

بررسی نقش سرمایه انسانی و توسعه منابع انسانی در افزایش بهره وری شرکت های صنعت پخش

علیمحمد هدایت ، کارشناس ارشد مهندسی شیمی گرایش کنترل فرآیندها

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، بهره‌وری به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سنجش عملکرد سازمان‌ها شناخته می‌شود. در این میان، سرمایه انسانی و نظام‌های توسعه منابع انسانی نقش کلیدی در بهبود بهره‌وری ایفا می‌کنند، به‌ویژه در شرکت‌های پخش که پویایی و چابکی نیروی انسانی، مستقیماً بر اثربخشی عملیات توزیع و فروش تأثیرگذار است. هدف این مقاله، بررسی تأثیر سرمایه انسانی و برنامه‌های توسعه منابع انسانی بر افزایش بهره‌وری در شرکت‌های پخش می‌باشد. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی به تحلیل ارتباط بین مؤلفه‌هایی نظیر جذب و استخدام، آموزش، هدفگذاری، ارزیابی عملکرد و ارائه بازخورد و تحلیل و بهبود عملکرد و بهره‌وری پرداخته است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری هدفمند در توسعه منابع انسانی، از طریق افزایش مهارت، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان، موجب بهبود بهره‌وری و عملکرد کلی شرکت‌های پخش می‌شود. بر این اساس، پیشنهاد می‌گردد شرکت‌های پخش با طراحی ساختارهای منسجم منابع انسانی و ارتقای سطح سرمایه انسانی، مسیر رشد پایدار خود را هموار سازند.

واژگان کلیدی: سرمایه انسانی، توسعه منابع انسانی، بهره‌وری، شرکت‌های پخش، آموزش، ارزیابی عملکرد.

مقدمه:

در صنعت بزرگ پخش کشور نیروی انسانی شایسته ارزشمندترین منبع محسوب می‌گردد. منابع انسانی شایسته تنها عنصر بی‌رقیب و غیرقابل کپی در عصر رقابتی امروز هستند. در واقع این کارکنان هستند که عملکرد و سرنوشت هر سازمان را رقم می‌زنند. در واقع منبع انسانی نسبت به سایر منابع حیاتی یک شرکت پخش، میتواند بیشترین ارزش افزوده را ایجاد نماید که مدیریت صحیح این منبع میتواند باعث رشد و تعالی سازمان گردد. مدیریت منابع انسانی عبارت است از رویکردی استراتژیک و منسجم به مدیریت ارزشمندترین دارایی‌های یک سازمان، یعنی افراد آن. [۱]. چرخه جذب، به کارگیری، آموزش، هدفگذاری، نظارت به سبک رهبری، ارزیابی عملکرد و ارائه بازخورد مناسب و متناسب و تحلیل و بهبود عملکرد از مهمترین مهارت‌های لازم جهت مدیران صنعت پخش بحساب می‌آید. [۲]. عدم مدیریت صحیح منابع انسانی باعث افزایش خطاهای عملیاتی، نارضایتی مشتریان، افزایش چشمگیر هزینه‌ها و کاهش سودآوری سازمان و در واقع کاهش شدید بهره‌وری می‌گردد.

پس ضروریست که مدیران صنعت پخش نگاه ویژه‌ای به سرمایه انسانی داشته و بیشترین تلاش ایشان رشد و توسعه منابع انسانی باشد.

بهره‌وری نیروی انسانی

تعریف:

«بهره‌وری نیروی انسانی، توان سازمان در استفاده مؤثر و کارآمد از نیروی انسانی برای تولید خدمات یا کالا با کیفیت و در کمترین زمان ممکن است.» [۳]. در واقع بهره‌وری عبارتست از دستیابی به اهداف شرکت با بهینه‌ترین منابع

بهره‌وری = اثربخشی + کارایی

مدیریت منابع انسانی و جایگاه آن در سازمان‌ها:

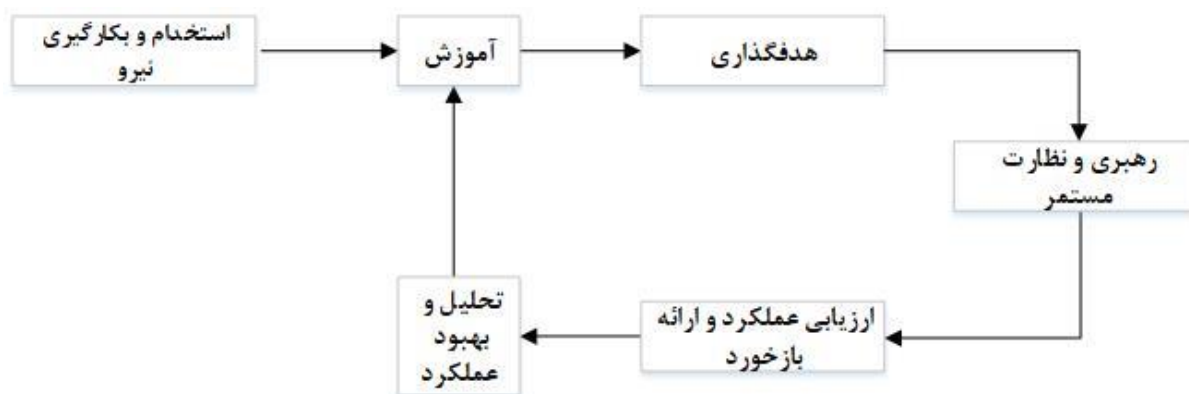
تعریف:

