



مجله علمی

مدیریت نوآفرینی

Innovation
management

بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تأکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی در شرکت فوجاکو

سولماز یوسفی^{۱*}، حسین صمدی^۲

چکیده	اطلاعات مقاله
این پژوهش با هدف مطالعه بررسی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تأکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی در شرکت فوجاکو به روش توصیفی-پیمایشی به انجام رسیده است. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش عبارت است از تمامی کارکنان شرکت فوجاکو که تعداد آنها ۲۵۰ نفر بودند. برای انتخاب نمونه از جدول مورگان استفاده شد که تعداد ۱۴۸ نفر انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای سنجش مدیریت کیفیت جامع از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS28 و Smart-PLS انجام گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد مدیریت کیفیت بر عملکرد کسب و کار صادراتی تأثیر مستقیم و معناداری دارد و هم به طور غیرمستقیم از راه میانجیگری حمایت مدیریت ارشد بر عملکرد صادراتی تأثیر دارد. این مطالعه تأثیر مدیریت کیفیت جامع را بر عملکرد ارزیابی کرد. افزون بر این، اثر حمایت مدیر ارشد بر عملکرد صادراتی بررسی کرد. همینطور روابط میانجی حمایت مدیر ارشد بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد صادراتی را بررسی و مقدار اهمیت هر یک از شاخص‌ها را مشخص کرد.	نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۵
مدیریت کیفیت جامع، عملکرد کسب و کار، عملکرد کارآفرینی	کلیدواژه‌ها

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس

ایمیل: solmazyousefi93@gmail.com

* نویسنده مسئول: سولماز یوسفی

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت، گرایش کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد امام خمینی

مقدمه

مدیریت کیفیت جامع به عنوان یک رویکرد مدیریتی کل نگر، به بهبود مستمر و مشارکت فعال همه اعضای سازمان در فرآیندهای بهبود کیفیت و رضایت مشتری می پردازد. در دنیای پیچیده و رقابتی امروز، عملکرد کسب و کار نه تنها به کیفیت محصولات و خدمات بستگی دارد بلکه به عواملی همچون نوآوری و کارآفرینی نیز مرتبط است (انیفول و همکاران^۱، ۲۰۲۴). یکی از کلیدی ترین عوامل مؤثر بر موفقیت مدیریت کیفیت جامع، حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد از کارآفرینی در سازمان ها است. حمایت مدیران ارشد به عنوان یک عامل واسطه ای، می تواند به تسهیل اجرای اصول مدیریت کیفیت جامع و ایجاد محیطی خلاق و نوآور کمک کند. این حمایت نه تنها انگیزه و اعتماد به نفس کارمندان را افزایش می دهد بلکه می تواند منجر به شناسایی فرصت های جدید و بهینه سازی فرآیندها شود. به بیان دیگر، نقش مدیران ارشد در ترغیب فرهنگ کارآفرینی و فراهم کردن بستر مناسب برای پیاده سازی مدیریت کیفیت جامع، می تواند به طور قابل توجهی بر عملکرد کسب و کار تأثیرگذار باشد (لیو و همکاران^۲، ۲۰۲۳). در این پژوهش، به بررسی ارتباط بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد کسب و کار با تأکید بر نقش واسطه ای حمایت مدیران ارشد از کارآفرینی خواهیم پرداخت. این بررسی می تواند به سازمان ها کمک کند تا با درک بهتر از این روابط، استراتژی های موثرتری را در جهت بهبود کیفیت و عملکرد خود تدوین کنند.

یک رویکرد مدیریتی است که به منظور بهبود مستمر کیفیت محصولات و خدمات و افزایش رضایت مشتری در سازمان ها به کار می رود. این رویکرد بر این اصل استوار است که کیفیت نه تنها مسئولیت بخش کیفیت بلکه یک مسئولیت جمعی است که شامل تمامی اعضای سازمان می شود. اصول کلیدی مدیریت کیفیت جامع شامل مشتری مداری، بهبود مستمر، مشارکت کارکنان، مدیریت فرآیند، رهبری و تصمیم گیری مبتنی بر داده ها است. تمرکز اصلی مدیریت کیفیت جامع روی نیازها و انتظارات مشتریان است، به گونه ای که هدف این است که رضایت مشتری بیشینه شود و نیازهای آن ها به طور مؤثر برآورده شود. بهبود مستمر به معنای جستجوی دائمی راه هایی برای بهبود کیفیت و کارایی است. مدیریت کیفیت جامع به طور فعال از تمامی کارکنان سازمان می خواهد که در فرآیندهای بهبود کیفیت مشارکت کنند و این مشارکت می تواند از راه آموزش، تشویق و ایجاد محیطی مناسب برای ایده پردازی باشد. هم چنین، مدیریت کیفیت جامع بر مدیریت فرآیندها تأکید دارد؛ به جای تمرکز بر نتایج نهایی، توجه به نحوه انجام کارها و بهینه سازی فرآیندها از اهمیت بالایی برخوردار است. نقش رهبری در مدیریت کیفیت جامع بسیار حیاتی است و مدیران ارشد باید فرهنگ کیفیت را در سازمان ترویج دهند و به عنوان الگوهایی برای دیگران عمل کنند (لیم و همکاران^۳، ۲۰۲۲). یکی دیگر از اصول مهم مدیریت کیفیت جامع، تصمیم گیری مبتنی بر داده ها است که به سازمان ها کمک می کند تا نقاط ضعف را شناسایی کرده و بهبودهای لازم را اعمال کنند. مزایای مدیریت کیفیت جامع شامل افزایش رضایت مشتری، کاهش هزینه ها، بهبود کیفیت، افزایش کارایی و توسعه فرهنگ سازمانی مثبت است. با تمرکز بر نیازهای مشتری، سازمان ها قادر به افزایش سطح رضایت مشتریان خود خواهند بود. بهبود فرآیندها و کاهش ضایعات می تواند به کاهش هزینه های تولید و ارائه خدمات منجر شود. با پیاده سازی اصول مدیریت کیفیت جامع، کیفیت محصولات و خدمات به طور قابل توجهی افزایش خواهد یافت و بهینه سازی فرآیندها و کاهش زمان های غیرضروری می تواند به افزایش کارایی سازمان منجر شود. هم چنین، مدیریت کیفیت جامع به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت که به نوآوری و بهبود مستمر اهمیت می دهد، کمک می کند. با این حال، مدیریت کیفیت جامع با چالش هایی نیز مواجه است. یکی از بزرگ ترین چالش ها، مقاومت کارکنان در برابر تغییرات جدید و شیوه های مدیریتی است. هم چنین، اگر مدیران ارشد به اصول مدیریت کیفیت جامع متعهد نباشند، اجرای مؤثر این رویکرد دشوار خواهد بود. پیاده سازی مدیریت کیفیت جامع نیاز به آموزش و توانمندسازی کارکنان دارد که ممکن است زمان بر باشد (شویده و همکاران^۴، ۲۰۲۳). در جهان امروز، در دنیایی که دائماً رو به تحول است و هر روز در زمینه های گوناگون دگرگونی های بزرگی پدید می آید و گسترده دانش و فناوری به گونه ای فزاینده توسعه می یابد. شیوه های

