رضایت‌مندی بافندگان فرش دستباف دراستانهای آذربایجان‌شرقی و اصفهان[1]

محمد رضایی

گروه مطالعات فرهنگی، دانشگاه علم و فرهنگ

فصلنامه
علمی پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره سه
تابستان ۱۳۸۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

چکیده

این مقاله در پی بررسی میزان و عوامل موثر بر رضایت شغلی بافندگان فرش دستباف است که اطلاعات آن از طریق پرسشنامه طی تحقیقی در بین ۸۳۴ نفر از بافندگان استانهای آذربایجان شرقی و اصفهان در سال ۱۳۸۲ جمع‌آوری شده است. در این تحقیق با تکیه بر الگوی نظری تلفیقی، نقش متغیرهای ذهنی و عینی در میزان رضایت بافندگان فرش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی

فرش، رضایت شغلی، سازمان تولید، عدالت توزیعی، هزبرگ، نظریه برابری، نظریه اختلاف

مقدمه

پژوهشگران فرش، عوامل مختلفی از جمله تورم و گرانی فرش، دخالت‌های دولت ؛ مشکل بازاریابی فرش؛ ظهور انقلاب اسلامی؛ بحران‌های اقتصاد جهانی و تقسیم کار بین‌المللی را برای تبیین مسایل موجود در تولید و صادرات فرش برشمردند. مشکلات و مسایل فنی، استفاده از مواد نامرغوب مثل رنگ‌های شیمیایی؛ نوسانات ارز و تضعیف ریال در مقابل ارزهای خارجی که به ارزانتر شدن فرش ایران در بازارهای جهانی می‌انجامد؛ قوانین صادرات فرش؛ عدم توجه به کیفیت فرش، قوانین و مقررات دست‌وپاگیر، نبود ویزای یکساله برای بازرگانی، عدم ثبات رنگها، نامرغوبیت خامه و استاندارد نبودن مواد. عدم توجه به سلیقه و نیاز مصرف‌کنندگان خارجی، از بین رفتن اصالت نقشه فرش‌ها عوامل دیگری هستند که در تبیین رکورد صادرات فرش ایران مطرح شده است.

غالب عواملی که به آن‌ها پرداخته شد به طور مستقیم در صادرات فرش تأثیر به سزایی دارند. روشن است که غفلت از آن‌ها بحران صادرات فرش را شدیدتر می‌سازد. اما، برخی بحران‌های صادرات فرش ریسشه در تولید فرش دارند. به عبارت دیگر، صادرات خوب فرش به دو عامل اساسی بستگی دارد: الف- تولید خوب و با کیفیت، ب- رفع موانع و ایجاد زمینه‌های صادرات.

برخلاف عوامل دسته دوم که بیشتر ساختاری هستند، تولید خوب و با کیفیت. علاوه بر مواد و ابزار کار، که به برخی از آن‌ها اشاره شد، به میزان زیاد بر عامل انسانی متکی است. علی‌رغم اهمیت این عوامل، غالب مباحث مطرح شده درباره فرش بر ابعاد اقتصادی و بازار فرش تاکید دارند. بنابراین، به نظر می‌رسد که تحلیل چرخه تولید و صادرات فرش بدون توجه به متغیرهای انسانی تولید کننده آن تبیینی ناکافی است. فقدان مطالعات درباره عوامل انسانی تولید کننده فرش محرک اولیه طرح این تحقیق است.

مهمترین متغیر مربوط به بافندگان که نیروهای عمده چرخه تولید فرش‌اند رضامندی آن‌هاست. شکی نیست که بافنده راضی، فرصت بیشتری برای توجه به وجه هنری فرش دارد. چگونه می‌توان از بافنده ناراضی، بیمار و دلسرد از بافندگی، انتظار اثری هنری داشت؟ به فرض که تمام موانع صادرات فرش برداشته شود، اما آیا می‌توان به کیفیت و وجه هنری فرش ایران بی‌توجه بود؟ مسلماً، با توجه به این مسائل، رضایتمندی بافندگان اولویت می‌یابد.

