

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه
علمی - پژوهشی
مدیریت بهره‌وری

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز
سال دوازدهم - شماره چهل و هفت
زمستان 1397

صاحب امتیاز :

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

مدیر مسؤول :

دکتر سلیمان ایران زاده

سردبیر :

دکتر ناصر میرسپاسی

مدیر داخلی :

دکتر هوشنگ تقی زاده

هیأت تحریریه :

دکتر سلیمان ایران زاده

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر هوشنگ تقی زاده

استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر احمد جعفر نژاد چقوشی

استاد دانشگاه تهران

دکتر فرج الله رهنورد

دانشیار موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی

دکتر ابوالحسن فقیهی

استاد دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر ناصر فقهی فرهمند

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر محمود فیروزیان

دانشیار دانشگاه تهران

دکتر ناصر میرسپاسی

استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر رضا نجف بیگی

استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر حسین وظیفه دوست

استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

مدیر اجرایی :

فریبا تقی پور (کارشناس انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

مشاور آمار و ویراستار علمی :

دکتر حسین بیورانی (استاد گروه آمار دانشگاه تبریز)

صفحه آرایی، حروفچینی، طراحی جلد :

مهدی مهدی پور مقدم (کارشناس ارشد مدیریت دولتی)

ویراستار فارسی :

دکتر علی دهقان (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

ویراستار انگلیسی :

دکتر زهره سیفوری (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

دوره دوازدهم :

شماره 47

تاریخ ارسال برای چاپ :

زمستان 1397

شمارگان :

500 نسخه

قیمت :

50000 ریال

نشانی :

تبریز: ضلع شرقی اتوبان پاسداران مجتمع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز -

ساختمان علامه امینی، طبقه دوم - اتاق 209 (دفتر مجله مدیریت بهره وری)

تلفن و نمابر :

041-31966080

صندوق پستی :

5186-51575

پست الکترونیکی :

jpm.iaut.ac.ir

✓ مقالات رسیده برگردانده نمی شود .

✓ نقل مطالب با ذکر نام نشریه بلامانع است .

✓ این مجله مسؤول آراء و نظرات مندرج در مقالات نمی باشد .

بر اساس نامه شماره 3/18/7562 مورخ 1393/1/25 وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
(فصل نامه مدیریت بهره وری) دارای درجه علمی- پژوهشی است.

مجوز این فصلنامه طبق نامه شماره 87/70510 مورخ 86/3/19 دفتر گسترش تولید علم
دانشگاه آزاد اسلامی صادر شده و مطابق نامه ی شماره 87/260957 مورخ 87/6/27 و
رای چهل و نهمین جلسه کمیسیون بررسی و تایید مجلات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و
نیز رای پنجاه و نهمین جلسه مورخ 88/8/4، دارای رتبه علمی- پژوهشی است. مجوز
انتشار طبق نامه شماره 124/1944 مورخ 88/4/21 از وزارت ارشاد صادر شده و ضمناً
طبق نامه شماره 2/3/12059 مورخ 92/2/4، عنوان فصل نامه فراسوی مدیریت به
مدیریت بهره وری تغییر یافته است.

طی نامه شماره 27599 مورخ 90/2/13 در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه گردید.

اسامی داوران مقالات

دکتر حمید عرفانیان	دکتر سلیمان ایران زاده
دکتر محمود علمی	دکتر داود ابراهیم پور
دکتر ناصر فقهی فرهنگد	دکتر آرمان احمدی زاد
دکتر سیروس فخری آذری	دکتر محمود بابازاده
دکتر مسعود قدسی	دکتر یونس بادآور نهنندی
دکتر فریبا کریمی	دکتر وحید تقی زاده
دکتر محمدحسین کبگانی	دکتر هوشنگ تقی زاده
دکتر نبی اله محمدی	دکتر احسان تقی پور
دکتر حیدر محمدزاده سالطه	دکتر ابوالحسن حسینی
دکتر حسین میرزایی	دکتر کرم خلیلی
دکتر فرزین مدرس	دکتر مزده ربانی
دکتر ابوطالب مطلبی	دکتر رضا رستم زاده
دکتر یوسف وکیلی	دکتر تقی زوار
دکتر چنگیز والمحمدی	دکتر صمد صباغ
	دکتر مهران صمدی

فهرست مطالب

صفحه	نویسنده	عنوان
7-36	دکتر مهدی خیراندیش بهرام مودنی گل سا تاجیک فرشید خمویی	ارزیابی روابط علی میان شاخص‌های مدل تعالی سازمانی ای اف کیو ام با استفاده از تکنیک‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری و دیمتل
38-59	دکتر محمدرضا طبیبی آرزو واهبی وحید نورنژادونوش	بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری در صنایع تولیدی ایران
61-86	دکتر رضا سپهوند دکتر محسن عارف نژاد	اثر سرمایه‌های نامحسوس (اجتماعی، انسانی و سازمانی) بر بهره‌وری دانشی (مطالعه موردی: شرکت‌های تابعه هولدینگ دارویی تأمین)
87-108	دکتر محمدحسین کریمی گوارشکی دکتر جعفر قیدر خلجانی حسین بیگیان	طراحی یک مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات با استفاده از نظریه ساختار سازی تفسیری ISM (مورد مطالعه: یک سازمان فن آور)
109-148	کریم اسکندری دکتر نسرین جزئی دکتر غلامرضا معمارزاده طهران دکتر مرتضی موسی‌خانی دکتر علی محتشمی	طراحی مدل بهینه برند منابع انسانی در سازمان های دولتی (در راستای بهره‌وری منابع انسانی)
149-187	دکتر آرمان احمدی زاد سیران صلواتی محسن ابراهیم زاده خسرو اکبری	تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج
189-211	قاسم الیاسی دکتر علی محمد امیرتاش دکتر علی محمد صفانیا	تبیین تأثیر هویت سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی با تأکید بر نقش میانجی آوای سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان اداره تربیت بدنی دانشگاه های آزاد اسلامی ایران)
213-233	ابراهیم نویدی عباسپور دکتر محمت صبغی اورهان	بررسی تأثیر تعاملی بهره‌وری سرمایه و محافظه کاری حسابداری بر هزینه سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول
235-269	دکتر فرهاد نژاد ایرانی علیرضا دادجویان	بررسی تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی (مطالعه موردی: کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی)
278-286		چکیده مقالات به زبان انگلیسی

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص: 36 - 7

تاریخ دریافت: 95/12/07

تاریخ پذیرش: 97/07/09

ارزیابی روابط علی میان شاخص‌های مدل تعالی سازمانی ای‌اف‌کی‌و‌ام با استفاده از تکنیک‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری و دیمتل

دکتر مهدی خیراندیش¹

بهرام موذنی²

گل‌سا تاجیک³

فرشید خمویی^{4*}

چکیده

مدل تعالی سازمانی ای‌اف‌کی‌و‌ام یکی از مدل‌هایی است که برای ارزیابی سازمان‌ها استفاده می‌شود. این مدل ابزار کارآمدی است که مفاهیم و ارزش‌های سازمانی را نهادینه نموده، و امکان شناسایی بهترین فرآیندها را فراهم می‌آورد. علی‌رغم آنکه در سازمان‌ها تلاش‌هایی برای طراحی و عملیاتی‌سازی مدل‌های تعالی انجام می‌شود، اما عمدتاً به ارزیابی روابط علی میان شاخص‌های توانمندساز (رهبری، کارکنان، خط‌مشی‌ها و راهبردها، منابع، فرآیندها) و نتایج (نتایج کارکنان، نتایج مشتریان، نتایج جامعه و نتایج کلیدی عملکرد) پرداخته نمی‌شود. بر این اساس، پژوهش حاضر به شناسایی شاخص‌های اثرپذیر و اثرگذار مدل با استفاده از ضریب تعیین و تکنیک مدل معادلات ساختاری خطی و دیمتل می‌پردازد. جامعه آماری تحقیق شامل رؤسای گروه و کارشناسان مسوول ستادی آموزش و پرورش شهرستان تبریز می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف توصیفی از نوع پیمایشی و از نظر نوع استفاده تحقیق کاربردی است. جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از پرسش‌نامه خود ارزیابی ای‌اف‌کی‌و‌ام استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد شاخص نتایج جامعه به‌عنوان مهم‌ترین عامل اثرگذار و شاخص منابع و مشارکت به‌عنوان مهم‌ترین شاخص اثرپذیر شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی علی؛ ای‌اف‌کی‌و‌ام؛ معادلات ساختاری؛ دیمتل

1. دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید ستاری، تهران، ایران kheirandish@ssau.ac.ir

2. دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

3. کارشناسی ارشد، مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران www.tajik_golsa@yahoo.com

4. دانشجوی دکتری مدیریت رفتاری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسوول) Farshidkhamoie@gmail.com

مقدمه

از دیدگاه توسعه، ارزیابی جزء لاینفک نظام مدیریت است. نتایج ارزیابی می‌تواند مدیران را از میزان پیشرفت فعالیت‌ها، برنامه‌ها و اهداف آگاه سازد. در آن صورت، ارزیابی موجب می‌شود نقاط قوت و ضعف شناخته شود و با تأکید بر گسترش و تقویت نقاط قوت، نسبت به رفع نارسایی‌ها اقدام گردد. در عین حال، ارزیابی ضمن مکمل شدن در نظام برنامه‌ریزی سازمان باید به صورت صحیح و با تأکید بر هر دو جنبه کمیت و کیفیت انجام شود (ملکی و دیگران، 1390، 50). ارزیابی در هر سازمان با هدف شناخت وضع موجود و شناسایی نقاط ضعف، ضمن کنترل و بررسی سیاست‌ها و استراتژی-های اعمال شده، زمینه را برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جهت افزایش نقاط قوت سازمان و افزایش خدمات و رضایت بیشتر مشتریان فراهم می‌کند (انصاری جابری، 1388، 8). ارزیابی این امکان را فراهم می‌کند تا سازمان بتواند در مسیر تعالی، وضعیت خود را شناسایی، عملکرد خود را اندازه‌گیری و بر اساس یافته‌های حاصل نسبت به بهبود وضعیت خود اقدام نماید و همه کارکنان خود را در فرآیند بهبود مستمر درگیر نماید (اسنووا و آنتوسووا¹، 2015، 184).

هر سازمانی صرف‌نظر از حوزه فعالیت، اندازه، ساختار یا بلوغ سازمانی نیازمند ایجاد نوعی چارچوب مدیریتی مناسب است (بلال‌زاده، 1387، 17). مدل تعالی سازمانی یک الگوی ارزیابی سازمانی است که با عنایت به معیارهای نه‌گانه خود می‌تواند یک سازمان را به‌طور جامع ارزیابی کند و نقاط ضعف و زمینه‌های بهبود آن را مشخص کند (آخسیک و فرج‌پهلوی، 1389، 163). مدل تعالی مدلی است با مقیاس ثابتی از معیارهایی که نه تنها ممکن است شرکت‌ها را به صورت واحد و جداگانه ارزیابی کند، بلکه به طور متقابل آن را با یکدیگر مقایسه می‌کند (جانکل و جانکلووا²، 2016، 622). با به‌کارگیری این مدل‌ها، ضمن این‌که یک سازمان می‌تواند میزان موفقیت خود را برای اجرای برنامه‌های بهبود دهنده در مقاطع زمانی مختلف مورد ارزیابی قرار دهد، می‌تواند عملکرد خود را نیز با سایر سازمان‌ها به‌ویژه با بهترین آن‌ها مقایسه کند (حری و دیگران، 1388، 102). بدون بررسی و کسب آگاهی از میزان پیشرفت و دستیابی به

1. Senova & Antosova

2. Jankal & Jankalova

اهداف و بدون شناسایی چالش‌های پیش روی سازمان و کسب بازخورد و اطلاع از میزان اجرای سیاست‌های تدوین شده و شناسایی مواردی که به بهبود جدی نیاز دارند، بهبودی در عملکرد سازمان میسر نخواهد شد. لذا ارزیابی عملکرد و میزان دسترسی به اهداف، از جمله نیازهای محسوس در هر سازمانی می‌باشد. در همین راستا، مدل‌های تعالی سازمانی به‌عنوان ابزاری قوی در پاسخ‌گویی به این نیاز سازمان‌ها از موفقیت چشمگیری برخوردار بوده و توانسته‌است تا حدود زیاد در آسیب‌شناسی سازمانی و تعیین مسیر حرکت جهت دسترسی به تعالی منابع انسانی مورد استفاده قرار گیرند. این مدل‌ها نشان می‌دهند که برتری سازمان یک برداشت نظری نیست بلکه به‌دست آوردن نتایج عملی است که مبتنی بر شواهد است و قابل سنجش می‌باشد (ادب و گل‌آور، 1392، 25). از طرفی با به‌کارگیری این مدل‌ها ضمن این‌که سازمان می‌تواند میزان موفقیت خود را در اجرای برنامه‌های بهبود در مقاطع مختلف زمانی مورد ارزیابی قرار دهد، می‌تواند عملکرد خود را با سایر سازمان‌ها به ویژه بهترین آن‌ها مقایسه کند.

در جهان پیچیده و بی‌ثبات امروز که پیشرفت و توسعه کشورها، سازمان‌ها و مؤسسات کوچک و بزرگ در گرو علم و دانش بشری است، ضرورت توجه به کیفیت آموزش و بهره‌وری حاصل از آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. انجام این کار منوط به اعمال مدیریت صحیح و داشتن نگرش مثبت به مفهوم آموزش از یک طرف و داشتن معیارها و شاخص‌های مناسب در جهت ارزشیابی عملکردهای آموزشی، از طرف دیگر می‌باشد (حیاتی، 1389، 42). نظام‌های آموزشی به‌عنوان بارزترین نمود سرمایه‌گذاری نیروی انسانی در زمینه شکوفایی جامعه نقش اساسی را بر عهده دارند. آموزش و پرورش، یکی از بخش‌های عمومی است که رویکرد آن به تعالی دانش و فرهنگ عامه تمرکز دارد و با توجه به اهمیتی که این نهاد می‌تواند در رفع نیازهای مردم داشته باشد، شناخت نقاط ضعف و قوت و تعیین فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب منافع زیادی را به‌همراه دارد. (مجیبی میکلائی و دیگران، 1391، 104). از آنجایی که فلسفه پیچیدگی سیستم‌ها بر این امر اذعان دارد که شناخت هویت یک سیستم تنها در گرو شناسایی تعاملات و روابط علی میان زیرسیستم‌ها تحقق‌پذیر است (رئسی نافچی و قاسمی، 1396، 68)؛ لذا بررسی رابطه علی میان شاخص‌های

دخیل در عملکرد پروژه‌ها و همچنین مدل‌های تعالی سازمانی سهم به‌سزایی در تبیین هر چه بهتر عملکرد آن‌ها دارد (اسمیث و موریس¹، 2007، 428).

از آن جایی که نظام‌های آموزشی به عنوان بارزترین نمود سرمایه‌گذاری نیروی انسانی در زمینه شکوفایی جامعه نقش اساسی را بر عهده دارند (فرح‌بخش و محمدی، 1396، 272)؛ لدر سنوات گذشته، آموزش و پرورش شهرستان تبریز اقدام به راه‌اندازی و استقرار نظام ای‌اف‌کیوام² نموده است. ولی با گذشت چند سال از استقرار این نظام هیچ‌گونه پژوهشی برای سنجش و ارزیابی روابط درونی مؤلفه‌های این نظام نشده است. بر این اساس، این پژوهش درصدد تحلیل روابط علی شاخص‌های سازمان آموزش و پرورش منطقه تبریز با استفاده از ابعاد نه‌گانه مدل تعالی سازمانی ای‌اف‌کیوام و شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارائه راهکارهای بهبود عملکرد آن به کمک روش دیمتل می‌باشد. بدین برای ابتدا به بررسی روابط علی میان شاخص‌ها پرداخته است، پس از آن مدل معادلات ساختاریافته خطی متناسب با مقتضیات پژوهش معرفی گردیده و پس از انجام تحلیل روابط علی، پیشنهادهایی در جهت اعتلای سازمان آموزش و پرورش تبریز ارائه شده است.

شایان ذکر است، پیچیدگی در برخی از روابط مابین متغیرها و جریان علی همزمان بین متغیرهای مشاهده شده و گاهی عدم مشاهده برخی از متغیرهای مهم باعث گردیده است که محققان در تحلیل چنین پدیده‌هایی از مدل توابع ساختاری بهره‌گیرند (گلدبرگر و دیوکاک³، 1973، 85). با استفاده از این روش می‌توان روابط علت و معلولی میان متغیرهایی که به‌طور مستقیم قابل مشاهده نیستند، با توجه به خطاها استنتاج نمود و میزان همبستگی و شدت اثرگذاری هر یک را بر دیگری مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. به همین دلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری⁴، با عنوان تجزیه و تحلیل متغیرهای پنهان یا مدل‌سازی علی نیز شناخته شده است (علی-احمدی و دیگران، 1390، 12). از طرفی دیمتل⁵ نیز روش جامع و مناسبی برای ساخت

1. Smyth & Morris

2. European Foundation for Quality Management (EFQM)

3. Goldberger & Ducan

4. Structural equation modelling

5. DEMATEL

و تحلیل مدل علی بین عوامل، در مسایل پیچیده است (وی و یو⁶، 2007، 502). در مسایل مدیریتی و اجتماعی می‌توان با استفاده از روش دیمتل اثرات متقابل تعدادی زیادی از عوامل مؤثر بر یک مسأله خاص را دسته‌بندی و سازماندهی کرد (یوزنویچ و دیگران⁷، 2000، 1461). دیمتل نه تنها می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای دسته‌بندی عوامل مؤثر بر یک مسأله خاص به کار رود، بلکه می‌تواند معیار مناسبی برای اندازه‌گیری میزان ارتباطات داخلی بین عوامل باشد (عمل‌نیک و دیگران، 1389، 198).

مدل تعالی سازمان⁸ (ای‌اف‌کی‌و‌ام). تعالی در لغت به معنای کیفیت در بالاترین شیوه و سطح می‌باشد (سیدنقوی و دیگران، 1397، 12). همین موضوع موجب توجه هرچه بیشتر به مدل تعالی سازمان می‌شود. مدل تعالی سازمانی چارچوبی روش‌مند برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها در دو حوزه فرایندها و نتایج حاصل از این فرایندهاست. دستاوردهای حاصل از ارزیابی در این مدل شامل شناسایی نقاط قوت سازمان و زمینه‌های قابل بهبود آن است که برای دستیابی به بهبود آن فهرستی از برنامه‌های اولویت‌بندی‌شده را نیز پیشنهاد می‌کند (قوی‌دل، 1386، 29). نتیجه‌گرایی، توانمند کردن کارکنان و توسعه و مشارکت آنان در فعالیت‌های جاری، گسترش فرهنگ مشتری‌مداری، رهبری سازمان و ثبات در اهداف، رعایت منافع مشتری یا تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری، لحاظ کردن منافع جامعه و ملاحظات زیست‌محیطی، مدیریت فرایندها، تصمیم‌گیری بر مبنای واقعیات، یادگیری و نوآوری و بهبود مستمر و در نهایت رعایت عدالت در تأمین منافع تمامی ذی‌نفعان از جمله مفاهیم و ارزش‌هایی است که تحقق آن‌ها در یک سازمان نشان‌دهنده تعالی و رشد آن سازمان خواهد بود. مدل‌های تعالی سازمانی ابزاری در خدمت مدیر برای اندازه‌گیری میزان تحقق این اهداف است. اعتقاد بر این است که اگر مدیران و کارکنان همکاری‌های لازم را انجام دهند، مدل ای‌اف‌کی‌و‌ام می‌تواند ابزار مناسبی برای رقابت و رشد سازمان‌ها باشد. فراهم کردن شرایط و امکانات لازم برای بهبود فرهنگ سازمانی، علاوه بر ایجاد شرایط مطلوب برای سازمان و کارکنان، زمینه‌های لازم را در جهت رشد و تعالی سازمانی فراهم

6. Wei & Yu

7. Uzunovic & et al

8. The Organizational Excellence Model

خواهد کرد (میرمخالدینی و دیگران، 1388، 173). لذا تضمین دستیابی به تعالی سازمانی مستلزم استفاده و به‌کارگیری مدل و روش مناسبی برای تعالی و ایجاد مکانیسم ارزیابی آن است (عطافر و فروزان، 1392، 88). از آن جایی که مدل تعالی بر پایه خودارزیابی می‌باشد، سازمان‌ها با خودارزیابی روش‌های مدیریتی خود و مقایسه آن با الگوی معرفی شده مدل، زمینه‌های بهبود خود را شناسایی کرده و پروژه‌های بهبود را اجرا می‌کنند (الیور¹، 2010، 71). این مدل مشخص می‌کند که رویکردهای زیادی برای دستیابی به برتری پایدار در تمامی جنبه‌های عملکرد وجود دارد و بر پایه این فرضیه استوار شده است که نتایج برتری در رابطه با عملکرد، مشتری، کارکنان و جامعه از طریق تحقق رهبری، خطمشی و استراتژی، کارکنان، شرکت‌ها و منابع و فرایندها قابل دستیابی است (امینی و علی‌نژاد، 1394، 35).

معیارها در مدل تعالی سازمانی. استفاده از مدل تعاملی EFQM به برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها مقبولیت خیلی زیادی دارد (لیو و کو²، 2017، 4): مدلی که نشان دهنده مزیت‌های پایداری است، که یک سازمان متعالی باید به آن‌ها دست یابد. این مدل به‌برای اندازه‌گیری اصول و معیارهای اصلی مدیریت کیفیت فراگیر معرفی شده است (نجمی، 1387، 15-17). مدل تعالی EFQM یک مدل غیرتجویزی است که از 9 معیار تشکیل شده است. این معیارها، هسته و قلب این مدل هستند و مبنای ارزیابی سازمان‌ها قرار می‌گیرند. معیارهای مدل EFQM به دو دسته تقسیم می‌شوند:

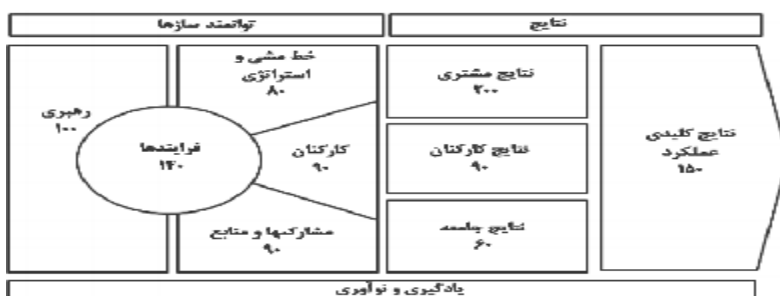
الف - توانمندسازها³: پنج معیار اول این مدل (رهبری، کارکنان، خطمشی و راهبرد، منابع، فرآیندها) بوده و عواملی هستند که سازمان را برای رسیدن به نتایج عالی، توانمند می‌کند. این معیارها بیان‌کننده اجزای تشکیل‌دهنده یک سازمان و چگونگی تعامل آن‌ها با یکدیگر است (امیری، 1389، 34).