¹. Ahinful et al

². Liu

³. Lim et al

⁴. Shwede

سنتی مدیریت بسیار کهنه و منسوخ و فاقد کارایی به نظر می‌رسند. بویژه در سال‌های اخیر با اوج‌گیری روند جهانی شدن اقتصاد و شکل‌گیری قطب‌های اقتصادی و تجاری گوناگون در نقاط راهبردی و بازارهای توسعه یافته جهانی، توجه به موضوع (کیفیت) و ارائه خدمات و محصولات با قیمت مناسب و در زمان معقول برای شرکت‌ها و موسسات تولیدی و خدماتی به صورت امری حیاتی در آمده است. کمرنگ شدن مرزهای جغرافیایی، شناوری محصولات و سرمایه و فراوانی موسسات و شرکت‌های تولیدی خدماتی، توجه به رضایت مشتری از اهمیتی ویژه برخوردار است (واتسون^۱، ۲۰۱۳). در این ارتباط شیوه‌های مدیریتی گوناگونی بمنظور بهره‌برداری موثر از امکانات و منابع، در راستای تحقق این رضایت‌مندی تدوین و اجرا شده است. از میان سیستم‌ها و نظام‌های مدیریتی ارائه شده تاکنون، شاید بتوان گفت هیچ یک به اندازه سیستم مدیریت کیفیت نتوانسته است کارایی خود را مرحله ظهور برساند و شرکت‌ها و موسسات موفق و پیش‌تاز در عرصه رقابت جهانی توانسته‌اند با بکارگیری، اجرا و نهادینه کردن مفاهیم و اصول سیستم مدیریت کیفیت به سودآوری قابل توجهی دست یافته، رفاه و آسایش را برای مدیران و کارکنان و در نهایت ملت‌ها و جوامع خود فراهم آورند (اوربانا و نیکولوا^۲، ۲۰۱۳). عملکرد کسب و کار به‌عنوان معیاری برای ارزیابی موفقیت یک سازمان در دستیابی به اهداف و استراتژی‌های خود تعریف می‌شود و می‌تواند از جنبه‌های گوناگونی مورد بررسی قرار گیرد، از جمله مالی، عملیاتی، مشتری و نوآوری. عملکرد مالی یکی از مهم‌ترین جنبه‌های ارزیابی کسب و کار است و شامل معیارهایی مانند درآمد، سودآوری، بازده سرمایه‌گذاری (ROI) و نسبت‌های مالی می‌باشد. درآمد به میزان فروش و درآمد تولیدی اشاره دارد، در حالی که سودآوری نسبت سود به هزینه‌ها را نشان می‌دهد و بازده سرمایه‌گذاری، کارایی سرمایه‌گذاری‌ها را اندازه‌گیری می‌کند (لطیفی و همکاران^۳، ۲۰۲۲). عملکرد عملیاتی به فرآیندها و فعالیت‌های روزمره کسب و کار مربوط می‌شود و شامل کارایی فرآیندها، مدیریت زنجیره تأمین و کنترل کیفیت است. کارایی فرآیندها به ارزیابی سرعت و کیفیت تولید محصولات و خدمات اختصاص دارد. مدیریت زنجیره تأمین به نحوه تأمین مواد اولیه و توزیع محصولات می‌پردازد و کنترل کیفیت میزان انطباق محصولات و خدمات با استانداردهای کیفیت را بررسی می‌کند. عملکرد مشتری به رضایت و وفاداری مشتریان اشاره دارد و شامل نظرسنجی‌های مشتری، نرخ نگهداری مشتری و نرخ شکایت است. نظرسنجی‌ها به گردآوری بازخورد از مشتریان در مورد محصولات و خدمات کمک می‌کند و نرخ نگهداری مشتری درصد مشتریانی را نشان می‌دهد که به خریدهای مجدد ادامه می‌دهند. نرخ شکایت نیز میزان شکایات مشتریان و نحوه رسیدگی به آنها را ارزیابی می‌کند. نوآوری به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت کسب و کارها شناخته می‌شود و شامل توسعه محصولات جدید، پژوهش و توسعه و چابکی سازمانی است. توسعه محصولات جدید توانایی سازمان در معرفی محصولات و خدمات جدید به بازار را نشان می‌دهد. پژوهش و توسعه به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین و بهبود محصولات اشاره دارد و چابکی سازمانی قابلیت سازمان در پاسخ به تغییرات بازار و نیازهای مشتریان را مورد توجه قرار می‌دهد (ریبیرو-ناوارته و همکاران^۴، ۲۰۲۱). چندین عامل می‌توانند بر عملکرد کسب و کار تأثیرگذار باشند، از جمله رهبری و مدیریت، فرهنگ سازمانی، نظام‌های اطلاعاتی و محیط خارجی. رهبری و مدیریت سبک‌های رهبری و تصمیم‌گیری مدیران را شامل می‌شود که می‌تواند بر روحیه و انگیزه کارکنان تأثیر بگذارد. فرهنگ سازمانی بر نحوه تعامل کارکنان و بهره‌وری آنها تأثیر می‌گذارد و نظام‌های اطلاعاتی به گردآوری و تحلیل داده‌های مرتبط کمک می‌کنند. برای ارزیابی عملکرد کسب و کار، معیارهای گوناگونی وجود دارد که می‌توانند به سازمان‌ها کمک کنند تا نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کنند. این معیارها شامل نسبت‌های مالی مانند سود خالص، حاشیه سود و بازده سرمایه‌گذاری، شاخص‌های کلیدی عملکرد و گزارش‌های عملکرد می‌باشد. گزارش‌های عملکرد معمولاً شامل داده‌های مربوط به پیشرفت و دستاوردهای سازمان هستند. در نهایت، عملکرد کسب و کار یک مفهوم چندبعدی است که شامل جنبه‌های مالی، عملیاتی، مشتری و نوآوری می‌شود. این عملکرد تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارد و ارزیابی دقیق و مداوم آن به سازمان‌ها کمک می‌کند تا نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنند و استراتژی‌های بهبود را برای

