مثابه امضا باشد.»

وی تأکید کرد: «با توجه به این نکته که مبل نقش مهمی در هویت دادن به طراحی داخلی یک فضا دارد، نباید به آن فقط به عنوان شیئی کارکردی نگاه کرد؛ چرا که این عنصر نقش‌های فرهنگی و هنری زیادی را در طول تاریخ به خودش اختصاص داده است.»

دکتر محسنی، در گفت و گو با دکومان با اشاره به پا گرفتن رشته طراحی داخلی در فضای آموزشی ایران، به اهمیت رشد کیفی این آموزش برای پیوند ناگسریز آن بر بخش تولید تأکید کرد و گفت: «در ده سال اخیر، اوضاع آموزش در این رشته بهتر شده است و الان در مرحله‌ای هستیم که تعداد علاقمندان



➤ احمد معیری‌زاده (معمار، استاد دانشگاه و مدرس طراحی داخلی):

باید بین تولید کننده و نیروی انسانی خلاق، تعامل برقرار شود



وارد میدان تولید شوند و به هر روی باید بین تولید کننده و نیروی انسانی خلاق، این تعامل برقرار شود. خلا چند ساله آموزش این رشته در ایران باعث شده است تا تولید راه خودش را برود و این در حالی است که امروز شاهد هستیم، طراحان و معماران ایرانی در مسابقات بین‌المللی طراحی می‌درخشند؛ بنابراین باید از این پتانسیل استفاده شود.»

این مدرس دانشگاه تصریح کرد: «شاید تا چند سال پیش، طراحی داخلی، نه یک تخصص بلکه یک کار قلمداد می‌شد؛ اما به تازگی به عنوان تخصصی که هنر، جامعه‌شناسی، روانشناسی و علوم دیگر در آن نقش دارند، پذیرفته شده است.»

احمد معیری‌زاده خاطرنشان کرد: «معتقدم این رشته امروز جایگاه خودش را پیدا کرده است؛ تمام دانشگاه‌های فنی به دنبال تکمیل دپارتمان طراحی داخلی خود هستند و کارایی این رشته به مردم معرفی شده است؛ فقط به نظر من رابطه جدی‌تر با تولید را باید کسانی که در این رشته تحصیل کرده‌اند، مدیریت کنند و شکل‌هایی چون جامعه مشاوران معماری داخلی یا انجمن دانش‌آموختگان معماری داخلی مسیر را برای هموار کردن این رابطه فراهم کنند.»

احمد معیری‌زاده، پیشکسوت طراحی داخلی و مدرس دانشگاه، با اشاره به این‌که در طراحی داخلی هر یک از اشیاء از مبیل گرفته تا سایر وسایل تنها با کاربردشان تعریف نمی‌شوند، گفت: «باید توجه داشته باشیم که برای مثال یک مبیل فقط وسیله‌ای که باید برای نشستن از آن بهره بگیریم نیست، بلکه ارتباط مستقیمی با خلاقیت و زیبایی‌شناسی دارد و باید کارکرد هنری آن نیز مورد توجه قرار بگیرد.»

وی با اشاره به ضرورت نگاه تخصصی‌تر تولیدکنندگان مبلمان به بحث طراحی تاکید کرد: «معتقدم باید بخش آکادمیک رشته طراحی داخلی فعال‌تر باشند و ظرفیت‌های طراحی بالا برود تا کیفیت هم بالا برود.»

وی با اشاره به این‌که تدریس طراحی داخلی، سال‌ها در ایران متوقف بود و از چندین سال تلاش این رشته در ایران احیا شد، گفت: «زمانی تولیدکنندگان می‌توانند موفق باشند که در حوزه مبلمان این تعامل بین دانشجویان و تولید برقرار باشد.»

معیری‌زاده، پیشکسوت، تصریح کرد: «یا تولیدکننده‌ها باید ملزم به استخدام طراح باشند و یا خود دانشگاه‌ها فعالانه



سیدرضا حسینی لاهیجی (مدرس دانشگاه، مدیر گروه برنامه ریزی درسی کارشناسی طراحی مبلمان) تاکید کرد:

طراحی مبلمان تکمیل کننده طراحی داخلی



و مشاوران حرفه‌ای انجمن و شورای ملی مبلمان میزگرد و اتاق فکر تشکیل دهند، اطلاعات تخصصی ردوبدل شود، آموزش‌ها و همفکری‌های اولیه انجام گیرد و سپس با ایجاد گروه‌های بالادستی و همچنین توسعه دانش دوطرفه و کمک از اساتید مجرب داخلی و خارجی، به همکاری بپردازند.»

این استاد دانشگاه بر این عقیده است، بخش‌های دیگر نیز می‌بایستی با حرکت رو به جلوی بازارهای میل و انجمن و شورا، کیفیت کار خود و دانش روز را بالا ببرند. هنوز کارهای بسیاری مانده که باید انجام شود، ما هنوز با استانداردها و کیفیت جامعه بین‌المللی فاصله داریم. موضوع فقط انتخاب تجهیزات دکوراسیون و مبلمان از بازار و قراردادن آنها در داخل ساختمان نیست، بلکه تنظیم مناسب جریان زندگی و بهره‌وری از تمامی امکانات موجود برای بازدهی بهتر کار و زندگی، مد نظر طراحان حرفه‌ای است. توجه تخصصی به چنین مسائلی کار هر کسی نیست و سال‌ها تجربه و مهارت نیاز است تا طراحان و مشاوران همانند یک پزشک متخصص قادر به تشخیص و راهنمایی درست و منطقی باشند.

تغییر نگرش تولیدکنندگان و صاحبان سرمایه باشد و توجه آنها را به حرفه و تخصص طراحی سوق دهد.» وی در پاسخ به سوال تشکلهای فعال در زمینه طراحی و معماری داخلی اظهار داشت: «در حال حاضر، انجمن‌ها و گروه‌های مختلفی برای سامان دادن و ارتقاء مهارت طراحان و مشاوران وجود دارد؛ با این حال هنوز کافی نیستند. اینجانب عضویت‌های مختلفی را بر عهده دارم. مانند: شورای سیاست‌گذاری انجمن میل، کمیته علمی شورای ملی مبلمان، انجمن دانش‌آموختگان هنرهای زیبا، انجمن معماری پایدار، انجمن طراحی صنعتی و بسیاری دیگر.... ولی ارتباط و همکاری و همدلی بین اینها وجود ندارد یا هنوز کافی نیست. در کشور نیاز به تشکلهای جدیدی است تا جامعه طراحان قادر باشند گرد هم بیایند و کارهای مشترک و بزرگی انجام دهند. کارهایی که خدمت واقعی به کشور بوده و باعث رشد صنعت و کیفیت زندگی مردم خواهد شد. فعالیت‌هایی که تمامی جوانب آن توسط گروه‌های مختلف طراحی دیده خواهد شد. این تشکلهای جدید، «انجمن مدیریت طراحی» نام دارد. نوعی شورا یا مجمع متخصصین که از گروه‌های مختلف طراحی تشکیل شده باشد؛ از جمله طراحی صنعتی، طراحی معماری، طراحی داخلی، طراحی منظر و فضای سبز، طراحی گرافیک، طراحی شهری... اینجانب روی این موضوع در حال فعالیت هستم تا به امید همکاری دوستان و خواست خداوند، انجمن مدیریت طراحی شکل گیرد. تشکلی که از طراحان حمایت نماید، آنها را آموزش دهد، دیدگاه تخصصی را در جامعه رشد دهد و به مردم و صنایع، خدمت نماید.

لاهیجی، در مورد راهکارهای توسعه و تقویت ارتباط بین فعالان حوزه مبلمان با فعالان حوزه‌های طراحی و معماری داخلی گفت: «گروه‌های مختلف فعالان حوزه مبلمان و طراحی در وهله اول می‌بایستی توسط اساتید

حسینی لاهیجی، نقش مبلمان در طراحی و معماری داخلی را بسیار مهم دانست و گفت: «نمی‌توان از نقش بسیار مهم مبلمان در این حوزه چشم‌پوشی نمود. مبلمان، مکمل معماری است... تکمیل کننده طراحی داخلی و تسهیل کننده زندگی است. اجزای مبلمان در واقع چیدمان فضای زندگی، کار و تفریح را در بر می‌گیرد. بدون اینها، زندگی امروز انسان ناقص و بی‌معنی است.» وی در ادامه افزود: «مبلمان به معنی اثاثیه، چهار جریان مهم زندگی را در فضای معماری تنظیم می‌کند: فعالیت (حرکت / تحرک و جابجایی) / رفت و آمد درون معماری داخلی، آرامش (توقف / مکث/استراحت/ سکون/ تفکر و اندیشه)، هیجان (بازی/سرگرمی/ شوخی/ تفریح و خوشگذرانی) و تنش (عجله/ سردرگمی/ اضطراب و استرس).

بنابراین اگر طراحی صحیح و منطقی برای مبلمان و چیدمان آنها صورت گیرد، می‌تواند به نیازهای مختلف انسانی پاسخ دهد و رضایت استفاده کننده را در پی داشته باشد.

داخل ساختمان‌ها و در فضای کار و زندگی، عملکردهای بسیار متنوعی جریان دارد که برای بهینه‌سازی فعالیت‌های انسانی و ایجاد حس خوب، حتماً می‌بایستی طراحی داخلی و انتخاب مبلمان، با دقت و توجه خاصی صورت گیرد.» وی در رابطه با نحوه و میزان موثر بودن ارتباط بین تولیدکنندگان مبلمان و دکوراسیون با متخصصان طراحی داخلی گفت: «بررسی و بازنگری مواردی که در بالا اشاره شد، نشان می‌دهد هنوز این ارتباط بسیار ضعیف بوده و در سطوح ابتدایی قرار دارد. زیرا طراح و معمار برای ایجاد فضای مناسب و رسیدن به احساس رضایتمندی مشتریان خود و مردم مصرف کننده، با مشکل روبه‌رو هستند. در بخش سرمایه‌گذاری و تولید، به فعالیت‌های فرهنگی و آموزش‌های در سطوح بالا نیازمندیم و همچنین به قوانین و فعالیت‌هایی که باعث



فاطمه کاتب تاکید کرد:

لزوم تعاملی پایاپای بین طراحان داخلی و تولید کنندگان مبلمان



کاتب افزود: «لحاظ کردن ویژگی‌های فرهنگی و اقلیمی در طراحی مبلمان و دکوراسیون و ارگونومی مورد نیاز و خاص برای هر کشور، موردی است که تولید کنندگان مبلمان باید در مورد آن توجیه شوند و برای مثال قد پایه بسیاری از مبلهایی که در بازار ایران ارائه می‌شوند، استاندارد نیست و متناسب با ارگونومی بدن مردم ایران طراحی نشده است.»

وی توضیح داد: «در کشورهایی مثل بلژیک یا آلمان، متوسط قد مردم بیست سانت از متوسط قد ایرانی‌ها بلندتر است و بسیاری از مبلمان وارداتی یا مدلهایی که از روی مبلمان خارجی کپی شده و به مصرف کننده ایرانی ارائه می‌شوند، مشکلات کمر و ستون فقرات را ایجاد می‌کنند.» این مدرس طراحی داخلی تصریح کرد: «امیدوارم با ایجاد یک فضای تعاملی بین طراحان معماری داخلی و تولید کنندگان مبلمان به گونه‌ای که هیچ گروه به گروه دیگر از بالا نگاه نداشته باشد، منجر به دستاورد مفیدتری برای زندگی به سبک ایرانی و در عین حال مدرن و با کیفیت فراهم شود.»

وی در خصوص نقش انجمن‌های تخصصی حوزه طراحی داخلی نیز گفت: «به نظرم آن کارکرد لازم در مورد این انجمن‌ها وجود ندارد و معمولاً کاری به کار تولید ندارند و فقط در فضای خود رشته طراحی معماری داخلی فعالیت می‌کنند نه در فضای تعامل بین دانشگاه و تولید.»

دکتر فاطمه کاتب، فعال و مدرس طراحی داخلی و سردبیر ماهنامه‌ی ایران آدین، با اشاره به ضرورت نگاه تخصصی به حوزه چیدمان منزل، به اهمیت و نقش انکارناپذیر مبلمان در طراحی داخلی اشاره کرد و گفت: «شاید در بعضی جوامع روستایی، مبلمان، اهمیت چندانی نداشته باشد اما در زندگی شهری به یکی از عناصر تفکیک‌ناپذیر چیدمان منزل تبدیل شده است.»

وی با اشاره به اهمیت نگاه تخصصی متناسب با اقلیم و فرهنگ به حوزه‌ی تولید مبلمان گفت: «مدت زیادی طول کشید تا مردم متوجه این موضوع بشوند که برای دکور خانه خودشان از متخصص مشاوره بگیرند.» وی افزود: «این موضوع در مورد تولید کنندگان مبلمان نیز صدق می‌کند که آن طور که باید و شاید به اهمیت دریافت مشاوره تخصصی از طراحان داخلی برای تولید مبلمان اعتقاد ندارند و ارتباط بین حوزه طراحی و تولید مبلمان متأسفانه ارتباط ضعیفی است.» مردم یا تولید کنندگان به جای مشاوره گرفتن از طراحان داخلی، ترجیح می‌دهند طرح‌ها و ایده‌هایی را کپی کنند. همه اینها در حالی است که مردم و به خصوص کسانی که به صورت انبوه مسکن تولید می‌کنند به همه چیز اهمیت می‌دهند الا این که راحتی در محیط زندگی چقدر بالا رفته است. در واقع خانه بر حسب مترآژ فروش می‌رود نه کیفیت زندگی که می‌شود در آن تجربه کرد.



دریا نوری افشار مدیر شرکت طراحی ایده:

«ایده پرداز» نیستیم



کرد: «اگر سری به نمایشگاه‌های مبلمان بزنید، خواهید دید که محصول همه شرکت‌ها مشابه یکدیگر است و نوآوری آن طور که باید دیده نمی‌شود.»

وی افزود: «من معتقدم باید نگاه به بازار به موازات نگاه به خود با تیم تحقیق و توسعه برای داخل شرکت همراه باشد. به نظرم حتی اگر شرکت‌ها از مشاور داخلی راضی نیستند، از طراحان کشورهای دیگر استفاده کنند اما این مشاوره تخصصی را بگیرند برای این که خودشان در بازار جهت دهنده باشند نه پیرو و با در نظر گرفتن شرایط اقلیمی و فرهنگی محصولی را به بازار ارائه دهند.»

نوری افشار تصریح کرد: «در این بین معتقدم فضای آموزشی رشته طراحی داخلی نیز در ایران هنوز جای رشد داشته و کیفیت آموزش با آنچه که توقع می‌رود، هنوز فاصله دارد و از طرفی تشکلهای مربوط به معماری و معماری داخلی نیز آن کارکردی که باید داشته باشند را نداشته و ضعیف عمل کرده‌اند.»

دریا نوری افشار، مدیر شرکت طراحی ایده، با اشاره به اهمیت عنصر مبیل در طراحی داخلی گفت: «سخن از اهمیت مبیل در طراحی داخلی، مثل این است که تصمیم داشته باشید چه نوع قهوه‌ای بنوشید اسپرسو، ترک یا کاپوچینو یا هر نوع قهوه‌ای که وجود دارد. هر قهوه‌ای در فنجان خاص خودش با طراحی ویژه، سرو می‌شود. اهمیت توجه به طراحی مبیل نیز در طراحی داخلی، با توجه به کاربری آن حائز اهمیت است.» وی با اشاره به شکاف بین طراحی تخصصی و تولید مبلمان در کشورمان گفت: «بسیاری از کشورها مثل ترکیه از واردات به کشورشان به عنوان یک فرصت برای یادگیری، ارتقا و ایده‌پردازی استفاده کردند، اما متأسفانه این اتفاق در ایران هنوز نیفتاده است؛ چرا که فکر می‌کنم ما به طور کلی «ایده‌پرداز» نیستیم و بیشتر از این که به این فکر کنیم خودمان منشا خلق اثر باشیم، چشمانمان به دستاوردهای دیگران است.»

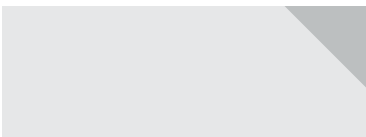
افشار، مدیر شرکت طراحی ایده، تأکید





❧ عیسی طاهریانفر (مدرس طراحی داخلی، مدیر تحقیق و توسعه کارخانجات سنگ در ایران):

ضرورت فراگیر شدن نگاه تخصصی به «طراحی مبلمان»



زودبازده و بدون مدیریت جامع هستم. تمام اینها نشانه دوری ما از استانداردهای تولید و عرضه و نداشتن سهم کافی از بازار جهانی است.

? چه تشکلهایی در زمینه (سنگ دکوراتیو/چرم/لوستر) فعال هستند؟ آیا نقش خود را در جهت ارتباط با سایر تشکلهای و بخشهای دیگر مقوله دکوراسیون بخوبی ایفا می‌کنند؟ چه انتظاری از آنها دارید؟

طبیعی است که در هر بخش سندیکاها، تعاونی‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی مربوطه وجود دارند و هر کدام با توجه به اهداف تبیین شده در حال فعالیت هستند. به طور عمومی، تشکلهای صنفی، اهداف صنفی خود را دنبال می‌کنند؛ مثل اتحادیه شهرستان‌ها، اتحادیه صادر کنندگان و انجمن‌های تخصصی... به نظر می‌رسد هر عرصه آنقدر درگیر مسایل داخلی و صنفی خود است که کمتر به ارتباط با دیگر بخش‌ها و توسعه کیفی مرتبط با اصناف مرتبط می‌پردازد، پرداختن به این موضوع خود یک پروژه تحقیقی مفصل است که در این چند سطر میسر نیست. قاعدتا آنقدر پیچیدگی در تشریح باید‌ها و نبایدها وجود دارد که تنها انتظار بجا این است که هر صنف وظایف خود را به درستی و با نگاه تخصصی انجام دهد و استانداردهای لازم را رعایت کند.

