

بررسی رابطه فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی با عملکرد مالی و بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

سارا ارجمند، کارشناس ارشد حسابداری

چکیده:

پژوهش حاضر باهدف بررسی رابطه بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی با عملکرد مالی و بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است؛ و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات نیز، از نوع توصیفی-همبستگی از شاخه تحقیقات میدانی می باشد. جامعه آماری این تحقیق کارشناسان و مدیران مالی ۳۰ شرکت تولیدی و صنعتی شهر یاسوج طی سال ۱۳۹۹ است که تعداد آنها حدود ۲۵۰ نفر می باشد که از طریق جدول مورگان ۱۵۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. در این تحقیق از روش نمونه گیری در غیر تصادفی (دسترس) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی (رگرسیون چندگانه و ضریب همبستگی پیرسون) انجام گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها، به وسیله نرم افزار SPSS نسخه ۲۴ و صورت گرفت. پژوهش حاضر نشان داد که فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج تاثیر دارد، عملکرد اجتماعی بیشترین اثر را بر عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج داشته است و مدیریت کیفیت جامع نیز با بر روی عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج اثر معنادار داشته است. همچنین نتایج نشان داد که فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی بر بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج تاثیر دارد مدیریت کیفیت جامع بیشترین اثر را بر بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج داشته است و عملکرد اجتماعی نیز بر روی بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج اثر معنادار داشته است.

کلمات کلیدی: مدیریت کیفیت جامع، عملکرد اجتماعی، عملکرد مالی، بازاریابی.

مقدمه

در محیط اقتصادی و رقابتی امروزی سازمان‌ها به منظور حفظ بقای خود به اهمیت ارضای نیاز مشتریان پی برده‌اند و این رضایت جز از طریق افزایش کیفیت محصولات و خدمات امکان‌پذیر نمی‌باشد. شرایط خاص اقتصادی که امروزه سازمان‌های فعال در آنها به رقابت مشغول‌اند، نیاز مبرمی را برای استفاده از ابزارهایی به منظور بهبود کیفیت و تطبیق با شرایط اقتصادی ایجاد می‌کند. هدف این سیستم‌ها و ابزارها بهبود عملکرد سازمان و در نهایت جلب رضایت مشتریان می‌باشد. در محیط اقتصاد و رقابتی، کاهش هزینه‌ها به همراه افزایش مستمر کیفیت محصولات به عنوان یک اصل اساسی مطرح شده است. کیفیت یک معیار تصمیم‌گیری از جانب مشتریان می‌باشد نه ابزار تصمیم‌گیری برای مهندسان و مدیران سازمان. سازمان‌های عصر حاضر ناگزیرند برای بقا به کیفیت محصولات و خدمات خود توجه کنند تا از این طریق بتوانند ضمن حفظ مشتریان فعلی مشتریان جدیدی را جذب و در نتیجه درآمد خود را افزایش دهند که رسیدن به این مهم تنها از طریق اعمال مدیریت صحیح امکان‌پذیر است.

بیان مسئله

امروزه یکی از چالش‌هایی که دولت در زمان اجرای مدیریت کیفیت جامع در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج با آن مواجه است اهمیت صرفه‌جویی در هزینه است. دستیابی به حداقل هزینه و استانداردها از جمله نقاط ضعفی است که برای مدیریت کیفیت جامع وجود دارد. از طرف دیگر امروزه چالش ناشی از رقابت جهانی باعث افزایش فشار بر شرکت‌های تولیدی و صنعتی برای بهبود مهارت‌ها، قابلیت‌ها و کیفیت محصولات و خدمات شده است. اصول مدیریت کیفیت جامع، به صورت گسترده در سطح جهان به عنوان ابزار بهبود عملکرد در سازمان، بهبود ماهیت سازمان‌ها و چگونگی رویارویی با چالش‌های ویژه بازارها مورد پذیرش قرار گیرد.

عملکرد اجتماعی شرکت را باید به عنوان یک استراتژی تجاری و یک ارزش تجاری برای شرکت‌ها مطرح کرد که می‌تواند برای آنها مزیت رقابتی به همراه آورد. دو سه دهه اخیر، این توجه به اثرات شرکت‌ها در جامعه،

منجر به ظهور این مفهوم نوظهور و مهم در ادبیات کسب و کار به نام عملکرد اجتماعی شرکت‌ها گردیده است. شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک می‌گردد که عدم توجه به عملکرد اجتماعی و مدیریت کیفیت جامع می‌تواند باعث یکسری مشکلات در شرکت‌های تولیدی و صنعتی گردد. مطالعات تجربی نشان می‌دهد که مدیریت فرایند به‌طور مستقیم و مثبت بر کیفیت محصول^۱ تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، رهبری مدیریت منجر به عملکرد باکیفیت از طریق پذیرش فرهنگ کیفیت توسط کارکنان می‌شود.

