

عنوان مقاله:

مدل مدیریت تولید با رویکرد ناب در سینمای ایران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 11، شماره 9 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

غلامرضا گودرزی - عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق(ع)

مرتضی شاپوری - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه امام صادق(ع)

خلاصه مقاله:

لازمه رقابت در دنیای تولید کنونی بهره‌گیری از تمام فنون، ابزارها و اندیشه‌های جدید ناب است. در نیمه دوم قرن بیستم، تولیدکنندگان جهان با محیط رقابتی جدیدی مواجه شدند که با نیمی از سرمایه و امکانات لازم، محصولات را با کیفیتی بهتر، تنوعی بیشتر و قیمتی پایینتر به بازار جهانی عرضه می‌کردند. یکی از این تکنیک‌های جدید تولید ناب نام دارد. تولید ناب در واقع رویکردی سامانمند برای حذف ضایعات و اتلافها و از بین بردن هر فرآیند اضافی است، از مرحله تهیه مواد اولیه گرفته تا تولید و در نهایت فروش. این مقاله با توجه به مراحل تولید فیلم سینمایی و تطبیق این فرآیند با آنچه در خط تولید صنعتی اتفاق می‌افتد، در پی شناسایی و کشف اتلافهایی است که طی مراحل ساخت فیلم پیش می‌آید. تجزیه و تحلیل نتایج با استفاده از روش تحقیق مفهومی سازی بنیادین منجر به شکلگیری پانزده مفهوم و به تبع آن پنج مقوله اصلی شد. این مقولات شامل سه نوع اتلاف زمان، دوباره‌کاری، ناهماهنگی و دو عامل زیرساختی و فرهنگی در فرآیند تولید فیلم سینمایی است.

کلمات کلیدی:

مدیریت تولید، تولید ناب، رسانه، سینمای ایران، اتلاف سینمایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602368>