¹. Watson

². Urbana & Nikolova

³. Lutfi et al

⁴. Ribeiro-Navarrete et al

دستیابی به اهداف خود تدوین نمایند. در دنیای رقابتی امروز، توانایی در بهبود مستمر عملکرد می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی مهم برای کسب و کارها بشمار رود (سوتریسنو و همکاران^۱، ۲۰۲۳). مدیر ارشد از کارآفرینی یکی از عوامل کلیدی در موفقیت و نوآوری سازمان‌ها بشمار می‌رود. این حمایت نه‌تنها به ایجاد یک محیط مناسب برای تفکر خلاق و نوآوری کمک می‌کند بلکه به تسهیل فرآیندهای کارآفرینی و افزایش انگیزه کارکنان نیز می‌انجامد. مدیران ارشد نقش حیاتی در تعیین استراتژی‌ها و ارزش‌های سازمان دارند و می‌توانند با ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت، زمینه‌ساز کارآفرینی در سازمان شوند. این فرهنگ شامل تشویق به ریسک‌پذیری، پذیرش خطاها به‌عنوان بخشی از فرآیند یادگیری و ارتقای ایده‌های نوآورانه است. مدیران ارشد باید به کارکنان خود این احساس را منتقل کنند که ایده‌های‌شان مورد توجه قرار می‌گیرد و در صورت بروز مشکلات، حمایت لازم از آن‌ها به عمل خواهد آمد. یکی از جنبه‌های مهم حمایت مدیر ارشد این است که آن‌ها باید منابع لازم را برای پروژه‌های کارآفرینانه تأمین کنند. این منابع می‌تواند شامل زمان، مالی و انسانی باشد. ارائه آموزش‌های مناسب و دسترسی به داده‌های مورد نیاز برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه نیز از دیگر اقداماتی است که مدیران می‌توانند انجام دهند. افزون بر این، مدیران ارشد باید به‌طور فعال در فرآیندهای کارآفرینی مشارکت کنند (عمران و همکاران^۲، ۲۰۲۱). این مشارکت می‌تواند به‌صورت مشاوره، هدایت و حمایت از تیم‌ها در مراحل گوناگون توسعه محصولات و خدمات جدید باشد. ارتباط نزدیک بین مدیران و کارکنان نیز می‌تواند به شناسایی سریع‌تر فرصت‌ها و تهدیدها کمک کند و در نهایت منجر به افزایش کارآفرینی در سازمان شود. حمایت مدیران ارشد هم‌چنین، می‌تواند از راه شفاف‌سازی اهداف و استراتژی‌های سازمانی انجام شود. وقتی کارکنان از جهت‌گیری‌های کلی سازمان آگاهی داشته باشند، بهتر می‌توانند ایده‌های خود را با اهداف سازمان همسو کنند. این همسویی نه‌تنها باعث افزایش انگیزه کارکنان می‌شود بلکه به تحقق اهداف سازمان نیز کمک می‌کند (هرستو و همکاران^۳، ۲۰۲۲).

علی‌وردیلو و احمدوند (۱۴۰۲) با بررسی عوامل موثر بر اجرای مدیریت کیفیت جامع و تاثیر آن بر جذب مشتری در شرکت راه آهن تهران نشان دادند که در اجرای مدیریت کیفیت جامع، حمایت مدیران عالی و شناسایی و آموزش کارکنان بر جذب مشتری تأثیری معنادار ندارد. در عین حال، در اجرای مدیریت کیفیت جامع، عوامل فرهنگی، رضایت کارکنان و مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری بر جذب مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. مسعودی (۱۴۰۰) در پژوهشی به تحلیل تأثیر مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی تأثیری مستقیم و معنادار بر عملکرد شرکت‌ها دارند. با توجه به نتایج بدست آمده، مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی می‌تواند در جهت بهبود عملکرد در شرکت‌های کوچک و متوسط موثر واقع شوند. یوسفی و همکاران (۱۳۹۸) با بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تاکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی در شرکت پیلوت گاز به این نتیجه دست یافتند که مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تاکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی موثر است. طالقانی و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی عنوان یادگیری سازمانی بر مدیریت کیفیت جامع با هدف بهبود عملکرد در شرکت‌های تولیدی بزرگ استان گیلان نشان دادند که در شرکت‌های تولیدی بزرگ استان گیلان، یادگیری سازمانی تأثیری مثبت بر میزان استقرار مدیریت کیفیت جامع دارد. هم‌چنین، مشخص شد که در این سازمان‌ها بعد رهبری نسبت به سایر ابعاد مدیریت کیفیت جامع توسعه‌ای بیش‌تر یافته است. لذا، برای اثربخشی سازمان‌ها توجه به مفاهیم مدیریت کیفیت جامع و یادگیری سازمانی از اهمیتی به سزا برخوردار است. ندیم و همکاران (۲۰۲۴) با بررسی نقش گرایش کارآفرینانه و مدیریت کیفیت جامع در افزایش عملکرد کیفیت دارویی نشان دادند که گرایش کارآفرینانه و مدیریت کیفیت جامع، تأثیری مثبت و معنادار بر عملکرد کیفیت دارند. افزون بر این، تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کیفیت تا حدی توسط مدیریت کیفیت جامع میانجی‌گری می‌شود. کنبای و همکاران^۴ (۲۰۲۳) با بررسی تغییرات

^۱. Sutrisno et al

^۲. Imran

^۳. Hristov et al

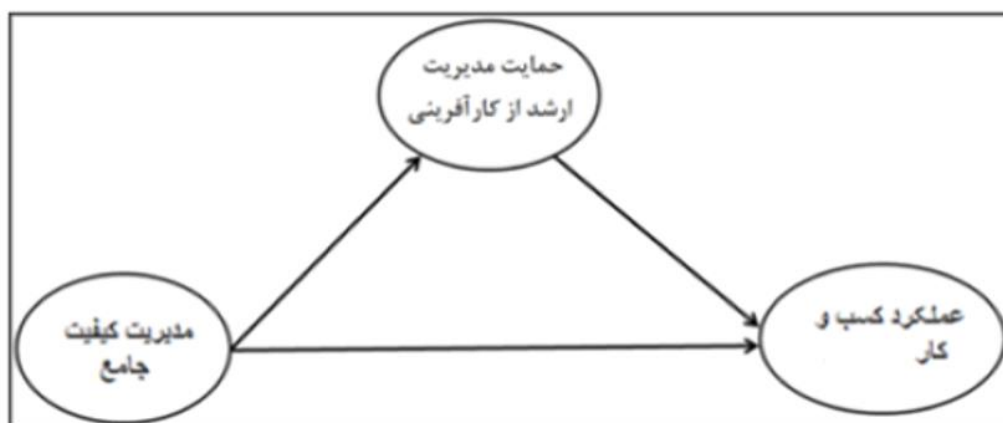
^۴. Canbay et al

اصول مدیریت کیفیت جامع در زمینه صنعت ۰/۴: دیدگاه از یک اقتصاد نوظهور به این نتیجه دست یافتند که تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد، بهبود مستمر و اصول مدیریت فرآیند با ۰/۴ بسیار آسان‌تر اعمال می‌شوند، اصول رهبری و مشارکت کارکنان همچنان در حال توسعه هستند. مدیریت کیفیت جامع یک رویکرد کل‌نگر است که با هدف بهبود مستمر کیفیت و افزایش رضایت مشتری در سازمان‌ها به کار می‌رود. این رویکرد بر اصولی چون مشتری‌مداری، بهبود مستمر، مشارکت کارکنان و مدیریت فرآیند تأکید دارد. با وجود مزایای قابل توجه، با چالش‌هایی نیز روبه‌روست که نیاز به توجه و مدیریت مناسب دارد. در نهایت، می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا در دنیای رقابتی امروز، به گونه‌ای مؤثر به نیازهای مشتریان پاسخ دهند و بهبودهای مستمری در عملکرد خود داشته باشند.