مدیریت کیفیت جامع در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج، یکی از سخت‌ترین وظایف برای این شرکت‌ها می‌باشد زیرا اثرات قابل توجهی بر روی کارکنان دارد. هدف این مطالعه، توسعه و ارائه یک چارچوب مفهومی و مدل تحقیق برای بهبود این رابطه است چرا که مدیریت جامع کیفیت و عملکرد مالی و بازاریابی، به مدیران و تصمیم‌گیران، به‌ویژه در بخش عملکرد، کمک می‌کند تا درک بهتری از تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت بر روی عملکرد شرکت داشته باشند و درعین حال، دستورالعملی را به شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج برای درک عمیق‌تر تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت بر عملکرد مالی و بازاریابی با حضور عملکرد اجتماعی می‌کند. با توجه به مطالب ذکر شده در بالا، مدیریت کیفیت جامع، بر بهبود مستمر فرایندها برای راضی کردن مشتری با تولید محصولات باکیفیت با تلاش سازمانی یکپارچه در هر سطح تأکید دارد که در این راستا عدم توجه به مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج می‌تواند مشکلات زیادی را در خدمات‌دهی به عموم مردم فراهم آورد؛ بنابراین در این تحقیق محقق به دنبال پاسخگویی به این سؤال می‌باشد که آیا بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی با عملکرد مالی و بازاریابی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

امروزه جهت افزایش کارایی یک سازمان بهتر است کارها از قبل برنامه ریزی شده باشند. یعنی تعیین انتظارات عملکردی و اهداف، تا گروه‌ها و افراد بتوانند برای دستیابی به اهداف سازمانی، به تلاش‌هایشان جهت بدهند. درگیر کردن کارکنان در فرایند برنامه‌ریزی، به آنها کمک می‌کند تا اهداف سازمان، آنچه باید انجام شود، دلیل انجام آن و اینکه آن کار باید چقدر خوب انجام شود را درک کنند. برنامه‌های عملکرد کارکنان باید انعطاف‌پذیر باشد، به صورتی که بتوان این برنامه‌ها را بسته به اهداف برنامه و الزامات کاری متغیر، تغییر داد. پیدایش مدیریت کیفیت جامع یکی از مهم‌ترین جنبه‌های عملکرد مدیریت است. اصول مدیریت کیفیت جامع از مهم‌ترین اهداف هر سازمان، افزایش بهره‌وری و عملکرد بالای سازمان است؛ برای تحقق این اهداف نیز مدیریت آن سازمان نقش مهمی را ایفا می‌کنند. به نتیجه رساندن وظایف سازمان، به عهده‌ی مدیریت آن سازمان است و عملکرد این افراد، همان عملکرد سازمان است، از این‌رو سازمان‌ها برای رسیدن به این مقاصد، در تلاش برای طراحی نظام‌ها و راهکارهایی هستند که مدیریت کیفیت جامع امری حیاتی در این زمینه است. مدیریت کیفیت جامع به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فرایندهای اصلی سازمان‌ها، بیش‌تر از سایر فرایندهای مدیریت موردتوجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج جهت بالا بردن کیفیت تولید و خدمات خود، ایجاد مزیت رقابتی، ملزم به اجرای مدیریت کیفیت جامع هستند. اهمیت مدیریت کیفیت جامع در سازمان‌های تولیدی-خدماتی و در طی دو دهه گذشته افزایش چشمگیری داشته است. برای رسیدن به توسعه پایدار هر سازمان باید مدل‌های پیچیده‌ای از ترکیب کنترل کیفیت جامع و اصول مدیریت راهبردی را بکار گیرد. از طرف دیگر کیفیت در چند دهه اخیر به موضوع مهمی برای سازمان‌ها و مؤسسات تجاری تبدیل شده است شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج نیز از این انقلاب کیفیتی مصون نمانده است و توجه زیادی به امر ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات شرکت‌ها از سوی مشتریان و ارائه‌کنندگان خدمات صورت گرفته است. از آنجاکه بحث اقدامات مدیریت کیفیت جامع و بهبود عملکرد از طریق عملکرد اجتماعی در این شرکت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. چون آشنایی مدیران و کارکنان با این مقوله‌ها می‌تواند باعث موفقیت شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

