

صلى الله عليه وسلم



دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع

مدیریت صنعتی، گرایش تولید

پایان نامه کارشناسی ارشد

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی و مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید

(مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو شیراز)

نگارنده: الهام رخشنده

استاد راهنما

دکتر سید محمد حسن حسینی

استاد مشاور:

دکتر سعید آیباعی اصفهانی

دی ماه ۱۳۹۶

شماره: ۵۶۲۶
تاریخ: ۴۶/۱/۲۵

باسمه تعالی



مدیریت تحصیلات تکمیلی

فرم شماره (۳) صورتجلسه نهایی دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

با نام و یاد خداوند متعال، ارزیابی جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد آقای / خانم الهام رخشنده با شماره دانشجویی ۹۴۰۷۹۹۴ رشته گرایش تحت عنوان بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید (مطالعه موردی: صنعت خودرو) که در تاریخ با حضور هیأت محترم داوران در دانشگاه صنعتی شاهرود برگزار گردید به شرح ذیل اعلام می گردد:

قبول (با درجه:)			
☐ مردود			
نوع تحقیق: ☐ نظری ☐ عملی			
عضو هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبه علمی	امضاء
۱- استاد راهنمای اول	دکتر محمد حسن حسینی		
۲- استاد راهنمای دوم	-		
۳- استاد مشاور	دکتر سعید آبیانی اصفهانی		
۴- نماینده تحصیلات تکمیلی	دکتر محمد فتاحی		
۵- استاد ممتحن اول	دکتر علی اکبر حسینی		
۶- استاد ممتحن دوم	دکتر بزرگمهر اشرفی		

نام و نام خانوادگی رئیس دانشکده:

تاریخ و امضاء و مهر دانشکده:

تبصره: در صورتی که کسی مردود شود حداکثر یکبار دیگر (در صورت مجاز تحصیل) می تواند از پایان نامه خود دفاع نماید (دفاع

مجدد نباید زودتر از ۴ ماه برگزار شود).

این مجموعه را تقدیم می‌کنم به

پدر و مادرم به خاطر زحمات بی‌دریغشان،

خواهرانم، پستوانه‌های زندگیم که وجودشان شادی بخش و مایه آرامش
من است.

و

تقدیم به روح پاک خواهر دلسوز و مهربانم که یاد و خاطراتش در محطه محطه
زندگیم جاریست.

سپاس‌گذاری

با تقدیر و تشکر از استاد با کمالات و شایسته جناب آقای دکتر سید محمدحسن حسینی که در کمال سعه صدر، با حسن خلق و فروتنی از هیچ کمکی در این عرصه بر من دریغ ننمودند و زحمت راهنمایی این پایان‌نامه را برعهده گرفتند.

استاد فهیم و فرزانه، جناب آقای دکتر سعید آیبای اصفهانی که زحمت مشاوره پایان‌نامه را متقبل شدند.

الهام بخشنده

دی ماه ۱۳۹۶

تعهد نامه

اینجانب الهام رخشنده دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی شاهرود، نویسنده پایان نامه با عنوان بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی و مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید، تحت راهنمایی دکتر سید محمد حسن حسینی متعهد می شوم:

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است.
- در استفاده از نتایج پژوهش های دیگر پژوهش گران، به مرجع مورد استفاده استناد شده است.
- مطالب این پایان نامه، تاکنون توسط خود، یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارایه نشده است.
- حقوق معنوی این اثر، به دانشگاه صنعتی شاهرود تعلق دارد، و مقالات مستخرج با نام "دانشگاه صنعتی شاهرود" یا "Shahrood University of Technology" به چاپ خواهد رسید.
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آوردن نتایج اصلی پایان نامه تاثیرگذار بوده اند، در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می گردد.
- در تمام مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که از موجود زنده (یا بافت های آنها) استفاده شده است، ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است.
- در تمام مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته (یا استفاده شده است)، اصل رازداری و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است.

الهام رخشنده

دی ماه ۱۳۹۶

مالکیت نتایج و حق نشر

- تمام حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج، کتاب، برنامه های رایانه ای، نرم افزارها و تجهیزات ساخته شده) متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می باشد. این مطلب باید به نحو مقتضی، در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود.
- استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در این پایان نامه بدون ذکر منبع مجاز نمی باشد.

چکیده

هدف کلی از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید در شرکت ایران خودرو شیراز می باشد. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارشناسان، متخصصان (خبرگان) شرکت ایران خودرو شیراز بوده که به روش تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۱۸۱ نفر به عنوان نمونه پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. داده های پژوهش از طریق پرسش نامه جمع آوری گردید. جهت روایی پرسش نامه ها به صورت محتوایی، از نظر خبرگان استفاده شد و با استفاده از مقادیر AVE، روایی ابزار اندازه گیری مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسش نامه ها نیز از طریق مقادیر CR و آلفای کرونباخ محاسبه گردید. داده ها با استفاده از آمار توصیفی نظیر میانگین، انحراف معیار، فراوانی، درصد فراوانی و آمار استنباطی نظیر ماتریس همبستگی، ضرایب مسیر، آماره t و آزمون سوبل تجزیه و تحلیل شدند. نتایج آزمون همبستگی و حداقل مربعات جزئی این مسأله را تایید می کند که متغیرهایی که در این مدل پیشنهاد کردیم با یکدیگر همبستگی و ارتباط معناداری دارند و همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها حاکی از آن است که تمامی فرضیه های پژوهش مورد تایید می باشد.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی سازمان^۱، مدیریت کیفیت جامع^۲، عملکرد سازمانی^۳، عملکرد نوآورانه^۴، انعطاف پذیری تولید^۵.

-
1. corporate social responsibility (CSR)
 - 2 . total quality management (TQM)
 - 3 . organizational performance
 - 4 . Innovative performance
 5. manufacturing flexibility

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱ مقدمه.....	۲
۲-۱ بیان مسئله.....	۳
۳-۱ ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۶
۴-۱ اهداف تحقیق.....	۷
۱-۴-۱ هدف اصلی تحقیق.....	۷
۲-۴-۱ اهداف فرعی تحقیق.....	۷
۵-۱ فرضیات تحقیق.....	۷
۱-۵-۱ فرضیه اصلی تحقیق.....	۷
۲-۵-۱ فرضیات فرعی تحقیق.....	۸
۶-۱ سوالات تحقیق.....	۸
۱-۶-۱ سوال اصلی تحقیق.....	۸
۲-۶-۱ سوالات فرعی تحقیق.....	۸
۷-۱ تعریف متغیرهای تحقیق.....	۹
۱-۷-۱ تعریف مفهومی متغیرها.....	۹
۲-۷-۱ تعریف عملیاتی متغیرها.....	۱۱
۸-۱ قلمرو تحقیق.....	۱۲
۹-۱ ساختار پایان نامه.....	۱۲
فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش.....	۱۵
۱-۲ مقدمه.....	۱۶
۲-۲ مبانی نظری مسئولیت اجتماعی سازمان.....	۱۷

۱۷	۱-۲-۲ مفهوم مسئولیت پذیری.....
۱۸	۲-۲-۲ سطوح مسئولیت پذیری.....
۱۹	۳-۲-۲ انواع و دسته های مسئولیت پذیری.....
۲۰	۴-۲-۲ مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۲۱	۵-۲-۲ تعاریف مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۲۳	۶-۲-۲ مدل های اصلی مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۲۷	۷-۲-۲ سایر مدل های مطرح در حوزه CSR.....
۲۸	۸-۲-۲ تقسیم بندی شرکت های ایرانی در زمینه مسئولیت اجتماعی.....
۳۱	۳-۲ مبانی نظری مدیریت کیفیت جامع.....
۳۱	۱-۳-۲ تعریف مدیریت کیفیت جامع.....
۳۳	۲-۳-۲ دسته بندی مفاهیم کیفیت.....
۳۵	۳-۳-۲ فلسفه مدیریت کیفیت فراگیر.....
۳۶	۴-۳-۲ اصول مدیریت کیفیت جامع.....
۳۷	۵-۳-۲ ابعاد مدیریت کیفیت جامع.....
۳۸	۶-۳-۲ متفکران کیفیت.....
۴۴	۴-۲ مبانی نظری عملکرد سازمان.....
۴۴	۱-۴-۲ تعریف عملکرد.....
۴۷	۲-۴-۲ رویکرد سنجش عملکرد سازمان.....
۴۷	۵-۲ مبانی نظری عملکرد نوآورانه.....
۴۷	۱-۵-۲ تعریف عملکرد نوآورانه.....
۴۹	۲-۵-۲ شاخص عملکرد نوآورانه.....
۵۰	۶-۲ مبانی نظری انعطاف پذیری تولید.....
۵۰	۱-۶-۲ تعریف انعطاف پذیری تولید.....

۵۱	۲-۶-۲ ابعاد انعطاف پذیری تولید
۵۳	۷-۲ پیشینه تحقیق مسئولیت اجتماعی سازمان
۵۴	۱-۷-۲ تحقیقات داخلی در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان
۵۶	۲-۷-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان
۵۹	۸-۲ پیشینه تحقیق مدیریت کیفیت جامع
۶۰	۱-۸-۲ تحقیقات داخلی در حوزه مدیریت کیفیت جامع
۶۱	۲-۸-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه مدیریت کیفیت جامع
۶۴	۹-۲ پیشینه تحقیق ارزیابی عملکرد
۶۴	۱-۹-۲ تحقیقات داخلی در حوزه عملکرد سازمانی
۶۶	۲-۹-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه عملکرد سازمانی
۷۱	۱۰-۲ پیشینه تحقیق عملکرد نوآورانه
۷۱	۱-۱۰-۲ تحقیقات داخلی در حوزه عملکرد نوآورانه
۷۲	۲-۱۰-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه عملکرد نوآورانه
۷۴	۱۱-۲ پیشینه تحقیق انعطاف پذیری تولید
۷۴	۱-۱۱-۲ تحقیقات داخلی در حوزه انعطاف پذیری تولید
۷۵	۲-۱۱-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه انعطاف پذیری تولید
۷۶	۱۲-۲ خلاصه فصل
۷۷	فصل سوم: روش تحقیق
۷۸	۱-۳ مقدمه
۷۸	۲-۳ روش پژوهش
۸۰	۴-۳ جامعه آماری پژوهش
۸۱	۵-۳ نمونه آماری
۸۲	۶-۳ ابزار گردآوری اطلاعات
۸۴	۷-۳ اعتبار یا روایی تحقیق

۸-۳	اعتماد یا پایایی تحقیق.....	۸۵
۹-۳	روش تجزیه و تحلیل داده ها.....	۸۶
۱۰-۳	خلاصه فصل.....	۸۷
فصل چهارم:	تجزیه و تحلیل داده ها.....	۸۹
۱-۴	مقدمه.....	۹۰
۲-۴	یافته های توصیفی.....	۹۰
۱-۲-۴	وضعیت توصیفی اطلاعات جمعیت شناختی.....	۹۰
۲-۲-۴	وضعیت توصیفی متغیرها.....	۹۴
۳-۴	یافته های استنباطی.....	۹۵
۱-۳-۴	آزمون فرضیه ها.....	۹۷
۲-۳-۴	آزمون سوبل.....	۱۰۰
۳-۳-۴	رگرسیون (ماتریس همبستگی).....	۱۰۱
۴-۴	برآزش مدل کلی.....	۱۰۳
۵-۴	خلاصه فصل.....	۱۰۴
فصل پنجم:	نتیجه گیری و پیشنهادات.....	۱۰۵
۱-۵	مقدمه.....	۱۰۶
۲-۵	تحلیل نتایج تحقیق.....	۱۰۶
۱-۲-۵	نتایج حاصل از آزمون فرضیه های مربوط به متغیر های اصلی پژوهش.....	۱۰۶
۲-۲-۵	نتایج حاصل از آزمون فرضیه های مربوط به متغیرهای میانجی تحقیق.....	۱۱۱
۳-۵	مقایسه نتیجه تحقیق با دیگر تحقیقات.....	۱۱۲
۴-۵	پیشنهادهای کاربردی پژوهش.....	۱۱۳
۵-۵	پیشنهاد برای تحقیقات آتی.....	۱۱۵
۶-۵	محدودیت های پژوهش.....	۱۱۵

۷-۵ خلاصه فصل ۱۱۶

منابع ۱۱۱

پیوست ۱۲۴

فهرست اشکال

- شکل ۱-۲: سطوح مسئولیت پذیری (ابزری و یزدان شناس ۱۳۸۶)..... ۱۸
- شکل ۲-۲: انواع مسئولیت پذیری (شریف زاده و همکاران ۱۳۹۲)..... ۲۰
- شکل ۳-۲: مدل هرمی کارول (حساس یگانه و برزگر ۱۳۹۳)..... ۲۳
- شکل ۴-۲: مدل دواير متقاطع (گوا ۲۰۰۸)..... ۲۶
- شکل ۵-۲: مدل دواير متحدالمرکز (گوا ۲۰۰۸)..... ۲۷
- شکل ۶-۲: رابطه بين مفاهيم كيفيت (منبع: چرمیان و همکاران، ۱۳۹۴)..... ۳۵
- شکل ۱-۳: مدل مفهومی پژوهش..... ۷۹
- نمودار ۱-۴: توزيع فراوانی کارکنان بر حسب سن..... ۹۱
- نمودار ۲-۴: توزيع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی..... ۹۲
- نمودار ۳-۴: توزيع فراوانی کارکنان بر حسب عنوان شغلی..... ۹۳
- نمودار ۴-۴: توزيع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه کاری..... ۹۴
- شکل ۱-۴: ضریب مسیر فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق..... ۹۶
- شکل ۲-۴: آماره آزمون χ^2 فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق..... ۹۷

فهرست جداول

جدول ۱-۲ : تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت (حساس یگانه و برزگر ۱۳۹۳).....	۲۲
جدول ۲-۲: تعاریف مدیریت کیفیت فراگیر.....	۳۲
جدول ۳-۲: دیدگاه های عملکرد(حاجی پور و مرادی، ۱۳۸۹).....	۴۶
جدول ۴-۲ : تعاریف عملکرد نوآورانه.....	۴۸
جدول ۵-۲ : مولفه های عملکرد نوآورانه (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵).....	۴۹
جدول ۶-۲: تعاریف انعطاف پذیری تولید.....	۵۰
جدول ۷-۲: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر مسئولیت اجتماعی سازمان.....	۵۷
جدول ۸-۲: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر مدیریت کیفیت جامع.....	۶۲
جدول ۹-۲: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر عملکرد سازمانی.....	۶۸
جدول ۱۰-۲: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر عملکرد نوآورانه.....	۷۳
جدول ۱۱-۲: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر انعطاف پذیری تولید.....	۷۶
جدول ۱-۳: جدول نمونه گیری مورگان.....	۸۲
جدول ۲-۳: پایایی و روایی متغیرهای اصلی مدل پیشنهادی تحقیق.....	۸۶
جدول ۱-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن.....	۹۱
جدول ۲-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی.....	۹۲
جدول ۳-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب عنوان شغلی.....	۹۳
جدول ۴-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه کاری.....	۹۴
جدول ۵-۴ : میانگین و انحراف استاندارد مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش.....	۹۵
جدول ۶-۴: آماره آزمون χ^2 فرضیههای اصلی مدل مفهومی تحقیق.....	۹۷
جدول ۷-۴: آماره های آزمون سوبل مربوط به متغیرهای میانجی.....	۱۰۱
جدول ۸-۴: ماتریس همبستگی متغیرهای اصلی پژوهش.....	۱۰۲

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

در عصر کنونی رقابت های فزاینده سبب تشویق بسیاری از تولید کننده های پیشگام در جهت ارزیابی عملکرد مدیریتی و استراتژی های رقابتی با هدف توسعه عملکرد سازمانی شده است. همواره در بیشتر سازمانها در سرتاسر دنیا، مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد سازمانهای خویش می باشند. به عبارت دیگر، امروزه اگر سازمانها بخواهند جایگاه خود را حفظ کرده و به نحوی عمل کنند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که در عملکرد خود تجدید نظر کرده و تعهدات خودنسبت به ارباب رجوعان را به درستی ایفا کنند. در این زمینه، وقوع رویدادهایی مانند گسترش رقابت، پیشرفت فناوری اطلاعات و تلاش همه جانبه سازمانها و واحدهای اقتصادی برای کسب جایگاه بهتر، ضرورت توجه به بهبود مستمر عملکرد سازمانی را دو چندان نموده است (رضائی و همکاران ۱۳۹۳). عملکرد سازمانی یکی از مهم ترین سازه های مورد بحث در پژوهش های مدیریتی است و بدون شک مهم ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت های تجاری به حساب می آید. شاید ساده ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت های معطوف به دستیابی به اهداف سازمانی دانست و شاخص هایی همچون سودآوری، بقاء، رشد، میزان دستیابی به اهداف و قابلیت های رقابتی را میتوان به عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد (بادآور نهندی و همکاران ۱۳۹۳). مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان ها به عنوان منابع بالقوه جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار شناخته شده اند که به طور همزمان توسط سازمان قابل اجرا میباشند. مدیریت کیفیت جامع فلسفه مدیریتی شناخته شده در سطح وسیع می باشد که جهت تامین نیازهای مشتریان و در نتیجه افزایش سود آوری و بهره وری، بر ارتقا مداوم فرآیند تاکید می کند (بناویدز و لاسکو^۱ و همکاران ۲۰۱۴). تحقیقات تجربی زیادی رابطه بین مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد را بررسی کرده اند. بسیاری از محققان نتایج مثبتی بدست آورده اند، محققان دیگر رابطه معناداری پیدا نکردند و حتی در برخی از مطالعات رابطه معکوس شناسایی کرده اند. با در نظر گرفتن این یافته های ضد و نقیض، بسیاری از نویسندگان به بررسی عمیق تر رابطه بین

1 . Benavides Velasco

مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد تاکید کرده‌اند (کوریدور و گونی^۱ ۲۰۱۱). سازمان‌ها همچنین تشویق شده‌اند تا به شیوه‌ای مسئول از لحاظ اجتماعی رفتار کنند. عموم، دولت‌ها، مشتریان و دیگر ذینفعان انتظار دارند سازمان‌ها مسئولیت‌های اجتماعی و محیطی‌شان را تشخیص داده و برای کاهش تأثیرات منفی عملیات‌ها، شیوه‌های کسب و کار مناسب را تنظیم و به جوامعی که در آنها خدمت می‌کنند، کمک مثبتی کنند (بناویدز و لاسکو و همکاران ۲۰۱۴). مباحث مطرح در مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با اصول مدیریت کیفیت قرابت زیادی دارد. محققان کیفیت باید متوجه رعایت اصول اخلاقی در برنامه‌های مدیریت کیفیت باشند و به گونه‌ای عمل نمایند که مدیریت کیفیت نقشی پیش‌تاز در ارتقای اقدامات کسب و کار اخلاقی داشته باشد (ابزری و یزدان‌شناس ۱۳۸۶). این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف‌پذیری تولید در صنعت خودرو می‌باشد. بدین منظور که نشان داده شود آیا مدیریت کیفیت فراگیر و مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد تأثیر گذار هستند یا خیر و چگونه سازمان‌ها با در نظر گرفتن مسائل اجتماعی و اصول مربوط به کیفیت به بهسازی عملکردشان اقدام نمایند.

۱-۲ بیان مسئله

صنعت خودرو، همانطور که پیتر دراگر به آن لقب “صنعت صنعت‌ها” را داده است، مرکب است از دانش، علم و فن که با خلاقیت و ابداع و هنر در هم آمیخته است. صنعت خودرو به لحاظ ارتباط نزدیک با زندگی روزمره مردم و حجم بالای سرمایه، اشتغال و گردش مالی زیاد، مورد علاقه و رقابت کشورها، شرکتها و سرمایه‌های بزرگ است. سرمایه‌گذارها و پژوهشهایی که در این صنعت انجام می‌شود نه تنها صنایع وابسته به خود بلکه سایر بخشهای اقتصادی صنعتی را به حرکت در می‌آورد. خودرو از جمله محصولاتی است که از تعداد نسبتاً زیاد مجموعه‌های میانی، قطعات و مواد اولیه تشکیل می‌شود، در

1 . Corredor & Goni

نتیجه صنایع مرتبط با ساخت این اجزاء طیف بسیار گسترده ای (از جمله صنایع فلزی، نساجی، مواد شیمیایی و رنگ، برق و الکترونیک و...) را در بر می گیرد. شرکت خودروساز می بایست برای بهبود درجه کیفیت تامین کنندگان، سیستم عملکرد آنها را با معیارهای مناسب ارزیابی و بازخورهایی را به منظور اصلاح و بهبود به آنها ارائه کند. بدیهی است به منظور قابلیت اطمینان از کیفیت قطعات خودرو تامین کنندگان نیازمند سیستم های تضمین کیفیت می باشند. در این زمینه، سیستم های کیفی نظیر ISO 9000، چک لیست ارزیابی سال ۷۹ شرکت سایپو، QS 9000 و همچنین چک لیست ارزیابی سایر خودروسازها (ایران خودرو دیزل، دسکو، سازه گستر و...) تدوین شده که در همه آنها سازمان ملزم به پیاده سازی و اجرای اینگونه سیستم هاست. ارتقای رتبه تامین کنندگان قطعات خودرو، کاهش قطعات برگشتی، افزایش کیفیت خودروهای داخلی، کاهش هزینه های تولید و کاهش چرخه زمانی تحویل قطعات را می توان از جمله اهداف استقرار سیستم ارزیابی و ارتقاء تامین کنندگان در شرکتهای خودروسازی داخلی دانست. در کشورمان ایران نیز بنا به ضرورت عدم اتکاء صنایع کشور و به ویژه صنعت خودرو به درآمدهای نفتی، و بخصوص صنعت قطعه سازی کشور باید صادرات را در کانون توجه و برنامه ریزی های توسعه ای قرار دهد. صنعت قطعه سازی ایران باید ورود به بازارهای جهانی را از قوه به فعل در آورد و در برابر رقابت سخت و پیچیده جهانی آمادگی لازم با برنامه ریزی های استراتژیک کسب نماید. از سوی دیگر عمده مشکلات تامین کنندگان داخلی عدم دستیابی به فناوریهای جدید، ناتوانی آنها در ارائه سفارشات در زمان تعیین شده، ناتوانی آنها در ارائه سفارشات بر مبنای مشخصات فنی مورد نظر، ناتوانایی های مالی و هم چنین عدم وجود برنامه های تضمین کیفیت، سیستم های حمل و نقل، سیستم موجودی و انبوهی از این قبیل مشکلات می باشد، که در طرحهای ارتقاء تامین کنندگان باید به آنها توجه نمود. بخشی از صنعت خودرو به تولید خودروهای سنگین (کامیون، اتوبوس و مینی بوس) اختصاص دارد. کشور ما در این بخش از صنعت خودروسازی به علت سرعت رشد کم این بخش از صنعت، هزینه های بالای نصب قطعات در کشورهای پیشرفته به علت نرخ بالای کارگر، زمان بر بودن پروسه مونتاژ در مقایسه با خودروهای سبک و سایر هزینه های مرتبط می تواند جایگاه مناسبی

را در جهان کسب نماید، که البته این مهم نیازمند توجه خاص، سرمایه و برنامه ریزی در این بخش از صنعت می باشد. در میان صنایع مختلف صنعت خودرو با توجه به وسعت عمل و اشتغال زایی که می تواند ایجاد کند از اهمیت ویژه ای برخوردار است. یک خودرو مجموعه ای از هزاران قطعه کوچک و بزرگ است که تولید هر یک از آنها نیاز به دانش فنی مهارت و سخت افزار لازم خود را دارد. جمع آوری و مونتاژ این قطعات در زمان لازم با قیمت و کمیت مناسب هنر بزرگی است که علاوه بر نیاز به دانش فنی و توان مدیریتی به یک برنامه بلند مدت و تعیین استراتژی مناسب نیاز دارد. کیفیت خودرو همچنین ارتباط تنگاتنگ و رابطه مستقیمی با سطح کیفیت این قطعات و مواد اولیه دارد، که غالباً توسط پیمانکاران فرعی و تامین کنندگان قطعات به تولید کنندگان خودرو عرضه می شود. در نتیجه توان عملکردی تامین کنندگان که شامل تواناییهای فنی، تواناییهای ساخت و تولید، تواناییهای تحویل مواد، تواناییهای کیفیتی و تواناییهای مدیریتی می باشد، به طور مستقیم و غیر مستقیم بر روی کیفیت خودروها تاثیر می گذارد (صالح اولیاء و همکاران، ۱۳۸۳). از آنجایی که قابلیت های رقابتی را می توان به عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد، شرکت های خودرو ساز به منظور رقابت موثر در بازار های جهانی می بایست عملکرد خود را بهبود بخشیده و عوامل تاثیر گذار بر عملکرد را شناسایی نمایند. باتوجه به مباحث مطروحه فوق و اهمیت صنعت خودرو در کشور، هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر متغیرهای مسئولیت اجتماعی و مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید می باشد و سوال اصلی این است که آیا مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیرهای میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارند یا خیر؟

۱-۳ ضرورت و اهمیت تحقیق

بررسی عملکرد سازمانها از اهمیت خاصی برخوردار است زیرا به وسیله این عامل مدیریت می‌تواند مطمئن باشد که سازمان عملکرد بهتری دارد یا نه، با وجود اهمیت عملکرد و ارزیابی آن پی بردن به عوامل موثر و مرتبط با آن نیز دارای اهمیت است زیرا با دانستن رابطه میزان و شدت ارتباط عوامل موثر بر عملکرد می‌توان با تغییر و دستکاری آنها عملکرد را بهبود بخشید و در جهت رشد سازمان گام برداشت. درحقیقت ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی دارای فعالیت مشابه و بررسی نتایج حاصل از عملکرد آنها در یک دوره معین و همچنین شناخت متغیرهای تأثیرگذار بر آن از فرآیندهای مهم و راهبردی محسوب می‌شوند که ضمن تعیین جایگاه رقابتی سازمان، نقش قابل توجهی در امر بهبود مستمر و افزایش کیفیت و اثربخشی تصمیمات مدیریت شرکت‌ها دارد. بنابراین، شناخت عوامل موثر بر عملکرد یک فرایند مهم راهبردی تلقی می‌شود. ارزیابی عملکرد برای موفقیت هر سازمانی حیاتی است چرا که فهم رفتار را آسان می‌سازد، به آن شکل می‌دهد و رقابت پذیری را بهبود می‌بخشد. همچنین شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر عملکرد و بهبود مستمر عملکرد از طریق آنها، می‌تواند پشتیبان برنامه رشد و توسعه و ایجاد فرصت‌های تعالی سازمانی شود. امروزه دولتها و سازمانها و مؤسسات تلاش بسیاری را در این مورد اعمال می‌کنند. بدون بررسی و کسب آگاهی از میزان پیشرفت و دستیابی به اهداف و بدون شناسایی چالشهای پیش روی سازمان و کسب بازخور و اطلاع از میزان اجرای سیاستهای تدوین شده و شناسایی مواردی که به بهبود جدی نیاز دارند، بهبود مستمر عملکرد میسر نخواهد شد (گنجی نیا ۱۳۹۵).

۴-۱ اهداف تحقيق

۱-۴-۱ هدف اصلي تحقيق

- بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمان از طریق متغیرهای میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید.

۲-۴-۱ اهداف فرعی تحقيق

- بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر مدیریت کیفیت جامع.
- بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر مسئولیت اجتماعی سازمان.
- بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد نوآورانه.
- بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر انعطاف پذیری تولید.
- بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآورانه.
- بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر انعطاف پذیری تولید.
- بررسی تاثیر انعطاف پذیری تولید بر عملکرد نوآورانه.
- بررسی تاثیر عملکرد نوآورانه بر عملکرد سازمانی.
- بررسی تاثیر انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی.
- بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی عملکرد نوآورانه.
- بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی انعطاف پذیری تولید.

۵-۱ فرضیات تحقيق

۱-۵-۱ فرضیه اصلي تحقيق

- مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیرهای میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارند.

۱-۵-۲ فرضیات فرعی تحقیق

- مسئولیت اجتماعی سازمان بر مدیریت کیفیت جامع تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مدیریت کیفیت جامع بر مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مسئولیت اجتماعی سازمان بر انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مدیریت کیفیت جامع بر انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- انعطاف پذیری تولید بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- عملکرد نوآورانه بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- مسئولیت اجتماعی سازمان از طریق متغیر میانجی عملکرد نوآورانه، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.
- مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیر میانجی انعطاف پذیری تولید، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.

۱-۶-۶ سوالات تحقیق

۱-۶-۱ سوال اصلی تحقیق

آیا مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیرهای میانجی عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارند یا خیر؟

۱-۶-۲ سوالات فرعی تحقیق

- آیا مسئولیت اجتماعی سازمان بر مدیریت کیفیت جامع تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا مدیریت کیفیت جامع بر مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟

- آیا مسئولیت اجتماعی سازمان بر انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا مدیریت کیفیت جامع بر انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا انعطاف پذیری تولید بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا عملکرد نوآورانه بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد یا خیر؟
- آیا مسئولیت اجتماعی سازمان از طریق متغیر میانجی عملکرد نوآورانه، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد یا خیر؟
- آیا مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیر میانجی انعطاف پذیری تولید، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد یا خیر؟

۷-۱ تعریف متغیرهای تحقیق

در این پژوهش مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع، متغیرهای مستقل میباشند. عملکرد سازمانی متغیر وابسته و عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید، به عنوان متغیرهای میانجی در نظر گرفته شده اند که در ادامه به تعریف آنها پرداخته میشود.

۱-۷-۱ تعریف مفهومی متغیرها

➤ مسئولیت اجتماعی سازمان

مسئولیت اجتماعی سازمان، به معنی پیوستگی و اتحاد میان فعالیتهای و ارزشهای سازمان به گونه ای که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و عموم جامعه، در سیاستها و عملکرد سازمان منعکس گردد (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

➤ مدیریت کیفیت جامع

مدیریت کیفیت جامع، نگرشی است که بر مبنای آن مدیریت سازمان با مشارکت تمامی کارکنان، مشتریان و تأمین کنندگان به بهبود مستمر کیفیت که منجر به جلب رضایت مشتری می شود، می پردازد (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳).

➤ عملکرد سازمان

عملکرد سازمانی، به عنوان مقایسه نتایج مورد انتظار با نتایج واقعی، بررسی انحراف سازمان از چارچوب پیش بینی شده در برنامه، ارزیابی عملکرد فردی کارکنان در سازمان و بررسی میزان پیشرفت سازمان در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده تعریف می شود (رضائی و همکاران، ۱۳۹۳).

➤ عملکرد نوآورانه

عملکرد نوآورانه، به توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرایندها، محصولات و خدمات جدید باشد، اشاره دارد. عملکرد نوآورانه، از طریق دروندادهای نوآورانه تعریف می شود. بدین معنی که تبدیل داده به خروجی و سرانجام خروجی نوآورانه با عملکرد شرکت در ارتباط است (لطیفیان و مولوی ۱۳۹۳).

➤ انعطاف پذیری تولید

انعطاف پذیری تولید، ظرفیت یک سیستم تولیدی برای تطابق موفق با شرایط محیطی در حال تغییر و مقتضیات فرآیند می باشد و اشاره به توانایی سیستم تولیدی برای مقابله با ناپایداری های نشات گرفته از محیط دارد (سوامیداس و نیوال^۱ ۱۹۸۷).

1 .Swamidass & Newell

➤ مسئولیت اجتماعی سازمان

این متغیر با ۴ بعد کارول (۱- بعد قانونی ۲- بعد اخلاقی ۳- بعد بشر دوستانه ۴- بعد اقتصادی) و ۲۵ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد از تحقیقات کشاورز (۱۳۹۵) مورد بررسی قرار میگیرد.

➤ مدیریت کیفیت جامع

این متغیر با ۴ بعد (۱- حمایت مدیران ارشد ۲- مشارکت کارکنان ۳- بهبود مستمر ۴- تمرکز بر مشتریان) و ۲۱ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد از تحقیقات کزازی و شول (۱۳۹۲) مورد بررسی قرار میگیرد.

➤ عملکرد سازمانی

این متغیر با ۵ بعد (۱- عملکرد مالی و بازار ۲- عملکرد کیفیت ۳- عملکرد نوآوری ۴- عملکرد زیست محیطی ۵- عملکرد اجتماعی) و ۱۹ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد از تحقیقات مالتیک^۱ (۲۰۱۵) مورد بررسی قرار میگیرد.

➤ عملکرد نوآورانه

این متغیر با ۲ بعد (۱- نوآوری اجرایی ۲- نوآوری فنی) و ۷ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم از تحقیقات منطقی (۱۳۹۵) مورد بررسی قرار میگیرید.

1. Maletic

➤ انعطاف پذیری تولید

این متغیر با ۴ بعد (۱- انعطاف پذیری حجم تولید ۲- انعطاف پذیری تنوع ۳- انعطاف پذیری فرآیند ۴- انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات) و ۱۴ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم از تحقیقات سوزا و ویلیامز^۱ (۲۰۰۰) مورد بررسی قرار میگیرد.

۸-۱ قلمرو تحقیق

➤ قلمرو موضوعی تحقیق

این مطالعه به بررسی تاثیر متغیرهای مسئولیت اجتماعی و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی با درنظر گرفتن نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید می پردازد.

➤ قلمرو مکانی تحقیق

تحقیق حاضر در شرکت ایران خودرو شیراز مورد بررسی قرار گرفته است.

➤ قلمرو زمانی تحقیق

تحقیق حاضر از مهر ماه سال ۱۳۹۵ شروع و تا دی ماه سال ۱۳۹۶ ادامه یافته است.

۹-۱ ساختار پایان نامه

این پژوهش مشتمل بر ۵ فصل می باشد. فصل اول شامل: مسئله، مدل مفهومی تحقیق، اهمیت موضوع، اهداف، فرضیات، سوالات تحقیق، مفهوم نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق و همچنین قلمرو تحقیق می باشد.

در فصل دوم مبانی نظری هر یک از متغیرهای پژوهش، پیشینه متغیرها و تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده در رابطه با متغیرها تشریح شد.

1. Souza & Williams

در فصل سوم، روش پژوهش، مدل مفهومی پژوهش، جامعه و نمونه آماری و ابزار گردآوری اطلاعات و در نهایت روایی و پایایی پژوهش و روش تجزیه و تحلیل داده ها مشخص گردید.

فصل چهارم به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته که شامل یافته های توصیفی و یافته های استنباطی و آزمون فرضیه ها می باشد.