مبانی نظری تحقیق

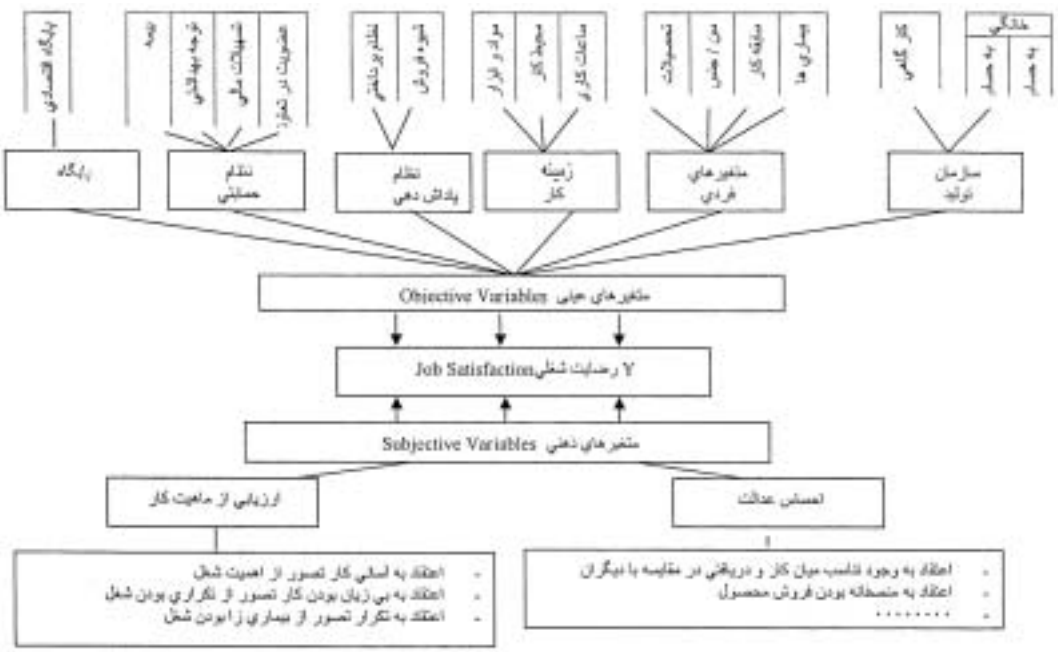
براساس نظریه‌های انگیزش، میزان عملکرد یک شخص تابعی از توانایی و انگیزش اوست. توانایی تعیین می‌کند که او چه می‌تواند انجام دهد و انگیزش مشخص می‌سازد که شخص به دنبال انجام چه چیزی است. نظریه‌های مختلفی درباره انگیزش وجود دارد و به دنبال آن طبقه‌بندی‌های مختلفی هم از این نظریه‌ها صورت گرفته است. در یک تقسیم بندی نظریه‌های انگیزش به دو دسته تقسیم می‌شوند: ۱. نظریه‌های محتوایی (Content Theories)؛ ۲. نظریه‌های فرایندی (Process Theories)

گلجام
فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران
شماره سه
تابستان ۱۳۸۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

نظریه‌های محتوایی بر محتوای نیازها تاکید دارند؛ به عبارت دیگر، این نظریه‌ها به دنبال آن هستند تا دریابند چه چیزهایی انگیزشها را تشکیل می‌دهند. نظریه سلسله مراتب نیازها، نظریه هزبرگ و نظریة انگیزة کسب موفقیت مک کله لند سه نظریه مهم از این دسته هستند.

نظریه‌های فرایندی، چگونگی ایجاد انگیزش را توصیف می‌کنند. این نظریه‌ها بر نیازهایی تاکید دارند که علت رفتار هستند. بر اساس این نظریه‌ها تبیین انگیزش شامل پاسخ گویی به این سؤالات است که، رفتار چگونه قوت می‌گیرد؟ رفتار چگونه هدایت می‌شود؟ رفتارها چگونه بقا و متوقف می‌شوند؟ تئوری‌های انتظار، برابری و اختلاف در این دسته قرار می‌گیرند. اما تکیه صرف بر نظریه‌های انگیزش، تبیین رضایت شغلی را روانشناختی می‌سازد. از آنجائی که بافنده کنشگر در وضعیت است، تحلیل کامل رضایت شغلی نیازمند بررسی ذهنی - درونی، و عینی - بیرونی موثر بر رضایت شغلی است. دو دسته عوامل مذکور به کنشگر و وضعیت (شغل) وی تعلق دارند؛ این عوامل در نظریه‌های انگیزش غایب هستند. تعامل این دو دسته عوامل با یکدیگر رضایت یا عدم رضایت از شغل را سبب می‌شود. الگوی این تحقیق بر نظریه مازلو، هزبرگ، عناصری از نظریه برابری و اختلاف استوار است (نگاه کنید به هرسی بالنچارد ۱۳۶۵، پارساییان ۱۳۷۴، گریفین ۱۳۶۹، میچل ۱۳۷۳، ایران نژاد و پاریزی ۱۳۷۳، اسکید مور ۱۳۷۲، کوکلان ۱۳۵۸، کورمن ۱۳۷۰، رابینز ۱۳۷۴، مازلو ۱۳۶۹). به علاوه، متغیرهایی از وضعیت کنشگران به عنوان عوامل ساختاری موثر بر رضامندی در نظر گرفته شده است. از این رو، این الگو با بررسی متغیرهای ذهنی و عینی، سعی دارد تبیینی اجتماعی از رضامندی شغلی بافندگان ارائه کند (مدل ۱).