با وجود پژوهش‌های گسترده در زمینه مدیریت کیفیت جامع و تأثیر آن بر عملکرد کسب و کار، چندین خلاء پژوهشی قابل توجه وجود دارد که نیاز به بررسی بیشتر دارند. یکی از این خلاءها، کمبود مطالعات تجربی است؛ بسیاری از پژوهش‌های موجود به تحلیل‌های نظری محدود شده‌اند و فاقد شواهد تجربی کافی برای اثبات تأثیر حمایت مدیران ارشد بر پیاده‌سازی مدیریت کیفیت جامع و کارآفرینی هستند. این کمبود می‌تواند به فهم ناقص از چگونگی تعامل این عوامل منجر شود. افزون بر این، بیش‌تر پژوهش‌ها به بررسی این موضوعات در صنایع خاص یا کشورهای خاص پرداخته‌اند و نیاز به پژوهش‌هایی است که تأثیرات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را در زمینه‌های گوناگون مورد بررسی قرار دهند. هم‌چنین، نگاه یک‌جانبه به حمایت مدیران ارشد نیز یکی دیگر از چالش‌هاست؛ بیش‌تر مطالعات به نقش مثبت حمایت مدیران پرداخته‌اند، در حالی که تأثیرات منفی یا چالش‌های ناشی از این حمایت هنوز به‌طور جامع بررسی نشده‌اند. این می‌تواند شامل تضاد منافع یا عدم همسویی استراتژیک باشد. در نهایت، کمبود رویکردهای یکپارچه که همزمان به بررسی مدیریت کیفیت جامع، کارآفرینی و حمایت مدیران ارشد بپردازند، احساس می‌شود. این رویکرد می‌تواند به درک بهتری از ارتباطات پیچیده بین این سه عنصر کمک کند. هم‌چنین، بیش‌تر پژوهش‌ها بر تأثیرات کوتاه‌مدت و آنی تمرکز دارند و تأثیرات بلندمدت حمایت مدیران ارشد بر کیفیت و نوآوری در سازمان‌ها هنوز به‌خوبی شناسایی نشده است. بنابراین، این سوال مطرح می‌باشد که آیا مدیریت کیفیت بر عملکرد کسب و کار می‌تواند مؤثر باشد؟

فرضیه‌های پژوهش

۱. مدیریت کیفیت بر عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو تأثیری معنادار دارد.
۲. مدیریت کیفیت بر حمایت مدیریت ارشد در شرکت فوجاکو تأثیری معنادار دارد.
۳. حمایت مدیریت ارشد بر عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو تأثیری معنادار است.
۴. حمایت مدیریت ارشد رابطه بین مدیریت کیفیت و عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو را میانجی‌گری می‌کند.



شکل ۱. مدل مفهومی

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش در بخش استنباطی برای آزمون فرضیات از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است که توسط نرم افزار Smart PLS3 آزمون شد. در بخش توصیفی نیز از نرم افزار spss21 استفاده شده است. مدل‌یابی به کمک اسمارت پی ال اس که در حوزه‌های متنوع از جمله حوزه مدیریت کاربرد دارد صورت گرفته است. از آنجایی که هدف پژوهش، تعیین تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی حمایت مدیر ارشد می‌باشد، این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت فوجاکو به تعداد ۲۵۰ نفر می‌باشد. برای انتخاب نمونه از جدول مورگان استفاده شد که تعداد ۱۴۸ نفر انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها از روش تصادفی ساده استفاده شد.

جدول ۱. پایایی پرسش‌نامه

متغیرها	مقدار کرونباخ
مدیریت کیفیت	۰/۸۵۱
حمایت مدیر ارشد	۰/۸۷۷
عملکرد کسب و کار	۰/۸۹۰

پس از گردآوری‌های داده‌های پژوهش نوبت به فرایندی نوین با عنوان تحلیل آماری آنها می‌رسد که با تکیه و استفاده از روش‌های گوناگون آمار سعی داده‌ها، در جهت اهداف پژوهش و ارزیابی آنها مورد بررسی قرارگیرد ابتدا با استفاده از آمار توصیفی، ویژگی‌های جمعیت شناختی (دموگرافیک) مورد بررسی قرار گرفته و سپس با آزمون‌های آماری استنباطی فرضیه‌های پژوهش مورد سنجش و آزمون قرار گرفت و تمامی آزمون‌ها بر اساس مدل مفهومی که برگرفته از ادبیات و پیشینه نظری و عملی پژوهش می‌باشد، انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

بارهای عاملی از راه محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که این مقدار باید برابر و یا بیش‌تر از مقدار ۰/۲ شود (هالاند^۱، ۱۹۹۹). آلفای کرونباخ، معیاری کلاسیک برای سنجش پایایی و سنجش مناسب برای ارزیابی پایداری درونی بشمار می‌رود که مقدار بالاتر از ۰/۷ بیان‌گر پایایی قابل قبول است البته، موس و همکاران (۱۹۹۸) در مورد متغیرهایی با تعداد سوالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده‌اند. معیار پایایی ترکیبی در مدل‌سازی معادلات ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ بشمار می‌رود چراکه در محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌های با بار عاملی بیش‌تر اهمیتی بیش‌تر دارند (وینزی و همکاران^۲، ۲۰۱۰). روایی همگرا معیاری است که برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش حداقل مربعات جزئی به کاربرده می‌شود. میانگین واریانس استخراج شده نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج شده (AVE^۳) را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد کرده‌اند. معیاری که برای مطلوب بودن AVE نمایش داده می‌شود بالاتر از ۰/۵ می‌باشد.