گردد و راهبردهای آنان را در تصمیم‌گیری گسترش دهد و سبب کاهش تصمیم‌های اشتباه می‌شود بنابراین درک عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان تأثیر بسزایی در موفقیت و پیشرفت شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج دارد و در سطح گسترده‌تر در سازمان تطابق متناسب اقدامات مدیریت کیفیت جامع و عملکرد آن‌ها می‌تواند سبب شکوفایی و تعالی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج شود. از آنجاکه زمان زیادی از مطرح شدن ارائه گزارش عملکرد و کیفیت توسط سازمان‌ها می‌گذرد اما تاکنون تحقیق جامع و کامل که بررسی رابطه بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی با عملکرد مالی و بازاریابی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج انجام داده باشد وجود ندارد و یک خلأ تحقیقاتی وجود دارد و با انجام این تحقیق می‌توان این خلأ را پر کرد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق

بررسی رابطه بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی با عملکرد مالی و بازاریابی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

اهداف فرعی تحقیق

بررسی رابطه بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

بررسی رابطه بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج

پیشینه تحقیق

تحقیقات داخلی

پیغان (۱۳۹۹) در بررسی اثرات اقدامات مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد با در نظر گرفتن اقدامات مدیریت منابع انسانی و عملکرد ابداع نشان داد که متغیر اقدامات مدیریت کیفیت جامع به صورت مستقیم بر عملکرد در سازمان جهاد کشاورزی استان کهگیلویه و بویراحمد اثر دارد. همچنین به صورت غیرمستقیم و از طریق نقش میانجی اقدامات منابع انسانی و نقش میانجی ابداع نیز بر عملکرد در سازمان جهاد کشاورزی استان کهگیلویه و بویراحمد اثر دارد. متغیر اقدامات منابع انسانی نیز بر عملکرد در سازمان جهاد کشاورزی استان کهگیلویه و بویراحمد اثر دارد و ابداع نیز بر عملکرد در سازمان جهاد کشاورزی استان کهگیلویه و بویراحمد اثر دارد. شاخص های کلی نشان از برازش خوب الگو توسط داده ها دارد و یا به عبارتی می توان گفت که داده های جمع آوری شده به خوبی الگو را مورد حمایت قرار می دهند.

شیرازی (۱۳۹۷) در تحقیقی به تأثیر اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا بر مدیریت کیفیت خدمات مراقبت از بیمار از طریق متغیر میانجی توانمندسازی روان شناختی پرداخت. از وجوه متمایزکننده بیمارستان ها و مراکز درمانی، کیفیت خدمات ارائه شده است. حصول این امر در گرو نیروی انسانی ارائه دهنده خدمت است و بنابراین اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا مدیریت منابع انسانی برای بهبود عملکرد این دسته افراد اهمیت می یابد. آزمون فرضیات نشان داد اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا مدیریت منابع انسانی بر توانمندسازی روان شناختی تأثیر معنادار دارد. توانمندسازی روان شناختی بر کیفیت مراقبت از بیمار تأثیر دارد و توانمندسازی روان شناختی می تواند در این رابطه نقش میانجی ایفا کند. همچنین اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا تأثیر مستقیم بر کیفیت مراقبت از بیمار دارد با توجه به نتایج، لزوم بازنگری در مدیریت پرسنل احساس می شود، مدیران می توانند از طریق اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا موجبات بهبود کیفیت خدمات ارائه شده بشوند. صالحی (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی اثر فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی سازمان انجام دادند. نتایج نشان داد که فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمانی سازمان اثر معنی داری داشته است؛ بنابراین می توان گفت که با توسعه و تقویت فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع عملکرد سازمانی نیز بهبود می یابد بنابراین مدیریت سازمان باید سعی در تحقق فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع در سازمان نماید. همچنین مشخص گردید که فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع پیش بینی شده خوبی برای عملکرد سازمانی سازمان می باشند که در این میان فاکتورهای فنی بیشترین اهمیت را دارند و پیش بینی شده قوی تری نسبت به فاکتورهای اجتماعی می باشند.

امیر حسینی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی تاثیرافشای هزینه های اجتماعی زیست محیطی بر عملکرد مالی شرکت ها پرداختند. نتایج تحلیل روابط بین متغیرها نشان داد که بین سطح مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی مبتنی بر سنج سودآوری بازده عملیاتی سودآوری ها و نیز ارزش شرکت بر پایه ارزش روز هر سهم در پایان دوره، رابطه مستقیم وجود داشته است. علاوه بر این نتایج به دست آمده از رابطه معکوس بین عملکرد و سطح افشای هزینه های اجتماعی- زیست محیطی با رشد نقدینگی شرکت مبتنی بر تغییر در نرخ نقدینگی شرکت نسبت به قبل حمایت نمود. آزمون های تی استیودنت و فیشر از معنی داری و به تعبیری قابلیت تعمیم روابط بین متغیرها در سطح ۹۵ درصد اطمینان، به جامعه آماری حمایت نمود.

وحیدی الیزایی و همکاران (۱۳۹۴)، در بررسی تاثیر عملکرد (مسئولیت پذیری) اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت های فعال در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که یک ارتباط مثبت و معنی داری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی شرکت وجود دارد.