ب - نتایج⁴: چهار معیار بعدی (نتایج کارکنان، نتایج مشتریان، نتایج جامعه، نتایج کلیدی کلیدی عملکرد) نتایجی هستند که سازمان متعالی، در حوزه‌های مختلف به آن‌ها دست پیدا می‌کند و بیان‌کننده دستاوردهای حاصل از اجرای مناسب توانمندسازها

-
- 1.Allur
 - 2.Liu & Ko
 - 3.Enablers
 - 4.Results

هستند (فرجی¹، 2012، 361). حوزه نتایج، نتایج حاصل از عملکرد سازمان را تشکیل می‌دهد و نتایج مطلوب حاصل از اجرای توانمندسازها را معرفی می‌کند (امیری، 1389، 34).

شایان ذکر است که رابطه بین دو حوزه بر اساس رابطه علت و معلولی است (امیران، 1383، 33). تعیین امتیاز با استفاده از یک سیستم امتیازدهی و وزن‌دهی واحد و جهانی صورت می‌گیرد و با همه سازمان‌ها به‌طور یکسان برخورد می‌کند (بدون در نظر گرفتن اندازه یا صنعت). سیستم امتیازدهی به گونه‌ای طراحی شده است که به یک سازمان امکان می‌دهد، امتیاز خود را با سایر سازمان‌ها یا با امتیازهای قبلی‌اش مقایسه کند. در مدل ای‌اف‌کی‌وام، معیارها روی هم، 1000 امتیاز دارند (500 امتیاز برای توانمندسازها و 500 امتیاز برای نتایج). به‌عبارتی اگر سازمانی موفق شود که این مدل را کاملاً در سازمان خود اجرا کند، می‌تواند 1000 امتیاز بگیرد (فارسی و اسماعیل‌پور، 1393، 38). در مدل ای‌اف‌کی‌وام معیارهای مورد نظر به‌صورت زیر نشان داده شده است:



شکل 1. معیارهای نه‌گانه الگوی تعالی سازمانی EFQM و امتیازهای مربوط به آنها

تری² (2006)، با استفاده از مدل تعالی سازمانی عمل خودارزیابی را روی 5 دانشگاه دولتی در اسپانیا تحت یک مطالعه موردی انجام داد و نتیجه‌گیری نمود در صورتی که مراحل فرآیند خودارزیابی به دقت انجام شود (مثلاً تعهد مدیریت به خودارزیابی، تشکیل

1. Faraji

2. Tari

تیم و آموزش آن‌ها و...) این فرآیند می‌تواند به‌عنوان یک ابزار قوی برای بهبود مستمر دانشگاه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات و نتایج مثبت از معیارهای دانشگاه استفاده شود. مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در بیشتر پژوهش‌ها به لزوم استفاده از مدل تعالی سازمانی ای‌اف‌کیوام در سال‌های اخیر تأکید شده است (روزا و امرال¹، 2007، 204). ورنرو و دیگران² (2007)، در یک خود ارزیابی از بیمارستانی در ایتالیا با استفاده از مدل تعالی EFQM، حوزه‌های رهبری، خط مشی و استراتژی و نیز شرکا و منابع را به‌عنوان نقاط قوت بیمارستان و حوزه‌های نتایج کارکنان و نتایج جامعه را به‌عنوان نقاط نیازمند بهبود شناسایی کردند و برنامه‌های بهبود را نیز برای حوزه‌های نیازمند به آن طراحی و اجرا کردند. بر همین اساس نونچیکا و دیگران³ (2009)، گزارش کردند که برای ارزیابی عملکرد سازمان‌های آموزشی و تربیتی استفاده از مدل اروپایی مدیریت کیفیت (به‌دلیل جستجوی مستمر برای یافتن نقاط معیوب و کاستی‌های سازمان) در بهبود استراتژی‌های خدمات آموزشی و پرورشی موثر است و برای آن سازمان‌ها مزایای بسیاری را در پی دارد (نونچیکا و دیگران، 2009، 402). همچنین بیشتر سازمان‌ها با استفاده از مدل ای‌اف‌کیوام در زمینه خودارزیابی و تشخیص نقاط قوت و قابل بهبود به نتایج ملموسی رسیده‌اند (مارکز و دیگران⁴، 2011، 14).

ساده و ارومگام⁵ (2010) در پژوهشی به بررسی رابطه متقابل بین معیارهای مدل تعالی سازمانی EFQM در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایرانی پرداخته و بر اساس ادبیات تحقیق 12 فرضیه مطرح کرده‌اند. برای بیان ارتباط متقابل بین مفاهیم تعالی از تکنیک DEMATEL استفاده شده که مبتنی بر نظرات 10 نفر از خبرگان است. نتایج تحقیق علاوه بر تأیید تمامی فرضیات، نشان می‌دهد که معیار رهبری به عنوان موثرترین معیار، روی دیگر مفاهیم تعالی بیشترین تأثیر را دارد و پس از آن معیارهای منابع انسانی و نتایج کلیدی عملکرد به ترتیب بیشترین تأثیر را بر دیگر

1. Rosa & Amaral

2. Venero et al

3. Ioncica & et al

4. Marques & et al

5. Sadeh and Arumugam

معیارهای تعالی دارند. علاوه بر این اسنووا و آنتوسووا¹ (2015)، در تحقیقی با عنوان عملکرد تجاری و مدل تعالی ای‌اف‌کیو‌ام (بررسی موردی)، مدل تعالی سازمانی 2010 را برای ارزیابی جنبه‌های غیر مالی یک شرکت انتخاب کردند. تحلیل‌های تحقیق، نقاط بالقوه برای رونق و ضعف‌های عملیاتی را که برای اثربخشی و کارایی بیشتر شرکت لازم است، نشان داد. استفاده از این مدل تأیید کرد که عملکرد شرکت خوب بوده و خوب مدیریت شده و عملکرد شرکت در حال بهبود است. تحقیق نشان داد که شرکت مورد مطالعه از 1000 امتیاز 593 امتیاز کسب کرده است که بالاتر از میانگین می‌باشد (اسنووا و آنتوسووا، 2015، 183).

فرمانی باروق (1388)، در تحقیقی به بررسی روابط علت و معلولی در معیارهای مدل تعالی EFQM بر اساس مدل پویایی‌شناسی سیستم‌ها پرداخت. این تحقیق به مطالعه و بررسی دقیق مدل EFQM با دید سیستمی و کل‌نگر با محوریت روابط علی بین معیارهای مدل تعالی مذکور می‌پردازد. محقق با اعتبارسنجی و تأیید خبرگان به ارائه مدلی بر اساس متدولوژی پویایی سیستم‌ها پرداخته است که امکان اولویت‌بندی اقدامات بر اساس ارزیابی انجام شده (نقاط قوت و ضعف به دست آمده) و نیز امکان پیش‌بینی نتایج این اقدامات را برای استفاده‌کنندگان بر اساس آگاهی سازمان از تأثیر متغیرهای مدنظر بر معیارهای مدل فراهم می‌آورد. این امر به کمک بررسی و تعیین روابط علت و معلولی بین معیارها جهت نمایش تأثیر متقابل معیارها و اقدامات حاصل شده است. رسولی و دیگران (1393)، در مقاله‌ای به تطبیق مدل EFQM با Fuzzy ANP و Fuzzy DEMATEL برای بیمارستان پرداختند. در این پژوهش اهمیت هر یک از این معیارها در محیط بیمارستانی به دست آمده است. بدین برای برای به دست آوردن وزن معیارها از روش دی‌متل فازی و فرآیند تحلیل شبکه‌ای فازی استفاده شده است.

قاسمی و اصغری زاده (1393)، به ارزیابی روابط علی میان شاخص‌های مدل تعالی ای‌اف‌کیو‌ام در صنعت پتروشیمی پرداختند. این پژوهش در صدد تبیین شاخص‌های دخیل در تعالی پایدار در صنایع پرخطر است. بر پایه مدل اعتلای پایدار در صنایع پتروشیمی، نویسندگان به بررسی رابطه علی میان پنج توانمندساز (رهبری، خط‌مشی‌ها و راهبردها، کارکنان، منابع و فرآیندها) و نتایج (بهداشتی - ارگونومیکی، کارکنان، پیمانکاران،

مشتریان، ایمنی - امنیتی، اجتماعی - فرهنگی و نتایج کلیدی عملکرد) پرداختند. برای بررسی روابط علی در این پژوهش از دو تکنیک مدل معادلات ساختاریافته خطی و دیمتل استفاده شده است. با تکنیک دیمتل و پی‌اِل‌اِس شاخص تأثیرگذاری و با استفاده از ضرایب تعیین درجه تأثیرپذیری کل شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. هر چند ارزیابی روابط علی میان شاخص‌ها تأثیر به‌سزایی در تبیین مدل‌های تعالی داراست، به نظر می‌رسد تسری این دیدگاه از رویکردی ایستا به پویا به درک هرچه بیشتر تعاملات رخ داده در گذر زمان کمک شایانی نماید.

رجب‌زاده قطری و دیگران (1394)، در مقاله‌ای با عنوان توسعه مدل تعالی پلیس با استفاده از رویکردهای ای‌اچ‌پی و دیمتل پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که معیار رهبری از بیشترین امتیاز میان توانمندسازها و بالاترین تأثیرگذاری بر سایر معیارها و نتایج خدمت‌گیرندگان از بیشترین امتیاز میان نتایج و بالاترین تأثیرپذیری از دیگر معیارها برخوردارند. برای بررسی روابط میان معیارهای تعالی مدل ناجا از روش دیمتل استفاده شد که معیار رهبری با بیشترین R-D دارای بیشترین تأثیر بر دیگر معیارها بوده و یک معیار علت محسوب می‌شود و معیار نتایج خدمت‌گیرندگان با کمترین مقدار R-D دارای بیشترین تأثیرپذیری از سایر معیارهاست و یک معیار معلول محسوب می‌شود. در نهایت برای اولویت‌بندی پروژه‌های بهبود حاصل شده از مدل تعالی مذکور، یک روش سلسله‌مراتبی پیشنهاد شده است.

اجرای فرایند ارزیابی و یا خودارزیابی در سازمان‌ها مطابق با مدل‌های تعالی سازمانی و خاصه مدل ای‌اِف‌کی‌و‌ام و نتایج حاصل از آن به مدیران و کارشناسان کمک می‌نماید تا با شناخت و آگاهی از روابط علی میان معیارهای مدل اقدامات لازم را در دستور کار خود قرار دهند که بیشترین اثرات را در سازمان به ارمغان می‌آورند. لذا پژوهش حاضر را می‌توان تلاشی در جهت تبیین رابطه علی میان شاخص‌های مدل تعالی دانست. ارزیابی مدل معادلات ساختاری در گام نخست با تکیه بر مرور بر پیشینه پژوهش طراحی می‌شود. فرضیه‌های علی مابین متغیرهای تصمیم مدل تعالی عملکرد میان شاخص‌ها به‌صورت منطقی و با بهره‌گیری از پشتوانه تجربی و بر اساس مدل تعالی سازمان نوشته شده و به بررسی این مهم پرداخته می‌شود که آیا بین عناصر این مدل که در جدول زیر آمده است، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول شماره 1. فرضیه‌های علی مابین متغیرهای مدل تعالی سازمان

فرضیه	فرضیه‌های پژوهش	منبع
اول	رهبری بر کارکنان (منابع انسانی) تأثیر معناداری دارد	(اسکیلدسن و دیگران ¹ ، 2001)
دوم	رهبری بر راهبردها و خط‌مشی‌ها تأثیر معناداری دارد	(کاپلان و نورتون ² ، 2004)
سوم	رهبری بر مشارکت‌ها و منابع تأثیر معناداری دارد	(ستورپ ³ ، 2011)
چهارم	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر کارکنان (منابع انسانی) تأثیر معناداری دارد	(کالومورا ⁴ ، 2005)
پنجم	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر مشارکت‌ها و منابع تأثیر معناداری دارد	(چیندا و محمد ⁵ ، 2007)
ششم	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر فرآیندها تأثیر معناداری دارد	(اسکیلدسن و دیگران ¹ ، 2001)
هفتم	کارکنان (منابع انسانی) بر فرآیندها تأثیر معناداری دارد	(کالومورا ⁴ ، 2005)
هشتم	مشارکت‌ها و منابع بر فرآیندها تأثیر معناداری دارد	(چیندا و محمد ⁵ ، 2007)
نهم	مدیریت فرآیندها بر نتایج مشتری تأثیر معناداری دارد	(کالومورا ⁴ ، 2005) (چیندا و محمد ⁵ ، 2007)
دهم	مدیریت فرآیندها بر نتایج کارکنان تأثیر معناداری دارد	(پیتزوویچ و دیگران ⁶ ، 2007)
یازدهم	مدیریت فرآیندها بر نتایج جامعه تأثیر معناداری دارد	(چیندا و محمد ⁵ ، 2007)
دوازدهم	نتایج کارکنان بر نتایج مشتری تأثیر معناداری دارد	(کاپلان و نورتون ² ، 2004)
سیزدهم	نتایج کارکنان بر نتایج جامعه تأثیر معناداری دارد	(کاپلان و نورتون ² ، 2004) (کالومورا ⁴ ، 2005)
چهاردهم	نتایج کارکنان بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد	(راینر و همکاران ⁷ ، 2009)
پانزدهم	نتایج مشتری بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد	(چیندا و محمد ⁵ ، 2007) (کالومورا ⁴ ، 2005)
شانزدهم	نتایج جامعه بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد	(بلیک و پورتر ⁸ ، 1998)

ابزار و روش

تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. برای بررسی روابط میان متغیرها از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری رویکردی آماری درباره روابط بین متغیرهای مکنون است. برای بررسی میزان تأثیر کل هر یک از شاخص‌ها بر شاخص‌های دیگر از تکنیک ریاضی دیتمل بهره‌گیری شده است.

1. Eskildsen et al
2. Kaplan & Norton
3. Satorp
4. Calvo mora et al
5. Chinda & Mohammad
6. Pitzowitch et al
7. Reiner et al
8. Blake & Porter

جامعه آماری تحقیق رؤسای گروه‌ها و کارشناسان مسؤؤل ستادی آموزش و پرورش شهرستان تبریز بوده است. تعداد جامعه آماری تحقیق 95 نفر می‌باشد که از این تعداد بنا به جدول مورگان 76 نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده و به‌برای گردآوری اطلاعات از پرسش نامه خودارزیابی ای‌اف‌کیوام استفاده شده است. نمونه‌گیری تصادفی ساده روشی است که در آن برای هر یک از اعضای جامعه (واحد نمونه‌گیری) امکان مساوی برای انتخاب شدن، فراهم شود. این روش بر انتخاب واحدهایی از کل جامعه اشاره می‌کند به‌طوری که هر واحد دارای احتمال مساوی (غیرصفر) برای بودن به‌عنوان عضوی از اعضای نمونه باشد. به‌صورت دقیق‌تر در روش نمونه‌گیری تصادفی ساده هر یک از اعضای جامعه دارای شانس مساوی و مستقل برای انتخاب شدن هستند. بدین‌ترتیب برای انتخاب نمونه مورد نظر به‌صورت تصادفی به نواحی مختلف آموزش و پرورش شهر تبریز مراجعه شد و پرسش نامه بین کارکنان به‌صورت در دسترس توزیع گردید. پرسش نامه با توجه به 9 معیار اصلی مدل ای‌اف‌کیوام و زیرمعیارهای مرتبط با آن‌ها و بر اساس ویژگی‌های آموزش و پرورش و در قالب طیف لیکرت طراحی شده است. بر این اساس، برای ارزیابی متغیرهای مورد بررسی 38 سؤال طراحی شد. برای تأیید پایایی پرسش نامه از روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. اندازه این ضریب 0.91 بوده است که نشان می‌دهد پرسش نامه مورد نظر از پایایی مورد قبولی برخوردار است.

برای سنجش قابلیت پایایی پرسش نامه، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد که نشان از پایایی ابزار پژوهش است (جدول 2). لازم به ذکر است چنانچه آلفای کرونباخ بالاتر از 0.6 و پایایی ترکیبی بیش از 0.6 باشد، پایایی سازه مورد بررسی تأیید می‌شود. روایی پرسش نامه که مبین میزان صحت سنجش ابزار اندازه‌گیری است. برای ارزیابی اعتبار پژوهش ابزارهای مختلف آماری و برای سنجش روایی ابزار اندازه‌گیری از اعتبار محتوا و اعتبار تشخیصی استفاده شده است (سرمد و دیگران، 1393، 95؛ لووسن-بادی و لیمایم، 2004، 34). روایی محتوی ایجاد اطمینان می‌کند که همه ابعاد و مؤلفه‌هایی که می‌تواند مفهوم

مورد نظر را انعکاس دهد در آن سنجه‌ها وجود دارد که از طریق تحلیل و بررسی و اعلام نظر خبرگان و استادان دانشگاهی صورت پذیرفت.

جدول شماره 2. شاخص‌های تعیین پایایی پرسش نامه (سطح اطمینان 95 درصد) با استفاده

از نرم‌افزارهای SPSS, smart PLS

پایایی ترکیبی	میانگین واریانس تبیین شده	آلفای کرونباخ	تعداد گویه	
0/797	0/592	1/688	5	رهبری
0/831	0/553	0/736	5	خطمشی‌ها و راهبردها
0/762	0/612	0/603	4	مشارکت
0/721	0/722	0/762	4	کارکنان
0/886	0/661	0/832	4	فرآیند
0/811	0/592	0/666	3	نتایج مشتری
0/930	0/770	0/900	4	نتایج کارکنان
0/763	0/566	0/757	3	نتایج جامعه
0/799	0/633	0/714	4	نتایج کلیدی عملکرد

هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌آورد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، ابزار اندازه‌گیری حائز اعتبار همگرا است. وجود همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا باید روابط زیر برقرار باشد:

$$R > 0.7, C.R > AVE, AVE > 0.5$$

همچنین چنانچه همبستگی بین آزمون‌هایی که خصیصه‌های متفاوتی را اندازه‌گیری می‌کند پایین باشد، آزمون دارای اعتبار تشخیصی واگرا است. برای ارزیابی روایی تشخیصی چنانچه میزان متوسط واریانس تبیین شده که در جدول 2 داخل پرانتز ذکر شده‌اند بیشتر از میزان همبستگی میان سازه‌ها (عوامل مکنون) باشد روایی تشخیصی برقرار است.

جدول شماره 3. ارزیابی روایی تشخیصی (اواگرا)

9	8	7	6	5	4	3	2	1	
								0/769	رهبری 1
							0/743	0/404	خط‌مشی‌ها و راهبردها 2
						0/782	0/578	0/701	مشارکت 3
				0/849	0/708	0/531	0/335		کارکنان 4
			0/813	0/424	0/459	0/242	0/295		فرآیند 5
		0/769	0/512	0/712	0/481	0/166	0/162		نتایج مشتری 6
		0/877	0/608	0/451	0/612	0/358	0/153	0/065	نتایج کارکنان 7
	0/752	0/665	0/632	0/505	0/703	0/617	0/199	0/378	نتایج جامعه 8
0/789	0/649	0/582	0/608	0/037	0/562	0/391	0/463	0/257	نتایج کلیدی عملکرد 9

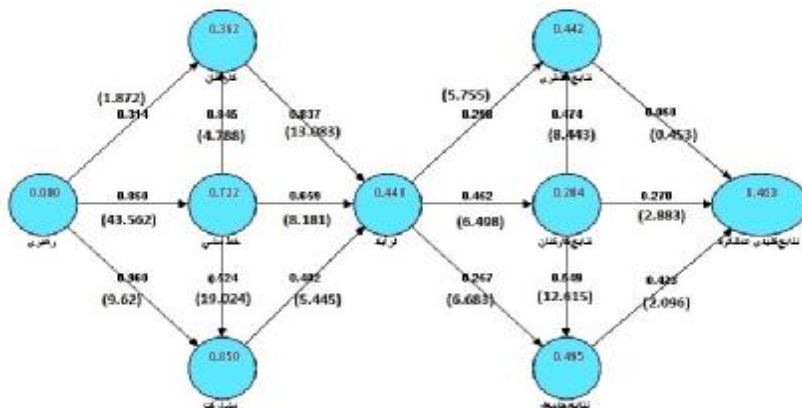
یافته‌ها

مدل‌سازی معادلات ساختاری یکی از رویکردهای آماری جامع برای آزمون فرضیه‌ها در مورد روابط میان متغیرهای مکنون و مشاهده شده است (هویل، 2004، 10). در مدل‌یابی معادلات ساختاری این امکان فراهم می‌شود تا متغیرهای مکنون به وسیله نشانگرها اندازه‌گیری شده و خطای اندازه‌گیری در مدل، مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین، پژوهشگران می‌توانند با استفاده از این روش‌ها بر محدودیت‌های روش‌های پیشین غلبه کرده و این امکان را بیابند که فرض‌های مورد اندازه‌گیری و نظری را به کمک روش تحلیل عاملی تأییدی در برابر داده‌های تجربی، به روش آماری آزمون کنند. به‌طور کلی می‌توان گفت که روش‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری، تعمیم و گسترش روش‌های پیشین از قبیل رگرسیون و تحلیل عاملی است (سیدعباس‌زاده و دیگران، 1391، 4). مدل‌یابی معادلات ساختاری با رویکرد مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (پی‌اِل‌اِس) وابستگی کمتری به حجم نمونه، سطح سنجش متغیرها و نرمال بودن داده‌های توزیع شده دارد (محسنین و اسفیدانی، 1393، 47). از این رو بنا به مقتضیات نمونه آماری در تحلیل روابط ساختاری از این مدل استفاده می‌شود. همچنین از آن جایی که تحلیل مسیر پی‌اِل‌اِس برای انعکاس شرایط نظری و رفتاری در علوم

اجتماعی زمان‌هایی که فرضیات خیلی قوی یا اطلاعات کافی وجود ندارد، کاربری می‌یابد.

در شکل 1 سه شاخص ضرایب مسیر، مقدار آماره تی و ضریب تعیین قابل تعبیر و تفسیر است. ضرایب مسیر معرف میزان تأثیرگذاری هر شاخص بر دیگر شاخص‌ها محسوب می‌شود. آماره تی شاخصی برای معناداری روابط است. بر این اساس چنانچه این ضریب بیش از 1.96 باشد فرض خنثی مبنی بر عدم تأثیرگذاری متغیر مستقل بر وابسته رد می‌شود. بنا به استدلال پیش‌گفته فرضیات تأثیرگذاری رهبری بر کارکنان، نتایج مشتری بر نتایج کلیدی عملکرد، رد شده‌اند. ضرایب تعیین معرف درجه تبیین متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل است. از این رو هر چه ضریب تعیین بالاتر باشد، نشان‌دهنده درجه تبیین بالای متغیرهای مستقل است. علاوه بر این ضریب تعیین ابزاری برای تعیین درجه تبیین یا به نوعی تأثیرپذیری کل است. با توجه به این که خروجی اسمارت پیل‌اس برای ضریب تعیین و معناداری آن مجزا می‌باشد، بدین سبب بنابه‌اصل اختصار در قالب یک شکل هم ضریب تعیین، هم معناداری آن ارائه می‌شود. در ادامه از تکنیک دیمتال برای تعیین تأثیرگذاری کل هر یک از شاخص‌ها بهره‌گیری شده است.