^۱. Hulland

^۲. Vinzi et al

^۳. Average Variance Extracted

پردازش مدل اندازه‌گیری

برای بررسی پردازش مدل اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. برای سنجش پایایی مدل به بررسی پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ پرداخته شده است. نتایج در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۲. روایی و پایایی مدل

ردیف	متغیر	پایایی ترکیبی (CR $\geq$ 0/7)	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس استخراج شده (AVE $\geq$ 0/5)
۱	مدیریت کیفیت جامع	۰/۸۶۶	۰/۸۱۴	۰/۵۲۴
۲	حمایت مدیریت ارشد	۰/۹۱۰	۰/۸۸۱	۰/۶۳۰
۳	عملکرد کسب و کار	۰/۸۹۷	۰/۹۲۱	۰/۶۶۰

با توجه به آمار و ارقام جدول ۲ مشاهده می‌شود که روایی و پایایی مدل و متغیرهای آن در محدوده مناسب و مورد تایید قرار گرفته است.

برای بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل و لارکر استفاده شده است. بر اساس این معیار، روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر ارتباط بیش‌تری با شاخص‌هایش دارد. بر اساس نظر فورنل و لارکر (۱۹۸۱) روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان AVE برای هر سازه بیش‌تر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. روایی واگرا در Smart PLS به وسیله ماتریسی محاسبه می‌شود که خانه‌های آن شامل ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE هر سازه است. با توجه به نتایج روایی واگرا توسط شاخص فورنل و لارکر نیز مورد تایید قرار گرفت. حال به بررسی روایی واگرا می‌پردازیم.

جدول ۳. روایی واگرا

مدیریت کیفیت جامع	حمایت مدیریت ارشد	عملکرد کسب و کار
۰/۷۲۴		
۰/۷۱۳	۰/۷۹۴	
۰/۷۱۳	۰/۷۳۹	۰/۸۱۲

پردازش مدل ساختاری

ضریب تعیین R^2 ، شاخص Q^2 دو شاخص نیکویی پردازش نرم‌افزار Smart PLS هستند. ضریب تعیین R^2 معیاری است که بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. مقدار R^2 تنها برای متغیرهای درون‌زای مدل ارائه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار آن برابر صفر است. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل بیش‌تر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است (چین، ۱۹۹۸). مقادیر بالای ۰/۳۳، مقادیر مناسبی برای این شاخص ارزیابی شده اند. دیگر شاخص پردازش مدل ساختاری، شاخص Q^2 است. این معیار که توسط استون و گیسر (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل در سازه‌های درون‌زا را مشخص می‌کند. بدین معنی که اگر در یک مدل، روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها تاثیر کافی بر یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه‌ها به درستی تأیید شوند. اگر مقدار شاخص Q^2 مثبت باشد نشان می‌دهد که پردازش مدل مطلوب است و بنابراین، مدل از قدرت پیش‌بینی کنندگی مناسبی برخوردار

است (هنسler و همکاران، ۲۰۰۹). با توجه به نتایج جدول (---) مدل از وضعیت پردازش و قدرت پیش‌بینی‌کنندگی مناسبی برخوردار است.

جدول ۴. شاخص‌های نیکویی پردازش

متغیرها	R Square	R Square Adjusted	Q ²
مدیریت کیفیت جامع	--	---	--
حمایت مدیر ارشد	۰/۵۰۹	۰/۴۹۹	۰/۲۸۸
عملکرد صادراتی	۰/۶۷۳	۰/۶۶۰	۰/۴۰۲

پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل، برازش کلی مدل از راه معیار GOF که توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ارائه شده است، استفاده می‌شود. این معیار از راه رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

به گونه‌ای که *Communalities* نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه هست و *R²* نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درونزای مدل است. مقدار GOF مدل پژوهش عبارت است از:

$$GOF = \sqrt{.508 \times .663} = .472$$

برای آزمودن فرضیه‌ها از آزمون معناداری تی استفاده می‌شود. در صورتی که مقدار این اعداد از قدر مطلق ۱/۹۶ بیش‌تر شوند، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه، تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. همان‌گونه که در شکل ۲ مشخص است، شکل ۲ ضریب بارهای عاملی سوالات نشان می‌دهد که از راه محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر یا بیش‌تر از ۰/۴ شود (هیولند، ۱۹۹۹) پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است و اگر کم‌تر از ۰/۴ شود، باید آن شاخص‌ها را اصلاح کرده یا از مدل حذف شود. تمام بارهای عاملی در این مطالعه بالاتر از ۰/۴ می‌باشد و نیازی به حذف هیچ کدام از سوالات نمی‌باشد.

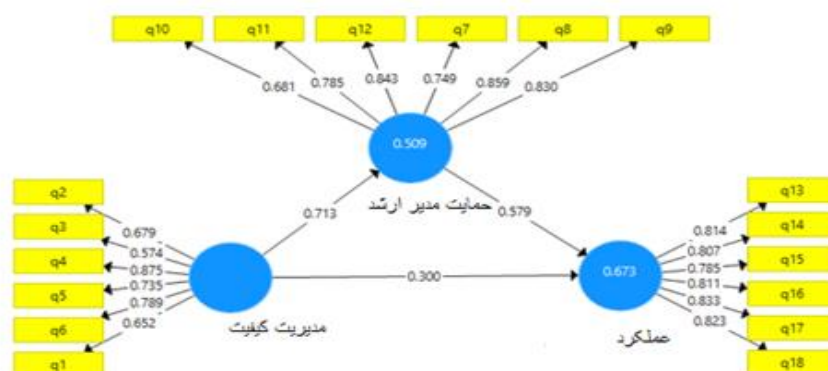
جدول ۵. بارهای عاملی

شاخص	مقدار شاخص
Q1	۰/۶۵۲
Q2	۰/۶۷۹
Q3	۰/۵۷۴
Q4	۰/۸۷۵
Q5	۰/۷۳۵
Q6	۰/۷۸۹
Q7	۰/۷۴۹
Q8	۰/۸۵۹