کزازی و شول (۱۳۹۲)، در مقاله‌ای با عنوان "تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری: اثر تعدیل-کنندگی یادگیری سازمانی" بیان کردند که مدیریت کیفیت فراگیر، شامل حمایت مدیریت ارشد، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و تمرکز بر مشتریان است که بیشترین بار عاملی را تمرکز بر مشتری و کمترین بار عاملی را مشارکت کارکنان دارد. همچنین شاخص‌های عملکرد نوآوری به سه گروه نوآوری در محصول، نوآوری در فرآیند و نوآوری سازمانی تقسیم می‌شوند که نوآوری در فرآیند دارای بیشترین بار عاملی و نوآوری سازمانی دارای کمترین بار عاملی است. یادگیری سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی در نظر گرفته شده است که شامل استراتژی یادگیری و فرهنگ یادگیری است که استراتژی یادگیری دارای بار عاملی بیشتری است. به طور کلی نتایج معادلات ساختاری نشان می‌دهد که عملکرد نوآوری به میزان ۷۹ درصد تحت تأثیر مستقیم مدیریت کیفیت فراگیر است و این تأثیر به وسیله یادگیری سازمانی تعدیل می‌شود.

تحقیقات خارجی :

تاری و گارسیا^۲ (۲۰۱۸) در تحقیقی به بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت بر عملکرد ابداع پرداخته‌اند که نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) دارای عملکرد ابداع معنی داری هستند. هم‌چنین، این ظرفیت ابداع، عامل واسطه‌ای رابطه بین شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) و عملکرد ابداع است.

پرس^۳ (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) و عملکرد سازمانی پرداخته‌اند که نتایج حاکی از آن است که پارامتر (سازه) مدیریت جامع کیفیت

^۲ Tarí & García

^۳ Press

(رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) دارای روابط معنی‌داری با رضایت کارکنان و عملکرد دارد. رهبری و مشتری‌مداری، نقش‌های معنی‌داری در بهبود رضایت کارکنان و عملکرد مدل دارند.

ری^۴ (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی اثر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) و شیوه‌های مدیریت منابع انسانی پرداخته‌اند که نتایج نشان می‌دهد که پیاده‌سازی و اجرای اصول کلی مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) اثر معنی‌داری روی اثربخشی مدیریت منابع انسانی دارد و ۵۳/۴ درصد تغییرات اثربخشی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی را توجیه می‌کنند.

ارشد وانگ و سو^۵ (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی رابطه بین شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) و عملکرد سازمانی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که پیاده‌سازی مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) اثر مثبت و معنی‌داری بر روی ابداع خدمات و نیز عملکرد سازمانی دارد. همچنین، رابطه مثبت بین ابداع خدمات و عملکرد سازمانی مشاهده شد.

پاراگونزالس و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت بر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی پرداخته‌اند که نتایج نشان می‌دهد که مدیریت جامع کیفیت (رهبری، تعهد مدیریت عالی، مدیریت فرآیند) اثر معنی‌داری روی اثربخشی مدیریت منابع انسانی دارد. بنابر نتایج این تحقیق می‌توان گفت که هر چقدر سازمان شیوه‌های مدیریت کیفیت جامع را بیشتر مد نظر قرار دهد شیوه مدیریت منابع انسانی بهبود پیدا خواهد کرد و به طبع آن سازمان عملکرد بهتری خواهد داشت.

مرسدس^۶ (۲۰۱۵)، رابطه بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی را با در نظر گرفتن ایجاد یک نظام راهبری شرکتی مناسب در شرکت‌های اسپانیایی مورد بررسی قرار داد. نتایج تجزیه و تحلیل‌های وی در بورس اوراق بهادار مادرید ثابت نمود که طبقه‌بندی و به‌کارگیری کلیه سیاست‌های اجتماعی موجب ارتقای منابع مالی می‌شود و به‌طور بالعکس افزایش عملکردهای مالی منجر به منافع اجتماعی بالاتر می‌گردد.

انیل و ساتیش^۷ (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت جامع کیفیت بر عملکرد سازمانی پرداخته‌اند که نتایج حاکی از آن است که مدیریت جامع کیفیت تأثیر معنی‌داری بر عملکرد دارد. بعد رهبری مدیریت جامع کیفیت تأثیر معنی‌داری بر عملکرد دارد. بعد تعهد مدیریت جامع کیفیت تأثیر معنی‌داری بر عملکرد دارد. بعد مدیریت فرآیند مدیریت جامع کیفیت تأثیر معنی‌داری بر عملکرد دارد. بنابر نتایج این تحقیق می‌توان گفت که هر چقدر سازمان مدیریت کیفیت جامع را بیشتر مد نظر قرار دهد به طبع آن سازمان عملکرد بهتری خواهد داشت.