در فصل پنجم نتایج حاصل از آزمون فرضیات مورد بحث و بررسی قرار گرفته، نتایج تحقیق با دیگر تحقیقات مقایسه شده، محدودیت های تحقیق، پیشنهادات کاربردی و همچنین پیشنهادات آتی تحقیق ارائه گردیده است.

فصل دوم

ادبیات و پیشینه پژوهش

امروزه تاثیر شرکت ها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی گردیده و انتظارات ذینفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. تمام سازمان هایی که فقط سود و زیان خود را وزن می کردند، تحت فشار مردم و سازمان های مشابه، دید خود را اندکی به فراتر از منافع صرف سازمان دوختند. دیگر به وضوح مشخص است که اعمال سازمان ها بر محیط بیرونی تأثیر بسزایی خواهد داشت و نمی توان سود و زیان ناشی از سازمان ها بر جامعه را نادیده گرفت (مشبکی و شجاعی ۱۳۸۹).

از طرفی مسئله کیفیت در کلیه سازمان ها و همچنین درجبه های مختلف زندگی یک نکته اساسی به حساب می آید. بدون شک در حرکت به سمت جهانی شدن، کیفیت یک عامل تأثیرگذار است. منظور از کیفیت در مدیریت آن است که سازمان ها، خدمات یا تولیدات خود را از ابتدای کار به درستی انجام دهند که پس از آن نیازی به اصلاح خطاها یا نقایص نداشته باشند. برای بهبود کیفیت محصولات و خدمات، شیوه ها و الگوهای مختلفی طراحی و معرفی شده اند، یکی از مهمترین آنها الگوی مدیریت کیفیت فراگیر می باشد. کاربرد این الگو ابتدا از صنعت آغاز گردید ولی اکنون به صورت فلسفه ای در کلیه زمینه ها پذیرفته شده و به کار گرفته می شود (پورکشمیری و همکاران، ۱۳۸۸).

یکی از اهداف اصلی هر سازمان دستیابی به عملکرد است. برای رسیدن به این هدف، راهی جز توسل به نوعی دیدگاه سیستمی، بومی و کاربردی وجود ندارد. موفقیت های چشمگیر دهه اخیر سازمانهایی با حداقل امکانات از یک طرف و شکست سازمانهایی با بهترین توانایی های مادی از طرف دیگر، بیانگر نقش قابل توجه عوامل غیرمادی و معنوی در موفقیت آنها بوده است (نماین و همکاران، ۱۳۹۴).

امروزه با شکل گیری محیط های پیچیده رقابتی، تنها سازمان هایی میتوانند به فعالیت خود ادامه دهند که عملکرد خود را در قابلیت های مهم سازمانی همچون نوآوری تقویت کنند و همچنین سازمان ها با تکیه بر نوآوری در پی افزایش بهره وری و بهبود وضعیت اقتصادی خود باشند (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۵).

در این فصل ابتدا به مبانی نظری متغیرهای پژوهش پرداخته شده است. این متغیرها شامل: مسئولیت اجتماعی سازمان، مدیریت کیفیت جامع، عملکرد سازمانی، عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید می‌باشد. در آخر پیشینه های پژوهش به صورت مدل های مختلف در انواع صنایع آورده شده است. در این فصل خواننده با حیطه موضوع مورد مطالعه و همچنین کارها و زمینه های تحقیق آشنا خواهد شد.

۲-۲ مبانی نظری مسئولیت اجتماعی سازمان

۲-۲-۱ مفهوم مسئولیت پذیری

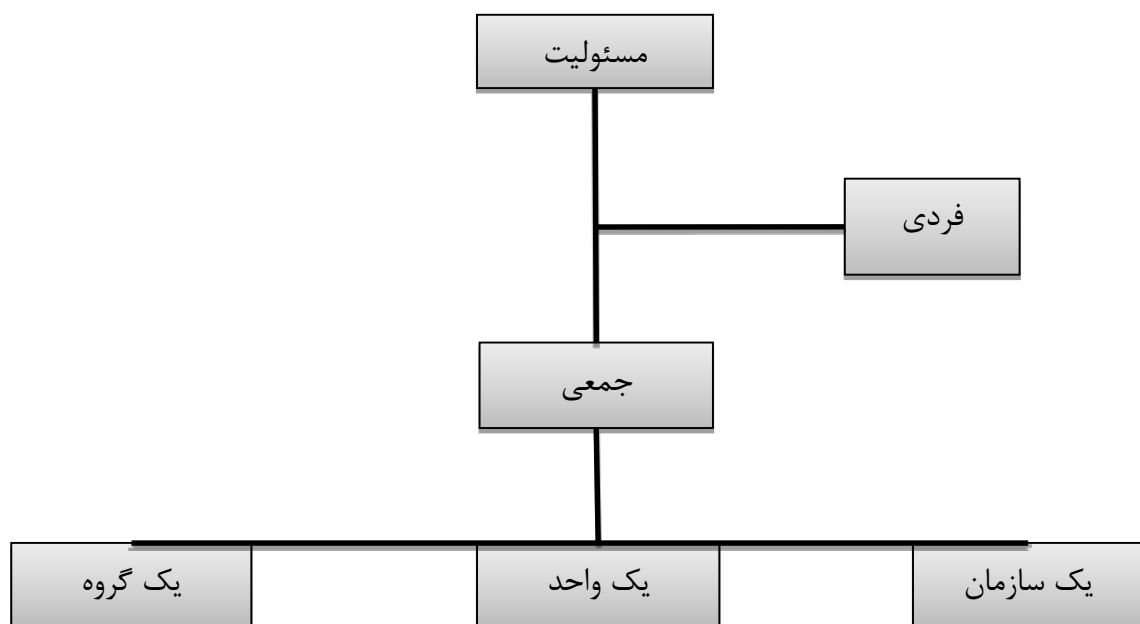
در زمینه اخلاقیات کار، بیش تر تلاش ها بر تمایز بین انواع مسئولیت پذیری نهاده شده است. بدین منظور بایستی در خصوص مفهوم مسئولیت پذیری نگرش روشنی ایجاد شود. مسئولیت پذیری اغلب به نوعی ارتباط بین افراد و محیط آن ها اشاره دارد. در حوزه ارتباطات بین افراد و سازمان ها، مسئولیت پذیری به پاسخگویی دلالت دارد؛ پاسخی که چیزی بیش از فرافکنی است، مثلاً پاسخیایی مانند "این روش کار ماست" یا "عوامل بازار هیچ انتخابی را برای ما باقی نمی گذارند" چیزی بیش از توجیه کار نیست. در مسئولیت پذیری، نگرش فرد نسبت به اقداماتی که انجام می دهد، نیز بخشی از پاسخ او را می سازد و این پاسخ ممکن است مورد سؤال واقع شود (فیشر و نیجهف^۱، ۲۰۰۵). اقدام مسئولانه مستلزم پاسخی است که بر اساس مقاصد و انگیزه های اقدامات و فعالیت ها ارائه گردد. باونز ادعا می کند که برای پاسخگو بودن باید فرصت مسئولانه عمل کردن وجود داشته باشد (دونالدسون و پرستون^۲، ۱۹۹۵). آزادی برای مسئولانه عمل کردن یک پیش شرط کلی، در خصوص مسئولیت پذیری است. این پیش شرط کلی را می توان به جنبه های مختلفی تقسیم کرد از جمله تمایل به اقدام، توانایی پیش بینی و دوراندیشی، امکان اقدام کردن و وجود مهارت های یک ارزیابی آگاهانه.

1 . Fischer & Nijhof

2 . Donaldson & priston

۲-۲-۲ سطوح مسئولیت پذیری

در بحث اخلاقیات کار، سوالی وجود دارد در خصوص ماهیت افرادی که باید مسئولیت پذیر باشند. از یک طرف، کارکنان و مدیران یک سازمان مسئول انجام دادن کارها هستند و از سویی دیگر، علاوه بر این افراد، باید مسئولیت پذیری در سطح جمعی را از مسئولیت پذیری در سطح فردی متمایز نمود. در این خصوص نیز باید سطوح مختلفی را در نظر داشت از جمله یک گروه، یک واحد سازمانی، یک واحد تجاری یا یک سازمان.



شکل ۲-۱: سطوح مسئولیت پذیری (ابزری و یزدان شناس ۱۳۸۶)

در ادبیات مربوط به مسئولیت پذیری سازمانی، توجه زیادی به این مسئله شده است که آیا یک واحد انتزاعی و مجرد، مانند یک سازمان می تواند مسئولیت پذیر باشد؟ به عبارت دیگر آیا می توان مسئولیت پذیری را به یک واحد انتزاعی مثل یک سازمان نسبت داد؟ نقطه آغاز این بحث آن است که در واقع یک سازمان هیچ گونه احساسی و یا هیچ گونه آگاهی و اختیاری ندارد و به خودی خود نمی تواند فعالیت نماید و ارزش ها را درک و مورد سنجش قرار دهد. بر این مبناست که ورهان^۱ بحث می کند که عمل سازمان ها صرفاً مفهومی ثانویه و فرعی و ضمنی دارد. در سازمان ها عاملان اصلی انسان ها هستند که در

1. Werhane

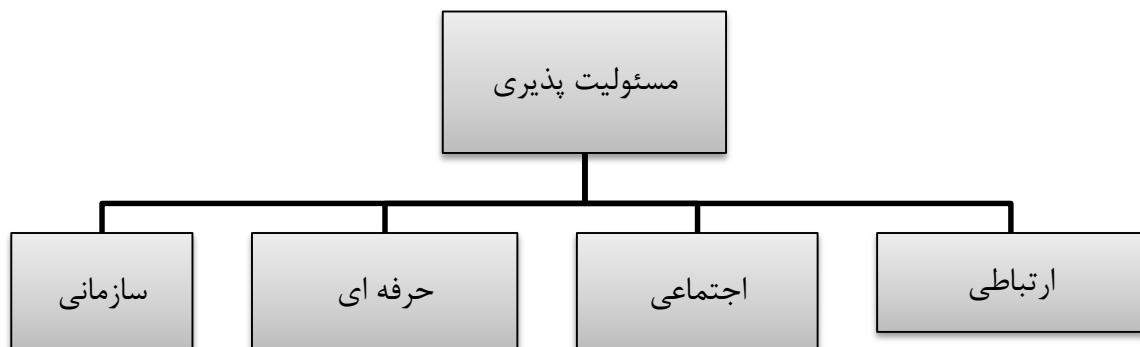
جهت مقاصد سازمان فعالیت می کنند. لذا علل فعالیت ها توسط سازمان مشخص می شوند. از این دیدگاه، اقدامات سازمانی ثانویه و فرعی تلقی می شوند؛ زیرا از طریق فرمان ها، اهداف و جهت گیری های سازمان مشروعیت می یابند. در مقابل، فرنچ با استفاده از منطقی مشابه، بر اهمیت ساختار رسمی تصمیم گیری و قواعد شناخته شده تاکید می کند. این قواعد بر منافع سازمانی تاکید می کنند. بنابراین، یک سازمان دارای تمایلات خاص خود، سوای تمایلات کارکنان می باشد. لذا توانایی یک جمع برای رفتار مسئولانه، به ماهیت توانایی یک فرد انسانی بستگی دارد (ابزری و یزدان شناس ۱۳۸۶).

درست همانند تمایلات فردی، تمایلات یک سازمان هم می تواند موجب برانگیختن رفتار مسئولانه شود و یا از آن ممانعت به عمل آورد. هرچند تفاوت مهمی بین فعالیت های فردی و فعالیت های جمعی وجود دارد. زمانی که یک فرد عملی را انجام می دهد، می تواند تصمیم بگیرد که مسئولانه عمل بکند یا غیر مسئولانه؛ اما در خصوص فعالیت های جمعی، این مطلب چندان صادق نیست. زمانی که افراد با هم کار می کنند ممکن است به رغم این که تمامی افراد کار و وظایف مورد نظر را انجام می دهند، نتیجه مطلوب حاصل نگردد. در فعالیت های جمعی، این پیش شرط که فعالیت ها هم جهت با تمایلات افراد است، چندان اعتبار ندارد (فیشر و نیجهوف، ۲۰۰۵). در عوض، مدیریت سازمان مسئولیت دارد فرایندها را به نحوی سازماندهی نماید که تک تک کارکنان بتوانند فراسوی اقدامات خویش را ببینند و در نتیجه بتوانند از بروز اقدام غیر مسئولانه جلوگیری نمایند.

۲-۲-۳ انواع و دسته های مسئولیت پذیری

علاوه بر تمایز بین عاملان مسئولیت، تمایز دیگری نیز در خصوص دسته ها و انواع مسئولیت پذیری وجود دارد. اولین دسته مربوط به حمایت از منافع سازمان می باشد. پس از این که سازمان برای مدتی به وجود آمد، افراد زیادی به خاطر درآمدهایشان، قراردادهایشان، محصولات سازمان و حتی به خاطر معنای زندگی شان به آن وابسته می شوند. این مسئله به ایجاد مسئولیت سازمانی منجر می شود. کارکنان مجبور می شوند که برای ادامه کار سازمان برای کسب سود، برای ایجاد نامی خوب از سازمان و یا

دست‌یابی به گواهی‌نامه‌های ISO سخت بکوشند؛ بنابراین، برای کارکنان سازمان آگاهانه یا ناآگاهانه، مسئولیتی ایجاد می‌گردد که از آن به مسئولیت سازمانی یاد می‌شود. دسته دوم مسئولیت پذیری، به این نکته اشاره دارد که از همه کارکنان انتظار می‌رود به نحوی از مهارت‌ها و تجربه خود استفاده نموده، استانداردهای حرفه‌ای را رعایت نمایند. این دسته مسئولیت حرفه‌ای نام دارد. بسیاری از تصمیمات که توسط حرفه‌ای‌ها اتخاذ می‌شود، اثراتی بر جامعه برجای می‌گذارد و چون در ثبات، پیشرفت و پایداری جامعه سهیم است، از آن تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی» یاد می‌شود، مانند مشارکت در اشتغال زایی و حفظ محیط زیست. دسته آخر به مسئولیت ارتباطی اشاره دارد که بر مبنای رضایت روحی کارکنان، مشتریان و ذینفعان سازمان است. در این نوع مسئولیت، مدیران و کارکنان سازمان سعی می‌کنند به بهترین نحو با مشتریان و ذینفعان سازمان ارتباط برقرار نمایند. برای مثال، پزشکی که سعی می‌کند به بهترین شکل ممکن با بیمارش ارتباط برقرار نماید و استرس او را کاهش دهد، مسئولیت ارتباطی را مورد نظر قرار داده است (شریف زاده و همکاران ۱۳۹۲).



شکل ۲-۲: انواع مسئولیت پذیری (شریف زاده و همکاران ۱۳۹۲)

۲-۲-۴ مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان

مقصود از مسئولیت اجتماعی سازمان این است که چون سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند، لاجرم چگونگی فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، سازمان‌های مربوطه ملزم به جبران آن باشند. به عبارت ساده‌تر، چون سازمان

ها یک نظام فرعی از کل نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهند، باید به عنوان جزئی مرتبط با نظام بزرگتر که در آن قرار دارند عمل کنند. علی‌رغم اینکه تعاریف متفاوتی برای مسئولیت اجتماعی سازمان ارائه شده است، اما همه آن‌ها به توانایی سازمان برای پشتیبانی از اقداماتی اشاره دارند که رفاه نیروی کار، جامعه و اجتماع را مورد توجه قرار می‌دهد. موضوع مسئولیت اجتماعی به طیف وسیعی از روابط بین موسسه و سهام‌داران و به ویژه محیط آن مربوط می‌شود. روابط شرکت با چند سهام‌دار، مشتریان به طور کلی، جامعه و حتی با صاحبان سهام، بخشی از قلمرو مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شود. حقیقتاً سازمان‌ها، مسئولیت‌های گسترده‌تری صرفاً جهت ایجاد سود دارند که باید آن‌ها را انجام دهند و باید نسبت به مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی و بشردوستانه نسبت به گروه‌های مربوط به خود متعهد باشند. هر سازمانی که این مسئولیت‌ها را انجام ندهد، سازمان کامل و مسئولی نیست (ابزری و یزدان شناس ۱۳۸۶).

۲-۲-۵ تعاریف مسئولیت اجتماعی سازمان

تعاریف متعددی برای مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مطرح شده که در جدول ۲-۱ ارائه گردیده است.

جدول ۱-۲ : تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت (حساس یگانه و برزرگر ۱۳۹۳)

سال	نام محقق	تعریف
۱۹۷۵	دیویس ^۱	مسئولیت اجتماعی شرکت، تعهد مدیریت به اعمال، حمایت و بهبود هم رفاه جامعه در کل و هم منافع سازمان ها است.
۱۹۸۰	جونز ^۲	مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر این مفهوم است که شرکت ها دارای تعهد به گروه های جامعه غیر از سهامداران هستند که فراتر از قانون و قراردادهای آنها است.
۱۹۸۹	اندرسون ^۳	مسئولیت اجتماعی تعهد واحد های تجاری و جامعه (ذینفعان) به اعمال قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه مناسب در حمایت و بهبود رفاه جامعه و هم واحد های تجاری است که باید با ساختار اقتصادی و توانمندی بخش های ذینفع همراه باشد.
۱۹۹۸	مک لاگان ^۴	مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان فرایندی است که مدیران مسئولیت خود را برای شناسایی، سازگاری و تطبیق با منافع گروه هایی که تحت تاثیر اعمال سازمان قرار می گیرند را در نظر بگیرند.
۱۹۹۸	فرل و هالت ^۵	حوزه ای است که واحد های کسب و کار مسئولیت های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه خود را نسبت به ذینفعان مختلف برآورده سازند.
۲۰۰۰	هولمز و واتز ^۶	مسئولیت اجتماعی شرکت، تعهد واحد تجاری برای مشارکت در توسعه اقتصادی پاینده از طریق کار کردن با کارکنان، خانواده، جامعه محلی و جامعه به طور کل برای بهبود کیفیت زندگی است.
۲۰۰۱	کمیسیون اروپا ^۷	مسئولیت اجتماعی شرکت روشی است که شرکت ها اثرات اجتماعی و محیطی شان را برای ایجاد ارزش هم برای سهام داران و هم ذینفعان شان بر مبنای داوطلبانه هدایت و بهبود بخشند.
۲۰۰۵	کاتلر و لی ^۸	مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تعهد به بهبود جامعه از طریق خوب بودن با رویه های کسب و کار درست و مشارکت کنندگان در منابع شرکت میباشد.

1 . Davis

2 . Jones

3 . Anderson

4 . MacLagan

5 . Ferrell & Hult

6 . Holmes & Watts

7 . Eus

8 . Catler & Lee

۲-۲-۶ مدل های اصلی مسئولیت اجتماعی سازمان

با بررسی ادبیات در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت، می توان مدل های زیر را به عنوان مدل های اصلی توضیح دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت بیان نمود:

۲-۲-۱-۶ مدل هرمی کارول^۱

طبق این مدل که در شکل ۲-۳ نشان داده شده است مسئولیت اجتماعی هر بنگاه، شامل ۴ بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه می باشد.



شکل ۲-۳: مدل هرمی کارول (حساس یگانه و برزگر ۱۳۹۳)

➤ مسئولیت اقتصادی: به عنوان پایه و اساس، که شالوده همه ابعاد در هرم مسئولیت اجتماعی شرکت است، توصیف می شود و به عقیده کارول مهم ترین بعد است، زیرا یک سازمان می بایست به منظور ابقای خود در بازار و منفعت رسانی به جامعه، سودآوری و بهره وری داشته باشد. در واقع مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید با کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف کننده، سودآوری سرمایه ها را در پی داشته باشد (لانتوس^۲ ۲۰۰۱).

1. Carroll

2. Lantos

➤ مسئولیت قانونی: در درجه کمتری از بعد قبلی قرار دارد، نشان دهنده این اصل است که هر کسب و کار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان است (جمالی و میرشک^۱، ۲۰۰۷).

➤ مسئولیت اخلاقی: مبهم‌ترین بعدی است که کارول مطرح کرده است. این بعد به عنوان انتظارات جامعه از سازمان و مبنی بر این است که سازمان، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن‌ها احترام بگذارد و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب می‌باشد. مسئولیت‌های اخلاقی شامل پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم می‌شود. کسانی که مسئولیت‌های اخلاقی را می‌پذیرند، مانع از آسیب رساندن خود و دیگران به جامعه می‌شوند (جمالی و میرشک، ۲۰۰۷).

➤ مسئولیت بشردوستانه: این مسئولیت یعنی صرف نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری‌ها و کمک‌های داوطلبانه که اکثر بحث و جدل‌ها در مورد مشروعیت و حد و مرز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، روی همین موضوع تکیه دارد. کارول معتقد است دیدگاه مسئولیت‌های بشردوستانه طرفداران بیشتری نسبت به رفاه عمومی دارد، چرا که به صورت داوطلبانه است و افراد بیشتری در آن سهیم هستند و احتمالاً کمک‌های مؤثرتری هم اهداء می‌شود؛ در حالیکه کمک‌های حکومتی مؤثر نیستند و به دلیل وجود تشریفات اداری و لزوم طی مراحل قانونی سرعت اعطای آن کمک‌ها بسیار پایین است (دارائی و پارسا عمل، ۱۳۹۲).

طبق نظر کارول، استفاده از این هرم، مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت را به تصویر می‌کشد و این مدل تمام حوزه های مسئولیت اجتماعی شرکت را به طور متمایز و در این حال با هم دیگر نشان می‌دهد.

1. Jamali & Mirshak.

مولفه های مدل مسئولیت اجتماعی از لحاظ سلسله مراتبی اهمیت کاهشی دارند. بر این اساس که مسئولیت قانونی به عنوان پایه و اساس محسوب میشود و همه مسئولیت های دیگر دلالت بر مسئولیت اقتصادی دارند و از شرکت ها انتظار می رود که در چارچوب قانون عمل نمایند، بنابراین مسئولیت قانونی به عنوان لایه بعدی هرم می باشد. در ادامه مسئولیت اخلاقی مطرح می شود. در رأس این هرم مسئولیت بشر دوستانه قرار دارد که اختیاری می باشد و کمترین اهمیت را در هرم دارد. در این راستا هرچه به رأس هرم نزدیک می شویم از اهمیت این مولفه ها کاسته می شود (گوا^۱، ۲۰۰۸).

۲-۶-۲ مدل دواير متقاطع

چارچوب مدل هرمی کارول نمی تواند طبیعت قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت را به طور کامل ارائه کند و ارتباط متقابل بین آنها را به طور کامل به تصویر بکشد. قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت در تعامل با هم قرار دارند و یکی از ویژگی های جدائی ناپذیر مسئولیت اجتماعی شرکت همان ارتباط متقابل است. بر این اساس، مدل دواير متقاطع که در شکل ۲-۴ نشان داده شده است، می گوید که مسئولیت های مختلف با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند و به طور خاص مسئولیت اقتصادی، اساسی ترین مسئولیت نیست و همچنین اقدامات اقتصادی در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت کمتری نسبت به سایرین ندارد. به عبارت دیگر مسئولیت های قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه به همان اندازه مسئولیت اقتصادی برای کسب و کار اهمیت دارد (گوا ۲۰۰۸).

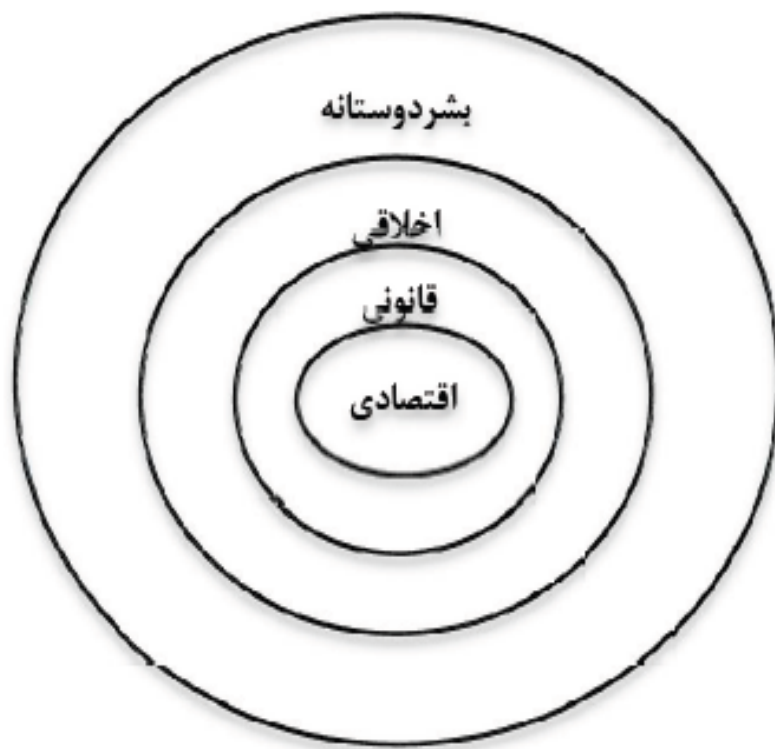
1. Geva



شکل ۲-۴: مدل دواير متقاطع (گوا ۲۰۰۸)

۲-۲-۳-۶ مدل دواير متحد المركز

این مدل شبیه مدل هرمی است که در یک نظر نقش اقتصادی کسب و کار، هسته اصلی مسئولیت اجتماعی است. همچنین، شبیه مدل دواير متقاطع است که به روابط متقابل بین قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت توجه می کند. به این ترتیب که همانند مدل هرمی کارول، مسئولیت های اقتصادی در مرکز مدل قرار دارند اما نسبت به سایر قلمروها از اهمیت بیشتری برخوردار نیست. در مقابل مسئولیت های بشر دوستانه بیشترین اهمیت را دارند اما این مسئولیت نیز باید با توجه به قلمرو اقتصادی انجام شود. در این مدل که در شکل ۲-۵ نشان داده شده است، هر عضو دایره داخلی در عین حال عضو دایره گسترده تر بیرونی است، اما این رابطه بر عکس نیست (گوا ۲۰۰۸).



شکل ۲-۵: مدل دوایر متحدالمرکز (گوا ۲۰۰۸)

۲-۲-۷ سایر مدل های مطرح در حوزه CSR

۲-۲-۱-۷ مدل مسئولیت اجتماعی لانتوس^۱

لانتوس (۲۰۰۱) مسئولیت اجتماعی شرکت را به مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت و مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت تقسیم کرد.

➤ مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، توقعی است از شرکت ها تا به منظور جلوگیری از صدمات و آسیب هایی که می تواند در نتیجه فعالیت های آن ها به دیگران و جامعه وارد شود، اخلاقاً مسئول باشند. این نوع مسئولیت اجتماعی شرکت، از همه شرکت ها انتظار می رود و بایستی آن را به عنوان یک حداقل انجام دهند.

1. Lantos

- مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت یک نگرانی واقعی و توجه اختیاری است.
- مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت وقتی است که یک شرکت متعهد می‌شود فعالیت‌های خدمات اجتماعی معینی را که اهداف استراتژیک کسب و کار را به انجام می‌رساند به پیش ببرد (سایفول^۱ ۲۰۰۶).

۲-۲-۲ مدل برین^۲

این مدل علی رغم شایستگی هایش کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این مدل یک چارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر عملکردهای تجاری یک شرکت بر روی ذینفعان از طریق تجزیه و تحلیل یا ایجاد شایستگی‌های مورد نظر جامعه که می‌توانند هم به جامعه سود برسانند و هم سودآوری شرکت را افزایش دهند، ارائه می‌گردد. شرکت‌ها به وسیله یکپارچه سازی شایستگی‌های مورد نظر جامعه با فعالیت‌های خود، می‌توانند محصولات و خدمات جدید یا توسعه یافته، فرایندهای تولید کاراتر، شهرت قوی و هویت برای نام تجاری خود ایجاد کنند (ملو^۳ و دیگران ۲۰۱۲).

۲-۲-۸ تقسیم بندی شرکت های ایرانی در زمینه مسئولیت اجتماعی

شرکت‌های ایرانی را در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد، مسئولیت ناپذیر، حداقل مسئولیت، ناقص و راهبردی.

➤ مسئولیت ناپذیر

شرکت‌های در این دسته از قانون و رسوم متعارف و استانداردهای عموماً پذیرفته شده، هرگز تبعیت نمی‌کنند. شرکت‌هایی که به قاچاق کالا مبادرت می‌ورزند و یا شرکت‌هایی که در صدد استثمار

1. Saiful
2. Brain
3. Melo

کارگران مهاجر هستند و اغلب از ضوابط قانونی مانند سلامتی و ایمنی، دستمزد و ساعات کار، تخطی می‌کنند، در این دسته جای دارند.

➤ دارای حداقل مسئولیت

شرکت‌های این دسته، دارای حداقل درگیری با قوانین دولتی و محلی هستند. به عبارت دیگر، این شرکت‌ها تا حدودی از قوانینی چون ایمنی تولید، حداقل دستمزدها، فرصت‌های استخدام برابر، سلامتی کارگران و... سرپیچی می‌کنند و در صورتی که اجبار و الزام قوانین دولتی نباشد، این موارد را نه تنها رعایت نمی‌کنند، بلکه رعایت آن را هزینه‌ای اضافی برای خود می‌بینند. فراتر از این مخاصمه قانونی، آن‌ها درگیر هیچ نوع فعالیتی نیستند که بشود اسم آن را مسئولیت اجتماعی گذاشت. به عنوان مثال، برخی شرکت‌های معدنی در این دسته جای دارند.

➤ ناقص

شرکت‌های این دسته به طور علنی با قوانین دولتی مخاصمه ندارند و در تعداد محدودی از فعالیت‌ها که در حوزه مسئولیت اجتماعی قلمداد می‌شوند، مشارکت دارند. برای مثال، این دسته از شرکت‌ها گاهی به مؤسسات خیریه کمک‌هایی می‌کنند، یا در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند و یا یک مرکز نگهداری روزانه برای کودکان کارکنان شان تأسیس می‌کنند، گاهی نیز کیفیت محصولات را ارتقاء می‌دهند و گواهی‌نامه ایزو ۹۰۰۰ را دریافت می‌کنند. مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای این شرکت‌ها بیشتر از آنکه یک استراتژی بلند مدت باشد، یک امر ناقص و موقتی است. آن‌ها هرگز به شیوه‌ای منسجم و ارادی، اقداماتی را به عهده نمی‌گیرند و در این امور پیش دستی نمی‌کنند. علاوه بر آن، تعهد اجتماعی این شرکت‌ها بسیار کم، تدریجی و غالباً ناشی از انگیزه‌هایی است. در بعضی از موارد، این انگیزه‌ها سود محور هستند. به طور مثال، هنگامی که به منظور ارتقای مهارت کارگران، حقوق آن‌ها را افزایش می‌دهند، این انگیزه‌ها می‌توانند کاملاً شخصی

باشند و یا مشارکت و همکاری با مؤسسه خیریه مورد دلخواه می‌تواند انگیزه‌ای کاملاً شخصی محسوب شود. عمده شرکت‌های برتر ایرانی در این دسته جای دارند.

➤ راهبردی

مشخصه این شرکت‌ها چنین است، موضع‌گیری نظام‌مند در حوزه‌های متنوع برای عملکرد برتر با انگیزه‌های راهبردی و یا ابزاری به این معنی که آن‌ها به طور مشخص حوزه‌هایی را که معتقدند باعث افزایش عملکرد مالی شرکت می‌شوند تحت پوشش قرار می‌دهند. برای مثال یک حوزه کلیدی که به وسیله اغلب شرکت‌های این دسته مورد هدف قرار گرفته، مسئله مدیریت منابع انسانی، افزایش قدرت انتخاب، نگهداری (کارکنان) و نظارت بر رقابت بین کارکنان می‌باشد. پاسخگویی به مشتریان، حوزه کلیدی بعدی است. این حوزه مسائلی چون نیاز سنجی مصرف‌کنندگان، نظرسنجی‌های دوره‌ای در خصوص بازخورد محصولات بین مصرف‌کننده‌ها، حل سریع مشکلات مصرف‌کنندگان و معرفی خدمات ویژه و نیازهای اختصاصی را در بر می‌گیرد. کیفیت محصولات یا خدمات می‌تواند حوزه بعدی باشد. این مرحله متناسب با استراتژی دریافت می‌شود. هرچند که TQM شرکت، گواهی نامه‌های ایزو ۹۰۰۰ یا شرکت در فرایندها و ساختارهای خود الزام به رعایت مسئولیت اجتماعی را پیدا می‌کند، ولی با دریافت این گواهی نامه می‌تواند شرکای قوی‌تری جذب کند. شرکت‌های واقع در این دسته اغلب دارای خط مشی‌های اخلاقی قوی هستند. آن‌ها در جستجوی راه‌های سازگاری با محیط زیست از طریق برنامه‌هایی چون ایزو ۱۴۰۰۰، برنامه‌های بازیافت، ایجاد راهکارهایی برای استفاده از ضایعات و توسعه بیشتر محصولات سبز می‌باشند. همکاری با محیط اجتماعی معمولاً یکی دیگر از اهداف است و صرفاً به معنی این نیست که شرکت همسایه، شهروند خوبی باشد، بلکه به معنی آماده‌سازی جامعه محلی برای جذب و نگهداری کارکنان خوب است. این گونه فعالیت‌ها می‌توانند دامنه متنوعی داشته باشند. برای مثال اقدام‌هایی چون راه‌سازی، حل ترافیک، همکاری در ساخت مدارس و توسعه

مراقبت‌های بهداشتی از این گونه اقدامات قلمداد می‌شوند. شرکت‌های این دسته معمولاً از فعالیت‌های نوع دوستانه حمایت مادی می‌کنند (شریف زاده و همکاران ۱۳۹۲).

۳-۲ مبانی نظری مدیریت کیفیت جامع

۱-۳-۲ تعریف مدیریت کیفیت جامع

اصطلاح مدیریت کیفیت فراگیر یا جامع یکی از متداول‌ترین اصطلاحات است که در سال‌های اخیر در قلمرو تجارت بکار گرفته شده است. مدیریت کیفیت جامع بهبود در روش‌های سنتی انجام کار و تجارت و فنی اثبات شده برای تضمین بقا در جهان رقابتی کنونی به شمار می‌رود. در تجزیه لغت مدیریت کیفیت جامع با سه کلمه زیر سر و کار داریم:

جامع : نشان دهنده همه گیر بودن آنست.

کیفیت : درجه تطابق کالای تولید شده یا خدمت ارائه شده با نیاز مشتری را بیان می‌کند.

مدیریت : فن، هنر، یا روش اداره کردن، کنترل کردن، هدایت کردن و ... می‌باشد.

بنابراین مدیریت کیفیت جامع، هنر مدیریت تمام مجموعه برای به دست آوردن بهترین هاست (چرمیان و همکاران ۱۳۹۴).