مدیریت منابع انسانی فرایندی است شامل جذب، آموزش، رهبری و نظارت، ارزیابی و جبران خدمات کارکنان، و همچنین رسیدگی به روابط کاری، بهداشت و ایمنی شغلی، و دغدغه‌های مربوط به عدالت در محیط کار [۴].

نقش سرمایه انسانی در رشد و بهره‌وری شرکت پخش:

با توجه به اینکه شرکت‌های صنعت پخش وابستگی بسیار زیادی به نیروی انسانی در جایگاه‌های شغلی مختلف از جمله فروشندگان، موزعان و نیروهای اداری و پشتیبانی دارند، به همین جهت در شرکت‌های پخش سرمایه انسانی نقش مستقیمی در رشد و بهره‌وری شرکت پخش دارد.

عوامل موثر و راهکارهای رشد و توسعه منابع انسانی در یک شرکت پخش



«چرخه توسعه منابع انسانی»

۱- جذب و استخدام:

فرآیند جذب و استخدام در صنعت پخش، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت پایدار است. این فرآیند باید بر اساس تحلیل نیازهای شغلی، ارزیابی دقیق مهارت‌ها و فرهنگ‌سازمانی طراحی و اجرا شود تا نیروی انسانی به عنوان مزیت رقابتی عمل کند.

در واقع اولین مهارت مورد نیاز یک مدیر، مهارت جذب و استخدام می‌باشد. در واقع استخدام نیروی انسانی ناکارآمد می‌تواند هزینه‌های مالی و غیر مالی بسیاری را برای شرکت ایجاد کند و بالعکس استخدام نیروهای کارآمد باعث رشد سازمان می‌گردد.

۲- آموزش

آموزش نقش بسیار مهمی در افزایش بهره‌وری، کاهش خطا، رضایت مشتری و رشد فروش ایفا می‌کند.

آموزش مستمر متناسب با نیاز پرسنل می‌تواند تاثیر مستقیمی بر موارد زیر داشته باشد.

۱-۲- افزایش کارایی و کاهش خطا

۲-۲- بهبود خدمات به مشتریان

۳-۲- افزایش فروش

۴-۲- رشد و انگیزش نیروی انسانی

۵-۲- بهبود مدیریت ریسک با جانشین پروری

۳- هدف‌گذاری در شرکت پخش

در تمام سازمان‌ها به خصوص شرکت‌های پخش هدف‌گذاری جزو موثرترین ابزارهای مدیریتی در رشد سازمان محسوب می‌گردد.

هدف‌گذاری بطور مستقیم بر موارد زیر اثرگذار است:

۱-۳- تمرکز بر اولویت‌ها

۲-۳- استفاده از منابع محدود شرکت (انرژی، نیروی انسانی و ...) بطور صحیح

۳-۳- افزایش انگیزش کارکنان

۳-۴- بهبود کنترل و ارزیابی عملکرد

۳-۵- ایجاد نظم و برنامه ریزی

۳-۶- پیشبینی و بهبود مدیریت ریسک

۳-۷- کاهش هزینه ها با اصلاح فرآیندها

۴- رهبری و نظارت مستمر

رهبری و نظارت مستمر ، موتور و فرمان یک خودرو عمل می کنند: رهبری جهت و انگیزه می دهد، و نظارت مستمر تضمین می کند که مسیر درست طی می شود.

نقش رهبری در رشد سازمان:

۴-۱- تعیین هدف و الهام بخشی به کارکنان

این چشم انداز، کارکنان را از حالت "کارگر صرف" به "عضو یک مأموریت مشترک" تبدیل می کند.

۴-۲- ایجاد فرهنگ عملکرد و پاسخ گویی

رهبری مؤثر انتظارات را شفاف بیان می کند.

همچنین مدیریت به سبک رهبری فرهنگ "انجام کار درست" را نهادینه کرده و در کنار کارکنان کمک می کند تا تمام بخش ها و در نهایت سازمان به اهداف خود دست یابد.