نتایج آزمون فرضیات



شکل شماره 2. نمودار مسیر با استفاده از نرم افزار SMART PLS

همان‌طوری که ملاحظه می‌گردد مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مناسبی قرار دارد. شکل 2 معرف مدل معادلات ساختاری و آزمون یکایک فرضیات است. مقادیر و ضریب تی مندرج در نمودار معرف ضرایب تخمینی بتای رگرسیونی، ضرایب آزمون تی و ضریب تعیین است.

جدول شماره 4. نتایج آزمون فرضیات تحقیق

نتیجه فرضیه	آماره t	ضریب مسیر	فرضیات تحقیق
رد	1/872	0/314	رهبری بر کارکنان (منابع انسانی) تأثیر معناداری دارد
تأیید	43/562	0/850	رهبری بر راهبردها و خط‌مشی‌ها تأثیر معناداری دارد
تأیید	9/62	0/960	رهبری بر مشارکت‌ها و منابع تأثیر معناداری دارد.
تأیید	4/788	0/845	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر کارکنان (منابع انسانی) تأثیر معناداری دارد
تأیید	19/024	0/524	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر مشارکت‌ها و منابع تأثیر معناداری دارد
تأیید	8/181	0/659	خط‌مشی‌ها و راهبردها بر فرایندها تأثیر معناداری دارد
تأیید	13/083	0/837	کارکنان (منابع انسانی) بر فرایندها تأثیر معناداری دارد
تأیید	5/445	0/402	مشارکت‌ها و منابع بر فرایندها تأثیر معناداری دارد
تأیید	5/755	0/298	مدیریت فرایندها بر نتایج مشتری تأثیر معناداری دارد
تأیید	6/498	0/452	مدیریت فرایندها بر نتایج کارکنان تأثیر معناداری دارد
تأیید	6/683	0/257	مدیریت فرایندها بر نتایج جامعه تأثیر معناداری دارد
تأیید	8/443	0/474	نتایج کارکنان بر نتایج مشتری تأثیر معناداری دارد
تأیید	12/615	0/549	نتایج کارکنان بر نتایج جامعه تأثیر معناداری دارد
تأیید	2/883	0/270	نتایج کارکنان بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد
رد	0/453	0/050	نتایج مشتری بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد
تأیید	2/096	0/423	نتایج جامعه بر نتایج کلیدی عملکرد تأثیر معناداری دارد

با توجه به آنچه سازمان‌ها امروزه با محدودیت‌های فراوان مالی، نیروهای انسانی، زمانی و... مواجه هستند، نمی‌توانند تمامی پروژه‌های بهبود به روش‌های گوناگون را به‌کار بگیرند. یکی از این راه‌ها استفاده از روش دیمتل برای تعیین روابط متقابل معیارهای مدل تعالی و استفاده از روش‌های اولویت‌بندی سلسله‌مراتبی برای تعیین اولویت اجرای پروژه‌های بهبود می‌باشد (رجب‌زاده و دیگران، 1394، 106). این تکنیک مبتنی بر تکنیک‌های ریاضی بوده و در زمره تکنیک‌های تحقیق در عملیات نرم تلقی می‌گردد. برای انجام روش دیمتل پنج گام ارائه شده است:

گام 1. تشکیل ماتریس روابط مستقیم: تشکیل ماتریس روابط مستقیم مستلزم طراحی پرسش نامه فراخوانی خبرگان و صرف زمان در جهت کسب آرای ایشان است. در پژوهش حاضر به سبب کاستن از مرحله پیمایش - که در واقع از زمان برترین مراحل پژوهش است - از ماتریس همبستگی بین شاخص‌های مدل ای‌اف‌کی‌وام که برای ارزیابی روایی واگرا در رویکرد آماری استخراج شده بود استفاده شد (قاسمی، اصغری زاده، 1393، 124).

گام 2. بی‌مقیاس کردن ماتریس روابط مستقیم: اگر ماتریس روابط مستقیم را A بنامیم، ماتریس M ، ماتریس بی‌مقیاس شده‌ی A بوده که با استفاده از فرمول زیر به دست می‌آید. طبیعی است که عناصر روی قطر اصلی ماتریس مساوی صفر خواهند بود (قاسمی، 1393: 239).

$$M = K * A$$

$$K = \min\left(\frac{1}{\max_{1 \leq i \leq n} \sum_{j=1}^n |z_{ij}|}, \frac{1}{\max_{1 \leq i \leq n} \sum_{i=1}^n |z_{ij}|}\right)$$

بنابراین

$$k = \min\left(\frac{1}{4.396}, \frac{1}{4.396}\right) = 0.22748$$

گام 3. به دست آوردن ماتریس روابط نهایی: با توجه به ماتریس بی‌مقیاس شده‌ی M می‌توان ماتریس روابط نهایی S را با استفاده از فرمول زیر به دست آورد. در این فرمول ماتریس I ماتریس یکه است.

$$S = M + M^2 + M^3 + \dots = \sum_{i=1}^{\infty} M^i$$

$$S = M(1 - M)^{-1}$$

گام 4. محاسبه گروه تأثیرگذار و تأثیرپذیر: با محاسبه $J+R$ و $R-J$ می‌توان میزان تأثیرگذار بودن یا تأثیرپذیر بودن را مشخص کرد. در این روابط R جمع اعداد هر ستون و J جمع درایه‌های هر سطر ماتریس روابط نهایی است. هرچه مقدار $R+J$ بیشتر باشد شاخص مورد نظر از نظر میزان تأثیرگذاری مسلط‌تر خواهد بود و هر چه

R-J کمتر باشد و به سمت منفی پیش رود میزان تأثیرپذیری شاخص و عدم تسلط آن بیشتر خواهد بود.

$$R = [S_i]_{nx1} = \left(\sum_{j=1}^n t_{ij} \right)_{nx1}$$

$$J = [S_i]'_{nx1} = \left(\sum_{j=1}^n t_{ij} \right)'_{nx1}$$

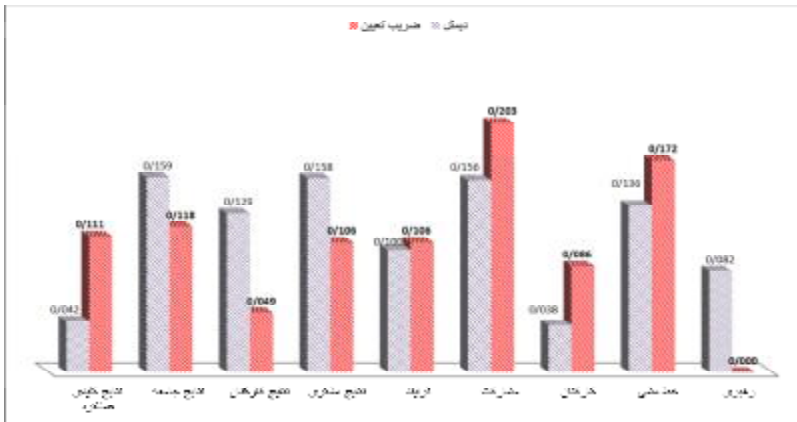
$[S_i]'_{nx1}$ ترانهاده ماتریس نهایی می‌باشد (سامریت و اننتیورونچ¹¹، 2013، 87).

گام 5. تعیین مجموعه آستانه تأثیرگذاری و به‌دست آوردن گراف تأثیر شاخص‌ها بر یکدیگر: برای به‌دست آوردن گراف تأثیر شاخص‌ها بر یکدیگر تصمیم‌گیرنده باید ارزش تأثیر هریک از شاخص‌ها را سطح‌بندی کند. عناصر ماتریس S که دارای بیشترین ارزش هستند انتخاب می‌شوند و با استفاده از گراف پوشش داده می‌شوند. گراف تأثیرگذاری با استفاده از مختصات (R-J, R+J) به‌دست می‌آید که R+J روی محور افقی و R-J روی محور عمودی قرار می‌گیرد. در پژوهش حاضر از پارامتر R+J به‌عنوان میزان تأثیر کل شاخص استفاده شده است. از این رو با بی‌مقیاس نمودن درجه یک این عامل، وزن تأثیر به روش دیمتل محاسبه می‌شود (قاسمی، اصغری زاده، 1393، 125).

جدول شماره 5. ماتریس روابط کل

	رهبری	خط مشی	کارکنان	مشارکت	فرایند	نتایج مشتری	نتایج کارکنان	نتایج جامعه	نتایج کلیدی عملکرد	R	J	R+J	R-J
رهبری	0/19	0/46	0/19	0/33	0/28	0/33	0/28	0/35	0/04	2/44	2/44	4/89	0
خط مشی	0/46	0/45	0/25	0/60	0/44	0/60	0/50	0/61	0/11	4/02	4/02	8/05	0
کارکنان	0/19	0/25	0/07	0/18	0/06	0/15	0/13	0/15	-0/06	1/14	1/14	2/28	0
مشارکت	0/33	0/60	0/18	0/60	0/47	0/79	0/64	0/78	0/25	4/64	4/64	9/27	0
فرایند	0/28	0/44	0/06	0/47	0/26	0/48	0/42	0/47	0/08	2/96	2/96	5/92	0
نتایج مشتری	0/33	0/60	0/15	0/79	0/48	0/62	0/64	0/80	0/29	4/69	4/69	9/37	0
نتایج کارکنان	0/28	0/50	0/13	0/64	0/42	0/64	0/42	0/66	0/15	3/84	3/84	7/67	0
نتایج جامعه	0/35	0/61	0/15	0/78	0/47	0/80	0/66	0/62	0/29	4/71	4/71	9/42	0
نتایج کلیدی عملکرد	0/04	0/11	-0/06	0/25	0/08	0/29	0/15	0/29	0/08	1/23	1/23	2/46	0

پژوهش حاضر درصدد بررسی تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و رابطه علی میان شاخص‌ها بوده است. از این رو به‌برای شناسایی شاخص‌های اثرپذیر و اثرگذار مدل در جامعه مورد بررسی از شاخص ضریب تعیین و یافته‌های تکنیک دیمتل استفاده شده است. شکل 2 معرف درجه اثرگذاری و اثرپذیری شاخص‌ها است. به‌برای تحلیل بهتر، این مقادیر بی‌مقیاس نوع یک (نرمال‌سازی نوع اول) شده‌اند. بر همین اساس شاخص نتایج جامعه به‌عنوان اثرگذارترین عامل و شاخص منابع و مشارکت به‌عنوان اثرپذیرترین شاخص این مدل شناسایی شدند.



شکل شماره 3. درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری شاخص‌های تعالی پایدار در آموزش و پرورش

بحث و نتیجه‌گیری

بدون تحقیق و کسب اطلاعات از میزان پیشرفت و دستیابی به اهداف، همچنین بدون شناسایی چالش‌های پیش روی سازمان و کسب بازخورد و اطلاع از میزان اجرای سیاست‌های تدوین شده و شناسایی مواردی که نیاز به بهبود جدی دارند، در ارزیابی سازمان‌ها تغییرات مطلوبی صورت نخواهد پذیرفت. لذا ارزیابی به برای دسترسی به اهداف مطلوب، از جمله نیازهای محسوس در هر سازمان می‌باشد. در همین راستا، مدل تعالی سازمانی به‌عنوان مدل و ابزاری قوی در پاسخ‌گویی به این نیاز سازمان‌ها، از موفقیت چشم‌گیری برخوردار بوده و توانسته تا حدود زیادی در آسیب‌شناسی سازمان و تعیین مسیر حرکت جهت دسترسی به تعالی منابع انسانی مورد استفاده قرار گیرند. با به‌کارگیری این مدل‌ها ضمن اینکه سازمان می‌تواند میزان موفقیت خویش را در اجرای برنامه‌ها بهبود بخشد و در مقاطع مختلف زمانی مورد ارزیابی قرار دهد، می‌تواند عملکرد خود را با سایر سازمان‌ها به ویژه بهترین آن‌ها مقایسه کند. مدل‌های تعالی سازمانی به‌عنوان چارچوبی برای تعالی و کیفیت در سراسر دنیا که حاصل ارزیابی ارزیابان مستقل است، گزارش بازخوری است که در اختیار مدیران ارشد سازمان قرار می‌گیرد تا نقاط قوت و زمینه‌های بهبود سازمان را درک کرده، برای برطرف کردن نقاط ضعف (زمینه‌های بهبود) خود، پروژه‌های بهبود را تعریف کنند. بررسی روابط علی به سبب

تمرکز بر رابطه‌ها، از توجه به اهمیت شاخص‌ها و ویژگی‌های آن‌ها غافل می‌شود. از این رو لازم است روش‌هایی به‌برای توجه توأم به شاخص‌ها در کنار رابطه علی این شاخص‌ها ارائه شود. مسیر تعالی یکی از راه‌کارهای تلفیق نگاه جزءنگر و علی بدین مقوله است (قاسمی، 1387، 101). بر همین اساس، این تحقیق به ارزیابی علی سازمان آموزش و پرورش شهرستان تبریز با استفاده از مدل ای‌اف‌کی‌و‌ام پرداخت.

با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته، برآزش کلی مدل برای سازمان مورد بررسی بسیار مناسب بود و در مورد روابط علی جداگانه میان هر شاخص در این مدل می‌توان به قوی بودن روابط علی میان رهبری و خطمشی، رهبری و مشارکت‌ها و منابع، خطمشی و کارکنان، خطمشی و مشارکت‌ها و منابع، خطمشی و فرآیندها و... اشاره کرد. در نتیجه پیشنهاد می‌شود اقداماتی مانند تهیه فهرستی از نقاط قوت و نواحی بهبود سازمان آموزش و پرورش معیارهای پنج‌گانه توانمندسازها، برگزاری دوره آموزشی آشنایی با مدل EFQM با ساعات بیشتر توسط متخصصان داخل و خارج از سازمان در سطوح مختلف برای مدیران ارشد و کارکنان سازمان و همچنین برگزاری همایش آشنایی با مدل EFQM برای نواحی و مناطق آموزش و پرورش زیر پوشش سازمان انجام گیرد. از سوی دیگر ضعیف و بی اثر بودن روابط علی همچون رابطه میان رهبری و کارکنان، نتایج مشتری و نتایج کلیدی عملکرد در این مدل به چشم می‌خورد. برای بهبود رابطه رهبری بر کارکنان و همچنین نتایج مشتری بر نتایج کلیدی عملکرد موارد زیر توصیه می‌شود: ارزش‌ها و اخلاقیات مدیران در ارتباط با کارکنان توسعه داده شود. مدیران فرهنگ تعالی را با همکاری کارکنان تقویت کنند. مدیران نسبت به کارکنان انعطاف‌پذیری داشته و تحول را به شکل اثربخش مدیریت نمایند. ارتباط کارکنان در تمامی بخش‌های اداره به شکل اثربخش برقرار شود و نیز کارکنان قدردانی و حمایت شوند. ارتباطات با مشتری مدیریت شده، ارتقا یابد؛ آموزش و پرورش همانند بسیاری دیگر از سازمان‌های خدماتی باید انتظارات و نیازهای ارباب‌رجوع خود را بشناسند و در جهت برآورده کردن آنها نهایت تلاش خود را بکنند. تلاش به برقراری روابط انسانی مطلوب به جلب رضایت آن‌ها کمک فراوانی خواهد کرد. علاوه بر این باید به مواردی از جمله تشکیل گروه‌های کاری و تعیین آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به آن‌ها، تفهیم و آموزش کارکنان به این‌که فرایندها ارزیابی می‌شود نه خود کارکنان و نیز به

شناسایی علل ریشه‌ای عوارض سازمان با استفاده از نظرات ارائه شده کارکنان توجه بیشتری شود.

همچنین پیشنهاد می‌گردد برنامه‌هایی از جمله نظرسنجی از کارکنان برای اندازه‌گیری میزان رضایت کارکنان از عملکرد این ارگان، توجه بیشتر به مهارت‌ها، توانایی‌ها، نیازها و خواسته‌های نیروی انسانی، توجه به فراهم کردن شرایط برای بروز خلاقیت کارکنان و استقرار مدیریت خلاقیت، ارزیابی عملکرد کارکنان به‌طور پیوسته و مستمر، توجه به آموزش و بهسازی کارکنان، توجه به مدیریت استعداد، انجام نیازسنجی‌های آموزشی مستمر برای بهبود مستمر آن‌ها، تدوین استراتژی مبنی بر مشارکت تمامی کارکنان در ایجاد بهبود مستمر صورت پذیرد. در میان مؤلفه‌های نه-گانه مدل تعالی سازمان مشارکت با ضرب تعیین (0.85) بالاترین میزان تاثیرپذیری را در میان دامنه‌های مختلف برخوردار است؛ با توجه به این که یکی از منابع قابل ملاحظه آموزش و پرورش کمک‌های مردمی و خیرین می‌باشند، لذا به‌برای جذب حداکثری منابع باید دیگر مؤلفه‌های مدل تعالی سازمانی مطلوب باشند؛ در نتیجه مؤلفه مشارکت و منابع به‌عنوان اثرپذیرترین معیار در مدل تعالی سازمان و از نتایج دیگر مؤلفه‌ها متأثر می‌گردد. همچنین باید اقداماتی از قبیل مشارکت دادن مدیران ارشد سازمان آموزش و پرورش در فرایند تعالی سازمانی، مشارکت دادن کارکنان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌های استراتژیک و تقویت روحیه همکاری و کارگروهي برای جلب رضایت بیشتر کارکنان و تشکیل کمیته تعالی سازمان آموزش و پرورش در دستور کار قرار گیرد. از طرفی نتایج جامعه با بیشترین R+J (9.42) بیشترین تأثیرگذاری را داشته است؛ یعنی این که این عامل یا این مؤلفه تعامل بیشتری با سایر مؤلفه‌های مدل داشته، لذا وزن (اهمیت) مؤلفه در سیستم بیشتر است. از آن جایی که سازمان آموزش و پرورش به‌عنوان یک نهاد خدمت‌گذار در زمینه آموزش فعالیت و به‌نوعی با تمامی خانوارها و در نهایت با کل جامعه در ارتباط است، لذا نتایج جامعه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مدل تعالی سازمان اثرگذاری بیشتری نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد و در کل مدل اهمیت بیشتری یافته است. لازم به ذکر است که کم‌اطلاعی و گاهی بی‌اطلاعی کارکنان واحدهای مورد تحقیق در خصوص موضوع و مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای پژوهش و همچنین دسترسی دشوار به کارکنان آشنا با مدل‌های تعالی آشنایی می‌تواند از محدودیت‌های این

پژوهش باشد. برای بهبود هرچه بیشتر تحقیق و پژوهش در این حوزه به محققان پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی از تکنیک یکپارچه‌سازی دیمتل و فرآیند تحلیل شبکه‌ای فازی در رویکرد مدل تعالی سازمانی استفاده کنند. همچنین، توسعه مدل تعالی سازمان در آموزش و پرورش با استفاده از سایر رویکردهای چندمعیاره می‌تواند مدنظر پژوهشگران قرار گیرد.

References

- Akhshik, S. S., & FarajPahloo, A. (2010), The EFQM Excellence Model and the Assessment of the Quality of Information Technology Management in Medical University Libraries: A Case Study of Jundishapur University. *Journal of Health Information Management*, 7(2), 161-171, (In Persian).
- Abbaszadeh, M. M., Amani Saribegloo, J., Khazri-azar, H., & Pasavi, Q.(2012). An Introduction to the Structural Equation Modeling according PLS Method and Its Application in Behavioral Sciences by Introducing Software Plans, Smart PLS Visual PLS - PLS Graph. Urmia: Urmia University, [In Persian]
- Adab, H., & Golvavar, M. (2013), The 2010 EFQM Excellence Model in Iran National Gas Company. *Management Studies Quarterly (Improvement and Development)*, 23(70), 25- 46.(In Persian).
- Ali Ahamadi, A., Jafari Eskandari, M., Rashtbari, H., & Ali-Ahmadi, M. H. (2011), Determining the Cause and Effect Relations of the Performance Indicators in Manufacturing Organizations Using the Balanced Scorecard Approach and Structural Equation Model. *Future Management Journal*, 5(29), 5-26. (In Persian).
- Allur. E. (2010), The Dissemination of the EFQM Self-Evaluation Model across Europe. *Review of International Comparative Management*, 11(5), 63-74.
- Amalnik, M. S., Ansari Nejad, A., Ansari Nejad, S., & Miri-Nargesi, S. (2010), Finding the Cause and Effect and Ranking Critical Factors in Success and Failure of the Implementation of Information Systems through Combining Fuzzy DEMATEL and

- ANP Method. Journal of Industrial Engineering, 44(2), 195-212, (In Persian).
- Amini, A., & Ali Nejad, A. (2015), Evaluating and Monitoring The EFQM Excellence Model to Identify Organizational Improvement Opportunities. Quarterly Journal of Decision Engineering, 1(2), 33-60, (In Persian).
- Amiran, H. (2004), A Step by Step Guideline to Tte EFQM Excellence INQA Models. Tehran: Moshaverin-e Keyfiyat-saz Publication, (In Persian).
- Amiri, M. Reza., & Sheikh-sajadieh, M. (2010), The EFQM Excellence Model. Tehran: Atianegar Publication, (In Persian).
- Ansari Jaberi, M. (2009), The Assessment of Karaj Educational Campus Using The EFQM Excellence Model. Master Thesis, Tehran: Tarbiat Moallem University, (In Persian).
- Atafar, A., & Forouzan, B. (2013), The Study of Organizational Excellence of Ghaem Sepahan Engineering Company in Isfahan Based on Peters and Waterman Model. Production Management and Operations Management, 4(1), 85-102, (In Persian).
- Bilalzadeh, M. (2008), A Comprehensive Quality Management System Based on ISO 9001 and ISO 2000; and Customer Orientation. National Conference on Monitoring and Evaluation of Higher Education; Iran's Higher Education Association, (In Persian).
- Farahbakhsh, S., & Mohammadi, T.(2017), The Relationship between Transition Leadership Style and Organizational Excellence in Secondary Secondary Schools of Khorramabad with Emphasis on the Role of Organizational Welfare. Organizational culture management, 15(2), 271- 288, (In Persian).