تعاریف متعددی از مدیریت کیفیت جامع وجود دارد که در قالب جدول ۲-۲ آورده شده است.

جدول ۲-۲: تعاریف مدیریت کیفیت فراگیر

نام محقق	سال	تعریف مدیریت کیفیت فراگیر	منبع
فریدریکسون ^۱	۲۰۰۴	مدیریت کیفیت فراگیر، یک سیستم مدیریتی شامل ارزش‌ها، روش‌ها و ابزارهایی با هدف افزایش رضایت مشتریان داخلی و خارجی با منابع کم می‌باشد.	فریدریکسون (۲۰۰۴)
مک گریگور ^۲	۲۰۰۴	مدیریت کیفیت فراگیر، مفهیمی که توسعه مستمر در یک سازمان را ترویج می‌دهد، فراهم می‌کند و فلسفه آن بر دورنمای راهبردی، منسجم، دائمی و وسیع سازمانی که هرکس و هرچیزی را در بر دارد تاکید می‌کند.	پورکشمیری و همکاران (۱۳۸۸)
جوس تاری ^۳	۲۰۰۵	مدیریت کیفیت فراگیر، ادغام وظایف و فرآیندهای داخل سازمان به منظور دستیابی به بهبود مستمر کیفیت کالاها و خدمات است و هدف آن رضایت مشتری است.	جوس تاری (۲۰۰۵)
سونسون ^۴	۲۰۰۵	مدیریت کیفیت فراگیر، یک رویکرد سیستمی است که تمام تعاملات بین عناصر مختلف سازمان را در نظر می‌گیرد.	سونسون (۲۰۰۵)
کیلادا ^۵	۲۰۰۸	مدیریت کیفیت فراگیر به رشته و فرآیندی از مدیریت اشاره دارد که هماهنگی لازم جهت رعایت الزامات مشتری و فراتر از آن تضمین می‌کند.	چرمیان و همکاران (۱۳۹۴)

-
- 1 . Fredriksson
 - 2 . Mc Gregor
 - 3 . Jose Tari
 - 4 . Svensson
 - 5 . Kelada

نام محقق	سال	تعریف مدیریت کیفیت فراگیر	منبع
پیترسون ^۱		مدیریت کیفیت فراگیر، یک فلسفه مدیریتی است که نیازهای مشترک و اهداف شرکت را جدایی ناپذیر می داند، در تجارت صنعت و خدمات کاربرد دارد، حداکثر کارایی و اثربخشی را تضمین میکند، رهبری تجاری را از طریق اعمال حاکمیت در فرآیندها و سیستم ها قوام می بخشد، باعث افزایش کارایی و نیز جلوگیری از خطا می شود و سازمان را مطمئن می سازد که کلیه اهداف آن در جهت برآوردن نیازهای مشتریان است.	چرمیان و همکاران (۱۳۹۴)
استیارت ^۲	۲۰۰۹	مدیریت کیفیت فراگیر، یک روش زندگی برای بهبود مستمر عملکرد در هر سطح و فعالیت با ایجاد شرایط مناسب بهبود براساس کارگروهی، اعتماد و احترام متقابل را ارائه می دهد و در تحقیقات، مدیریت کیفیت فراگیر یک چرخه تکراری و فعالیت بدون پایان است که متضمن پویایی و پایداری سازمانی می باشد.	چرمیان و همکاران (۱۳۹۴)
مارتین لورنت ^۳	۲۰۱۰	مدیریت کیفیت فراگیر، یک سیستم مبتنی بر نیروی انسانی است که تلاش می کند با افزایش رضایت مشتری و کاهش هزینه های عملیات به بقای سازمان کمک نماید.	مارتین لورنت (۲۰۱۰)

۲-۳-۲ دسته بندی مفاهیم کیفیت

به طور کلی مفاهیم کیفیت را در پنج دسته می توان تقسیم کرد:

➤ کنترل کیفیت: فنون و فعالیتهایی که برای برآورده کردن نیازمندیهای کیفیت به کار میروند.

-
- 1 . Peterson
 2. Steyaert
 - 3 . Martinez- Lorente

➤ **تضمین کیفیت :** تمامی فعالیت های طرح ریزی شده و نظام گرا که در چارچوب سیستم

کیفیت اجرا شده و در صورت لزوم اثبات شده باشد که آنها برای ایجاد اطمینان کافی از

اینکه یک مقوله نیازمندیهای کیفیت را برآورده خواهد کرد لازم هستند.

➤ **مدیریت کیفیت:** تمامی فعالیتهای مربوط به کل وظایف مدیریت که تعیین کننده خط

مشی، اهداف و مسئولیت ها بوده و آنها را به کمک روشهایی از قبیل طرح ریزی کیفیت،

کنترل کیفیت، تضمین کیفیت و بهبود کیفیت در چارچوب سیستم کیفیت به مرحله اجرا

در می آورد.

➤ **استانداردهای ایزو ۹۰۰۰:** استانداردهای مدیریت کیفیت و تضمین کیفیت.

➤ **مدیریت کیفیت فراگیر:** روش مدیریت یک سازمان که اساس آن محور بودن کیفیت و

مشارکت همه اعضای سازمان است و هدف آن نیل به موفقیت در دراز مدت از طریق جلب

رضایت مشتری و تامین منافع همه اعضای سازمان و جامعه است (چرمیان و همکاران، ۱۳۹۴).

رابطه بین مفاهیم فوق در شکل ۲-۶ نشان داده شده که می توان به شرح زیر تشریح کرد:

کنترل کیفیت به عنوان اولین مفهوم کیفیت، به عملیات اجرایی برآورده کردن نیازمندیهای کیفیت

مربوط است در حالیکه تضمین کیفیت به منظور ایجاد اطمینان از حصول این امر هم درون و هم

برون سازمان برای مشتریان و مراجع ذیربط است. مدیریت کیفیت هم کنترل کیفیت و هم تضمین

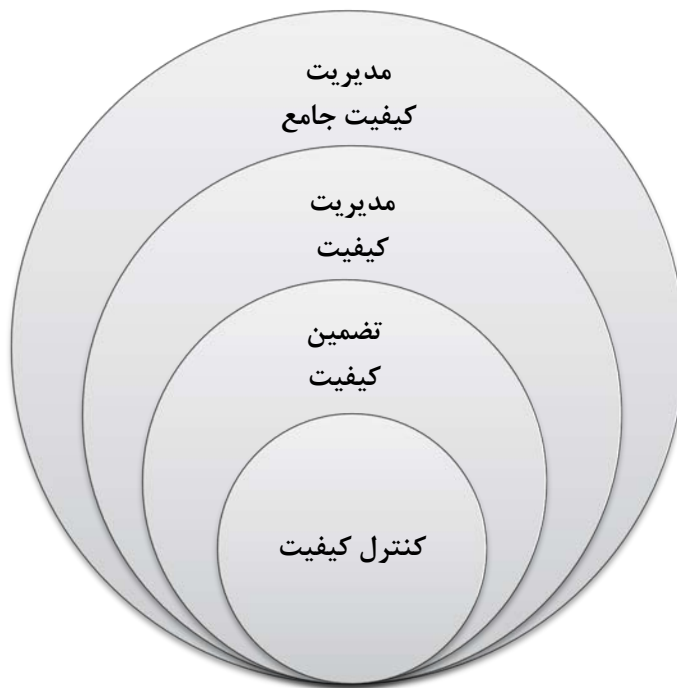
آنها شامل می شود. علاوه بر آن شامل مفاهیم خط مشی کیفیت، طرح ریزی کیفیت و بهبود کیفیت

هم می شود و در تمامی سیستم کیفیت عمل می کند. این مفاهیم را می توان به تمام بخشهای یک

سازمان گسترش داد. استانداردهای ایزو ۹۰۰۰ شامل هر سه مفهوم می شود. مدیریت کیفیت جامع

به مفاهیم فوق، راهبر مدیریت جامع بلند مدت و مشارکت تمام اعضای یک سازمان را برای منافع

خود سازمان، اعضای آن، مشتریان آن و کل جامعه می افزاید.



شکل ۲-۶: رابطه بین مفاهیم کیفیت (منبع: چرمیان و همکاران، ۱۳۹۴)

۲-۳-۳ فلسفه مدیریت کیفیت فراگیر

مدیریت کیفیت فراگیر، دارای فلسفه و مجموعه‌ای از اصول است که شالوده‌ای برای بهبود مستمر سازمان است. این سیستم تمام افراد را در سازمان درگیر می‌کند. در محیط مدیریت کیفیت جامع مشتری و رضایت او در کانون توجه سازمان قرار دارد. تمرکز بر مشتری، بهبود مستمر و مشارکت کامل سه اصل اساسی مدیریت کیفیت جامع هستند. این سه اصل در رهبری، آموزش، ساختار، ارتباطات، پاداش و قدردانی و ارزیابی مورد توجه قرار گرفته‌اند (کیوآزی و بارتلز^۱، ۱۹۹۸).

سیستم مدیریت کیفیت فراگیر یک پیکره متحرک و معنادار است، هدفمند و زنده است که همه اجزایش از یک قلب تغذیه می‌شوند و با یک روح زنده‌اند. این سیستم مدلی است مبتنی بر حرکت نه ثبوت و در طراحی مدل اجرایی آن باید جهت حرکت را تعیین و تکامل مستمر سازمان را نشانه گرفت، نه شکل

1. Quazi & Bartels

بودن آن را. در حقیقت می‌توان گفت مدیریت کیفیت فراگیر یک مکتب است، همان‌گونه که رفتار، احساسات و عقاید یک انسان صاحب مکتب، از قبل قابل پیش بینی است. در مدل مدیریت کیفیت جامع نیز مبانی و نوع رفتار و نتایج مدیریت را می‌توان از پیش تعیین نمود. فلسفه و رسالت مدیریت کیفیت فراگیر، حفظ سازمان در مرحله تکامل از چرخه عمر سازمانی می‌باشد که ریشه در کایزن دارد و کایزن پل علم و عمل است (محمودی فر ۱۳۹۲).

۲-۳-۴ اصول مدیریت کیفیت جامع

مدیریت کیفیت جامع مجموعه‌ای از اصول کیفیت و ارزشهاست، در اینجا به بعضی از اصول مشترک مدیریت کیفیت جامع اشاره می‌شود:

➤ مدیریت کیفیت جامع از بالا شروع می‌شود: به منظور موفقیت، مدیریت کیفیت جامع باید به صورت بخشی از استراتژی کلی سازمان درآید. یک عامل ضروری، تعهد مدیریت ارشد می‌باشد، که باید از طریق حمایت کافی و نظارت مستمر آن را نشان دهد.

➤ مدیریت کیفیت جامع بر مشتری متمرکز است: کیفیت بر این اساس قرار دارد که هر فرد یک مشتری دارد و باید همیشه پاسخگوی انتظارات، نیازها و الزامات مشتریان باشد. بنابراین، هم مشتریان داخلی و هم مشتریان خارجی دارای اهمیت هستند و همیشه باید مورد توجه باشند.

➤ مدیریت کیفیت جامع نیازمند به کارگیری تیم است: تشکیل تیم‌های کارکنان باعث عملکرد بهتر افراد می‌شود. همکاری و کار تیمی سطح جدیدی از توانایی را ایجاد می‌کند، یک قدرت جدید که سازمان می‌تواند به وسیله آن در جهت افزایش رضایت مشتری گام بردارد، بنابراین مشارکت کارکنان در تیم‌های بین وظیفه‌ای افقی و عمودی بیشترین تأثیر را در بهبود عملکرد افراد دارد.

➤ مدیریت کیفیت جامع مستلزم آموزش تمام افراد است: کیفیت مبتنی بر مهارت‌های کارکنان و درک آنها از آنچه مورد نیاز است می‌باشد. آموزش کارکنان، اطلاعات مورد نیاز را جهت حرکت

در مسیر استراتژی سازمان به آنها می دهد همان گونه که مهارت مورد نیاز جهت بهبود کیفیت و حل مسائل را به آنها می دهیم.

➤ مدیریت کیفیت جامع برای سنجش پیشرفت کارها به ابزاری نیاز دارد: در فرهنگ مدیریت کیفیت جامع تأکید می شود که هر کار انجام شده باید مورد سنجش قرار گیرد. پیشرفت کار و اقدامات ضروری برای موفقیت سازمان از الزمات اساسی هر برنامه بهبود کیفیت می باشد.

➤ مدیریت کیفیت جامع بر بهبود مستمر تأکید دارد: مفهوم بهبود مستمر بر اساس این فرض بنا شده است که یک فعالیت نتیجه یک سری گام ها و اقدامات مرتبط به هم می باشد که منجر به یک ستاده می شود. توجه مستمر به هر کدام از این گامها در فرآیند کاری برای بهبود اعتبار فرآیند و در نتیجه کیفیت محصول، ضروری است (گورنانی^۱، ۱۹۹۹).

۲-۳-۵ ابعاد مدیریت کیفیت جامع

نویسندگان و صاحب نظران مختلف، بر مبنای باورها و تجربیات شخصی، تعاریف متعددی از مفهوم مدیریت کیفیت جامع ارائه داده اند. گوناگونی و کثرت این تعاریف منفرد، بر مشکلات درک و فهم و تجزیه و تحلیل مفهوم مدیریت کیفیت جامع و اجرای آن توسط سازمان ها و شرکت ها می افزاید. اما به رغم پراکندگی دیدگاه ها در مورد مفهوم و مولفه های مدیریت کیفیت جامع می توان عناصر مشترکی نظیر حمایت مدیریت ارشد، ارتباط با مشتری، رابطه با تامین کنندگان، مدیریت نیروی کار، نگرش و رفتار کارکنان، فرآیند طراحی محصول، مدیریت جریان فرآیند، داده های کیفی و گزارش دهی، نقش واحد کیفیت و الگوبرداری را از این تعارف استخراج کرد. اکثر تحقیقاتی که در مورد مدیریت کیفیت فراگیر انجام شده اند بر چهار بعد حمایت مدیران ارشد، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و تمرکز بر مشتریان اتفاق نظر دارند (محمودی فر ۱۳۹۲).

1. Gurnani

موفقیت اولیه جنبش کیفیت در ژاپن را مرهون تلاش دو دانشمند آمریکایی "ادوارد دمنینگ"^۱ و "جوزف جوران"^۲ می دانند. در ایالات متحده هم "فیلیپ کرازبی"^۳ و "آرماند فیگنباوم"^۴ از متفکرین بزرگ کیفیت به شمار می آیند. در این قسمت به معرفی مهمترین اندیشمندان نهضت کیفیت و بررسی خلاصه نظریات آنها پرداخته می شود.

➤ دمنینگ

دمنینگ، یکی از مشهورترین پیشگامان اولیه، با شناساندن کنترل کیفیت در ژاپن در اوایل دهه ۱۹۵۰ به شهرت رسید. امروزه او را به عنوان پدر جایزه مشهور جهانی دمنینگ برای کیفیت می شناسند. فلسفه دمنینگ از مدیریت ارشد شروع شد و امروزه به اصول ۱۴ گانه دمنینگ معروف است. دمنینگ بیان می کند که پذیرش این ۱۴ اصل برای تمام سطوح ضروری است. در عین اینکه نمی توان گفت دمنینگ مسئول بهبود کیفیت در ژاپن یا ایالات متحده است، نقشی اساسی در رشد چشمگیر فرایند و توسعه آگاهی از نیاز به بهبود ایفا کرده است. دمنینگ بر آمار، به عنوان ابزار مدیریت بر کنترل فرایند آماری، به عنوان وسیله ای برای اداره تغییرات در یک فرایند تأکید می کند. مدل معروف او با عنوان "چرخه دمنینگ" به عنوان مبنای بهبود کیفیت شناخته شده است، به گونه ای که منجر به بهبود کیفیت، کاهش هزینه ها، افزایش بهره وری و در نتیجه اشتغال بیشتر، سهم بازار بیشتر و بقاء بلند مدت می شود. رویکرد کلی دمنینگ بر بهبود کیفیت متمرکز است که علت اصلی تغییر فرایند است. دمنینگ کیفیت را به یکنواختی و قابل اطمینان بودن کالا مربوط می داند. او بیان می کند که ۹۶٪ تغییرات دارای علت معمولی هستند و ۴٪ دارای علت خاصی می باشند (روس^۵، ۱۹۹۹).

1. Edwards deming
2. Josef juran
3. Philip crosby
4. Armand feigen baum
5- Ross

در زیر چهارده اصل دمینگ ارائه شده است :

۱. ایجاد ثبات هدف در جهت بهبود محصول و خدمت
۲. پذیرش فلسفه جدید، ما نمی توانیم با سطوح پذیرفته شده معمول تأخیرات، اشتباهات و محصولات معیوب، برای مدت طولانی دوام بیاوریم.
۳. وابستگی به بازرسی را کنار بگذارید.
۴. به ارائه خدمات بر اساس عامل قیمت خاتمه دهید.
۵. مشکلات را بیابید. وظیفه مدیر است که به طور مستمر بر فعالیتهای نظارت داشته باشد.
۶. روشهای جدیدی را برای آموزش ضمن خدمت ایجاد کنید.
۷. روشهای جدیدی برای سرپرستی کارکنان ایجاد کنید. به جای کمیت باید به کیفیت توجه کنید.
۸. ترس را از بین ببرید. به طوری که هر کسی قادر به انجام وظایف خود به طور مؤثر باشد.
۹. موانع بین بخش ها را بشکنید.
۱۰. شعارها و اهداف کمی را برای نیروی کار که سطوح جدیدی از بهره وری را می طلبند، کنار بگذارید.
۱۱. استانداردهای کاری کمی را حذف کنید.
۱۲. سدهایی را که مانع می شود تا افراد به کار خود افتخار کنند، از بین ببرید.
۱۳. یک برنامه آموزشی کارآمد ایجاد کنید.

۱۴. برای اجرای موارد فوق، نیاز به تغییراتی در ساختار مدیریت ارشد می باشد (اکلند^۱، ۱۹۹۳).

➤ جوزف جوران

جوران در دهه ۱۹۵۴ بوسیله اتحادیه علوم و مهندسی ژاپن به این کشور دعوت شد. او در سخنرانی خود ابعاد مدیریتی برنامه ریزی، سازماندهی و کنترل را معرفی کرد و برمسئولیت مدیریت برای دستیابی به کیفیت و نیاز به تعیین اهداف تأکید کرد. جوران، کیفیت را "مناسب برای استفاده" از نظر طراحی، ساخت، قابلیت دسترسی، ایمنی و استفاده در زمینه خاص تعریف می کند. این مفهوم از کیفیت شامل نقطه نظرات مشتری است. جوران به دنبال سنجش هر چیزی بود و بر نظام ها و تکنیک های حل مسئله تأکید میکرد. او بر مدیریت از بالا به پایین و شیوه های فنی بیشتر از رضایت کارکنان تأکید داشت.

جوران ده گام را برای بهبود کیفیت ارائه می دهد :

۱. آگاهی از فرصتهای موجود برای بهبود

۲. تعیین اهداف بهبود

۳. سازماندهی برای نیل به اهداف

۴. فراهم کردن آموزش

۵. اجرای پروژه های حل مشکل

۶. گزارش پیشرفت کار

۷. قدردانی از عاملان کار

1. Oakland

۸. آگاه سازی از نتایج

۹. حفظ نتایج

۱۰. حفظ حرکت، با برنامه ریزی سالانه به عنوان بخشی از نظام عادی و فرایند کاری شرکت

جوران بنیان گذار مؤسسه جوران در ویلتن^۱ می باشد. او مفهوم کیفیت فرآیند کار اداری را ارتقاء داد، که فنی برای اجرای بهبود کیفیت بین وظیفه ای است. نقش جوران بیشتر از دمینگ است زیرا جوران مفهوم وسیع تری را ارائه می دهد، در حالیکه دمینگ بیشتر بر کنترل فرآیند آماری تأکید می کند. جوران اندیشه کیفیت خود را در سه مؤلفه مطرح نموده است: برنامه ریزی کیفیت، کنترل کیفیت و بهبود کیفیت.

➤ آرماند فیگنباوم

فیگنباوم رویکرد کنترل کیفیت جامع را به کار برد که ممکن است مقدمه خوبی برای مدیریت کیفیت امروزی باشد. او یک نظام برای ادغام تلاشهای ایجاد، حفظ و بهبود کیفیت بوسیله گروه های مختلف سازمان، ایجاد کرد. فیگنباوم کیفیت را نحوه اداره کسب می داند. به نظر او ارتقای قابل توجه کیفیت فقط زمانی محقق خواهد شد که تک تک نیروی کار در آن مشارکت داشته باشند. فیگنباوم یک رویکرد جدی به هزینه کیفیت دارد. او اولین کسی بود که هزینه کیفیت را دسته بندی کرد. او هزینه کیفیت را به سه دسته تقسیم کرد: هزینه ارزیابی، هزینه پیشگیری و هزینه بروز نقص یا ناکامی. او همچنین اولین متخصص بین المللی بود که سپردن مسئولیت کیفیت را به متخصصین کیفیت در سازمان ها یک اشتباه تلقی کرد.

1. Wilton

فیگنهام برای موفقیت مدیریت جامع کیفیت معیارهای زیر را ارائه داده است :

۱. کیفیت یک فرآیند سازمان شمول است.

۲. کیفیت چیزی است که مشتری می گوید.

۳. کیفیت و هزینه مکمل هم هستند.

۴. کیفیت محتاج علاقه مند ی فردی و تیمی است.

۵. کیفیت یک روش مدیریت است.

۶. کیفیت و نوآوری متقابلاً به هم وابسته اند.

۷. کیفیت یک رفتار است.

۸. کیفیت ارتقاء مستمر لازم دارد.

۹. کیفیت توسط یک سیستم جامع، با مشتریان و تدارک کنندگان مرتبط است.

۱۰. کیفیت بهترین روش برای بهره وری است.

➤ فیلیپ کرازبی

کرازبی نویسنده کتاب مشهور " کیفیت رایگان است " می باشد. کرازبی بر انگیزش و برنامه ریزی تأکید می کند و کنترل فرآیند آماری و تکنیکهای حل مسئله دمینگ و جوران را شرح نمی دهد. او بیان می کند که کیفیت رایگان است زیرا هزینه های پیشگیری همیشه کمتر از هزینه های کشف، تصحیح و شکست خواهد بود. شهرت کرازبی به علت ارائه دیدگاه " نقص صفر " می باشد که در اوایل دهه ۱۹۶۰ بیان شد. از نظر او کیفیت همسازی با نیازهاست. کرازبی مفهوم مدیریت کیفیت را در یک کلمه یعنی پیشگیری خلاصه می کند که باید با نظر مرسوم که کیفیت را از طریق بازرسی، آزمون و بازبینی قابل

دستیابی می داند، جایگزین شود. بر طبق گفته کرازبی، پیشگیری تنها نظام مطلوب است. در فلسفه کرازبی هیچ جایی برای سطوح قابل قبول کیفیت از نظر آماری وجود ندارد، زیرا در این صورت منجر به این باور می شود که اشتباهات اجتناب ناپذیرند.

چهارده گام کرازبی برای بهبود کیفیت شامل موارد زیر است:

۱. تعهد مدیریت: مدیریت باید نسبت به کیفیت متعهد باشد.
۲. تیم بهبود کیفیت: مدیریت باید تیمهای بهبود کیفیت را با نمایندگانی از هر بخش تشکیل دهد.
۳. معیار کیفیت: تعیین اینکه کجا از نظر کیفیت مشکل وجود داشته و نیاز به بهبود دارد.
۴. هزینه کیفیت: ارزیابی هزینه کیفیت و شرح کاربرد آن به عنوان ابزار مدیریت
۵. آگاهی کیفیت: افزایش آگاهی تمام کارکنان از کیفیت
۶. اقدام اصلاحی: اقدام جهت تصحیح مسائل شناسایی شده در گامهای قبلی
۷. طرح ریزی نقص صفر: ایجاد یک کمیته برای طرح ریزی یک برنامه نقص صفر
۸. آموزش سرپرستان: آموزش سرپرستان برای اجرای برنامه بهبود کیفیت بخش خود
۹. روز نقص صفر: تعیین یک روز به نام روز نقص صفر تا همه کارکنان بفهمند که سازمان یک استاندارد اجرایی جدید دارد.
۱۰. تعیین هدف: تشویق افراد به تعیین اهداف بهبود برای خود و گروهشان
۱۱. از بین بردن اشتباه: تشویق کارکنان به مطلع ساختن مدیریت از موانعی که در رسیدن به اهداف بهبود با آن مواجه می شوند.

۱۲. قدردانی: شناسایی و قدردانی از کسانی که در مسیر بهبود مشارکت دارند.

۱۳. شورای کیفیت: ایجاد شوراهای کیفیت برای تبادل نظر بر روی مسائل موجود

۱۴. تکرار مراحل: انجام تمام مراحل قبلی برای تأکید بر پایان ناپذیری برنامه بهبود کیفیت (محمودی فر ۱۳۹۲).

۲-۴ مبانی نظری عملکرد سازمان

۲-۴-۱ تعریف عملکرد

معروفترین تعریف عملکرد توسط نیلی^۱ (۲۰۰۵)، ارایه شده است که عنوان می کند، عملکرد فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته است. مطابق این تعریف عملکرد به دو جزء کارایی و اثربخشی تقسیم می شود:

✓ کارایی: توصیف کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع در تولید خدمات یا محصول است؛ یعنی رابطه بین ترکیب واقعی و مطلوب دروندادها برای تولید برونادهای معین.

✓ اثربخشی: توصیف کننده درجه نیل به اهداف سازمانی است، این اهداف معمولاً در قالب مناسبت (درجه انطباق برونادهای با نیازهای مشتریان)، در دسترس بودن (جنبه هایی نظیر فراوانی، ارایه در میان گروه های اولویت دار و فاصله نزدیکی)، کیفیت (درجه تحقق استانداردهای مورد نیاز) تبیین می شود.

از طرفی عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. به عبارتی، عملکرد سازمانی شاخصی است که چگونگی تحقق اهداف یک سازمان یا موسسه را اندازه گیری می نماید (هاو و تسای^۲ ۲۰۰۶). چن و لیانگ^۳ (۲۰۱۱) نیز، عملکرد سازمانی را به عنوان شاخصی می

1 .Neely

2 . Ho & Tsai

3 . Chen & Liang

دانند که یک شرکت میتواند میزان دست یابی به اهداف خود را مورد سنجش قرار دهد. تانگن^۱ (۲۰۰۴)، عملکرد را نتایج قابل اندازه گیری، تصمیم ها و اقدام های سازمانی می داند که نشان دهنده ی میزان موفقیت و دستاورد های کسب شده است. عملکرد را می توان در سه سطح مورد ارزیابی قرارداد: در سطح فردی، در سطح گروه، در سطح سازمان. بنابراین، عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. عملکرد سازمانی به عنوان توانایی سازمان در استفاده موثر از منابع و تولید ستاده های پایدار، در نظر گرفتن اهداف مربوط به ذی نفعان، تعبیر می شود. به طور کلی عملکرد سازمانی چگونگی انجام مأموریت و وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج حاصله از انجام آن اطلاق می گردد. مفهوم واژه عملکرد از آنجا حائز اهمیت است که با تعریف عملکرد می توان آن را ارزیابی یا مدیریت نمود. ارزیابی عملکرد اندازه گیری داده هایی است که نشان دهنده پیشرفت به سوی نتایج مورد نظر می باشد. این نتایج می بایست از انجام فعالیت های خاصی بدست آیند. همچنین اندازه گیری عملکرد روشی را برای ارزیابی این فعالیت ها فراهم می آورد (محمود زاده و صداقت، ۱۳۹۲). ارزیابی عملکرد در "بعد سازمانی" معمولاً مترادف با اثربخشی فعالیت هاست. منظور از اثربخشی، میزان دستیابی به اهداف و برنامه ها با ویژگی کارا بودن فعالیت ها و عملیات است. به طور کلی نظام ارزیابی عملکرد را می توان فرآیند سنجش و اندازه گیری و مقایسه میزان و نحوه دستیابی به وضعیت مطلوب دانست (حاجی پور و مرادی، ۱۳۸۹).

1. Tangen

دیدگاه های مختلفی درباره مفهوم عملکرد وجود دارد که در قالب جدول ۲-۳ آورده شده است.

جدول ۲-۳: دیدگاه های عملکرد (حاجی پور و مرادی، ۱۳۸۹)

دیدگاه های عملکرد	نام محقق	سال	تعریف عملکرد
دیدگاه اول	برنادین ^۱ و همکاران	۱۹۹۵	عملکرد را به عنوان نتایج کار تعریف کرده، چرا که آنها قوی ترین پیوند را با اهداف راهبردی، رضایت مشتری و درآمدهای مالی دارند.
دیدگاه دوم	کمپل ^۲	۱۹۹۰	عملکرد را به عنوان رفتار در نظر گرفته و اعتقاد دارد که عملکرد، رفتار است و باید از نتایج متمایز شود، چرا که می توانند تحت تأثیر عوامل سیستم ها، تحریف شوند.
دیدگاه سوم	برامبراخ ^۳	۱۹۸۸	عملکرد هم به معنی رفتار و هم به معنی نتایج است. رفتارها ناشی از فرد هستند و عملکرد را از حالت ذهنی به حالت عملی تبدیل می کنند. رفتارها نه تنها وسایلی برای کسب نتایج هستند، بلکه خودشان ذاتا دست آورد هستند یعنی محصول تلاش ذهنی و فیزیکی برای انجام کارها می باشند و می توانند جدای از نتایج مورد ارزیابی قرار داده شوند.

1 . Bernadin

2 . Kampell

3 .Brambrakh

در سنجش عملکرد سازمان دو رویکرد عمده مطرح می‌باشد:

✓ رویکرد عینی: مقیاس عینی بیشتر واقعی هستند، اما از نظر پوششی محدود به داده های مالی هستند و دیگر ابعاد سازمانی را تبیین نمی کنند.

✓ رویکرد ذهنی: مقیاس های ذهنی کمتر واقع گرا هستند، اما توصیف غنی از اثربخشی سازمان ارائه می کنند. این مقیاس ها اجازه می دهند دامنه وسیعی از سازمان ها در صنایع مختلف مورد مقایسه قرار گیرند (رهنورد، ۱۳۸۷).

بنابراین، قابلیت تعمیم یافته بر مبنای مقیاس های ذهنی بیشتر است. هم چنین مقیاس های ذهنی عناصر تحلیلی مبتنی بر ادراک را نیز پوشش می دهند. به طور سنتی نیز در سنجش عملکرد سازمانی بیشتر رویکرد مالی یا به عبارتی مقیاس عینی به کار گرفته می شد. اما امروزه دیگر این رویکرد برای سنجش عملکرد سازمانی به تنهایی کارساز نیست. زیرا شاخص های مالی ماهیت ماشین گونه سازمان ها و فلسفه مدیریتی وقت بود (بهارستان و همکاران، ۱۳۹۱). لذا باید گفت که در این تحقیق سعی شده است که از هر دو رویکرد (مقیاس) برای سنجش عملکرد سازمان استفاده شود. به همین منظور عملکرد مالی و بازار، عملکرد کیفیت، عملکرد نوآوری و عملکرد اجتماعی به عنوان ابعاد عملکرد سازمانی در نظر گرفته شده است.

۲-۵-۵ مبانی نظری عملکرد نوآورانه

۲-۵-۱ تعریف عملکرد نوآورانه

نوآوری عبارت است از یک ایده، محصول یا فرآیند یک سامانه یا وسیله که توسط افراد، گروهها یا سازمانها، حتی یک بخش صنعت و جامعه به عنوان یک موضوع جدید درک شود. عملکرد نیز مقبولیت نتایج برای مشتریان داخلی و خارجی سازمان میداند که محصولات، خدمات، اطلاعات و تصمیمات یا رخدادهای کارکردی مانند ارائه ها و رقابت ها را دریافت می کنند (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵).

در مجموع، در تعاریف عملکرد نوآورانه دو معنا و مفهوم وجود دارد. مفهوم اول که کلی تر است به دانش فنی، عملیات نوآورانه و خلاقانه اشاره دارد. بر این اساس، عملکرد نوآورانه می تواند عملکرد اقتصادی، اجتماعی، محصول و عملکرد فرایندی را نیز بیان کند. بنابراین، عملکرد نوآورانه به طور عمده ای، متکی بر مدیریت اثربخش فرایند نوآوری است و مدیران باید به طور مداوم به منظور کسب مزیت رقابتی پایدار، به شناسایی، توسعه، حمایت و تخصیص منابع و قابلیت ها بپردازند. در مفهوم دوم که جزئی تر است، عملکرد نوآورانه اشاره بر تعداد اختراعاتی دارد که به بازار معرفی می شوند یعنی محصولات جدید، سیستم های فرایندی یا تدابیر جدید شرکت (چن^۱ و همکاران، ۲۰۱۲).

با توجه به تعاریف مجزای عملکرد و نوآوری، تعاریف متعدد از عملکرد نوآورانه توسط پژوهشگران در قالب

جدول ۲-۴ آورده شده است.

جدول ۲-۴: تعاریف عملکرد نوآورانه

نام پژوهشگر	سال	تعریف عملکرد نوآورانه
زهیر ^۲ و همکاران	۲۰۰۸	عملکرد نوآورانه، به توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرایند ها، محصولات و خدمات جدید باشد، اشاره دارد.
گاندی ^۳ و همکاران	۲۰۱۱	عملکرد نوآورانه ترکیبی از موفقیت کلی سازمان در نتیجه تلاش های صورت گرفته جهت نو کردن و بهبود بخشیدن و بکارگیری جنبه های مختلف نوآوری در سازمان است.
هانگ ^۴ و همکاران	۲۰۱۱	عملکرد نوآورانه اغلب با بررسی تعداد دستاورد های آشکار، گزارش های ثبت شده و پروژه های جدید که سازمان در روال کاری خود بر عهده می گیرد، تعیین میشود.

1 . Chen
2 . Zehir
3. Gunday
4 . Huang

مقایسه کیفیت و کارکرد محصولات جدید و فرآیندهای نو با رقبا نشان دهنده ی نوآورانه عمل کردن سازمان است که شهرت و وجهه در بازار از جمله عوامل تعیین کننده در این باره است.	۱۳۹۲	مرادی و همکاران
--	------	-----------------

۲-۵-۲ شاخص عملکرد نوآورانه

با وجود محیط و فشار رقابتی حاکم بر جامعه، سنجش عملکرد نوآورانه از اهمیت خاصی برخوردار است، بدین دلیل پژوهشگران نیازمند شاخصهای مناسبی برای مطالعه عملکرد نوآورانه هستند. در زیر انواع مؤلفه هایی که

عملکرد نوآورانه را مورد سنجش قرار میدهند، ذکر شده است.