بخش اهداف خود را دنبال می‌کند و هدف نهایی به عنوان نقطه مشترک دنبال نمی‌شود. توجه با انتفاعات شخصی و برخورد سطحی با تجارت دورنگر و به کارگیری مدیریت‌های ناکارآمد و جناحی، قصه تکراری و خسته کننده‌ای است که دیگر توان و امید و حوصله‌ای برای متخصصان و شایستگان نگذاشته است.

? چه راهکارهایی برای توسعه و تقویت این ارتباط پیشنهاد می‌کنید؟
قطعا آگاهی‌یابی هر بخش از اطلاعات بروز شده در عرصه‌های دیگر، می‌تواند باعث ارتقاء و تکامل ایده‌های جدیدتر و به کارگیری مواد و روش‌های ساخت جدید و در نهایت محصولاتی قابل رقابت گردد. لذا انتقال اطلاعات شامل مواد، فن‌آوری و روش‌های ساخت، قیمت‌ها، به بخش‌های دیگر در برنامه‌ریزی و حصول به کالاهایی درخور بسیار مهم است. تهیه و انتشار نشریه‌ای جامع و پوشش دهنده تمام صنف‌های مرتبط با مضمون آموزشی، تکنولوژی و بازار، بشی ابتدایی‌ترین شکل ارتباط به نظر می‌رسد. در عین حال ایجاد بخش تحقیق و توسعه با هدف ارتباط بین صنفی در هر بخش به صورت مرکز کل، می‌تواند علاوه بر اطلاع‌رسانی به دیگر بخش‌ها، در ارتقاء خود صنف هم مفید واقع شود.

? به نظر شما تولیدات بخش (سنگ دکوراتیو/چرم/لوستر) تا چه اندازه توانسته است با نمونه‌های مشابه خارجی رقابت کرده و زمینه‌ی ارتقاء کیفی این بخش را فراهم آورد؟
بہتر بود به جای استفاده از کلمه تکراری «مشابه خارجی» این طور سوال می‌شد که تولیدات داخل تا چه اندازه به استانداردهای جهانی آن کالا دست پیدا کرده است! اگر واقع بینانه نگاه کنیم، با تمام توانایی‌های بالقوه استاد کاران و طراحان، به دلیل ضعف در طراحی و تولید سیستماتیک (به جز کارخانه‌های بزرگ که منطبق با استانداردهای ایزو فعالیت می‌کنند)، جریان سنتی تنها با پوسته به ظاهر مدرن در حال فعالیت است. زمانی که شرکت‌های هولدینگ حرف نهایی را در تجارت جهانی می‌زنند، ما هنوز درگیر کارگاه‌های

? به نظر شما تا چه اندازه ارتباط بین فعالان عرصه (سنگ دکوراتیو/چرم/لوستر) به عنوان یکی از صنایع مرتبط با مبلمان و دکوراسیون، توانسته به کیفی‌تر شدن محصولات در این حوزه منجر شود؟

اگر منظور از سوال فوق این است که تولید کنندگان محصولات سنگی، چرمی و یا محصولات حوضه روشنایی به عنوان بخشی از صنعت مبلمان و دکوراسیون، ارتقاء کیفی خود را تا چه اندازه تحت تاثیر و ارتباط با یکدیگر می‌گیرند، پاسخ تا حد زیادی منفی است؛ زیرا در نگاه جامع، ارتقاء کیفی در خلق یک محصول شامل طراحی، برنامه‌ریزی، ساخت و تولید است، که هر یک از فرایندهای فوق، خود تابع عوامل متعدد و تاثیر گذار بر کیفیت محصول نهایی است. این بدین معناست که تنها با واقع شدن کیفیت در تمام مراحل از طراحی تا تولید است که تولید یک محصول کیفی امکان پذیر می‌شود. این که در یک محصول از چه مواد و امکانات صنعتی استفاده می‌شود و آیا می‌شود گفت به طور مثال در مبلی که از چوب و چرم ساخته شده است، ارتباط بین صنعتگر چوب و چرم چه تاثیری بر کیفیت آن مبلی می‌گذارد، باید گفت این ارتباط تنها در فرآیند طراحی و تولید تعریف و در اصل کیفیت از همانجا آغاز می‌شود.

? شما به عنوان یک متخصص و فعال در عرصه تولید (سنگ دکوراتیو/چرم/لوستر) تا چه اندازه توانسته‌اید با فعالان مبلمان و دکوراسیون ارتباط کاری ایجاد کنید؟ چه موانعی وجود دارد؟

هر یک از فعالان در عرصه مبلمان و دکوراسیون داخلی از طراح و صنعتگر تا تولید کننده و فروشندگان، در اصل باید یک زنجیر پیوسته و همسو باشند که هدف نهایی آن مصرف کننده و رضایت مشتریان و سهم از بازار تجارت است. این بدان معناست که هر یک از عرصه‌ها تا حصول یک کالای کیفی و متناسب با عرضه در بازار می‌باید تمام توان و تخصص خود را بگذارند و خارج از منافع زودگذر به توسعه و کیفیت بیاندیشند. متأسفانه مشکل از جایی آغاز می‌شود که هر

➔ مهدی مصلحی (گروه مبلمان یاتاش):

تبدیل یافت آباد به پایتخت مبلمان اصلی ترین موفقیت صنعت مبلمان کشور است



توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر
بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی
بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

قطعا به کارگیری نیروهای متخصص و
تحصیل کرده می‌تواند نقش بسزایی در
توسعه بازار و تولید محصولات داشته باشد.
در این زمینه گام‌های مثبتی هم برداشته
شده است. به عنوان مثال تشکیل و تأسیس
رشته‌های دانشگاهی ویژه صنعت مبلمان،
در دانشگاه جامع علمی و کاربردی که به
تربیت افراد آموزش دیده و زبده‌ی مورد نیاز
این صنعت می‌پردازد.

؟ برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و
صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی
پیشنهاد می‌کنید؟

از راهکارهای اساسی در این زمینه، در وهله
نخست می‌توان به پر رنگ‌تر شدن نقش
بیشتر اصناف و اتحادیه‌های این صنعت
مثل شورای ملی مبلمان و یا تشکیل
کارگروه‌ها و مراکز مرتبط اشاره نمود.
چرا که تقویت و نیرومند شدن این مراکز
می‌تواند نقش بسزایی در تصمیم‌گیری‌های
مهم و کلان داشته باشد. برگزاری همایش‌ها
و جلسات با شرکت اساتید دانشگاهی
و دانشجویان با متولیان این صنعت نیز
می‌تواند سبب تقویت ارتباط بین اصناف
این بخش با دانشگاه‌ها شود. هر قدر این
ارتباط نزدیک‌تر و تنگاتنگ‌تر باشد، قطعا
صنعت مبلمان کشور رشد و توسعه‌ی قابل
توجهی خواهد یافت.

؟ تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان
و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا
اجرا می‌شود؟

متأسفانه فعالیتی که در عرصه مبلمان و
دکوراسیون در حال حاضر در کشور صورت
می‌پذیرد، هماهنگ و همسو با دانش و
علم روز دنیا نیست. طی ۱۰ سال گذشته،
کارهای صورت گرفته بیشتر جنبه‌ی نظری
و عملی داشته است، به شکلی که فرایند
موفق این امور تبدیل شدن «یافت‌آباد» به
عنوان پایتخت با قطب توزیعی مدرن دنیا
در صنعت مبلمان ایران است.

؟ آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان،
توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟
به نظر بنده، توسعه کیفی نیازمند
بهره‌گیری از پارامترهای مختلفی است و
در واقع ما توانسته‌ایم تنها پاره‌ای از این
پارامترها را در کنار همدیگر قرار دهیم.
کیفیت پایین محصولات، بیشتر به این دلیل
است که محصولات ما اغلب کپی‌کاری
محصولات خارجی است که این کار اصلا
حرفه‌ای و اخلاقی نیست. دستیابی به توسعه
کیفی، در گروی یادگیری روش‌های تولید و
تکنولوژی فنی است. برای طرح‌های جدید،
سازندگان داخلی باید از ذوق و خلاقیت
طراحان صاحب سبک استفاده نمایند.

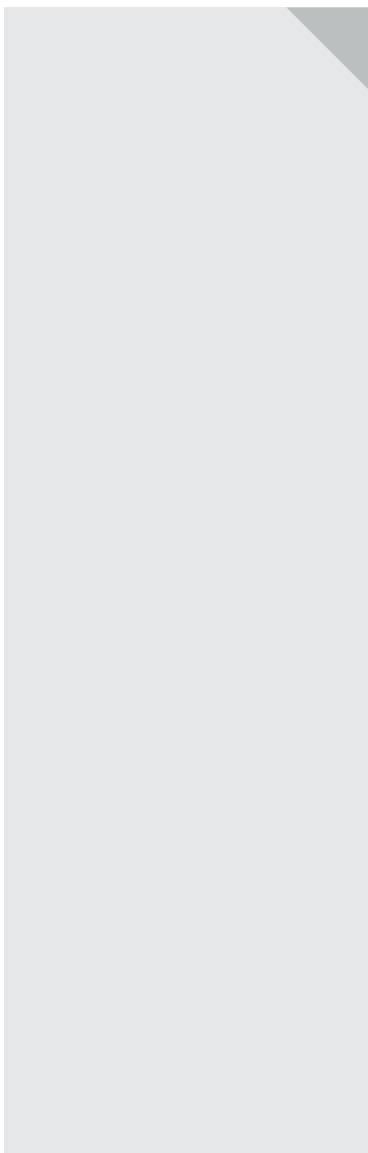
؟ به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری
نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به





➤ علی رسول زاده (پارسیان چوب):

دانشگاه‌ها بایستی با سیستم روز دنیا حرکت کنند



? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

خوشبختانه در این چند سال اخیر، پیشرفت‌های خوبی حاصل شده است. اما هنوز فاصله زیادی با علم روز دنیا داریم.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ به نظر من توسعه کیفی نسبی بوده است و پیشرفت خوبی نسبت به گذشته داشته‌ایم.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

به طور قطع به کارگیری نیروهای متخصص و دانشگاهی روند توسعه بازار و کیفیت را افزایش می‌دهد. البته به این شرط که دانشگاه‌ها نیز در خصوص نوع آموزش با سیستم روز دنیا بتوانند نیروهای متخصص با دانش روز تربیت کنند.

رشته‌های صنایع چوب و مدیریت بازرگانی، رشته‌های مرتبط با صنعت چوب هستند که باید با تفکر صادرات‌محور در کارخانجات به کار گرفته شوند.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

برگزاری کلاس‌های آموزشی و عملی در محل کارخانجات صنایع چوب با حضور دانشجویان می‌تواند تاثیر بسزایی داشته باشد که البته این امر با همکاری و پیگیری دانشگاه می‌تواند به سرانجام برسد.

را پیمان پژوهنده (آرا فرم نیرا) :

در حوزه طراحی و معماری داخلی شکل های دانشجویی فعال ترند



دانشگاهی و متخصص بررسی نمود. ایجاد یک رابطه موثر نیازمند وجود یک زبان مشترک در بین طرفین است که به نظر من در حال حاضر در بین تولید کنندگان و متخصصان این حوزه کم رنگ است.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین فعالان حوزه مبلمان با فعالان حوزه های طراحی و معماری داخلی، چه راهکارهایی پیشنهاد می کنید؟

به نظر من برگزاری نشست ها و نمایشگاه های مشترک به منظور آشنایی طرفین با طرز تفکر، توانایی ها و قابلیت های فنی و طراحی یکدیگر و ایجاد ارتباطات کاری فیما بین، می تواند در میان مدت نقش مثبتی در بهبود این روند داشته باشد.

? چه تشکلهایی در زمینه طراحی و معماری داخلی فعال هستند؟ آیا نقش خود را در جهت ارتباط با سایر تشکلهای و بخش های دیگر مقوله دکوراسیون بخوبی ایفا می کنند؟ و چه انتظاری از آنها دارید؟

تشکلهای صنفی و دانشجویی در این زمینه، بیش از سایرین فعالیت دارند. البته در نوع ارتباط گیری آنها با شرکت های فعال در این حوزه و نحوه تعاملات فیما بین کاستی هایی وجود دارد که می توان با برنامه ریزی و مدیریت بهتر در آینده نزدیک روند رو به رشدی را برای آنها متصور بود.

? نقش مبلمان در طراحی و معماری داخلی

را چگونه ارزیابی می کنید؟

مبلمان، یکی از عناصر اصلی شکل دهنده به معماری داخلی در فضاهای اداری و خانگی است. به گونه ای که سایر موارد مطرح در طراحی از قبیل نور محیط، رنگ دیوارها و ... همگی به منظور نمایش بهتر و زیباتر مبلمان به کار رفته در محیط مذکور، طراحی می شوند.

علی الخصوص در مورد فضاهای اداری، با توجه به مالکیت این قبیل از واحدها که عموماً استیجاری است، عملاً امکان تغییر بر روی سایر المان های سازه ای و معماری (از قبیل جابجایی گسترده دیوارها، اجرای سقف های کاذب و نورپردازی های ویژه و ...) وجود ندارد که همین امر بر اهمیت نقش مبلمان در طراحی فضاهای اداری می افزاید.

? آیا ارتباط موثری بین تولید کنندگان

مبلمان و دکوراسیون با متخصصان طراحی و معماری داخلی برقرار شده است؟ اگر پاسختان خیر است، بفرمایید چرا؟

متأسفانه خیر، از نظر بنده صنعت مبلمان و دکوراسیون همواره از عدم وجود یک ارتباط موثر و کارآمد با متخصصان طراحی و معماری داخلی رنج برده است. دلایل این امر را می توان از دو جنبه رویکردهای عموماً سنتی صاحبان کسب و کارهای تولید مبلمان و دکوراسیون و همچنین رویکردهای ایده آل گرایانه جامعه





➤ جوادی پارسا (گالری میل پارسا):

ضرورت فرهنگ سازی و ایجاد عطش یادگیری در صنعت مبلمان



کیفی محصولات ایرانی شده است. به نظر می‌رسد باید از فرصتی که در حال حاضر به وجود آمده و بر اساس آن واردات مبلمان محدود شده است، استفاده نموده و هر چه سریع‌تر به مباحث و حل مسائل کیفی بپردازیم. فرصتی که شاید در آینده وجود نداشته باشد.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟
قطعا نیروهای متخصص دانشگاهی می‌توانند صنعت مبلمان را بر اساس فن‌آوری روز دنیا حرکت بدهند. چرا که توان ایجاد جهش در این صنعت بالقوه وجود دارد. البته باید به این نکته توجه داشت که افراد دانشگاهی متخصص نیز باید مسیر جریان ورود دانش و فن‌آوری را گسترش داده و با علوم و فنون روز این صنعت خود را به‌روز نگه دارند.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

برای شروع رابطه بین صنعت مبلمان و دانشگاه‌ها، وجود باور و اعتقاد قلبی در فعالان صنف مبلمان ضروری است. به نظر می‌رسد اگر نیاز به دانش و فن‌آوری روز دنیا در تولید کنندگان مبلمان به وجود آید، می‌توان امیدوار بود که با این تقاضا، ورود دانش روز دنیا را به این صنعت شاهد باشیم. فرهنگ سازی و ایجاد عطش یادگیری در صنعت مبلمان، نخستین و مهم‌ترین کاری است که باید به آن پرداخت. انشاءالله بتوانیم با ایجاد علاقه و انگیزه، روند رو به رشدی در این صنعت برداشته و درخشش جهانی مبلمان ایرانی را شاهد باشیم.

? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

متأسفانه، با توجه به این که درصد بسیار بالایی از تولید کنندگان (در حدود ۹۵ درصد) در صنعت مبلمان به صورت کارگاه‌های سنتی اداره می‌شوند، تولید در این صنعت، با ماشین‌آلات و ابزار قدیمی انجام شده و به لحاظ مالی نیز امکان دستیابی به فن‌آوری روز دنیا وجود ندارد.

نکته دیگری که در صنعت مبلمان ایران مشاهده می‌شود، عدم جریان ورود اطلاعات روز دنیا به کارگاه‌های تولید کننده مبلمان است. در برخی موارد مشاهده می‌شود تولید کننده‌ای با ماشین‌آلات و ابزاری که در حدود نیم قرن عمر دارد، محصولات خود را تولید و به بازار عرضه می‌کند.

در صنعت مبلمان علاوه بر ماشین‌آلات و ابزار، طراحی و دیزاین محصولات از درجه اهمیت بالایی برخوردار است. متأسفانه در این رابطه نیز کارگاه‌های تولید کننده مبلمان و دکوراسیون به‌روز نبوده و شاهد تولید محصولاتی هستیم که سال‌ها از عمر آنها می‌گذرد.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟
با توجه به محدود شدن واردات مبلمان و تقاضای محصولات باکیفیت، صنعت مبلمان توانسته است تا حدودی تقاضای مبلمان با کیفیت را برآورده نماید. در سال‌های اخیر شاهد حضور کارگاه‌هایی هستیم که با تحقیقات خود توانسته‌اند طراحی روز دنیا که سلیقه مشتریان را نیز در بر می‌گیرد، را عرضه نموده و در صنعت مبلمان موفق باشند. همچنین در این اواخر شاهد ورود افراد ماهر از کشورهای دیگر (همانند ترکیه) هستیم و ورود آنها به کارگاه‌ها و کارخانه‌های ایران، موجب ارتقاء سطح

◀ قاسم تحسین زاده (مبل تحسین):

صنعت مبلمان کاربردی تدریس نمی شود



کیفیتی تولید کنیم؛ چون با وجود تکنولوژی، کیفیت محصول افزایش می یابد.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوبتر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

استفاده از نیروهای تحصیل کرده، نیاز هر صنعتی است. وقتی شما می خواهید از تکنولوژی روز دنیا استفاده کنید، ناگزیر می بایست از افراد تحصیل کرده هم استفاده کنید. در این میان شاید تنها نکته این باشد که صنعت مبلمان در دانشگاه ها به صورت کاربردی تدریس نمی شود. به طوری که فارغ التحصیلان مدرک کارشناسی در حین استخدام، از آنجایی که پیش از این با هیچ یک از دستگاه ها و ماشین آلات این صنعت به صورت کاربردی آشنا نشده اند، نمی توانند مفید باشند و باید در آغاز در کارخانه آموزش ببینند.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه ها چه راهکارهایی پیشنهاد می کنید؟

راهکار و روند توسعه این صنعت، فقط و فقط نیازمند گذراندن عملی این دوره در یک یا چند کارخانه تولیدی است. فعالان وقتی در کنار آموختن دانش، به صورت عملی با صنعت آشنا بشوند، می توانند پیشرفت چند برابر داشته باشند.

? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می شود؟

در مورد پاسخ به این که فعالیت های مربوط به مبلمان و دکوراسیون، تا چه اندازه بر مبنای دانش روز دنیا انجام می شود، باید گفت عرصه مبلمان چون تنه ای است که شاخه ها و زیرگروه های بی شماری از جمله، تولید و ساخت مبل، صندلی، محصولات چوبی مربوط به آشپزخانه، سرویس خواب، سرویس نوزاد، کمد و گنجی لباس و ... را شامل می شود. بدین ترتیب باید گفت شرکت های معتبر، در زمینه های محصولاتی که با مواد اولیه ام دی اف تولید می شوند، از دستگاه ها و ماشین آلات روز دنیا استفاده می کنند. این دستگاه ها طبیعتاً نیازمند نیروهای تحصیل کرده و اهل دانش انسانی هستند تا مورد بهره مندی قرار گیرند. با این حال هنوز مبلمان به صورت سنتی تولید می شود؛ چرا که ماشین آلات مورد نیاز این شاخه به تعداد کافی وارد نشده است که شرکت های تولید کننده بتوانند از آن استفاده کنند.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ در مورد این سؤال باید گفت که کامل کننده سؤال نخست است. وقتی بتوانیم با استفاده از ماشین آلات روز دنیا محصولاتی تولید کنیم، پس توانسته ایم محصول با





➤ ناصر مؤذن زاده (مبل 4EV):

با دانش و علم روز دنیا فاصله داریم



تولید منطبق بر تکنولوژی حس می‌شود. کمبود این نیروها و تخصص‌ها به ترتیب اولویت به شرح زیر است:

- ۱- نیروهای متخصص در رنگ و سیستم‌های مربوطه (گلگاه صنعت مبلان چوبی)
 - ۲- متخصص ماشین‌آلات صنایع چوب (سخت‌افزار و نرم‌افزار)
 - ۳- طراحان صنعتی (با گرایش مبلان)
 - ۴- نساجی و چرم با گرایش مبلان
- حائز اهمیت است با توجه به پیشرفت خوب تکنولوژی نانو در کشور، حتما در بخش رنگ و نساجی و چرم از متخصصین این امر جهت همکاری دعوت به عمل آید.

❓ برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

یکی از دلایل عدم موفقیت در ارتباط بین صنعت و دانشگاه، عدم تسلط کافی دانش‌آموختگان در مبحث عملی است. لذا پیشنهاد می‌شود شرایطی ایجاد گردد که دانشجویان حضور پررنگ‌تری در کارگاه‌های آموزشی داشته و به موازات کسب علم، توانایی‌های فنی و عملی خود را ارتقا دهند.



❓ تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

از آنجایی که انتقال دانش هر صنعتی می‌بایست به واسطه مشارکت با سرمایه‌گذاران خارجی، حضور در نمایشگاه‌ها و ارتباط با تولید کنندگان خارج از کشور، ارتباط مجازی، تبادل هیأت‌های علمی و نیروی کار و خرید تکنولوژی اتفاق بیفتد، با این حال متأسفانه، آنچه روشن است این است که در هیچ کدام از موارد فوق نتوانسته‌ایم اقدام شایسته‌ای انجام دهیم و اصولا با دانش و علم روز دنیا فاصله داریم.

❓ آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ در چند سال اخیر با توجه به محدودیت‌های پیش آمده در امور واردات مبلان (ناشی از هزینه‌های گمرکی و قیمت بالای ارز) از نظر کمی موفق بوده‌ایم و در توسعه کیفی نیز تا حدودی پیشرفت داشته‌ایم؛ اما با توجه به تقاضای داخلی و کمبود عرضه، اصولا تولید کنندگان خود را در یک عرصه تقریبا کم‌رقیب حس می‌کنند و این سبب می‌شود تا تمام توانمان را جهت ارتقاء کیفی به کار نگیریم.

❓ به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

بی‌شک ارتباط صنعت و دانشگاه، روند توسعه صنعت مبلان را تسریع خواهد نمود؛ اما از آنجایی که از دیرباز نزد برنامه‌ریزان کلان علمی و عملی کشور، نگاه صنعتی به این رشته نبوده و پرورش نیروهایی که در عمل بتوانند کمک شایانی به این صنعت نمایند صورت نگرفته است، در حال حاضر، کمبود نیروی علمی جهت بالا بردن راندمان

➔ محمود مرادی (سرزمین سبز تهران):

ساختار سنتی مانع از دست یابی به دانش و علوم روز دنیاست



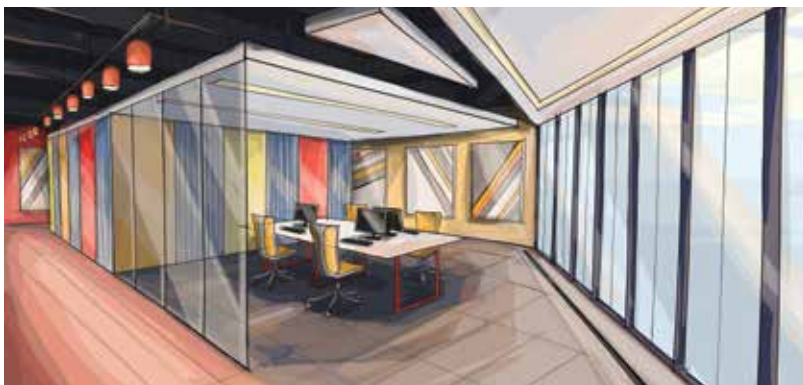
? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟
طبیعی است استفاده از متخصصان مجرب در تولید و فروش به توسعه این صنعت کمک خواهد کرد. لذا تربیت نیروهای کار در سطح هنرستان و دانشگاه و همچنین متخصصین بازاریابی و فروش محصولات مرتبط، کمک شایانی به ارتقاء سطح علمی تولید و فروش می‌کند.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

ارتباط تنگاتنگ بین صنایع و صنف مبلمان با رشته‌های مرتبط در دانشگاه بسیار راه‌گشا خواهد بود. بازدید دانشجویان از مراکز تولید، کارآموزی در طی دوره‌های آموزشی در مراکز صنعتی، اعزام صنعتگران جهت طی دوره‌های ضروری، برگزاری سمینارهای آموزشی و تخصصی، انجام امور تحقیقاتی مورد نیاز صنعت توسط دانشگاه با ارائه پروژه و طرح و غیره از جمله راهکارهایی است که موجب توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها می‌شود.

? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟
در کشور ما، خوشبختانه دانش و علم روز دنیا، برای فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون قابل دستیابی است؛ اما به جز بخشی از تولید کنندگان حرفه‌ای که عمدتاً در مراکز استان‌ها فعالیت می‌کنند، سایرین از این علوم بی‌بهره‌اند. دلیل آن، هم ساختار و هم خود فعالان در این عرصه‌اند که عمدتاً سنتی هستند. در حال حاضر روند رو به رشدی در کشور در خصوص استفاده از دانش و آخرین دستاوردهای فنی و تکنولوژیکی دنیا وجود دارد که از حدود ۱۰ سال پیش آغاز شده است.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟
در کل، توسعه کمی بسیار خوب بوده است؛ ولی متأسفانه توسعه کیفی با آن تناسب نداشته است. البته با توجه به شرایط حاضر مملکت و تحریم، می‌توان گفت در تهیه بعضی اقلام کیفی موفق نبوده‌ایم؛ اما به طور کلی، روند بازار، تهیه و تولید کالای ارزان را می‌طلبد و به همین دلیل کیفیت در بیشتر موارد قربانی قیمت تمام شده می‌شود. با توجه به ماشین‌آلات و تجهیزات موجود در کشور می‌توان کالاهای با کیفیت قابل رقابت با اروپا تولید نمود.





چنگیز نیکبخت (چوب و فرم):

در تولید مبلمان کلاسیک صاحب سبک نیستیم



? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

با این که در بخش ساخت‌وساز مبلمان اداری (صفحه‌ای) موفق هستیم و تولیدکننده‌های خوبی داریم و از ماشین‌آلات و تکنولوژی روز دنیا بهره‌مند هستیم، ولی در بخش مبلمان خانگی مخصوصاً مبلمان کلاسیک صاحب سبک نیستیم و با تکنولوژی روز دنیا فاصله داریم؛ با این حال می‌توانیم کپی برابر اصل به وجود بیاوریم.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ با این که امکان دستیابی به تولید بیشتر و عرصه توزیع کالا تا حد بالایی ارتقاء پیدا کرده است، ولی متأسفانه از کیفیت خوبی برخوردار نیست.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟ در صنعت تولید مبلمان، نیاز شدیدی به حوضه دانشگاه و متخصصان کارآموده وجود دارد؛ چون هنوز اکثر کارگاه‌های ما سنتی عمل می‌کنند. بنابراین ما نیاز بالایی به ایجاد رشته طراحی مبلمان و دکوراسیون داریم و نباید از متخصصان رشته صنعت چوب غافل باشیم.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟ ضروری است دانشجویان رشته صنعت چوب، کارآموزی و ارتباط نزدیک با کارگاه‌ها داشته باشند و کارگاه‌ها باید از فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها استفاده کنند تا سطح کمی و کیفی این صنعت ارتقاء یابد.



رضا رضایی (کپل پا):

در ایتالیا نیز ساختار بر اساس کارگاه‌های کوچک است ولی با استراتژی واحد



ولی این کارگاه‌ها با استراتژی واحدی در فرایند تولید محصولات، شرکت و اقدام به تولید مشترک می‌کنند و از پتانسیل یکدیگر بهره می‌برند که این امر موجب افزایش توان تولید و کیفیت و کاهش هزینه نهایی تولید و نهایتاً افزایش توان رقابتی و صادرات محصول می‌شود. در ایران نیز طی سال‌های اخیر، برخی شرکت‌های بزرگ و صنعتی اقدام به برون‌سپاری برخی محصولات بینابینی خود کرده‌اند که در برخی موارد به علت ناکارآمدی ارتباط به وجود آمده ترجیح داده‌اند کالا را با سرمایه‌گذاری جدید در واحد تولیدی خود تولید نموده و یا به شرکت‌های خارجی سفارش دهند. بنابراین با فرهنگ‌سازی و پیاده کردن دیدگاه‌های صنعتی متداول در این صنعت علی‌الخصوص برای نیروهای جوان و تحصیل کرده می‌توان اصل فوق را محقق نمود.

در ادامه به عوامل مؤثر بر رشد فرهنگ و دیدگاه‌های صنعتی در رونق و بقای این صنعت و رقابت در بازارهای داخلی و ورود به بازارهای بین‌المللی که موجب ارتباط نزدیک بین دانشگاه‌ها و این صنعت نیز خواهد شد، اشاره می‌شود:

- ایجاد و رشد دپارتمان تحقیق و توسعه (research and development) که اختصاراً (R & D) نامیده می‌شود، در فعالیت‌های تولیدی جهت طراحی محصولات جدید، با هدف ایجاد رفاه بیشتر و توسعه بازار مصرف و رفع نیاز مشتری با هدف افزایش آگاهی مشتری تأکید می‌گردد که این امر لازمه جذب فارغ‌التحصیلان رشته‌های معماری، صنایع، گرایش‌های طراحی مبلمان و سایر رشته‌های مرتبط از دانشگاه‌هاست. - برندسازی برای ایجاد تمایز، آگاهی و افزایش وفاداری مشتریان و در نهایت تعهد به برند است که امروزه با بررسی شواهد و سوابق موجود، به راحتی می‌توان نتیجه گرفت متعهد بودن به برند و برندسازی راز ماندگاری در این صنعت است. - برنامه‌ریزی جهت بازاریابی (marketing)

در آغاز یادآور می‌شود، صنایع مبلمان یکی از قدیمی‌ترین صنایع در جهان به شمار می‌آید. در ایران نیز فعالیت این صنعت از اواخر دوره قاجار و با استفاده از مبلمان به سبک فرانسوی آغاز شد که امروز با تغییر شیوه زندگی، صنعت مبلمان‌سازی در ایران قدم در راه شکوفایی نهاده است.

امروزه با رشد سریع صنعت مبلمان در دنیا، از این صنعت به عنوان یکی از اشتغال‌زاترین و زودبازده‌ترین صنایع که دارای ارزش افزوده بالا و مولد ثروت است، یاد می‌شود. همچنین به کارگیری نیروی متخصص با طیف گسترده دانش و مهارت‌های فنی در بخش‌های مختلف و مصرف مواد اولیه متنوع شامل چوب و ام.دی.اف، سنگ و شیشه، منسوجات و چرم، رنگ و رزین، یراق‌آلات و سایر اقلام به نوعی صنایع دیگر را به این صنعت گره زده است. لذا تمام این عوامل موجب برجسته شدن این صنعت و مورد توجه قرار گرفتن خاص آن در بین سایر صنایع شده است. از این رو، در کنار اهمیت به کارگیری تکنولوژی تولید روز دنیا و نیروهای متخصص و مواد اولیه با کیفیت و قیمت مناسب و از همه مهم‌تر حمایت دولت از بخش خصوصی در زمینه‌های مختلف که همواره مورد تأکید قرار گرفته است، این حقیر توجه شما خواننده عزیز را به برخی عوامل مؤثر در رشد این صنعت به اختصار جلب می‌نمایم.

بر اساس آمارهای راهبردی وزارت صنعت و معدن و تجارت و شواهد موجود در صنایع مبلمان، هم‌چنان بخشی از فعالان و تولید کنندگان این صنعت با توجه به عدم حمایت و سرمایه‌گذاری کافی در بخش خصوصی و یا نداشتن دیدگاه‌های صنعتی رشد کافی پیدا نکرده‌اند و هم‌چنان یستر به صورت سنتی اداره می‌شوند. در خصوص رشد دیدگاه صنعتی شایان ذکر است در کشورهایی که صنعت مبلمان در آنها توسعه یافته است، مانند ایتالیا و چین و ... نیز، ساختار به صورت کارگاه‌های کوچک است.

planing) و ایجاد پلان‌های فروش و استفاده از تکنیک‌ها و اصول علمی فروش در جهت رقابت سالم و ایجاد آگاهی صحیح برای مشتریان نیز تأکید می‌شود که نیل به این امر در گرو گره خوردن این صنعت با دانشگاه و قشر دانشگاهی است. در پایان بحث، امید دارم این صنعت به دست نیروهای جوان و تحصیل کرده و حمایت و همکاری پیشکسوتان و صاحبان تجربه در این صنعت و حمایت‌های روزافزون دولت محترم از بخش خصوصی به تجلی و رقابت در میان کشورهای صاحب‌نام این صنعت در دنیا برسد.



سید حمیدرضا سید سجادی (ایده فرم) :

سرعت توسعه در مبلمان بسیار تند است



? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

استفاده از نیروهای دانشگاهی، حد و مرزی ندارد و خود مکملی است برای پیشرفت در صنعت مبلمان. اما آنچه در ایران مشهود است، عدم وجود نیروهای متخصص دانشگاهی در حوزه صنعت مبلمان است که متأسفانه تنها به صورت تئوری دروسی را خوانده‌اند و به سختی می‌توانند در توسعه بازار و تولید نقش آفرینی کنند.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

نیروهایی که علم و عمل را هم‌سو با هم به کار می‌گیرند، قطعاً مفیدتر خواهند بود و رشته‌های مورد نیاز در صنعت مبلمان شامل طراحی صنعتی، معماری داخلی و مهندسان صنایع و چوب خواهند بود.

? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

اندازه دقیقی برای این امر وجود ندارد؛ اما می‌توانم بگویم واحدهای صنعتی نیاز دارند از دانش و تکنولوژی روز دنیا استفاده نمایند. این امر بیشتر به سیاست و اهداف هر واحد صنعتی معطوف است و هر واحد در صورت عدم استفاده از تکنولوژی روز دنیا، عقب خواهد ماند.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟

بله، نه تنها در بین فعالان صنعت مبلمان توسعه کیفی داشته‌ایم، بلکه با توجه به محدودیت‌های موجود سرعت توسعه نیز بسیار تند بوده است. اگر کمی به عقب برگردیم و مقایسه‌ای در این ده سال داشته باشیم، روند توسعه کیفی در واحدهای صنعتی تولیدات مبلمان را کاملاً حس خواهیم نمود.



➔ مهران عسل فروش (پی چین پایه) :

جای تکنسین های صنفی و اجرایی خالی است



مورد نیاز این صنعت است؟

جای خالی تکنسین های فنی و اجرایی در این بخش کاملاً مشهود است؛ متأسفانه اکثریت نیروهای اجرایی در صنعت مبلمان در کشور ما، به صورت تجربی کار می کنند و سابقه کار اجدادی دارند. بنابراین ما نیروی متخصص تحصیل کرده با دانش فنی روز در کارخانه های تولیدی و کارگاه هایمان به ندرت می یابیم.

قدر مسلم بهره گیری از نیروهای جوان تحصیل کرده در رشته های تخصصی طراحی و تولید مبلمان که توأمان با دانش فنی کارگاه های تخصصی مذکور آموزش یابند، به توسعه بازار و محصولات با کیفیت می انجامد.

❓ برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه ها چه راهکارهایی پیشنهاد می کنید؟

تعریف و ایجاد رشته های تخصصی در زمینه طراحی و معماری داخلی و تولید مبلمان در دانشگاه های برتر کشور و ایجاد کارگاه های اجرایی توسط متخصصان و آموزش تکنسین های اجرایی در فضاهای فوق از جمله راهکارها به شمار می روند.