Q9	۰/۸۳۰
Q10	۰/۶۸۱
Q11	۰/۷۸۵
Q12	۰/۸۴۳
Q13	۰/۸۱۴
Q14	۰/۸۰۷
Q15	۰/۷۸۵
Q16	۰/۸۱۱
Q17	۰/۸۳۳
Q18	۰/۸۲۳

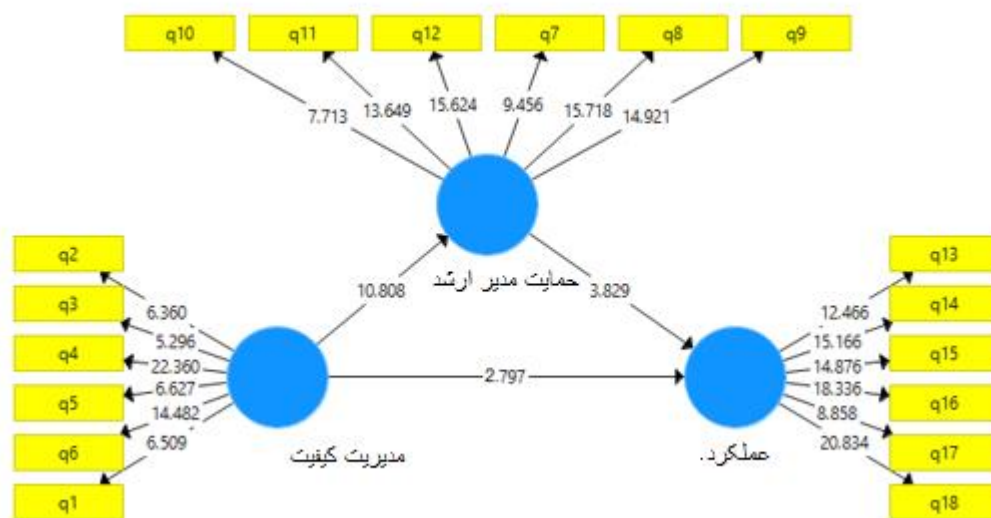
با توجه به جدول بالا تمام بارهای عاملی در این مطالعه بالاتر از ۰/۴ می‌باشد و نیازی به حذف هیچ کدام از سوالات نمی‌باشد.

شکل ۲ ضریب بارهای عاملی سوالات را نشان می‌دهد که از راه محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر یا بیش‌تر از ۰/۴ شود (هیولند، ۱۹۹۹)، پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است.



شکل ۲. ضریب بارهای عاملی پژوهش

شکل ۳ مدل در حالت ضرایب معناداری t را نمایش می‌دهد. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیش‌تر باشد، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش است.



شکل ۳. مدل ترسیم شده به همراه تی پژوهش

بررسی فرضیه‌های مدل پژوهش

جدول ۶. بررسی فرضیه متغیرهای مدل پژوهش

نتیجه	T value	ضریب مسیر	رابطه	فرضیه
تائید	۲/۷۹۷	۰/۳۰۰	مدیریت کیفیت ← عملکرد کسب و کار	فرضیه اول
تائید	۱۰/۸۰۸	۰/۷۱۳	مدیریت کیفیت ← حمایت مدیر	فرضیه دوم
تائید	۳/۸۲۹	۰/۵۷۹	حمایت مدیر ارشد ← عملکرد کسب و کار	فرضیه سوم
تائید	۱/۹۹	۰/۲۶۸	مدیریت کیفیت ← حمایت مدیر ارشد ← عملکرد کسب و کار	فرضیه چهارم

برای سنجش معناداری تاثیر میانجیگری متغیر تصویر برند در رابطه میان دو متغیر شخصیت برند و وفاداری برند از آزمون سوبل استفاده شده است. در آزمون سوبل، یک مقدار Z-Value از راه فرمول زیر بدست می‌آید که در صورت بیش‌تر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار بودن تاثیر میانجی یک متغیر را تایید کرد. در این فرمول (a) برابر با مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و میانجی (b) برابر با مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته؛ (c) برابر با مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و وابسته (Sa) مقدار خطای استاندارد میان مسیر متغیر مستقل و میانجی و (Sb) مقدار خطای استاندارد میان مسیر متغیر میانجی و وابسته است که از رابطه زیر بدست می‌آید.

$$Z\text{-Value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times Sa^2) + (a^2 \times Sb^2) + (Sa^2 \times Sb^2)}}$$

مقدار Z-Value بدست آمده حاصل از آزمون سوبل برابر با ۲/۴۰ است که از مقدار ۱/۹۶ بیش‌تر می‌باشد. می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تاثیر متغیر میانجی حمایت مدیر ارشد در رابطه بین عملکرد و مدیریت کیفیت معنادار است. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم متغیر میانجی از آماره VAF استفاده شده است که مقداری بین صفر و یک را اختیار

می‌کند و هرچه این مقدار به یک نزدیکتر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تاثیر متغیر میانجی است. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد. مقدار VAF از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

مقدار VAF بدست آمده برابر با ۰/۲۶۸، این بدان معنی است که تقریباً بیش از ۲۷ درصد از اثر کل شخصیت برند بر وفاداری برند به صورت غیرمستقیم توسط متغیر میانجی تصویر برند تبیین می‌شود.

مقدار Z-Value بدست آمده حاصل از آزمون سوبل متغیر میانجی تصویر برند برابر با ۱/۹۹ است که از مقدار ۱/۹۶ بیش‌تر می‌باشد می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تاثیر متغیر میانجی حمایت مدیر در رابطه بین مدیریت کیفیت و عملکرد کسب و کار معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف مطالعه بررسی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تاکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی در شرکت فوجاکو به روش توصیفی-پیمایشی به انجام رسیده است.

نتیجه آزمون نخستین فرضیه پژوهش نشان داد که مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو تاثیری معنادار دارد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش‌های علی‌وردیلو و احمدوند (۱۴۰۲) و ندیم و همکاران (۲۰۲۴) همسو بوده است.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که مدیریت کیفیت جامع با تمرکز بر رضایت مشتری، بهبود مستمر فرآیندها و مشارکت تمامی کارکنان به طور مستقیم و غیرمستقیم عملکرد کسب‌وکار را ارتقا می‌دهد. این بهبود از راه کاهش هزینه‌های ناشی از ضایعات و دوباره کاری، افزایش بهره‌وری، ارتقای رضایت و وفاداری مشتری و تقویت چابکی و توانایی پاسخگویی به تغییرات بازار محقق می‌شود. در نهایت، این عوامل منجر به دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، افزایش سهم بازار و سودآوری بیش‌تر برای سازمان می‌شود. به بیان ساده، مدیریت کیفیت جامع با بهتر کردن روش انجام کارها، نتایج نهایی کسب‌وکار را به گونه اساسی بهبود می‌بخشد.

نتیجه آزمون دومین فرضیه پژوهش نشان داد که مدیریت کیفیت جامع بر حمایت مدیریت ارشد در شرکت فوجاکو تاثیری معنادار دارد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش‌های مسعودی (۱۴۰۰) و طالقانی و همکاران (۱۳۹۵) همسو بوده است.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که مدیریت کیفیت جامع تنها یک مجموعه راهکار برای بخش عملیات نیست بلکه یک استراتژی تحول‌آفرین است که نتایج ملموس و ارزشمندی برای کل سازمان به ارمغان می‌آورد. هنگامی که مدیریت کیفیت جامع به درستی اجرا شود، منجر به بهبودهایی محسوس در بهره‌وری، کاهش هزینه‌های ضایعات و دوباره کاری، افزایش رضایت مشتری و در نهایت، سودآوری بیش‌تر می‌شود. مدیران ارشد که در ابتدا ممکن است صرفاً به دلایل نظری از مدیریت کیفیت جامع حمایت کرده باشند، با مشاهده این نتایج مثبت و ملموس، به مزایای واقعی آن پی برده و اعتقاد و حمایت‌شان نه تنها ادامه پیدا می‌کند بلکه تقویت می‌شود. آنها مدیریت کیفیت جامع را نه به عنوان یک هزینه بلکه به عنوان یک سرمایه‌گذاری سودآور می‌بینند. این موفقیت‌ها، تخصیص منابع بیش‌تر، اولویت‌دهی بالاتر و تعهد عمیق‌تر مدیریت ارشد را به همراه دارد. بنابراین، مدیریت کیفیت جامع با تولید خروجی‌های مثبت، باعث ایجاد یک چرخه می‌شود که حمایت مدیریت ارشد را تغذیه و تداوم می‌بخشد.

