



موضوع: مدیریت تولید فرش (روستایی)

نگار شمرکی

گردآورنده

یکی از فاکتورهای مهم و تاثیرگذار در افزایش تولید و بهره وری، مدیریت و برنامه ریزی در تولید می باشد. منظور از مدیریت در تولید شامل مدیریت منابع انسانی، کنترل کیفیت، کنترل بهره وری و تدارکات می باشد. به دلیل نقش مهم قالی بافی در مناطق روستایی در تامین معیشت خانوار روستایی، مدیریت تولید فرش نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است. باتوجه به وجود سه شیوه ی تولید کارفرمایی، خویش فرمایی و مشارکتی در صنعت فرش دستباف مدیریت تولید در این صنعت با توجه به شیوه های تولید متفاوت می باشد. مدیریت تولید در شیوه کارفرمایی به ویژه شیوه ی مزدی بر عهده ی کارفرما بوده در حالی که در شیوه ی خویش فرمایی مدیریت بر عهده بافنده اصلی و سرپرست خانوار می باشد. بیشترین شیوه بافت در روستاها به شیوه ی کارفرمایی بوده که این نشان دهنده ی عدم توان بافندگان تمایل آنان که ممکن است ناشی از نبود اطلاعات، نبود توان مالی و از این قبیل برای مدیریت واحد تولیدی خود می باشد.

فرش پازیریک ۲۵۰۰ سال پیش، طرح، رنگ، نقش و جنس آن نشان می دهد. عالمانه بودن بافت آن بوده است. فرش بهارستان با ابعاد ۶۰ در ۶۰ است. داری مرصع کاری و حتما برای تولید آن به مدیریت شدید نیاز است. زیرا پروژه بسیار بزرگی بوده است. در دوران صفوی کارگاه های متمرکز فرشبافی است که بسیار بزرگ بوده اند و در نقاط فرش خیز همچون کاشان قرار داشته اند. در دوره ی صفوی فرشبافی به اوج خود رسید و در موزه ها فرش های زیادی از آن دوره است و ارتباط خوبی با کشورهای خارجی برای فروش دانسته است. در زمان قاجار دوباره بحث فروش رونق گرفت به خصوص در دوره ناصرالدین شاه یک جهشی در آن بوجود آمد. و کارگاهی متمرکز دوباره بوجود آمد تا نیاز به مدیریتی دقیق داشته باشد.

مدیریت چیست؟

مدیریت فرآیند به کارگیری موثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه ریزی سازمان دهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول صورت می گیرد.
این تعریف شامل موارد زیر است:

- (1) مدیریت یک فرآیند است یعنی دارای هدف، ساختار و نتیجه است.
- (2) در مدیریت هدایت انسان ها نهفته است هدایت مجموعه ها نهفته است.
- (3) مدیریت موثر تصمیم های مناسب می گیرد و به نتایج مطلوب دست پیدا می کند.
- (4) مدیریت بر فعالیت های هدفدار متمرکز است.
- (5) به وظایف مدیریت که شامل سازماندهی و برنامه ریزی است اشاره دارد.
- (6) به کارگیری موثر و کارآمد منابع مورد نظر است.

- ✓ **مدیریت:** از امکانات به نحوی استفاده شود که به یک محصول بهتر و با کیفیت تری دست پیدا کنیم.
- ✓ **مدیریت:** هنر و علم هدایت و هماهنگ کردن کوشش انسان ها و به کارگیری آن ها برای رسیدن به اهداف
- ✓ **مدیریت:** یعنی کنترل عناصر مسئول و زیر دست به طوری که تلاش های آنها برای تحقق اهداف هماهنگ شود.
- ✓ **مدیریت:** کنترل عملیات به طوری که بتوان در جهت تحقق اهداف هماهنگ شود.
- ✓ **مدیریت:** اتخاذ تصمیم برای پیشبرد امور، اخذ اطلاعات و تنظیم آنها برای انجام اعمال.
- ✓ **مدیریت:** فرآیندی است که به وسیله ی آن فعالیت های فردی و گروهی هم سو و هماهنگ شود.