❓ تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می شود؟

پر واضح است که در سال های اخیر شاهد تحول خوبی در عرصه تولید مبلمان و طراحی دکوراسیون منازل مسکونی و ساختمان های اداری بوده ایم؛ ولی با روش های روز دنیا در طراحی و تولید مبلمان و نحوه اجرای دکوراسیون داخلی هنوز فاصله زیادی داریم.

❓ آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ به نظر می رسد در برخی از رشته های تولیدی صنعت مبلمان در سطح منطقه بی نظیر هستیم. این رشته ها در اقلیت تولید هستند، ولی توان اجرایی تولید کنندگان کشور در جهت تولید با کیفیت جای فعالیت بیشتری دارد.

❓ به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته هایی بیشتر





آقای ایرج آهنگری (شرکت بالسا) :

مراکز آموزشی موجود در زمینه مهندسی تولید خوب عمل نکرده اند



از آنجا که تئوری و عمل در هم تنیده‌اند و مراکز آموزشی فعلاً قادر به پاسخگویی به این نیاز نیستند، به نظر من رشته‌های تحصیلی در این مورد کافی نیستند و کارشناسی و تحقیقات در این زمینه الزامی است. البته می‌توان از مراکز آموزشی جهانی برای فراگیری رشته‌های نو در این زمینه الگو و کمک گرفت.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

به نظر می‌رسد باید رشته تحصیلی مناسب، شناسایی و طراحی شود و از ابتدای تحصیل با قرار گرفتن دانشجو در کنار تولید، بازار و یا مدیریت به تحصیل ادامه و با پیشرفت مناسب در موارد ذکر شده سطح تحصیلی خود را ارتقاء دهد و این پیشنهاد تا حدودی باعث توسعه و تقویت ارتباط بین این صنف با دانشگاه‌ها خواهد شد.



? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

این عملکرد در چند عرصه خلاصه می‌شود که برای تقسیم‌بندی می‌توان: الف) تکنولوژی تولید، ب) مواد اولیه، ج) دانش مهندسی تولید و د) دانش بازاریابی را نام برد که در ذیل به شرح موارد مذکور می‌پردازم. الف) به علت وجود شرکت‌های وارداتی، معرفی و عرضه ماشین‌آلات مورد نیاز در رتبه خوبی قرار داریم.

ب) در مورد مواد اولیه، مانند مورد اول آشنایی وجود دارد، ولی به علت نداشتن قدرت خرید توسط عموم مصرف‌کنندگان، مصرف مواد اولیه مرغوب محدود و ضعیف است.

ج) در مورد دانش مهندسی تولید، متأسفانه مراکز آموزشی در داخل این رشته کار شایسته‌ای انجام نداده‌اند.

د) دانش بازاریابی در این صنف هنوز نهادینه نشده است و شاید به علت داخلی بودن مصرف و ارتباط کم با بازارهای جهانی، این دانش متأسفانه همچنان محدود باقی خواهد ماند.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ با توجه به پاسخ سوال اول می‌توان گفت از آنجا که نهادهای آموزشی مانند هنرستان‌ها در صنعت چوب فعالیت مناسبی ندارند، فقط مدیرانی که خود آشنا به فن بوده و توانسته‌اند کادرسازی نمایند، موفق بوده‌اند که البته تعداد این شرکت‌ها بسیار اندک است.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

هدایت سلطان محمدی (شرکت مبلمان اداری فرازین) :

دهه ۴۰ آغاز حرکت مبلمان و دکوراسیون و سنتی و تولید صنعتی و انبوه



سال علمی - عملی دارد. به طبع وجود متخصصان دانشگاهی آن نیز کاملاً نیاز آن رشته است. ولی در تولید صنعت نوپای مبلمان، هنوز به آن درجه از نیاز ضروری و الزامی نرسیده‌ایم. آن هم به خاطر ایرانیزه بودن این صنعت است. با شروعی که توسط پیشگامان و صاحبان برندهای این صنعت آغاز شده است، در آینده‌ای نه چندان دور نیاز به کارگیری نیروهای تحصیل کرده دانشگاهی جدی خواهد شد. قبل از هر چیز لازم است پیش از این که دانشجویان در پی کسب مهارت و تجربه باشند، استادان در همکاری نزدیک با صنایع، در پی فراگیری این هنر - صنعت باشند تا کمک بزرگی به دانشجویان بشود. با یک بررسی اجمالی بر روی منابع مطالعاتی رشته‌های صنایع چوب و مبلمان درمی‌یابیم، چقدر این منابع از وضعیت موجود، خصوصاً مواد و مصالح و کاربردهای در زمان حال فاصله دارند. چند کتاب درباره چوب‌های جدید و رفتارشناسی فیزیکی آنها وجود دارد؟ چند کتاب درباره روکش‌های جدید مبلمان و خواص و رفتار فیزیکی آن وجود دارد؟ چند کتاب درباره برنامه‌ریزی تولید مبلمان در ایران وجود دارد؟ چند کتاب درباره اصول طراحی مدرن و پسامدرن مطابق با نیاز روز زندگی پسامدرن وجود دارد؟

متخصصان نواندیش، در جهت تاسیس مدارس و دانشکده‌های تخصصی برای ترویج اصول علمی و به کارگیری دانش روز در این صنعت، گام‌هایی برداشته شده است.

آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟
در ایران هم‌زمان با رواج مدرنیسم و در دهه ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۷، ناگهان صنعت مبلمان و دکوراسیون از حالت سنتی سابق، به سمت تولید انبوه صنعتی مبتنی بر اصول علمی و کیفیت تغییر شکل داد و آغازی با قدرت را در پیش گرفت. تولید مبلمان با کیفیت و ارگونومیک مبلیران و دیگر مصنوعات کارخانجات معظم آن زمان مانند صنایع چوبی ایران، مبلمان صادقی، مبل جوان، مبل صبور و دکور سانترال و دلیل این مدعاست. از سال ۱۳۵۷ یک دوره توقف این روند آغاز و دوباره از دهه هفتاد تولید کمی این صنعت با همت دست‌اندرکاران فداکار شروع شد. روزبه‌روز بر کیفیت محصولات افزوده می‌شود. مطالعه و تعامل دست‌اندرکاران این صنعت با صنعتگران دیپتا باعث شد با (ایرانیزه کردن) برخی از طرح‌های جهانی و اصول علمی آن به محصولاتی نسبتاً با کیفیت دست یابند.

به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟ برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنعت و مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی یک اصل پذیرفته شده در همه صنایع در دنیا است. میزان به کارگیری در هر رشته‌ای، بستگی به سابقه آن رشته در آن کشور دارد. به عنوان مثال در صنعت نفت، سابقه ده‌ها

تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

هنر - صنعت مبلمان و دکوراسیون، از قدیم بر مبنای اصول تجربی و توسط استادان و شاگردانشان خلق می‌شده است و هر جا که به اصول علمی خصوصاً علم هندسه، نیاز داشته‌اند، از معماران و اساتید علم ریاضی و هندسه یاری گرفته‌اند. اصول به کار گرفته شده عموماً بومی و محلی بوده و در دوره‌های خاص زمانی به کار گرفته می‌شده است. به عنوان مثال:

سبک گوتیک قبل از رنسانس در اروپا، سبک رنسانس تاروکوکو در اروپا، سبک هنر و معماری هندو در هند، هنر بودایی و کنفوسیوسی در چین و ژاپن، هنر اسلامی در ایران و ترکیه و تاج محل.

اوج هنر معماری و دکوراسیون اسلامی محلی در ایران در دوره صفویه بوده است که دست‌اندرکاران صنعت مبلمان با هنرمندان و معماران آن زمان هماهنگ بودند. اصول و تناسبات و فرم‌های به کار رفته در دکوراسیون و تزئینات بناها نیز که غالباً چوبی بوده‌اند، هماهنگ با دیگر اجزای ساختمان مانند آجرکاری‌ها و کاشی‌کاری‌ها بوده است. از آن زمان، بعد از رنسانس در عصر جدید و در دوره هنر مدرن، (مدرنیسم و پسامدرنیسم) به تدریج کاربرد اصول علمی در مبلمان و دکوراسیون رواج یافت و از حوزه محلی و منطقه‌ای خارج و به رهنمود علمی برای همه کشورهای دنیا تبدیل شد؛ اصولی مانند ارگونومی - استاتیک - فنگ‌شویی و ... در ایران رواج بخش‌های فوق، عمر چندانی ندارد و از حدود ۴۰ الی ۵۰ سال قبل وارد فرهنگ هنر - صنعت مبلمان شده و به نوعی نوین است؛ لذا نباید انتظار کاربرد فراوان این اصول در عرصه مبلمان و دکوراسیون را داشته باشیم.

در چند سال اخیر با همت عده‌ای از



امیدرضا معتمدی (هنرچیدمان ویرا):

طراحی نداریم و کپی کار محصولات خارجی هستیم



? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

طبیعی است که استفاده از نیروهای تحصیل کرده با رشته‌های تحصیلی مرتبط، باعث پیشرفت در زمینه طراحی و تولید می‌شود؛ اما نباید فراموش کرد که زیرساخت‌های آموزشی نیز باید بدین منظور فراهم شود.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنعت و مبل‌سازی با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

قبل از هر چیز باید تعریف درستی از تبیین و تعیین رشته‌های مرتبط با این صنعت داشته باشیم که آخر تعامل این دو، تعامل سازنده‌ای باشد. قرار دادن رشته‌های تحصیلی با توجه به تعاریف بین‌المللی در خصوص صنعت مبل‌سازی، می‌تواند راه حل این تعامل باشد.

? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبل‌سازی و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

شرکت‌های فعال در این زمینه صرفاً از نظر تولید با علم روز دنیا پیش می‌روند؛ ولی متأسفانه در زمینه طراحی، عمدتاً گرایش به کپی کردن محصولات خارجی دارند. به همین دلیل است که محصولات کلیه شرکت‌ها، در بازار مشابه یکدیگر است و تنوع محصولات بسیار کم است.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبل‌سازی، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟

در هر صورت با توجه به این نکته که اگر هم از نظر کیفی موفق بوده‌ایم، به سبب تلاش خودمان نبوده است؛ چرا که کلیه ماشین‌آلات و مواد اولیه وارداتی بوده و تمامی محصولات تولیدی شرکت‌ها تماماً با مواد اولیه یکسان تولید می‌شود. اما برخی از شرکت‌ها دقت بیشتری در اتمام کار و خروجی خود دارند.



حسین مسعود (لیوتاب):

در حلقه معیوب دانش و بازار حبس شده ایم



همزمان با دعوت از طراحان صاحبنام خارجی یا مشارکت با شرکت‌های پیشرو دنیا در خصوص طراحی و عرضه محصولات می‌توانیم تحولی در این صنعت ایجاد کنیم.

? برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

تعریف رشته‌های تخصصی در دانشگاه با الگوبرگشت از کشورهای موفق در این زمینه به کمک انجمن‌ها و صنوف، برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت تخصصی، برگزاری مسابقات علمی مرتبط به کمک دانشگاه‌ها و شرکت‌های فعال داخلی، تعریف پایان‌نامه‌های فارغ‌التحصیلی در این حوزه با حمایت مالی شرکت‌های تولیدی.



? تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

به نظرم ما فعالان عرصه مبیل و دکوراسیون از حداقل‌های دانش و علم روز جهت تولید و عرضه محصولات بهره می‌گیریم. مشخصاً توان طراحی محصول در کشور پایین است و هزینه‌های طراحی محصول و ریسک خروجی مطلوب از طراحی‌های انجام شده در بازار بالاست. لذا عملاً دانش طراحی روز در کشور مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. هر چند که در روش‌های تولید به ویژه ماشین‌آلات و ابزارآلات از مدرن‌ترین و به‌روزترین‌ها بهره می‌گیریم.

? آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟ متأسفانه آن گونه که شایسته این هنر - صنعت است، خیر. چرا که توسعه کیفی نیاز به بسترهای مختلفی من جمله بهره‌مندی از دانش و علم روز و بازار توسعه یافته دارد. که در یک حلقه معیوب بین این دو فاکتور حبس شده‌ایم. عملاً به ویژه در توسعه طراحی، توسعه کیفیتی محصول و توسعه مشتری‌مداری خیلی موفق عمل نکرده‌ایم.

? به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟ به شدت کمبود نیروی متخصص خبره احساس می‌شود؛ لذا به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی بسیار موثر است. رشته‌های طراحی صنعتی، دکوراسیون و طراحی داخلی، بازرگانی، بازاریابی، روابط عمومی، بازرگانی خارجی با گرایش صادراتی و ...



داوود ربیع (مدیرعامل شرکت ربیع چوب):

مسائل صنعت چوب و مبلمان باید در قالب پروژه‌های تحقیقاتی به دانشگاه‌ها سپرده شود



در عرصه مبلمان و دکوراسیون، به جرات تنها چهل درصد بر مبنای دانش و علم روز دنیا فعالیت می‌کنیم.

آیا در کنار توسعه کمی صنعت مبلمان، توانسته‌ایم در توسعه کیفی نیز موفق باشیم؟
همان طوری که اشاره شد، در بخش صفح‌های مدرن، با تزریق ماشین‌آلات، طبیعتاً راندمان تولید افزایش یافت و به دلیل تنوع محصولات این گروه در بخش‌های مسکونی، اداری، بانکی، هتلی و ... با حجم زیادی از مصرف‌کننده روبه‌رو شد. متأسفانه نگرش به توسعه کمی معطوف و فقط نیم‌نگاهی به توسعه کیفی نگریسته شد. غیر از حدود سی الی چهل درصد از صنایع صفح‌های که به طور هم‌زمان در هر دو بخش کمی و کیفی چه در طراحی و چه در تولید پیشرفت کردند، مابقی فقط توسعه کمی را مورد توجه قرار دادند. در بخش ماسیو، توسعه‌ای در کمیت به طور چشمگیری دیده نشد؛ با این حال به دلیل این‌که مواد اولیه (یعنی چوب) برگرفته از طبیعت است و در کیفیت آن تغییری ایجاد نمی‌شود و این‌که ساخت محصولات ماسیو مانند صندلی، مبل کلاسیک، در، پارکت و غیره اکثراً به صورت سنتی و دستی انجام می‌شود، تقریباً کیفیت ثابتی را حفظ نمود.

به نظر شما تا چه اندازه به کارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی می‌تواند به توسعه بازار و تولید محصولات مطلوب‌تر بینجامد؟ چه نیروهایی یا چه رشته‌هایی بیشتر مورد نیاز این صنعت است؟

از یک طرف صنعت چوب و مبلمان ایران شدیداً به نیروهای تحصیل‌کرده و متخصص در زمینه‌های طراحی، تولید، برنامه‌ریزی و مدیریت و فروش نیازمند است، از طرف دیگر، حداقل بالای هزار نفر در سال، نیروی جوان خانم و آقای تحصیل‌کرده در رشته‌های طراحی صنعتی، معماری داخلی،

تا چه اندازه عملکرد فعالان عرصه مبلمان و دکوراسیون بر مبنای دانش و علم روز دنیا اجرا می‌شود؟

اگر از دیدگاه یک متخصص چوب و تکنولوژی به این سؤال پاسخ دهم، باید صنعت چوب را به دو بخش اصلی صنایع ماسیو و صنایع صفح‌های تقسیم نمایم؛ بخش ماسیو، متکی بر درودگری، هنرهای دستی و سنتی است. و اگر آمارهای ارائه شده یکصد هزار واحد کوچک، متوسط و بزرگ صنف و صنعت ایران را مبنای موثق قرار دهیم - بالغ بر شصت درصد، یعنی شصت هزار واحد، متعلق به صنایع ماسیو هستند. پراکنش این گروه، عمدتاً در شهرهای قم، ملایر، همدان، سنندج و استان‌هایی چون تهران، خراسان رضوی، گیلان، مازندران، گلستان و آذربایجان و اصفهان هستند. متأسفانه به دلایلی چون: پایین بودن سطح سواد و آگاهی، امکانات کم، بالا بودن میانگین سنی، اصرار بر عملیات دستی و نگرش منفی به ماشین‌آلات مدرن، اتکا به تجربه گذشته، باعث شده تا فاصله زیادی با دانش و علم روز دنیا داشته باشند.

ولی بخش دوم یعنی صنایع صفح‌های، به دلایل خلا در تکنیک درودگری، استفاده از طرح‌های مدرن مبلمان و همین‌طور مواد اولیه، با تکنولوژی بالا، اقدام به خرید تکنولوژی و ماشین‌آلات روز دنیا نموده و چون با محوریت و مدیریت نیروهای تحصیل‌کرده و جوان و پرانرژی بودند، می‌توان گفت این گروه، هشتاد درصد بر اساس دانش و علم روز دنیا در بخش تکنولوژی پیش رفتند.

ولی مهم نیست که دانش و علم روز، فقط به تکنولوژی ختم نمی‌شود، بلکه مجموعه‌ای از علوم مدیریت، مهندسی صنایع، برنامه‌ریزی، IT، طراحی، بازاریابی و فروش، تولید و ساخت و ... را نیز شامل می‌شود. حقیقت تلخی را باید بپذیریم که



صنایع چوب و مبلمان وارد جامعه می‌شوند که برخی از آنها در رشته‌های دیگر مشغول شده یا جویای کار هستند و یا در بخش غیرتخصصی خود در صنعت مبلمان کار می‌کنند. به طور مثال، تحصیل کرده صنعت چوب که باید در تولید مواد اولیه یا محصول نهایی باشند، به ناچار در فروش مبلمان کار می‌کنند.

در ابتدا باید نیازسنجی دقیق و کاملی از صنعت به عمل آید که در چه بخش و چه نوع تخصصی نیازمند نیرو هستند؛ به نظرم تربیت نیرو در رشته‌های طراحی مبلمان، بازاریابی و فروش محصولات چوبی و مبلمان، مدیریت و برنامه‌ریزی، ماشین‌آلات و سرویس و نگهداری، تولید محصولات چوبی باید صورت گیرد.