آزمون سومین فرضیه پژوهش نشان داد که حمایت مدیریت ارشد بر عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو تاثیری معنادار است. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش‌های علی‌وردیلو و احمدوند (۱۴۰۲) و یوسفی و همکاران (۱۳۹۸) همسو بوده است.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که حمایت مدیریت ارشد تنها یک عامل تشریفاتی یا حامی مالی نیست بلکه یک موتور محرکه استراتژیک، فرهنگی و عملیاتی است که بر تمام جنبه‌های سازمان تاثیر می‌گذارد و عملکرد کسب‌وکار را از راههای گوناگون و به صورت مستقیم و غیرمستقیم بهبود می‌بخشد. حمایت مدیریت ارشد مانند سقف یک ساختمان است که از تمام

اجزای آن محافظت می‌کند. رفتار و ارزش‌های مدیریت ارشد، فرهنگ سازمان را شکل می‌دهد. اگر مدیران ارشد بر نوآوری، کیفیت، صداقت و مشتری‌مداری تأکید و آن را الگو قرار دهند، این ارزش‌ها در سراسر سازمان نهادینه می‌شود. یک فرهنگ مثبت و هدفمند، منجر به افزایش تعهد کارکنان، کاهش جابه‌جایی نیرو و ایجاد محیطی می‌شود که افراد برای عملکرد بهتر انگیزه دارند. به بیان ساده، حمایت مدیریت ارشد "اکسیژن" لازم برای نفس کشیدن استراتژی‌ها و ابتکارات سازمان است. بدون آن، حتی بهترین ایده‌ها و کارآمدترین تیم‌ها ممکن است به دلیل موانع بوروکراتیک، کمبود منابع یا مقاومت در برابر تغییر، هرگز به نتیجه نرسند یا نتوانند پتانسیل کامل خود را محقق کنند.

نتیجه آزمون چهارمین فرضیه پژوهش نشان داد که حمایت مدیریت ارشد رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد کسب و کار در شرکت فوجاکو را میانجی‌گری می‌کند. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش‌های مسعودی (۱۴۰۰)، طالقانی و همکاران (۱۳۹۵)، ندیم و همکاران (۲۰۲۴) و کنبای و همکاران (۲۰۲۳) همسو بوده است.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که مدیریت کیفیت نباید یک هدف مستقل باشد بلکه باید مستقیماً به استراتژی کلی کسب‌وکار گره بخورد. مدیریت ارشد است که این ارتباط را ایجاد می‌کند. اگر استراتژی شرکت رقابت از راه برتری عملیاتی و قیمت تمام‌شده پایین باشد، مدیرعامل باید اعلام کند که هدف از استقرار سیستم کیفیت، کاهش هزینه‌های ناشی از ضایعات و دوباره کاری است. اگر استراتژی رقابت از راه نوآوری و تمایز باشد، هدف سیستم کیفیت باید افزایش رضایت مشتری و اطمینان از کیفیت محصولات جدید باشد. این جهت‌دهی استراتژیک فقط از بالا ممکن است. مدیریت کیفیت یک تغییر فرهنگی بزرگ است. مدیریت ارشد با پیگیری مستمر شاخص‌های کلیدی عملکرد مربوط به کیفیت، نشان می‌دهد که این موضوع برایش مهم است. این پیگیری، حس مسئولیت و پاسخگویی را در کل سازمان ایجاد می‌کند. به بیان ساده، مدیریت کیفیت بدون حمایت مدیریت ارشد مانند ماشینی بدون راننده است که ممکن است بنزین هم داشته باشد، اما به مقصد نخواهد رسید زیرا حمایت مدیریت ارشد است که این ابزارها را هدایت کرده و به نتیجه مطلوب می‌رساند.

به طور کلی، ارزیابی و پاداش‌دهی به عملکرد کارآفرینانه نیز از جمله وظایف مدیران ارشد است. ایجاد نظام‌های پاداش که نوآوری و ریسک‌پذیری را تشویق کند، می‌تواند به‌عنوان محرکی برای افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان عمل کند. هنگامی که کارکنان ببینند که تلاش‌هایشان مورد تقدیر قرار می‌گیرد، انگیزه بیشتری برای ارائه ایده‌های جدید و نوآورانه خواهند داشت. در نهایت، حمایت مدیر ارشد از کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای سازمان عمل کند. در دنیای سریع‌التحول امروز، سازمان‌هایی که توانایی نوآوری و پاسخ‌دهی به تغییرات بازار را دارند، می‌توانند در رقابت‌های صنعتی پیشی بگیرند. بنابراین، حمایت مدیران ارشد از کارآفرینی نه تنها به نفع کارکنان و فرهنگ سازمانی است، بلکه به‌طور مستقیم بر موفقیت و پایداری سازمان نیز تأثیرگذار خواهد بود. در مجموع، حمایت مدیر ارشد از کارآفرینی با ایجاد فرهنگ مثبت نوآوری، تأمین منابع، مشارکت فعال در فرآیندها و پاداش‌دهی به عملکرد، می‌تواند به‌طور چشمگیری موجب تقویت و پیشرفت سازمان‌ها در عرصه‌های گوناگون شود. این حمایت به‌عنوان یک عامل حیاتی در ایجاد محیطی پویا و خلاق، سازمان‌ها را در مسیر موفقیت و رشد پایدار قرار می‌دهد.

پویایی محیطی در تجارت مستلزم آن است که کسب و کارها به دنبال روش‌های جدید، شیوه‌ها، فعالیت‌ها، روال‌ها، سیستم فناوری ارتقاء و طراحی دوباره سیستم برای دستیابی به اهداف استراتژیک خود باشند. این مطالعه چندین مشارکت نظری منحصر به فرد در رابطه با ساختارهای مدیریت داشت: مدیریت کیفیت جامع، حمایت مدیر ارشد و بهبود عملکرد کسب و کار. شواهد تجربی برای روابط نظری ارائه شده در چارچوب پژوهش، روابط مستقیم و غیرمستقیم قابل توجه را برجسته و تأیید می‌کند. این به طور خاص شواهدی از نقش کلیدی حمایت مدیر ارشد در میانجی‌گری روابط بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد صادراتی در زمینه یک کشور در حال توسعه ایران، ارائه می‌کند. با شواهد کمی برای رابطه بین این متغیرها، شناسایی مکانیسم کلی و شرایطی که بهبود عملکرد را با موفقیت بهبود می‌یابند، ضروری بود. این مطالعه چارچوبی طراحی کرد که نشان می‌دهد مدیریت کیفیت جامع و حمایت مدیر ارشد منجر به بهبود کسب و کار می‌شوند.