جدول ۲-۵: مولفه های عملکرد نوآورانه (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵)

منبع	ابعاد نوآوری
(آتونه و گیما، ۱۹۹۶؛ مارچ ۱۹۹۱)	نوآوری بنیادی نوآوری فزاینده
(آبرناتی و آتربک، ۱۹۹۷؛ داونپورت، ۱۹۹۳؛ هان، کیم و اسریواستاوا، ۱۹۹۸)	نوآوری محصول نوآوری فرآیند
(دفت، ۱۹۷۸؛ دامن پور، سزابات و ایوان، ۱۹۸۹؛ هاو و همکاران، ۱۹۸۹؛ وایراواردنا، ۲۰۰۳؛ گوپالاکریشنان، ۲۰۰۱؛ نارانجو- گیل، ۲۰۰۹)	نوآوری فنی نوآوری اجرایی

در پژوهش حاضر با توجه به مطالعات پیشین و جدول ۲-۵، به ابعاد عملکرد نوآورانه که شامل نوآوری فنی و نوآوری اجرایی است، پرداخته شده است زیرا این دو بعد بازتاب تمایز کلی بین ساختار اجتماعی و فناوری در سازمان هاست.

- نوآوری فنی شامل فرآیندها و فناوری هایی است که در تولید محصول یا ارائه خدمات به کار می روند. به عبارت دیگر، نوآوری فنی شامل خلق برنامه ها و خدمات جدید، توسعه ی فناوری های جدید به منظور بهبود کیفیت، تبدیل برنامه ها و خدمات موجود به شکل و قالبی متفاوت و ترکیب دانش و روش های جدید در ارائه برنامه هاست .
- نوآوری اجرایی با شیوه های مدیریتی، فرآیندهای اجرایی و قوانین سازمانی مرتبط هستند و مستقیماً به سیاستها، نظامها و مدیریت یک سازمان بستگی دارد. به عبارت دیگر، نوآوری اجرایی شامل نوآوری در فرآیندهای اداری، استفاده از مدیریت نوآورانه در شیوه های برنامه ریزی و کنترل فرآیندها، پاسخ منعطف سازمان ها به تغییرات محیطی و ایجاد روابط درون سازمانی جدید با سایر سازمان هاست (منطقی و همکاران ۱۳۹۵).

۶-۲ مبانی نظری انعطاف پذیری تولید

۶-۲-۱ تعریف انعطاف پذیری تولید

تعاریف متعددی برای مفهوم انعطاف پذیری تولید مطرح شده که در جدول ۶-۲ ارائه گردیده است.

جدول ۶-۲: تعاریف انعطاف پذیری تولید

نام محقق	سال	تعریف
زولونویچ ^۱	۱۹۸۲	انعطاف پذیری تولید را به عنوان یک سیستم تولیدی در هماهنگ کردن فرآیندهای خود با تغییرات محیطی تعریف می کند. انعطاف پذیری در تولید به عنوان یک روش کارا برای پاسخ اثربخش به تقاضای بازار می باشد که بوسیله عرضه محصولات متنوع با یک زمان تاخیر کوتاه اما در عوض با استفاده حداکثر از منابع و یا کارا با حداقل موجودی مهیا می شود.
سوامیداس ^۲	۱۹۸۷	انعطاف پذیری تولید ظرفیت یک سیستم تولیدی برای تطابق موفق با شرایط محیطی در حال تغییر و مقتضیات فرایند می باشد و اشاره به

1. Zelenovic

2 . Swamidass

نام محقق	سال	تعریف
		توانایی سیستم تولیدی برای مقابله با ناپایداری های نشات گرفته از محیط دارد.
آپتون ^۱	۱۹۹۴	انعطاف پذیری تولید را توانایی تغییر یا عکس العمل نشان دادن با کمترین هزینه، زمان، تلاش یا تاثیرات منفی در عملکرد تعریف می کند.
وکورکا ^۲	۲۰۰۰	انعطاف پذیری تولید منعکس کننده توانایی شرکت در پاسخگویی به تغییرات در نیازهای مشتریان، همچنین تغییرات غیرمنتظره ناشی از فشارهای رقابتی می باشد.
ژانگ ^۳ و همکاران	۲۰۰۲	انعطاف در تولید را به دوبخش توانایی تولید منعطف و رقابت تقسیم کردند. توانایی تولید منعطف بعد خارجی رقابت است که توسط مشتریان از لحاظ حجم تولید یا ترکیب منعطف ارزش گذاری میشود. رقابت تولید منعطف که شامل ماشین آلات، کارگر، دسترسی به منابع و راههای تولید منعطف است، به عنوان ابعاد داخلی رقابت که برای مشتریان قابل مشاهده نیست، در نظر گرفته می شود.

۲-۶-۲ ابعاد انعطاف پذیری تولید

اصطلاح انعطاف پذیری تولید به یک متغیر منفرد اشاره نداشته و به یک طبقه کلی از متغیرها اشاره دارد. در این راستا تقسیم بندی های متفاوتی از ابعاد انعطاف پذیری تولید صورت گرفته است که به صورت زیر ارائه می گردد.

ابعاد انعطاف پذیری تولید از دیدگاه براون^۴ و همکاران (۱۹۸۴)

➤ انعطاف پذیری ماشین آلات

➤ انعطاف پذیری فرآیند

1 . Upton
2. Vokurka
3 .Zhang
4.Brown

- انعطاف پذیری محصول
- انعطاف پذیری خط و مشی
- انعطاف پذیری حجم
- انعطاف پذیری توسعه
- انعطاف پذیری عملیات
- انعطاف پذیری تولید

ابعاد انعطاف پذیری تولید از دیدگاه جروین^۱ (۱۹۸۷)

- انعطاف پذیری ترکیبی
- انعطاف پذیری تغییر رویه
- انعطاف پذیری اصلاح
- انعطاف پذیری خط و مشی گذاری مجدد
- انعطاف پذیری حجم
- انعطاف پذیری مواد
- انعطاف پذیری توالی

ابعاد انعطاف پذیری از دیدگاه سوزا و ویلیامز^۲ (۲۰۰۰)

- انعطاف پذیری حجم تولید
- انعطاف پذیری تنوع
- انعطاف پذیری فرآیند
- انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات

1 . Gerwin

2 . Souza & Williams

در این پژوهش انعطاف پذیری از ۴ بعد حجم تولید، تنوع، فرآیند، جریان مواد و قطعات سنجیده میشود که به صورت زیر تعریف میشوند:

➤ انعطاف پذیری حجم تولید: این بعد نشان دهنده ی توانایی تغییر سطح خروجی یک فرآیند تولید است.

➤ انعطاف پذیری تنوع: این بعد نشان دهنده ی توانایی سیستم تولید برای تولید تعداد محصولات مختلف و معرفی محصولات جدید است. محققان ترکیب و اصلاح محصول به عنوان جزئی از این بعد از انعطاف پذیری را پیشنهاد می کنند.

➤ انعطاف پذیری فرآیند: این بعد نشان دهنده ی توانایی سیستم برای تنظیم و جایگزینی تغییرات در بخش روند تولید است. نمونه هایی از این تغییرات؛ خرابی دستگاه، تغییر در برنامه تولید و یا توالی کار می باشد.

➤ انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات: این بعد نشان دهنده ی توانایی انعطاف پذیری فرآیند انتقال مواد است تا به صورتی اثربخش مواد اولیه را به مراحل مناسب فرآیند ساخت و تولید برساند و قطعه یا ماده ی اولیه را در وضعیتی قرار دهد که موجب ایجاد عملیات های ارزش افزوده شود(سوزا و ویلیامز ۲۰۰۰).

۲-۷ پیشینه تحقیق مسئولیت اجتماعی سازمان

مسئولیت اجتماعی شرکت ها از دهه ۱۹۵۰ در ادبیات آکادمیک مورد بحث بوده و این مفهوم امروزه به طور وسیعی در تحقیقات حسابداری و مدیریت مورد توجه می باشد. با مروری بر روند تکامل مفاهیم آن واضح است که یک جنبش از نگرش اخلاقی- فلسفی به یک نگرش مدیریتی تمرکز یافته است و به طور خاص در یک دهه اخیر، مبانی اخلاقی در تصمیمات مدیریتی رشد یافته و پایه های هنجاری را برای مسئولیت اجتماعی شرکت ها فراهم کرده است. مسئولیت اجتماعی شرکت ها به طور قابل ملاحظه ای از ظهور اولیه آن در دهه ۵۰ تاکنون تکامل یافته است و در طول این دوره، این مفاهیم از رویه های

ناهماهنگ و داوطلبانه به یک تعهد واضح و صریح در پاسخ به فشارهای ذینفعان توسعه یافته و به تدریج به یک تعهد مستمر آنی تبدیل شده است. تاریخچه این مفهوم به حدود هفت دهه گذشته برمیگردد. اولین مبانی مفهومی آن در سال ۱۹۵۰ توسط بوئن مطرح شد و بعد از آن در دهه ۱۹۶۰، ادبیات آن بطور قابل ملاحظه‌ای توسط نویسندگان مطرح آن دوره دیویس، فردریک، مک گویر و والتن توسعه یافت. در دهه ۱۹۷۰ تعاریف و ابعاد مسئولیت اجتماعی توسط افرادی همچون استهی و کارول بسط داده شد. در دهه ۱۹۸۰ تعاریف اولیه کمتر توسعه داده شد و بیشتر کار محققان بر تحقیقات و چارچوب‌های جایگزین تمرکز داشت. سپس در دهه ۱۹۹۰، مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تئوری‌های جدید همچون تئوری ذینفعان، تئوری اخلاق کسب و کار و شهروندی شرکت توسعه بیشتری یافت که از جمله افراد مطرح در این دوره، وود (۱۹۹۱) بود و تعریف جدیدی در این دوره بر ادبیات آن اضافه نگردید (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳).

۲-۷-۱ تحقیقات داخلی در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان

کنگرلویی و همکاران (۱۳۸۹)، در پژوهش خود به بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه بین سازه‌های اخلاقی (مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و محافظه کاری از لحاظ آماری معنی دار میباشد.

خلیلی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با هدف بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ابعاد آن شامل شرایط محیط کار، محیط زیست، رفتار کسب و کار، و اجتماع محلی و راهبری شرکت با عملکرد مالی شرکت‌ها در صنعت مواد و محصولات دارویی به این نتیجه دست یافت که بین متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی و هر یک از ابعاد پنج گانه‌ی آن با متغیر عملکرد مالی، رابطه‌ای وجود ندارد.

عرب صالحی در سال ۱۳۹۲ در مقاله ای تحت عنوان بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بیان کرد عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد.

دولت آبادی و همکارانش (۱۳۹۲)، در مطالعه ای تحت عنوان "تحلیل تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تصویر نمادین، تصویر عملکردی و وفاداری برند" به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی، بر وفاداری برند از طریق نقش میانجی گری تصویر برند در میان ۱۳۰ نفر از مشتریان بانک شهر اصفهان می پردازد. نتیجه این پژوهش، نشان می دهد که مسئولیت های قانونی، اخلاقی و وفاداری مشتریان با پل ارتباطی تصاویر عملکردی و نمادین به هم متصل می شوند. به بیان رساتر ودقیق تر، ارتباط وفاداری با تصویر نمادین ادراک شده مشتریان، مستحکم تر از تصویر عملکردی تشخیص داده شد.

پژوهشی در سال ۱۳۹۳ توسط موجودی و همکاران تحت عنوان "بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به وفاداری مشتریان" در بانک پاسارگاد اهواز صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت خدمات ادراک شده و رضایت، تاثیر مثبت و مستقیمی دارد. مقاله ای توسط امیر حسینی و قبادی در سال ۱۳۹۵ با هدف بررسی اثر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی در ۲۳ شرکت سرمایه گذاری در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ صورت گرفت. نتایج حاکی از تاثیر متغیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مالکیت نهادی می باشد.

لو^۱ و همکارانش (۲۰۰۸) پیامدهای حاصل از مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های چینی و آمریکایی را مورد بررسی قرار دادند. نتیجه تحقیق آن‌ها نشان داد که مسئولیت اجتماعی ارتباط مثبتی با تعهد شغلی در شرکت‌های چینی و آمریکایی دارد.

میشرا^۲ در سال ۲۰۱۰ در پژوهشی به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌های هندی پرداخت و نتایج پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌های مورد بررسی بود.

ملت پرست و آدامز^۳ در سال ۲۰۱۲ در پژوهشی با هدف بررسی اثر مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد سازمانی در صنعت نفت نشان دادند که مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر قابل توجهی بر نتایج کیفیت داخلی (عملکرد عملیاتی) دارد اما اثر قابل توجهی بر نتایج کیفیت خارجی (عملکرد شرکت) ندارد و یک رابطه بسیار قوی بین معیار و کیفیت داخلی/خارجی پیدا نشد.

سرواس و تامایو^۴ (۲۰۱۳) به پژوهشی با عنوان تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی با ارزش شرکت، در شرکتهایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکتهایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تاثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکتهایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.

1. Lo
2. Mishra
3 . Mellat parast & Adams
4 . Servaes & Tamayo

بناویدز و لاسکو^۱ و همکارانش در سال ۲۰۱۴ در پژوهشی با عنوان "مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد صنعت هتلداری"، به بررسی ۱۴۱ هتل در اسپانیا پرداختند. از نتایج مهم این تحقیق کشف تاثیر اجرای مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان بر نتایج هریک از ذینفعان اصلی هتل ها برای کسب و کار بود. نتایج همچنین نشان داد که مدیریت کیفیت جامع تاثیر مثبتی بر دو ذینفع اصلی یعنی کارکنان و مشتریان میگذارد.

جدول ۲-۷: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر مسئولیت اجتماعی سازمان

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
کنگرلویی و همکاران (۱۳۸۹)	بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارشگری مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.	رابطه بین سازه های اخلاقی (مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و تعهد سازمانی) و محافظه کاری مثبت بوده ولی تنها رابطه متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و محافظه کاری از لحاظ آماری معنی دار می باشد.
خلیلی (۱۳۹۰)	بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ابعاد آن با عملکرد مالی شرکت ها در صنعت مواد و محصولات دارویی.	بین متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی و هر یک از ابعاد پنج گانه ی آن با متغیر عملکرد مالی، رابطه ای وجود ندارد.
عرب صالحی (۱۳۹۲)	بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.	عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد.
دولت آبادی و همکاران (۱۳۹۲)	تحلیل تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تصویر نمادین، تصویر	مسئولیت های قانونی، اخلاقی، و وفاداری مشتریان با پل ارتباطی تصاویر عملکردی و نمادین به هم متصل می شوند.

1 . Benavides Velasco

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
	عملکردی و وفاداری برند در میان مشتریان بانک شهر اصفهان.	
موجودی و همکاران (۱۳۹۳)	بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به وفاداری مشتریان در بانک پاسارگاد اهواز.	مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت خدمات ادراک شده و رضایت، تاثیر مثبت و مستقیمی دارد.
امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۵)	بررسی اثر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی در ۲۳ شرکت سرمایه گذاری در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲.	متغیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مالکیت نهادی تاثیر می گذارد.
لو و همکاران (۲۰۰۸)	پیامد های حاصل از مسئولیت اجتماعی در شرکت های چینی و آمریکایی.	مسئولیت اجتماعی ارتباط مثبتی با تعهد شغلی در شرکت های چینی و آمریکایی دارد.
میشرا (۲۰۱۰)	مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی و غیر مالی شرکت.	وجود رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد مالی و غیر مالی.
ملت پرست و آدامز (۲۰۱۲)	بررسی اثر مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد سازمانی در صنعت نفت.	مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر قابل توجهی بر نتایج کیفیت داخلی (عملکرد عملیاتی) دارد.
سرواس و تامایو (۲۰۱۳)	تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر ارزش شرکت.	در شرکت هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام میدهد بیشتر باشد، رابطه مثبت وجود دارد و برای شرکت هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه ضعیف و یا منفی میباشد. همچنین تأثیر آگاهی بر رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش شرکت در مورد شرکت هایی که شهرت کمی در اجتماع دارند منفی است.
بناویدز و لاسکو (۲۰۱۴)	مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد صنعت هتلداری در ۱۴۱ هتل در اسپانیا.	کشف تاثیر اجرای مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان بر نتایج هریک از ذینفعان اصلی هتل ها برای کسب و کار و همچنین تاثیر مثبت

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
		مدیریت کیفیت جامع بر دو ذینفع اصلی یعنی کارکنان و مشتریان.

۸-۲ پیشینه تحقیق مدیریت کیفیت جامع

مدیریت کیفیت فراگیر که امروزه از آن صحبت می‌کنیم، در اواسط دهه ۱۹۲۰ در کارخانه وسترن الکتریک برای طراحی یک سیستم زنگ تلفن شروع شد. مدیریت کیفیت فراگیر در اصل همان کنترل کیفیت آماری بوده است. فردی به نام والتر شوهارت یک زنگ طراحی کرد که نقایصش به صفر می‌رسید. در سال ۱۹۳۱ شوهارت کتابی تحت عنوان «کنترل اقتصادی کیفیت محصولات تولیدات صنعتی» منتشر کرد. شوهارت در این کتاب، کنترل کیفیت، گسترش تکنیک‌های آماری برای ارزیابی تولید، بهبود و کیفیت را تعریف نمود (ژانگ^۱ ۱۹۹۷). در سال ۱۹۳۵ آماردان انگلیسی به نام پیرسون کتاب خود را تحت عنوان کاربرد روش‌های آماری در استاندارد کردن فعالیت‌های صنعتی و کنترل کیفیت منتشر کرد. در سال ۱۹۵۱ دکتر فیگنباوم کتابی تحت عنوان کنترل کیفیت فراگیر منتشر کرد. در این کتاب او به جای کنترل کیفیت آماری از کنترل کیفیت فراگیر سخن به میان آورد. در سال ۱۹۵۴ جوزف جوران اهمیت درگیر نمودن تمام بخش‌ها در پیگیری امر کیفیت و اهمیت رضایت مشتری را به جای امر ساده تبعیت از مشخصات محصول به ژاپنی یادآوری نمود. در سال ۱۹۶۲ ایشی کاوا ایده و تفکرات جوران و فیگنباوم را بسط داد. در اواخر دهه ۱۹۷۰ آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها که متوجه پیشی گرفتن ژاپنی‌ها در تسخیر بازار جهانی شدند، به فکر استفاده از نگرش مدیریت کیفیت جامع بر مدیریت خود برآمدند. در سال ۱۹۸۷ آمریکا در مقابل جایزه دمینگ جایزه ای را به نام مالکوم بالدريج ابداع کرد. این جایزه برای معرفی شرکت‌هایی که به بالا بردن سطح کیفیت خود و اجرای مدیریت کیفیت جامع دست یافته‌اند، طراحی شده است. دمینگ ۱۴ اصل را به عنوان داروی شفابخش اقتصاد و صنایع

1. Zhang

بیمار آن زمان مطرح نمود که در صورت به کارگیری صحیح و توجه به فرهنگ سازمان می توان بخش زیادی از مشکلاتی را که در جهت ارتقای کیفیت و کاهش ضایعات وجود دارد، برطرف نمود. علاوه بر دکتر دمینگ افرادی نظیر جوزف جوران، فیلیپ کرازبی، ایشی کاوا و ... در گسترش و توسعه مدیریت کیفیت و روند تکامل کنترل کیفیت فراگیر نقش بسزایی ایفا کرده اند (ژانگ، ۱۹۹۷).

۲-۸-۱ تحقیقات داخلی در حوزه مدیریت کیفیت جامع

سید حسینی و امیران (۱۳۸۰) در پژوهشی تحت عنوان "ارزیابی عملکرد حاصل از اجرای سیاست های کیفیت در شرکتهای تولیدی ایران" نشان دادند که سطح عملکرد در مورد پنج شاخص کیفیت، هزینه، تحویل، خدمت و انعطاف پذیری بعد از اجرای ISO 9000 ، ۳٪ کاهش یافته است.

خنیفر و حیدرنیا (۱۳۸۵) در پژوهش خود با عنوان رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتریان در بخش خدمات، نتایج را این چنین گزارش دادند که بین توانمندسازی کارکنان و رضایت مشتری رابطه مستقیم و معناداری وجود داشت. همچنین بین دیگر ابعاد مدیریت کیفیت جامع نظیر پاسخگویی، سرعت در ارائه خدمات، صحت در ارائه خدمات، زیبایی فضای خدمات، اعتماد محوری، شفافیت و اطلاع رسانی، انعطاف پذیری و رعایت ملاحظات ارزشی و اعتقادی با رضایت مشتریان رابطه معنادار و مستقیمی وجود داشت.

شاهین پژوهشی در سال ۱۳۸۷ با عنوان رابطه بین استقرار مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد و وضعیت مالی در شرکت صنعتی بوتان انجام داد. نتایج این تحقیق مشخص نمود که TQM می تواند اثر قابل توجه و مثبتی بر عملکرد و وضعیت مالی سازمان بگذارد (شاهین ۱۳۸۷).

در پژوهشی با موضوع ارزیابی تاثیر سیستم های مدیریت کیفیت بر عملکرد مالی شرکت های بورسی که توسط تهرانی و همکاران صورت گرفت، اطلاعات بدست آمده از مشاهدات زوجی نشان داد که اخذ گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ فقط توانسته است بر مقدار رشد فروش تاثیر داشته باشد و بر شاخص های حاشیه سود و سود هر سهم تاثیر معناداری نداشته است (تهرانی و همکاران ۱۳۹۱).

کزاری و شول، پژوهشی تحت عنوان " تاثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد نوآورانه با اثر تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی " در شرکت مس انجام داده و با اطلاعاتی که از ۹۳ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت جمع آوری گردید به این نتیجه رسیدند که عملکرد نوآورانه به میزان ۷۹ درصد تحت تاثیر مستقیم مدیریت کیفیت فراگیر است و این تاثیر به وسیله یادگیری سازمانی تعدیل می شود (کزاری و شول ۱۳۹۲).

در پژوهشی از سیفی و همکاران که با هدف بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و عملکرد مالی شرکت های خودرویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار صورت گرفت. نتایج تحقیق بیانگر آن است که در سطح اطمینان ۹۹٪ بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و بازده حقوق صاحبان سهام رابطه معناداری وجود دارد در حالیکه رابطه معناداری بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و بازده دارایی ها مشاهده نشد (سیفی و بوداکی خواجه نوبر، ۱۳۹۵).

۲-۸-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه مدیریت کیفیت جامع

سامسون و ترزیوسکی^۱، (۱۹۹۹) در مقاله خود " ارتباط بین اقدامات TQM و عملکرد عملیاتی " می نویسد: این تحقیق به بررسی تاثیر اقدامات مدیریت کیفیت فراگیر به صورت مجزا و کل اقدامات با هم بر عملکرد سازمان توجه داشت. یک جامعه بزرگ متشکل از ۱۲۰۰ سازمان از نیوزلند و استرالیا به عنوان جامعه این تحقیق مورد آزمایش قرار گرفته اند. این تحقیق نیز ارتباط مثبت بین این عوامل را تأیید کرد.

تاری^۲ و همکاران (۲۰۰۷) در مقاله خود با عنوان " ارتباط بین اقدامات مدیریت کیفیت فراگیر و تاثیر آن بر کیفیت خروجی ها " به بررسی روش های TQM و اثرات مستقیم و غیر مستقیم این روش ها بر

1 . Samson & Terziowski

2 .Tari

کیفیت خروجی ۱۰۶ شرکت دارای گواهینامه TQM در کشور اسپانیا پرداختند. یافته ها نشان داد که TQM اثر مثبتی بر کیفیت خروجی سازمان دارد.

هنرپور^۱ و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت جامع، مدیریت دانش و نوآوری پرداختند، نتایج تحقیق آنها حاکی از تاثیر مثبت مدیریت کیفیت فراگیر بر مدیریت دانش و نوآوری در سازمان بود.

محمود و هیلمی^۲ (۲۰۱۴)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد شرکت های متوسط مالزی با میانجی گری یادگیری سازمانی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد شرکت ها و یادگیری سازمانی تاثیر مثبت دارد و همچنین یادگیری سازمانی نقش مثبتی به عنوان متغیر میانجی در تاثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد شرکت ها دارد.

مطالعات اونیل^۳ و همکاران با موضوع بررسی روش های مدیریت کیفیت و تاثیر آنها بر عملکرد مالی، نشان می دهد که گرایش مدیریت کیفیت شرکت ها، مزیت معنی داری را در عملکرد مالی، در مقایسه با شرکت هایی که خود را درگیر مدیریت کیفیت نمی کنند ایجاد می کند (اونیل و همکاران ۲۰۱۶).

جدول ۲-۸: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر مدیریت کیفیت جامع

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
سید حسینی و امیران (۱۳۸۰)	ارزیابی عملکرد حاصل از اجرای سیاست های کیفیت در شرکتهای تولیدی ایران	سطح عملکرد در مورد پنج شاخص کیفیت، هزینه، تحویل، خدمت و انعطاف پذیری بعد از اجرای ISO 9000 ، ۳٪ کاهش یافته است.
خنifer و حیدرنیا (۱۳۸۵)	رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتریان در بخش خدمات	بین توانمند سازی کارکنان و رضایت مشتری و همچنین بین دیگر ابعاد مدیریت کیفیت جامع با

1. Honarpour

2. Mahmud & Hilmi

3. Oneill

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
		رضایت مشتریان رابطه معنادار و مستقیمی وجود داشت.
شاهین (۱۳۸۷)	رابطه بین استقرار TQM و عملکرد و وضعیت مالی در شرکت بوتان	TQM می‌تواند اثر قابل توجه و مثبتی بر عملکرد و وضعیت مالی سازمان بگذارد.
تهرانی و همکاران (۱۳۹۱)	ارزیابی تاثیر سیستم های مدیریت کیفیت بر عملکرد مالی شرکت های بورسی.	گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ فقط توانسته است بر مقدار رشد فروش تاثیر داشته باشد و بر شاخص های حاشیه سود و سود هر سهم تاثیر معناداری نداشته است.
کزازی و شول (۱۳۹۲)	تاثیر TQM بر عملکرد نوآورانه با اثر تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی.	عملکرد نوآورانه به میزان ۷۹ درصد تحت تاثیر مستقیم TQM است و این تاثیر به وسیله یادگیری سازمانی تعدیل می شود.
سیفی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و عملکرد مالی شرکت های خودروبی پذیرفته شده بورس اوراق بهادار.	در سطح اطمینان ۹۹٪ بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و بازده حقوق صاحبان سهام رابطه معناداری وجود دارد در حالیکه رابطه معناداری بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و بازده دارایی ها مشاهده نشد.
سامسون و ترزیوسکی (۱۹۹۹)	ارتباط بین اقدامات TQM و عملکرد عملیاتی.	تایید ارتباط مثبت بین اقدامات TQM به صورت مجزا و کل اقدامات با هم بر عملکرد سازمان.
تاری و همکاران (۲۰۰۷)	بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم روشهای TQM بر کیفیت خروجی ۱۰۶ کمپانی	TQM اثر مثبتی بر کیفیت خروجی سازمان دارد.
هنرپور و همکاران (۲۰۱۲)	بررسی رابطه بین TQM مدیریت دانش و نوآوری	مدیریت کیفیت فراگیر بر مدیریت دانش و نوآوری تاثیر مثبتی دارد.
محمود و هیلمی (۲۰۱۴)	بررسی تاثیر TQM بر عملکرد شرکت های	TQM بر عملکرد شرکت ها و یادگیری سازمانی تاثیر مثبت دارد و یادگیری سازمانی نقش مثبتی به

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
	متوسط مالزی با میانجی گری یادگیری سازمانی.	عنوان متغیر میانجی در تاثیر TQM بر عملکرد شرکت ها دارد.
اونیل و همکاران (۲۰۱۶)	بررسی روش های مدیریت کیفیت و تاثیر آنها بر عملکرد مالی.	گرایش مدیریت کیفیت شرکت ها، مزیت معنی داری را در عملکرد مالی، در مقایسه با شرکت هایی که خود را درگیر مدیریت کیفیت نمی کنند ایجاد می کند.

۲-۹ پیشینه تحقیق ارزیابی عملکرد

سابقه ارزیابی به گذشته های بسیار دور بر می گردد. مطالعات نشان می دهد که همواره در شکل گیری اجتماعات بشری تحت عنوان قبایل، پدیده تقسیم کار در بین اعضای قبیله در مواردی نظیر شکار، ایجاد امکان استراحت و غیره وجود داشته است. در این دوران ارزیابی عملکرد به صورت ابتدایی موجود بوده است به گونه ای که افراد موفق به گرفتن پاداش یا احتمالاً ترفیع مقام نایل شدند. نظام ارزیابی عملکرد به صورت رسمی، در سطح فردی و سازمانی از سال ۱۸۰۰ میلادی توسط رابرت اون در اسکاتلند در صنعت نساجی برای اولین بار مطرح گردید بطوری که کالاهای تولید شده با استفاده از چوب هایی در رنگ های مختلف درجه بندی شدند که این کار در واقع نوعی ارزیابی از کیفیت و یا ستاده سازمان بوده است. در عصر حاضر، ارزیابی عملکرد در مقایسه با گذشته تکامل یافته و همپا با سیر توسعه اندیشه های مدیریت، فرایند، ماهیت و کارکردهای آن توسعه و گسترش زیادی یافته است (اکبریان، ۱۳۸۸).

۲-۹-۱ تحقیقات داخلی در حوزه عملکرد سازمانی

اعرابی و موسوی، در بررسی الگوی راهبردی مدیریت دانش برای ارتقاء عملکرد پژوهشگاه ها دریافتند که رابطه مثبت و معنی داری بین میزان هماهنگی راهبردها و فعالیتهای مدیریت دانش با عملکرد

پژوهشگاهها وجود دارد و به هر میزان پژوهشکده ای از نظر انتخاب راهبردهای مدیریت دانش هماهنگ تر و بهتر عمل نماید، به همان میزان عملکرد بالاتری خواهد داشت (اعرابی و موسوی ۱۳۸۸).

علامه و مقدمی پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی" در واحد نیرو محرکه ی شرکت ایران خودرو انجام دادند. جمع آوری داده ها از میان ۵۰ نفر از مدیران ارشد و میانی صورت گرفت. نتایج نشان داد یادگیری سازمانی رابطه ی معناداری با عملکرد سازمان دارد ولی علت تاثیر گذاری یادگیری سازمان بر عملکرد سازمان، تنها تاثیر آن بر توان رقابت و نوآوری سازمان است (علامه و مقدمی ۱۳۸۹).

پژوهشی توسط افجه و محمود زاده با هدف کشف و ارائه الگوی اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت های فعال در صنعت، به خصوص صنعت خودرو در ایران انجام شد. نتایج تحقیق حاکی از اینست که عملکرد سازمان تابعی از سرمایه اجتماعی آن ها است؛ به عبارت دیگر علاوه بر سایر انواع منابع سازمانی از جمله منابع مالی، فیزیکی، انسانی و فکری، منابع حاصل از سرمایه اجتماعی سازمان هم میتواند سبب بهبود عملکرد سازمان شود (افجه و محمودزاده، ۱۳۹۰).

صفرزاده و همکاران در پژوهشی به بررسی اثر راهبردهای مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی در مراکز آموزشی و درمانی شمال فارس پرداخته اند. بر اساس نتایج تحقیق، مدیریت دانش علاوه بر اثر مستقیم بر نوآوری و عملکرد سازمانی، به صورت غیرمستقیم نیز از طریق نوآوری سازمانی بر روی عملکرد سازمان اثرگذار بود (صفرزاده و همکاران ۱۳۹۱).

مطالعه ای تحت عنوان "تاثیر تعهد سازمانی بر عملکرد شرکت های صنعتی استان مازندران" توسط شفقت و همکاران صورت گرفت. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها، مشخص شد که در میان ابعاد تعهد سازمانی، تعهد عاطفی و هنجاری بر عملکرد مالی و غیر مالی شرکت های صنعتی مؤثر است و تعهد مستمر تاثیری بر عملکرد ندارد (شفقت و همکاران ۱۳۹۲).

پژوهشی با عنوان " بررسی اثر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان البرز" توسط رضائی و صلاحی مقدم انجام شد. یافته های پژوهش نشان داد که تقویت مدیریت دانش و مؤلفه های آن به طور مستقیم منجر به بهبود عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی می شود (رضائی و صلاحی مقدم ۱۳۹۳).

پژوهشی توسط علامه و همکاران با هدف بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش تسهیم دانش و چابکی سازمانی صورت گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که فرهنگ سازمانی بر تسهیم دانش تأثیرگذار است. همچنین، تسهیم دانش بر چابکی سازمانی تأثیر می گذارد و عواملی مانند چابکی سازمانی و تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی تأثیرگذارند. بنابراین، توجه به فرهنگ سازمانی و عوامل مؤثر بر گسترش تسهیم دانش و چابکی سازمانی می تواند به افزایش عملکرد سازمان کمک کند (علامه و همکاران ۱۳۹۵).

فیلسوفیان و اخوان، به بررسی تاثیر تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی در سازمان فضایی ایران پرداختند. تجزیه و تحلیل ۸۵ داده گردآوری شده از جامعه آماری نشان داد که اشتراک دانش به میزان نسبتاً زیادی بر عملکرد در سازمان فضایی اثرگذار است و همچنین هرکدام از عملکردهای مالی، فرایند و داخلی بر عملکرد سازمان فضایی نیز تأثیر مثبت و معناداری دارد (فیلسوفیان و اخوان ۱۳۹۶).

۲-۹-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه عملکرد سازمانی

در سال ۱۹۹۰ با استفاده از شبیه سازی در ۱۶ سازمان، اثرات تعیین هدف و برنامه ریزی بر روی عملکرد سازمان مورد بررسی قرار گرفت و نتایج پژوهش نشان داد که تعیین اهداف ویژه سازمانی رابطه مثبتی با کیفیت برنامه ریزی و عملکرد سازمان دارد و همچنین کیفیت بالای برنامه ریزی منجر به عملکرد بالا میشود و زمانیکه کیفیت برنامه ریزی پایین بود عملکرد سازمانی نیز در سطح پایین قرار داشت (کن^۱ و همکاران ۱۹۹۰).

1 . Ken

در پژوهشی تحت عنوان اثر کسب نوآوری تکنولوژیکی بر عملکرد سازمانی به بررسی ارتباط بین کسب نوآوری های تکنولوژیک و عملکرد سازمان در میان ۱۸۹ بیمارستان در فلوریدا پرداخته که نتایج نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین کسب نوآوریهای تکنولوژیکی پزشکی و عملکرد مالی بیمارستان وجود دارد (ایروینا^۱ و همکاران ۱۹۹۸).