مدل ۱: الگوی نظری تحقیق

فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران
شماره سه
تابستان ۱۳۸۵

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق را کلیه بافندگان شهری و روستایی بالای ده سال دو استان اصفهان و آذربایجان شرقی تشکیل می‌دهد. در این تحقیق نمونه‌گیری به شیوه خوشه‌ای چند مرحله‌ای انجام شده است. تعیین نواحی قالی بافی خوشه‌ها در استانهای اصفهان و آذربایجان شرقی با استفاده از روش PPS یا نمونه‌گیری احتمالی متناسب با حجم خوشه؛ انتخاب نمونه بخشهای شهرستان، انتخاب شهر و دهستان؛ انتخاب مناطق روستایی، ۲۹ روستا، مربوط به دهستانهای شهرهای انتخاب شده از مراحل نمونه‌گیری در این تحقیق بودند که در نهایت ۸۳۴ بافنده زن و مرد انتخاب شدند.

یافته‌های تحقیق

ارزیابی بافندگان از ماهیت شغلی، نوع سازمان تولیدی، شرایط کار، بیماریهای جسمی، متغیرهایی زمینه‌ای، سابقه کار، دارا بودن دفترچه بیمه، عضویت در تعاونیها، دریافت وام، نوع تولید خانگی، نوع نظام پرداخت و احساس عدالت از جمله متغیرهایی بودند که در مدل نظری تحقیق عوامل ذهنی و عینی موثر بر رضایت‌مندی بافندگان فرش در نظر گرفته شده است. در ادامة این گفتار به چگونگی تاثیر هریک از این متغیرها بر رضایت‌مندی بافندگان پرداخته می‌شود.

ارزیابی بافندگان از ماهیت شغلی

متغیر ارزیابی ماهیت شغلی، متغیری ذهنی است. در چارچوب نظری تحقیق، بین دو دسته متغیرهای ذهنی و عینی تفاوت قائل شدیم. این متغیر بر اساس آزمون تحلیل عاملی، به سه بعد مجزا تقسیم شد: ارزیابی از شغل به عنوان شغل الف) با اهمیت، ب) بیماری زا ج) تکراری بودن شغل. رابطه تک تک این ابعاد با رضایت شغلی به شرح زیر است:

رابطه ارزیابی اهمیت شغل، با رضایت شغل تایید شده است؛ بنابراین هرچه بافندگان، شغل خود را با اهمیت‌تر تلقی کنند، رضایت آنها نیز بیشتر می‌شود. نمودار تحلیل مسیر نیز بر اهمیت زیاد این متغیر تاکید دارد. بر اساس آزمون T، میانگین ارزیابی اهمیت شغل در بین زنان بیشتر از مردان است. پس زنان بافنده بیشتر از مردان بافنده شغل خود را مهم تلقی می‌کنند. بسته به اینکه بافندگان در چه سازمان تولید (کارگاهی یا خانگی) مشغول به کار باشند، ارزیابی آنها از اهمیت شغل متفاوت است. در مجموع بافندگی که در سازمان تولید خانگی مشغول بله کار هستند، شغل خود را با اهمیت تر ارزیابی می‌کنند.