^۴ Rey^۵ Arshad, Wang & Su^۶ Mercedes.^۷ Anil and Satish

هرزالا، گوتیریز و روساس^۱ (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین اقدامات مدیریت کیفیت جامع، استراتژی‌های رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) و عملکرد شرکت در اقتصاد فلسطین پرداختند. داده‌های مورد نیاز تحقیق از طریق پیمایش ۲۰۲ شرکت کوچک و متوسط صنعتی گردآوری و جهت بررسی فرضیات نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری بهره گرفته شد. نتایج حاصله بیانگر آن بود که اقدامات مدیریت کیفیت جامع رابطه‌ای غیرمستقیم، مثبت و معنادار با عملکرد مالی به واسطه استراتژی‌های رقابتی دارد. علاوه بر این در این تحقیق نشان داده شد که رابطه‌ای مستقیم، مثبت و معنادار بین استراتژی‌های رقابتی و عملکرد مالی وجود دارد. این نتایج به مدیران جهت پیاده‌سازی اقدامات مدیریت کیفیت جامع برای تخصیص اثربخش منابع و بهبود عملکرد مالی یاری می‌رساند.

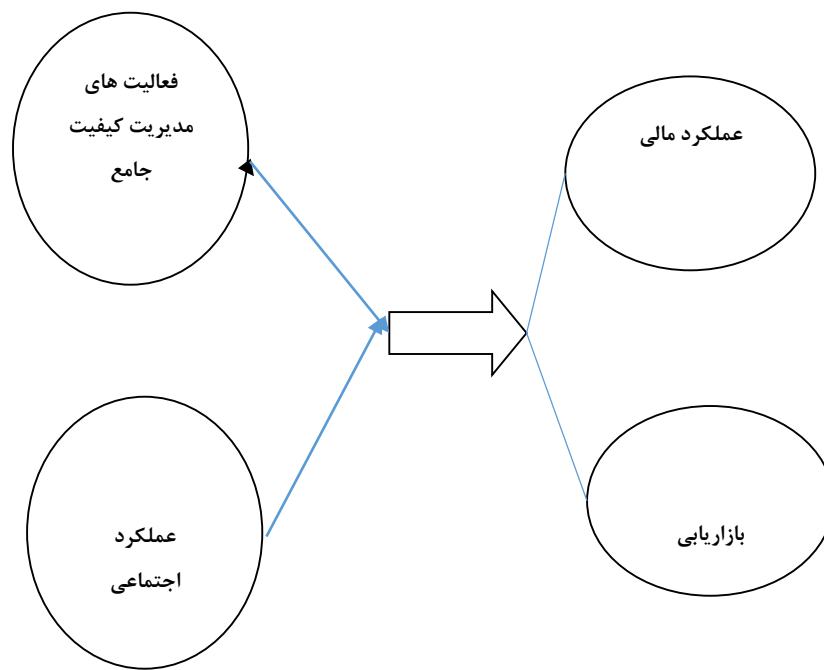
زهیر و ارتوسون و زهیر^۲ (۲۰۱۲)، در تحقیقی اثرات روش‌های مدیریت کیفیت در کیفیت عملکرد و عملکرد نوآورانه را مورد مطالعه قرار دادند. هدف اصلی این مطالعه بررسی این است که آیا فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع روی کیفیت و یا عملکرد نوآوری اثر می‌گذارند و همچنین تعریف اجزای مؤثر روی این انواع عملکرد. در این تحقیق یافته‌ها ارتباط مثبت بین فعالیت‌های مدیریت کیفیت جامع، کیفیت و عملکرد نوآوری نشان داد.

مدل تحقیق

مدل تحقیق با توجه به ادبیات و پیشینه و اهداف به شرح زیر است:

^۱Herzallah, Gutierrez and Rosas

^۲ Zehir, Ertosun, Zehir & Müceldilli



آزمون فرضیه فرعی اول

بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج فرضیه آماری زیر مورد آزمون قرار می گیرد:

H_0 : بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی رابطه وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی

عملکرد مالی			متغیر
فراوانی	پیرسون		فعالیت های مدیریت کیفیت جامع
۱۵۱	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
	۰/۰۰۱	۰,۴۳	

یافته آزمون همبستگی پیرسون جدول (۴-۱۰) نشان می دهد که فرض H_1 پذیرفته می شود. بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج در سطح معناداری ۹۵ درصد همبستگی معناداری وجود دارد. ($p=0/001$) و ($r=0/43$) می توان اذعان کرد بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی دوم

بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج فرضیه آماری زیر مورد آزمون قرار می گیرد:

H_0 : بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی رابطه وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی

عملکرد بازاریابی			متغیر
فراوانی	پیرسون		فعالیت های مدیریت کیفیت جامع
	ضریب همبستگی	سطح معناداری	
	۰,۶۵	۰/۰۰۱	

یافته آزمون همبستگی پیرسون جدول نشان می‌دهد که فرض H_1 پذیرفته می‌شود. بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج در سطح معناداری ۹۵ درصد همبستگی معناداری وجود دارد. ($p=0/001$) و ($r=0/65$) می‌توان ادعان کرد بین فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی سوم

بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج فرضیه آماری زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد:

H_0 : بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی رابطه وجود دارد.