؟ برای توسعه و تقویت ارتباط بین صنف و صنعت مبلمان با دانشگاه‌ها چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

الف- باید از کشورهای پیشرفته در صنعت چوب و مبلمان الگوبرداری کنیم. بارها مشاهده کرده‌ام که در نمایشگاه‌های چوب و مبلمان دنیا، دانشگاهیان نیز حضور فعال داشته‌اند و بازدیدکنندگان از نزدیک با مراکز تحقیقاتی و آموزشی در تماس هستند.

ب- شرکت‌های تولیدی باید مشاورانی از اساتید دانشگاهی انتخاب کنند.

ج- باید از دیگر رشته‌های کشور خودمان الگوبرداری کنیم. به طور مثال، دانشجویان رشته پزشکی، اکثر واحدهای عملی خود را در بیمارستان‌های دولتی می‌گذرانند. تفاهم‌نامه‌هایی فی‌مابین دانشگاه‌ها و کارخانجات دولتی و نیمه‌خصوصی مثل نکاچوب، سیما چوب، چوکا و ... عقد گردد تا دانشجویان برخی از واحدهای خود را مستقیماً در خطوط تولید بگذرانند.

د- صنعت می‌بایست مشکلات خود را به عنوان پروژه تحقیقاتی به دانشگاهیان بسپارد. هر کدام از سئوالات و مشکلات مربوط به تولید، می‌تواند پروژه تحقیق رساله دانشجویان قرار گیرد.

ه- دانشگاه‌ها می‌بایست از طریق نشریات

تخصصی یا انجمن‌ها و اتحادیه‌ها، لیست کتب، مقالات و تحقیقات گذشته خود را در اختیار صنعت قرار دهند؛ چرا که به طور مثال، صنعت مبلمان خبر ندارد که در رابطه با چسب‌های چوب یا روکش‌ها یا حتی صادر کردن محصول خود، چندین مقاله و مطلب در دانشگاه‌ها وجود دارد! اطمینان دارم که صنف و صنعت چوب، پس از این که اعتمادشان از نحوه تربیت نیروی انسانی در مراکز آموزشی جلب شود، حاضر به ارائه کمک‌های مادی خود برای تجهیز آنها خواهند شد. از طرف دیگر، تامین کنندگان مواد اولیه، ماشین‌آلات، یراق و ابزار نیز جهت برندسازی خود، وارد این چرخه شده و مراکز آموزشی را تقویت و حمایت خواهند کرد. در این چرخه برد-برد، به تمام طرفین سود معنوی و مادی تعلق خواهد گرفت:

*نیازهای نیروی متخصص صنعت برآورده می‌شود و نقش آن در کاهش ضایعات، بالا بردن ایمنی در کار، افزایش کیفیت و راندمان و بازدهی و بهره‌وری را شاهد خواهند بود. * اساتید و مربیان، علاوه بر درآمد فعلی خود، با ارائه مشاوره به صنعت، درآمد بیشتری خواهند داشت و در ضمن علوم خود را کاربردی خواهند کرد.

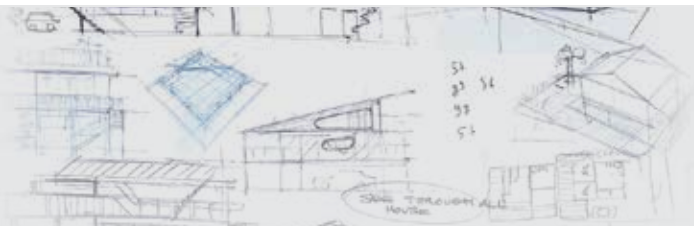
- جوانان، با انگیزه و علاقه به تحصیل ادامه می‌دهند و پس از فارغ‌التحصیل شدن بلافاصله مشغول به کار تخصصی خود خواهند شد و یا کارآفرین می‌شوند.

- مراکز آموزشی، مجهز و کاربردی خواهند شد.

- تامین کنندگان مواد اولیه و ماشین‌آلات نیز برندسازی خود را از رده جوانان این رشته آغاز خواهند نمود و به سود نهایی خود خواهند رسید.



10 Things Nobody Tells You About Decorating A Tiny Apartment



۱۰ نکته درباره آپارتمانهای کوچک که کسی به شما نمی گوید



بودن یک فضا در ست همانند بزرگ بودن یا هر ویژگی دیگری تنها یک پارامتر در طراحی محسوب می شود و نه الزاماً یک محدودیت. پارامتری که طراح را برای آفرینش گونه ای تعادل میان خود و چیزهایی (مبل، مان و عناصر دیگر) که شخصیت ساکنان را نمایندگی میکنند انگیزه مند می سازد.

۱۰ برداشت نادرستی که درباره آپارتمان های کوچک همه گیر شده این است که همه تلاش باید بر افزایش عملکردها در فضا متمرکز شده و دکوراسیون در این پروژه ها اولویت ندارد. این نظریه درستی نیست. آپارتمان شما اگرچه ابعاد کوچکی دارد اما محدودیتی در سبک (استایل) بر آن حاکم نیست. کوچک



در نگاه نخست اینگونه به ذهن می آید که بهترین طراحی داخلی ممکن در آپارتمان های جمع و جور، پیاده سازی قواعد طراحی پلان های باز (یکپارچه) است. این دیدگاه درستی نیست چراکه در درازای زمان، عدم تعریف فضا بسیار بیشتر به درک نشدن فضا و القای احساس نازیبایی و فشردگی فضا می انجامد. بهترین کار این است که محدوده عملکردی هر فضا را با روشهایی طراحانه معین کنیم. همچنین اگر به سرگرمی یا بازی علاقه مند هستید بد نیست برای آن منطقه ویژه ای در فضا ایجاد کرده که مرز دیگر فضاها را نیز روشن کند. این ایده از قرار گرفتن یک دوچرخه یا جانمایی گیاهان خانگی و... را شامل می شود.



در آپارتمان های کوچک هر سانتیمتر فضا به کار می آید. بهترین کار به جای پرکردن اطراف خود از مبلمان تمرکز کردن بر آن دسته از قطعات مبلمان است که کاربردهای چندگانه ای داشته باشند. این ایده در اتاق های خواب آنها را به اتاقی کامل تر و با کارایی بیشتر مبدل خواهد کرد. دو نمونه را در اینجا ببینید:



همچنین با صرف کمی وقت و یا سفارش به یک گروه کارگاهی می توان به نمونه های کاربردی تری از پیشخوان یا میز غذاخوری متناسب با مساحت آپارتمان خود دست یافت.





۳ درباره فضاهای غیر مفید در آپارتمان تان دوباره و این بار جدی‌تر بیاندیشید.

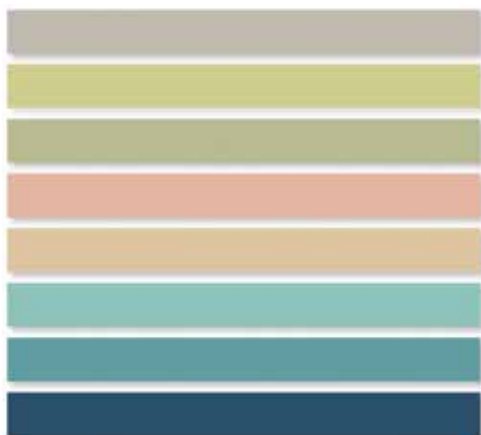
همه ما در فضاهایی که به چشم نمی‌آیند (فضاهای مخفی) چیزهایی را نگهداری می‌کنیم برای روزی که به کارمان بیایند؛ شجاعانه آن‌ها را بیرون بریزید! فضاهای مرده بسیاری در گوشه و کنار آپارتمان شماست که برای شما کاربردی را به همراه ندارند، آن‌ها را به نفع خودتان به کار بگیرید. به بازار قفسه‌ها و طبقات سری بزنید و با در دست داشتن تصویر یا نقشه‌ای از آپارتمان تان آن‌ها را در فضاهای پیشنهادی جانمایی کنید. برای نمونه سبدهای خوش ترکیب بسیاری امروزه در بازار هستند که هم زیبایی و بافت‌های دوست داشتنی را با خود به ارمغان می‌آورند و هم بخشی از چیزهای شما را در آشپزخانه یا دیگر اتاق‌ها نگهداری می‌کنند.



۴ راستهای عمودی را دریابید. آن‌ها به اندازه جهت‌های افقی خوب اند. در برنامه ریزی چیدمان آپارتمان از ظرفیت‌های هر دو راستا بهره بگیرید. این فضاها را باید کشف کرد چرا که گاهی به خودی خود نمایان نیستند برای نمونه اطراف در ورودی اتاق‌ها! به تصویر زیر نگاه کنید:



همه می دانند که برای زندگی در آپارتمان های کوچک، شیوه ذخیره سازی، جانمایی و مدیریت اشیاء، تصمیم گیری های طلایی به شمار می آیند، گویی که به ماشینی برای پنهان سازی نیاز داریم، اما اگر کمی خیال پردازانه چنین ماشینی به کمک شما آمده باشد تا زمانی که شما ندانید واقعاً به چه چیزهایی نیاز دارید و به چه چیزهایی نه، تمام گنجیه های دنیا برای پنهان کردن آن چه شما دور و برتان جمع می کنید کم خواهد بود. پس منظم باشید و به مرتب بودن عادت کنید. مطابق تحقیق phillipa lally روان شناس سلامت در کالج دانشگاهی لندن، ۶۶ روز طول می کشد تا یک رفتار تبدیل به عادت شود. به مدت ۶۶ روز تلاش کنید تا هرچه را بر می دارید سر جای خودش بگذارید. بعد از ۶۶ روز شما مدیر یک آپارتمان منظم هستید.



۷ پالت رنگ های روشن را برگزینید.

با به کار بستن پیشنهاد ۶۰-۳۰-۱۰ دو رنگ را در سایه های روشن تر و یکی را با کمی تیرگی و چاشنی بیشتر به کار بگیرید. اگر میزان رنگ های جسورانه و چشمگیر در فضا کم بود قطعاتی از مبلمان را نیز در فهرست رنگ های (۱۰) بگذارید.





بیشتر آپارتمان‌های کوچک همانند جعبه به نظر می‌رسند. بد نیست که منحنی‌ها را هم فرا بخوانیم. کمی انحنا در بدنه مبلمان چشم را از یکنواختی آزار دهنده می‌رهاند. اگر این کار را با یک قطعه مبلمانی بزرگ انجام می‌دهید برخی لوازم جانبی را نیز با آن همخوان کنید برای این کار چراغ‌ها گزینه خوبی خواهند بود.



عمق را به فضایتان بیافزایید.

چیزی که فضاهای کوچک را کوچک نشان می‌دهد نبودن «عمق» است. می‌توان با لایه بندی در طراحی، این عمق را به فضا فراخواند. به کارگیری چند تکه قالیچه گزینه بهتری نسبت به فرش‌های یکپارچه و مجلل برای این منظور است. در اتاق خواب افزودن بالش‌های تزئینی که فضا را دنج و پر مهر نشان می‌دهد به عمق آن کمک میکند. بهتر است بدانیم که منظور از لایه بندی انباشتن عناصر طراحی بر روی یکدیگر نیست بلکه آفریدن کنتراست‌های بصری و تنوع دیداری است. برای همین شما می‌توانید به دنبال موادی با جنس، بافت و الگوهای متفاوت بروید. برای نمونه اگر کوسن‌هایی با رنگ‌های خنثی و بدون بافت می‌خواهید پارچه‌هایی با الگوهای نیرومند هندسی را برگزینید.



۹ به پیشواز طراحی چیدمان‌های شناور بروید.

قطعات حجیم و بزرگ مبلمان آپارتمان را بسته و بی تحرک نشان می دهد. کاربرد عناصر معلق در طراحی به چشم این امکان را می دهد تا به همه جای فضا سفر کند و محدودیت را در نیابد. در سبک شناسی مبلمان، انواع پایه دار مبلمان به نظر فضای کمتری را نسبت به آن‌هایی که مستقیم بر روی زمین اند اشغال می کنند. به کارگیری عناصر معلق در فضا همانند گره‌هایی همه چیز را در دکوراسیون به یکدیگر می پیوندد.



همواره آپارتمان خود را از پیچیدگی رها کنید.

این پذیرفتنی ست که زندگی در یک فضا پس از مدتی آن جا را دچار بهم ریختگی می کند. در آپارتمان‌های کوچک تر این امر مشهودتر است زیرا فضای کمتری برای مخفی کردن هست. یک یا دو بار در سال دارایی‌های دکوراسیونی و کاربردی خود را حساب رسی کنید و درباره چیزهایی که باید نگه داشته شوند تصمیم گیری کنید. نتیجه این کار شما را سورپرایز! خواهد کرد.





سبک شناسی طراحی داخلی و دکوراسیون / سبک معاصر

■ کیوان عبدلی / مدرس طراحی داخلی

Contemporary Style / Interior Design

اگر شما دوستدار فضاهای ساده، مبلمان‌های امروزی و شیوه‌های منطقی و میانه رو در دکوراسیون هستید و از سبک‌های تاریخی و پرآرایه دوری می‌گزینید، احتمالاً شما سبک معاصر را خواهید پسندید.



معنایی به کار می‌گیریم اما آن‌ها در نگرشی تاریخی و سبک شناسانه این گونه نیستند. مدرن بیشتر اشاره به جنبش هنری خاصی است که در اوایل قرن بیستم پدید آمد و واکنش سختگیرانه‌ای بود نسبت به سنت‌گرایی افراطی در هنر و معماری، در حالی که معاصر نماینده سبکی است که روادارانه و به آرامی تلاش می‌کند تا قانون‌های ناظر به زیبایی‌شناسی کلاسیک را با تزلزل روبرو کرده و به جنبش‌های روزآمدتر پیوند بزند.

بر خلاف تصور رایج که شیوه مدرن را در دکوراسیون با فضاهایی سرد و مینیمالیستی (کمینه‌گرا) به یاد می‌آورند، فضای داخلی معاصر راحت، خوش آیند و بدون پیچیدگی است. همین ویژگی‌ها در سبک معاصر ظرفیت‌هایی را نهاده است که آن را از دفاتر کار و فروشگاه‌ها گرفته تا خانه‌های بزرگ و آپارتمان‌های کوچک قابل پذیرش و خواستنی کرده است. با آن که اغلب دو اصطلاح مدرن و معاصر کارکردی جایگزین گونه برای یکدیگر یافته‌اند و آن‌ها را در یک تراز

القای آرامش و آسودگی فیزیکی و روانی از ویژگی‌های بنیادین این شیوه از دکوراسیون است. برای آن که فضایی به سبک معاصر جلوه‌گری کند پایداری به چند ویژگی نیاز است:

بنیادگرایی، ساده‌گرایی،
پیچیدگی‌های زیرکانه و نامحسوس،
بافت‌ها و خطوط ساده و تمیز

این سبک کمی بیش از اشیاء به فضا اهمیت می‌دهد و با به کارگیری رنگ و خطوط ساده در عناصر حاضر در محیط و ایجاد فاصله‌های معنادار میان آن‌ها موجب می‌شود تا فضا همواره تازه و تمیز و درخشان به چشم بیاید.





بهتر است ویژگی‌ها و برخی عناصر سبک معاصر را بیشتر بشناسیم:

رنگ

خنثی و از جمله، سیاه و سفید رنگ‌های پایه در ترکیب بندی‌های فضای داخلی به سبک معاصر هستند. دیگر رنگ‌ها در صورت حضور در این پالت (نسخه رنگی) تیره تر و یا روشن تر از فام اولیه خود به کار گرفته می شوند. برای زمینه‌های افقی و عمودی حاضر در محیط (کف - دیوار) رنگ‌های خنثی

و سیاه بیش از دیگر رنگ‌ها کاربرد دارد و به این ترتیب پس زمینه ای ویژه برای نمایش عناصر بزرگ و برجسته مبلمانی و دکوراسیون ساخته می شود. در مواردی که دیوارها و خطوط پنجره رنگ‌هایی پاستلی (سایه رنگ‌های فام دار) داشته باشند، کادر بندی‌های هم مرز با آن‌ها حتماً رنگی خنثی، سیاه و یا سفید خواهند داشت.



خط و فضا

می توان دید. از این روی، فاصله های خالی میان عناصر مبلمان، فضای خالی بالای سر اشیاء و لوازم به اندازه حضور خود آن ها اهمیت می یابد. در این سبک هر شیء شخصیتی ویژه و یگانه برای خود دارد.

بارزترین و متمایزترین عنصر طراحی در سبک معاصر «خط» است. عنصر خط را در اجزاء معماری داخلی این سبک چون ارتفاع بلند فضاها، پنجره های عریان و بدون پوشش، شکل های هندسی در هنرهای دیواری و مجسمه های دکوراتیو، قطعات بزرگ رنگی و ...



عناصر ساختاری معماری داخلی همانند کانال های هوا، دیوارهای آجری بدون اندود، لوله کشی های روکار و ... در سبک معاصر نه تنها در روند دکوراسیون و طراحی داخلی آسیبی در شمار نمی آیند که گاه بر بودن آن ها از راه رنگ آمیزی های ویژه تأکید می شود.



Contemporary Style Interior Design



مبلمان

مبلمان در این سبک، حداقل تعداد را داشته و بدون خط‌های منحنی و آرایه‌های افزوده، بسیار ساده و منظم و تا حدی جدی و سنگین هستند؛ فرم‌ها نیز هندسی با پوششی در رنگ‌های سیاه، سفید و خنثی (قهوه‌ای، کرم، سفید و...) و بیشتر با بدنه‌ای از چوب افرا و غان با نشیمنی در بافت‌ها و الیاف طبیعی. رو اندازها و پارچه‌های به کار رفته بر روی مبلمان و از جمله تخت‌خواب بی هیچ حاشیه دوزی و متعلقات مانند منگوله و... هستند. جهت افزودن رنگ و جذابیت به فضا، کوسن‌ها و پوشش‌های پارچه‌ای آب‌زورها یکی از گزینه‌های پرکاربرد برای این منظور در این شیوه از دکوراسیون است.