- Faraji, R.(2012), The Relationship between Job Satisfaction and Organizational Excellence in Sport Organizations. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 356- 372.
- Farmani Barough, H.(2009), Study of Causal Relationships in Criteria of EFQM Excellence Model Based on System Dynamics Model. Master's Thesis, Tehran: Tarbiat Modares University, (In Persian).
- Farsi, M., & Esmaeilpoor, R.(2014), Exploring Managerial Public Competencies Based on the EFQM Excellence Model. The First International Conference on Management Tools and Techniques, Tehran: Narcish Information Institute, (In Persian).
- Ghasemi, A. R.(2008), Charting an Excellence Model for the Performance of Distribution in Chain Stores: A Case Study of Shahrvand Chain Stores. Master Thesis, Tehran: University of Tehran, (In Persian).
- Ghasemi, A. R.(2013), Presenting H3SE Excellence Performance Model for Petrochemical Industry. PhD Thesis, Tehran: University of Tehran, (In Persian).
- Ghasemi, A. R., & Asghari Zadeh, E.(2013), The Evaluation of the Causal Relations among the Indicators of the H3SE Excellence Model in the Petrochemical Industry. *Industrial Management Studies Journal*, 12(34), 107-132, (In Persian).
- Goldberger, A., & Duncan, S.(1973), *Structural Equation Models in The Social Science*. New York: Seminar Press.
- Hari, S., Akbari, H., Kargherashi, M., & Nouri-almouti, S.(2009), The Study of the Benefits and Achievements the Application of the EFQM Excellence Model in Universities and Institutes of Higher

- Education. Quarterly Journal of Basrit, 16 (44), 97- 124, (In Persian).
- Hayati, M. A.(2010),Theories of Quality in Management and Its Application in Educational System. Available at: <http://www.hayati314.blogfa.com/>, (In Persian).
- Hoyle, R. H.(2004), Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications. SAGE Publication.
- Ioncica, M., Negoita, I. M., Petrescu, E. C., & Ioncica, D. (2009), Using the European Model of Total Quality Management to assess the Performance of Organizations, Case Study on Educational Services. Amfiteatru Economic, 11(26), 402 - 411.
- Jankal, R., & Jankalova, M.(2016), The Application of the Efqm Excellence Model by the Evaluation of Corporate Social Responsibility Activities of Companies. Procedia Economics and Finance, 15(39), 660-667.
- Lawson-Body, A., & Limayem, M.(2004), The Impact of Customer Relationship Management on Customer Loyalty: The Moderating Role of Web Site Characteristics. Journal of Computer-Mediated Communication, 9(4).
- Liu, Y. L., & Ko, P.F.(2017), A Modified EFQM Excellence Model for Effective Evaluation in the Hotel Industry. Total Quality Management & Business Excellence, 2(5), 1-14.
- Majidbi Mikaeeli, T., Iman, N., & Arab, V. (2012), The Evaluation of Educational System in Mazandaran Province Based on EFQM Model. Management Quarterly, 9, 103-112, (In Persian).
- Maleki, M. R., & Izadi, A. R. (2010), The Status of Enabling Strategies in Tehran Hospitals Based on Organizational Excellence Model. Payesh Quarterly, 9(2), 131-136, (In Persian).

- Maleki, M. R., Nasrollah Poursourani, D., Motlagh, M. E., Tafiqi, S., Kabir, M. J., & Jafari, N. (2011), The Necessity of Revising Common Methods of Performance Evaluation in Medical Sciences Universities based on Organizational Excellence Models. *Hakim Journal*, 14(1), 50-56, (In Persian).
- Marques, A. I., Rosa, M. J., Soares, P., Santos, R., Mota, J. & Carvalho, J.(2011), Evaluation of Physical Activity Programmes for Elderly People-a Descriptive Study Using the EFQM' Criteria. *BMC Public Health*, 11(123), 1-16.
- Mir Fakhredini, H., Farid, D., & Sayyadi Toranloo, H. (2009), Using EFQM Model to Analyze the Dimensions of Organizational Culture in Health Care Centers (Case Study: Yazd Hospitals). *Journal of Shaheed Sadoughi University*, 17(2), 163-175, (In Persian).
- Mohsenin, S. H., & Esfidani, M.(2014), Structural Equations According to Least Squares Approach with the Help of Smart-PLS (Educational and Applied) Software. Tehran: Mehraban Publication, (In Persian).
- Najmi, M.(2008), EFQM Excellence Model: from Idea to Action. Tehran: Saramad Publication, (In Persian).
- Raisei Nafchi, A., & Ghasemi, A. R.(2017), The Evaluation of Causal Relationships among the Functional areas of Knowledge Management Project in Petrochemical Industry. *New Research on Khatam Management*, 1(1), 67-86, (In Persian).
- Rajabzade Qatari, A., Abbasi, H., Azar, A., & Taqavi, a.(2015), Developing Police Excellence Model Using AHP and DEMATEL Approaches. *Human Resource Management Research Journal*, 5(3), 91- 114, (In Persian).

- Rasooli, N., Ebrahimnezhad, S., & Seyed Ali Akbar, S.M.(2014), The Implementation of the EFQM Model with Fuzzy ANP and Fuzzy DEMATEL for the Hospital. Third National Conference on Accounting and Management, (In Persian).
- Rosa, M. J., & Amaral, A.(2007), A Self - Assessment of Higher Education Institutions from the Perspective of the EFQM Excellence Model, Quality Assurance in Higher Education, 20(12), 181- 207.
- Sadeh, E., & Arumugam, V.C.(2010), Interrelationships among EFQM Excellence Criteria in Iranian Industrial SMEs. European Journal of Economics, Finance and Administrative sciences, 19(1), 155-167.
- Sarmed, Z., Bazargan, A., & Hejazi, E.(2014), Research Methodologies in Behavioral Sciences. Tehran: Agah Publication, (In Persian).
- Senova, A., & Antosova, M.(2015), Business Performance Assessment and the EFQM Excellence Model 2010 (Case Study). Management, 20(1), 183-190.
- Seyed Naghavi, M. A., Vaezi, R., Ghorbani Zade, V., & AFkaneh, M. (2018), A Model of Human Resources Excellence for Iranian Governmental Organizations. Quarterly Journal of Public Organizations Management, 6(2), 11-26, (In Persian).
- Smyth, H. J., & Morris, P. W.(2007), An Epistemological Evaluation of Research into Projects and Their Management: Methodological Issues. International Journal of Project Management, 25(4), 423-436.
- Sumrit, D, & Anuntavoranich, P.(2013), Using DEMATEL Method to Analyze the Causal Relations on Technological Innovation

- Capability Evaluation Factors in Thai Technology-Based Firms. *International Transaction Journal of Engineering, Management, Applied Sciences & Technologies*, 4(2), 81-103.
- Tari, J. J.(2006), An EFQM Model Self-Assessment Exercise at a Spanish University. *Journal of Education Administration*, 44(2), 170-188.
- Uzunovic, E., Canizares, C., Huang, Z., Ni, Y., Shen, C., Wu, F., & Chen, S.(2000), Discussion of Application of Unified Power Flow Controller in Iinterconnected Power Systems-Modeling, Interface, Control Strategy, and Case Study [and reply]. *IEEE Transactions on Power Systems*, 15(4), 1461-1462.
- Vernero, S., Nabitiz, U., Bragonzi, G., Rebelli, A., & Molinari. R.(2007), A Two level EFQM Self -Assessment in an Italian Hospital. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 20(3), 215-231.
- Wei, W. W. & Yu, T. L.(2007), Developing Global Managers' Competencies Using the Fuzzy DEMATEL Method. *Expert System Application*, 32(2), 499-507

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 59 - 37

تاریخ دریافت: 95/02/20

تاریخ پذیرش: 96/11/18

بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری در صنایع تولیدی ایران

دکتر محمدرضا طیبی¹

آرزو واهبی²

وحید نورنژادونوش³

چکیده

شرکت‌های موفق به این موضوع پی برده‌اند که سرمایه‌گذاری بر روی سرمایه‌های فکری به‌منظور ایجاد محصولات و خدمات با ارزش ضروری است. علاوه بر این، در شرایطی که فضا برای جذب سرمایه‌های جدید، ناامن است، شرکت‌ها گزینه‌ای جز استفاده مطلوب از منابع موجود ندارند، لذا در این صورت بهره‌وری به عنوان استفاده کارآمد و موثر از منابع برای تولید تعریف می‌شود. اهمیت این تحقیق در برجسته‌سازی نقش سرمایه فکری در بهره‌وری صنایع مواد و محصولات شیمیایی می‌باشد. در این تحقیق ابتدا ارزش سرمایه فکری شرکت‌های سرمایه‌گذاری بر اساس روشی کاربردی و همچنین ارزش بهره‌وری بر اساس شاخص‌های بهره‌وری ارائه‌شده توسط سازمان بهره‌وری ملی ایران برای دوره زمانی 10 ساله از 1379 تا 1388 محاسبه و در مرحله بعد ارتباط بین سرمایه فکری و بهره‌وری شرکت‌های سرمایه‌گذاری فعال در بورس اوراق بهادار تهران صنعت مواد و محصولات شیمیایی به‌صورت مطالعه موردی ارزیابی شده است. روش آماری استفاده‌شده به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته⁴ می‌باشد. به‌طورکلی هدف این تحقیق، بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری شرکت‌ها می‌باشد. یافته مهم این مقاله حاکی از رابطه معنادار بین کارایی سرمایه انسانی و بهره‌وری نیروی کار است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، مدل ضریب ارزش‌افزوده فکری، بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری سرمایه.

1. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اقتصادی و اداری (نویسنده مسؤول): m.tabibi@umz.ac.ir

2. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره): arezoo.vahebi@gmail.com

3. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه مازندران: v.noornejad@gmail.com

مقدمه

امروزه محققان بر این عقیده‌اند که سرمایه فکری¹، اهرمی برای حفظ مزیت رقابتی و عملکرد بالا می‌باشد. افزایش رقابت جهانی موجب شده تا شرکت‌ها با سایر بنگاه‌های اقتصادی در سطح جهان به رقابت بپردازند. در این راستا سرمایه فکری به عامل بسیار مهمی برای سازمان‌ها تبدیل شده است، زیرا فعالیت‌های رقابتی آنها را افزایش می‌دهد (جويا و مالیروس²، 2010؛ اولی و همکاران، 1395: 75). از این‌رو شناخت، ارزش‌گذاری و مدیریت سرمایه فکری روز به روز از اهمیت بیشتری برای شرکت‌ها برخوردار می‌گردد. شرکت‌های موفق به این موضوع پی برده‌اند که سرمایه‌گذاری بر روی سرمایه فکری به‌منظور ایجاد محصولات و خدمات با ارزش ضروری است و اکثر مدیران موافق این عقیده هستند که سرمایه فکری مهم‌ترین محرک ارزش در سازمان می‌باشد (بونتیس و همکاران³، 2002).

بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بهره‌وری سازمان‌ها و عملکرد کسب و کار به مدیریت مؤثر سرمایه‌های فکری وابسته است (کاستا⁴، 2012). اویج⁵، سطوح بالای بهره‌وری را یکی از متغیرهای حیاتی برای رقابت موفقیت‌آمیز و بقا می‌داند (اویج و همکاران، 2012؛ هاشمی و همکاران، 1393: 795). مفهوم بهره‌وری⁶ نیز که امروزه بیش از یک قرن از طرح آن به‌صورت جدی می‌گذرد، به دلیل کاربردهای روزافزون آن در حال رشد و گسترش است. در این میان، اندازه‌گیری بهره‌وری روز به روز جایگاه ویژه‌ای در سازمان‌ها به خود اختصاص می‌دهد، زیرا بدون اندازه‌گیری آن نمی‌توان قضاوت درستی در خصوص عملکرد سازمان داشت و عملاً امکان کنترل سازمان‌ها میسر نخواهد شد. ارتقای سرمایه فکری می‌تواند تعداد نیروی کار مورد نیاز را با افزایش توانمندی‌های نیروهای موجود کاهش دهد. از سوی دیگر سرمایه فکری می‌تواند به کمک ارتقای تکنولوژی تولید، یادگیری، انطباق بیشتر محصول با نیاز

1. Intellectual Capital

2. Joia & Malheiros

3. Bontis & et al

4. Costa

5. Oeij

6. Productivity

مشتری و مواردی مانند آن، ارزش افزوده بیشتری برای شرکت فراهم سازد. بدین ترتیب به نظر می‌رسد با افزایش صورت کسر و کاهش مخرج آن بهره‌وری در کل افزایش می‌یابد. در این راستا این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا بین سرمایه فکری و بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد؟ همچنین یافته‌های این تحقیق به مدیریت بهتر سرمایه‌های فکری نیز کمک خواهد کرد. در ادامه این تحقیق به شرح مبانی نظری شامل سه بخش سرمایه فکری، بهره‌وری و پیشینه تحقیق پرداخته و سپس روش تحقیق، یافته‌ها و بحث و نتیجه‌گیری بیان می‌شوند.

سرمایه فکری: نظریه‌پردازان و پژوهشگران مختلف سعی کرده‌اند تا تعریفی عمومی از سرمایه فکری مطرح کنند، اما در زمینه تئوری تحقیق در تعریف و طبقه‌بندی سرمایه فکری اشتراک نظر عمومی وجود ندارد. شواهد بسیاری وجود دارد که محرک-های خلق ارزش در محیط‌های رقابتی مدرن به جای اتکا بر سرمایه مالی و فیزیکی، بر سرمایه فکری شرکت متکی است (پتی و همکاران¹، 2009؛ هاشمی و همکاران، 1393: 799). سرمایه فکری شامل عوامل ارزش آفرین یک سازمان است که در ترازنامه سنتی نشان داده نمی‌شوند، اما در سوددهی بلندمدت سازمان اهمیتی حیاتی دارند (آندرسون و بونتیس²، 2007؛ محمدی پیراسته و همکاران، 1391). این دانش سازمانی، وسیع و گسترده است که مخصوص و منحصر بفرد برای هر شرکتی بوده و به آن اجازه می‌دهد تا به طور پیوسته خود را با شرایط درحال تغییر انطباق دهد (زالی و همکاران، 1389) و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزایش سطح ارزش افزوده برای ذی‌نفعان کلیدی سازمان، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شود (شفیعا و همکاران³، 2009؛ ایزدی نیا و مباحثی، 1393: 24). به اعتقاد آلچین⁴ (2006) استدلال می‌کنند سرمایه فکری، دانش و تخصص بوده و با دارایی‌های نرم ارتباط دارد و با سرمایه فیزیکی سخت متفاوت است (هسو و وانگ⁵، 2010). طبقه‌بندی‌های فراوانی از جمله طبقه‌بندی ادوینسون⁶ و مالون¹ (1997)، طبقه‌بندی بونتیس (2000 و 1998)، طبقه‌بندی

1. Petty and et al

2. Andreou & Bontis

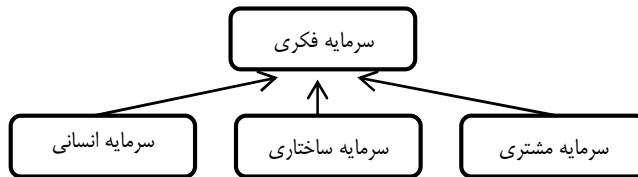
3. Shafia and et al

4. Alchian

5. Hsu & Wang

6. Edvinsson, L.

ایوستیس² و همکاران (1999)، طبقه‌بندی چن، ژو و ژیه³ (2004) و طبقه‌بندی کاپلان⁴ و نورتن⁵ (1992) در خصوص سرمایه فکری وجود دارد. بیشتر این طبقه‌بندی‌ها، سه جزو سرمایه انسانی⁶، سرمایه ساختاری⁷ و سرمایه مشتری⁸ را اجزای اصلی سرمایه فکری می‌دانند.



شکل 1- مفهوم سازی سرمایه فکری

از آنجایی که سرمایه فکری ماهیتی نامشهود دارد، اندازه‌گیری آن مشکل محسوب می‌شود. در این تحقیق از بین روش‌های مختلف اندازه‌گیری سرمایه فکری از روش ضریب ارزش‌افزوده فکری پالیک⁹ استفاده خواهد شد. پالیک از الگویی با عنوان «ضریب ارزش‌افزوده فکری» که از طریق آن عملکرد سرمایه فکری بانک‌های استرالیا در سال‌های 1993 تا 1995 و بانک‌های کرواسی در سال‌های 1996 تا 2000 را اندازه‌گیری نموده بود، استفاده کرده است. نتایج هر دو بررسی، تفاوت قابل ملاحظه‌ای را در رتبه‌بندی مؤسسات مالی بر اساس معیارهای حسابداری سنتی با حسابداری مبتنی بر کارایی نشان داد. با استفاده از همین الگو، ماوریدیس عملکرد بانک‌های ژاپنی را در سال 2000 مطالعه کرد. مطالعات او نیز تفاوت قابل ملاحظه‌ای را میان عملکرد سرمایه

1. Malone, M.

2. Eustace, C

3. Chen, Zhu & Xie

4. Kaplan, RS

5. Norton, DP

6. Human Capital

7. Structural Capital

8. Relational Capital

9. Pulic, A

فکری در میان گروه‌های مختلف بانک‌های ژاپنی نشان داد (پالیک، 2000: شمس و خلیلی، 1390: 53). به‌طور کلی تمرکز این مطالعه روی سه شاخص ضریب ارزش‌افزوده فکری پالیک یعنی، کارایی سرمایه انسانی¹، کارایی سرمایه ساختاری² و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده³ می‌باشد.

بهره‌وری: از سوی دیگر بهبود بهره‌وری در سطح سازمانی، عامل حیاتی موفقیت و اساس سودآوری تلقی می‌شود. بسیاری از کارکنان بهره‌وری خود را با استفاده از یادگیری مهارت‌های جدید در کار افزایش می‌دهند؛ حال آنکه کاربست دانش و تکمیل مهارت‌ها در دانشگاه یا به واسطه تجربه در مشاغل قبلی صورت می‌گیرد. در این معنا، سرمایه انسانی انباشته از طریق آموزش و تجربه و مهارت‌های عمومی کارکنان به عنوان پایه و اساس توسعه مهارت‌ها و افزایش توانایی‌های کارکنان از طریق آموزش در حین کار می‌باشند (مانالووا و همکاران⁴، 2016؛ پلویهارت و همکاران⁵، 2011). اقدام‌های مرتبط با بهره‌وری به دنبال کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت و در نتیجه افزایش درآمد سازمان است و به این ترتیب بهره‌وری، رابطه بین ستاده (مانند میزان محصولات یا خدمات) و داده‌هایی (مانند نیروی کار، مواد، انرژی و سرمایه) است که صرف تولید ستاده می‌شود. بر این مبنای بهره‌وری در سازمان‌های امروزی اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا این مقوله با کارایی، اثربخشی و کیفیت در ارتباط است و کاهش یا افزایش آن می‌تواند موجب اضافه شدن یا از دست دادن مشتریان و مخاطبان سازمان شود. بهره‌وری می‌تواند در رقابت روزافزون میان رقبا تعیین‌کننده باشد. به‌طور کلی می‌توان گفت معمولاً بهره‌وری، نسبت ستاده (بازده) به داده تعریف می‌شود و مفهومی اساسی است که استفاده کارآمد و اثربخش از منابع را دربر می‌گیرد (لانگویست و همکاران⁶، 2010).

سرمایه فکری و بهره‌وری: در زمینه تئوری پژوهش، درباره مفهوم، ماهیت، اجزای تشکیل دهنده، روش‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری و رابطه آن با عملکرد و بهره‌وری تحقیقات مختلفی انجام شده است. کوئن و کایمناکیس⁷ (2007) به مطالعه رابطه سرمایه

-
1. Human Capital Efficiency
 2. Structural Capital Efficiency
 3. Capital Employed Efficiency
 4. Manolova & et al
 5. Ployhart & et al
 6. Lonqvist & et al
 7. Cohen & Kaimenakis

فکری و عملکرد در شرکت‌های دانش‌محور با اندازه متوسط پرداختند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن بود که روابط متقابل طبقه‌های مختلف دارایی‌های فکری در شرکت‌های با اندازه متوسط از برخی جنبه‌ها با شرکت‌های بزرگ متفاوت است. هوانگ و هیوئه (2007)، رابطه سرمایه فکری و عملکرد در شرکت‌های مشاوره مهندسی تایوان را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که همبستگی مثبتی بین سه جز سرمایه فکری و عملکرد تجاری وجود دارد. در مطالعه‌ای دیگر وایسانس و همکاران¹ در سال 2007 به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر بهره‌وری و سوددهی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در یک دوره کوتاه‌مدت، سرمایه‌گذاری در سرمایه فکری تأثیر منفی بر بهره‌وری و سوددهی دارد. بونتِمپی و مایرس² (2014) در پژوهشی به بررسی حاشیه بهره‌وری تولید شده توسط هر یک از نامشهودها در شرکت‌های ایتالیایی پرداختند. آنها تأثیر دارایی‌های نامشهود ارائه شده در ترازنامه و تأثیر نامشهودهایی را که از دیدگاه هزینه اندازه‌گیری می‌شوند، بر روی بهره‌وری با هم مقایسه کردند. نتایج پژوهش آنها نشان داد از بین اجزای نامشهودها، بیشترین حاشیه بهره‌وری ناشی از سرمایه فکری، سرمایه مشتری و دارایی‌های نامشهود است (اولی و همکاران، 1395: 79). چان و جیم وو³ در سال 2007 رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری دانش در صنعت داروسازی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که رابطه قوی و مثبتی بین سرمایه فکری و بهره‌وری دانش وجود دارد. در پژوهش‌های داخلی نیز مدهوشی و اصغرنژاد (1388)، نمازی و ابراهیمی (1388) و مجتهدزاده و همکاران (1389) در تحقیقاتی، ارتباط بین ارزش سرمایه فکری و بازده مالی شرکت‌های صنایع مختلف را ارزیابی کردند.

بهره‌وری انواع مختلفی دارد از جمله بهره‌وری کلی، شاخص بهره‌وری کلی و بهره‌وری جزئی. بهره‌وری جزئی نسبت ستانده یا خروجی فقط به یک نوع ورودی است (سومانث و اینسپراک⁴، 1980). بهره‌وری جزئی بسته به نوع ورودی به بهره‌وری نیروی کار و بهره‌وری سرمایه تقسیم می‌شود (هانولا⁵، 2002). موضوع مقاله حاضر بهره‌وری جزئی است. به علت سادگی محاسبه و ارتباط زیاد بهره‌وری نیروی کار با بهره‌وری کل،

-
1. Vaisanen & et al
 2. Bontempi and Mairesse
 3. Chun & JimWu
 4. Sumanth & Einspruck
 5. Hannula

بهره‌وری نیروی کار متداول‌ترین ابزار اندازه‌گیری بهره‌وری است و در بسیاری از مطالعات مربوط به بهره‌وری «بهره‌وری نیروی کار» را به‌عنوان «بهره‌وری» به کار می‌برند. در این تحقیق جهت سنجش بهره‌وری از شاخص بهره‌وری نیروی کار و بهره‌وری سرمایه استفاده می‌شود. اطلاعات موردنیاز برای به‌دست آوردن این شاخص‌ها در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها قابل‌دسترسی می‌باشند.