نتایج مطالعه ای با عنوان نوآوری سازمانی، منابع انسانی و عملکرد شرکت در سال ۲۰۰۶ که به بررسی جامع رابطه بین نوآوری سازمانی، روابط صنعتی و عملکرد اقتصادی در بخش صنعت غذایی پرداخته است، نشان داد که عملکرد شرکت و نوآوری سازمانی به عنوان دو عنصر به شدت مرتبط بر یکدیگر اثر مثبت میگذارند (مازانتي^۲ و همکاران ۲۰۰۶).

زک^۳ و همکاران در پژوهش خود تحت عنوان "مدیریت دانش و عملکرد سازمانی، یک تحلیل اکتشافی"، ارتباط بین شاخص های مدیریت دانش و خروجی های عملکرد را مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که بین شاخص های مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و همچنین، عملکرد سازمانی با عملکرد مالی رابطه مثبتی دارد (زک و همکاران، ۲۰۰۹).

زهیر و اردوقان^۴، در پژوهشی رابطه بین سکوت سازمانی و عملکرد سازمانی را بررسی نمودند. نتایج نشان داد که از میان ۳ بعد سکوت سازمانی، سکوت نوع دوستانه رابطه مثبت با عملکرد سازمانی دارد. سکوت مطیع با عملکرد سازمانی رابطه منفی یا معکوس دارد و در نهایت هیچ ارتباطی بین سکوت تدافعی و عملکرد یافت نشد (زهیر و اردوقان ۲۰۱۱).

1 . Irwina

2 . Mazzanti

3 . Zack

4 . Zehir & Erdogan

جیمنز و سانزوال^۱ (۲۰۱۱) به بررسی رابطه نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد پرداختند. نتایج نشان داد که یادگیری سازمانی و نوآوری رابطه مثبت و معناداری با هم دارند و این دو عامل رابطه مثبت و معناداری با عملکرد کسب و کار دارد (جیمز و سانزوال ۲۰۱۱).

نورآشیکین^۲ و همکارانش مقاله ای با نام آموزش فرهنگ سازمانی، عملکرد سازمان و نوآوری سازمانی در میان دانشگاهیان در یک موسسه آموزش عالی در مالزی ارائه دادند. پردازش نتایج آماری از ۴۰ دانشگاه نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین متغیرها وجود دارد. یادگیری مداوم، بالاترین ارتباط را با عملکرد سازمانی دارد در حالیکه همکاری و تیم یادگیری به شدت با نوآوری سازمانی در ارتباط بود (نورآشیکین و همکاران ۲۰۱۶).

جدول ۲-۹: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر عملکرد سازمانی

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
اعرابی و موسوی (۱۳۸۸)	بررسی الگوی راهبردی مدیریت دانش برای ارتقاء عملکرد پژوهشگاه ها	رابطه مثبت و معنی داری بین میزان هماهنگی راهبردها و فعالیتهای مدیریت دانش با عملکرد پژوهشگاهها وجود دارد.
علامه و مقدمی (۱۳۸۹)	بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی	یادگیری سازمانی رابطه ی معناداری با عملکرد سازمان دارد ولی علت تاثیر گذاری یادگیری سازمان بر عملکرد سازمان، تنها تاثیر آن بر توان رقابت و نوآوری سازمان است.
افجه و محمود زاده (۱۳۹۰)	ارائه الگوی اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکتهای فعال در صنعت، به خصوص صنعت خودرو در ایران	عملکرد سازمان تابعی از سرمایه اجتماعی آن ها است و منابع حاصل از سرمایه اجتماعی سازمان میتوانند سبب بهبود عملکرد سازمان شوند.

1 . Jimenez & Sanz- valle
2 . Norashikin

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
صفرزاده و همکاران (۱۳۹۱)	بررسی اثر راهبردهای مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی در مراکز آموزشی و درمانی شمال فارس	مدیریت دانش علاوه بر اثر مستقیم بر نوآوری و عملکرد سازمانی، به صورت غیرمستقیم نیز از طریق نوآوری سازمانی بر روی عملکرد سازمان اثرگذار بود.
شفقت و همکاران (۱۳۹۲)	تاثیر تعهد سازمانی بر عملکرد شرکت های صنعتی استان مازندران	در میان ابعاد تعهد سازمانی، تعهد عاطفی و هنجاری بر عملکرد مالی و غیر مالی شرکت های صنعتی مؤثر است و تعهد مستمر تاثیری بر عملکرد ندارد.
رضائی و صلاحی مقدم (۱۳۹۳)	بررسی اثر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان البرز	تقویت مدیریت دانش و مؤلفه های آن به طور مستقیم منجر به بهبود عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی می شود.
علامه و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش تسهیم دانش و چابکی سازمانی	توجه به فرهنگ سازمانی و عوامل مؤثر بر گسترش تسهیم دانش و چابکی سازمانی می تواند به افزایش عملکرد سازمان کمک کند.
فیلسوفیان و اخوان (۱۳۹۶)	بررسی تاثیر تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی در سازمان فضایی ایران	اشتراک دانش بر عملکرد در سازمان فضایی اثرگذار است و همچنین هرکدام از عملکردهای مالی، فرایند و داخلی بر عملکرد سازمان فضایی نیز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
کن و همکاران (۱۹۹۰)	اثرات تعیین هدف و برنامه ریزی روی عملکرد سازمان	تعیین اهداف ویژه سازمانی رابطه مثبتی با کیفیت برنامه ریزی و عملکرد سازمان دارد و کیفیت بالای برنامه ریزی منجر به عملکرد بالا میشود.

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
ایروینا و همکاران (۱۹۹۸)	بررسی ارتباط بین کسب نوآوری های تکنولوژیک و عملکرد سازمان در میان ۱۸۹ بیمارستان در فلوریدا	رابطه مثبت و معناداری بین کسب نوآوریهای تکنولوژیکی پزشکی و عملکرد مالی بیمارستان وجود دارد.
مازانتی و همکاران (۲۰۰۶)	نوآوری سازمانی، منابع انسانی، عملکرد شرکت	عملکرد شرکت و نوآوری سازمانی با یکدیگر مرتبط، و بر هم اثر مثبت میگذارند.
زک و همکاران (۲۰۰۹)	مدیریت دانش و عملکرد سازمانی، یک تحلیل اکتشافی	مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه معناداری دارند و عملکرد سازمانی با عملکرد مالی رابطه مثبتی دارد.
زهیر و اردوقان (۲۰۱۱)	رابطه بین سکوت سازمانی و عملکرد سازمانی	از میان ۳ بعد سکوت سازمانی، سکوت نوع دوستانه رابطه مثبت با عملکرد سازمانی دارد. سکوت مطیع با عملکرد سازمانی رابطه منفی یا معکوس دارد و در نهایت هیچ ارتباطی بین سکوت تدافعی و عملکرد یافت نشد.
جیمنز و سانزوال (۲۰۱۱)	بررسی رابطه نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد	یادگیری سازمانی و نوآوری رابطه مثبت و معناداری با هم دارند و این دو عامل رابطه مثبت و معناداری با عملکرد کسب و کار دارد.
نورآشیکین و همکاران (۲۰۱۶)	آموزش فرهنگ سازمانی، عملکرد سازمان و نوآوری سازمانی در میان دانشگاهیان در یک موسسه آموزش عالی در مالزی	رابطه مثبت و معناداری بین متغیرها وجود دارد. یادگیری مداوم، بالاترین ارتباط را با عملکرد سازمانی دارد در حالیکه همکاری و تیم یادگیری به شدت با نوآوری سازمانی در ارتباط بود.

پژوهشی در سال ۱۳۹۲ توسط مرادی و همکاران با هدف بررسی نقش ظرفیت دانش (فردی و سازمانی) بر عملکرد نوآورانه سازمان صورت گرفت. نتایج پژوهش از رابطه بین ظرفیت جذب فردی و سازمانی، همچنین از رابطه این دو با عملکرد نوآورانه حمایت می کند. همچنین نقش میانجی ظرفیت جذب سازمانی در رابطه بین متغیرهای ظرفیت جذب فردی و عملکرد نوآورانه مورد تأیید قرار گرفت (مرادی و همکاران ۱۳۹۲).

اکبری و همکاران در پژوهشی با هدف تحلیل تاثیر مدیریت کیفیت جامع و یادگیری سازمانی بر عملکرد نوآورانه در شرکت ایران دارو، به این نتیجه دست یافتند که بین یادگیری سازمانی و عملکرد نوآورانه و بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که یادگیری سازمانی در ارتباط میان مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه نقش تعدیل کننده را دارد و اثر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآورانه را کاهش می دهد (اکبری و همکاران ۱۳۹۲).

دهقانان و هرندي در پژوهشی تحت عنوان " بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تاکید بر نقش میانجی انتقال دانش" در شرکت های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات به این نتایج دست یافتند که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی موثرند. همچنین نقش میانجی گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی نیز مورد تایید قرار گرفت (دهقانان و هرندي ۱۳۹۳).

در پژوهشی از یزدانی و همکاران که با هدف بررسی تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم جو و ساختار سازمانی بر عملکرد نوآوری با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش و تعامل اجتماعی صورت گرفته، نتایج پژوهش حاکی از آن است که ساختار سازمانی بر تعامل اجتماعی و جو سازمانی بر مدیریت دانش و تعامل اجتماعی بر عملکرد نوآوری تاثیر مثبت و معناداری داشته است، اما متغیرهای ساختار سازمانی

و تعامل اجتماعی بر مدیریت دانش، جو سازمانی بر تعامل اجتماعی و مدیریت دانش بر عملکرد نوآورانه نتوانسته اند تاثیر مستقیم و معناداری بگذارند (یزدانی و همکاران ۱۳۹۵).

۲-۱۰-۲ تحقیقات بین المللی در حوزه عملکرد نوآورانه

پراجو و سوهال^۱، رابطه بین مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد نوآوری را شناسایی کرده و نشان دادند که مدیریت کیفیت فراگیر موجب افزایش نوآوری می شود. در نهایت با اینکه مدیریت کیفیت فراگیر مستقیماً بر عملکرد نوآوری در سازمان ها تاثیر می گذارد، تعهد مدیران عالی و مشارکت فعال کارکنان نیز بر موفقیت نوآوری سازمانی بسیار مهم است (پراجو و سوهال ۲۰۰۳).

در سال ۲۰۱۰ پژوهشی در صنایع مختلف ترکیه به بررسی رابطه بین شیوه های مدیریت کیفیت جامع و اندازه گیری عملکرد سازمان با فرض میانجی اثرات عملکرد کارکنان و عملکرد نوآورانه پرداخته است. تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق پرسش نامه در میان ۵۰۰ نفر از افراد مشغول به کار در شرکت های دارای گواهینامه ISO 9001 نشان داد که اولاً این پژوهش از فرض اینکه عملکرد کارکنان و عملکرد نوآورانه به عنوان متغیر میانجی بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد سازمان عمل میکنند حمایت کرده ثانیاً: تمام ابعاد مدیریت کیفیت جامع رابطه مثبت و معناداری با تمام عملکردهای مورد سنجش از جمله عملکرد کارکنان، عملکرد نوآورانه و عملکرد سازمان دارد. ثالثاً: ابعاد مدیریت کیفیت جامع از طریق عملکرد کارکنان و بطور غیر مستقیم عملکرد نوآورانه را بهبود میبخشد (سادیکوگلو و زهیر^۲ ۲۰۱۰).

زهیر^۳ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان " اثر کارکردهای مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری" به بررسی تاثیر فعالیت های مدیریت کیفیت جامع بر روی کیفیت و یا

1 . Prajogo & Sohal
2 . Sadikoglu & Zehir
3 . Zehir

عملکرد نوآوری پرداختند. یافته ها ارتباط مثبت بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع، عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری را نشان داد (زهیر و همکاران ۲۰۱۲).

جدول ۲-۱۰: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر عملکرد نوآورانه

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
مرادی و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی نقش ظرفیت دانش (فردی و سازمانی) بر عملکرد نوآورانه	نتایج پژوهش از رابطه بین ظرفیت جذب فردی و سازمانی، همچنین از رابطه این دو با عملکرد نوآورانه حمایت می کند.
اکبری و همکاران (۱۳۹۲)	تاثیر مدیریت کیفیت جامع و یادگیری سازمانی بر عملکرد نوآورانه در شرکت ایران دارو	بین یادگیری سازمانی و عملکرد نوآورانه و بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.
دهقانان و هرندی (۱۳۹۳)	بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با تاکید بر نقش میانجی انتقال دانش.	سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی موثرند.
یزدانی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم جو و ساختار سازمانی بر عملکرد نوآوری با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش و تعامل اجتماعی	تعامل اجتماعی بر عملکرد نوآوری تاثیر مثبت و معناداری داشته است ولی، مدیریت دانش بر عملکرد نوآورانه تاثیر مستقیم و معناداری ندارد.
پراجو و سوها (۲۰۰۳)	رابطه بین مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد نوآوری	مدیریت کیفیت فراگیر مستقیماً بر عملکرد نوآوری در سازمان ها تاثیر می گذارد.
سادیکوگلو و زهیر (۲۰۱۰)	بررسی رابطه بین شیوه های مدیریت کیفیت جامع و اندازه گیری عملکرد سازمان با فرض میانجی اثرات عملکرد کارکنان و عملکرد نوآورانه	پژوهش از فرض اینکه عملکرد کارکنان و عملکرد نوآورانه به عنوان متغیر میانجی بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد سازمان عمل میکنند حمایت کرده است.
زهیر و همکاران (۲۰۱۲)	اثر کارکردهای مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری	یافته ها ارتباط مثبت بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع، عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری را نشان داد.

۱۱-۲ پیشینه تحقیق انعطاف پذیری تولید

پیش بینی رابطه بین انعطاف در تولید و عملکرد سازمان حدود ۲۰ سال است که مورد بررسی قرار گرفته شده است. گرچه بسیاری از ادبیات در این زمینه این رابطه را مورد تایید قرار دادند، اما گاه نتایج متناقضی نیز بدست آمده است (وکرکا ۲۰۰۰).

۱۱-۱۱-۲ تحقیقات داخلی در حوزه انعطاف پذیری تولید

پژوهشی توسط خوش سیما و خریدار، با هدف بررسی تاثیر عناصر انعطاف پذیری تولید (یکپارچگی، استراتژی مدیریت تامین کننده و استراتژی انتخاب تامین کننده) بر عملکرد کسب و کار در بنگاه های تولیدی صنعت خودرو و کاشی و سرامیک انجام شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که دو صنعت مورد بررسی از یکدیگر مستقل نبوده و نتایج به هر دو گروه صنعتی قابل تعمیم است. این پژوهش، تاثیر استراتژی مدیریت تامین کننده، استراتژی انتخاب تامین کننده و یکپارچگی بر عملکرد کسب و کار را تایید می کند. در این دو صنعت تاثیر متغیر یکپارچگی بیشتر از دو متغیر دیگر و استراتژی مدیریت تامین کننده بیشتر از استراتژی انتخاب تامین کننده بر عملکرد کسب و کار معنادار می باشد (خوش سیما و خریدار ۱۳۹۳).

پورازبری و همکاران در پژوهشی در سال ۱۳۹۴، به بررسی تاثیر عدم اطمینان محیطی بر انعطاف پذیری تولید و همچنین عملکرد مالی شرکت پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان می دهد که انعطاف پذیری تولید می تواند به عنوان یک پاسخ دهنده موثر در برابر تغییرات محیطی عمل کند که آن نیز به نوبه خود عملکرد مالی بهتر شرکت را در پی دارد (پورازبری و همکاران ۱۳۹۴).

نابیسی^۱ و همکاران، در پژوهشی به بررسی تاثیر استراتژی انتخاب تامین کنندگان و نیز استراتژی مدیریت تامین کنندگان روی انعطاف پذیری تولید پرداختند. در این پژوهش، سه نوع انعطاف پذیری یعنی انعطاف پذیری محصول، انعطاف پذیری صدور و انعطاف پذیری حجم، بررسی شد. در نهایت به این نتیجه رسیدند که استراتژی های انتخاب و مدیریت تامین کنندگان به طور مستقیم با انعطاف پذیری محصول، حجم و صدور ارتباط دارد (نابیسی و همکاران ۲۰۰۵)

مینور^۲ در سال ۲۰۰۷ در مطالعه خود به این نتیجه رسید که بین انعطاف پذیری تولید و نوآوری محصول، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که این رابطه به نوبه خود، بر عملکرد سازمان نیز تاثیر می گذارد (مینور ۲۰۰۷).

تیپو و فانتزی^۳، در مطالعه ای به بررسی رابطه میان استراتژی زنجیره تامین، انعطاف پذیری و عملکرد در شرکت های کوچک پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که در زنجیره تامین، استراتژی روی انعطاف پذیری تاثیر دارد و همچنین انعطاف پذیری تولید روی عملکرد شرکت تاثیر مستقیم دارد (تیپو و فانتزی ۲۰۱۴).

با توجه به نتایج بررسی تحقیقات داخلی و خارجی، مشخص است که تاکنون تاثیر متغیرهای مسئولیت های اجتماعی و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی در صنعت خودرو سازی از جمله شرکت ایران خودرو مورد مطالعه نبوده است. با توجه به جایگاه و نقش بسیار مهم و پررنگ این صنعت در جامعه، ضرورت تحقیق حاضر نیز دوچندان می شود. لذا با توجه به اهمیت این موضوع، تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید، تعریف و انجام شده است.

1 .Ndubisi

2 . Menor

3 . Tipu & Fantazy

جدول ۲-۱۱: خلاصه پیشینه پژوهش متغیر انعطاف پذیری تولید

نام پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
خوش سیما و خریدار (۱۳۹۳)	بررسی تاثیر عناصر انعطاف پذیری تولید (یکپارچگی، استراتژی مدیریت تامین کننده و استراتژی انتخاب تامین کننده) بر عملکرد کسب و کار در بنگاه های تولیدی صنعت خودرو و کاشی و سرامیک	در این دو صنعت تاثیر متغیر یکپارچگی، بیشتر از دو متغیر دیگر و استراتژی مدیریت تامین کننده بیشتر از استراتژی انتخاب تامین کننده بر عملکرد کسب و کار معنادار می باشد.
پورازبری و همکاران (۱۳۹۴)	بررسی تاثیر عدم اطمینان محیطی بر انعطاف پذیری تولید و همچنین عملکرد مالی	انعطاف پذیری تولید می تواند به عنوان یک پاسخ دهنده موثر در برابر تغییرات محیطی عمل کند که آن نیز به نوبه خود عملکرد مالی بهتر شرکت را در پی دارد.
نابیسی و همکاران (۲۰۰۵)	بررسی تاثیر استراتژی انتخاب تامین کنندگان و نیز استراتژی مدیریت تامین کنندگان بر روی انعطاف پذیری تولید	استراتژی های انتخاب و مدیریت تامین کنندگان به طور مستقیم با انعطاف پذیری محصول، حجم و صدور ارتباط دارد.
مینور (۲۰۰۷)	بررسی رابطه انعطاف پذیری تولید و نوآوری محصول	بین انعطاف پذیری تولید و نوآوری محصول، رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد که این رابطه به نوبه خود، بر عملکرد سازمان نیز تاثیر می گذارد.
تیپو و فانتزی (۲۰۱۴)	بررسی رابطه میان استراتژی زنجیره تامین، انعطاف پذیری و عملکرد در شرکت های کوچک	در زنجیره تامین، استراتژی روی انعطاف پذیری تاثیر دارد و همچنین انعطاف پذیری تولید روی عملکرد شرکت تاثیر مستقیم دارد.

۲-۱۲ خلاصه فصل

در این فصل، ادبیات و پیشینه تحقیقات انجام شده در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمان، مدیریت کیفیت فراگیر، عملکرد سازمانی، عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید مورد بررسی قرار گرفت.

در ابتدا مفاهیم، تعاریف و ابعاد مربوط به هر یک از متغیرهای تحقیق تشریح شدند. سپس مجموعه ای از تحقیقات داخلی و بین المللی انجام شده در زمینه تحقیق حاضر آورده شد.

فصل سوم

روش تحقیق

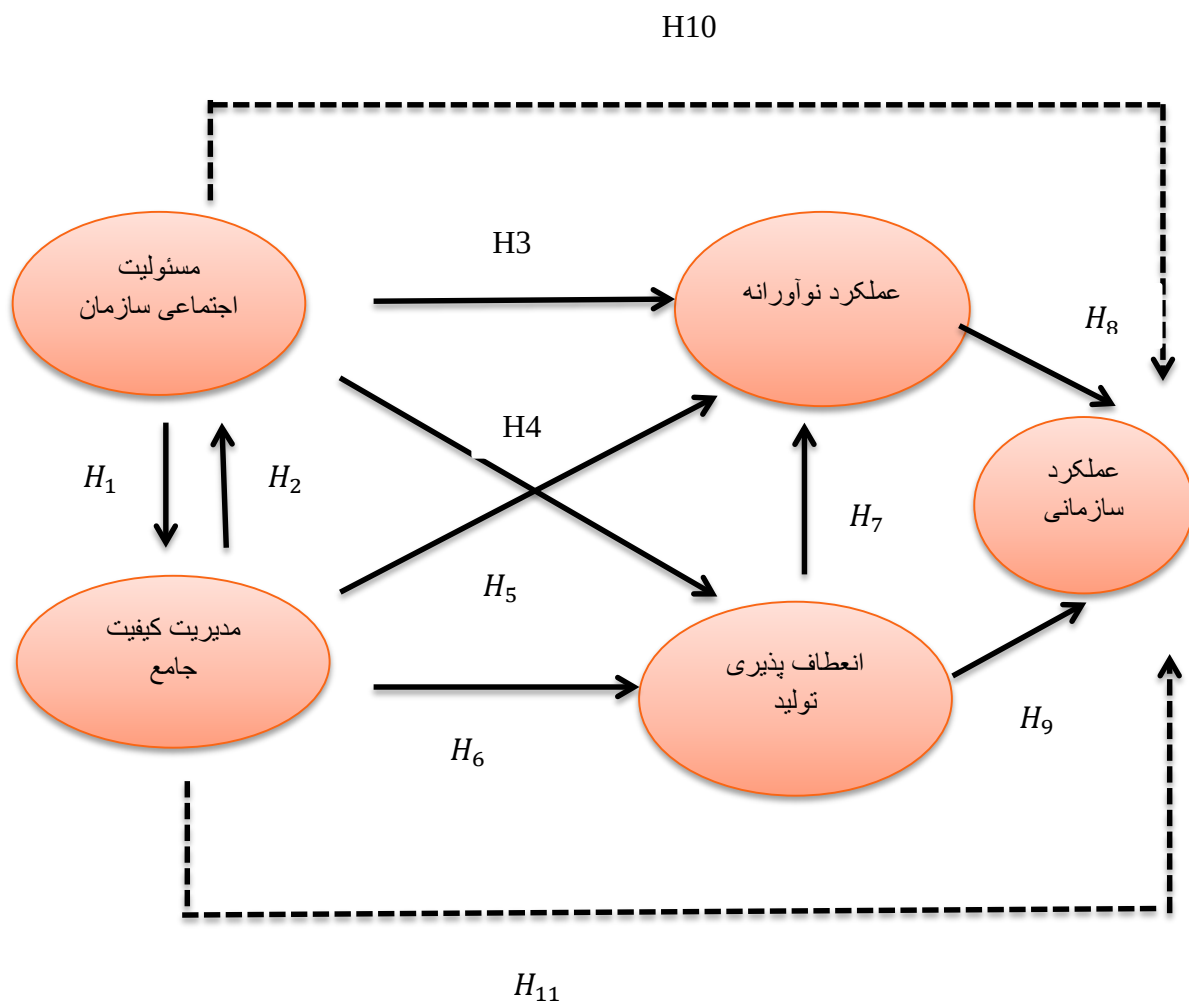
انتخاب روش یا روشهایی که بتواند به بهترین وجه خصوصیات و ویژگی های اطلاعات جمع آوری شده را تحلیل و گزارش نماید از اهمیت خاصی برخوردار است. شاید بتوان گفت که مهمترین بخش هر تحقیق را کار عملی و چگونگی جمع آوری اطلاعات و نحوه تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده تشکیل می دهد. نتایج تحقیق تا حد زیادی بستگی به نوع کاوش محقق برای دست یافتن به آن دارد. در این فصل با در نظر گرفتن هدف تحقیق، روش تحقیق مشخص شده و با انتخاب جامعه آماری و نمونه مشخص و توزیع پرسشنامه به جمع آوری اطلاعات پرداخته تا بتوان روابط بین متغیر های تحقیق را از دیدگاه شرکت کنندگان در مطالعه کشف و شناسایی کرد.

انواع روش تحقیق عمدتاً به دو دسته کلی شامل روش تحقیق بر حسب نوع استفاده (تحقیقات بنیادی، تحقیقات کاربردی و تحقیقات توسعه ای) و روش تحقیق بر حسب نحوه گردآوری داده ها (تحقیق تاریخی، تحقیق توصیفی، تحقیق پیمایشی، تحقیق میدانی، تحقیق کاربردی - نظری و مانند آن) تقسیم می شود. تحقیقات کاربردی با استفاده از زمینه و بستر شناختی و معلوماتی که از طریق تحقیقات بنیادی فراهم شده برای رفع نیازمندی های بشر و بهبود و بهینه سازی ابزارها، روش ها، اشیاء و الگوها در جهت توسعه رفاه و آسایش و ارتقای سطح زندگی انسان مورد استفاده قرار می گیرند.

در تحقیقات توصیفی محقق به دنبال چگونه بودن موضوع است و می خواهد بداند پدیده، متغیر، شیء، یا مطلب چگونه است. به عبارت دیگر، این تحقیق وضع موجود را بررسی می کند و به توصیف منظم و نظام دار وضعیت فعلی آن می پردازد و ویژگی ها و صفات آن را مطالعه و در صورت لزوم ارتباط بین متغیرها را بررسی می نماید (شریف زاده و همکاران ۱۳۹۲).

پژوهش حاضر از آن جهت که به بررسی و شناخت بیشتر روابط میان متغیرها در شرایط موجود می پردازد در دسته پژوهشهای توصیفی- پیمایشی قرار می گیرد. و از آن جهت که به بررسی رابطه بین متغیرها می پردازد از نوع پژوهشهای همبستگی و از نظر هدف کاربردی است.

مدل مفهومی پژوهش



شکل ۳-۱: مدل مفهومی پژوهش

در این مدل:

- مسئولیت اجتماعی سازمان بیانگر عملکردها، فرآیندهای سازمانی و تعهدات پذیرفته شده یک شرکت، در قبال اجتماع یا ذی نفعانش، می باشد (گالبرث^۱ ۲۰۱۲).
- مدیریت کیفیت فراگیر، فلسفه ای مدیریتی است که با بکارگیری روش های بهبود مستمر سعی در استفاده بهینه از فرصت های موجود و منابع در دسترس برای افزایش کیفیت با محور قرار دادن رضایت مشتری دارد (خاکسپیدی و همکاران ۱۳۹۴).
- عملکرد نوآورانه، اشاره به توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرایند ها، محصولات و خدمات جدید باشد، دارد (لطیفیان و مولوی ۱۳۹۳).
- انعطاف پذیری تولید، ظرفیت یک سیستم تولیدی برای تطابق موفق با شرایط محیطی در حال تغییر و مقتضیات فرآیند می باشد و اشاره به توانایی سیستم تولیدی برای مقابله با ناپایداری های ناشت گرفته از محیط دارد (پورازیری و همکاران ۱۳۹۴).
- عملکرد سازمان به معنی حصول نتایج خاص یا دستیابی به نتایج خاص از پیش تعیین شده برای شغل (نظیر درآمد)، از طریق انجام اقداماتی خاص به طوریکه مطابق با سیاست ها، رویه ها و شرایط محیط سازمانی باشد (حسینی امیری و همکاران، ۱۳۹۴).

۳-۴ جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه متخصصان، کارشناسان و خبرگان شرکت ایران خودرو شیراز است که تعداد آنان ۳۴۰ نفر می باشد.

ایران خودرو، با نام پیشین ایران ناسیونال یا به اختصار ikco (Iran khodro company) مهم ترین و بزرگترین شرکت خودرو سازی ایران و خاورمیانه است که در سال ۱۳۴۱ توسط برادران خیامی با

1. Galbreath

سرمایه مالی ۱۰۰ میلیون ریال بنیانگذاری شد. این شرکت انواع خودروهای سبک و سنگین را با همکاری شرکای خارجی یا به تنهایی مونتاژ می‌کند. ایران خودرو سالانه حدود ۵۵۰ هزار دستگاه خودرو تولید می‌نماید و به طور متوسط ۵۰ تا ۵۵ درصد تولید خودرو ایران را به طور دائم به خود اختصاص داده‌است. این شرکت علاوه بر سایت اصلی، در شهرهای مشهد، شیراز، تبریز، کرمانشاه و بابل نیز دارای پایگاه‌های تولید خودرو است. شرکت ایران خودرو فارس تولید کننده خودروی سواری پژو پارس توانست در دی ماه، ۱۳۹۵ رتبه نخست کیفیت را در بین تولیدکنندگان این خودرو از "شرکت بازرسی و کیفیت استاندارد ایران" ISQI دریافت نماید.

۳-۵ نمونه آماری

در این تحقیق جهت نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. از آنجایی که در تحقیق حاضر جامعه آماری مشخص و مقیاس داده ها از نوع کیفی هستند، جهت تعیین نمونه از جدول مورگان استفاده شده است که حداکثر نمونه مورد نیاز را بدست می‌دهد. با توجه به حجم جامعه آماری (۳۴۰ نفر) حجم نمونه ۱۸۱ حاصل گردید. تعداد ۲۲۰ پرسش نامه توزیع شد که در نهایت تعداد ۱۸۰ پرسش نامه قابل قبول به دست محقق رسید.

جدول ۳-۱: جدول نمونه گیری مورگان

S	N	S	N	S	N	S	N	S	N
338	2800	260	800	162	280	80	100	10	10
341	3000	265	850	165	290	86	110	14	15
246	3500	269	900	169	300	92	120	19	20
351	4000	274	950	175	320	97	130	24	25
351	4500	278	1000	181	340	103	140	28	30
357	5000	285	1100	186	360	108	150	32	35
361	6000	291	1200	181	380	113	160	36	40
364	7000	297	1300	196	400	118	180	40	45
367	8000	302	1400	201	420	123	190	44	50
368	9000	306	1500	205	440	127	200	48	55
373	10000	310	1600	210	460	132	210	52	60
375	15000	313	1700	214	480	136	220	56	65
377	20000	317	1800	217	500	140	230	59	70
379	30000	320	1900	225	550	144	240	63	75
380	40000	322	2000	234	600	148	250	66	80
381	50000	327	2200	242	650	152	260	70	85
382	75000	331	2400	248	700	155	270	73	90
384	100000	335	2600	256	750	159	270	76	95

۳-۶ ابزار گردآوری اطلاعات

برای جمع آوری اطلاعات روش‌های گوناگونی وجود دارد. انتخاب ابزار مناسب برای جمع آوری اطلاعات به ماهیت، هدف و روش تحقیق و همچنین به آزمون‌های آماری مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌های تحقیق بستگی دارد.

در این تحقیق اطلاعات به صورت زیر گردآوری گردید:

➤ روش کتابخانه‌ای

از این روش جهت جمع آوری اطلاعات در زمینه ادبیات و پیشینه تحقیق استفاده گردید. به این ترتیب که با مطالعه کتاب‌ها و مقالات و تحقیقات دیگر پژوهشگران، اطلاعات مورد نیاز گردآوری گردید.

➤ پرسشنامه

برای جمع آوری داده های مربوط به فرضیه ها از پرسش نامه کتبی استفاده گردید. پرسشنامه حاوی تعدادی سوال درباره متغیرهای مورد سنجش از جامعه مورد مطالعه است. این سوالات با استفاده از تکنیک های خاص و نیز مقیاس ها به گونه ای ساخته می شود که بتوان اطلاعات مورد نظر را از جامعه یا نمونه مورد مطالعه گردآوری کرد. پرسشنامه تحقیق حاضر از ۶ بخش تشکیل شده است، بخش اول مربوط به متغیرهای جمعیت شناختی از جمله جنس، سن، مدرک تحصیلی، عنوان شغلی و سابقه خدمت است. بخش دوم مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، بخش سوم مدیریت کیفیت فراگیر، بخش چهارم عملکرد سازمان، بخش پنجم عملکرد نوآورانه و بخش ششم مربوط به انعطاف پذیری تولید می باشد.

برای طراحی پرسش نامه مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن از پرسش نامه مسئولیت اجتماعی کارل با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد کمک گرفته شد. این پرسش نامه حاوی ۲۵ سوال با ۴ بعد: اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه می باشد.

برای طراحی پرسش نامه مدیریت کیفیت فراگیر و ابعاد آن از پرسش نامه داخلی در این زمینه با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد کمک گرفته شد. این پرسش نامه حاوی ۲۱ سوال با ۴ بعد: حمایت مدیران ارشد، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و تمرکز بر مشتریان می باشد.

برای طراحی پرسش نامه عملکرد سازمان و ابعاد آن از پرسش نامه مالتیک با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد کمک گرفته شد. این پرسش نامه حاوی ۱۹ سوال با ۵ بعد: عملکرد مالی و بازار، عملکرد کیفیت، عملکرد نوآوری، عملکرد زیست محیطی و عملکرد اجتماعی می باشد.

برای طراحی پرسش نامه عملکرد نوآورانه و ابعاد آن از پرسش نامه هوانگ و لی با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم کمک گرفته شد. این پرسش نامه حاوی ۷ سوال با ۲ بعد: نوآوری اجرایی و نوآوری فنی می باشد.

برای طراحی پرسش نامه انعطاف پذیری تولید و ابعاد آن از پرسش نامه خارجی در این زمینه با طیف ۵ گزینه ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم کمک گرفته شد. این پرسش نامه حاوی ۱۴ سوال با ۴ بعد: انعطاف پذیری حجم تولید، انعطاف پذیری تنوع، انعطاف پذیری فرآیند و انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات می باشد.

۳-۷ اعتبار یا روایی تحقیق

مفهوم اعتبار به این سؤال پاسخ می دهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می سنجد. بدون آگاهی از اعتبار ابزار اندازه گیری نمی توان به دقت داده های حاصل از آن اطمینان داشت. ابزار اندازه گیری ممکن است برای اندازه گیری یک خصیصه ویژه دارای اعتبار باشد، در حالی که برای سنجش خصیصه دیگری بر روی جامعه دیگر از هیچ گونه اعتباری برخوردار نباشد.