۱۰ پیشنهاد سودمند برای داشتن یک آشپزخانه ارگونومیک*

(Factors) به طور مترادف بهره گرفته می شود. هر دو اصطلاح رابطه دوسویه کار و نیازمندی های شغلی را بازگو و تشریح می کند و هر دو درصدد کاهش فشارهای جسمانی و روانی در محیط کار هستند. آشکارترین اثر مثبت طراحی درست و مناسب مشاغل، تجهیزات و محیط کار، بالا رفتن سطح ایمنی، بهداشت، تطبیق کار با کارگر و در نهایت رضایت شغلی و بهبود بهره وری است.

* ارگونومی (به انگلیسی: Ergonomics) عبارت است از دانش بکار بردن اطلاعات علمی موجود درباره انسان (و روش های علمی تولید چنین اطلاعاتی) در طراحی محیط کار. ارگونومی ظرفیت ها و توانمندی های انسان را بررسی می کند و سپس اطلاعات به دست آمده را در طراحی مشاغل، فرآورده ها، محیط های کار و تجهیزات به کار می بندد. (۱) معمولاً از اصطلاحات ارگونومی و عوامل انسانی (Human)

10 Useful Offers for an Ergonomic Kitchen



این ۱۰ پیشنهاد را به کار ببندید تا آشپزخانه ای درست و کارآمد داشته باشید:



در ردیف های نزدیک به سطح زمین از کشوها (دراور) به جای کابینت با درهای معمولی استفاده کنید با این روش برای دیدن و برداشتن اشیاء داخل آنها مجبور نیستید بنشینید و یا خم شوید.

1

اسباب و ابزاری را که به طور روزمره بیشتر به کار گرفته می شوند در ردیف های بالایی نزدیک به سطح کانتر (کشوهای بالایی) یا در پایین ترین سطح کابینت های دیواری قرار دهید.

2



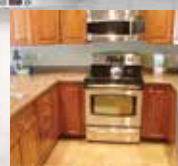
در اطراف سینک فضای کافی در سطح کانتر در نظر بگیرید.

4



به هنگام طراحی نقشه آشپزخانه، در نزدیکترین فاصله با اجاق گاز یک سطح کار کافی ایجاد کنید. خواهید دید که این بخش از فضا برای آماده سازی مواد پیش از پخت و پس از آن تا چه اندازه کارایی خواهد داشت.

3





5

مکان‌های اصلی کار در آشپزخانه را طوری طراحی کنید که امکان آمد و شد در طرفین آنها همواره فراهم باشد. برای نمونه، قرار دادن اجاق گاز در گوشه فضا کارایی آن را کاهش خواهد داد.



6

حداقل ارتفاع سطح کار (کانتر) در آشپزخانه ۹۰ سانتیمتر است. این اندازه بر پایه میانگین قد افراد معین شده. کار کردن در سطحی کمتر یا بیشتر از این ارتفاع آسیب‌های جدی در درازمدت خواهد داشت.



7

برای هر منطقه کاری در آشپزخانه نور کافی و با جهت تابش درست در نظر بگیرید.





اطمینان پیدا کنید که حداقل ارتفاع هود اجاق گاز از سطح آن ۶۰ سانتی متر باشد به طوریکه سر شما با آن تماسی نداشته باشد و دید شما را نیز محدود نکند.

8



اگر شما چپ دست هستید ایستگاه های اصلی کار در آشپزخانه را بر پایه این ویژگی خود تنظیم کنید. برای نمونه ماشین ظرف شویی در این حالت به جای سمت راست باید در سمت چپ سینک تعبیه شود.

9



بیشتر صندلی های ویژه کانتر که در بازار هستند به هنگام نشستن توان عملکردی کمی را به فرد می دهند. برای آشپزخانه خود نمونه ای را پیدا کنید که زمان نشستن بر روی آن بتوانید کارها را به راحتی بر روی کانتر انجام دهید.

10





دکوراسیون با: رنگ سال ۲۰۱۵

PANTONE®
PQ-18-1438TCX

Color of The Year 2015



اگر چه مخاطب کمپانی مشهور Pantone در پروژه انتخاب رنگ سال بیشتر، طراحان مد و گرافیک هستند اما دنیای دکوراسیون داخلی نیز از این رویداد بی بهره نیست و خود را یکی از مخاطب های ویژه این آیین جهانی می داند. Marsala ۱۴۳۸-۱۸ گزیده امسال این کمپانی از هم اکنون هواداران خود را در همه زمینه های دیزاین پیدا کرده است. این آلبالوی شکلاتی اغوا کننده کافی ست تا در ترکیبی حساب شده قرار گیرد تا تبدیل شود به نسخه رنگی ویژه ای برای هر فضا.



به عنوان رنگ بخشی از فضا یا مبلمان و دکوراسیون کمی سخت می دانند. خود کمپانی پنتون آن را «تنومند، زیبا و اثربخش» توصیف کرده از این رو شاید این رنگ بتواند در آفرینش فضایی گرم، زنانه و شیک به طراحان کمک کند.

با آن که برخی طراحان دکوراسیون marsala ۱۸ - ۱۴۳۸ را ارگانیک (آلی) و با حال و هوایی پیچیده و رازآلود توصیف کرده اند و گروهی دیگر نیز آن را غنی و آرام و یادآور خاطرات خوشایند می دانند، عده ای نیز انتخاب آن را از سوی مردم





کا به نمونه‌های روبرو نگاهی بیاندازید:

یکی از ترکیب بندی‌های خوب با رنگ سال را در این فضا که انتخابش برای اتاق غذاخوری با پیروزی همراه بوده می‌بینیم.



PANTONE
2015

COLOR OF THE YEAR
Marsala

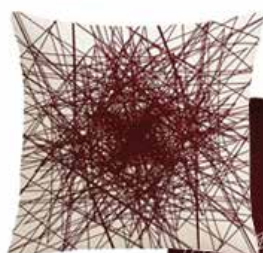


FLOOR LAMP

WALL CLOCK



SEATING



HOME DECOR



TABLE LAMPS





سخنان آموزنده پانزده کار آفرین بزرگ تاریخ بشر

گردآوری: مصطفی میرفندرسکی / مشاور سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO) و برنامه توسعه ملل متحد (UNDP)



این جملات تبدیل به یک کار آفرین موفق نمی‌شود ولی این سخنان ممکن است بتواند دیدگاه شما را نسبت به زندگی تغییر دهد و زمینه ساز موفقیت‌های آینده شما گردد. این سخنان چکیده تجربه موفق‌ترین افراد تاریخ است، آنها را از دست ندهید:

آنچه در این یادداشت آورده شده است، برگزیده‌ای از سخنان بزرگ‌ترین کار آفرینان تاریخ بشر است. هریک از این افراد تحولی اساسی در زندگی ما ایجاد کرده‌اند و امروزه به واسطه ابداع و اختراعشان هزاران نفر به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مشغول به کار هستند. قطعاً شما به صرف خواندن

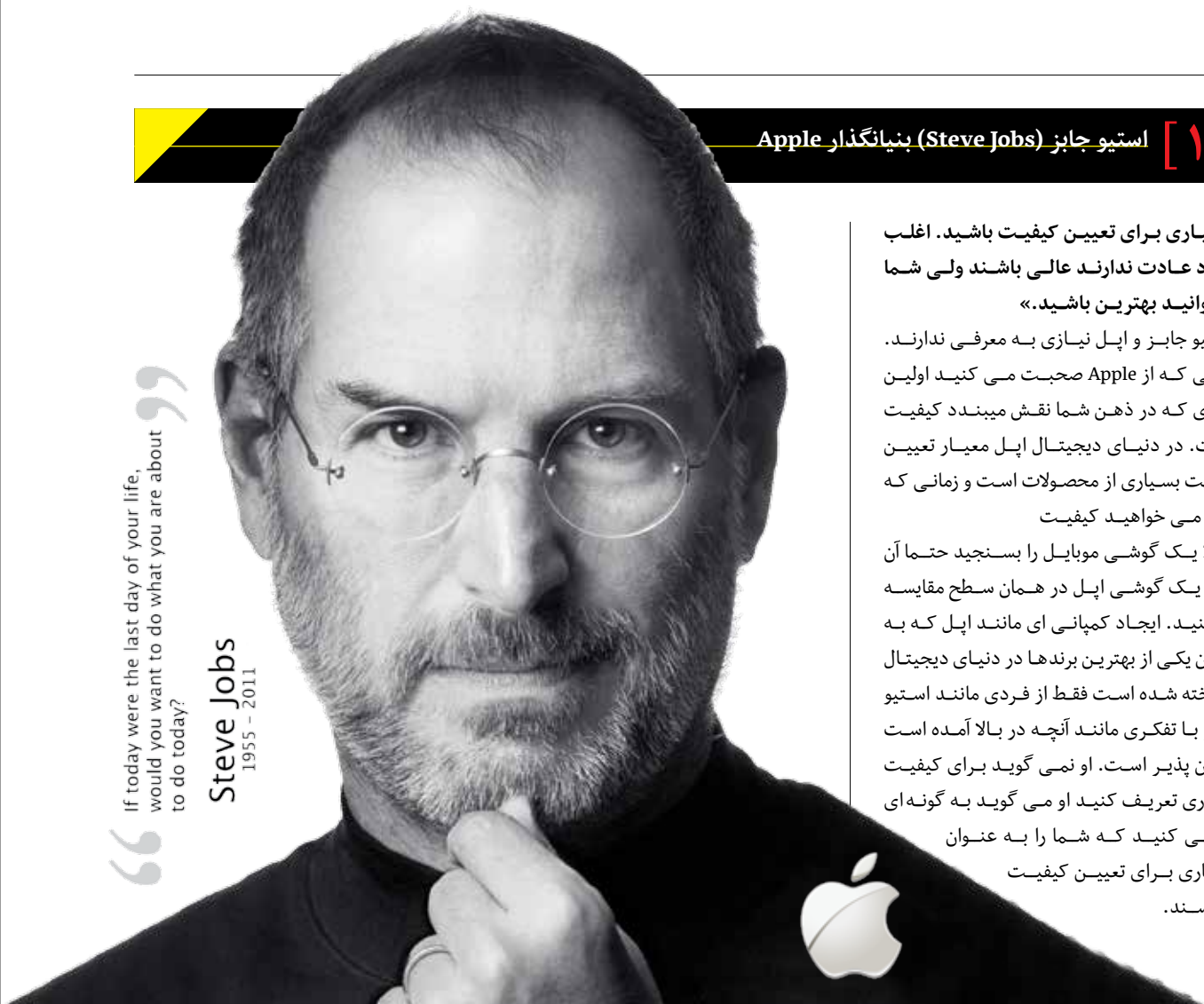
[۱] استیو جابز (Steve Jobs) بنیانگذار Apple

«معیاری برای تعیین کیفیت باشید. اغلب افراد عادت ندارند عالی باشند ولی شما می‌توانید بهترین باشید.»

استیو جابز و اپل نیازی به معرفی ندارند. زمانی که از Apple صحبت می‌کنید اولین چیزی که در ذهن شما نقش می‌بندد کیفیت است. در دنیای دیجیتال اپل معیار تعیین کیفیت بسیاری از محصولات است و زمانی که شما می‌خواهید کیفیت مثلاً یک گوشی موبایل را بسنجید حتماً آن را با یک گوشی اپل در همان سطح مقایسه می‌کنید. ایجاد کمپانی‌ای مانند اپل که به عنوان یکی از بهترین برندها در دنیای دیجیتال شناخته شده است فقط از فردی مانند استیو جابز با تفکری مانند آنچه در بالا آمده است امکان پذیر است. او نمی‌گوید برای کیفیت معیاری تعریف کنید او می‌گوید به گونه‌ای زندگی کنید که شما را به عنوان معیاری برای تعیین کیفیت بشناسند.

“If today were the last day of your life, would you want to do what you are about to do today?”

Steve Jobs
1955 - 2011



[۲] ریچارد برانسون (Richard Branson) بنیانگذار Virgin Group

“Screw It, Let's Do It.”

- Richard Branson

Virgin

«بزرگترین علاقه مندی من در زندگی این بوده است که برای خودم هدف‌های دست نیافتنی قرار دهم و سپس تمام سعی خودم را برای رسیدن به این اهداف به کار بندم.»

زندگی ریچارد برانسون دقیقاً براساس همین جمله بنا نهاده شده است. اگر به لیست کارهایی که او کرده و شرکت‌هایی که راه اندازی نموده است نگاه کنید نمی‌توانید باور کنید که تمام اینها را یک شخص در مدت ۵۰ سال فعالیت کاری خود انجام داده است. او را به عنوان یکی از بزرگترین سرمایه‌گذاران دنیا می‌شناسند که زمینه فعالیتش بسیار وسیع و گسترده است. از راه اندازی شرکتی برای فروش آهنگ‌های موسیقی تا راه اندازی یک خط هوایی تا فعالیت در زمینه موبایل تا راه اندازی یک انتشارات کتاب، تا فعالیت در زمینه سلامتی و شاخه‌های متنوع و اغلب نا مربوط به هم. ریچارد برانسون در حال حاضر مالک بیش از ۴۰۰ شرکت در زمینه‌های فعالیت گوناگون می‌باشد و سرمایه خالص وی در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۵ میلیارد دلار تخمین زده شده است.

[۳] جان دی. راکفلر (John D. Rockefeller) بنیانگذار Standard Oil

کند ولی همواره تحت تاثیر احساسات و روابط دوستانه اشخاص گروه خواهد بود و به همین دلیل است که این شکل از تجارت‌ها عموماً با شکست روبه رو می‌شود و حتی رابطه دوستانه افراد درگیر را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. پس فراموش نکنید دوستان خوب الزاماً شرکای کاری خوبی برای هم نخواهند بود.



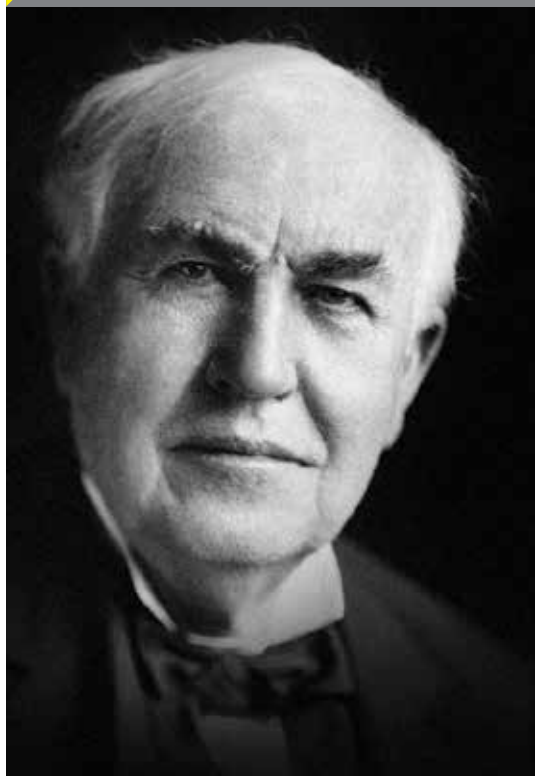
«پیدا کردن یک دوست در یک تجارت خیلی بهتر از پایه گذاری یک تجارت براساس یک رابطه دوستانه است.»

راکفلر را می‌توان از اولین میلیاردهای قرن بیستم دانست. او یکی از تاثیرگذارترین افراد در شکل گیری اقتصاد آمریکا است و از اولین کسانیست که با پایه گذاری یک شرکت نفتی وارد تجارت نفت به شکلی که امروزه وجود دارد، شده است. این جمله راکفلر در کسب و کارهای امروزی نمود بسیاری دارد. بسیاری از افراد به صرف داشتن یک جمع دوستانه تصمیم می‌گیرند یک کسب و کار را شروع کنند. کسب و کاری که بر پایه یک رابطه دوستانه شروع شده باشد ممکن است کار





[۴] توماس ادیسون (Thomas Edison) مخترع لامپ



«من هیچ وقت شکست نخوردم من فقط ۱۰ هزار راه پیدا کردم که به هدف نمی رسید.»

بدون شک توماس ادیسون یک انسان فوق العاده و یکی از تاثیر گذارترین افراد در شکل گیری زندگی صنعتی امروزه ماست. علی رغم اینکه عمده شهرت وی برای اختراع لامپ می باشد ولی او در طول زندگی خود بیش از ۱۰۰۰ اختراع به ثبت رسانده است که بسیاری از آنها پایه گذار شکل گیری ابزارهایی است که امروزه ما در زندگی خود از آن استفاده می کنیم. اگر بخواهیم از دیدگاه ما به زندگی این مرد بزرگ نگاه کنیم احتمالا خواهیم گفت او برای هر موفقیتی که به دست آورده است بارها شکست خورده ولی از دیدگاه ادیسون همه اینها تجربه‌هایی بوده است که به او در پیدا کردن راه درست کمک کرده اند. اگر شما یاد نگیرید که به اشتباهات خود به عنوان یک معلم نگاه کنید هیچ وقت به موفقیت نخواهید رسید.

Opportunity is missed by most people because it is dressed in overalls and looks like work.

- Thomas Edison

[۵] ری کراک (Ray Kroc) رئیس افسانه ای مک دونالد



«شانس با تلاش ارتباط مستقیم دارد. هر چه قدر بیشتر تلاش کنید خوش شانس تر خواهید بود.»

ری کراک رئیس افسانه ای مک دونالد و کسی که مک دونالد را به غول صنعت رستوران‌های فست فود در دنیا تبدیل کرد، طعم موفقیت را در دهه ششم زندگی خود چشید. او برای رسیدن به موفقیت ۳۰ سال تلاش کرد و زمانی به موفقیت رسید که شاید از نظر خیلی‌ها زمانی برای بازنشستگی باشد. اگر در حال حاضر مک دونالد با ارزشی بالغ بر ۳۵ میلیارد دلار در بیش از ۱۱۰ کشور دنیا با ۳۵ هزار شعبه و بیش از ۴۴۰ هزار کارمند مشغول فعالیت است تنها به این دلیل است که فردی مانند ری کراک با تفکر «شانس یعنی تلاش» در راس آن بوده است. پس اگر فکر می کنید که در زندگی انسان خوش شانسی نیستید به میزان تلاش خودتان نگاه کنید.