همچنین ضریب ارزش‌افزوده فکری¹ توسط پالیک به‌عنوان ابزاری تحلیلی برای اندازه‌گیری عملکرد و بهره‌وری یک شرکت معرفی گردیده است (پالیک، 2000). مدل ضریب ارزش‌افزوده فکری پالیک توانایی آن را دارد که مجموع کارایی ارزش‌آفرینی در یک شرکت را اندازه‌گیری و نمایش دهد. اساس این روش بر این قرار است که اصولاً ارزش‌آفرینی در سازمان از دو منبع اساسی شامل منابع سرمایه‌های فیزیکی و منابع سرمایه‌های فکری سرچشمه می‌گیرد. اجرای این روش کاملاً ساده بوده، و داده‌های مورد نیاز برای به‌کارگیری آن به راحتی در صورت‌های مالی یافت می‌گردد (عالم‌تبریز و دیگران، 1388). برای محاسبه مقدار عددی ضریب ارزش‌افزوده فکری اولین گام محاسبه ارزش‌افزوده می‌باشد که به نحوه محاسبات مربوط در بخش روش تحقیق می‌پردازیم.

سرمایه ساختاری و بهره‌وری: همان‌طور که پیش‌تر بیان شد یکی از ابعاد سرمایه فکری، سرمایه ساختاری است. سرمایه ساختاری مجموع دارایی‌هایی است که توانایی خلاقیت سازمان را ممکن ساخته و بهبود می‌بخشد. مأموریت سازمان، چشم‌انداز، ارزش‌های اساسی، راهکارها، سیستم‌های کاری و فرایندهای درونی سازمان می‌تواند در زمره این نوع دارایی‌ها محسوب شود (بزابورا و بکسز²، 2007). سرمایه ساختاری فرایندها و رویه‌های سازمانی است که منطبق با سیستم تکنولوژی سازمان ایجاد شده و با سرعت بخشیدن به مسیرهای جریان اطلاعات در کل سازمان به کمک فرایندهای سازمانی خواهد آمد (هسو و وانگ³، 2010). چن⁴ و همکارانش (2004) معتقدند سرمایه ساختاری می‌تواند به کارکنان جهت تحقق عملکرد فکری بهینه و همچنین عملکرد

1. Value Added Intellectual Coefficient = VAIC

2. Bozbura & Beskese

3. Hsu & Wang, 2010

4. Chen

کسب و کار سازمان کمک کند. بنابراین به نظر می‌رسد سرمایه ساختاری و بهره‌وری در تعامل با یکدیگرند. از این‌رو می‌توان فرضیه اول تحقیق حاضر را بیان کرد:

فرضیه 1: کارایی سرمایه ساختاری با بهره‌وری رابطه معنی‌داری دارد.

1.1 کارایی سرمایه ساختاری با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.

1.2 کارایی سرمایه ساختاری با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد.

لذا می‌توان دو معادله زیر را عنوان کرد:

$SC = VA - HC$	معادله 1
$SCE = SC / VA$	معادله 2

که در آن سرمایه انسانی (HC) شرکت با تجمیع حقوق پرداختی به کارکنان محاسبه می‌شود و سرمایه ساختاری (SC) شرکت از طریق کسر سرمایه انسانی از ارزش‌افزوده (VA) بر اساس معادله (1) محاسبه می‌گردد و کارایی سرمایه ساختاری (SCE) با تقسیم سرمایه ساختاری بر ارزش‌افزوده مطابق معادله (2) به دست می‌آید.

سرمایه انسانی و بهره‌وری: بعد دوم سرمایه فکری، سرمایه انسانی است. سرمایه انسانی مجموعه‌ای از دانش، خرد، توانایی‌ها، مهارت‌ها، نوآوری‌ها و توانایی‌های کارکنان تلقی می‌شود (هسو و وانگ، 2010). سرمایه انسانی مجموعه‌ای از منابع و دارایی‌های نامشهود است که در اعضای سازمان جاسازی شده است. این منابع را می‌توان در سه نوع شایستگی (شامل مهارت‌ها و دانش فنی)، نگرش (انگیزش، کیفیت رهبری مدیریت ارشد) و چالاکی فکری (توانایی اعضای سازمان در تطبیق و باروری، نوآوری، کارآفرینی،...) طبقه‌بندی نمود (بونتیس و همکاران، 1999). این نوع دارایی دانش ضمنی در افراد سازمان است که یکی از عوامل حیاتی تأثیرگذار بر عملکرد هر سازمانی است. اما وجود این دارایی‌های دانش‌محور به‌تنهایی در تحقق عملکرد یک سازمان کافی نیست. هدف شرکت‌ها، تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح در تمامی سطوح سازمانی است. در غیر این صورت امکان خلق هیچ‌گونه ارزش سازمانی وجود نخواهد داشت (زبور، 2004). از این‌رو می‌توان فرضیه دوم تحقیق حاضر را بیان کرد:

فرضیه 2: کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری رابطه معنی‌داری دارد.

2.1 کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.

2.2 کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد. لذا با توجه به معادله (3)، کارایی سرمایه انسانی (HCE) از طریق تقسیم ارزش افزوده (VA) بر سرمایه انسانی (HC) به دست می‌آید و نمایانگر کارایی ارزش‌افزوده حاصل از منابع سرمایه انسانی به کار گرفته‌شده در شرکت می‌باشد.

$$\text{HCE} = \text{VA} / \text{HC} \quad \text{معادله 3}$$

کارایی سرمایه به کار گرفته شده و بهره‌وری: در ادامه با تکیه بر این اصل که اصولاً ارزش‌آفرینی در سازمان از دو منبع اساسی سرمایه‌های فیزیکی و سرمایه‌های فکری سرچشمه می‌گیرد، بعد سومی تحت عنوان سرمایه به کار گرفته‌شده (CE)¹ در نظر گرفته شده است. سرمایه به کار گرفته‌شده شامل حقوق صاحبان سهام، مجموع بدهی‌ها و سایر سرمایه‌های تبیین شده در اسناد مالی شرکت می‌باشند. به معنای دیگر سرمایه به کار گرفته‌شده ارزش‌داری‌هایی است که به توان ایجاد درآمد توسط شرکت در آینده کمک می‌کند. تعریف دیگر از سرمایه به کار گرفته‌شده مجموع دارایی‌های ثابت و سرمایه در گردش است. لذا می‌توان فرضیه سوم تحقیق حاضر را نیز اینگونه بیان کرد:

فرضیه 3: کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده با بهره‌وری رابطه معنی‌داری دارد.

3.1 کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.

3.2 کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد.

مطابق معادله شماره (4) کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده (CEE) از طریق تقسیم رقم مربوط به ارزش‌افزوده (VA) به سرمایه به کار گرفته‌شده (CE) به دست می‌آید و نمایانگر این است که چه میزان از ارزش‌افزوده شرکت از طریق سرمایه به کار گرفته‌شده به دست آمده است. همچنین مقدار CE از کسر رقم مربوط به دارایی‌های نامشهود از کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود (کوجانسو و لانگوئیست²، 2007).

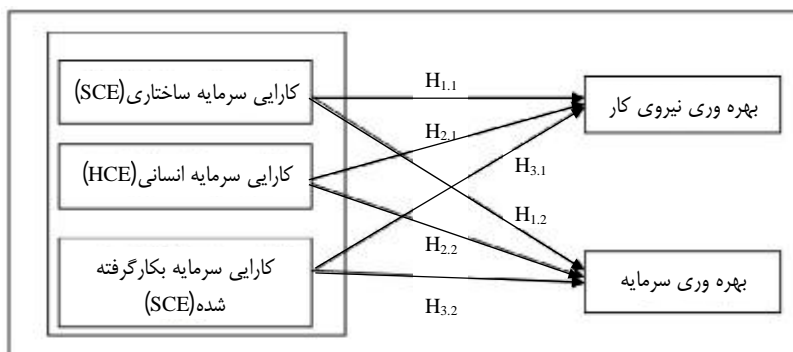
1. Capital Employed

2. Kujansivu & Lonnqvist

$$CEE = VA / CE$$

معادله 4

لذا باتوجه به توضیحات ارائه شده می‌توان مدل مفهومی ترکیبی تحقیق حاضر را به صورت شکل (2) ارائه کرد.



شکل شماره 2- مدل مفهومی تحقیق

همچنین در مطالعات مختلفی از جمله مطالعه رضا قاروئی آهنگر (2011)، فیبر و ویلیامز³ (2003)، شیو⁴ (2006)، کوجانسو و لانکوئیست⁵ (2007)، چان⁶ (2009)، قوش و موندال⁷ (2009)، کالیسر و همکاران⁸ (2010)، شراباتی و همکاران⁹ (2010) در تحقیقات مشابه شاخص بهره‌وری را به‌عنوان یکی از شاخص‌های سنتی عملکرد در نظر گرفتند.

ابزار و روش

این تحقیق از نوع توصیفی و از حیث هدف، تحقیقی کاربردی می‌باشد. هدف از این تحقیق ارائه روشی مناسب برای سنجش سرمایه‌های فکری شرکت‌ها و آزمون تجربی این روش‌ها در شرکت‌های صنعت مواد و محصولات شیمیایی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به این منظور ابتدا بر اساس روش پالیک، ارزش

3. Firer & Williams

4. Shiu

5. Kujansivu & Lonnqvist

6. Chan

7. Ghosh & Mondal

8. Calisir and etal

9. Sharabati, Jawad & Bontis

سرمایه‌های فکری هر یک از شرکت‌های سرمایه‌گذاری برای دوره زمانی 10 ساله از 1379 تا 1388 محاسبه گردیده سپس در مرحله بعد، فرضیه اصلی تحقیق که مدعی وجود رابطه معنادار بین ارزش سرمایه فکری شرکت‌ها و بهره‌وری آنها بوده است با استفاده از مدل حداقل مربعات تعمیم‌یافته¹⁰ مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. برای تحلیل‌های تجربی عموماً سه نوع داده سری‌های زمانی¹¹، مقطعی¹² و ترکیبی (پانل)¹³ قابل دسترسی است (دامودار، 1389) که با توجه به ماهیت این تحقیق که دو بعد زمان و مقطع را باهم در نظر گرفته است از حالت سوم یعنی پانل استفاده می‌شود.

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شرکت‌های سرمایه‌گذاری پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است حائز سه معیار زیر باشند، در این تحقیق انتخاب شده‌اند:

1. پایان سال مالی شرکت‌ها 29 اسفند باشد.
 2. اطلاعات کامل و یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی شرکت‌ها در دسترس باشد.
 3. این شرکت‌ها قبل از سال 1380 در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته‌شده باشند و از ابتدای سال 1380، سهام آنها در بورس مورد معامله قرار گیرد:
- شرکت‌های سرمایه‌گذاری منتخب شامل 55 شرکت بوده است که با در نظر گرفتن 10 سال مالی (10×55)، 550 داده که با حذف شرکت‌هایی با اطلاعات ناقص 498 و با اضافه کردن وقفه اول متغیر وابسته 437 داده در این تحقیق منظور شده است. داده‌های مورد نیاز پژوهش از طریق مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه حسابرسی‌شده سالانه شرکت‌های سرمایه‌گذاری مورد مطالعه گردآوری شده است. به عنوان نمونه اطلاعات موردنظر یکی از این شرکت‌ها در سال 1388 در جدول (1) ارائه شده است. ضریب ارزش افزوده فکری پالیک به‌عنوان ابزاری تحلیلی برای اندازه‌گیری عملکرد در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. ضریب ارزش افزوده فکری فرایندی تجزیه و تحلیلی است که برای استفاده مدیریت، سهامداران و سایر ذی‌نفعان در راستای کنترل و ارزیابی کارایی و ارزش افزوده سرمایه فکری طراحی شده است.

10. Generalized Least Square (GLS)

11. Time Series

12. Cross Section

13. Panel Data

جدول شماره 1- اطلاعات (نمونه یکی از شرکت ها) مورد نیاز استخراج شده از صورت های مالی - ترازنامه، سود و زیان

سال	سود عملیاتی	هزینه های نیروی انسانی	هزینه استهلاک	جمع دارایی ها	دارایی های ثابت مشهود	دارایی های نامشهود	تعداد کارکنان
1388	198,117,000,000	41,300,000,000	4,690,000,000	608,445,000,000	82,481,000,000	626,000,000	289

برای اجرای این مراحل محاسبه ارزش افزوده¹⁴ به صورت زیر است:

$$VA = P + C + D + A \quad \text{معادله 5}$$

$$P^{15} = \text{سود عملیاتی} \quad A^{16} = \text{استهلاک دارایی} \quad D^{17} = \text{استهلاک هزینه های کارکنان (حقوق و سایر هزینه های اجتماعی)} = C$$

یکی از مفاهیم جانبی مهمی که از ضریب ارزش افزوده فکری نام برده می شود کارایی سرمایه های فکری¹⁸ است که در ادامه از طریق معادله (6) محاسبه می شود. در نهایت ارزش مقداری ضریب ارزش افزوده فکری از حاصل جمع کارایی سرمایه های فکری و کارایی سرمایه به کار گرفته شده مطابق معادله (7) به دست می آید:

$$ICE = HCE + SCE \quad \text{معادله 6}$$

$$VAIC = ICE + CEE \quad \text{معادله 7}$$

14.VA

15.Oprating Profits

16.Amortization Of Assets

17.Depreciation

18.Intellectual Capital Efficiency = ICE

مدل‌های اندازه‌گیری بهره‌وری با توجه به نوع سازمان و سیاست‌های مختلفی که در سطح سازمانها مطرح‌اند، بسیار متنوع هستند (کندریک و کرامر¹⁹، 1965). به‌طور مثال یکی از شاخص‌های بهره‌وری، بهره‌وری نیروی کار²⁰ است که این شاخص از تقسیم ارزش‌افزوده بر تعداد نیروی کار حاصل می‌شود. بنابراین از آنجایی که روش‌های متعددی برای اندازه‌گیری بهره‌وری وجود دارد، در این تحقیق بهره‌وری به وسیله ارزش‌افزوده ایجادشده به ازای هر یک از کارکنان و بهره‌وری سرمایه اندازه‌گیری می‌شود. به‌طور قطع این روش بهترین روش نمی‌باشد اما به دلیل اینکه اطلاعات آن قابل دسترس هستند و نتایج آن را می‌توان با سایر شرکت‌ها مقایسه کرد، استفاده از آن در این تحقیق مناسب می‌باشد.

برای اندازه‌گیری بهره‌وری نیروی کار در سطح یک بخش از اقتصاد می‌توان از نسبت ارزش‌افزوده به تعداد مشاغلان استفاده کرد و بهره‌وری سرمایه²¹ نیز از تقسیم ارزش‌افزوده ایجادشده در یک واحد صنعتی در طول یک سال مالی، بر مجموع ارزش‌داری‌های ثابت در آن سال حاصل می‌شود (سازمان بهره‌وری ملی ایران، 1376)، که اطلاعات موردنیاز برای به‌دست آوردن این شاخص‌ها در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها قابل دسترسی می‌باشند (نمونه در جدول 1). در این تحقیق برای بررسی ارتباط بین متغیرها از نرم‌افزار اقتصادسنجی EViews نسخه 5 استفاده شده است.

یافته‌ها

به‌طور کلی فرضیات این تحقیق را به دو دسته می‌توان تقسیم کرد:

- الف) ابتدا به وجود رابطه معنادار بین سرمایه فکری (کارایی سرمایه انسانی، کارایی سرمایه ساختاری و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده) و بهره‌وری نیروی کار خواهیم پرداخت، که معادله رگرسیونی آنها به‌صورت معادله (8) خواهند بود:
- 1.1 کارایی سرمایه ساختاری با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.
 - 2.1 کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.
 - 3.1 کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده با بهره‌وری نیروی کار رابطه معنی‌داری دارد.

19.Kendrick & Creamer

20.Labor productivity

21.Capital productivity

$$LP_{it} = \alpha + \alpha_1 HCE_{it} + \alpha_2 SCE_{it} + \alpha_3 CEE_{it} + \partial t + yAR(1) + \epsilon_{it} \quad \text{معادله 8}$$

$$LP_{it} = 18.31 + 0.66 HCE_{it} + 0.09 SCE_{it} + 0.18 CEE_{it} + \partial t + yAR(1) + \epsilon_{it} \quad \text{معادله 9}$$

در این معادله متغیر وابسته LP_{it} (بهره‌وری نیروی کار) و متغیرهای مستقل HCE ، SCE و CEE (کارایی سرمایه انسانی، کارایی سرمایه ساختاری و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده) می‌باشند.

جدول شماره 2: برآورد معادله 8

مقدار احتمال	خطای استاندارد	آماره t	ضریب	متغیر
0.0000	0.52	34.69	18.31	عرض از مبدا
0.0000	0.046	14.32	0.66	HCE
0.2046	0.074	1.27	0.09	SCE
0.0012	0.056	3.26	0.18	CEE
0.0007	0.035	3.42	0.123	متغیر روند
0.0000	0.019	45.02	0.89	AR(1)
			0.99	R ²
			2.45	دوربین واتسون

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، با توجه به جدول (2)، نتایج مدل مذکور نشان می‌دهد که فرضیات تحقیق مبنی بر وجود رابطه بین بهره‌وری نیروی کار و کارایی سرمایه انسانی و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده (فرضیات 2.1 و 3.1) به لحاظ آماری تأیید می‌شود. در سطح معناداری 1% فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنادار بین بهره‌وری نیروی کار و کارایی سرمایه ساختاری (فرضیه 1.1) رد می‌شود. ثانیاً چون کارایی سرمایه انسانی دارای بیشترین ضریب (0.66) در این معادله رگرسیونی می‌باشد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه انسانی از سایر اجزای سرمایه فکری بیشترین تأثیر را روی بهره‌وری نیروی کار دارد. اما مقدار آماره دوربین واتسون از وجود خود همبستگی میان جزء اخلاص مدل در دوره‌های متوالی حکایت دارد. برای رفع این مشکل

وقفه اول متغیر وابسته AR(1) را به‌عنوان متغیر توضیحی به مدل اضافه کردیم که در این تحقیق به گزارش نتایج پس از اضافه کردن وقفه اول متغیر وابسته بسنده کرده‌ایم. ب) به بررسی وجود رابطه معنادار بین سرمایه فکری (کارایی سرمایه انسانی، کارایی سرمایه ساختاری و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده) و بهره‌وری سرمایه خواهیم پرداخت. که معادله رگرسیونی آنها به‌صورت معادله (10) خواهند بود:

1.2 کارایی سرمایه ساختاری با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد.

2.2 کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد.

3.2 کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده با بهره‌وری سرمایه رابطه معنی‌داری دارد.

$$CP_{it} = \alpha + \alpha_1 HCE_{it} + \alpha_2 SCE_{it} + \alpha_3 CEE_{it} + \partial t + yAR(1) + \epsilon_{it} \quad \text{معادله 10}$$

$$CP_{it} = 0,50 + 0,25HCE_{it} + 0,13SCE_{it} + 0,54CEE_{it} + \partial t + yAR(1) + \epsilon_{it} \quad \text{معادله 11}$$

در این معادله متغیر وابسته CP_{it} (بهره‌وری سرمایه) و متغیرهای مستقل HCE، SCE و CEE (کارایی سرمایه انسانی، کارایی سرمایه ساختاری و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده) می‌باشند.

جدول شماره 3: برآورد معادله 10

مقدار احتمال	خطای استاندارد	آماره t	ضریب	متغیر
-0.3230	0.50	-0.98	-0.50	عرض از مبدا
0.0000	0.057	4.51	0.25	HCE
0.0281	0.061	2.20	0.13	SCE
0.0040	0.076	7.14	0.54	CEE
0.0007	0.035	2.89	0.103	متغیر روند
0.0000	0.014	61.34	0.89	AR(1)
			0.88	R ²
			2.15	دوربین واتسون

همان‌طور که ملاحظه می‌کنید، با توجه به جدول (3)، نتایج مدل مذکور نشان می‌دهد که فرضیات تحقیق مبنی بر وجود رابطه بین بهره‌وری سرمایه و کارایی سرمایه

انسانی و کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده (فرضیات 2.2 و 3.2) در سطح معناداری 1% و کارایی سرمایه ساختاری (فرضیه 1.2) در سطح معناداری 5% به لحاظ آماری تایید می‌شود. ثانیاً از آنجا که کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده دارای بیشترین ضریب (0.54) در این معادله رگرسیونی می‌باشد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده از سایر اجزای سرمایه فکری بیشترین تأثیر را روی بهره‌وری سرمایه دارد. مقدار آماره دوربین واتسون (2.15) نشان می‌دهد که مشکل خودهمبستگی مدل مذکور به‌طور کامل برطرف شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

قاروئی آهنگر (2011) در تحقیق خود در رابطه با بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد مالی، یکی از شاخص‌های مالی را بهره‌وری نیروی کار در نظر گرفته است که از تقسیم فروش خالص دوره مالی به تعداد کارکنان محاسبه می‌شود. در این تحقیق به‌طور مشابه با تحقیق حاضر میان کارایی سرمایه انسانی و بهره‌وری نیروی کار رابطه معنادار مثبتی مشاهده شده است. فیبر و ویلیامز (2003) در تحقیقی مشابه، شاخص بهره‌وری ATO را به‌عنوان یکی از معیارهای سنتی عملکرد در نظر گرفتند. نتایج این تحقیق برخلاف تحقیق حاضر نشان‌دهنده وجود رابطه معنادار منفی میان کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده و کارایی سرمایه انسانی با شاخص بهره‌وری می‌باشد و مشابه تحقیق حاضر رابطه معناداری میان کارایی سرمایه ساختاری و بهره‌وری را نشان نمی‌دهد. چن و همکاران²² (2005) در تحقیقی در زمینه بررسی تجربی ارتباط بین سرمایه فکری و ارزش بازاری شرکت و عملکرد مالی، بهره‌وری نیروی کار را به‌عنوان یکی از شاخص‌های مالی در نظر گرفتند که این شاخص از تقسیم درآمد قبل از مالیات به تعداد کارکنان محاسبه شده است. نتایج به‌طور مشابه حاکی از وجود رابطه معنادار مثبت میان کارایی سرمایه به کار گرفته‌شده و کارایی سرمایه انسانی با بهره‌وری و عدم رابطه معنادار میان کارایی سرمایه ساختاری و بهره‌وری می‌باشد.