(جدول ۴-۱۲): نتایج آزمون همبستگی بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی

عملکرد مالی			متغیر
فراوانی	پیرسون		عملکرد اجتماعی
	ضریب همبستگی	سطح معناداری	
	۱۵۱		

	۰/۰۰۱	۰,۴۸	
--	-------	------	--

یافته آزمون همبستگی پیرسون جدول (۴-۱۲) نشان می‌دهد که فرض H_1 پذیرفته می‌شود. بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج در سطح معناداری ۹۵ درصد همبستگی معناداری وجود دارد. ($p=۰/۰۰۱$) و ($r=۰/۴۸$) می‌توان ادعان کرد بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی چهارم

بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج فرضیه آماری زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد:

H_0 : بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی رابطه وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی

عملکرد بازاریابی			متغیر
فراوانی	پیرسون		عملکرد اجتماعی
	ضریب همبستگی	سطح معناداری	
	۰,۲۳	۰/۰۰۱	

یافته آزمون همبستگی پیرسون جدول نشان می‌دهد که فرض H_1 پذیرفته می‌شود. بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج در سطح معناداری ۹۵ درصد همبستگی معناداری وجود دارد. ($p=۰/۰۰۱$) و ($r=۰/۲۳$) می‌توان ادعان کرد بین عملکرد اجتماعی و عملکرد بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری:

پژوهش حاضر نشان داد که فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی بر عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج تاثیر دارد، عملکرد اجتماعی بیشترین اثر را بر عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج داشته است و مدیریت کیفیت جامع نیز با بر روی عملکرد مالی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج اثر معنادار داشته است. همچنین نتایج نشان داد که فعالیت های مدیریت کیفیت جامع و عملکرد اجتماعی بر بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج تاثیر دارد مدیریت کیفیت جامع بیشترین اثر را بر بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج داشته است و عملکرد اجتماعی نیز بر روی بازاریابی در شرکت های تولیدی و صنعتی شهر یاسوج اثر معنادار داشته است. پیدایش مدیریت کیفیت جامع یکی از مهم ترین جنبه های عملکرد مدیریت است. اصول مدیریت کیفیت جامع از مهم ترین اهداف هر سازمان، افزایش بهره‌وری و عملکرد بالای سازمان است؛ برای تحقق این اهداف نیز مدیریت آن سازمان نقش مهمی را ایفا می کنند. به نتیجه رساندن وظایف سازمان، به عهده‌ی مدیریت آن سازمان است و عملکرد این افراد، همان عملکرد سازمان است، از این رو سازمان‌ها برای رسیدن به این مقاصد، در تلاش برای طراحی نظام‌ها و راهکارهایی هستند که مدیریت کیفیت جامع امری حیاتی در این زمینه است. از سوی دیگر عملکرد اجتماعی و افشا گرهای مرتبط با آن منجر به تداوم فعالیت شرکت ها منجر می شود. لذا جامعه امکان بقای شرکت ها را در درازمدت فراهم می آورد. اهمیت مدیریت کیفیت جامع در سازمان‌های تولیدی-خدماتی و در طی دو دهه گذشته افزایش چشمگیری داشته است. برای رسیدن به توسعه پایدار هر سازمان باید مدل‌های پیچیده‌ای از ترکیب کنترل کیفیت جامع و اصول مدیریت راهبردی را بکار گیرد. از طرف دیگر کیفیت در چند دهه اخیر به موضوع مهمی برای سازمان‌ها و مؤسسات تجاری تبدیل شده است شرکت های تولیدی و صنعتی نیز از این انقلاب کیفیتی مصون نمانده است و توجه زیادی به امر ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات شرکت ها از سوی مشتریان و ارائه‌کنندگان خدمات صورت گرفته است.