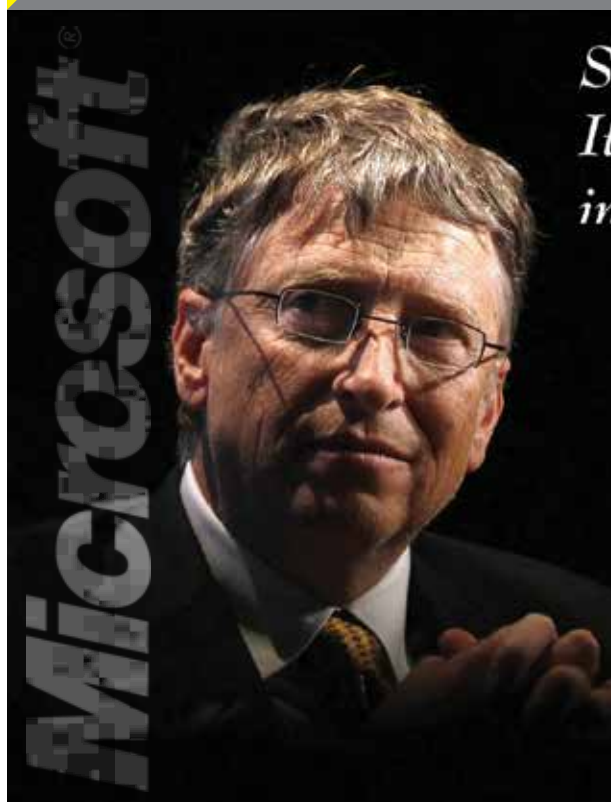
[۶] دونالد ترامپ رئیس سازمان ترامپ



«گاهی اوقات شما با شکست در یک نبرد، راهی برای پیروزی در جنگ پیدا می کنید.»

دونالد ترامپ تاجر، سرمایه گذار، نویسنده و مجری مطرح آمریکایی است که کار خود را با سرمایه گذاری در بازار املاک آمریکا شروع کرد و کم کم دامنه فعالیت خود را گسترش داد و تبدیل به یکی از ثروتمندترین افراد جهان گردید. زندگی ترامپ دقیقاً تعبیری از جمله ایست که در بالا آورده شده است. او در سال ۱۹۹۰ و در اوج شهرت و ثروت به دلیل عدم توانایی در بازپرداخت وام ۲ میلیارد دلاری بر شکست شد و اگر چه در اثر این اتفاق اکثر دارایی خود را از دست داد ولی دوباره به دنیای تجارت بازگشت و حتی به موفقیتی بیشتر از قبل دست یافت. وی روش خود را برای عبور از بحران و بازگشتن به اوج در دو کتاب «هنر بقا» و «هنر بازگشت» به نگارش در آورده است.

[۷] بیل گیتس (Bill Gates) بنیانگذار Microsoft



*Success is a lousy teacher.
It seduces smart people
into thinking they can't lose.*

Bill Gates

«موفقیت یک معلم فریبکار است. او به افراد باهوش تلقین می کند که شما هیچگاه اشتباه نمی کنید.»

جمله ای بسیار زیبا از یکی از موفق ترین و ثروتمندترین افراد دنیا. موفقیت ها بسیار کمتر از اشتباهات به ما درس میدهند زیرا موفقیت می تواند این حس را در ما به وجود آورد که راه بهتری برای انجام کاری که در آن موفق بوده ایم وجود ندارد و این بزرگترین دلیلست که اغلب افراد از یک حدی بیشتر پیشرفت نمی کنند. گیتس بعد از کناره گیری از مدیریت مایکروسافت نیز دست از تلاش بر نداشت و به موفقیت های قبلیش در مایکروسافت قانع نشد. او به همراه همسرش بنیاد بیل و ملیندا گیتس را تاسیس کرد که در حال حاضر بزرگترین بنیاد خیریه دنیا می باشد. حجم کمک های بشر دوستانه این بنیاد به بیش از ۳۴ میلیارد دلار می رسد ولی با اینحال همچنان بیل گیتس جزو ۵ ثروتمند برتر دنیا می باشد.



The WALT Disney Company



[۸] والٹ دیزنی (Walt Disney) بنیانگذار کمپانی والٹ دیزنی

«یکی از بهترین انواع تفریحات انجام دادن کارهای غیر ممکن است.»

والٹ دیزنی بنیانگذار کمپانی دیزنی و خالق برجسته ترین انیمیشن‌های قرن بیستم نیازی به معرفی ندارد. حتما هر یک از ما خاطره ای خوش با یکی از انیمیشن‌ها یا شخصیت‌های کارتونی والٹ دیزنی در ذهن خود داریم. بسیاری از تکنولوژی‌ها و ایده‌های تجاری که دیزنی در خلق آثار خود استفاده می کرد تا قبل از او وجود نداشتند و انجام دادن آنها غیر ممکن به نظر می رسید.

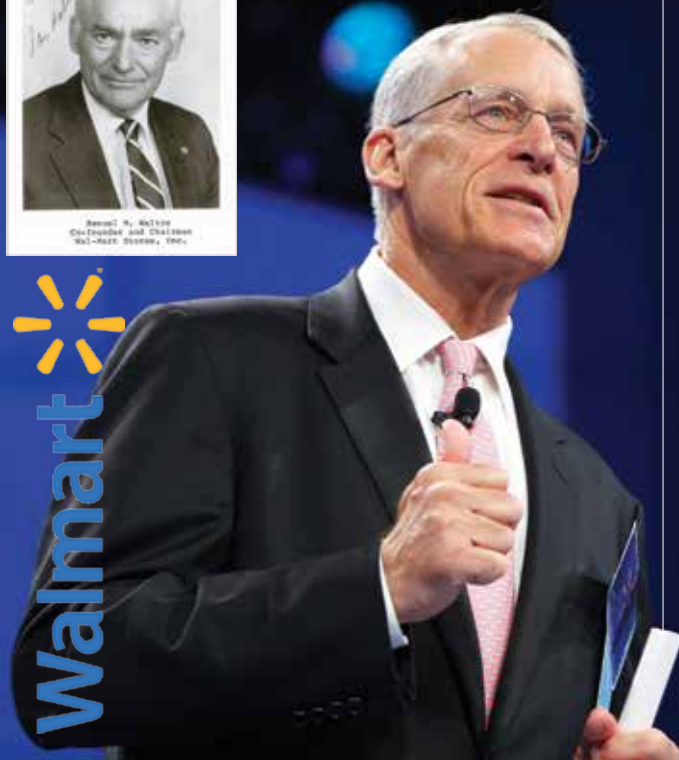
نکته مهم این است که او به چشم یک تفریح به انجام دادن کارهای غیر ممکن نگاه می کرد یعنی کاری که از انجام دادن آن لذت میبرد و شاید این یکی از اصلی ترین عوامل موفقیت دیزنی بوده است. چند نفر از ما از کاری که انجام می دهیم لذت می بریم؟

“ALL OUR DREAMS CAN COME TRUE,
IF WE HAVE THE COURAGE TO PURSUE THEM”
- Walter Elias Disney

[۹] سام والتون (Sam Walton) بنیانگذار وال مارت



Walmart

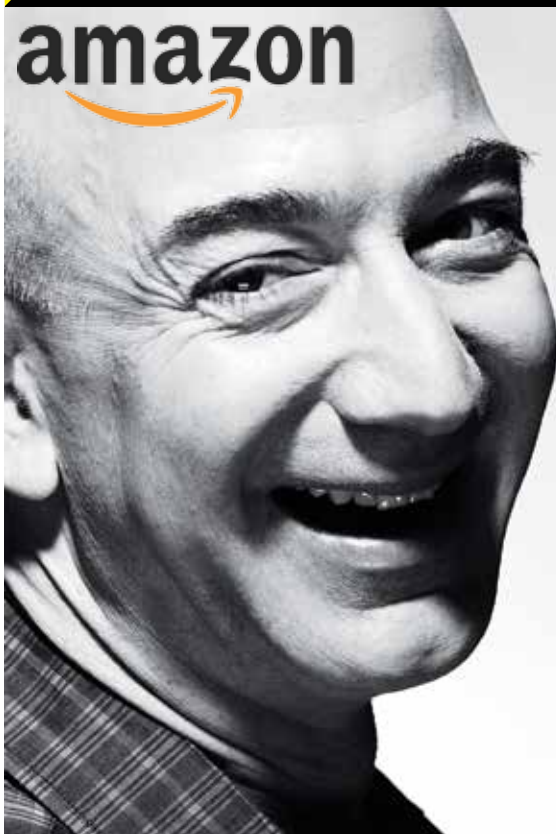


«داشتن بالاترین سطح انتظار، کلید موفقیت در هر

چیز است.»

حتما تعجب خواهید کرد زمانی که بشنوید تعداد کارمندان فروشگاه‌های زنجیره ای وال مارت در سراسر دنیا از جمعیت اکثر کشورهای حاشیه خلیج فارس بیشتر است. تعداد کارمندان این فروشگاه که بنیانگذار آن سام والتون در سال ۱۹۶۲ بوده است به بیش از ۲,۲ میلیون نفر در سراسر دنیا می رسد و این فروشگاه‌ها در حال حاضر بالغ بر ۱۱ هزار شعبه در سراسر دنیا دارند. سام والتون بنیانگذار بزرگترین فروشگاه زنجیره ای دنیا به نکته بسیار مهمی در این جمله اشاره می کند. او می گوید زمانی که شما بالاترین سطح انتظار را نسبت به خود، دیگران و محیطی که در آن زندگی یا کار می کنید داشته باشید محیط شما نیز سعی در بر آورده کردن این انتظارات می نماید و شما را به سمت موفقیت رهنمون می کند. زمانی که شما از خودتان انتظار دارید که کاری را به بهترین نحو انجام دهید تمام سعی خود را خواهید کرد که آن کار را به بهترین شکل انجام دهید. زمانی که از اطرافیان خود انتظار دارید که بهترین بر خورده با شما داشته باشند آنها نیز سعی در بر آورده کردن این انتظار خواهند داشت. و به طور کلی زمانی که سعی می کنید همه چیز به بهترین شکل باشد زندگی شما نیز بر همین اساس تنظیم خواهد شد.

۱۰ [جف بزوس (Jeff Bezos) موسس سایت آمازون]



«برند شما آن چیزی است که مردم در مورد شما می گویند، زمانی که شما در اطاق نیستید.»

اگر تنها یک نفر وجود داشته باشد که بتواند در باره برند و برند سازی صحبت نماید آن فرد کسی نیست جز جف بزوس بنیانگذار Amazon.com کمپانی آمازون در سال ۲۰۱۰ به عنوان قابل اعتماد ترین برند در آمریکا شناخته شده است و این گواهیست بر آنچه در خصوص جف بزوس گفتیم. مردم بارها از آمازون خرید می کنند زیرا می دانند که خریدی مطمئن خواهند داشت و آنچه که به دستشان خواهد رسید همان چیزیست که انتظار دارند. ایجاد همچنین کمپانی ای که شاید بتوان آن را پایه گذار خرید اینترنتی و تجارت الکترونیک نامید تنها از کسی مانند جف بزوس با تفکری مانند آنچه در بالا بدان اشاره شده است ساخته است: ارائه خدمات به نحوی که مشتریان شما بزرگترین مشوق برای خدمات شما باشند.



۱۱ [لری الیسون (Larry Ellison) بنیانگذار کمپانی اُراکل]

نتیجه احمقانه ای خواهد داشت. و به اعتقاد لری الیسون پنجمین مرد ثروتمند دنیا، آنچه که در این مسیر می تواند به شما کمک کند که تمام این انتقادات و حتی توهین ها را پشت سر بگذارید و در کاری که شروع کرده اید به موفقیت برسید، اعتقادی خواهد بود که شما به خودتان و کارتان دارید. به قول هنری فورد: اگر شما فکر میکنید که می توانید پس حتما می توانید.

«زمانی که شما شروع به نو آوری می کنید، باید خودتان را آماده کنید که همه شما را دیوانه خطاب کنند.»

نو آوری در هر کاری بسیار سخت است زیرا شما همواره در مقابل آدم هایی قرار میگیرید که به دلیل عدم درک درست از کاری که شما مشغول انجام آن هستید، سعی در این خواهند داشت که به شما بقولانند که قادر به انجام آن کار نخواهید بود و یا کاری که می کنید





۱۳] کارلوس اسلیم (Carlos Slim) صاحب کمپانی Telecoms

«زمانی که شما برای تفکرات و اعتقادات دیگران زندگی می کنید، در حقیقت شما مرده اید.»

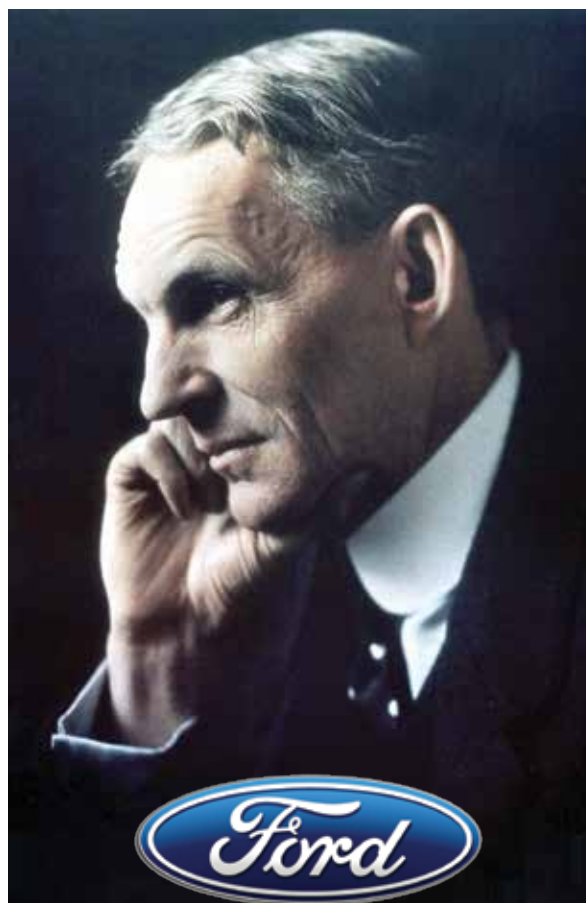
کارلوس اسلیم را می توان ثروتمند ترین مرد دنیا دانست. او برای سه سال متوالی و از سال ۲۰۱۰ تا سال ۲۰۱۳ در لیست ثروتمند ترین افراد دنیا همواره نفر اول بوده است. او صاحب بیش از ۲۰۰ شرکت در دنیا می باشد و سرمایه خالص او در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۸۰ میلیارد دلار بر آورد شده است.

از دیدگاه کارلوس اسلیم تنها یک عقیده در خصوص آنچه شما انجام می دهید در دنیا مهم است و آن عقیده و نظر خود شماست. شما نمیتوانید طوری زندگی کنید که موجبات خشنودی همه را فراهم کنید و اگر تلاش خود را در این راستا به کار بندید قطعاً زندگی خود را به هدر داده اید. پس طوری زندگی کنید که خودتان دوست دارید نه آن طور که بقیه می پسندند.

Carlos Slim



۱۲] هنری فورد (Henry Ford) بنیانگذار کمپانی فورد



«چه شما فکر کنید که می توانید کاری را انجام دهید و چه فکر کنید که نمیتوانید آن کار را انجام دهید، در هر دو حالت درست فکر می کنید.»

کمتر کسی است که محصولات کمپانی عظیم خودروسازی فورد را نشناسد. هنری فورد بنیانگذار یکی از عظیم ترین کمپانی های خودروسازی و از موفقترین و ثروتمند ترین افراد تاریخ در این جمله به اهمیت طرز فکر در رسیدن به موفقیت اشاره می کند. او می گوید اگر شما فکر می کنید که در کاری موفق خواهید شد پس در آن کار به موفقیت خواهید رسید و اگر فکر می کنید توان انجام کاری را ندارید پس قادر به انجام آن نخواهید بود. در حقیقت این طرز فکر شما و نوع نگرش شما به زندگی است که می تواند عامل موفقیت یا شکست

شما گردد. شرکت فورد در حال حاضر بیش از ۱۸۰ هزار کارمند در سراسر دنیا دارد و دارایی های این شرکت در سال ۲۰۱۴ بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است.

[۱۴] ماری کی اش (Mary Kay Ash) بنیانگذار کمپانی آرایشی بهداشتی ماری کی



«الزاما افراد با استعداد با انبوهی از ایده‌های ناب بهترین‌ها نیستند. بهترین‌ها کسانی هستند که حتی اگر فقط یک ایده دارند رسیدن به آن را دنبال می‌کنند.»

ماری کی اش را می‌توان سر آغاز حضور موفق زنان در دنیای تجارت دانست. او اولین زن‌بست که در قرن بیستم به موفقیت در دنیای تجارت رسید و راه را برای حضور زنان در دنیای تجارت باز کرد. او تجارت خود را با همکاری پسرش و با سرمایه اندک ۵۰۰۰ دلاری و در دهه ۵۰ زندگی آغاز کرد و توانست پایه‌گذار کمپانی لوازم آرایشی و بهداشتی «ماری کی» یکی از معتبرترین برندها در دنیای لوازم آرایشی گردد.

همچنین ماری کی را از بنیانگذاران بازاریابی شبکه‌ای و فروش مستقیم می‌دانند. نکته‌ای که یکی از موفقترین زنان قرن بیستم بدان اشاره می‌کند این است که ایده به تنهایی شما را به موفقیت نخواهد رساند. ایده‌ای که اجرایی نگردد فقط در حد یک ایده باقی خواهد ماند و آنچه که می‌تواند عامل موفقیت باشد نه استعداد ذاتی شما، بلکه پیگیری و تلاش شما در رسیدن به موفقیت است.