در این تحقیق برای افزایش اعتبار پرسش نامه اقدامات زیر صورت گرفته است:

➤ پرسش نامه مسئولیت اجتماعی سازمان، از پرسش نامه استاندارد و معروف با ابعاد ۴ گانه کارول می باشد که در بیشتر پژوهش های مربوط به CSR، توسط پژوهشگران مورد استفاده قرار گرفته است.

➤ پرسش نامه مدیریت کیفیت جامع با ۴ بعد استاندارد می باشد و در تحقیقات داخلی توسط پژوهشگران مورد استفاده قرار گرفته است.

➤ پرسشنامه عملکرد سازمان با ۵ بعد، توسط پژوهشگر معروف به نام مالتیک طراحی و تدوین شده است.

➤ پرسش نامه عملکرد نوآورانه با ۲ بعد، توسط پژوهشگران معروف به نام هوانگ و لی طراحی و تدوین شده است.

➤ پرسش نامه انعطاف پذیری تولید برگرفته از مقاله معتبر با زبان لاتین میباشد که با کمک استاد

راهنما به زبان فارسی ترجمه گردید.

➤ جهت ارزیابی روایی تمامی پرسشنامه‌ها از روایی محتوایی استفاده شده و طبق نظر خبرگان

(استاد راهنما، استاد مشاور و مدیران جامعه هدف) تایید شده است.

طبق جدول ۳-۷ مقادیر AVE نیز نشان دهنده‌ی واریانس توسعه یافته می‌باشد که به منظور بررسی روایی همگرایی پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این معنا که نشان‌گرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم آوردند. به عبارت ساده‌تر هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آنها به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. اگر مقدار AVE بالاتر از ۰,۵ باشد قابل قبول می‌باشد، که طبق جدول (۳-۷) مشخص می‌شود که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰,۵ هستند در نتیجه روایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق حاضر مورد تأیید است.

۳-۸ اعتماد یا پایایی تحقیق

هدف و منظور از سنجش پایایی و ثبات پرسشنامه این است که در زمانها و مکانهای مختلف قابلیت استفاده داشته باشد. در واقع پژوهشی پایا است که ابزار اندازه‌گیری آن معتبر باشد و چنانچه این پژوهش توسط فرد دیگر یا همان پژوهشگر دوباره در زمانها و مکانهای دیگر انجام بشود به همان نتایج مشابه بتوان دست یافت. در این پژوهش جهت بررسی پایایی از مقادیر CR و آلفای کرونباخ استفاده شده است و لازمه‌ی تأیید پایایی، بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار ۰,۷ می‌باشد. تمامی این ضرایب در جدول ۳-۷ بالاتر از مقدار ۰,۷ می‌باشد که نشان از پایا بودن ابزار اندازه‌گیری دارد. همچنین کرونباخ ضریب پایایی ۰,۴۵ را کم، ۰,۷۵ را متوسط و قابل قبول و ضریب ۰,۹۵ را زیاد پیشنهاد کرده است.

جدول ۳-۲: پایایی و روایی متغیرهای اصلی مدل پیشنهادی تحقیق

متغیر	تعداد سوالات	آلفای کرونباخ	AVE	CR
مدیریت کیفیت جامع	۲۱	۰,۸۱۰	۰,۵۱۲	۰,۸۴۵
مسئولیت اجتماعی سازمان	۲۵	۰,۸۴۶	۰,۵۲۲	۰,۸۷۲
عملکرد نوآورانه	۷	۰,۸۲۲	۰,۵۱۶	۰,۷۵۵
انعطاف پذیری تولید	۱۴	۰,۸۳۶	۰,۵۲۰	۰,۸۳۶
عملکرد سازمانی	۱۹	۰,۹۳۴	۰,۶۱۲	۰,۸۹۷

همانطور که جدول بالا نشان می دهد می توان گفت که ، پرسش نامه های فوق از اعتبار کافی برخوردار می باشد، بدین معنی که پاسخ های داده شده ناشی از شانس و تصادف نبوده، بلکه به خاطر اثر متغیری می باشد که مورد آزمون قرار گرفته است.

۳-۹ روش تجزیه و تحلیل داده ها

بخش اول پرسشنامه مربوط به متغیرهای جمعیت شناختی می باشد که با استفاده از آمار توصیفی و استفاده از نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار می گیرد.

جهت بررسی تاثیر همزمان متغیرهای پژوهش بر یکدیگر و اندازه گیری اثرات مستقیم و غیر مستقیم آنها بر یکدیگر، از تکنیک معادلات ساختاری در نرم افزار smart pls 2 استفاده شده است.

۳-۱۰ خلاصه فصل

هدف این فصل بررسی روش ها و آزمون های آماری مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها و فرضیات تحقیق است. مفاهیم مربوط به روش تحقیق در این فصل بصورت تفصیلی تشریح شد و سپس در ادامه روایی یا پایایی متغیرها مورد بررسی قرار گرفت.

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل داده ها

پژوهشگر پس از این که روش تحقیق خود را مشخص کرد و با استفاده از ابزارهای مناسب، داده های مورد نیاز را برای آزمون فرضیه های خود جمع آوری کرد، اکنون نوبت آن است که با بهره گیری از تکنیک های آماری مناسبی که با روش تحقیق، نوع متغیرها و ... سازگاری دارد، داده های جمع آوری شده را دسته بندی و تجزیه و تحلیل نماید و در نهایت فرضیه هایی را که تا این مرحله او را در تحقیق هدایت کرده اند در بوته آزمون قرار دهد و تکلیف آن ها را روشن کند و سرانجام بتواند راه حل و پاسخی برای پرسش تحقیق بیابد. فرآیند تجزیه و تحلیل داده ها فرآیندی چند مرحله ای است که طی آن داده هایی که از طریق بکارگیری ابزارهای جمع آوری در جامعه (نمونه) آماری فراهم آمده اند خلاصه، کدبندی، دسته بندی و در نهایت پردازش می شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل ها و ارتباط بین این داده ها به منظور آزمون فرضیه ها فراهم آید. در این فصل، ابتدا نتایج بصورت یافته های توصیفی مربوط به ویژگی های جمعیت شناختی پژوهش و سپس نتایج استنباطی داده ها که همان به آزمون گذاشتن فرضیه ها می باشد، مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت.

۴-۲ یافته های توصیفی

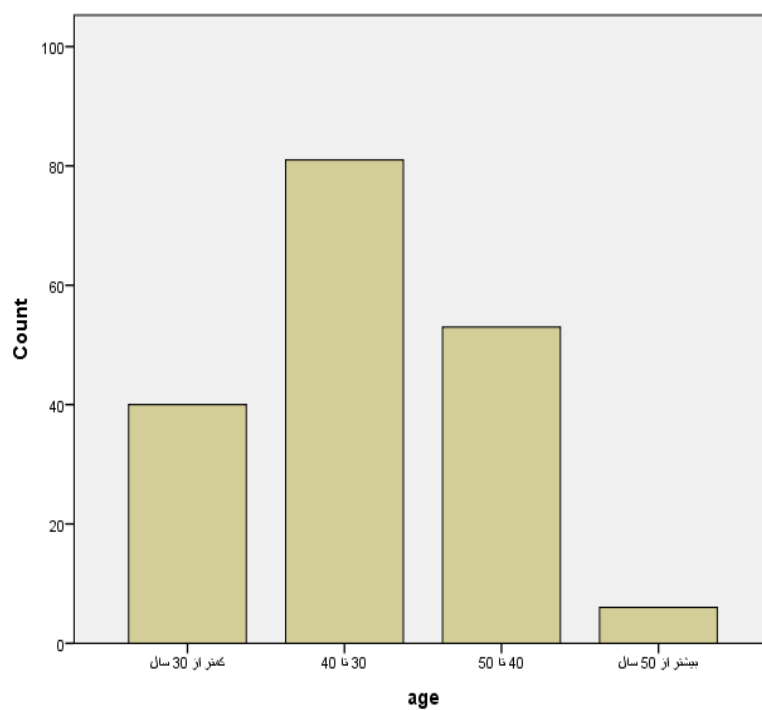
۴-۲-۱ وضعیت توصیفی اطلاعات جمعیت شناختی

این یافته ها براساس سن، میزان تحصیلات، عنوان شغلی و سابقه کاری کارکنان شرکت ایران خودرو می باشد که به صورت جدول و نمودار قابل نمایش است، از آنجایی که تمامی پاسخ دهندگان مرد می باشند ذکر جنسیت به عنوان متغیر بی معنا می باشد.

توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن

جدول ۴-۱: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن

سن	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۳۰ سال	۴۰	۲۲,۲
بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۸۱	۴۵
بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۵۳	۲۹,۴
بیشتر از ۵۰ سال	۶	۳,۳
جمع	۱۸۰	۱۰۰

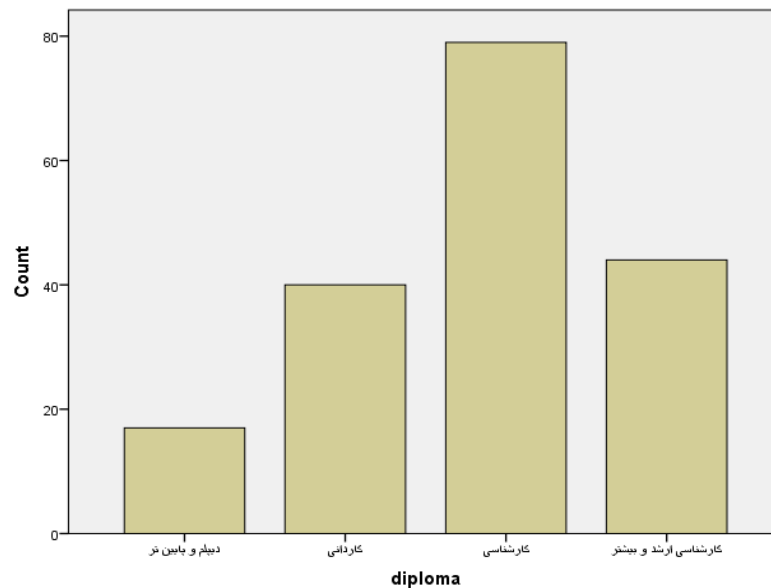


نمودار ۴-۱: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن

طبق اطلاعات جدول و نمودار ۴-۱: بیشترین فراوانی مربوط به سن ۳۰ تا ۴۰ سال با درصد ۴۵ و کمترین فراوانی مربوط به سن بیشتر از ۵۰ سال با درصد ۳,۳ می باشد.

جدول ۴-۲: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی

مدرک تحصیلی	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و پایین تر	۱۷	۹,۴
کاردانی	۴۰	۲۲,۲
کارشناسی	۷۹	۴۳,۹
کارشناسی ارشد و بالاتر	۴۴	۲۴,۴
جمع	۱۸۰	۱۰۰

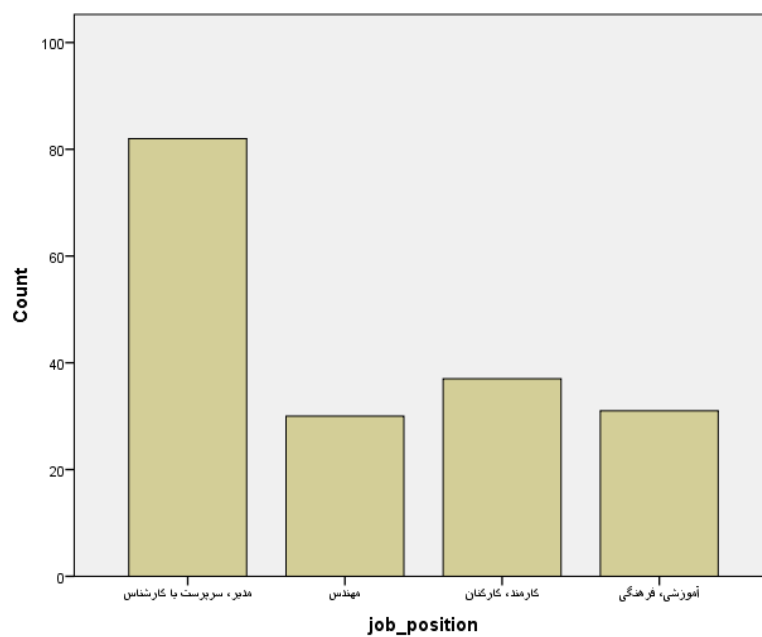


نمودار ۴-۲: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی

طبق اطلاعات جدول و نمودار ۴-۲: بیشتر پاسخ دهندگان داراک مدرک کارشناسی بوده (۴۳,۹ درصد) و مدرک تحصیلی دیپلم و پایین تر کمترین پاسخ را داده اند (۹,۴ درصد).

جدول ۳-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب عنوان شغلی

عنوان شغلی	فراوانی	درصد فراوانی
مدیر، سرپرست یا کارشناس	۸۲	۴۵,۶
مهندس	۳۰	۱۶,۷
کارمند و کارکنان	۳۷	۲۰,۶
آموزش و فرهنگی	۳۱	۱۷,۲
جمع	۱۸۰	۱۰۰

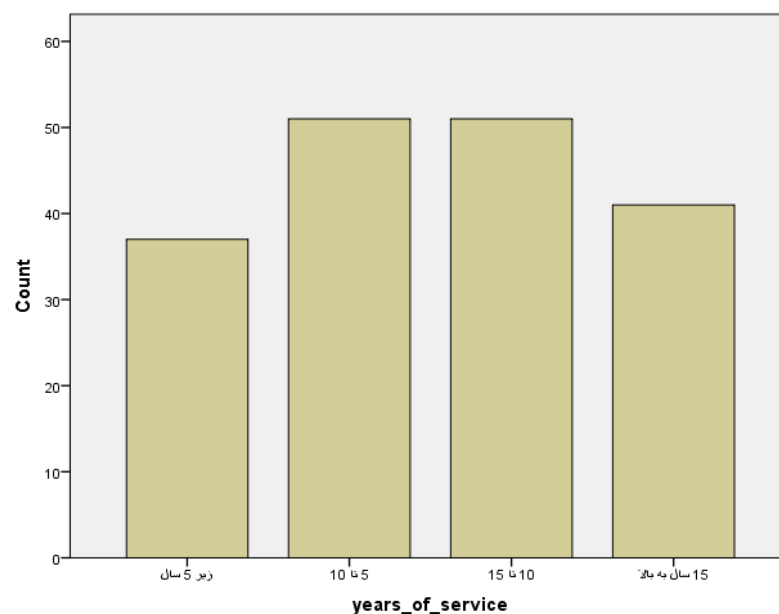


نمودار ۳-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب عنوان شغلی

طبق اطلاعات جدول و نمودار ۳-۴: کارشناس، سرپرست و مدیر با ۸۲ درصد بیشترین پاسخ را به خود اختصاص داده اند و مهندسان با ۱۶,۷ درصد کمترین پاسخ را به خود اختصاص داده اند.

جدول ۴-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه کاری

سابقه کاری	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۵ سال	۳۷	۲۰,۶
۵ تا ۱۰ سال	۵۱	۲۸,۳
۱۰ تا ۱۵ سال	۵۱	۲۸,۳
۱۵ سال و بیشتر	۴۱	۲۲,۸
جمع	۱۸۰	۱۰۰



نمودار ۴-۴: توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه کاری

طبق اطلاعات جدول و نمودار ۴-۴: افراد با سابقه کاری ۵ تا ۱۰ سال و ۱۰ تا ۱۵ سال با درصد فراوانی یکسان (۲۸,۳ درصد)، بیشترین پاسخ را داده اند و افراد با سابقه کاری زیر ۵ سال دارای کمترین درصد فراوانی (۲۰,۶) می باشند.

۴-۲-۲ وضعیت توصیفی متغیرها

جدول ۴-۵ وضعیت توصیفی متغیرها را در جامعه بررسی می کند. با توجه به طیف ۵ گزینه ای لیکرت این تحقیق، متغیرهایی که میانگین بیشتر از ۳ داشته باشند می توان گفت در وضعیت مطلوبی می باشند

و ارزیابی پاسخ‌دهندگان از این متغیر بیشتر از حد متوسط می‌باشد اما شاخص‌هایی که میانگین کمتر از ۳ داشته باشند نامطلوب ارزیابی شده اند. طبق جدول ۴-۱ تمامی مقادیر مربوط به میانگین متغیرها بیشتر از ۳ می‌باشد که نشان دهنده‌ی وضعیت مطلوب ارزیابی پاسخ‌دهندگان می‌باشد. بیشترین مقدار میانگین مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی سازمان (۴,۵۳۱۲) و کمترین مقدار میانگین مربوط به انعطاف پذیری تولید (۴,۳۳۵۸) می‌باشد. همچنین متغیر عملکرد نوآورانه دارای کمترین مقدار انحراف استاندارد (۰,۶۱۲۵) و متغیر مسئولیت اجتماعی سازمان با مقدار (۰,۶۲۹۰) بیشترین مقدار انحراف استاندارد را دارا می‌باشد.

جدول ۴-۵: میانگین و انحراف استاندارد مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	مینیمم	ماکسیمم	میانگین	انحراف استاندارد
مدیریت کیفیت جامع	۲,۳۸	۴,۴۱	۴,۴۱۲۶	۰,۶۱۴۱
مسئولیت اجتماعی سازمان	۲,۵۷	۴,۲۸	۴,۵۳۱۲	۰,۶۲۹۰
عملکرد نوآورانه	۲,۶۳	۴,۷۲	۴,۳۶۲۷	۰,۶۱۲۵
انعطاف پذیری تولید	۲,۶۷	۴,۴۶	۴,۳۳۵۸	۰,۶۱۶۸
عملکرد سازمانی	۲,۳۸	۴,۴۲	۴,۵۲۸۴	۰,۶۱۳۲

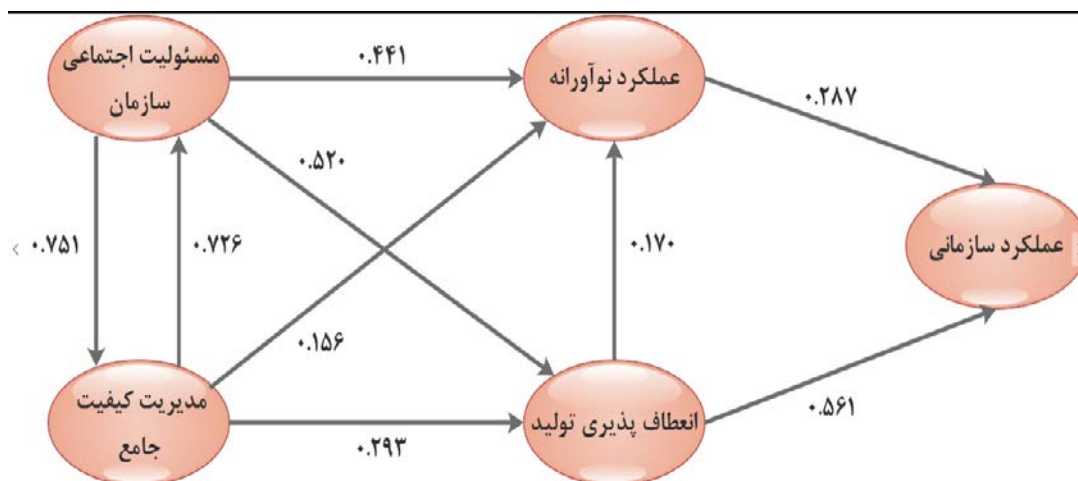
۴-۳ یافته های استنباطی

➤ ضرایب مسیر (بارهای عاملی)

ضریب مسیر عددی بین ۱- تا ۱+ است و بیان کننده اثر مستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر است و هرچه مقدارش بیشتر باشد اثر پیش‌بینی متغیرهای پنهان، بزرگتر از متغیرهای وابسته خواهد بود. اگر ضریب مسیر برابر با صفر شود، نشان دهنده‌ی نبود رابطه‌ی علی خطی بین دو متغیر پنهان است. همچنین باید گفت که اگر مقدار ضریب مسیر بین متغیر مکنون مستقل و متغیر مکنون وابسته مثبت باشد نتیجه می‌گیریم که با افزایش متغیر مستقل شاهد افزایش در متغیر وابسته خواهیم بود. و بالعکس اگر مقدار

ضریب مسیر بین متغیر مکنون مستقل و متغیر مکنون وابسته منفی باشد نتیجه می گیریم که با افزایش متغیر مستقل شاهد کاهش در متغیر وابسته خواهیم بود.

شکل ۴-۱ ضریب مسیر هر یک از فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی را نشان می دهد.

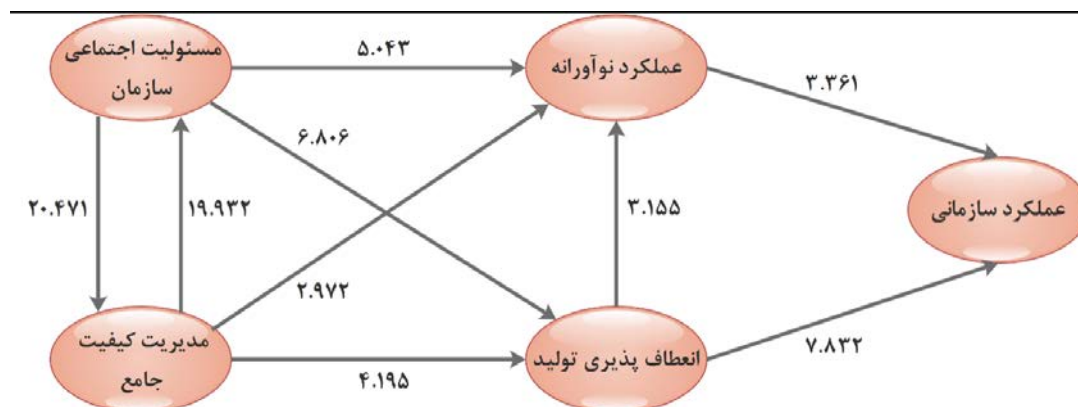


شکل ۴-۱: ضریب مسیر فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق

➤ مقدار آماره t

جهت ارزیابی و سنجش معنادار بودن ضرایب مسیر، معناداری مقدار آماره‌ی t برای هر ضریب مسیر باید در نظر گرفته شود. مقدار آماره t در واقع ملاک اصلی تایید یا رد فرضیات است. اگر این مقدار به ترتیب از ۱,۶۴، ۱,۹ و ۲,۵۸ بیشتر باشد نتیجه می گیریم که آن فرضیه در سطوح ۹۰، ۹۵ و ۹۹ درصد تایید می شود. شکل ۴-۲ آزمون آماره t هر یک از فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی را نشان

می دهد.



شکل ۴-۲: آماره آزمون t فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق

۴-۳-۱ آزمون فرضیه‌ها

با توجه به جدول ۴-۶ تحلیل عاملی تأییدی هر یک از فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی پژوهش را می‌توان مورد بررسی قرار داد.

جدول ۴-۶: آماره آزمون t فرضیه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	آماره آزمون t	وضعیت
۱	مسئولیت اجتماعی سازمان - مدیریت کیفیت جامع	۰,۷۵۱	۲۰,۴۷۱	قابل قبول
۲	مدیریت کیفیت جامع - مسئولیت اجتماعی سازمان	۰,۷۲۶	۱۹,۹۳۲	قابل قبول
۳	مسئولیت اجتماعی سازمان - عملکرد نوآورانه	۰,۴۴۱	۵,۰۴۳	قابل قبول
۴	مسئولیت اجتماعی سازمان - انعطاف پذیری تولید	۰,۵۲۰	۶,۸۰۶	قابل قبول
۵	مدیریت کیفیت جامع - عملکرد نوآورانه	۰,۱۵۶	۲,۹۷۲	قابل قبول
۶	مدیریت کیفیت جامع - انعطاف پذیری تولید	۰,۲۹۳	۴,۱۹۵	قابل قبول
۷	انعطاف پذیری تولید - عملکرد نوآورانه	۰,۱۷۰	۳,۱۵۵	قابل قبول

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	آماره آزمون t	وضعیت
۸	عملکرد نوآورانه - عملکرد سازمانی	۰,۲۸۷	۳,۳۶۱	قابل قبول
۹	انعطاف پذیری تولید - عملکرد سازمانی	۰,۵۶۱	۷,۸۳۲	قابل قبول

➤ فرضیه اول: بین مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع رابطه معناداری وجود دارد.

در سطح معناداری ۰,۰۵، مقدار آماره آزمون t باید بالاتر از ۱,۹۶ باشد تا قابل قبول باشد. برای فرضیه اول، ضریب مسیر استاندارد میان مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع ۰,۷۵۱ است که معنادار می‌باشد ($\rho = 0.05$ $\beta = 0.751$)، و مقدار آماره t نیز ۲۰,۴۷۱ است که از ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه اول قابل قبول است.

➤ فرضیه دوم: بین مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان رابطه معناداری وجود دارد.

برای فرضیه دوم، ضریب مسیر استاندارد بین مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان معنادار است.

($\rho = 0.05$ $\beta = 0.726$) و مقدار آماره t، ۱۹,۹۳۲ می‌باشد که بزرگتر از ۱,۹۶ است، در نتیجه فرضیه دوم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه سوم: بین مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد نوآورانه معنادار است.

($\beta = 0.441$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t ، ۵,۰۴۳ می‌باشد که بزرگتر از ۱,۹۶ است، در نتیجه فرضیه سوم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه چهارم: بین مسئولیت اجتماعی سازمان و انعطاف پذیری تولید رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مسئولیت اجتماعی سازمان و انعطاف پذیری تولید معنادار می‌باشد

($\beta = 0.520$ $\rho = 0.05$) و آماره t مربوط به این دو متغیر نیز ۶,۸۰۶ است که بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، در نتیجه فرضیه چهارم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه پنجم: بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه معنادار می‌باشد

($\beta = 0.156$ $\rho = 0.05$) و آماره t مربوط به این دو متغیر نیز ۲,۹۷۲ است که بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، در نتیجه فرضیه پنجم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه ششم: بین مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می‌باشد ($\beta = 0.293$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۴,۱۹۵ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه هفتم: بین انعطاف پذیری تولید و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می‌باشد ($\beta = 0.170$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۳,۱۵۵ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه هشتم: بین عملکرد نوآورانه و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می‌باشد ($\rho = 0.05$ $\beta = 0.287$) و مقدار آماره t نیز ۳,۳۶۱ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است.

➤ فرضیه نهم: بین انعطاف پذیری تولید و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می‌باشد ($\rho = 0.05$ $\beta = 0.561$) و مقدار آماره t نیز ۷,۸۳۲ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است.

با توجه به جدول ۴-۶ و توضیحات ارائه شده، به این نتیجه دست می‌یابیم که تمامی فرضیه‌های اصلی تحقیق حاضر مورد پذیرش قرار گرفته است.

۴-۳-۲ آزمون سوئل

این آزمون جهت معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر می‌باشد و به ارزیابی فرضیات مربوط به متغیرهای میانجی می‌پردازد. در سطح معناداری ۰,۰۵ اگر مقدار بدست آمده حاصل از تجزیه و تحلیل این آزمون بالاتر از ۱,۹۶ باشد فرضیه معنادار و مورد قبول واقع می‌شود. تمامی فرضیات مربوط به متغیرهای میانجی در مدل پیشنهادی نیز مورد قبول واقع شده‌اند که مقادیر آماره‌های این فرضیات در جدول ۴-۷ قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۴-۷: آماره‌های آزمون سوبل مربوط به متغیرهای میانجی

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر (OS)	انحراف استاندارد (STERR)	آماره آزمون سوبل (Sobel Test)	وضعیت
۱۰	مسئولیت اجتماعی سازمان - عملکرد نوآورانه	۰,۴۴۰۸	۰,۰۸۶۰	-	-
	عملکرد نوآورانه - عملکرد سازمانی	۰,۲۸۶۸	۰,۰۶۸۲	-	-
	مسئولیت اجتماعی سازمان - عملکرد سازمانی	-	-	۳,۲۵۱۰	قابل قبول
۱۱	مدیریت کیفیت جامع - انعطاف پذیری تولید	۰,۲۹۲۶	۰,۰۷۲۲	-	-
	انعطاف پذیری تولید - عملکرد سازمانی	۰,۵۶۰۷	۰,۰۳۹۹	-	-
	مدیریت کیفیت جامع - عملکرد سازمانی	-	-	۳,۸۹۳۹	قابل قبول

۴-۳-۳ رگرسیون (ماتریس همبستگی)

این ماتریس به دنبال رابطه بین چندین متغیر می‌باشد. در حقیقت می‌توان فرضیه‌های ذکر شده را با بررسی ضریب همبستگی بین متغیرهای مذکور بررسی کرد. رگرسیون قدرت روابط میان متغیرهای مدل ارائه شده را بیان می‌کند و به بررسی رابطه خطی بین متغیرها می‌پردازد. لازم به یادآوری است که ضریب همبستگی شاخص آماری برای نشان دادن شدت و حدود همبستگی می‌باشد. روی قطر اصلی این ماتریس عدد یک واقع شده است، به این منظور که هر متغیر با خودش همبستگی کامل دارد.

نتایج آزمون همبستگی و حداقل مربعات جزئی این مسأله را تأیید می‌کند که متغیرهایی که در این مدل پیشنهاد کردیم با یکدیگر همبستگی و ارتباط معناداری دارند که این مسأله صحت مدل پیشنهادی را بیان می‌کند. طبق جدول ۴-۸ و با توجه به مقادیر بدست آمده، بیشترین مقدار بدست آمده مربوط به رابطه میان متغیرهای مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید (۰,۹۳۹۹) می‌باشد که نشان دهنده‌ی رابطه قوی میان این دو متغیر است و همچنین کمترین مقدار مربوط به رابطه میان متغیرهای عملکرد نوآورانه و عملکرد سازمانی (۰,۷۳۹۹) می‌باشد.

جدول ۴-۸: ماتریس همبستگی متغیرهای اصلی پژوهش

OP	PF	IP	TQM	CSR	
				۱,۰۰۰۰	CSR
			۱,۰۰۰۰	۰,۷۵۰۷	TQM
		۱,۰۰۰۰	۰,۷۵۷۶	۰,۸۴۰۱	IP
	۱,۰۰۰۰	۰,۸۲۴۷	۰,۹۳۹۹	۰,۸۲۴۷	PF
۱,۰۰۰۰	۰,۸۴۴۴	۰,۷۳۹۹	۰,۷۸۷۴	۰,۷۴۵۹	OP
۰,۹۱۱۶	۰,۹۲۲۸	۰,۹۶۳۴	۰,۹۰۲۷	۰,۹۸۴۸	ضریب تعیین (R ²)

۴-۴ برازش مدل کلی

جهت برازش مدل کلی پژوهش از معیار (GOF^۱)، استفاده می شود و به صورت زیر محاسبه میگردد که توسط تننهاوس و همکارانش^۲ در سال ۲۰۰۴ ابداع گردید.

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times R^2} \quad (۴-۱)$$

طوری که $\overline{Communalities}$ نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه است و R^2 مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه های درون زای مدل است.

وتزلس و همکارانش^۳ سه مقدار ۰/۰۱ ، ۰/۲۵ ، ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی نموده اند.

مقدار GOF مدل برابر است با :

$$GOF = \sqrt{5364 \times 93706} = \sqrt{5026} = 7089 \quad (۴-۱)$$

حاصل شدن ۰/۷۰۸۹ برای GOF نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. به این معنی که مدل از لحاظ علمی قابل قبول است.

^۱ . Goodness Of Fit

^۲ .Tenenhaus et al

^۳ .Wetzels et al

در این فصل ابتدا ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان مورد بررسی قرار گرفت. سپس در ادامه با استفاده از تعیین ضریب مسیر، تاثیر متغیرها بر یکدیگر مورد سنجش قرار گرفت که این مقدار در رابطه بین تمامی متغیرها مثبت بوده. از آماره t برای تایید یا رد فرضیات مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش و از آزمون سوبل جهت ارزیابی فرضیات مربوط به متغیرهای میانجی استفاده شد که تمامی فرضیه‌های مربوط به متغیرهای اصلی و متغیرهای میانجی در مدل پیشنهادی مورد قبول واقع شدند. از ماتریس همبستگی برای نشان دادن قدرت روابط میان متغیرهای مدل ارائه شده استفاده شد که نتایج نشان داد بیشترین مقدار بدست آمده مربوط به رابطه میان متغیرهای مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید می‌باشد و همچنین کمترین مقدار مربوط به رابطه میان متغیرهای عملکرد نوآورانه و عملکرد سازمانی می‌باشد. در نهایت از معیار GOF جهت تعیین برازش کلی مدل استفاده گردید که قوی بودن مدل کلی پژوهش مورد تایید قرار گرفت.

فصل پنجم

نتیجه گیری و پیشنهادات

ارزش هر تحقیق یا پژوهش به نتایج یا یافته هایی است که آن تحقیق ارائه می کند. همانطور که قبلاً گفته شد هدف این تحقیق بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمان با نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید در صنعت خودرو می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه متخصصان، کارشناسان و خبرگان صنعت ایران خودرو شیراز میباشد که تعداد این افراد ۳۴۰ نفر بوده. جهت تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد. با توجه به حجم جامعه آماری، حجم نمونه ۱۸۱ حاصل گردید که در نهایت نیز از ۲۲۰ پرسش نامه توزیع شده، ۱۸۰ پرسش نامه به دست محقق رسید. در مرحله بعد جهت تجزیه و تحلیل داده های مربوط به متغیرهای جمعیت شناختی و نتایج مربوط به آمار توصیفی از نرم افزار Spss و جهت دستیابی به نتایج استنتاجی و قبول یا رد فرضیه های پژوهش از نرم افزار Smart Pls استفاده شد، آزمون های مورد نظر بر روی داده ها صورت گرفت و نتایج زیر بدست آمد.

۵-۲ تحلیل نتایج تحقیق

در این تحقیق به منظور معنادار بودن روابط میان متغیرها، از ضریب مسیر، جهت بررسی فرضیات اصلی تحقیق از آزمون آماره t و جهت ارزیابی فرضیات مربوط به متغیرهای میانجی از آزمون سوبل و نهایتاً جهت نشان دادن شدت و حدود همبستگی میان متغیرهای مدل، از ضریب همبستگی استفاده گردید. سپس از روی تجزیه و تحلیل داده ها، به رد یا قبول فرضیه ها اقدام شد و نتایج ذیل حاصل گردید.

۵-۲-۱ نتایج حاصل از آزمون فرضیه های مربوط به متغیر های اصلی پژوهش

➤ **فرضیه اول:** بین مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع رابطه معناداری وجود دارد.