الف: منابع فارسی

۱. امیر حسینی، ز (۱۳۹۵) بررسی تاثیرافشای هزینه های اجتماعی زیست محیطی بر عملکرد مالی شرکت ها پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس.
۲. پاسبان، م، زنجانی، س، خشکناز، ل (۱۳۹۳) بررسی میزان آمادگی کارکنان دانشگاه برای پیاده سازی و استقرار مدیریت بهره‌وری و کیفیت جامع، مدیریت بهره‌وری، سال ۶، شماره ۲۴، صص ۱۴۸-۱۵۸.
۳. پیغان، س (۱۳۹۹) در بررسی اثرات اقدامات مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد با در نظر گرفتن اقدامات مدیریت منابع انسانی و ابداع، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد دهقان.
۴. تولایی، ر، امینی، ا. (۱۳۹۳). بررسی نقش الگوی تعالی مدیریت کیفیت جامع در تغییر و تحول راهبردی سازمان‌ها، توسعه سازمانی پلیس، دوره ۵، شماره ۲۱، صفحات ۹۷-۷۹.
۵. دبلمی دیانتی، ز. یوزچنگیز، ص. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر به‌کارگیری مدل مدیریت کیفیت جامع (TQM) بر روند عملکرد مالی شرکت (بررسی موردی). پژوهش‌های مدیریت در ایران. دوره ۱۸ شماره ۳.
۶. روانستان، ک. آقاجانی، ح. (۱۳۹۱). مدیریت کیفیت زنجیره تأمین و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌های ریخته گری قطعات ایران خودرویی. فصلنامه علوم مدیریت ایران. دوره ۷. شماره ۲۵ صص ۸۹-۱۱۲.
۷. شیرازی ع. (۱۳۹۷) تأثیر اقدامات سیستم های کاری عملکرد بالا مدیریت منابع انسانی بر کیفیت مراقبت از بیمار از طریق متغیر میانجی توانمندسازی روانشناختی، فصلنامه مدیریت پرستاری سال، ششم، دوره ۲، ص ۱.
۸. شربت اوغلی، ع، افشاری، د، نجمی، م. (۱۳۸۹)، مسئولیت اجتماعی نزد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۱۹.
۹. صالحی، م. (۱۳۹۶) تأثیر فاکتورهای اجتماعی و فنی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد سازمان پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد یاسوج.
۱۰. صحرایی، س. (۱۳۹۰). بررسی رابطه مدیریت کیفیت فراگیر بر بهبود عملکرد کارکنان شاغل در بیمارستان امام خمینی (ره) شهرستان شیروان. همایش ملی ارتقای کیفیت با رویکرد حاکمیت بالینی.
۱۱. طالقانی م. وطن‌دوست، م. (۱۳۹۰). در مقاله ای با عنوان رابطه بین اصول مدیریت کیفیت جامع و عملکرد مالی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ استان گیلان مجله بازاریابی و تبلیغات. صص ۱-۱۰.
۱۲. فارسجانی، ح؛ سمیعی نیستانی، ا. (۱۳۸۹). بررسی نقش یکپارچگی بین مدیریت کیفیت جامع و مدیریت تکنولوژی در تعیین عملکردهای کیفیت و نوآوری. نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، ۲(۴)، صص ۱۱۷-۱۳۶.
۱۳. کزازی، ا. شول، ع. (۱۳۹۲). تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری: اثر تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). سال بیست و سوم شماره ۷۱. صص ۱-۱۷.
۱۴. کفاش پور، آ. زنده دل، ا. خواجه ای، ر. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی به واسطه بازارمحوری (مطالعه موردی: هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره شهر مشهد). پژوهشنامه اقتصاد کسب و کار. شماره ۱. صص ۷۳-۸۸.
۱۵. مهدی زاده، ن. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین توجه به مسئولیت اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکت‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی الغدير.