[۱۵] لری پیج (Larry Page) بنیانگذار گوگل

«زندگی دو شانس به شما داده است: یکی اینکه تغییراتی بزرگ در دنیا به وجود آورید و دیگری اینکه تغییراتی کوچک در کسانی که دوستشان دارید. هر دو اینها شانس‌های فوق العاده‌ای هستند و فراموش نکنید که فرصت شما بسیار کوتاه است و خیلی زودتر از آن چیزی که تصور کنید به پایان خواهد رسید.»

یک جمله بسیار زیبا برای پایان دادن به این مقاله از زبان فردی که بنیانگذار بزرگترین کمپانی اینترنتی در دنیا می‌باشد. گوگل در حال حاضر بیش از ۵۰ هزار کارمند در سراسر دنیا داشته و ارزش دارایی‌های این شرکت به بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار می‌رسد. تغییراتی که لری پیج و گوگل در دنیای تکنولوژی پدید آوردند بر هیچ کسی پوشیده نیست.

تعبیر ایجاد تغییرات بزرگ در دنیا در مورد آنچه که با آمدن گوگل در دنیای اینترنت روی داد، کاملا صدق می‌کند. و آنچه که بسیار اهمیت دارد این است که لری پیج تغییرات بزرگ در دنیا را هم سطح ایجاد تغییرات کوچک در کسانی که دوستشان دارید قرار می‌دهد. ما چه قدر در زندگیمان برای رسیدن به این دو هدف تلاش می‌کنیم؟





Lumio گستره ای از کتاب تا چراغ

Lumio unfolds from a book into a lamp



محصول به کاربر اجازه می دهد تا کنترل میزان روشنایی آن را بدون کلید و تنها از راه تنظیم زاویه دلخواه کتاب در دست بگیرد.

Lumio با ظاهری تمام عیار همانند یک کتاب با جلد گالینگور، به هنگام گشوده شدن، صفحات نورانی خود را پیش روی بیننده قرار می دهد. عطف انعطاف پذیر این



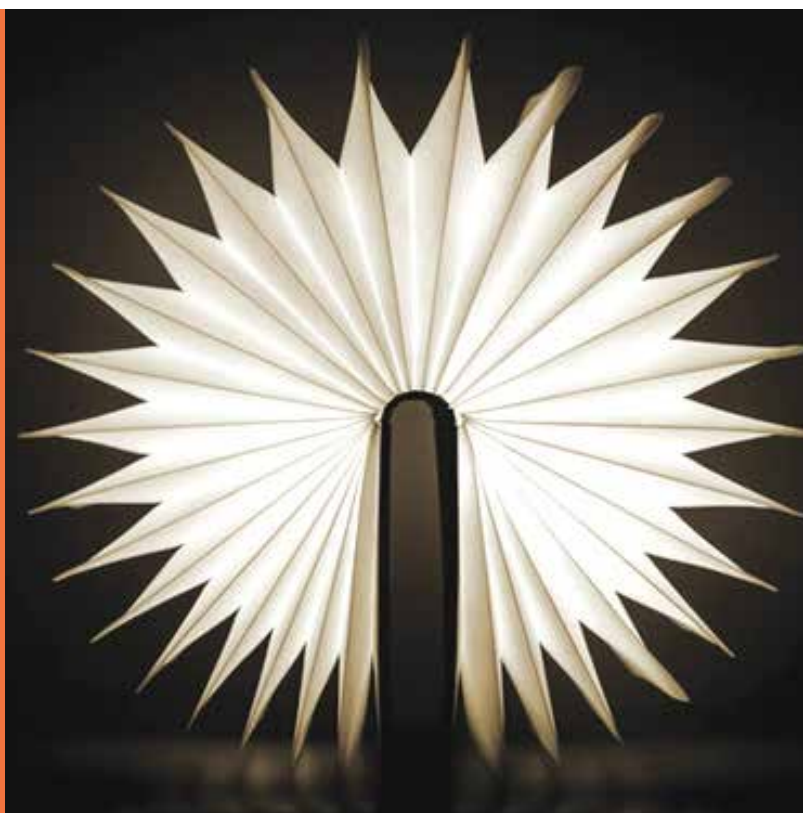


Lumio طرح max gunawan
اصالتاً اندونزیایی است اما در
آمریکا متولد شده است.
وی فرمی را برای محصول
خود برگزیده که قابلیت‌های
چندگانه‌ای را در ساختار فیزیکی
این چراغ از قبیل امکان آویخته
شدن، دیوارکوب، روشنایی فضای
باز، چراغ اضطراری، و... ایجاد
می‌کند.



ابعاد Lumio ۸,۵ * ۷ * ۱,۲۵ اینچ و با وزنی در حدود ۴۵۰ گرم امکان حمل، جاگذاری، نصب و شکل پذیری خوبی را برای کاربر آن فراهم می کند.

جنس صفحات داخلی از پلی اتیلن قابل بازیافت، ضد آب و بسیار سبک (TYVEK) ساخته شده که از طریق چراغ های LED و با نیروی باتری لیتیومی روشن می شود. مترتال لایه بیرونی (جلد) Lumio نیز از FSC با طرح چوب است.





Lumio از طریق حسگر داخلی جاسازی شده در عطف کتاب با تغییر زاویه از ۰-۳۶۰ درجه به نوعی کنترل دستی مجهز شده و برای روشن و خاموش کردن آن کلیدی وجود ندارد.





CORE77
DESIGN
AWARDS

پرونده جایزه طراحی سال ۲۰۱۴ سایت CORE 77 در رسته مبلمان و روشنایی

Core77 Design Awards 2014 : The Best Furniture & Lighting



Designs of the Year

برنده بخش حرفه ای:

آلتیه Steelcase Design / مندلی اداری "ژست"

بسیاری از ما زمانی که سرگرم گوشی یا تبلت خود هستیم بی آن که گذر زمان را دریابیم ساعت هایی را بر روی صندلی در دفتر کارمان سپری می کنیم. ژست، نتیجه یک پروژه تحقیقاتی با گرایش ارگونومی است که محصولی با پرستیژ و راحت را به امغان آورده است. این محصول متناسب با شیوه زندگی پویای امروزی ما طراحی شده و بدن را در موقعیت های گوناگون خود در حالت نشسته به خوبی حمایت می کند.



برنده بخش دانشجویی:

SOAK / طراحی میز شارژ Youmin Vincent Kim

این سه پایه هنرمندانه که از طریق یکی از پایه های خود سطح الفایی را برای شارژ گوشی های همراه ایجاد می کند با فرمی بازگوشانه و ساده، یک نیاز ساده اما همیشگی را پاسخ داده و صحنه ناخوشایند شارژرهای معمولی با سیم های درهم و برهم را از فضای زندگی حذف می کند.



Winning student





تقدیر شده در بخش حرفه ای:

Lightwing / طراحی چراغ / Jean Marie Massaud 
به سفارش شرکت Foscarini

Lighwing به ما درک تازه ای از تعامل با نور در فضا می دهد. ویژگی قابل تنظیم آن به کاربر اجازه می دهد تا گستره ای از کاربرد را از روشنایی محیطی گرفته تا چراغ مطالعه در آن بیابد. سیستم LED همراه با سطح مغناطیسی هوشمند به کار رفته، lighwing را از یک سو در سطحی پیشرفته از زیبایی و کمینه گرایی قرار می دهد و از سوی دیگر بیننده را با یک اثر هنری جسورانه روبرو می سازد.

**Appreciation
of the professionals**

CORE77
DESIGN
AWARDS



تقدیر شده در بخش دانشجویی:

← **Brian Pughe & Conor Brown / میز ایستاده**

در طراحی این میز ایستاده برخورد ساده ای با یک نیاز روزمره در گفتگوهای کلاسی یا در محیط های کاری صورت گرفته و به شیوه ای کم هزینه با به کارگیری نوعی تسمه (کمر بند) تکیه گاهی سودمند را در موقعیت ایستاده آفریده است.

CORE77
DESIGN
AWARDS



**Appreciation
of the Student**



Brian Pughe & Conor Brown



تحسين شده در بخش حرفه ای:

شرکت Keter Kids / طراحی صندلی کودک با ارتفاع متغیر



کودک با رشد خود هزینه ها را نیز بالا می برد. تیم توسعه Keter Kids به دنبال کاهش هزینه تأمین مبلمان کودک، موفق به طراحی این صندلی که کارایی آن حداقل سه دوره از رشد را در بر می گیرد شده است. این طراحی نشان می دهد که چگونه طراحی صنعتی، «سودمندی» یک محصول را همراه با رشد کاربر افزایش می دهد.

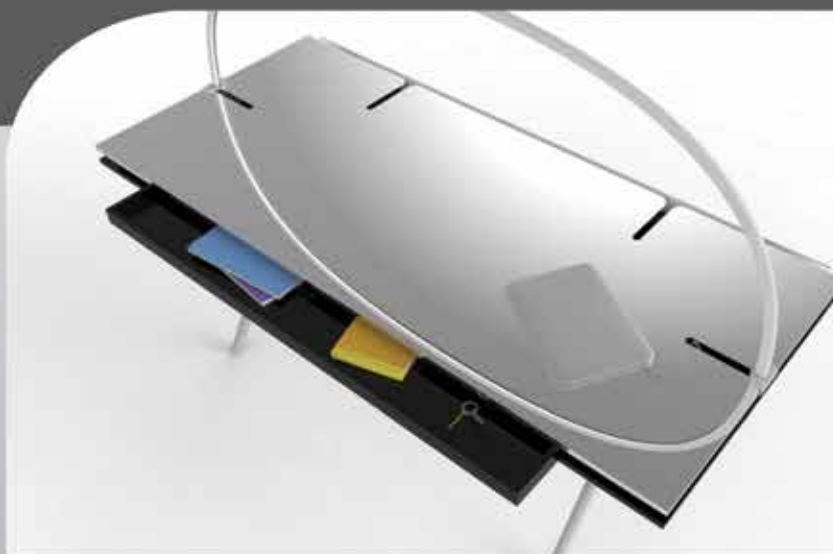
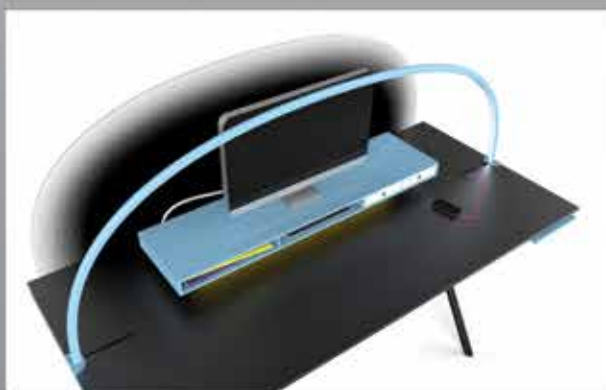


تحسین شده در بخش حرفه ای:

◀ کریم رشید / طراحی HOOK DESK

CORE77
DESIGN
AWARDS

HOOK DESK راهکاری مدولار است در برابر آشفتگی های بصری که در محیط های کاری با آن روبرو هستیم. کریم رشید یک سیستم تماماً قابل تنظیم را شامل سطوح ذخیره سازی اقلام اداری، شکاف های عبور کابل، LED های یکپارچه، صفحه نمایش خصوصی و... پیشنهاد می دهد که با ظاهری شیک و کاربردی آسودگی را در محیط های اداری به ارمغان آورده و فضای شخصی کاربر را ضمن حضور در جمع همکاران از ایمنی بصری و استقلال بالایی برخوردار می سازد.

Acclaimed
professional sector



تحسین شده در بخش حرفه ای:

Yves Béhar & fuseproject / طراحی محیط اداری PUBLIC

CORE77
DESIGN
AWARDS

هرچه کارهای ما در محیط های اداری به یکدیگر وابسته تر می شود به همان نسبت کیفیت محیط کار نقش چشمگیرتری می یابد. این کانسپت برای شرکت مبلمان اداری Herman Miller و به منظور افزایش بهره وری ایستگاه های کاری در فضاهای عمومی اداری طراحی شده است. ساختار آن تشکیل یافته از قطعات مبلمان اداری است که در اطراف نشیمن های عمومی تری قرار گرفته اند. این چیدمان رویکرد تازه ای از محیط های اداری را پیشنهاد می دهد که در آن حس فردیت در یک دفتر خصوصی با زندگی اجتماعی در هم می آمیزد.



Acclaimed
professional sector

تحسین شده در بخش حرفه ای:

Matthias Pinkert / طراحی لامپ RIMA ↙

زیبایی واقعی این چراغ که کمی بزرگ به نظر میرسد در تعامل دوست داشتنی آن با کاربر نهفته است. حلقه های کشویی که با حرکت شان فاصله معینی از LED ها را روشن می کنند تجربه کنار زدن پرده و تابش نور را بازآفرینی می کنند.

CORE77
DESIGN
AWARDS

Acclaimed
professional sector





تحسین شده در بخش حرفه ای:

Planitia به سفارش Hexalampara طراحی چراغ / Patricio Ortiz

این چراغ که در دو حالت ایستاده و آویخته کاربرد دارد در نوع خود چراغی چندکاره محسوب می شود. Hexalampara تجربه ای هیجان انگیز از مطالعه ترکیب هندسی در ساختار طراحی دارد و این موضوع از آنجا که شکل نور و سایه را در این طرح اریگامی گونه تحت تأثیر قرار می دهد، حال و هوایی هنری را به فضاهای عادی می بخشد.

CORE77
DESIGN
AWARDS

Acclaimed
professional sector



تحسین شده در بخش دانشجویی:

MORGAN / مندلی تاشوی Brett Mellor ↙



این صندلی کوچک تاشو که از صفحه ای نمادی ساخته شده است نتیجه نگاهی معاصر و هوشیارانه به مصالح سنتی است. حاصل کار که نوعی اوریکامی زیبا و کاربردی است به صورتی چشم نواز از الگوی بسته بندی های مدرن نیز بهره گرفته است.



Acclaimed
in the students

CORE77
DESIGN
AWARDS



Home Decorating with Modern Art

در دکوراسیون بسیار پیش می آید که دستمایه طراح برای بیان زیبایی یک فضا، یک قطعه اثر هنری (artwork) باشد. از این دست نمونه های بسیاری را می توان نشان داد. عکس هی هنری، مجسمه های خاص، آثار نقاشی بزرگان دنیا، هنرهای سنتی و صنایع دستی و ... ظرفیت های بسیاری برای این کار با خود دارند. در این جا فضاهایی را می بینیم که با بهره گیری از همین قابلیت و با آثار نقاشی مدرنی از Mark Lawrence در شهر کوچک آلفارنا در جورجیای ایالات متحده، لِهجه مدرنی یافته است تا آن جا که بدون این تابلو ها با فضایی بسیار ساده رویرو می شویم.



در ترکیب بندی دکوراسیون این فضا تابلوی نقاشی با مجموعه ای از رنگ های گرم خنثی، به گروه عناصر کاربردی محیط همچون فرش و مبلمان که سمفونی رنگ های سفید با تکخوان های سیاه را به اجرا گذاشته اند انرژی بخشیده و ضمن همراهی با آن ها طیف هایی از روشن تا تیره را با گرما و نوری ویژه به درون فضا فراخوانده است.



کارکرد رنگی اثر هنری لزوماً به منظور ایجاد تشابه در رنگ و سایر عناصر با محیط نیست. آن گونه که در این نمونه می بینیم تابلویی با رنگ های منحصر به فرد در محیط، فضایی خاص را آفریده که بیننده را به خود فرا می خواند. این کنتراست رنگی که در اندازه بزرگی هم به کار گرفته شده تأثیری نیرومند را در فضا ایجاد کرده است.





تازه های دیزاین

میز جدید ابیس

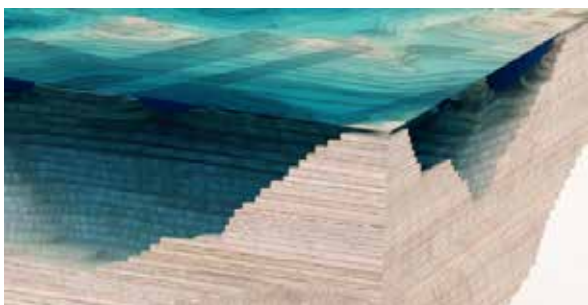


کریستوفر دافی (Christopher Duffy) اخیراً از میز ابیس (Abyss Table) رونمایی کرده است. میز جدیدی که عظمت حجم آبی رنگ را در فضاهای داخلی نمایان می کند. این میز همان قدر که از زیبایی خود سخن می گوید به همان میزان هم عملکردی است و همانند برش های مقطعی در مباحث زمین شناسی است که سحر دریا را به خاطر می آورد.



کریستوفر دافی، موسس شرکت Duffy London در مورد محصول جدیدش چنین می گوید:

«در کارخانه شیشه سازی ام به لایه های ضخیم شیشه نگاه می کردم که متوجه شدم که چطور این ماده با اضافه شدن لایه های روی هم تیره تر می شوند درست مثل دریا زمانی که عمیق تر می شود. من خواستم با این کار بستر واقعی دریا در زمین را تکرار و کپی کنم. مثل اینکه یک قدرت اسطوره ای یک مکعب مستطیل فوق العاده از لایه های زمین را کنده تا به عنوان دکور شخصی اش استفاده کند.»



کاناپه مدولار برای شرکت کامپگی

کاناپه «concentré de vie» طراحی شده توسط matali crasset برای شرکت



این طرح ادامه طرح های قبلی طراح فرانسوی، matali crasset برای شرکت ایتالیایی کامپگی به نام های «dynamic life» و «sweet talk and dream» و برای ارائه در نمایشگاه Salone del Mobile در سال ۲۰۱۴ طراحی شد.

این نشیمن از یک قسمت جعبه و پنج المان نرم: دو کوسن مربعی، دو کوسن ال شکل و یک تشک مستطیل تشکیل شده است. این اجزای می توانند در ترکیب های مختلف استفاده شوند و قسمت اصلی دارد که ارتباط دهنده اجزای دیگر است و به عنوان یک تخت استفاده می شود.



المان های نرم می تواند بطور مستقل از فریم اصلی نیز استفاده شوند.



کوسن های ال شکل و مربع می توانند به عنوان دسته کاناپه، زیر پای و پوف نیز استفاده شوند.