بر اساس نتایج، اختلاف گروه‌های سنی در ارزیابی اهمیت شغل بافندگی معنادار است. بر اساس این تحلیل، دو گروه سنی بیشترین اهمیت را برای شغل قالی بافی قائل هستند: گروه سنی ۴۱ سال به بالا و گروه سنی ۴۰-۳۱ سال؛ به عبارت دیگر، کلیه بافندگان سی سال به بالا، شغل خو را با اهمیت‌تر از سی سال به پایین می‌دانند. از طرف دیگر، افراد با تحصیلات ابتدایی و بی‌سواد، شغل خود را با اهمیت‌تر از بافندگان با سطح تحصیلات راهنمایی به بالا ارزیابی کردند. سابقه کار بافندگی که با سن بافنده رابطه دارد، متغیر دیگری است که تاثیر زیادی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

بر ارزیابی اهمیت شغل دارد. به طور کلی افراد با سابقه بیش از سی سال بافندگی، بیش از دیگران شغل خود را با اهمیت تلقی می‌کنند.

بُعد دیگر ارزیابی ماهیت شغل را، ارزیابی بافندگان از تکراری بودن و خسته کننده بودن شغل تشکیل می‌دهد. بار اساس نتایج تحقیق، هرچه بافندگان شغل خود را تکراری‌تر ارزیابی کنند، رضایت شغلی آن‌ها کمتر است؛ به علاوه، اصفهانی‌ها بیش از آذربایجانی‌ها، و زنان بیش از مردان، شغل خود را تکراری ارزیابی کرده‌اند. نوع بافت (ریزبافت، درشت باف و ابریشم بافت) بر ارزیابی تکراری بودن شغل، تاثیر معنادار دارد. به طورکلی بافندگانی که نوع بافت آنها ریزبافت است، شغل خود را تکراری‌تر ارزیابی می‌کنند. ابریشم بافان کمتر از دو گروه دیگر شغل خود را تکراری دانستند.

یکی از فرضیه‌های تحقیق این بود که هرچه بافندگان شغل خود را بیماری‌زا تلقی کنند، رضایت شغلی آنها کمتر است. براساس داده‌های به دست آمده، این فرضیه نیز تایید شد. محل سکونت، دارا بودن یا نبودن دفترچه بیمه و متغیر استان بر ارزیابی بیماری زا بودن شغل تاثیر دارند.

نتایج نشان می‌دهد که بافندگان تولید کارگاهی، شغل خود را بیشتر بیماری زا تلقی می‌کنند. این در حالی است که بافندگان کارگاهی اهمیت کمتری برای شغل خود قائل هستند؛ بنابراین سازمان تولید (کارگاهی/ خانگی) بر ارزیابی بیماری زا بودن شغل تاثیر می‌گذارد. به علاوه کسانی که از دار سیار استفاده می‌کنند کمتر از دو گروه استفاده کنندگان از دار ثابت و تبریزی شغل خود را بیماری زا دانستند. استفاده کنندگان از دار تبریزی، بیش از دو گروه دیگر شغل خود را بیماری زا ارزیابی کرده‌اند. با توجه به استفاده غالب بافندگان آذربایجان شرقی از دار تبریزی، تا حدی چگونگی نارضایتی بیشتر آنها از شغل‌شان نسبت به اصفهانی‌ها توضیح داده می‌شود.

نوع سازمان تولیدی

بر اساس نتایج، بافندگان خانگی بیش از بافندگان کارگاهی از شغل قالیبافی اظهار رضایت کردند؛ اما نکته مهم این است که در هر دو نوع سازمان تولید، تعداد ناراضیان بیش از راضی‌هاست؛ اما در مجموع در تولید خانگی، رضایت بیشتری دیده می‌شود. همان‌طوری که قبلاً گفته شد، رابطه‌ای معناداری میان سازمان تولید و ارزیابی بیماری زا بودن شغل وجود دارد. بافندگان کارگاهی بیش از بافندگان خانگی شغل خود را بیماری زا ارزیابی کرده‌اند؛ بنابراین یکی از ابعاد نارضایتی شغل کارگاهی‌ها را می‌توان به ارزیابی آنها از بیماری زا بودن شغل‌شان نسبت داد.

زمینه کار

در این تحقیق نوع بافت (نوع گره و نوع دار قالی)، ارزیابی محیط کار (شامل ارزیابی نور و گرما و سرما و فضا و ...) و ساعات کاری، ابعاد متغیر زمینه کار در نظر گرفته شدند. ارزیابی محیط کار در سه طیف خوب، بد و متوسط سنجیده شد. این متغیر ابعادی مثل نور، گرما در تابستان، سرما در زمستان، تهویه و فضای محل کار را شامل می‌شود. نتایج نشان می‌دهند که این متغیر با