مدیریت تولید

تعاریف مدیریت تولید:

مدیریت تولید یعنی تولید کالاها و عرضه خدمات مورد نیاز طبق ضوابط و معیارهای از قبل تعیین شده یا مدیریت تولید یعنی تامین نیروی انسانی، ماشین آلات، ابزار و مواد و تسهیلات لازم در سازمان به منظور تولید مقدار مشخصی از کالا یا عرضه خدمت معین در زمان و باکیفیت خواسته شده با حداقل هزینه ممکن.

فواید مدیریت تولید:

دانش مدیریت تولید اندوخته با ارزشی برای مدیران و سرپرستان به شمار می آید و قدرت اداره و رهبری امور صنعتی و تجزیه و تحلیل صحیح مسائل مربوط را به آنها می آموزد و در ترکیب و بهره برداری صحیح از عوامل تولید به منظور نیل به هدف ها، به نحو احسن به آنان کمک می کند.

اهداف مدیریت تولید:

- ✓ ایجاد اطمینان از اینکه محصول اعم از کالای ساخته شده یا خدمات عرضه شده در سازمان دارای کیفیت مطلوب است.
- ✓ حصول اطمینان از اینکه محصول به مقدار لازم ساخته شود.
- ✓ حصول اطمینان از اینکه محصول در موعد مقرر آماده تحویل است.
- ✓ نظارت بر اینکه موارد ذکر شده در بالا با حداقل هزینه ممکن انجام شود.

بهره‌وری:

عبارت است از به حداکثر رساندن استفاده از منابع مادی و انسانی به طریق علمی و به منظور کاهش هزینه های تولید، گسترش بازارها و افزایش اشتغال و بهبود معیارهای زندگی آن گونه که به سود کارکنان، مدیر و مصرف کنندگان باشد.

اختلاف بهره‌وری و تولید:

تولید به عملیات و فعالیت های اجرایی و فیزیکی تولید کالاها و عرضه خدمات مربوط می شود و بهره‌وری به قدرت و کفایت استفاده از منابع برای تولید بیشتر ارتباط پیدا می کند.

کارایی و اثر بخشی:

کارایی یا بازدهی نسبت بازده واقعی به دست آمده به بازده معیار و تعیین شده است. یا در واقع مقدار کاری که انجام می شود نسبت به آنچه باید انجام شود. اثر بخشی یا سودمندی عبارتست از درجه و میزان نیل به اهداف تعیین شده.

عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری نیروی انسانی

در تعیین عوامل مؤثر بر بهره‌وری نظرات متفاوتی وجود دارد و هر یک از دانشمندان و صاحب‌نظران عواملی را به عنوان عامل مؤثر مشخص کرده‌اند و به طور اجمال عواملی چون آموزش شغلی مستمر مدیران و کارکنان، ارتقاء انگیزش میان کارکنان برای کار بهتر و بیشتر، ایجاد زمینه‌های مناسب بطور ابتکار و خلاقیت مدیران و کارکنان، برقراری نظام مناسب پرداخت مبتنی بر عملکرد و برقراری نظام تنبیه و تشویق، وجدان کاری و انضباط اجتماعی تحول در سیستم و روشها که نقش حساس و کلیدی دارند، تقویت حاکمیت و تسلط سیاستهای سازمان بر امور، صرفه‌جویی به عنوان وظیفه ملی در بهره‌وری مؤثر می‌باشد.