همچنین کوجانسیوو و لانکویست (2007) در تحقیقی با این فرض که سرمایه‌گذاری روی سرمایه فکری ابتدا منجر به افزایش ارزش سرمایه فکری و کارایی استفاده از سرمایه فکری و سپس افزایش بهره‌وری و درنهایت بهبود سودآوری می‌شود،

شاخص بهره‌وری را مشابه تحقیق حاضر به صورت نسبت ارزش افزوده به تعداد کارکنان در نظر گرفته‌اند. در رابطه با بهره‌وری در این مطالعه تنها به بررسی ارتباط بهره‌وری با ارزش سرمایه فکری، کارایی سرمایه فکری و ضریب ارزش افزوده فکری پرداخته شده است که نتایج حاکی از وجود همبستگی بین بهره‌وری با این سه معیار می‌باشد. بهره‌وری ارتباط خطی بسیار محکمی با کارایی سرمایه فکری دارد ولی با ارزش سرمایه فکری و ضریب ارزش افزوده فکری ارتباط ناچیزی دارد. ویسانن و همکاران²³ (2007) در تحقیقی شاخص بهره‌وری را مشابه تحقیق حاضر به صورت نسبت ارزش افزوده به تعداد کارکنان در نظر گرفته‌اند. بر اساس نتایج رگرسیون هیچ کدام از متغیرهای مستقل سرمایه‌گذاری روی سودآوری شرکت تأثیر مستقیم نداشته‌اند و در مقابل هر دو روی بهره‌وری تأثیر منفی داشته‌اند و البته این تأثیر منفی به مرور زمان در حال کاهش بوده است و نشان می‌دهد که هزینه‌های سرمایه‌گذاری به سود آینده در بهره‌وری قابل تبدیل است. برخلاف بهره‌وری نیروی انسانی که بسیار مورد توجه تحلیلگران بوده و از جهات مختلف مورد بررسی قرار گرفته است، به بهره‌وری سرمایه توجه کمتری شده است.

به‌طور کلی در این مطالعه، برخلاف مطالعات مشابه پیشین شاخص بهره‌وری سرمایه نیز به‌عنوان متغیر وابسته مورد مطالعه قرار گرفت. به علاوه انتخاب صنعت مواد و محصولات شیمیایی با توجه به اینکه این صنعت شامل دو گروه مواد شیمیایی و محصولات دارویی است در جهت افزایش تعداد داده‌ها و بهبود نتایج مؤثر واقع شد. یکی از محدودیت‌های این تحقیق عدم دسترسی به اطلاعات مالی دو سال (1390-1389) بود. همچنین تنها صنعت مواد و محصولات شیمیایی بررسی شد که بررسی سایر صنایع با استفاده از داده‌های اخیر و بررسی سایر شاخص‌ها (بهره‌وری مواد، بهره‌وری انرژی و...) نیز در صنایع مختلف برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود. همچنین در این تحقیق، جهت سنجش بهره‌وری از شاخص بهره‌وری نیروی کار و سرمایه استفاده شده است که می‌توان شاخص‌های دیگر را در تحقیقات بعدی مورد استفاده قرار داد. از طرف دیگر ارزش سرمایه‌های فکری شرکت‌های سرمایه‌گذاری در تحقیق حاضر برای دوره زمانی 10 ساله از 1379 تا 1388 می‌باشد، لذا می‌توان در تحقیقات آینده دوره‌های زمانی بیشتر و جدیدتری را نیز بررسی نمود.

References

- Ahangar, R. G. (2011), The Relationship between Intellectual Capital and Financial Performance: An Empirical Investigation in an Iranian Company. *African Journal of Business Management*, 5(1), 68-75.
- Bontis, N. (1998), Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N., Dragonetti, N., Jacobsen, K., & Roos, G. (1999), The KnowledgeToolbox: A Review of the Tools Available to Measure and Manage Intangible Resources. *European Management Journal*, 17(4), 391-402.
- Bontis, N., Crossan, M. M., & Hulland, J. (2002), Managing an Organizational Learning System by Aligning Stocks and Flows. *Journal of Management Studies*, 39(4), 437-469.
- Bozbura, F. (2004), Measurement and Application of Intellectual Capital in Turkey. *The Learning Organization*, 11(4/5), 357-367.
- Bozbura, F. T., & Beskese, A. (2007), Prioritization of Organizational Capital Measurement Indicators Using Fuzzy AHP. *International Journal of Approximate Reasoning*, 44(2), 124-147.
- Calisir, F., Gumussoy, C. A., Bayraktaroglu, A. E., & Deniz, E. (2010), Intellectual Capital in the Quoted Turkish ITC Sector. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), 538-554.
- Chan, K. H. (2009), Impact of Intellectual Capital on Organisational Performance: an Empirical Study of Companies in the Hang Seng Index (Part 1). *The Learning Organization*, 16(1), 4-21.

- Chen, J., Zhu, Z., & Xie, H. (2004), Measuring Intellectual Capital: A New Model and Empirical Study. *Journal of Intellectual Capital*, 5(1), 195-212.
- Chen, M. C., Cheng, S. J., & Hwang, Y. (2005), An Empirical Investigation of the Relationship between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176.
- Chun Huang, Y., & Chun Jim Wu, Y. (2007), Intellectual Capital and Knowledge Productivity: The Taiwan Biotech Industry. *International Journal of Management Decision*, 48(4), 580-599.
- Cohen, S., & Kaimenakis, K. (2007), Intellectual Capital and Corporate Performance in Knowledge-Intensive SMSs. *The Learning Organization*, 3, 241-262.
- Costa, R. (2012), Assessing Intellectual Capital Efficiency and Productivity: An Application to the Italian Yacht Manufacturing Sector. *Expert Systems with Applications*, 39, 7255-7261.
- Damodar, G. (2010), *Basics of Econometrics*. Tehran: University of Tehran Press (UTP), (In Persian).
- Firer, S., & Williams, S. M. (2003), Intellectual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3), 348-360.
- Ghosh, S., & Mondal, A. (2009), Indian Software and Pharmaceutical Sector IC and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), 369-388.
- Hashemi, M., Abasi, T., Aramineh, A., & Bakhtiari, M. (2014), Explaining the Relationship between Intellectual Capital and Human Resource Productivity with Emphasis on Organizational

- Learning. Quarterly Journal Public Administration, 6(4). 791-817, (In Persian).
- Hannula, M. (2002), Total Productivity Measurement based on Partial Productivity Ratios. International Journal of Production Economics, 78(1), 57-67.
- Hsu, L., & Wang, H. (2010), Clarifying the Effect of Intellectual Capital on Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. British Journal of Management, 23(2), 179-205.
- Izadinia, N., & Mobasheri, M. (2015), Determining Correlation of Intellectual Capital Resources and their Impact on the Value of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. Quarterly Financial Accounting, 6(24), 22-40, (In Persian).
- Joia, L. A., & Malheiros, R. (2010), Evidências Empíricas Da Influência De Alianças Estratégicas No Capital Intellectual De Empresas. Revista de Administração e Contabilidade de Unisinos, 7(2), 162-177.
- Kendrick, J. W., & Creamer, D. B. (1965), Measuring Company Productivity: Handbook with Case Studies.
- Kujansivu, P., & Lonnqvist, A. (2007), Investigating the Value and Efficiency of Intellectual Capital. Journal of Intellectual Capital, 8(2), 272-287.
- Lönnqvist, A., Jääskeläinen, A., & Käpylä, J. (2010), Identifying Future Challenges for Productivity Research: Evidence from Finland. Productivity and Performance Management, 59(7), 607-623.
- Mojtahadzadeh, V., Alavi Tabari, S. H., & Mehdizadeh, M. (2010), The Relation of Intellectual Capital (Human, Customer and Structural) and the Performance of the Insurance Industry (From

- the Perspective of Managers). The Iranian Accounting and Auditing Review, 17(60), 109-119, (In Persian).
- Madhoushi, M., & Asgharnejad, M. (2009), Measuring Intellectual Capital and Investigate the Association between the Intellectual Capital and Financial Returns of Companies. The Iranian Accounting and Auditing Review, 17(57), 101-116, (In Persian).
- Mohammadi Pirasteh, S. M. B., Jalilian, H., & Mirzaee, H. (2012), The Relationship between Intellectual Capital and Productivity in the Banking Industry (Case Study: Lorestan Province Banks). Quarterly Money And Economy, (7), 203-234, (In Persian).
- Manolova, T. S., Onkelinx, J. E., & Linda, F. (2016), The Human Factor: Investments in Employee Human Capital, Productivity, and SME Internationalization. Journal of International Management, 22(4), 351-364.
- National Iranian Productivity Organization. (1997), Guidance on Measuring and Analyzing Productivity in Industrial Units. Yazd: Basir Publisher, (In Persian).
- Namazi, M., & Ebrahimi, Sh. (2009), Investigating the Impact of Intellectual Capital on Current and Future Financial Performance of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. Accounting Research, 4, 1-22, (In Persian).
- Ola, M., Hajizadeh, H., & Saeedi, M. (2016), The Relationship between Intellectual Capital and Productivity in Pharmaceutical Companies. Financial Accounting and Auditing Research. 8(31), 73-91, (In Persian).
- Pulic, A. (2000), VAIC™—an Accounting Tool for IC Management. International Journal of Technology Management, 20(5), 702-714.

- Petty, R. M., Cuganesan, S., Finch, N., & Ford, G. (2009), Intellectual Capital and Valuation: Challenges in the voluntary Disclosure of Value Drivers. *Finance and Accountancy*, 1(1), 1-7.
- Roos, G., & Roos, J. (1997), Measuring Your Company's Intellectual Performance. *Long Range Planning*, 30(3), 413-426.
- Shams, Sh., & Khalili, M. (2011), Investigating the Relationship between Intellectual Capital And Financial Performance of Companies Accepted In Tehran Stock Exchange. *Journal of Financial Management and Accounting Perspective*. (1), 51-65, (In Persian).
- Shafia, M., Sohrabi, B., Raeesi Vanani, I., & Faghieh Mirzaii, S. (2009), A Model to Evaluation Components of Intellectual Capital. *International Conference on Intellectual Capital Management, Zanjan Science and Technology Park-Indtitute for Advance Studies in Basic Science*, (In Persian).
- Sharabati, A. A. A., Jawad, S. N., & Bontis, N. (2010), Intellectual Capital and Business Performance in the Pharmaceutical Sector of Jordan. *Management Decision*, 48(1), 105-131.
- Shiu, H. (2006), Application of the VAIC Method to Measures of Corporate Performance: A Quantile Regression Approach. *Journal of American Academy of Business*, 8(2), 156-160.
- Sumanth, D., & Einspruck, N. (1980), Productivity Awareness in the US: A Survey of Some Major Corporations. *Industrial Engineering*, 12(10), 84-90.
- Vaisanen, J., Kujansivu, P., & Lonnqvist, A. (2007), Effects of Intellectual Capital Investments on Productivity and Profitability. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 4(4), 377-391.

Zali, M., Madhoushi, M., & Mehdivand, M. M. (2010), Strategic Role of Intellectual Capital and Its Impact on Organizational Performance in Nano Business. Tehran, the 5th International Conference on Strategic Management, (In Persian).

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 86 - 61

تاریخ دریافت: 95/11/12

تاریخ پذیرش: 97/03/24

اثر سرمایه‌های نامحسوس (اجتماعی، انسانی و سازمانی) بر بهره‌وری دانش (مطالعه موردی: شرکت های تابعه هولدینگ دارویی تأمین)

دکتر رضا سپهوند¹

دکتر محسن عارف نژاد²

چکیده

با پیچیده شدن رقابت در عرصه کسب و کار به‌ویژه در صنایع و سازمان‌های دانش‌بنیان دارویی، نقش سرمایه‌های نامحسوس بیش از هر زمان دیگری پررنگ شده است. در واقع هر چه بر شدت رقابت افزوده می‌گردد، اهمیت سرمایه‌های نامحسوس بیشتر شده، از میزان اهمیت سرمایه‌های فیزیکی و ثابت کاسته می‌شود. هدف این پژوهش بررسی اثر سرمایه‌های انسانی، سازمانی و اجتماعی بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران است. جامعه آماری این پژوهش صنعت دارویی کشور و نمونه آماری شرکت های زیرمجموعه هولدینگ دارویی تأمین (TPICO) می‌باشد. برای گردآوری داده‌های این پژوهش از پرسش نامه سرمایه انسانی (سوپرمینین و یوندت، 2005)، پرسش نامه سرمایه سازمانی (داونپورت و پراساک، 1998)، پرسش نامه سرمایه اجتماعی (بورت، 1992) و پرسش نامه بهره‌وری دانش (گوپتا و گویندراجان، 2000) استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده اثرات مثبت و معنی‌دار ابعاد سه‌گانه سرمایه‌های نامحسوس بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران است.

واژه های کلیدی: سرمایه نامحسوس، سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی، سرمایه اجتماعی، بهره‌وری دانش

1. دانشیار گروه مدیریت دانشگاه لرستان، ایران sepahvand.re@lu.ac.ir
2. استادیار گروه مدیریت دانشگاه لرستان، ایران (نویسنده مسؤول) arefnezhad.m@lu.ac.ir

مقدمه

جهان معاصر به سرعت در حال گذر از اقتصاد مبتنی بر تولید به اقتصاد مبتنی بر دانش است (پائول و اسنلمن¹، 2004). دراکر (1999) اعتقاد دارد که مهم‌ترین نیاز مدیریت در قرن 21، افزایش بهره‌وری کار و کارکنان دانشی بوده، چالش اساسی جوامع پس از سرمایه‌داری، بهره‌وری کار و کارکنان دانشی است. دیدگاه مبتنی بر دانش شرکت، منطق اساسی شرکت را به‌عنوان عاملی جهت ایجاد و به‌کارگیری دانش شناسایی می‌کند (نوناکا²، 1994)؛ بنابراین توانایی شرکت جهت ایجاد و بهره‌گیری از شکل‌های جدید دانش حائز اهمیت می‌باشد (آناند و همکاران³، 2007). بهره‌وری دانش⁴، از سازه و ساختاری فریبنده⁵ برخوردار می‌باشد. بعضی از محققان، دیدگاه اقتصاد کلان را جهت تفسیر بهره‌وری دانش به‌عنوان یک نتیجه تفسیر می‌نمایند (مچلاپ⁶، 1972) در حالی که دیگران دیدگاهی مدیریتی را جهت تفسیر بهره‌وری دانش به‌عنوان توانایی انسانی به کار می‌گیرند (دراکر⁷، 1993). در این تحقیق هر دو دیدگاه در رابطه با تعریف بهره‌وری دانش ادغام شده است (هریسون و کسلز⁸، 2004؛ استام⁹، 2007). دراکر (1999) بر این امر اشاره می‌نماید که بهره‌وری کارکنان دانشی به‌عنوان بزرگ‌ترین چالش مدیریتی قرن 21 بوده، در کشورهای پیشرفته نخستین الزام در جهت بقای آن‌ها می‌باشد. بهره‌وری دانش تا زمانی که پژوهشگران حوزه دانش به بررسی تئوریک آن نپرداختند، توجه زیادی را به خود معطوف نکرد (هریسون و کسلز، 2004؛ استام، 2007). علاوه بر این در مباحث علمی موجود، درباره اینکه چگونه دانش جدید ایجاد شده است، اطلاعات اندکی وجود دارد. همچنین اقدامات تجربی خاصی نیز در این زمینه صورت نپذیرفته است.

-
1. Powell and Snellman
 2. Nonaka
 3. Anand et al
 4. Knowledge productivity
 5. Tricky construct
 6. Machlup
 7. Drucker
 8. Harrison and Kessels
 9. Stam

به‌منظور کمک به سازمان‌ها جهت بهبود بهره‌وری دانش، دراگر 6 عامل اصلی را مورد تأکید قرار می‌دهد: وظیفه، استقلال، نوآوری مستمر، یادگیری مداوم، کیفیت و دارایی کارکنان. دراگر (1993) اشاره می‌نماید که مدیریت شرکت، مسؤول ایجاد دانش مولد بوده و دستیابی به این مهم مستلزم کاربرد سازمان‌دهی شده و سیستماتیک دانش می‌باشد. این امر مورد توجه است که سازمان‌ها رویکردهای متفاوتی را جهت گردآوری و استفاده از دانش خود اتخاذ می‌نمایند، این رویکردها در قالب ابعاد متفاوتی از سرمایه نامحسوس¹ همچون سرمایه اجتماعی، انسانی و سازمانی² ارائه می‌گردند (داونپورت و پراساک³، 1998؛ ناهاپیت و غاشال⁴، 1998). این که قابلیت هر سازمانی جهت نوآوری وابسته به سرمایه نامحسوس خود می‌باشد، مورد اجماع و پذیرش قرار گرفته است (سوبرمینین و یوندت⁵، 2005). شرکت‌های دارویی ایران هم در بحث کشف و هم بهره‌برداری و تجاری‌سازی داروهای جدید به سرمایه‌های نامحسوس خود متکی هستند و دارایی‌های فیزیکی و مادی آن‌ها از درجه دوم اهمیت برخوردار است. در واقع آنچه ارزش بازاری یک شرکت دارویی را تعیین می‌کند، سرمایه‌های انسانی و اجتماعی آن است. علاوه بر آن شرکت‌هایی که استراتژی تمایز را در پیش گرفته و بیش از رقبا بر نوآوری در حوزه دارویی تأکید می‌کنند از سرمایه‌های نامحسوس برتری بهره می‌گیرند. بررسی‌های گذشته نشان داد که سرمایه نامحسوس ارتباط مثبت و معناداری با عملکرد سازمانی دارد (بنیتس و همکاران⁶، 2000). اخیراً تحقیقات گسترده‌ای که متمرکز بر ارتباط بین سرمایه نامحسوس، نوآوری و رقابت‌پذیری باشد، انجام گرفته است (تسانگ و گو⁷، 2005). از طرف دیگر، ارتباط بین نوآوری و مدیریت دانش یا سرمایه نامحسوس نیز مورد مطالعه قرار گرفته است (لیو و همکاران⁸، 2005). در این زمینه، ابعاد سرمایه

-
1. Intangible capital
 2. human, organizational and social capital
 3. Davenport and Prusak
 4. Nahapiet and Ghoshal
 5. Subramaniam and Youndt
 6. Bontis et al
 7. Tseng and Goo
 8. Liu et al

نامحسوس عبارت‌اند از فعالیت‌های مکمل، متقابل و قابل‌تبدیل؛ و این بدین معناست که بهره‌وری منابع ممکن است از طریق سرمایه‌گذاری در منابع دیگر بهبود یابد.

محققان زیادی به بررسی ارتباط بین سرمایه نامحسوس، نوآوری و رقابت‌پذیری پرداخته‌اند، اما مطالعات چندانی در مورد ارتباط بین سرمایه نامحسوس و بهره‌وری دانش در صنایع دارویی صورت نگرفته است. با اینکه شرکت‌های تابعه هولدرینگ دارویی تأمین هم در کشف و هم در بهره‌برداری و تجاری‌سازی دارو در بین شرکت‌های فعال در حوزه دارویی سرآمد بوده و در همه حوزه‌ها به بهره‌وری توجه می‌نماید، اما در زمینه بهره‌وری دانش و تأثیر سرمایه‌های نامحسوس بر آن پژوهش‌های قابل‌اعتنایی صورت نپذیرفته است، از این‌رو هدف این تحقیق بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه نامحسوس (انسانی، اجتماعی و سازمانی) بر بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی ایران می‌باشد.

بهره‌وری دانش: استم¹ (2007)، بهره‌وری دانش را به‌عنوان سازه‌ای گریزان² مطرح می‌نماید. دو دیدگاه تفسیری متفاوت در این زمینه وجود دارد. از یک طرف، بهره‌وری کلی به معنای مقدار ستاده نسبت به داده (کار، تجهیزات، سرمایه) است، درحالی‌که مفهوم بهره‌وری دانش غالباً اشاره به توانایی انسان دارد (دراکر، 1999). در واقع بهره‌وری کلی بر سرمایه‌های محسوس و بهره‌وری دانش بر سرمایه‌های نامحسوس متمرکز است. در این میان بهره‌وری دانش بسیار مهم‌تر از بهره‌ور کلی و عمومی بوده و نقش پیشران و لکوموتیو را در صنایع با فن‌آوری بالا و شرکت‌های دانشی بازی می‌کند. در واقع هرگونه بهره‌وری در بخش‌های مختلف اقتصاد پس از خلق بهره‌وری در حوزه دانش مربوط ایجاد می‌شود.

دیدگاه مچلاپ³: مچلاپ (1972) بر اهمیت دانش به‌عنوان محصول تأکید نمود. او در محاسبه تولید ناخالص ملی آمریکا پی برد که تولید دانش در سال 1985 توانسته است تقریباً 29 درصد از تولید ناخالص ملی تعدیل‌شده را شامل شود. علاوه بر این، صنعت مبتنی بر دانش نه تنها به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت قلمداد می‌شد بلکه همچنین نسبت به صنایع سنتی با رشد سریعی مواجه گردید. دیدگاه مچلاپ که مبتنی بر نظریه

1. Stam

2. Elusive construct

3. Machlup perspective

اقتصاد بود، بهره‌وری دانش را به‌عنوان یک نتیجه تفسیر نمود. این نتیجه‌گیری‌ها سبب شد که توجه به سمت ارتباط بین دانش، ایجاد ارزش و رشد اقتصادی معطوف گردد.

دیدگاه دراکر¹: در واحدهای اقتصادی کوچک از قبیل کسب‌وکارهای شخصی و صنایع کوچک‌مقیاس، بهره‌وری ایجاد و هدر می‌رود. به‌عبارت‌دیگر بهره‌وری با بهبود و یا تضعیف مواجه می‌گردد. در واقع در چنین شرکت‌هایی ممکن است بهره‌وری در حوزه کشف در وضعیت قابل قبولی باشد اما در حوزه بهره‌برداری و تجاری‌سازی در وضعیت مناسبی نباشد. دراکر در جوامع پس از سرمایه‌داری بر اهمیت ارائه تئوری جدید اقتصاد که دانش را به‌عنوان محور فرایند ایجاد ارزش مدنظر قرار می‌دهد، تأکید می‌نماید. در چالش‌های پیش روی مدیریت قرن 21، دراکر تئوری جدید اقتصاد را شرح داده و مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های مدیریت را جهت بهره‌وری کارکنان دانشی توصیف می‌نماید. دراکر اظهار می‌دارد که بهره‌وری دانش و کارکنان دانشی باید به‌عنوان نوعی مسؤولیت مدیریتی در نظر گرفته شود. او تأکید می‌کند که بهره‌وری کارکنان دانشی به‌عنوان بزرگ‌ترین چالش مدیریتی قرن 21 خواهد بود. دیدگاه دراکر بر پایه تئوری‌های مدیریتی قرار دارد و بهره‌وری دانش را به‌عنوان توانایی سازمانی تفسیر می‌کند که هدف آن بهبود فرآیند تولید مبتنی بر دانش در شرکت‌های مدرن است. بر اساس این درک، مزیت رقابتی کسب‌وکار بر پایه توانایی سازمان‌ها جهت ایجاد کارکنان دانشی مولدتر خواهد بود. زمانی که دراکر بهره‌وری کارکنان دانشی را عنوان نمود، هنوز اهمیت سازمان را مورد تأکید قرار می‌داد. وظیفه سازمان‌ها به‌کارگیری دانش در فعالیت‌هایشان از طریق ابزارها، فرآیندها و محصولات می‌باشد. دانش می‌بایست جهت ایجاد تغییرات و نوآوری مستمر سازمان‌دهی شود. توانایی جهت ایجاد موارد جدید می‌بایست در سازمان شکل گرفته شود. هر سازمانی باید سه اقدام نظام مند را برای افزایش بهره‌وری دانش انجام دهد. (1) فرآیند بهبود مستمر در مورد محصولات و خدمات. ژاپنی‌ها بهترین اصطلاح جهت به‌کارگیری این مفهوم را کایزن می‌نامند، واژه‌ای که به‌طور گسترده در تئوری مدیریت استاندارد به کار گرفته شده است. (2) بهره‌گیری مستمر از دانش موجود جهت توسعه محصولات، فرایندها و خدمات مختلف. (3) نوآوری عینی (حقیقی). این سه روش به‌کارگیری دانش جهت ایجاد تغییر در اقتصاد، نیازمند اجرا و ادغام به‌طور همزمان

آن‌ها می‌باشند (دراکر، 1993). بر اساس تحقیقات ذکرشده، در این تحقیق ما بهره‌وری دانش را به‌عنوان قابلیت در افراد، تیم‌ها و واحدها در سرتاسر سازمان به‌منظور دستیابی به بهبود و پیشرفت، بهره‌گیری از دانش و نوآوری‌ها در زمینه‌های کشف و تجاری‌سازی داروهای جدید تعریف می‌کنیم.