۴-۳- انگیزش و حفظ نیروها

رهبر در یک شرکت پخش، مسیر را جهت رشد و توسعه کارکنان فراهم می نماید . ایشان بر این باور است که سازمان به اندازه ای رشد می کند که کارکنان آن رشد می نمایند.

۵- ارزیابی عملکرد و ارایه بازخورد مناسب و متناسب

ارزیابی عملکرد و ارائه بازخورد، «سیستم عصبی» یک شرکت پخش است که داده را از عملیات می گیرد، آن را به اقدام قابل اجرا. تبدیل می کند و رشد را پایدار می سازد. در شرکت های پخش ، اگر این دو درست پیاده شوند، نتیجه اش افزایش فروش، کاهش خطا، حفظ مشتری و بهبود نقدینگی است.

ارزیابی عملکرد بطور کلی میبایست با تعیین شاخص های عملکردی در ابتدای هر دوره ارزیابی (ماهیهانه ، فصلی و ..) متناسب با هر جایگاه شغلی (برگرفته از اهداف کلان سازمان) ، توافق نامه عملکردی با هر کدام از پرسنل توسط مدیر مربوطه امضا شده تا اهداف بصورت شفاف در اختیار کارمند قرار بگیرد و ایشان در راستای دستیابی به شاخص ها تلاش نماید.

در پایان دوره ارزیابی با بررسی شاخص ها ، عملکرد پرسنل مورد بررسی قرار گرفته که با ارایه بازخورد های سازنده و اصلاحی باعث بهبود عملکرد و رشد فردی کارکنان و سازمانی می گردد.

اصول کلیدی یک سیستم ارزیابی مؤثر عبارتست از:

۵-۱- ساده و شفاف باشد

۵-۲- قابل اندازه گیری باشد

۵-۳- دوره ای و منظم باشد

۵-۴- بازخورد سازنده یا اصلاحی فوری داشته باشد.

۶- تحلیل و بهبود عملکرد

تحلیل و بهبود عملکرد، قلب رشد و پایداری در شرکت‌های پخش است. بدون تحلیل منظم، شرکت مانند ماشینی است که چراغ‌های هشدار آن خاموش شده‌اند. در یک شرکت پخش، تحلیل و بهبود عملکرد باید بطور کاربردی و مستمر صورت پذیرد.

تحلیل و بهبود عملکرد باعث موارد زیر می‌شود:

۶-۱- کشف نقاط ضعف پنهان (مثلاً تأخیر در تحویل که به چشم نمی‌آید اما مشتری از دست می‌رود)

۶-۲- شناسایی فرصت‌های رشد.

۶-۳- تصمیم‌گیری دقیق برای سرمایه‌گذاری، آموزش یا اصلاح فرآیند.

نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه انسانی، به‌عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی در شرکت‌های پخش، نقش بنیادینی در ارتقاء عملکرد سازمانی و پایداری در بازار رقابتی ایفا می‌نماید. ماهیت عملیات در شرکت‌های پخش، که نیازمند هماهنگی مستمر میان فروش، لجستیک، انبارداری و خدمات مشتری است، موجب شده تا توانمندی، انگیزش و بهره‌وری نیروی انسانی تأثیری مستقیم و تعیین‌کننده بر اثربخشی کلی سازمان داشته باشد.

اتخاذ رویکردی استراتژیک در مدیریت سرمایه انسانی، به‌ویژه با تمرکز بر توسعه شایستگی‌ها، ارتقاء مشارکت کارکنان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و ایجاد فرهنگ سازمانی یادگیرنده، از جمله الزامات تحقق رشد پایدار در شرکت‌های پخش به شمار می‌رود.

در مجموع، یافته‌های پژوهش تأکید دارند که شرکت‌های پخش برای حفظ و توسعه موقعیت رقابتی خود، ناگزیر از سرمایه‌گذاری بلندمدت و هدفمند در توسعه منابع انسانی هستند. پیشنهاد می‌شود مدیران این حوزه، منابع انسانی را نه به‌عنوان هزینه، بلکه به‌مثابه دارایی راهبردی تلقی کرده و سیاست‌های خود را بر این اساس بازنگری و تنظیم نمایند.

منابع:

- ۱- Armstrong, M. (۲۰۲۰). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. Kogan Page.
- ۲- . حقیقی، س. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی و عملکرد توزیع کالا در شرکت‌های پخش مواد غذایی. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار
- ۳- تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی ، فصلنامه مدیریت، دانشگاه تهران، ۱۳۸۸
- ۴- Gary Dessler, "Human Resource Management," ۱۵th Edition, Pearson Education, ۲۰۱۷
- ۵- بابایی، ک. و سهرابی، ن. (۱۳۹۹). ارزیابی اثرات آموزش کارکنان بر کیفیت خدمات پخش. فصلنامه مدیریت بازرگانی.