همانطور که در فصل چهارم بیان شد، برای فرضیه اول، ضریب مسیر استاندارد میان مسئولیت اجتماعی سازمان و مدیریت کیفیت جامع ۰,۷۵۱ است که معنادار می باشد ($\rho = 0.05$ $\beta = 0.751$)، و

مقدار آماره t نیز ۲۰,۴۷۱ است که از ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه اول قابل قبول است. نتایج آزمون همبستگی نیز مقدار ۰,۷۵۰۷ را نشان می‌دهد پس می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر مثبت و معناداری بر مدیریت کیفیت جامع دارد. در واقع افزایش (کاهش) مسئولیت اجتماعی سازمان باعث افزایش (کاهش) مدیریت کیفیت جامع می‌شود. این بدان معنی است که مسئولیت پذیر بودن سازمان در برابر جامعه می‌تواند تاثیر بسزایی در ارتقای مدیریت کیفیت فراگیر سازمان داشته باشد. مسئولیت اجتماعی سازمان بیانگر عملکردها، فرایندهای سازمانی و تعهدات پذیرفته شده یک سازمان در قبال اجتماع یا ذی نفعانش می‌باشد. در نتیجه به سازمان ایران خودرو پیشنهاد می‌شود که برای ارتقاء برنامه های TQM، در جهت بالا بردن مسئولیت اجتماعی سازمان تلاش کند.

➤ **فرضیه دوم:** بین مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان رابطه معناداری وجود دارد.

برای فرضیه دوم، ضریب مسیر استاندارد بین مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان معنادار است. ($\beta = 0.726$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t ، ۱۹,۹۳۲ می‌باشد که بزرگتر از ۱,۹۶ است، در نتیجه فرضیه دوم نیز قابل قبول است. نتایج آزمون همبستگی مربوط به فرضیه اول که مقدار ۰,۷۵۰۷ به دست آمده نیز برای فرضیه دوم صادق است و نشان می‌دهد که مدیریت کیفیت فراگیر نیز تاثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت اجتماعی سازمان دارد. مدیریت کیفیت فراگیر فلسفه مدیریتی است که با بکارگیری روش های بهبود مستمر سعی در استفاده بهینه از فرصت های موجود و منابع در دسترس برای افزایش کیفیت با محور قرار دادن رضایت مشتری دارد. بنابراین سازمان ایران خودرو با پیاده سازی و ارتقاء TQM، می‌تواند مسئولیت پذیری سازمان در برابر جامعه را افزایش دهد.

➤ **فرضیه سوم:** بین مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد نوآورانه معنادار است. ($\beta = 0.441$ $p = 0.05$) و مقدار آماره t ، ۵,۰۴۳ می‌باشد که بزرگتر از ۱,۹۶ است، در نتیجه فرضیه سوم نیز قابل قبول است. با توجه به ضریب همبستگی مثبت (۰,۸۴۰۱) می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد نوآورانه دارد. یعنی افزایش مسئولیت اجتماعی سازمان می‌تواند منجر به بروز عملکرد نوآورانه شود. همانطور که قبلاً ذکر شد عملکرد نوآورانه به توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده‌ها، ابزارآلات، سیستم‌ها، خط‌مشی‌ها، برنامه‌ها، فرآیندها، محصولات و خدمات جدید باشد اشاره دارد. بنابراین سازمان ایران خودرو می‌تواند با قبول مسئولیت پذیری بیشتر در مقابل جامعه گامی در جهت ایجاد عملکرد نوآورانه بردارد و به عنوان اولین کاربر ایده‌ها و محصولات جدید مطرح شود.

➤ **فرضیه چهارم:** بین مسئولیت اجتماعی سازمان و انعطاف پذیری تولید رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مسئولیت اجتماعی سازمان و انعطاف پذیری تولید معنادار می‌باشد. ($\beta = 0.520$ $p = 0.05$) و آماره t مربوط به این دو متغیر نیز ۶,۸۰۶ است که بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، در نتیجه فرضیه چهارم نیز قابل قبول است. مقدار ضریب همبستگی مثبت (۰,۸۴۰۱) به دست آمده نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی سازمان تاثیر مثبت و معناداری بر انعطاف پذیری تولید دارد. هرچه انعطاف پذیری یک سیستم تولیدی بیشتر باشد، توانایی آن سیستم برای مقابله با ناپایداری‌های ناشی گرفته از محیط بیشتر است. بنابراین سازمان ایران خودرو می‌تواند مسئولیت اجتماعی سازمان را به عنوان عاملی جهت منعطف بودن سازمان در برابر تغییرات محیطی در نظر گیرد که هرچه مسئولیت اجتماعی سازمان افزایش یابد انعطاف پذیری تولید نیز افزایش می‌یابد.

➤ **فرضیه پنجم:** بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب مسیر استاندارد میان متغیرهای مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه معنادار می‌باشد

($\beta = 0.156$ $\rho = 0.05$) و آماره t مربوط به این دو متغیر نیز ۲,۹۷۲ است که بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، در نتیجه فرضیه پنجم نیز قابل قبول است. ضریب همبستگی بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه مثبت و برابر ۰,۷۵۷۶ است. پس مدیریت کیفیت جامع تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد نوآورانه دارد. بنابراین سازمان علاوه بر افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی، ارتقاء و بهبود مدیریت کیفیت جامع را میتواند به عنوان گامی موثر در جهت نوآورانه عمل کردن سازمان به حساب آورد.

➤ **فرضیه ششم:** بین مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان دو متغیر مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید معنادار می‌باشد ($\beta = 0.293$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۴,۱۹۵ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است. یعنی رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و انعطاف پذیری تولید معنادار می‌باشد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز مقدار ۰,۹۳۹۹ می‌باشد که نشان دهنده تاثیر مثبت مدیریت کیفیت جامع بر انعطاف پذیری تولید می‌باشد. بنابر این مدیریت کیفیت جامع تاثیر مثبت و معناداری بر انعطاف پذیری تولید دارد. با در نظر گرفتن فرضیه چهارم مشخص است که علاوه بر مسئولیت اجتماعی سازمان ارتقاء TQM نیز باعث می‌شود سازمان به طور موثر تری می‌تواند پاسخگوی شرایط ناپایدار محیط باشد و به صورت منعطف تر عمل کند.

➤ **فرضیه هفتم:** بین انعطاف پذیری تولید و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می‌باشد ($\beta = 0.170$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۳,۱۵۵ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه ششم نیز قابل قبول است. یعنی رابطه بین انعطاف پذیری تولید و عملکرد نوآورانه معنادار می‌باشد و ضریب همبستگی بین این دو متغیر مثبت است (۰,۸۲۴۷) که تاثیر مثبت انعطاف پذیری تولید بر عملکرد نوآورانه را تایید می‌کند.

یعنی هرچه انعطاف پذیری تولید در سازمان بیشتر باشد، توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرآیندها، محصولات و خدمات جدید باشد بیشتر است.

➤ **فرضیه هشتم:** بین عملکرد نوآورانه و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می باشد ($\beta = 0.287$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۳,۳۶۱ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می باشد، در نتیجه فرضیه هشتم نیز قابل قبول است. نتایج آزمون همبستگی نیز مقدار ۰,۷۳۹۹ را نشان می دهد پس می توان گفت که عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. یعنی هرچه عملکرد نوآورانه در سازمان افزایش (کاهش) یابد، عملکرد سازمان افزایش (کاهش) خواهد یافت. عملکرد سازمان به معنی حصول نتایج خاص یا میزان دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده می باشد. بنابراین به سازمان ایران خودرو پیشنهاد می شود جهت افزایش عملکرد سازمانی، شرکت را توانمند سازد تا عملکردی نوآورانه داشته باشد. به عبارتی سازمان اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرآیندها، محصولات و خدمات جدید باشد.

➤ **فرضیه نهم:** بین انعطاف پذیری تولید و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

ضریب استاندارد میان این دو متغیر معنادار می باشد ($\beta = 0.561$ $\rho = 0.05$) و مقدار آماره t نیز ۷,۸۳۲ است که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر می باشد، در نتیجه فرضیه نهم نیز قابل قبول است. نتایج آزمون همبستگی نیز مقدار ۰,۸۴۴۴ را نشان می دهد پس می توان گفت که انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. یعنی هرچه انعطاف پذیری تولید در سازمان افزایش (کاهش) یابد، عملکرد سازمان افزایش (کاهش) خواهد یافت. بنابراین هرچه سازمان ایران خودرو در شرایط نامطمئن سازگارتر عمل نماید و توانایی انعطاف پذیری تولید سازمان بیشتر باشد میزان دستیابی سازمان به اهداف از پیش تعیین شده بیشتر خواهد بود.

➤ **فرضیه دهم:** مسئولیت اجتماعی سازمان از طریق متغیر میانجی عملکرد نوآورانه، تاثیر

مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.

با توجه به مقدار آماره t و ضریب همبستگی در فرضیه سوم تاثیر مثبت و معنادار CSR بر عملکرد نوآورانه، و در فرضیه هشتم تاثیر مثبت و معنادار عملکرد نوآورانه بر عملکرد سازمانی مورد تایید قرار گرفت. از آنجایی که در این فرضیه تاثیر CSR بر عملکرد سازمانی به صورت غیر مستقیم و از طریق متغیر میانجی عملکرد نوآورانه می باشد از آماره آزمون سوبل جهت رد یا قبول فرضیه استفاده شده که در سطح معناداری ۰,۰۵ اگر مقدار بدست آمده حاصل از تجزیه و تحلیل این آزمون بالاتر از ۱,۹۶ باشد فرضیه معنادار و مورد قبول واقع می شود. طبق نتایج بدست آمده از جدول (۴-۷) در فصل قبل مقدار آماره سوبل در رابطه بین CSR و عملکرد سازمانی، ۳,۲۵۱۰ بدست آمده در نتیجه فرضیه قابل قبول است یعنی مسئولیت اجتماعی سازمان از طریق متغیر میانجی عملکرد نوآورانه، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. بنابراین سازمان می تواند از طریق عملکرد نوآورانه تاثیر CSR بر عملکرد سازمانی را تشدید نماید.

➤ **فرضیه یازدهم:** مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیر میانجی انعطاف پذیری تولید، تاثیر

مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.

با توجه به مقدار آماره t و ضریب همبستگی، در فرضیه ششم تاثیر مثبت و معنادار TQM بر انعطاف پذیری تولید، و در فرضیه نهم تاثیر مثبت و معنادار انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی مورد تایید قرار گرفت.

در این فرضیه نیز تاثیر TQM بر عملکرد سازمانی به صورت غیر مستقیم و از طریق متغیر میانجی انعطاف پذیری تولید می باشد که از آماره آزمون سوبل جهت رد یا قبول فرضیه استفاده شده. طبق

جدول (۷-۴) در فصل قبل مقدار آماره آزمون سوبل در رابطه بین TQM و عملکرد سازمانی برابر ۳,۸۹۳۹ به دست آمده که از ۱,۹۶ بیشتر است در نتیجه این فرضیه قابل قبول است یعنی مدیریت کیفیت جامع از طریق متغیر میانجی انعطاف پذیری تولید، تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. بنابراین سازمان می تواند از طریق انعطاف پذیری تولید تاثیر TQM بر عملکرد سازمانی را تشدید نماید.

۳-۵ مقایسه نتیجه تحقیق با دیگر تحقیقات

➤ در رابطه با تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمانی، پژوهش های خلیلی (۱۳۹۰) و میسر (۲۰۱۰)،

حاکمی از عدم وجود رابطه بین این دو متغیر می باشد. در پژوهشی از ملت پرست و آدامز (۲۰۱۲)، تاثیر CSR بر عملکرد سازمانی به عامل دیگری بستگی دارد. در پژوهش صالحی (۱۳۹۱)، وجود رابطه مثبت و معنادار بین CSR و عملکرد سازمانی تایید گردید که با نتیجه این پژوهش همخوانی دارد.

➤ در رابطه با تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی تحقیقات تجربی زیادی این رابطه را بررسی کرده اند. بسیاری از محققان نتایج مثبتی بدست آورده اند، محققان دیگر رابطه معناداری پیدا نکردند و حتی در برخی از مطالعات رابطه معکوس شناسایی کرده اند. تحقیقات شاهین (۱۳۸۷)، تهرانی و همکاران (۱۳۹۱)، سامسون و ترزیوسکی (۱۹۹۹)، محمود و هلیمی (۲۰۱۴)، اوتپل و همکاران (۲۰۱۶)، تاثیر مثبت TQM بر عملکرد سازمانی را تایید کرده که با نتیجه این پژوهش همخوانی دارد.

➤ در رابطه با تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآورانه، تحقیقات کزازی و شول (۱۳۹۲)، اکبری و همکاران (۱۳۹۲)، پراجو و سوهال (۲۰۰۳)، زهیر و همکاران (۲۰۱۲)، از این رابطه حمایت کرده که با نتیجه پژوهش حاضر همخوانی دارد.

- در رابطه با تاثیر عملکرد نوآورانه بر عملکرد سازمانی، پژوهش های مازانتی و همکاران (۲۰۰۶)، جیمنز و ساتزوال (۲۰۱۱)، نورآشیکین و همکاران (۲۰۱۶)، تاثیر مثبت و معنادار این رابطه را تایید کرده که با نتیجه پژوهش حاضر همخوانی دارد.
- تحقیق سادیکوگلو و زهیر (۲۰۱۰)، اثر TQM بر عملکرد سازمانی را با فرض میانجی عملکرد نوآورانه تایید کرده که با نتیجه پژوهش حاضر همخوانی دارد.
- پژوهش های خوش سیمما و خریدار (۱۳۹۳)، پور ازبری و همکاران (۱۳۹۴)، دی یانگ و همکاران (۲۰۰۸)، تیپو و فانتزی (۲۰۱۴)، تاثیر انعطاف پذیری تولید بر عملکرد سازمانی را تایید کرده که با نتیجه پژوهش حاضر همخوانی دارد.

۴-۵ پیشنهادات کاربردی پژوهش

همانگونه که در بخش های قبلی ذکر شد، در پژوهش حاضر به دنبال بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع و مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی متغیرهای عملکرد نوآورانه و انعطاف پذیری تولید می باشیم. به این منظور پس از طی مسیری هدفمند و ساختاریافته، مدل دارای برازندگی معنادار ارائه شد. مدیریت عملکرد سازمان ها مسیر دست یافتن به اهداف سازمانی را تعیین می کند و به این علت متغیرهایی که سبب بهبود عملکرد سازمان میشوند از اهمیت قابل توجهی برخوردارند. با این حال نتایج تضمین نمی کنند که متغیرهای ذکر شده قطعا سوددهی و عملکرد بی نظیری را تولید می کنند و یا اینکه بازدهی های چشمگیر تنها می توانند توسط سازمان هایی با درجه برتری در این متغیرهای ذکر شده به دست آیند. بر اساس یافته های این تحقیق می توان نتیجه گرفت که یک سازمان تولیدی عموما با حضور مدیریت کیفیت جامع، مسئولیت پذیری در قبال جامعه، نوآوری بیشتر در عملکرد و انعطاف پذیر بودن در شرایط محیطی متفاوت، بیشتر محتمل است که عملکرد بهتری بدست آورد تا بدون حضور این عوامل. در این صورت با توجه به نتایج حاصل از فرضیات تحقیق، جهت افزایش و بهبود عملکرد سازمان ایران خودرو شیراز پیشنهاداتی ارائه می گردد.

پیشنهادهای کاربردی در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان :

- ✓ افزایش بهره‌وری و سودآوری، با تولید و کیفیت خوب و قیمت منصفانه
- ✓ پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده
- ✓ پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم
- ✓ افزایش همکاری و کمک‌های داوطلبانه مانند شرکت در فعالیت‌های خیریه که موجب مطلوبیت نگرش کارکنان نسبت به سازمان می‌گردد.

پیشنهادهای کاربردی در حوزه مدیریت کیفیت جامع :

- ✓ مشارکت کامل کارکنان در امر کیفیت
- ✓ بهبود مستمر فرآیند
- ✓ تعهد مدیریت ارشد از طریق حمایت کافی و نظارت مستمر
- ✓ تولید بر اساس نیاز مشتری و تمرکز بر مشتری
- ✓ آموزش کارکنان جهت کسب اطلاعات مورد نیاز در زمینه بهبود کیفیت

پیشنهادهای کاربردی در حوزه عملکرد نوآورانه :

- ✓ خلق برنامه‌ها و خدمات جدید،
- ✓ توسعه فناوری‌های جدید به منظور بهبود کیفیت،
- ✓ تبدیل برنامه‌ها و خدمات موجود به شکل و قالبی متفاوت
- ✓ ترکیب دانش و روش‌های جدید در ارائه برنامه‌ها
- ✓ نوآوری در فرآیندهای اداری
- ✓ استفاده از مدیریت نوآورانه در شیوه‌های برنامه‌ریزی و کنترل فرآیندها
- ✓ پاسخ منعطف سازمان به تغییرات محیطی و ایجاد روابط درون سازمانی جدید با سایر

سازمان‌ها

پیشنهادهای کاربردی در حوزه انعطاف پذیری تولید :

- ✓ تغییر سطح خروجی فرآیند تولید
- ✓ تنوع در ساخت محصولات جدید
- ✓ توانایی تنظیم و جایگزینی تغییرات در روند تولید مانند خرابی دستگاه، تغییر در برنامه تولید یا توالی کار
- ✓ افزایش انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات

۵-۵ پیشنهاد برای تحقیقات آتی

- در مدل مفهومی این تحقیق ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و ابعاد مدیریت کیفیت جامع در نظر گرفته نشده است. به منظور کامل شدن تحقیق در پژوهش‌های بعدی پیشنهاد میشود ابعاد این متغیرها در ارزیابی‌ها لحاظ گردد.
- در تحقیقات بعدی به جای متغیر عملکرد سازمانی میتوان بعد مالی یا غیر مالی عملکرد سازمانی را مد نظر قرار دارد و عملکرد مالی به صورت جزئی تر مورد بررسی قرار گیرد.
- در تحقیقات آتی می توان تاثیر عملکرد نوآورانه بر انعطاف پذیری تولید را مورد بررسی قرار داد.
- این پژوهش در سازمان تولیدی انجام شده که در پژوهش‌های بعدی میتوان سازمان‌های خدماتی را به عنوان جامعه هدف در نظر گرفت.

۶-۵ محدودیت‌های پژوهش

- عدم دسترسی به مدیران صنایع خودرو سازی و مشکلات هماهنگی جهت تردد
- محدودیت زمان انجام پروژه
- محدودیت منابع در خصوص برخی از متغیرهای پژوهش

۷-۵ خلاصه فصل

هدف از این فصل، تحلیل نتایج حاصل از آزمون فرضیات در فصل چهارم است. ابتدا در مورد نتایج بدست آمده بحث و بررسی شده. نتیجه تحقیق با دیگر تحقیقات مقایسه شد تا هم خوانی یا عدم هم خوانی نتیجه پژوهش با دیگر تحقیقات مشخص شود. نهایتاً بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهاد های کاربردی تحقیق و پیشنهاد جهت تحقیقات آتی ارائه گردید.

منابع

- ابزری م و یزدان شناس م، (۱۳۸۶) "مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین"، مجله فرهنگ مدیریت، سال پنجم، شماره ۱۵، ص ص ۴۲-۵.
- اعرابی س م و موسوی س، (۱۳۸۸) "الگوی استراتژیک مدیریت دانش برای ارتقای عملکرد پژوهشگاهها"، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۵، شماره ۱، ص ص ۲۶-۱.
- افجه س ع ا و محمود زاده س م (۱۳۹۰) "الگوی اثر گذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان: شرکت های تابع گروه صنعتی ایران خودرو"، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۱، شماره ۲، ص ص ۲۲-۱.
- اکبریان م و نجفی ا ع (۱۳۸۸) "هم راستا سازی مدل تعالی کیفیت اروپایی و مدیریت استراتژیک برای رسیدن به بهبود عملکرد"، نشریه مدیریت صنعتی، دوره ۱، شماره ۲، ص ص ۳۴-۱۹.
- اکبری پ، بهارستان ا و نصرافهانی ع (۱۳۹۲) "تحلیل نقش تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی در رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه (مطالعه موردی: شرکت ایران دارو)"، فصلنامه مدیریت صنعتی، دوره ۸، شماره ۲۳، ص ص ۴۶-۳۵.
- امیر حسینی ز و قبادی م (۱۳۹۵) "گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی"، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، دوره ۹، شماره ۲۸، ص ص ۶۶-۵۵.
- بادآور نهندی ی، برادران حسن زاده ر و جلالی فر ژ (۱۳۹۳) "بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله مدیریت بهره وری، دوره ۸، شماره ۲۸، ص ص ۱۶۴-۱۳۹.
- بهارستان ا، اکبری پ و شائمی برزکی ع (۱۳۹۱) "تحلیل تأثیر فن آوری اطلاعات و مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمان"، فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، دوره ۳، شماره ۲، ص ص ۴۷-۶.
- پورازبری م، پورازبری ا، اکبری م و رفیعی دشت آبادی ف (۱۳۹۴) "تأثیر عدم اطمینان محیطی بر عملکرد مالی: بررسی نقش میانجی انعطاف پذیری تولید"، سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری.

پور کشمیری م، تفرشی ش، یوسفی ن (۱۳۸۸) "ارائه الگوی مناسب مدیریت کیفیت فراگیر در کتابخانه های دانشگاه شهید بهشتی". فصلنامه دانش شناسی (علوم کتابداری و اطلاع رسانی و فناوری اطلاعات)، دوره ۲، شماره ۴، ص ص ۱۰۳-۹۳.

تهرانی ر، هاشمی نژاد س م و صیقلی م (۱۳۹۱)، "ارزیابی تاثیر سیستم های مدیریت کیفیت بر عملکرد مالی شرکت های بورسی"، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، دوره ۱، شماره ۴، ص ص ۲۱۲-۱۹۵.

جبارزاده کنگرلویی س و بایزیدی ا (۱۳۸۹) "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه کاری در گزارشگری مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه بورس اوراق بهادار، دوره ۳، شماره ۹، ص ص ۹۶-۷۷.

چرمیان ا، سلیمی ف و کشاورزبان م (۱۳۹۴)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش داخلی "بررسی رابطه بین اقدامات مدیریت کیفیت فراگیر با نوآوری سازمانی در شرکت مدیران خودرو"، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر.

حاجی پور ب و مرادی م (۱۳۸۹) "انعطاف پذیری سازمانی و عملکرد: مطالعه موردی شرکت های تولیدی ناحیه صنعتی اراک"، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۱۷، شماره ۶۲، ص ص ۱۶۲-۱۴۳.

حساس یگانه ی و برزگر ق (۱۳۹۳) "مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتهای و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری"، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۲، ص ص ۱۳۳-۱۰۹.

حسینی امیری س م، حاجی آقائی کشتلی م و خراسانی اجبارکلایی ز (۱۳۹۴) "بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی سازمانی با عملکرد سازمانی با توجه به نقش متغیرهای میانجی مزیت رقابتی شهرت سازمانی و رضایت شغلی (مطالعه موردی: صنایع مواد غذایی شهرستان آمل)"، اولین همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه.

خاکسفیدی م، فنودی ب و اصفهانی م (۱۳۹۴) "تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمان با دیدگاه بازار محوری (مطالعه موردی: شرکت تولیدی ایران کولا)"، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع.

خلیلی م، صنوبر ن و ثقفیان ح (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت ها"، فصلنامه علمی پژوهشی کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره ۲، شماره ۴، ص ص ۵۲-۲۸.

خوش سیما غر و خریدار ف (۱۳۹۳) "تاثیر عناصر انعطاف پذیری تولید بر عملکرد کسب و کار در بنگاه های تولیدی صنعت خودرو و کاشی و سرامیک: مطالعه پیمایشی در سطح زنجیره"، فرآیند مدیریت توسعه، دوره ۲۷، شماره ۴، ص ص ۸۹-۷۳.

خنیفر ح و حیدرنیا ز (۱۳۸۵)، "رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتریان در بخش خدمات"، فرهنگ مدیریت، دوره ۴، شماره ۱۴، ص ص ۱۱۶-۸۷.

دارائی مر و پارسا عمل ا (۱۳۹۲)، "بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر مسئولیت اجتماعی در شرکت خودروسازی سایپا"، مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۴، ص ص ۱۲۰-۱۰۱.

دولت آبادی ح، جوشیار نجف آبادی ل، خزائی پول ج و وریج کاظمی ر (۱۳۹۲)، "تحلیل تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تصویر نمادین، تصویر عملکردی و وفاداری برند"، مدیریت بازرگانی، دوره ۵، شماره ۲، ص ص ۸۸-۶۹.

دهقانان ح و هرنندی ع (۱۳۹۳)، "بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش"، نشریه علمی-پژوهشی مدیریت نوآوری، دوره ۳، شماره ۱، ص ص ۲۲-۱.

رهنورد ف (۱۳۸۷) "عوامل مؤثر بر ارتقاء عملکرد سازمان های بخش دولتی ایران"، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی مدیریت، دوره ۸، شماره ۴، ص ص ۱۰۰-۷۷.

رضائی ر، صلاحی مقدم ن و شعبانعلی فمی ح (۱۳۹۳) "بررسی اثر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان البرز"، فصلنامه پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، دوره ۷، شماره ۴ (پیاپی ۲۸)، ص ص ۹۱-۷۷.

سیدحسینی س م و امیران ح (۱۳۸۰)، "ارزیابی عملکرد حاصل از اجرای سیستم های مدیریت کیفیت در شرکتهای تولیدی"، دانش مدیریت، دوره ۱۴، شماره ۵۴، ص ص ۹۱-۵۵.

سیفی آ و بوداقي خواجه نوبر ح (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت مبتنی بر تولید بهنگام و عملکرد مالی شرکتهای خودرویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار"، دوره ۱، شماره ۱، ص ص ۱-۱۲.

شاهین آ، رشید کابلی م و نظری م (۱۳۸۷) پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، گرایش مالی، "رابطه بین استقرار مدیریت کیفیت فراگیر و عملکرد و وضعیت مالی"، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.

شریف زاده ف، یآوری ا و رضایی منش ب (۱۳۹۲)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش تحول، "تاثیر تعهد کارکنان بر مسئولیت اجتماعی سازمان در اداره مرکزی حفاظت محیط زیست تهران"، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

شفقت ا، زاهدی م ج و نازک تبار ح (۱۳۹۲)، "تاثیر تعهد سازمانی بر عملکرد شرکت های صنعتی بر اساس الگوی می یر و همکاران"، فصلنامه بهبود مدیریت، دوره ۷، شماره ۱، ص ص ۸۵-۷۰.

صالح اولیاء م، اسماعیلی مقدم ل و وحدت مع (۱۳۸۳)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت سیستم و بهره وری، "برنامه ریزی ارتقاء کیفی تامین کنندگان قطعات خودرو های سنگین با استفاده از QFD"، دانشکده صنایع، دانشگاه یزد.

صفر زاده ح، تدین ا و حرمحمدی م (۱۳۹۱)، "بررسی تأثیر استراتژی های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی"، فصلنامه طلوع بهداشت، دوره ۱۱، شماره ۱، ص ص ۸۶-۷۶.

عرب صالحی م، صادقی غ و معین الدین م (۱۳۹۲)، "رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهش های تجربی حسابداری، دوره ۳، شماره ۹، ص ص ۲۰-۱.

علامه س م و مقدمی م (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی"، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، دوره ۱۰، شماره ۱ (پیاپی ۳۸)، ص ص ۱۰۰-۷۵.

علامه س م، عسکری ن و خزائی پول ج (۱۳۹۵)، "بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی: تأکید بر نقش تسهیم دانش و چابکی سازمانی با رویکرد کارت امتیازی متوازن"، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، شماره ۲، ص ص ۴۷۴-۴۵۳.

فراهانی ا، کاشف م، غلام زاده ی و خدادادی م (۱۳۹۳)، "ارتباط مدیریت کیفیت جامع با بهره وری در ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی"، مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۱، ص ص ۱۷-۱.

فروغی د، میرشمس شهشهانی م و پورحسین س (۱۳۸۷)، "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۵۲، ص ص ۷۰-۵۵.

فیلسوفیان م و اخوان پ (۱۳۹۶)، "بررسی تاثیر رفتار تسهیم دانش بر عملکرد سازمانیگ"، پژوهش نامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۳۲، شماره ۳، ص ص ۷۳۰-۷۱۳.

کشاورز م (۱۳۹۵)، پایان نامه کارشناسی ارشد، "نقش استقرار نظام حسابداری بخش عمومی (حسابداری تعهدی) در مسئولیت اجتماعی سازمان"، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.

کزازی ا و شول ع (۱۳۹۲)، "تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد نوآور: اثر تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۳، شماره ۷۱، ص ص ۱۷-۱.

گنجی نیا (۱۳۹۵)، پایان نامه کارشناسی ارشد، "بررسی رابطه بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی و عملکرد شرکت های تولیدی شهرستان رشت"، گروه مدیریت، رشته مدیریت بازرگانی.

لطیفیان ا و مولوی ه (۱۳۹۳)، "تأثیر عملکرد نوآورانه در افزایش مزیت رقابتی زنجیره تامین"، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، ایران ۲۱-۲۰، موسسه بین المللی علوم و فناوری حکیم عرفی شیراز.

محمود زاده س م و صداقت م (۱۳۹۲)، "رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی در صنعت هتل داری"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۴، ص ص ۱۱۹-۸۹.

محمودی فر ع، رنجبر م و نوررحمانی م (۱۳۹۲)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک، "بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع (TQM) بر رضایت مشتریان در شرکت مخابرات استان هرمزگان"، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات هرمزگان.

مرادی م، ولی پور م، یاکیده ک، صفردوست ع و عبداللهیان ف (۱۳۹۲)، "بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان ها (مطالعه موردی: شرکت های دارو سازی و شرکت های بیمه حاضر در بورس اوراق بهادار تهران)"، چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره ۱۲، شماره ۱۳، ص ص ۱۰۲-۷۹.

مشبکی ا و خلیلی شجاعی و (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها"، جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۳، شماره چهارم (پیاپی ۴۰)، ص ص ۵۶-۳۷.

منطقی م، توکلی غر، نظری ی و کاملی عر (۱۳۹۵)، "نقش میانجی گری تاب آوری و توانمندسازی کارکنان در رابطه بین رهبری تحول آفرین و عملکرد نوآورانه"، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۵، شماره ۱ (شماره پیاپی ۱۷)، ص ص ۲۲۱-۲۴۷.

موجودی ا، درزیان عزیزی ع و قاسمی پ (۱۳۹۳)، "بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به وفاداری مشتریان در بانک پاسارگاد اهواز"، مجله مدیریت بازاریابی، دوره ۹، شماره ۲۲، ص ص ۱۱۶-۹۹.

نمایان ف و فیض الهی ص (۱۳۹۴)، "تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان با نقش میانجی نوآوری. مطالعه موردی: شهرک صنعتی ایلام"، فرهنگ ایلام، دوره شانزدهم، شماره ۴۶ و ۴۷، ص ص ۱۶۱-۱۷۴.

یزدانی حر، سید امیری ن و کاملی، عر (۱۳۹۵)، "ارتقاء عملکرد نوآورانه کسب و کار"، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۶، شماره ۴، ص ص ۲۱۰-۱۸۹.

Browne J., Dubois D., Rathmill K., Sethi S. P. and Steckle K. E. (1984), "Classification of flexible manufacturing systems", The FMS magazine, 2(2), PP 114-117.

Benavides Velasco C. A., Quintana Garcia C and Marchante Lara M. (2014), "Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry", International Journal of Hospitality Management. 41(1), pp 77-87.

Chen D. N. and Liang T. P. (2011), "Knowledge evolution strategies and organizational performance: A strategic fit analysis. Electronic Commerce Research and Applications, 10(2), pp 75-84.

Chen X. H., Zhao K., Liu X and Wu D. D., (2012), "Improving employees', job satisfaction and innovation performance using conflict management, International", journal of conflict, Management, 23(2), pp. 151-172.

Corredor P and Goni S. (2011), "TQM and performance: Is the relationship so obvious?", Journal of Business Research, 64(8), pp 830-838.

D'Souza D. E. and Williams F. P. (2000), "Toward a taxonomy of manufacturing flexibility dimensions", Journal of Operations Management, 18(5), PP 57 -593.

Donaldson T and Preston L. E. (1995), "The stakeholder theory of corporation: Concepts", evidence and implications, *Academy of Management Review*, 20 (1), pp 65-91.

Fisscher O. and Nijhof A. (2005), "Implication of business ethics for quality management", *The TQM Magazine*, 17(2), pp 150-160.

Fredriksson M. (2004), "quality management and IT", *the TQM magazine*, 16(2), pp 145-159.

Galbreath J., Shum P (2012), "Do customer satisfaction and reputation mediate the CSR–FP Link? Evidence from Australia. Australian", *Journal of Management*, 37(2), pp 211–229.

Gerwin D. (1987), "An agenda for research on the flexibility of manufacturing processes", *International Journal of Operations & Production Management*, 7(1), PP 38-49.

Geva A. (2008), "Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice", *Business and society review*, 113(1), pp1-41.

Gurnani H. (1999), "pitfalls in total quality management implementation: the case of a Hongkong company", *total quality management*, 10(2), pp 209-228.

Gunday G., Ulusoy G., Kilic K and Alpkan L. (2011), "Effects of innovation types on firm performance", *International Journal of Production Economics*, 133(2), PP 662-676.

Ho Y. C. and Tsai T. H. (2006), "The impact of dynamic capabilities with market orientation and resource-based approaches on NPD project performance", *Journal of American Academy of Business Cambridge*, 8(1), pp 215–229.

Honarpour A., Jusoh A. and Md nor K (2012), "Knowledge Management, Total Quality Management and Innovation: A New Look", *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(3), PP 22-31.

Hung R. Y. Y., Lien B. Y. H., Yang B., Wu C. M. and Kue Y. M. (2011), "Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high- tech industry", *International business review*, 20(2), PP 213-225.

Irwin J. G., Hoffman J. J. and Lamont B. T. (1998), "The effect of the acquisition of technological innovations on organizational performance: A resource-based view", *Journal of Engineering and Technology Management*, 15(1), pp 25-54.

Jamali D. and Mirshak R. (2007), "Corporate Social Responsibility Theory and Practice in a Developing Country Context", *Journal of Business Ethics*, 72(3), pp 243–262.

Jiménez D. J. and Sanz-Valle R. (2011), "Innovation, organizational learning, and performance", *Journal of Business Research*, 64(4), PP 408–417.

Jose Tari J. (2005), "component of successful total quality management ", the TQM magazine, 17(2), PP 182-194.

Ken G., Smith and Edwin A. L. (1990), "Goal Setting, Planning, and Organizational Performance: An Experimental Simulation", *Organizational behavior and human decision processes*, 46(1), PP118-134.