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

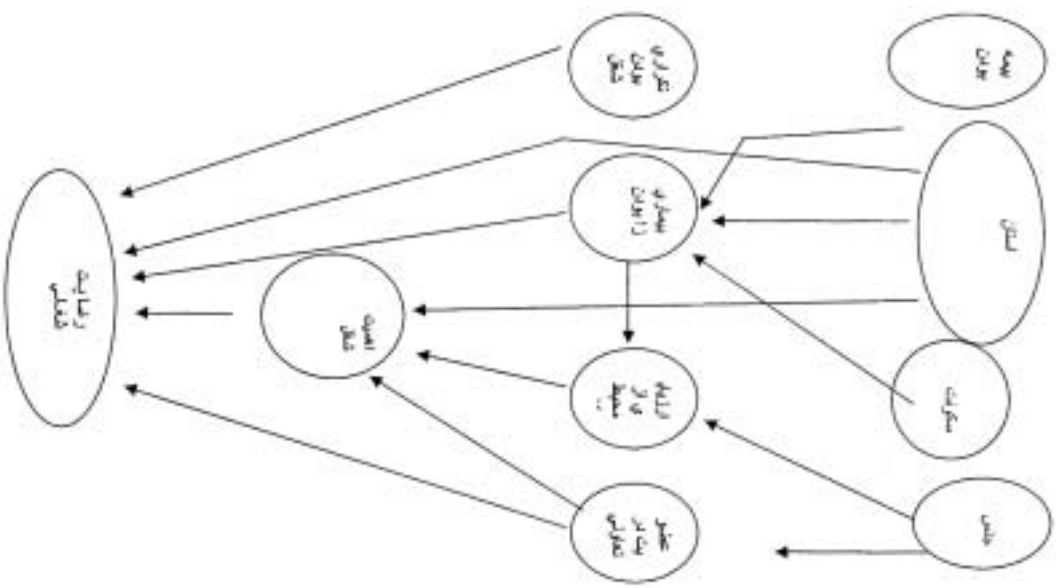
رضایت شغلی رابطه معناداری نشان می‌دهد. در واقع، هر چه بافندگان محیط کار خود را خوب ارزیابی کنند، رضایت شغلی آنها بیشتر است.

نوع نظام پرداخت

معیار ثابتی برای پرداخت دستمزد یا سهم بافنده وجود ندارد. حقوق ماهانه، هفتگی درصدی برای به حساب دیگران در سازمان تولید خانگی و تولید کارگاهی دیده می‌شود. برای تولید به حساب خود پرداخت دستمزد یا درصدی و ... دیده نمی‌شود. در این جا برای سنجش نظام پرداخت از متغیر شیوه فروش فرش بافته شده استفاده کردیم. نتایج حاکی از آن است که فروش فرش توسط تاجر بیشترین میانگین رضایت شغلی را به خود اختصاص داده است. در واقع بافندگی که در تولید به حساب خود فرش بافته شده را به واسطة تاجر به فروش می‌رسانند، رضایت شغلی بیشتری دارند. آزمونها نشان داده است که میانگین رضایت شغلی افرادی که از شیوه فروش راضی‌اند، متفاوت از آن‌هایی است که ناراضی هستند. بنابراین می‌توان گفت که دستکاری در شیوه فروش فرش بافندگان تولید به حساب خود، به نفع بافندگان، می‌تواند رضایت شغلی آنها را افزایش دهد.

میزان درآمد بافندگان

به نظر بدیهی می‌رسد که هرچه میزان درآمد شاغلان افزایش یابد، رضایت شغلی بیشتر می‌شود؛ اما در مورد بافندگان فرش دستباف علی‌رغم معناداری رابطه درآمد و رضایت شغلی آنها، این رابطه چندان قوی نیست. رابطه درآمد با رضایت شغلی به تفکیک استان‌ها نتایج متفاوتی را نشان می‌دهد. در حالیکه در استان آذربایجان‌شرقی این رابطه معنادار است؛ اما رابطه مذکور در استان اصفهان معنادار نیست.(مدل۲)



مدل ۲: تحلیل مسیر متغیرهای موثر بر رضایت شغلی

فصلنامه
علمی پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره سه
تابستان ۱۳۸۵