۱۶. ناظری، ع. نصرت پور، م. عساکره. ش (۱۳۹۶) بررسی تأثیر اقدامات مدیریت کیفیت زنجیره تأمین بر عملکرد در صنعت خودرو ایران با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری پژوهشنامه بازرگانی سال بیست و یکم شماره ۸۵
۱۷. وحیدی الیزایی، غ. غفاری، م. (۱۳۹۴). تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۷.
۱. برزگری خانقاه، ج. جعفری تراچی، ق. (۱۳۹۴) بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکت بر افشای مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
۲. ثقفیان، ح. (۱۳۸۸). «بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی سازمان بورس اوراق بهادار تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه الغدیر تبریز.
۳. حیدریان، ب. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر ساختار صنعت بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
۴. دهمدار، ف. علیدادی، ح. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی افشای اطلاعات و ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره ۱۳۸۹ لغایت ۱۳۹۴ اولین کنفرانس ملی نقش حسابداری، اقتصاد و مدیریت.
۵. رحمانسرشت، ح. رفیعی، م. کوشا، م. (۱۳۸۹). مسئولیت اجتماعی: اخلاقیات سازمانی؛ ماهنامه تدبیر، شماره ۲۰۴؛ صص ۱۹-۸۹.
۶. صنوبر، ن. خلیلی، م. ثقفیان ح. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها»، کاوش‌های مدیریت بازرگانی: پاییز و زمستان، دوره ۲، شماره ۴؛ از صفحه ۲۸ تا صفحه ۵۲.
۷. فرج‌الهی، آ. (۱۳۹۳). «مطالعه رابطه بین مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، پایان‌نامه کارشناسی.
۸. شیدائی حبشی، ا. فضل زاده، ع. فاریابی، م. (۱۳۹۳). بررسی نقش بازاریابی رابطه‌مند، بازاریابی حسی و حمایتی در وفاداری مشتریان. مجله مدیریت بازاریابی. شماره ۲۴. صص ۱۱۳-۱۳۸.
۹. عباسی، س. جلالی فراهانی، م. علی‌دوست، ا. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین بازاریابی درونی با مشتری‌گرایی در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان.
۱۰. کاتلر، ف. (۱۳۹۷). ترجمه بهمن فرونده، مدیریت بازاریابی. نوبت اول. تهران: آتروپات، ص ۱۴۴.
۱۱. کاظمینی، م. (۱۳۸۹). بررسی اثرات بازاریابی درونی بر رفتارهای شهروندی سازمانی و ارتباط آن با کیفیت خدمات (مطالعه موردی: شعب بانک سامان در تهران). پایان‌نامه ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. MBA رشته مدیریت.
۱. Ahmed, S., Islam, M., & Hasan, I. (2012). "Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage- Evidence from the Banking Sector of Bangladesh". Journal of Organizational Management 1 (1), 14-21.
۲. Brian B. Stanko, Erin Brogan, Erin Alexander, and Josephine Choy-Mee Chay Business & Economic Review I April-June 2006.
۳. Carroll, Archie B. (1999). The Pyramid of Corporate social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July- August.

۴. Dkhili, H., & Ansi, H. (2012). "The Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Case of the Tunisian Companies". *Journal of Organizational Knowledge Management*.
۵. Ehsan, S., Kaleem, A., & Jabeen, S. (2012). "Exploring the interaction between Financial Performance and Corporate Social Responsibility in Pakistani Firms". *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2 (10), 10431-10439.
۶. Khan, A., Badrul Muttakin, M., Siddiqui, J., (2018). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Business Ethics*.
۷. Stone, R.W. & Good, D.J. (۲۰۱۱) The Assimilation Of Computer-Aided Marketing Activities, *Information & Management*, Vol.38. No7.
۸. Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e- Shopping. *Journal of Services Marketing*, vol. 24(2), pp.142-156.
۹. Katler, P. & K. L. Keller. (2006), *Marketing Management*, 12th Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
۱۰. Yu, T. W. and Tung, F. C., (2013). Investigating effects of relationship marketing types in life insurers in Taiwan. *Managing Service Quality*, vol. 23(2), pp.111-30.
۱۱. Anil, A. P., & Satish, P. K. (2015). Investigating the relationship between TQM practices and Firm's performance: A conceptual framework for Indian organizations. *Procedia Technology*, ۲۴, ۵۵۴-۵۶۱.
۱۲. Arshad, A. M., Wang, J., & Su, Q. (2016). Investigating The Mediating Role Of Service Innovation In Firm Performance: An Empirical Research. *The Journal of Applied Business Research*, 32(2), 461-479.
۱۳. Cheng, B., Ioannou, I. and Serafeim, G (2014). Corporate Social Responsibility and Access to Finance. *Strategic Management Journal*, Vol. 35(1), 1-23.
۱۴. Thomas, R.R. (۲۰۰۹) Beyond Race and Gender: Unleashing the Power of Your Total Work Force by Managing Diversity, AMACOM, New York, NY. pp:121-138.
۱۵. Yalcin, N. Bayrakderaglu, A. Kahraman, C. (2012). Application of fuzzy multi-criteria decision making methods for financial performance evaluation of Turkish manufacturing industries. *Expert Systems With Applications*, vol.39. pp.350-364.
۱۶. Calvo- Mora A., Ruiz-Moreno C., Picón-Berjoyo A., Cauzo- Bottala L. (2014) "Mediation effect of TQM technical factors in excellence management systems", *J. Bus.*, Vol. ۶۷. ۵, ۷۶۹-۷۷۴.
۱۷. Demberag, P. (2018). Managing Knowledge through Human Resource Practices. P311. <http://www.2.warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olkc/archive/olkc3/papers/contribution183.pdf>. (Retrieved on 2010)

۱۸. Jacobsen J.(2008) "Avoiding the mistakes of the past: Lessons learned on what makes or breaks quality initiatives". J.Qual.Particip. Vol.31,No.2,p.4.
۱۹. -Schenk, H.W.A.(2017).The prevalence and focus of formalised Human Resource Management practices in a sample of SMEs in the marketing and retail sector of South Africa. The Retail and Marketing Review, 13(2),40- 54