عوامل کلیدی بهره‌وری دانش: تئوری اقتصاد و همچنین بیشتر فعالیت‌های کسب و کار، کارکنان با مهارت دستی¹ (سنتی) را به‌عنوان نوعی هزینه در شرکت می‌دانند. برای مولد بودن شرکت‌ها، باید به کارکنان دانشی به‌عنوان دارایی‌های سرمایه‌ای توجه شود. دراکر (1999) شش عامل اصلی تعیین‌کننده بهره‌وری کارکنان دانشی هستند را به دنیای کسب‌وکار معرفی کرد. این شش عامل عبارت بودند از وظیفه، استقلال²، نوآوری مستمر، یادگیری و آموزش مداوم، کیفیت و در نظر گرفتن کارکنان دانشی به‌عنوان دارایی به‌جای هزینه. هاریسون و کسلز (2004) این بحث را مورد اشاره قرار دادند که جهت اینکه برنامه‌ریزی آموزشی شرکت اثربخشی بیشتری داشته باشد، می‌بایست محل کار روزانه به محیطی که یادگیری و کار بتوانند به‌طور اثربخشی با یکدیگر ادغام شوند، تغییر یابد. این کار چشم‌اندازی ایجاد می‌نماید که بر اساس آن کارکنان در یادگیری آنچه آن‌ها برای سازگاری و نوآور بودن نیاز دارند، ترغیب شوند. استم (2007) عواملی را که باعث ارتقای بهره‌وری دانش می‌شوند، پیشنهاد نمود. این عوامل شامل خبرگی در کسب موضوعات مهم، یادگیری جهت شناسایی و حل مشکلات، حفظ مهارت‌های ارتباطی، کسب مهارت جهت خودتنظیمی انگیزش و ایجاد تلاطم در محیط کار به‌منظور تحریک نوآوری می‌باشند.

بر اساس مباحث بالا، محققان عمدتاً عامل انسانی و رویکردهای ساختار سازمانی را در بهره‌وری دانش مؤثر می‌دانند. می‌دانیم که همه موارد ذکرشده در بالا بر این نکته تأکید می‌کنند که ایجاد دانش مولد به‌عنوان مسؤلیت مدیریتی قلمداد می‌گردد. تحقیقات نشان داده است که سازمان‌ها، رویکردهای مختلفی را جهت گردآوری و استفاده از دانش خود اتخاذ می‌کنند و اینکه این رویکردها خودشان را در قالب ابعاد متفاوتی از سرمایه نامحسوس همچون سرمایه‌های انسانی، سازمانی و اجتماعی ارائه

1. manual workers

2. autonomy

می‌کنند (داونپورت و پراساک، 1998). مفهوم سرمایه نامحسوس مبتنی بر این باور است که منابع اصلی جهت ایجاد مزیت رقابتی، منابعی هستند که از نظر ماهیت، نامحسوس¹ هستند (استوارت²، 1997؛ اسویی³، 1997). این امر تا حد زیادی پذیرفته شده است که قابلیت سازمانی جهت نوآر بودن به سرمایه نامحسوس آن سازمان وابسته می‌باشد (سوبرمینین و یوندت، 2005)؛ بنابراین این تحقیق تئوری سرمایه نامحسوس را معرفی می‌کند و تأثیر آن را بر بهره‌وری دانش در شرکت های دانش‌بنیان دارویی مورد بررسی قرار می‌دهد.

سرمایه نامحسوس و بهره‌وری دانش: سرمایه نامحسوس توجه زیادی را از طرف دانشگاهیان به خود معطوف نموده است. گالبریس⁴ (1996) اولین اقتصاددانی بود که مفهوم سرمایه نامحسوس را مطرح نموده و آن را به‌عنوان رفتاری توصیف کرد که مستلزم تمرین مغز می‌باشد، سرمایه نامحسوس به‌عنوان سرمایه ایستا و ساکن نمی‌باشد بلکه بیشتر به‌عنوان فعالیت‌های مرتبط با ایجاد سرمایه پویا مطرح گردیده است. بررسی و بازنگری مطالعات گذشته نشان می‌دهد که سرمایه نامحسوس به‌عنوان مجموعه‌ای از منابع نامحسوس می‌باشد (همچون منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها) که باعث تحریک عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش می‌گردد (مار و روئوس⁵، 2005). تحقیقات نشان می‌دهد که مزیت رقابتی به این موضوع بستگی دارد که یک شرکت چگونه دانش را ایجاد نموده، آن را به اشتراک گذارد و در نهایت مورد استفاده قرار می‌دهد. این تحقیق سرمایه نامحسوس را مجموعه‌ای از انواع دانش تعریف می‌کند که شرکت‌ها جهت ایجاد مزیت رقابتی⁶ مورد استفاده قرار می‌دهند (سیتارامان و همکاران⁷، 2004). در واقع سرمایه نامحسوس به‌عنوان مجموعه‌ای از اقسام دانش موجود که شرکت‌ها در خصوص ایجاد مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می‌دهند. به‌طور ویژه، تفسیری سیستماتیک از سرمایه

1.intangible

2.Stewart

3.Sveiby

4.Galbraith

5.Marr and Roos

6.competitive advantage

7.Seetharaman et al

نامحسوس به واسطه شناسایی سه مؤلفه اصلی اتخاذ شده است. این سه مؤلفه عبارت‌اند از: سرمایه‌سازمانی، انسانی و اجتماعی. تمام این ابعاد در پیشینه تحقیق مورد اشاره قرار گرفته است (یوندت و همکاران¹، 2004). بعلاوه پژوهش‌ها در حوزه مدیریت دانش نشان‌دهنده این است که سرمایه‌های نامحسوس در صنایع دانش بنیان همچون صنایع دارویی بسیار بیشتر از صنایع و کسب‌وکارها مورد توجه قرار می‌گیرند.

سرمایه انسانی: سرمایه انسانی به ویژگی‌های اصلی افراد مانند پیچیدگی شناختی و ظرفیت یادگیری، دانش ضمنی و صریح، مهارت‌ها و تخصص کسب‌شده ایشان در طی زمان اشاره دارد. در این راستا تئوری سرمایه انسانی بیان می‌کند که کارکنان انتخاب‌های عقلایی یا منطقی را نسبت به سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی خود ایجاد می‌کنند. این تئوری بحث می‌کند که افراد با ملاحظه اینکه آیا می‌خواهند وقت، تلاش و پول صرف سرمایه‌گذاری در تحصیلات، آموزش و تجربه نمایند یا خیر، اقدام به انتخابی منطقی می‌کنند. در واقع به‌نوعی، کارکنان، مزایا و معایب تصمیمات و سرمایه‌گذاری‌های خود را می‌سنجند؛ بر این اساس سرمایه انسانی به‌راحتی قابلیت جابجایی دارد زیرا کارکنان خود مالک آن هستند و در حقیقت به سازمان تعلق ندارد (حاجی کریمی و فرجیان، 1387).

کارکنان سرمایه فکری را از راه شایستگی، نگرش و زیرکی فکری خود خلق می‌کنند. شایستگی شامل مهارت‌ها و تحصیلات فرد می‌شود؛ نگرش به دیدگاه‌های تسهیل‌گر عملکرد کارکنان مربوط می‌شود و زیرکی فکری نیز فرد را برای تغییر رویه‌ها و تفکر در مورد راه‌حل‌های نوآورانه مسائل توانا می‌سازد. بروکینگ بر این باور است که سرمایه انسانی سازمان، مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسأله و سبک‌های رهبری را در بر می‌گیرد (اسماعیل‌پور و همکاران، 1393).

چن، ژو و زیبا² (2004) نیز سرمایه انسانی را مبنای سرمایه فکری می‌دانند که به عواملی مانند دانش، مهارت، قابلیت و نگرش کارکنان اشاره دارد و به بهبود عملکرد و افزایش سودآوری می‌انجامد. در جدول 1 شاخص‌های سرمایه انسانی ارائه شده است.

1. Youndt et al

2. Chen, Zhu and Xie

جدول شماره 1. شاخص‌های سرمایه انسانی

رهبری استراتژیک مدیریت، صفات کارکنان، توانایی یادگیری کارکنان، کارایی و آموزش کارکنان، توانایی کارکنان برای مشارکت در تصمیم‌گیری و مدیریت، آموزش کارکنان فنی و مدیریتی	شایستگی کارکنان
کسب هویت از ارزش‌های سازمانی، میزان رضایت، نرخ تک خدمت کارکنان، متوسط زندگی مفید کارکنان	نگرش کارکنان
توانایی خلاقیت کارکنان، درآمد حاصل از فکرهای خلاقانه کارکنان	خلاقیت کارکنان

سرمایه سازمانی: سرمایه سازمانی به‌عنوان دانش نهادینه‌شده و تجربیات مدون موجود در شرکت‌ها که از طریق پایگاه‌های داده¹، حق ثبت اختراعات²، دستورالعمل‌ها³، ساختارها، سیستم‌ها و فرایندها مورداستفاده قرار می‌گیرند، تعریف شده است (یوندت و همکاران، 2004). سرمایه سازمانی، زیر ساختارهای حمایت‌کننده از سرمایه انسانی در انجام وظایفش است و در تملک سازمان است. سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می‌شود که دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودار سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرآیندها، راهبردها، برنامه‌های اجرایی و به‌طورکلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش باشد (باواخانی، 1395). بر اساس نظر لو⁴ و همکاران (2009)، سرمایه سازمانی مهم‌ترین دارایی نامشهودی است که در ساختار سازمانی و شالوده‌های تکنولوژی مشارکت داده می‌شود تا از طریق استقرار دانش زمینه بهبود بخشیدن به کارایی عملیاتی شرکت را فراهم سازد. سرمایه سازمانی شامل توانایی‌ها و دانشی است که جهت ترکیب مهارت‌های انسانی و سرمایه فیزیکی مورد استفاده قرار می‌گیرد تا محصولات مطابقت با درخواست و نظر مشتری به بازار عرضه کند. ونیریس و همکاران⁵ (2015) معتقدند که در شرایط کاهش فروش، شرکت‌های که سرمایه سازمانی بالاتری دارند اقدام به استفاده نامطلوب‌تر از منابع می‌کنند، به اعتقاد آن‌ها دلایل وقوع این پدیده را می‌توان در وجود هزینه‌های تعدیل بیشتر و همچنین

- 1.databases
- 2.patents
- 3.manuals
- 4.Lu
- 5.Venieris

انتظارات خوش‌بینانه بیشتر مدیران درباره جذب هزینه‌های نامطلوب از طریق افزایش رشد آتی فروش، در این شرکت‌ها جستجو کرد. سابرامانیام و یوندت¹ (2005) پی بردند که سرمایه‌سازمانی، دانش غالب را در سازمان تقویت می‌نماید و قابلیت‌های نوآوری یک سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

سرمایه اجتماعی: امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبع با ارزش اشاره می‌کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (جندقی و همکاران، 1396). سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموع منابع بالقوه و بالفعل موجود در دسترس که از شبکه‌ای از روابط یک فرد یا واحد اجتماعی نشأت می‌گیرد؛ بنابراین سرمایه اجتماعی هم شامل شبکه و هم دارایی‌هایی که ممکن است از طریق شبکه مجهز شود، می‌باشد (حسینی سرخوش و اخوان، 1395).

سرمایه اجتماعی همچون شریانی است که اعتماد شبکه اجتماعی را به درون سازمان انتقال می‌دهد و از این رهگذر سبب تحقق اهداف سازمان و خلق مزیت رقابتی و بقای آن می‌شود (دانچو²، 2006). برای سرمایه اجتماعی سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی در نظر گرفته می‌شود. عوامل ساختاری سرمایه اجتماعی به وجود سیستم مطلوب کاری، تشکیل گروه‌های کاری و انتخاب مناسب افراد در امور مختلف اشاره دارد. عوامل رابطه‌ای مؤلفه‌های همچون همدلی، رازداری، صداقت، فروتنی در سازمان، بالا بودن آستانه تحمل در افراد و ارج نهادن به نیکوکاری را دربر می‌گیرد. عوامل شناختی سرمایه اجتماعی نیز دربرگیرنده توجه به اهداف سازمان، وجود فرهنگ‌سازمانی قوی و انتقال تجارب کار بین افراد است (شکرالهی و کریمی، 1395).

دارایی و همکاران (1396) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری بر فرایندهای مدیریت دانش متأثر از فرهنگ‌سازمانی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی استان مازندران) به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری بر فرایندهای مدیریت

1.Subramaniam and Youndt

2.Danchev

دانش (دانش‌آفرینی، جذب دانش، سازمان‌دهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش) تأثیر نسبتاً قوی و معناداری داشته است.

باواخانی (1395) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری بر مدیریت دانش در سازمان‌های دانش‌بنیان مطالعه موردی: سازمان انرژی اتمی ایران به این نتیجه رسید که سرمایه فکری می‌تواند در فرآیند خلق و تسهیم دانش موجود در یک سازمان دانش‌بنیان، بسیار تأثیرگذار باشد. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این امر بود که بین سرمایه فکری و ابعاد آن با مدیریت دانش رابطه مثبت معناداری وجود دارد بزرگزاده و کوچ‌باغی (1395) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر بهره‌وری منابع انسانی مورد مطالعه: بیمه آسیا به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری و مدیریت دانش بر بهره‌وری منابع انسانی تأثیرگذار است.

داداشی جوکندان و قانع کوشالشاهی (1394) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری و مؤلفه‌های آن بر بهره‌وری دانش مطالعه موردی: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان گیلان به این نتیجه رسیدند که بین دو بعد سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای با بهره‌وری ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد و این در صورتی است که شدت تأثیر بعد سرمایه ساختاری بر روی بهره‌وری دانش از شدت تأثیر بعد سرمایه رابطه‌ای بر بهره‌وری دانش بیشتر می‌باشد.

صالحی صدقیانی و همکاران (1393) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری سازمانی بر بهره‌وری دانش در سازمان‌های رسانه‌ای (مطالعه موردی: معاونت رسانه‌های مجازی سازمان صداوسیما) به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در سازمان‌های رسانه‌ای دارد.

حسن‌زاده ثمرین و همکاران (1393) تحقیقی با عنوان تبیین رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری دانش انجام دادند. نتایج تحقیق آن‌ها بیانگر این مطلب بود که بین سرمایه فکری و بهره‌وری دانش در میان اعضای نظام مهندسی استان گیلان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به علاوه بین ابعاد سرمایه فکری و بهره‌وری دانش در میان اعضای نظام مهندسی استان گیلان نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

گنجی نیا و حبیب زاده (1390) در تحقیقی با عنوان سرمایه فکری و بهره‌وری دانش نیروی کار به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری و ابعاد آن تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش نیروی کار دارند.

بشردوست (1389) در پایان‌نامه خود تحت عنوان بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بهره‌وری کارکنان دانشگاه پیام نور استان گیلان به این نتیجه رسید که بین سه بعد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه‌ی ساختاری، سرمایه رابطه‌ای) و درنهایت بین سرمایه فکری و بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد.

ناصر (2018) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد یازمان به این نتیجه رسید که سرمایه فکری و ابعاد آن تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد سازمان دارد.

اوبیدت و همکاران¹ (2017) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمان با نقش میانجی تسهیم دانش به این نتیجه رسیدند سرمایه فکری تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی و تسهیم دانش دارد، همچنین تسهیم دانش اثر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد.

پور مهدوی و پیرزاد (2017) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه‌های فکری بر تسهیم دانش به این نتیجه رسیدند که ابعاد سرمایه فکری که شامل سرمایه انسانی، سرمایه رابطه و سرمایه ساختاری می‌باشد بر تسهیم دانش تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. علیرضایی و پاک‌طینت (2017) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری با بهره‌وری کارکنان به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری با بهره‌وری کارکنان وجود دارد.

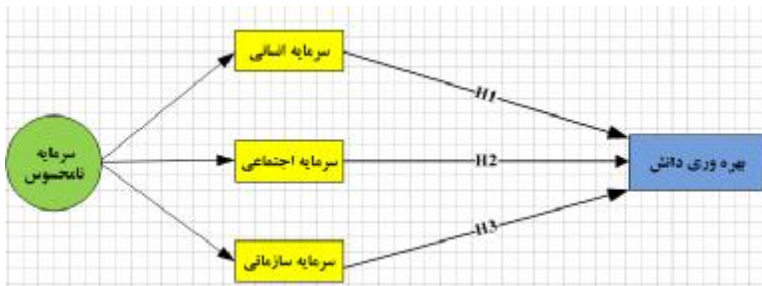
ناروال و یاداو² (2017) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر بهره‌وری و سودآوری در شرکت به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری و ابعاد آن تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری و سودآوری در شرکت‌های هندی دارند

هوانگ و جیم وو (2010) در مقاله‌ای با عنوان سرمایه فکری و بهره‌وری دانش به دنبال بررسی و امتحان اثرات سرمایه فکری، سرمایه سازمانی و سرمایه اجتماعی بر

1.Obeidat et al.

2.Narwal & Yadav

بهره‌وری دانش و اثرات متقابل بین سرمایه فکری و بهره‌وری دانش بودند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان‌دهنده این بود که همه ابعاد سرمایه فکری تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش دارند. در این مطالعه ثابت‌شده بود که اثرات متقابلی بین مؤلفه‌های سرمایه فکری و بهره‌وری دانش وجود دارد.



در راستای اهداف تحقیق فرضیه‌های زیر عنوان شده است

- 1- سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی ایران دارد.
- 2- سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی ایران دارد.
- 3- سرمایه سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی ایران دارد.

ابزار و روش

این تحقیق برحسب هدف در گروه تحقیقات کاربردی به شمار می‌آید و برحسب چگونگی اجرا در قالب تحقیقات پیمایشی قرار دارد. اطلاعات مورد نیاز در دو مرحله گردآوری شده‌اند. بدین‌صورت که ابتدا از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی کتب و مقالات معتبر علمی اطلاعات لازم گردآوری شده، سپس در مطالعه‌های میدانی و با استفاده از چهار پرسش‌نامه داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری گردیده‌اند که شامل پرسش‌نامه سرمایه انسانی سابرامانیا و یاندت (2005)، پرسش‌نامه سرمایه سازمانی داونپورت

و پروساک (1998)، پرسش نامه سرمایه اجتماعی بورت (1992) و بهره‌وری دانش گوپتا و گویندراجان (2000) می‌باشد که در 23 گویه و بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. از آنجایی که در این پژوهش از پرسش نامه‌های استاندارد استفاده گردیده لذا از روایی محتوا برخوردار می‌باشند و برای سنجش پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که ضریب آلفای کرونباخ برای هر چهار پرسش نامه بالای 0.7 می‌باشد که نشانگر پایایی مناسب آن‌ها می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران عالی و پرسنل دوایر تحقیق و توسعه شرکت های تابعه هولدینگ تامین به تعداد 108 نفر بود که بر اساس جدول مورگان 86 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبی یا متناسب با حجم می‌باشد. در این تحقیق برای بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار Amos23 استفاده شده است.

یافته‌ها

بعد از اطمینان از وجود روایی و پایایی در شاخص‌های گردآوری شده به آزمون مدل تحقیق و فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد. در این تحقیق از روش مدل سازی معادلات ساختاری برای آزمون مدل اندازه‌گیری تأثیر عوامل سرمایه نامحسوس بر بهره‌وری دانش و فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. برای برازش مدل، معیارهای برازشی مدل سازی معادلات ساختاری که در جدول 2 آمده است استفاده گردیده که این معیارها نشان دهنده این است که آیا مدل بازنمایی شده توسط داده‌ها، مدل اندازه‌گیری تحقیق را تأیید می‌کند یا خیر (قاسمی، 1389).

جدول شماره 2- شاخص‌های برازش مدل

نام شاخص	اختصار	برازش قابل قبول
شاخص نیکویی برازش	GFI	GFI>%90
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	AGFI>%90
شاخص برازش هنجار شده	NFI	NFI>%90
شاخص برازش تطبیقی	CFI	CFI>%90
شاخص برازش افزایشی	IFI	IFI>%90
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	RMSEA<%10
کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	بین 1 تا 3

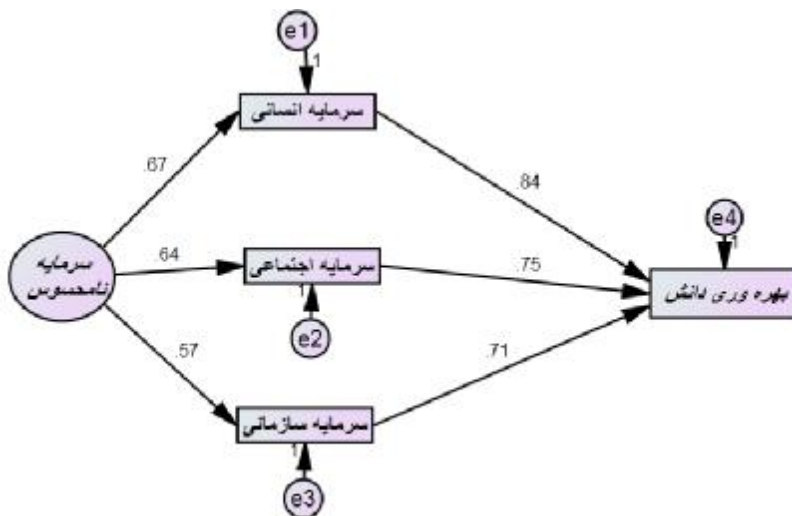
پس از جمع‌آوری اطلاعات جهت مشخص کردن اینکه شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) تا چه اندازه‌ای برای سنجش متغیرهای پنهان (سرمایه نامحسوس) قابل قبول می‌باشند باید ابتدا تمام متغیرهای مشاهده که مربوط به متغیرهای پنهان می‌باشند به‌طور مجزا مورد آزمون قرار گیرند. شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی) با استفاده از نرم‌افزار Amos23 در جدول 3 آمده است.