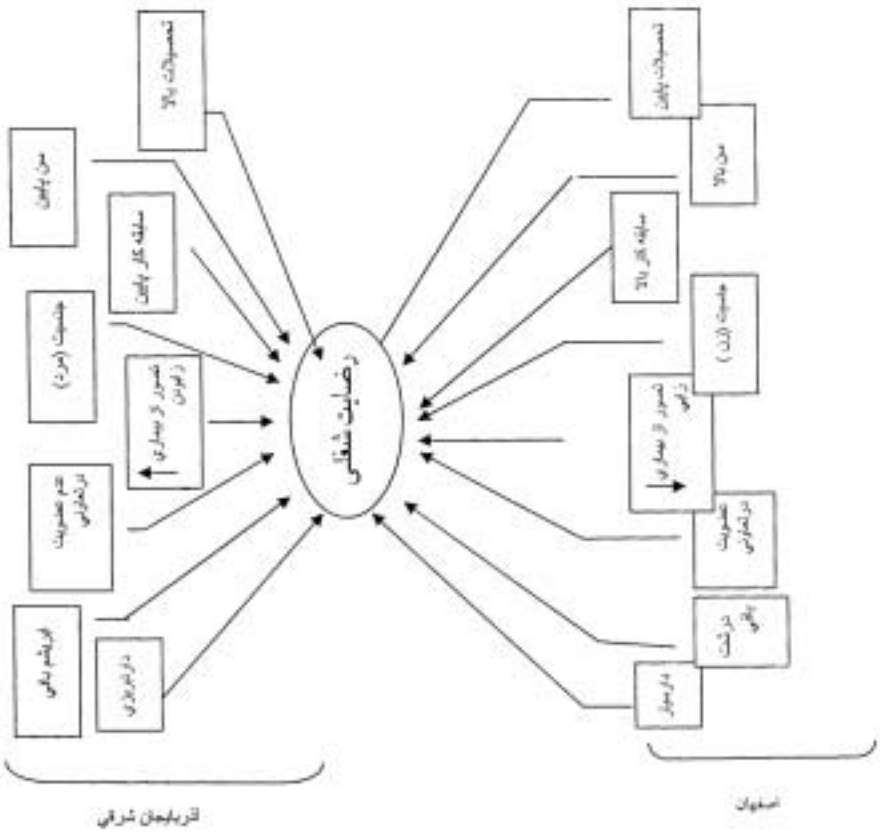
[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

بحث و جمع‌بندی

چه میزان از پراکندگی (واریانس) متغیر رضایت شغلی بافندگان توسط متغیرهای مستقل این تحقیق تبیین شده است؟ کدام متغیر بیشترین تاثیر را بر رضایت شغل داشته است؟ متغیرهای واسطه کدامند؟ و سهم هر متغیر در تبیین رضایت شغلی چقدر است؟ اینها سؤالات مهمی هستند که این تحقیق از ابتدا به دنبال پاسخ به آنها بوده است. بر اساس نتایج پنج متغیر، استان، تصور از اهمیت شغل، تصور تکراری بودن شغل، تصور از بیماری زا بودن شغل و عضویت در تعاونی نزدیک به ۴۳٪ از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. این درصد نسبتاً مطلوب است.

نکته مهم در نمودار تحلیل مسیر، نسبت تاثیر متغیرهای ذهنی و عینی بر رضایت شغلی است. سه متغیر میانگین در این نمودار یعنی تصور از اهمیت شغل، بیماری زا بودن و تکراری بودن شغل متغیرهای ذهنی تاثیرگذار هستند. سایر متغیرها بیمه بودن، استان، سکونت، جنس و عضویت در تعاونی متغیرهای عینی تاثیرگذار هستند. که جز در مورد متغیر عضویت در تعاونی و استان، بقیه به واسطه متغیرهای ذهنی بر رضایت شغلی تاثیر می‌گذارند. سهم متغیر استان قابل توجه است. این متغیر بعد از مقدار تاثیر تصور از اهمیت شغل بیشترین تاثیر را دارد. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که تصور از اهمیت شغل بیشترین تاثیر را دارد.



مدل ۳: چگونگی تأثیر متغیرهای استانی بر رضایت شغلی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

به علاوه، تاثیر متغیرهای ذهنی پیش‌بینی شده در این تحقیق، تاثیرات مستقیم بیشتری نسبت به متغیرهای عینی دارد. در نمودار تحلیل مسیر، متغیر استان تاثیر زیادی بر رضایت شغلی دارد. در توضیح این رابطه می‌توان گفت که دو استان آذربایجان شرقی و اصفهان از جهات مختلفی با یکدیگر تفاوت دارند و این تفاوتها در میان بافندگان سبب شده است تا رضایت شغلی آنها متفاوت باشد. روشن است که این تغییر را باید ناشی از حضور یا نبود برخی متغیرها در دو استان دانست که تعیین کننده این تفاوت معنادار در رضایت شغلی هستند. این متغیرها در مدل (۳) نشان داده شده است.