Lantos G. (2001), "The boundaries of strategic corporate social responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, 18 (2), pp 595-630.

Lo C. WH., Egri C. P. and Ralston D. A. (2008), "Commitment to corporate, social and environmental responsibilities: an insight into contrasting perspectives in China and the US", *Organization Management Journal*, 5(2), pp 83–98.

Mahmud N., Hilmi M. (2014), "TQM and Malaysian SMEs Performance: The Mediating Roles of Organization Learning", *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 130(7), PP 216 – 225.

Mellat Parast M. and Stephanie G. A. (2012), "Corporate social responsibility, benchmarking and organizational performance in the petroleum industry: A quality management perspective", *Production Economics Jurnal*, 139 (2), PP 447-458.

Martinez Lorente A. R., Dewhurst F. W. and Gallego Rodrigues A. (2010), "Relating TQM, marketing and business performance: An exploratory study", *International of journal of production research*, 38(14), pp 3227-3246.

Mazzanti M., Pini P. and Tortia E. (2006), "Organizational innovations, human resources and firm performance The Emilia-Romagna food sector", *Journal of Socio-Economics*, 35(1), PP 123-141.

Maletic M., Maletic D., Dahlgaard J., Dahlgaard Park S. and Gomišček B. (2011), "Do corporate sustainability practices enhance organizational economic performance?", *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7 (2/3), pp184 – 200.

Melo T., Moura-Leite R. C. and Padgett R. C. (2012), "Conceito de responsabilidade social corporativa dos hotéis de luxo de Natal/RN, Brasil *Caderno Virtual de Turismo*", Rio de Janeiro, 12(2), pp 152-166.

Menor L., Kristal M. M. and Rosenweig E. (2007), "Examining the influence of operational intellectual capital on capabilities and performance", *Manufacturing and Service Operations Management*, 9(4), pp 559-78.

Mishra S. (2010), "Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?", *Journal of Business Ethics* , 95(4), PP 571–601.

Ndubisi O. N., Jantan M., Hing L. C. and Ayub M. S. (2005), " Supplier selection and management strategies and manufacturing flexibility", *Enterprise Information Management*,18(3), pp 330-349.

Neely A. D.(2005), " Defining performance measurement: Adding to the debate", *Perspectives on Performance*, 4(2), pp 14-15.

Norashikin H., Safiah O., Fauziah N. and Noormala A.I. (2016)," Learning Organization Culture, Organizational Performance and Organizational Innovativeness in a Public Institution of Higher Education in Malaysia: A Preliminary Study", *Economics and Finance*, 37, pp 512-519.

O'Neill P., Sohal A. and Wei Teng CH. (2016), " Quality management approaches and their impact on firms' financial performance – An Australian study' ", *international jurnal of production economics*, 171(3), PP 381-393.

Prajogo D. I., and Sohal A. S. (2003), "The relationship between TQM practices, quality performance and innovation performance", *The international jurnal of quality & Reliability management*, 20(8), pp 901-918.

Quazi H. A. and Bartels F. L. (1998), " Application of TQM Principles in the International Technology Transfer Process of Industrial Production Plants: A Conceptual Framework", *British journal of management*, 6(4), pp 289-300.

Sadikoglu E. and Zehir C. (2010), " Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: An empirical study of Turkish firms", *Journal of Production Economics*, 127(1), pp 13-26.

Saiful J. (2006), " *Defining Corporate Social Responsibility*", *Journal of Public Affairs*, 6(3-4), pp 176-184.

Samson D. and Terziovski M. (1999), " The relationship between total quality management practices and operational performance", *Journal of Operations Management*, 17(4), pp 393–409.

Servaes H. and Tamayo A. (2013), " The Impact of Corporate Socialn Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Avareness", *Management Science*, 59(5), pp 1045-1061.

Svensson G. (2005), "corporate ethics in TQM: management versus employee expectations and perceptions", *TQM magazine*, 17(2), pp 182-194.

Swamidass P. M. and Newell W. T. (1987), " Manufacturing strategy, environmental uncertainty and performance: a path analytic model", *Management science*, 33(4), pp 509-524.

Tangen S. (2004), " Performance measurement: from philosophy to practice", journal of productivity and performance management, 65(2), PP 291-333.

Tari J. J., Molin J. F. and Castejon J. L. (2007), "The relationship between quality management practices and their effects on quality outcomes", European Journal of Operational Research, 183 (2), pp 483–501.

Tipu S. A. A. and Fantazy K. A. (2014)," Supply chain strategy, flexibility, and performance", The International Journal of Logistics Management, 25(2), pp 399-416.

Upton D. M. (1997)," Process range in manufacturing: an empirical study of flexibility", Management Science, 43(8), PP 1079-1092.

Vokurka R. J. and O'Leary-Kelly S. W. (2000), " A review of empirical research on manufacturing flexibility", Journal of operations management, 18(4), PP 485-501.

Zack M., McKeen, JSingh S. (2009)," Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis", Journal of knowledge management, 13 (6), PP 392-409.

Zehir C. and Erdogan E. (2011), "The Association between Organizational Silence and Ethical Leadership through Employee Performance", Procedia Social and Behavioral Sciences, 24, PP 1389-1404.

Zehir C., Ertosun O.G., Zehir S. and Muceldilli B. (2012), " Total Quality Management Practices' Effects on Quality Performance and Innovative Performance", Procedia - Social and Behavioral Sciences ,41 , pp 273 – 280.

Zehir C. and Özşahin M. (2008). "A field research on the relationship between strategic decision-making speed and innovation performance in the case of Turkish large-scale firms", Management Decision, 46(5), PP 709 –724.

Zelenovic D. M. (1982), " Flexibility a condition for effective production systems", The International Journal of Production Research, 20(3), PP 319-337.

Zhang Q., Vonderembse M. and Lim J. (2002), " Value chain flexibility: a dichotomy of competence and capabilities", International Journal of Production Research, 40(3), pp. 561-583.

Zhang Z. (1997), " developing a TQM quality management method model", university of Groningen.

Operationalization of the flexibility construct			
Manufacturing flexibility measurement items used in this study		Gupta and Somers' (1992) list of manufacturing flexibility measures	
		Items	Original source
<i>Volume flexibility</i>			
Range	The range of output volumes at which the firm can run profitably is high	The range of volumes in which the firm can run profitably	Sethi and Sethi (1990)
		The capacity (e.g., output per unit time) of the system can be increased when needed with ease	Sethi and Sethi (1990)
Mobility	Cost required to increase or decrease output is high	Cost of doubling the output of the system	Carter (1986)
		Cost of delay in meeting customer orders	Abadie et al., (1988)
		Shortage cost of finished products	Abadie et al., (1988)
	Time required to increase or decrease output is high	Time required to increase or decrease production volume by 20%	Sethi and Sethi (1990)
		Time that may be required to double the output of the system	Carter (1986)
<i>Variety flexibility</i>			
Range	A large number of different products are produced by the manufacturing facility	Size of the universe of parts the manufacturing system is capable of producing without adding major capital equipment	Chatterjee et al. (1984)
		Number of different part types or range of sizes and shapes that the system can produce without major setups	Gerwin (1987)
	A large number of new products are produced each year	Number of new parts introduced per year	Jaikumar (1984)
Mobility	The time required to introduce new products is high	Time required to introduce new products	Sethi and Sethi (1990)
	The cost of introducing new products is high	Cost required to introduce new products	Sethi and Sethi (1990)
<i>Process flexibility</i>			
Range	A typical machine can perform a number of different operations without requiring a prohibitive amount of switching <i>time</i>	Number of different operations that a typical machine can perform without requiring a prohibitive <i>time</i> in switching from one operation to another	Sethi and Sethi (1990)
	A typical machine can perform a number of different operations without requiring prohibitive switching <i>costs</i>	Number of different operations that a typical machine can perform without requiring a prohibitive <i>cost</i> in switching from one operation to another	Sethi and Sethi (1990)
Mobility	Time required to switch from one product mix to another is high	Time required to switch from one part mix to another	Browne et al. (1984)
	Cost required to switch from one product mix to another is high	Cost required to switch from one part mix to another	Browne et al. (1984)
		Cost of the production lost as a result of expediting a preemptive order	Brill and Mandelbaum (1989)
		Changeover costs between known production tasks within the current production program	Warnecke and Steinhilper (1982)
<i>Materials handling flexibility</i>			
Range	The material handling system is designed to link every machine with every other machine on the shop floor	The material handling system can link every machine to every other machine	Chatterjee et al. (1987)
		The ratio of the number of paths the material handling systems can support to the total number of paths	Sethi and Sethi (1990)

Table 2 (continued)

Manufacturing flexibility measurement items used in this study		Gupta and Somers' (1992) list of manufacturing flexibility measures	
		Items	Original source
<i>Materials handling flexibility</i>			
	The material handling system can move every part for proper positioning and processing through the manufacturing facility	The ability of materials handling systems to move different part types for proper positioning and processing throughout the manufacturing facility	Sethi and Sethi (1990)
Mobility	Inventory cost as a percentage of total production cost is high		Gupta and Goyal (1989)

پاسخگوی گرامی

با سلام و احترام

پرسشنامه زیر در راستای پژوهشی جهت بررسی متغیرهای ذکر شده تهیه شده است. امید است با همکاری و مساعدت شما، این امر مهم حاصل گردد. لذا از شما تقاضا می شود با قبول زحمت و صرف وقت خود صادقانه به سؤالات جواب بدهید. شایان ذکر است این اطلاعات کاملاً محرمانه تلقی شده و صرفاً جهت دستیابی به اهداف پژوهش به صورت کلی مورد استفاده قرار خواهد گرفت. پیشاپیش از همکاری صمیمانه شما سپاسگزاری می شود.

اطلاعات پرسنلی	
جنس	☐ زن ☐ مرد
سن	کمتر از سی سال ☐ ۳۰ تا ۴۰ سال ☐ ۴۰ تا ۵۰ سال ☐ بیشتر از ۵۰ سال ☐
مدرک تحصیلی	دیپلم و پایین تر ☐ کاردانی ☐ کارشناسی ☐ کارشناس ارشد ☐ دکتری ☐
عنوان شغلی	مدیر ، سرپرست یا کارشناس ☐ مهندس ☐ کارمند و کارکنان ☐ آموزش/فرهنگی ☐ کارگر/خدمات ☐
سابقه خدمت	زیر ۵ سال ☐ ۵ تا ۱۰ سال ☐ ۱۰ تا ۱۵ سال ☐ ۱۵ تا ۲۰ سال ☐ ۲۰ سال به بالا ☐

"پرسش نامه مدیریت کیفیت فراگیر"

خیلی زیاد	خیلی کم	متوسط	زیاد	خیلی کم	خیلی زیاد	عوامل مدیریت کیفیت جامع	
						۱-مدیریت ارشد به کیفیت انجام کارها متعهد می باشد.	حمایت مدیران ارشد
						۲- مدیریت ارشد، ارزش های کیفیت شرکت را توسعه داده و ابلاغ می کند.	
						۳- مدیران عالی به طور مستقیم و فعالانه در فعالیت های بهبود کیفیت درگیر می شوند	
						۴- اهداف کیفیت ، به عنوان بخشی از فرآیند انجام کار ها لحاظ می گردد	
						۵-کیفیت انجام کارها، به عنوان یکی از معیارهای سنجش عملکرد کارکنان در نظرسنجی ها لحاظ می شود	
						۶-از مشارکت کارکنان در امورمربوط به کیفیت قدردانی می شود.	مشارکت کارکنان
						۷- اخلاق و روحیه کارکنان از طریق انجام پژوهش بررسی و ارزیابی می شود .	
						۸- سازمان برنامه شناسایی و آموزش کارکنان را به صورت منظم به اجرا در می آورد	
						۹- اکثریت مدیران از توانمند سازی کارکنان و کار تیمی حمایت می کنند	
						۱۰- آموزش های لازم به کارکنان برای انجام مسئولیت های جدید صورت میگیرد.	
						۱۱- شناسایی عوامل انسانی محیط کار که برای انجام مسئولیت لازم است، صورت میگیرد.	بهبود مستمر
						۱۲- استفاده از بازنگری مدیریت ، ممیزی های داخلی و اقدامات اصلاحی/پیشگیرانه برای شناسایی فرصت هایی برای افزایش اثر بخشی سیستم مدیریت کیفیت صورت میگیرد	
						۱۳- اهداف کیفی قابل اندازه گیری برای فعالیت ها تعریف شده است.	
						۱۴- پیگیری فعال و مستمر سیستم مدیریت کیفیت برای رسیدن به بهبود ها همیشه صورت میگیرد.	
						۱۵- کنترل عملکرد و اتخاذ اقدامات اصلاحی برای اعمال بهبودهای لازم وجود دارد.	
						۱۶- شواهدی در دست است که نشان می دهد ، مقداری بهبود در کیفیت و بهره وری در یک یا چند حوزه بوجود آمده است	

عوامل مدیریت کیفیت جامع					
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	تمرکز بر مشتریان

"پرسش نامه مسئولیت اجتماعی سازمان"

بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	لطفاً از بین پاسخ های زیر بهترین گزینه را برای جواب دادن برگزینید.
۵	۴	۳	۲	۱	
					۱. تا چه اندازه اعضای سازمان به عدم مصرف بیهوده امکانات و اموال سازمان اهمیت می دهند؟
					۲. تا چه اندازه اعضای سازمان به جذب مشتریان سودآور در بلند مدت اهمیت می دهند ؟
					۳. تا چه اندازه اعضای سازمان به بهبود تسهیلات ارائه شده به مشتریان اهمیت می دهند؟
					۴. میزان توجه مدیران سازمان به ارائه گزارشات واطلاع رسانی مالی به ذی نفعان و سازمان های ذیصلاح چقدر است؟
					۵. تعداد پرونده های تخلف مالی سازمان در مراجع قانونی ذیربط چقدر است؟
					۶. میزان توجه سازمان به ارائه خدمات ارزان به مشتریان چقدر است؟
					۷. میزان توجه سازمان به گزارش دهی اجتماعی سالانه چقدر است؟
					۸. تا چه اندازه مدیران سازمان به وضع استانداردهای سازمانی اهمیت می دهند؟

				۹. میزان توجه اعضای سازمان به رعایت استانداردهای سازمانی چقدر است؟
				۱۰. میزان توجه به وضع مقررات در راستای کاهش فساد اداری در سازمان چقدر است؟
				۱۱. میزان توجه سازمان به تفسیر صحیح قوانین برای اعضا و تلاش در جهت اجرای آن ها قدر است؟
				۱۲. میزان توجه به تدوین ضابطه ها ومقررات سازمان درجهت مسئولیت پذیری سازمانی در قبال مراجعه کنندگان چقدر است؟
				۱۳. سازمان تا چه اندازه به تدوین ضوابط و مقررات در راستای ایجاد شرایط همکاری با دیگر ارگان ها اهمیت می دهد؟
				۱۴. میزان توجه سازمان به تقویت درک کارکنان از خدمات مالی جدید قبل از ارائه به مشتریان چقدر است؟
				۱۵. تعداد پرونده های تخلف اخلاقی سازمان ناشی از عملکردهای درون سازمانی در مراجع قانونی ذیربط چقدر است؟
				۱۶. میزان توجه سازمان به ارائه خدمات مستمر و پایدار به شهروندان چقدر است؟
				۱۷. سازمان تا چه اندازه به رعایت منشورهای اخلاقی توسط اعضا اهمیت می دهد؟
				۱۸. میزان توجه سازمان به آموزش منشور اخلاقی به کارکنان چقدر است؟
				۱۹. میزان توجه سازمان به برخورد عادلانه و بدون تبعیض کارکنان با مشتریان چقدر است؟

					۲۰. تعداد صندوق های نصب شده برای پیشنهادات – انتقادات مشتریان و پیگیری خواسته های مطروحه چقدر است؟
					۲۱. تعداد جلسات ماهانه برای رسیدگی به پیشنهادات – انتقادات مشتریان و پیگیری خواسته های مطروحه چقدر است؟
					۲۲. میزان حمایت مالی / غیرمالی سازمان از حقوق بشر چقدر است؟
					۲۳. میزان حمایت مالی / غیرمالی سازمان از نهادهای فرهنگی، ورزشی، آموزشی و خیریه
					۲۴. میزان حمایت مالی / غیرمالی سازمان در زمینه مبارزه با بیماری های خاص چقدر است؟
					۲۵. میزان حمایت مالی / غیرمالی سازمان از خدمات توسعه و زیباسازی زیست محیطی چقدر است؟

"پرسش نامه عملکرد نوآورانه"

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	لطفاً با توجه به موارد ذکر شده میزان موافقت خود را با یکی از گزینه های روبرو انتخاب کنید:
					۱- این شرکت به تغییرات محیطی به شکل انعطاف پذیری پاسخ می دهد.
					۲- این شرکت در فرآیندهای برنامه ریزی و اداری، از روش های مدیریت نوآورانه ای استفاده می کند.
					۳- این شرکت در زمینه سیستم های کنترل فرآیند، روش های مدیریت نوآورانه ای استفاده می کند.
					۴- این شرکت در زمینه یکپارچه سازی اجزا و مکانیزم های اداری، از روش های مدیریت نوآورانه ای استفاده می کند.
					۵- این شرکت توسعه فن آوری های جدید را بهبود بخشیده است.
					۶- این شرکت فن آوری را با محصولات جدید آمیخته است.
					۷- این شرکت استفاده از فرایندهای جدید را به منظور بهبود کیفیت و کاهش هزینه ها تسهیل کرده است.

"پرسش نامه انعطاف پذیری تولید"

ردیف	مؤلفه ها	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
	عامل ۱: انعطاف پذیری حجم تولید					
۱	بازه تولید هر محصول که بر اساس آن سود شرکت کسب میشود، بالا است.					
۲	زمان مورد نیاز برای افزایش یا کاهش تولید محصول بالا است.					
۳	هزینه های متحمل شده برای افزایش یا کاهش محصول بالا است.					
	عامل ۲: انعطاف پذیری تنوع					
۴	تعداد زیادی از محصولات مختلف توسط تسهیلات ساخت تولید میشود.					
۵	تعداد زیادی از محصولات جدید در هر سال تولید میشود.					
۶	زمان مورد نیاز برای معرفی محصولات جدید بالا است.					
۷	هزینه معرفی محصولات جدید بالا است.					
	عامل ۳: انعطاف پذیری فرآیند					
۸	یک ماشین معمولی میتواند عملیات مختلفی را بدون نیاز به زمان جهت انجام تغییرات انجام دهد.					
۹	یک ماشین معمولی میتواند عملیات مختلفی را بدون نیاز به هزینه تعویض انجام دهد.					
۱۰	زمان مورد نیاز برای تعویض یک قطعه به قطعه دیگر بالا است.					
۱۱	هزینه مورد نیاز برای تعویض یک قطعه به قطعه دیگر بالا است.					
	عامل ۴: انعطاف پذیری جریان مواد و قطعات					
۱۲	سیستم جریان به گونه ای طراحی شده است که هر ماشین را به ماشین های دیگر در کف کارگاه ارتباط می دهد.					

					سیستم جریان مواد امکان جابجایی اولویت پردازش قطعات بر روی تسهیلات ساخت را دارد.	۱۳
					هزینه موجودی در جریان به عنوان درصدی از کل هزینه تولید بالا است.	۱۴

"پرسش نامه سنجش عملکرد سازمانی"

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	عملکرد مالی و بازار
					۱. نرخ بازگشت سرمایه در سه سال اخیر بیش از مقدار متوسط صنعت بوده است
					۲. در سه سال اخیر، رشد فروش بیش از مقدار متوسط صنعت بوده است
					۳. در سه سال اخیر، رشد سودآوری بیش از مقدار متوسط صنعت بوده است
					۴. در سه سال اخیر، سهم بازار افزایش پیدا کرده است.
					۵. نرخ بازگشت سرمایه در سه سال اخیر بیش از مقدار متوسط صنعت بوده است
					عملکرد کیفیت
					۶. در سه سال اخیر، کیفیت محصولات و خدمات ما بهبود یافته است.
					۷. در سه سال اخیر، رضایت مشتریان بهبود یافته است.
					۸. در سه سال اخیر، تعداد شکایات مشتریان کاهش یافته است.
					۹. در سه سال اخیر، هزینه ناشی از کیفیت پایین، افزایش یافته است
					عملکرد نوآوری
					۱۰. در سه سال اخیر، سازمان محصولات و خدمات نوآورانه بیشتری را در مقایسه با رقبای اصلی وارد بازار کرده است.

					۱۱. در سه سال اخیر، تعداد نوآوری‌های منجر به افزایش مزیت رقابتی سازمان افزایش یافته است.
					۱۲. سرعت تطبیق یافتن تکنولوژی جدید بیش از سرعت رقبای اصلی است.
					عملکرد زیست محیطی
					۱۳. در سه سال اخیر، راندمان مصرف مواد اولیه افزایش یافته است.
					۱۴. در سه سال اخیر، مصرف منابع (انرژی گرمایی، برق، آب و غیره) کاهش یافته است.
					۱۵. در سه سال اخیر، درصد مواد بازیافتی افزایش یافته است.
					۱۶. در سه سال اخیر، نسبت ضایعات کاهش یافته است.
					عملکرد اجتماعی
					۱۷. در سه سال اخیر، میزان ترک خدمت کاهش یافته است.
					۱۸. در سه سال اخیر، رضایت کارمندان افزایش یافته است.
					۱۹. در سه سال اخیر، انگیزه کارمندان افزایش یافته است.

```

FREQUENCIES VARIABLES=age
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Notes		
Output Created		13-AUG-2017 11:10:02
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package .sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=age /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Statistics

age

N	Valid	180
	Missing	0

		age			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سال کمتر از 30	40	22.2	22.2	22.2
	30 تا 40	81	45.0	45.0	67.2
	40 تا 50	53	29.4	29.4	96.7
	سال بیشتر از 50	6	3.3	3.3	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=diploma

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created		13-AUG-2017 11:10:16
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=diploma /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

diploma

N	Valid	180
	Missing	0

		diploma			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دیپلم و پایین تر	17	9.4	9.4	9.4
	کاردانی	40	22.2	22.2	31.7
	کارشناسی	79	43.9	43.9	75.6
	کارشناسی ارشد و بیشتر	44	24.4	24.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=job_position
 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
 SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		13-AUG-2017 11:10:28
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=job_position /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Statistics

job_position

N	Valid	180
	Missing	0

		job_position			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مدیر، سرپرست یا کارشناس	82	45.6	45.6	45.6
	مهندس	30	16.7	16.7	62.2
	کارمند، کارکنان	37	20.6	20.6	82.8
	آموزشی، فرهنگی	31	17.2	17.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

```

FREQUENCIES VARIABLES=years_of_service
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
  SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Notes		
Output Created		13-AUG-2017 11:10:39
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=years_of_service /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Statistics

years_of_service

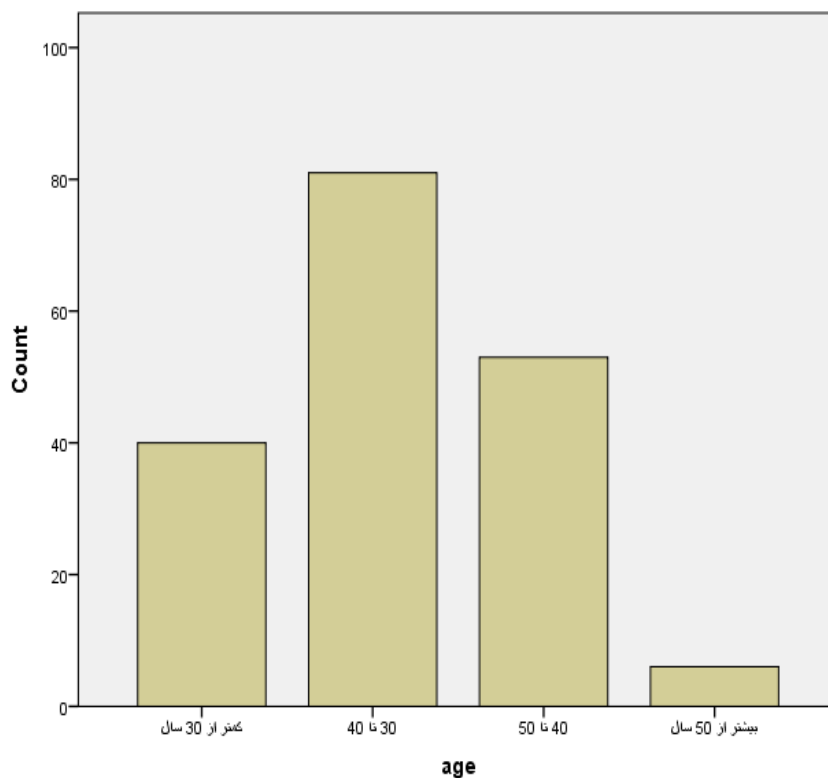
N	Valid	180
	Missing	0

years_of_service					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سال 5 زیر	37	20.6	20.6	20.6
	5 تا 10	51	28.3	28.3	48.9
	10 تا 15	51	28.3	28.3	77.2
	15 سال به بالا	41	22.8	22.8	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

GRAPH
/BAR(SIMPLE)=COUNT BY age.

Graph

Notes		
Output Created		13-AUG-2017 11:11:05
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Syntax		GRAPH /BAR(SIMPLE)=COUNT BY age.
Resources	Processor Time	00:00:00.84
	Elapsed Time	00:00:00.34

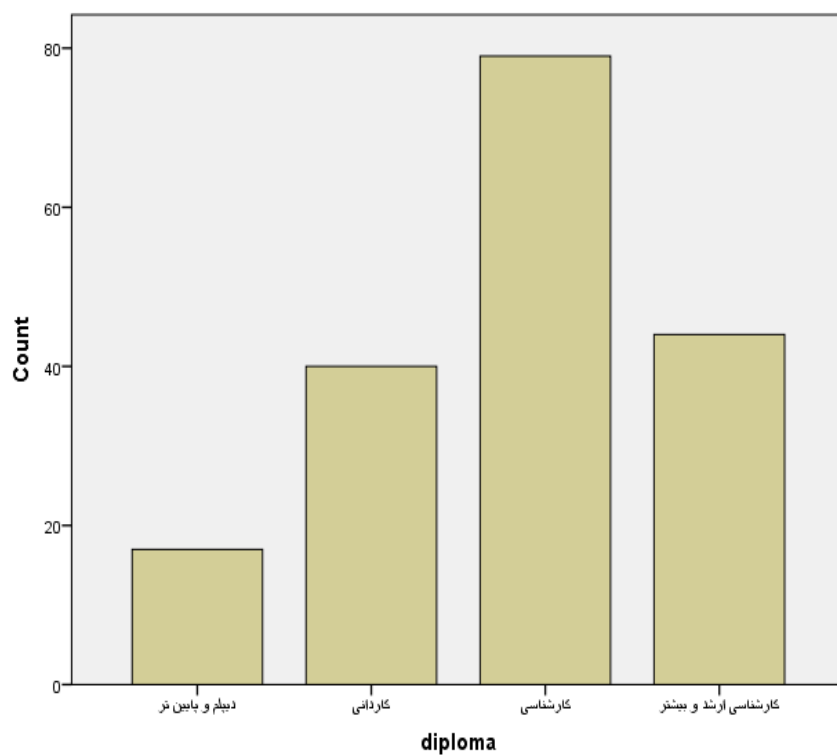


GRAPH
/BAR(SIMPLE)=COUNT BY diploma.

Graph

Notes

Output Created		13-AUG-2017 11:11:21
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Syntax		GRAPH /BAR(SIMPLE)=COUNT BY diploma.
Resources	Processor Time	00:00:00.59
	Elapsed Time	00:00:00.28

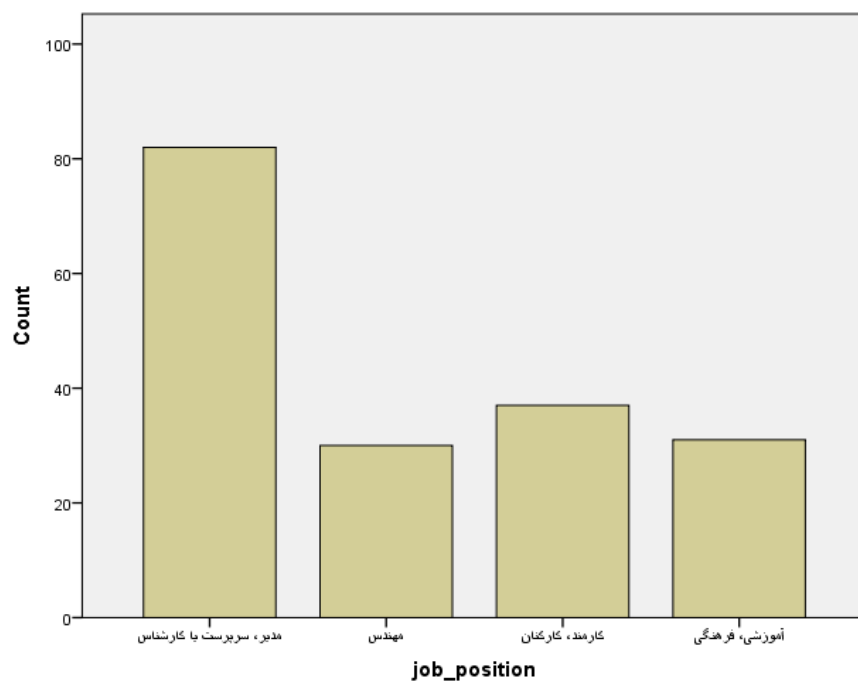


GRAPH
/BAR(SIMPLE)=COUNT BY job_position.

Graph

Notes

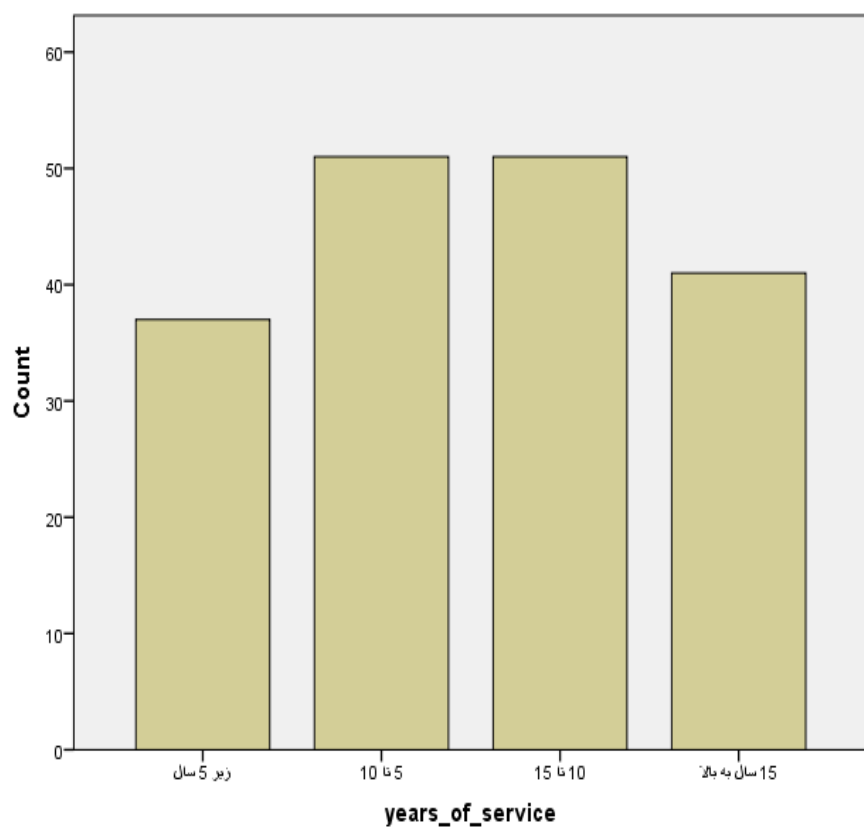
Output Created		13-AUG-2017 11:11:35
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Syntax		GRAPH /BAR(SIMPLE)=COUNT BY job_position.
Resources	Processor Time	00:00:00.44
	Elapsed Time	00:00:00.27



GRAPH
/BAR(SIMPLE)=COUNT BY years_of_service.

Graph

Notes		
Output Created		13-AUG-2017 11:11:52
Comments		
Input	Data	C:\Users\zahra\Desktop\package.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	180
Syntax		GRAPH /BAR(SIMPLE)=COUNT BY years_of_service.
Resources	Processor Time	00:00:00.33
	Elapsed Time	00:00:00.20



<u>Sobel Test</u>	STERR	OS (β)	مسیر
-	۰.۰۸۶۰	۰.۴۴۰۸	مسئولیت اجتماعی سازمان - عملکرد نوآورانه
-	۰.۰۶۸۲	۰.۲۸۶۸	عملکرد نوآورانه - عملکرد سازمانی
۳.۲۵۱۰	-	-	مسئولیت اجتماعی سازمان - عملکرد سازمانی

<u>Sobel Test</u>	STERR	OS (β)	مسیر
-	۰.۰۷۲۲	۰.۲۹۲۶	مدیریت کیفیت جامع - انعطاف پذیری تولید
-	۰.۰۳۹۹	۰.۵۶۰۷	انعطاف پذیری تولید - عملکرد سازمانی
۳.۸۹۳۹	-	-	مدیریت کیفیت جامع - عملکرد سازمانی

□

Abstract

The general objective of this research is to investigate the effects of corporate social responsibility and total quality management on the organizational performance with the mediating role of innovative performance and manufacturing flexibility in shiraz Iran khodro company. The research method is descriptive of survey type. The statistical population of this research includes all experts and specialists of shiraz Iran khodro company. Using a simple random sampling method, 181 individuals were selected as the sample of the study. Data were collected through a questionnaire. The content validity of the questionnaires was used by the experts opinion and using the AVE values, the validity of the measurement tool was confirmed. Reliability of the questionnaires was also calculated through CR and Cronbach's alpha. Data were analyzed using descriptive statistics such as mean, standard deviation, abundance, frequency and inferential statistics such as correlation matrix, path coefficients, t statistic and sobel test. The result of the correlation and partial least squares test confirm this issue that the variables proposed in this model correlate and have a significant correlation. As well as the result of the hypothesis test indicate that all research hypotheses are approved.

Key words: Corporate social responsibility, Total quality management, Organizational performance, Innovative performance, Manufacturing flexibility



Faculty of management and industrial engineering

MSc Thesis in industrial management

Trend of production

**Investigating the effects of corporate social responsibility and total
quality management on the organizational performance with the
mediating role of innovative performance and manufacturing
flexibility**

(case study: shiraz Iran khodro company)

By:

Elham rakhshandeh

Supervisor:

Dr. M. H. Hosseini

Adviser:

Dr. S. Aibaghi esfahani

January 2018