

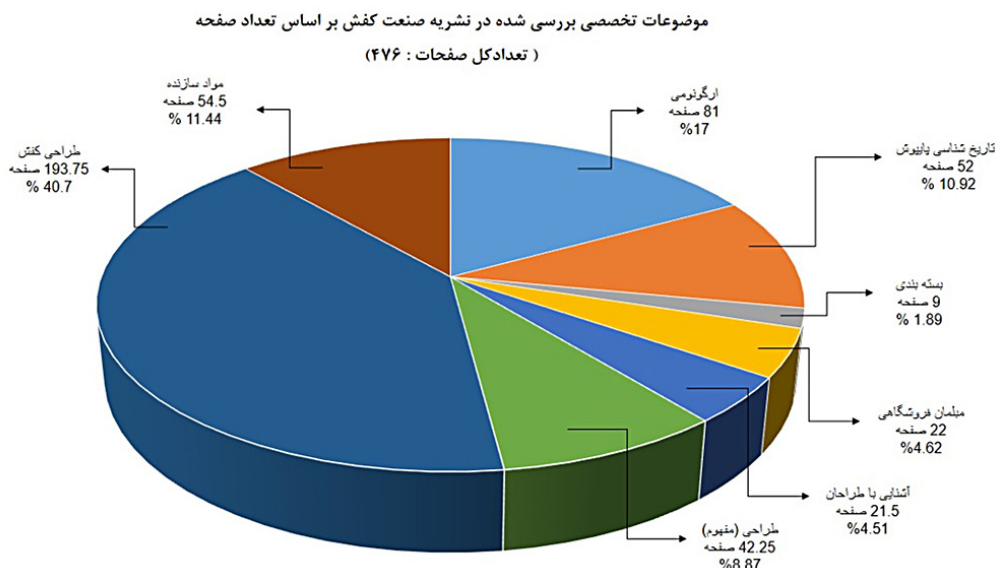
# بررسی جایگاه طراحی صنعتی در صنعت کفش

جان چون نداند نقش خود یا عالم جان بخش خود  
پا می نداند کفش خود کان لایقست و با بتی  
پا را ز کفش دیگری هر لحظه تنگی و شری  
وز کفش خود شد خوشتری، پا را در آنجا راحتی  
(دیوان شمس تبریزی)

این پروژه با هدف بررسی مقالات نشریه ی صنعت کفش و تفکیک مفاهیم مرتبط با طراحی صنعتی به عنوان نقاط مشترک صنعت کفش و این رشته ی تحصیلی، تعریف گردیده است که ضمن جمع آوری مقالات مشابه از شماره های متعدد در کنار هم، مجموعه ای از اطلاعات تفکیک شده و نقاط ضعف و قوت آنها روشن تر گردیده است. در طی این پروژه، نشریات منتشر شده ی صنعت کفش بین سالهای ۸۳ تا ۹۲ و از شماره های ۹۰ تا ۱۸۷ بررسی شده و جهت سهولت استفاده و رسیدن به تسلطی بهتر، تمامی مفاهیم در ۸ جدول با معیار تفکیک های نام برده در زیر قرار گرفته اند:

۱. ارگونومی
۲. تاریخ شناسی
۳. بسته بندی
۴. مبلمان فروشگاه
۵. آشنایی با طراحان
۶. طراحی (مفهوم)
۷. طراحی کفش
۸. مواد سازنده

علاوه بر عنوان مقاله؛ شماره ی نشریه، شماره صفحه و تعداد صفحات اختصاص یافته به آن نیز ذکر گردیده است. بعد از آخرین جدول به محاسبه ی درصد فراوانی هر بخش نسبت به کل صفحات بررسی شده (۴۷۶ صفحه) و رسم نمودار آماری آنها پرداخته شد که مطابق نمودار زیر است:





در کلیه زمینه‌ها قابل بحث بوده ولی در عین حال فرآیندی مستقل با پیشینه‌ای تاریخی در آن وجود دارد که امید رشد و توسعه در این صنعت را نوید می‌دهد.

در پایان از اساتید بزرگوار نشریه صنعت کفش؛ جناب آقای لشگری و سرکار خانم خلیلی بزرگوار که با بازبینی مجدد و کمک به انجام اصلاحات لازم؛ اینجانب را در ارتقای سطح کیفی نتیجه‌ی تحقیق یاری نمودند کمال قدردانی را داشته و امیدوارم که خوانندگان این نشریه و محققان علاقمند به موضوع طراحی کفش، در روند تحقیقات خود بتوانند از مجموعه اطلاعات تفکیک شده‌ی این پروژه جهت رسیدن به یک نتیجه‌ی بهتر؛ استفاده نموده و سخنی تازه برای فردای صنعت کفش ایران عزیزمان داشته باشند. (ضمناً فایل کامل این تحقیق در قالب PDF و از طریق سایت نشریه‌ی صنعت کفش در بخش پژوهش و مقالات، قابل دسترسی می‌باشد). با آرزوی همگام شدن صنعت کفش و طراحی صنعتی نازنین بزرگی زاده

دانشجوی کارشناسی طراحی صنعتی دانشگاه الزهرا

ضمناً فراوانی موضوعات مرتبط با طراحی صنعتی، نیز به مصداق آمار در نمودار شماره ۲ نشان داده شده است.

موضوع طراحی کفش با درصد فراوانی ۴۰٫۷ درصد، بالاترین حجم مطالب را به خود اختصاص داده که میزان توجه نویسندگان را نشان می‌دهد. و باید به این نکته توجه نمود که در موضوعات طراحی، تنوع مسائل، صرفاً فرم و زیبایی نیست و حتی فرآیند طراحی نیز مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

موضوع ارگونومی در کفش به لحاظ اهمیتی که دارا می‌باشد، مقام دوم را در کمیت گزارشات به خود اختصاص داده است، هرچند نمیتوان مطمئن بود که اهمیت کمتری نسبت به طراحی کفش داشته باشد.

فراوانی ۱۷ درصدی نوشته‌های مرتبط با ارگونومی، رتبه‌ی بالاتری را نسبت به عامل ۱۱٫۴۴ درصدی مواد اولیه دارد. عواملی که در بازار فروش نقش موثری دارند تحت عنوان بسته بندی (۱٫۸۹ درصد) و مبلمان فروشگاه‌های (۴٫۶۲ درصد) مقالات را به خود اختصاص داده است که حاکی از کاهش توجه به آن بوده ولی بسیار جای تامل دارد. به طور کلی در تجزیه و تحلیل مستندات، مشکلات اصلی این مجمع