چند پیشنهاد

۱. هر چه تلاش شود تا بافندگان شغل خود را مهم بدانند، رضایت آنها بیشتر می‌شود. بهبود این تصور از شغل، در گرو بهبود برخی عوامل است که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۲. گسترش تعاونی‌ها و تلاش برای عضو ساختن بافندگان. در قسمت‌های قبل دیده شد که میزان نفوذ تعاونی‌ها در بین بافندگان در خور توجه نیست. فی‌المثل در مورد فروش فرش بافته شده در تولید به حساب خود، تعاونی در مقام سوم و بعد از تاجران و دلالان در عرضه خدمات قرار می‌گیرد. این در حالی است که بافندگان عضو تعاونی بیشتر از غیر عضوها رضایت دارند. عضویت در تعاونی علاوه بر تاثیر مستقیم بر رضایت شغلی، بر تصور از اهمیت شغل هم در بین بافندگان تاثیر دارد. تعاونی‌ها باید خدمات خود را در دو مرحله قبل از بافت و بعد از بافت به ویژه در سازمان تولید خانگی افزایش دهند. به نظر می‌رسد آن‌چه تعاونی‌ها می‌توانند به بافندگان عرضه کنند، قدرت چانه زنی است. تعاونی‌ها می‌توانند با افزایش این قدرت در بین بافندگان امنیت درآمدی آن‌ها را در رقابت با تاجران و دلالان افزایش دهند. همان‌طوری که از داده‌ها حاصل شده است، غالب بافندگان در سازمان تولید خانگی و تولید به حساب خود مشغول به کار هستند. برای این دسته، خرید مواد اولیه و فروش فرش بافته شده دو مرحله اساسی کار آنهاست. خرید منصفانه مواد و فروش منصفانه محصول، رضایت شغلی آن‌ها را تامین می‌کند. تعاونی‌ها می‌توانند با تضمین این دو مرحله بافندگان تولید به حساب خود را یاری دهند. بافندگان تولید به حساب خود در تهیه مواد اولیه مشکل دارند. ۲۵/۵ درصد از این دسته از بافندگان از این مشکل شکایت داشتند. جالب است که سو مدیریت در تعاونی‌ها نه تنها باعث نفوذ و حمایت از بافندگان نمی‌شود، بلکه برخی از بافندگان تولید به حساب خود تعاونی‌ها را متهم به دزدیدن مصالح می‌کنند. تعاونی‌ها باید در رفع این مشکلات کوشا باشند.

در تولید به حساب دیگران هم تعاونی‌ها فعال نیستند. تنها ۰/۵ درصد از بافندگان این نوع تولید تعاونی‌ها صاحب کار خود برشمردند. ۴۸/۱ درصد از بافندگان تولید به حساب خود از کمبود سرمایه برای کار شکایت دارند. با توجه به اینکه دریافت وام با رضایت شغلی رابطه دارد، تعاونی‌ها می‌توانند با دادن تسهیلات مالی به بافندگان، رضایت آنها را افزایش دهند. این در حالی است که تنها ۱۳/۴ درصد از بافندگان اعلام کردند تاکنون

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

وامی دریافت کرده‌اند، ۸۶/۲ درصد دیگر هیچ وامی نگرفتند.

۳. بر اساس داده‌های تحقیق، بیشتر بافنده‌ها در تولید خانگی مشغول به کار هستند. از طرفی دیگر رضایت کلی بافندگان تولید خانگی بیشتر از تولید کارگاهی است. نتیجه اینکه، به جای گسترش تولید کارگاهی، حمایت از تولید خانگی گام مهمی در افزایش رضایت بافندگان است.

۴. تصور از بیماری زا بودن شغل، تاثیر منفی بر رضایت شغلی دارد؛ بنابراین هرگونه تلاش برای کاهش این تصور و بهبود آن در رضایت شغلی موثر است. این تحقیق نشان داده است که در تولید کارگاهی، شغل بافندگی بیماری زاتر تلقی می‌کنند. بنابراین باید به این پرسش پرداخت که چرا این متغیرها تصور بیماری‌زا بودن شغل را افزایش می‌دهند؟ این پرسشی است که داده‌های این تحقیق قادر به پاسخ به آن‌ها نیست، بنابراین پیشنهاد می‌شود در تحقیقات دیگر ابعاد این متغیر به روشنی آشکار شود. از طرفی دیگر ابتلا به بیماری، ارزیابی بیماری زا بودن شغل را بالا می‌برد.