- ✓ رفتار مطلوب و کردار درست رهبران و مدیران.
- ✓ فراهم کردن شرایط لازم پیشرفتهای شغلی برای همه افراد.
- ✓ دوره‌های آموزش ضمن خدمت و آموزش کارکنان.
- ✓ باید کلیه وظایف و دستورالعملها و مقررات و قوانین برای کارکنان واضح و روشن باشد و هیچ جای ابهامی برای آنها وجود نداشته باشد.
- ✓ دادن اختیارات کافی به کارکنان، تا آنها در انجام کارهای خود احساس مسئولیت بیشتری کنند.
- ✓ در زمان استخدام سعی شود افراد کارآمد و متخصص جذب شوند.
- ✓ سعی شود تا کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها و تدوین اهداف و برنامه‌ها مشارکت داد. نتیجه این عمل باعث خواهد شد که کارکنان در اجرای فعالیتهای احساس مسئولیت کنند و در دستیابی به اهداف سازمانی تلاش بیشتری بروز دهند.
- ✓ کیفیت بالای زندگی کاری: مفهوم کیفیت زندگی کاری بیانگر اهمیت احترام قائل شدن برای مردم در محیط‌های کاریشان است.

بازاریابی

چالش های بازاریابی فرش:

- نگرش قوم مدارانه
- نبود افراد متخصص
- نبود شناسنامه
- فقدان نوآوری و یکنواختی طرح ها
- روش های نادرست تولید
- رقابت
- نبود انجام تحقیقات بازاریابی
- نبود وجود مراکز اطلاعاتی
- نبود بهره گیری از راهبرد قیمت گذاری

چند نکته برای بازاریابی فرش را باید در نظر داشته باشیم:

- (1) از لحاظ اقتصادی برای تولیدکننده مقرون به صرفه باشد.
- (2) با توجه به امکانات موجود طرح حتما قابل اجرا باشد.
- (3) مقدار خرید از طرح مورد نظر قبل از تولید قابل اندازه گیری باشد.
- (4) خریداران در دسترس مهم ترین عامل در تعیین استراتژی بازاریابی می باشند.

تعریف بازاریابی:

بازاریابی فعالیتی است انسانی در جهت راضی نیازها و خواسته ها از طریق فرآیند مبادله.

۴ عامل مهم در بازاریابی فرش:

- ✓ تجزیه و تحلیل رقبا
- ✓ تجزیه و تحلیل وضعیت خود شرکت یا تجارتخانه
- ✓ تجزیه و تحلیل محیط
- ✓ تجزیه و تحلیل بازار

اصول مدیریت

اصول مدیریت سه بخش کلی و اساسی دارد:

- ✓ برنامه ریزی
- ✓ سازمان دهی
- ✓ هدایت و کنترل

تعریف برنامه ریزی:

- ✓ برنامه ریزی برای اهداف سازمان
- ✓ ابزاری موثر برای عملکرد بهتر در کار
- ✓ مشاهده سرعت رشد در سازمان با استفاده از این روش

تعریف سازمان دهی:

- ✓ در چه زمانی تصمیمات گرفته شوند
- ✓ تعریف فعالیت های ضروری در سازمان
- ✓ تعریف وظایف هر شخص در سازمان
- ✓ تقسیم کار بین کارکنان برای نظم دهی وظایف

اصول مدیریت دلیلی هست محکم برای افزایش بهره وری در هر سازمان.

ایجاد محیطی مناسب و موثر برای کسانی که برای دستیابی به اهداف سازمان سخت تلاش می کنند. مدیریت یعنی بکار گرفتن هماهنگ علم و هنر در راستای رسیدن به هدف. مدیریت بدون علم و دانایی و بدون هنر و خلاقیت ناقص است. مدیر خوب کسی است که در هر شرایطی و با هر سختی در کسب و کار خود بتواند مدیریت کارکنان و زیردست های خود را در دست داشته باشد. مدیریت یعنی فعالیتی که دارای هدف باشد. علم یعنی دانستن و هنر یعنی توانستن. تصور عمیق ما از آینده خوب و موفق و پیدا کردن راه چاره برای رسیدن به اهداف را مدیریت می نامند. مدیریت به معنای تصمیم گیری برای کاری که قرار است انجام شود می باشد.



پایان