پیشنهاد مبتنی بر یافته های پژوهش

- ۱- ایجاد شورای راهبردی کیفیت و نوآوری با حضور مستقیم مدیریت ارشد در شرکت در قالب یک شورا یا کمیته دائمی
۲. طراحی و اجرای برنامه توانمندسازی و آموزش مدیران میانی در مدیریت کیفیت جامع و کارآفرینی
۳. استقرار سامانه پیشنهادهای هوشمند با بازخورد و پاداش فوری در شرکت

محدودیت های پژوهش

۱. محدودیت زمانی برای انجام این پژوهش از زوایای گوناگون
۲. معتبر بودن داده ها برای مدت زمان محدود
۳. عدم همکاری یا تاخیر در تکمیل پرسش نامه ها از سوی پاسخگویان

منابع

- جوانمرد، حبیب اله، و تنها دیلمزاری، لیلا. (۱۳۸۹)، تعیین رابطه بین عوامل استراتژیک کارآفرینی با نوآوری و یادگیری سازمانی در کارکنان شرکت راه آهن استان مرکزی، نخستین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز.
- علیوردیلو، معصومه، و احمدوند، علی محمد. (۱۴۰۲). بررسی عوامل موثر بر اجرای مدیریت کیفیت جامع و تاثیر آن بر جذب مشتری (مطالعه موردی در شرکت راه آهن تهران)، نشریه مهندسی سیستم و بهره وری، ۳(۱)، ۴۱-۶۵.
- قاسمی، فاطمه، احمدوند، علی محمد، و اقبالی، حسین. (۱۳۹۷). طراحی مدل ارزیابی عوامل کلیدی موفقیت TQM در بهبود عملکرد SMEs با استفاده از روش ترکیبی AHP-TOPSIS در محیط فازی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و سیستم های فازی، ایوانکی
- مسعودی، احسان. (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط، مجله علمی صنعت لاستیک ایران، ۲۵(۱۰۱)، ۸۵-۱۰۰.
- یوسفی، سولماز، رجائی، یداله، محبوب، غلامرضا، و همتی، شهاب. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار با تاکید بر نقش واسطه‌ای حمایت مدیریت ارشد از کارآفرینی در شرکت پیلوت گاز، کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی، تهران.
- Ahinful, A. A., Opoku Mensah, A., Koomson, S., Nyarko, F. K., & Nkrumah, E. (2024). A conceptual framework of total quality management on innovation performance in the banking sector. *The TQM Journal*, 36(4), 1193-1211.
- Canbay, K., & Akman, G., (2023). Investigating changes of total quality management principles in the context of Industry 4.0: Viewpoint from an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, (189).
- Hristov, I., Camilli, R., & Mechelli, A. (2022). Cognitive biases in implementing a performance management system: behavioral strategy for supporting managers' decision-making processes. *Management research review*, 45(9), 1110-1136.
- Lim, W. M., Ciasullo, M. V., Douglas, A., & Kumar, S. (2022). Environmental social governance (ESG) and total quality management (TQM): a multi-study meta-systematic review. *Total quality management & business excellence*, 1-23.
- Imran, D., Rog, K., Gallichio, J., & Alston, L. (2021). The challenges of becoming and being a clinician manager: a qualitative exploration of the perception of medical doctors in senior leadership roles at a large Australian health service. *BMC health services research*, 21, 1-9.
- Liu, H. C., Liu, R., Gu, X., & Yang, M. (2023). From total quality management to Quality 4.0: A systematic literature review and future research agenda. *Frontiers of Engineering Management*, 10(2), 191-205.

- Lutfi, A., Alkelani, S. N., Alqudah, H., Alshira'h, A. F., Alshirah, M. H., Almaiah, M. A., ... & Abdelmaksoud, O. (2022). The role of E-accounting adoption on business performance: the moderating role of COVID-19. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(12), 617.
- Nadeem, F., Hussain, A., Usman Awan, M. (2024), Investigating the role of entrepreneurial orientation and total quality management in enhancing pharmaceutical quality performance. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, <https://doi.org/10.1108/IJPHM-05-2023-0036>
- Ribeiro-Navarrete, S., Botella-Carrubi, D., Palacios-Marqués, D., & Orero-Blat, M. (2021). The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS. *Journal of business research*, 126, 319-326.
- Shwede, F., Aldabbagh, T., Aburayya, A., & Uppilappatta, H. (2023). The Impact of Harnessing Total Quality Management Studies on the Performance of Smart Applications: A Study in Public and Private Sectors in the UAE. *Migration Letters*, 20(S12), 83-108.
- Sutrisno, S., Ausat, A. M. A., Permana, B., & Harahap, M. A. K. (2023). Do Information Technology and Human Resources Create Business Performance: A Review. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(8), 14.
- Urbana Boris & Nikolova Kristo. (2013). Sustainable corporate entrepreneurship initiatives: a risk and reward analysis, *Technological and Economic development of economy*, Vol.19
- Watson Tony. (2013). Entrepreneurship in action: bringing together the individual organizational and institutional dimensions of international journal, 25(56), 404- 422.

**Master's Student, Department of Management, Business Orientation,
Islamic Azad University, Imam Khomeini Branch**

Solmaz Yousefi ^{*1}, Hossein Samadi²

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	This study aimed to study the effect of total quality management on business performance with an emphasis on the mediating role of senior management support for entrepreneurship in Fuchaco Company using a descriptive-survey method. The present study is applied in terms of its purpose and descriptive in terms of its data collection method of correlation. The statistical population of the present study consists of all employees of Fuchaco Company, who numbered 250 people. Morgan table was used to select the sample, and 148 people were selected. Simple random method was used to select the samples. A researcher-made questionnaire was used to measure total quality management. Data analysis was performed using SPSS28 and Smart-PLS statistical software. The results of the study showed that quality management has a direct and significant effect on export business performance and also indirectly through the mediation of senior management support on export performance. This study evaluated the effect of total quality management on performance. In addition, it examined the effect of top management support on export performance, as well as the mediating relationships of top management support between total quality management and export performance, and determined the importance of each indicator.
Keywords	total quality management, business performance, entrepreneurial performance.

Publisher: Islamic Azad University Qods Branch

Corresponding Author: Solmaz Yousefi

Email: solmazyousefi93@gmail.com

1. Department of Management, Shahr Quds Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

2. Master's student, Department of Management, Business Orientation, Islamic Azad University, Imam Khomeini Branch