۵. بافندگانی که شغل خود را تکراری ارزیابی می‌کنند، رضایت شغلی کمتری دارند؛ بنابراین لازم است تمهیداتی اعمال شود تا تنوع کاری آنها افزایش یابد.

۶. زنان رضایت بیشتری دارند، بنابراین، استفاده از زنان در امر بافندگی، بخصوص در استان آذربایجان‌شرقی که از مردها بیشتر استفاده می‌شود و در نتیجه رضایت شغلی آنها پایین‌تر است، می‌تواند میانگین رضایت شغلی را افزایش دهد.

۷. ارزیابی از محیط کار بر رضایت تاثیر دارد؛ بنابراین ضرورت دارد تا محیط‌های کاری از نظر نور، دما، تهویه و اندازه و فضا و سایر عوامل مورد بازبینی دائم قرار گیرد. با بهبود محیط کاری، رضایت بافندگان هم بیشتر می‌شود.

۸. عوامل کار نقش مهمی در رضایت بافندگان دارد. ۸۰/۱ درصد از نقشه قالی ابراز نارضایتی کردند. غالباً دلایل نارضایتی خود را سخت بودن استفاده از نقشه و خواندن آن، شلوغی طرحها، ناراحتی چشم و ... ابراز کردند؛ بنابراین لازم است تا در تهیه نقشه‌ها دیدگاه بافندگان لحاظ شود یا برای استفاده بهینه از نقشه چاره‌ای اندیشیده شود. نوع نیمکت علت نارضایتی برخی از بافندگان است. سخت بودن برای نشستن، احتمال سقوط از آن، مشکل در بالا و پایین کردن و ثابت نبودن و... مسائل استفاده از نیمکت عنوان شده است. لذا طراحی‌دار و نیمکت مناسب می‌توانند در رضایت آنها موثر باشد.

پی‌نوشت

۱. انجام این تحقیق مرهون زحمات آقایان کریمی ماچیانی در مرکز تحقیقات فرش ایران، نورالله پاشا، حمید طاهری، مهدی فرجی و سعید خواجه نوری است، از ایشان قدردانی می‌شود.

منابع و مآخذ

-کسنر جی. «رویدادهای نیمه اول سال ۲۰۰۰» مجله قالی ایران، ش ۳۳، اسفند ۱۳۷۹.

- انتشارات وزارت بازرگانی، «بازار جهانی» تهران، ۱۳۶۵.

- رابینز استیفن بی. مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]

سیدمحمد اعرابی، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۷۴.
- سالنامه آماری کشور (۱۳۷۸)، تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، مرکز آمار، ۱۳۷۹.
- سیسیل ادواردز، قالی ایران، ترجمه مهین دخت صبا، تهران: انتشارات فرهنگ سرا، ۱۳۷۸.
- کورمن، آبرهام، روانشناسی صنعتی و سازمانی، ترجمه حسین شکرکن، تهران: انتشارات رشد، ۱۳۷۰.
- کوکلان هوشنگ، رفتار سازمانی، تهران: انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت ۱۳۵۸.
- گلچین ماهرخ و اعظم قربانی، «بررسی تئوری بهداشتی .انگیزشی هزبرگ»، تهران: ماهنامه مدیریت دولتی، دوره جدید، ش ش ۳۳-۳۴، ۱۳۷۵.
- گریفین مورهد، رفتار سازمانی، ترجمه سیدمهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۶۹.
- ملاحسینی شعبانعلی (پایان نامه فوق لیسانس) «علل رکود صادرات فرش ایران»، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۶۵.
- مور اسکید، تفکر نظری در جامعه‌شناسی، ترجمه حاضری و دیگران، تهران: انتشارات سفید، ۱۳۷۲.
- میچل ترنس آر. مردم در سازمانها: زمینه رفتار سازمانی، حسین شکرکن، تهران: انتشارات رشد، ۱۳۷۳.
- نتایج آمارگیری از خانوارهای دارای فعالیت‌های صنعتی سال ۱۳۷۵، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۷.
- هرسی پال و کنت بلا نچارد، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی علاقه بند، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۵.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1385.2.3.13.8]