جدول شماره 3- تحلیل عاملی تأییدی الگوهای اندازه‌گیری مدل

متغیر مشاهده	IFI	CFI	P	GFI	RMSE
سرمایه انسانی	0/909	0/914	0/543	0/912	0/003
سرمایه اجتماعی	0/912	0/901	0/678	0/876	0/006
سرمایه سازمانی	0/924	0/908	0/732	0/906	0/023

با توجه به اینکه مقدار P برای همه الگوهای اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) بزرگ‌تر از 0/05 می‌باشد می‌توان نتیجه گرفت الگوهای اندازه‌گیری مناسب می‌باشد. یکی دیگر از شاخص‌های معتبر که برای برازندگی الگو به کار می‌رود GFI یا شاخص نیکویی برازش است. این شاخص را می‌توان به‌عنوان مشخصه‌ای مشابه با R^2 در رگرسیون چند متغیره در نظر گرفت. هرچه GFI نزدیک‌تر به یک باشد الگوی داده‌ها برازش بهتری دارد. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSE نیز یکی دیگر از شاخص‌های برازندگی مدل است که در الگوهای قابل قبول دارای مقدار 0/08 یا کمتر می‌باشد. برازش الگوهایی که دارای مقادیر بالاتر از 0/1 هستند ضعیف برآورد می‌شوند. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود مقدار این شاخص برای الگوی اندازه‌گیری کمتر از 0/08 می‌باشد که این شاخص نیز نشان از برازش خوب الگوها توسط داده‌ها است. درنهایت با توجه به مطالب بالا می‌توان نتیجه گرفت که الگوهای اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) از برازش خوبی برخوردار هستند و به این معنی است که متغیرهای آشکار به‌خوبی می‌توانند متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند. همچنین نتایج تحلیل عاملی تأییدی به همراه شاخص جزئی P برای آزمون قابل قبول بودن بار عاملی مربوط به هر سوال بررسی شد و بارهای عاملی همه سؤالات بالاتر از 0/05 و مقدار P جزئی کمتر از 0/05 بود درنتیجه می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات به‌خوبی متغیرهای

مشاهده را می‌سنجند. پس از بررسی و تأیید الگو برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی CR و P استفاده شده است، بر اساس سطح معناداری 0/05 مقدار بحرانی باید بیشتر از 1/96 باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو مهم شمرده نمی‌شود، همچنین مقادیر کوچک‌تر از 0/05 برای مقدار P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح 0/95 دارد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش معادلات ساختاری و نرم‌افزار AMOS23 استفاده شده است که خروجی مدل به صورت شکل (2) می‌باشد:



شکل شماره 1- خروجی مدل

جدول شماره 4- نتایج برازش مدل

RMSE	GFI	P	CFI	IFI
0/04	0/95	0/007	0/914	0/909

با توجه به اطلاعات جدول فوق (برازش مدل) می‌توان دریافت که مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است. با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل مدل به بررسی فرضیه‌های پرداخته‌شده که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره 5- نتایج تجزیه و تحلیل مدل

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب رگرسیونی	فرضیه‌ها
تأیید	0/000	4/65	0/84	سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران دارد.
تأیید	0/009	3/48	0/75	سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران دارد.
تأیید	0/010	3/87	0/71	سرمایه سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران دارد.

بنابراین با اطمینان 95% می‌توان گفت که ابعاد سرمایه نامحسوس (انسانی، اجتماعی و فرهنگی) بر بهره‌وری دانش در شرکت های دارویی ایران تأثیرگذار است.

بحث و نتیجه‌گیری

از نظر تئوری و تجربی، هدف این مقاله بررسی ارتباط بین سرمایه نامحسوس و بهره‌وری دانش بود. شواهد این تحقیق نشان می‌دهد که همه ابعاد سرمایه نامحسوس به‌طور مثبت و معناداری بهره‌وری دانش را در شرکت های دارویی تحت تأثیر قرار می‌دهند. این یافته‌ها ثابت می‌نماید که سرمایه اجتماعی، عاملی کلیدی در درک ایجاد و خلق دانش می‌باشد. همچنین از آنجاکه سازمان‌ها دانش را از طریق فعالیت‌های ساختارمند³ (سرمایه سازمانی) تحت کنترل در می‌آورند، این امر به غنی شدن دانش موجود در سازمان و مشروعیت بخشی به ارزش درک شده منجر می‌شود. این تحقیق نشان داد که سرمایه اجتماعی، توانایی سرمایه انسانی و سازمانی را جهت بهبود بهره‌وری دانش افزایش می‌دهد. این یافته با یافته نظر دسی (1982) در مورد اینکه خلق دانش، یک فرایند وابسته به مسیر بوده و بر اساس سرمایه ساختاری است مطابقت دارد.

علاوه بر این، یافته‌های این تحقیق، نظریات سوبرمینین و یوندت (2005) که اشاره بر اینکه سرمایه انسانی باعث فراهم شدن موقعیتی جهت ارائه ایده و اندیشه‌های متنوع می‌گردد را تأیید می‌کند درحالی‌که سرمایه اجتماعی باعث ترغیب همکاری در سراسر سازمان و ایجاد اعتماد در تسهیم دانش می‌گردد. در این تحقیق مشخص شد که سرمایه سازمانی و اجتماعی ارتباط معناداری با بهره‌وری دانش در شرکت های تابعه هولدرینگ دارویی تأمین دارد.

یافته‌های این تحقیق کاربردهای متعددی دارد. (1) این تحقیق اثبات می‌کند که سرمایه نامحسوس به‌طور معناداری در ارتباط با بهره‌وری دانش در صنعت دارویی می‌باشد. (2) درحالی‌که مطالعات گذشته، ارتباطات بین سرمایه اجتماعی (مک فدین و کاناله⁴، 2004) و همچنین مشارکت خارجی⁵ (سرمایه‌گذاری خارجی) (وادوا و کوتا⁶، 2006) را بررسی نموده‌اند، این تحقیق ارتباط بین سرمایه نامحسوس و بهره‌وری دانش را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های این تحقیق شواهدی دال بر نقش کلیدی ارائه می‌کند که سرمایه نامحسوس در تبیین بهره‌وری دانش ایفا می‌نماید این مقاله به‌طور تجربی ثابت می‌نماید که سرمایه نامحسوس پدیده تعاملات است. برای مثال، تعاملات سرمایه سازمانی و اجتماعی ارتباط معناداری با بهره‌وری دانش در سازمان دارند. فرایندهای رسمی، سیستم‌ها، ساختارها و... گرایش به بهبود هنجارهای موجود و مرتفع ساختن مشکلات موجود بر سر راه تغییر و تنوع که بهره‌وری دانش را بهبود می‌بخشند، دارند؛ بنابراین این تحقیق پیشنهاد می‌نماید که مدیران شرایط اقتضایی را به‌منظور بهره‌وری پویای دانش ایجاد نمایند. این پیشنهاد، مشابه با نظر دراگر (1993) است، ایده ایشان بر توسعه نظریه‌ای است که ارتباط بین بهره‌وری دانش کارکنان و محیط را آشکار می‌نماید. دراگر تأکید نمود که ناتوانی در مشاهده جنگل به خاطر وجود درختان، عدم موفقیتی جدی است. علاوه بر این، ناتوانی در مشاهده درختان به خاطر وجود جنگل نیز عدم موفقیتی جدی است. به‌منظور خلق دانش مولد، ناچاریم بیاموزیم که هم باید درخت و هم جنگل را مشاهده نمود؛ بنابراین می‌بایست نحوه ارتباط بخشی بین موارد را

4. Mc Fadyen and Canella

5. external venturing

6. Wadhwa and Kotha

بیموزیم. در واقع شرط اساسی بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی توجه همزمان به اجزای سه‌گانه سرمایه‌های نامحسوس یعنی انسانی، ساختاری و اجتماعی است. اگر بهره‌وری دانش را به صورت یک درخت استعاره کنیم، شاخ و برگ‌های آن همان سرمایه اجتماعی بوده و سرسبزی آن نشانه وجود اعتماد در تسهیم دانش است. ریشه این درخت سرمایه انسانی بوده و به شرط وجود سرمایه ساختاری مناسب که در تنه درخت وجود دارد، توانایی رسیدن ایده‌ها و نظریات جدید سرمایه‌های انسانی به شاخ و برگ‌ها و تسهیم و تبادل آن‌ها برای بهره‌وری دانش در شرکت‌های دارویی فراهم می‌آید؛ بنابراین مدیران شرکت‌های دارویی باید توجه ویژه و اساسی به سرمایه ساختاری مبذول نمایند تا ایده‌های دانشمندان و محققان این شرکت‌ها به شاخ و برگ‌ها برسد؛ و این میسر نمی‌شود مگر قوانین و مقررات درست و سازگار با عرصه رقابت در صنعت دارویی تدوین گردد.

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهای زیر برای تقویت سرمایه‌های نامحسوس در شرکت‌های دارویی در جهت بهره‌وری دانش ارائه می‌شود:

- مدیران شرکت‌ها تا چارچوبی از شایستگی‌های کارکنان و مدیران شامل دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های آن‌ها طراحی نمایند تا سرمایه‌گذاری‌های لازم برای ارضای خواسته‌های مشتریان، تعهدسازمانی در روابط با مشتریان و قابلیت اطمینان که منجر به ارائه خدمات باکیفیت بشود را فراهم آورند.
- مدیران شرکت‌ها کارکنان را نسبت به استفاده از دانش، مهارت، قدرت نوآوری و توانایی‌هایشان برای انجام وظایفشان تشویق نمایند و پاداش‌هایی را در نظر بگیرند تا خدمات جدید و متمایز از خدمات رقبای ارائه دهند تا از این طریق انتظارات مشتریان را برآورده نمایند.
- شرکت‌های دارویی ذخایر غیرانسانی دانش موجود در سازمان مانند پایگاه داده‌ها، استراتژی‌ها، کارکردها، فرهنگ‌سازمانی و انتشارات که به ارزش مادی سازمان‌ها می‌افزایند را به گونه‌ای سازمان‌دهی نمایند که برای خدمات و محصولات جدید کمک‌دهنده باشند و نوآوری محصول جدید را تضمین نمایند.
- شرکت‌های دارویی ساختارهای انعطاف‌پذیرتر و سامانه‌های مدیریتی و ارتباطی مناسب بر اساس گروه‌های مختلف کاری جهت انتقال سرمایه فکری، دانش،

اطلاعات، دارایی فکری و تجربه و مجموعه‌ای از توانایی‌های ذهنی جمعی فراهم شود. همچنین ایجاد هماهنگی در میان واحدها مختلف به‌منظور ایجاد سطح متعادلی از رقابت بین افراد، گروه‌ها، واحدها تا از این طریق کارمندان باعلاقه‌ای بیشتر دانش و مهارت‌های خود را تسهیم نمایند و توسعه اهدافشان را تضمین کنند.

- سطح شایستگی کارکنان، دانش حرفه‌ای، توانایی‌های رهبری، ریسک‌ناپذیری و توانایی‌های حل مسئله کارکنان که زیرمجموعه سرمایه انسانی می‌باشد، به‌صورت مستمر اندازه‌گیری شود تا از این طریق بتوان به دانش ضمنی کارکنان که در ذهن آن‌ها جای دارد توجه بیشتری گردد و کارکنانی که دارای مهارت و تجربه بالایی هستند را در سازمان حفظ کرد.

- برای تقویت سرمایه ساختاری، مدیران شرکت‌ها اقداماتی در رابطه با شناسایی فعالیت‌های ارزش‌افزا برای سازمان انجام دهند، فرهنگ حمایتی را از طریق طراحی سیستم‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری افراد ایجاد کنند و به‌کارگیری سیستم‌های اطلاعات شرکت‌ها به‌گونه‌ای که با حفظ حقوق دارایی‌های فکری هر یک از کارکنان، دسترسی آزاد به اطلاعات برای افراد سازمان تسهیل شود تا تسهیم دانش در اجزای درونی برقرار گردد.

References

- Alirezaei, A, Paktinat, I.(2017), Investigating the Relationship between Social Capital and Intellectual Capital with staff Productivity (Case Study: Kerman University of Medical Sciences).International Journal of Advanced Biological and Biomedical Research. 6 (1), 465-471.
- Anand, N., Gardner, H. K. and Morris, T.(2007), "Knowledge-based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms", Academy of Management Journal, Vol. 50 No. 2, pp. 406-426.
- Bashardost, M.(2010), Investigating the Relationship between Intellectual Capital and Productivity of Payame Noor University in Gilan Province. Master's thesis, Payame Noor University, (In Persian).
- Bavakhani, A.(2017), The Effect of Intellectual Capital on Knowledge Management in Knowledge-Based Organizations (Case Study: The Atomic Energy Organization of Iran). Library and Information Science Research (LISRJ), 6 (2), 24-42, (In Persian).
- Bontis, N., Keow, W. C. C. and Richardson, S.(2000), "Intellectual capital and business performance in Malaysian industries", Journal of Intellectual Capital, Vol. 1 No. 1, pp. 85-100.
- Bozorgzadeh, A., & Kochehbaghy, P.(2016), The Impact of Intellectual Capital and Knowledge Management on Human Resources Productivity: Asia Insurance. The First International Conference on the New Paradigms of Business Intelligence and Organizational Management, (In Persian).

- Chen, J., Zhu, Z. and Xie, H.Y. (2004), Measuring intellectual capital: a new model and empirical Study. *Journal of Intellectual Capital*, Vol.5, No.1, pp.195-212.
- Dadashi Jokandan, A., & Ghaneh Koushsalshi, F.(2015), Investigating the Influence of Intellectual Capital and its Components on Knowledge Productivity. Case Study: Gilan Province Industry, Mining and Trade Organization, 1st International Management Conference, Economics, Accounting and Educational Sciences, Sari, Scientific Research and Advisory Consultants, Payame Noor University of Neka, (In Persian).
- Danchev A.(2006), Social capital and sustainable behavior of the firm *Industrial Management & Data System*, 106(7): 953-965.
- Darabi R., Nasiri .M, & Molaii eel zoleh A.(2017), Investigation the impact of intellectual capital on knowledge management processes by organizational culture (Case study: Mazandaran University of Medical Sciences. 20 (68),65-74, (In Persian).
- Davenport, T. H. and Prusak, L.(1998),*Working Knowledge*. Cambridge: HBS Press.
- Drucker, P.F.(1993), *Postcapitalist Society*. New York: HerperCollins Publishers.
- Drucker, P.F.(1999a), "Knowledge-worker productivity: the biggest challenge", *California Management Review*, Vol. 41 No. 2, pp. 79-94.
- Esmael pour, R., Kashani, H., & nikookar, H.(2014), Sharing knowledge: Analyzing role of effective factors on it and ranking factors, *Journal of Productivity Management*, 8 (31), 51-74, (In Persian).

- Galbraith, J.K.(1996), *The New Industrial State*: Harmondsworth: Penguin.
- Ganji Nia, H., & Habibzadeh, N.(2011), *Intellectual Capital and Knowledge Productivity Productivity*, Regional Conference on Intellectual Capital Accountancy, Gonbad-e-Kavus, Islamic Azad University, Gonbad-e-Kavos Branch,(In Persian).
- Gupta, A. K. and Govindarajan, V.(2000), "Knowledge management's social dimension: Lessons from Nucor Steel", *Sloan Management Review*, Vol. 42 No. 1, pp. 71-79.
- Hajikarimi.A. & farajian. M.,(2008), *Human, Social and Emotional Capital Management with Effective Approach to Career Success an empirical study in mellat bank*. *Journal of Public Administration*, 51, 1-65, (In Persian).
- Harrison, R. and Kessels, J.W.M.(2004), *Human Resource Development in a Knowledge Economy: An Organisational View*. New York: Palgrave Macmillan.
- Hassanzadeh Samarin, T., Hassanzadeh, M., & Serajian, N.(2015), *Explanation the Relationship between Intellectual Capital and Knowledge*. *IT Management Studies*, 3(10), 39-58.
- Jandaghi, G., Ghoreishi, S., & Ahadi Shoar, S.(2017), *Investigating the Dimensions of Social Capital and Its Relation to Moral Marketing (Case: Sepah Bank Branches of Qom Province)*. *Social Capital Management*, 4(3), 309-332
- Liu, P. L., Chen, W. C. and Tsai, C. H.(2005), "An empirical study on the correlation between the knowledge management method and new product development strategy on product performance in Taiwan industries", *Technovation*, Vol. 25, pp. 637-644.

- Lu, S.-L., & Sexton, M.(2009), Innovation in small construction knowledge intensive professional service firms: a case study of an architectural practice. *Study of an Architectural Practice and Economics*, 24 (12), 1269-1282.
- Machlup, F. (1972), *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*,. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Marr, B. and Roos, G.(2005), A strategy perspective on intellectual capital in *Perspectives on Intellectual Capital-Multidisciplinary Insights into Management: Measurement and Reporting* (Marr, B. ed.). Oxford: Butterworth- Heinemann.
- McFadyen, M.A. and Canella, J.A.A.(2004), "Social capital and knowledge creation: diminishing returns of the number and strength of exchange relationships", *Academy of Management Journal*, Vol. 23, pp. 242-66.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S.(1998), "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *Academy of Management Review*, Vol. 23, pp. 242-266.
- Narwal, K. P., & Yadav, N.(2017), The Impact of Intellectual Capital on the Indian Real Estate Sector Profitability and Productivity. *Journal of Commerce and Accounting Research*, 6(1).
- Nassar, S.(2018), The Impact of Intellectual Capital on Firm Performance of the Turkish Real Estate Companies Before and After the Crisis. *European Scientific Journal*. Vol.14, No.1.
- Nonaka, I.(1994), "A dynamic theory of organizational knowledge creation", *Organization Science*, Vol. 5 No. 1, pp. 14-37.
- Obeidat, S, Abdallah, A, Aqqad, N, Oqlah, A, Maqableh, M.(2017), The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance:

- The Mediating Role of Knowledge. Communications and Network.9, 1-27
- PourMahdavi, M, Pirzad, A.(2017), Study on effect of intellectual capital on knowledge sharing. International business management. 11(3): 814-820.
- Powell, W. W. and Snellman, K.(2004), The knowledge economy (Vol. 30). Greenwich: CT: JAI Press.
- Salehi Sedghiani, J., Akhavan Kharozian, M., Ahmadi Taheri, M. & Hatami, A.(2014), Investigating the Effect of Organizational Intellectual Capital on Knowledge Productivity in Media Organizations. Journal of Business Management.6 (24), 99-108, (In Persian).
- Sarkhosh Hosseini,M.,& Akhavan, P.(2016), The role of social capital in promoting the knowledge sharing and employees' productivity in knowledge based industrial organizations, Journal of Productivity Management, 10 (38), 33-62, (In Persian).
- Seetharaman, A., Lock, T., Low, K. and Saravanan, A.S.(2004), "Comparative justification on intellectual capital", Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 No. 4, pp. 522-539.
- Shakaralahi, ZH, & Karimi, F.(2016), The Pattern of Relationships between Social Capital and Knowledge Management with Entrepreneurial Orientations of the Staff of Isfahan Tile Industry Company. Journal of Productivity Management, 9(36), 125-140, (In Persian).
- Stam, C.D.(2007), "Making sense of knowledge productivity: beta testing the KPenhancer", Journal of Intellectual Capital, Vol. 8 No. 4, pp. 628-640.

- Stewart, T.A.(1997), *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New. York: Currency/Doubleday.
- Subramaniam, M. and Youndt, M.A.(2005), "The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities", *Academy of Management Journal*, Vol. 48 No. 3, pp. 450-463.
- Sveiby, K.(1997), *The New Organizational Wealth*. San Francisco: Berrett Koehler.
- Tseng, C. Y. and Goo, Y.J.J.(2005), "Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: Empirical study of Taiwanese manufacturers", *R&D Management*, Vol. 35 No. 2, pp. 187-201.
- Venieris.G, Venieris.V, Vlismas.O,(2015), Organization capital and sticky behavior of selling, general and administrative expenses, *Management Accounting Research*, www.elsevier.com/locate/mar.
- Wadhwa, A. and Kotha, S.(2006), "Knowledge creation through external venturing: evidence from the telecommunications equipment manufacturing industry", *Academy of Management Journal*, Vol. 49 No. 4, pp. 819-35.

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 108 - 87

تاریخ دریافت: 95/12/27

تاریخ پذیرش: 97/09/07

طراحی یک مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات با استفاده از نظریه ساختار سازی تفسیری ISM (مورد مطالعه: یک سازمان فن آور)

دکتر محمدحسین کریمی گوارشکی^{1*}

دکتر جعفر قیدر خلجانی²

حسین بیگیان³

چکیده

با توجه به توسعه مدل‌های مدیریت نگهداری و تعمیرات در سطح جهانی، ضروری است که سازمان‌ها برای موفقیت به تفاوت‌های محیطی بین سازمان‌های مختلف توجه کنند و مدل مورد نیاز خود را با شرایط خاص حاکم بر سازمان خود متناسب و سازگار سازند. در این تحقیق، توسعه یک مدل اجرایی از مدیریت نگهداری و تعمیرات به کمک نظریه ساختار سازی تفسیری ISM صورت گرفته است. به این منظور، در گام اول عناصر تشکیل دهنده مدل نگهداری و تعمیرات با انجام مطالعات و مصاحبه‌های قبلی به دست آمده است. خروجی این مرحله شناسایی پنجاه و شش زیرمؤلفه، چهارده مؤلفه در قالب شش بعد اصلی می‌باشد. در گام بعدی به منظور برقراری ارتباط و توالی بین ابعاد و مؤلفه‌ها، از روش مدل سازی ساختاری تفسیری بهره گرفته شده است. در این روش براساس نظرات خبرگان و تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته، ساختار مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات استخراج گردیده است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که شش بعد اصلی (رهبری، زیرساخت، اصول و مبانی، پشتیبانی، بهبود و تعالی) در هر سازمان فن‌آور با شرایط سازمان هدف، پایه‌های بنیادین هر مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات را تشکیل می‌دهد و سایر مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های مدل مورد تحقیق عملاً از این شش بعد آغاز می‌شوند و در نهایت منجر به بهبود و تعالی سازمان می‌گردد.

واژه‌های کلیدی:

مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات، تحلیل محتوا، مدل سازی ساختاری تفسیری

1. استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر تهران، ایران (نویسنده مسؤول): mh_karimi@aut.ac.ir

2. استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر تهران، ایران: kheljani@mut.ac.ir

3. دانشجوی دکتری گروه مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر تهران، ایران: prqinfo@iran.ir

مقدمه

نگهداری و تعمیرات یکی از مفاهیم اساسی در سازمان‌های پیشرفته و در حال حرکت به سمت کلاس جهانی است و در میان مدیران به‌ویژه مدیران ارشد و کارکنان سازمان جایگاه ویژه‌ای دارد. امروزه مباحث نگهداری و تعمیرات با تقاضا برای بهره‌وری، کیفیت و میزان دسترسی به تجهیزات از اهمیت خاصی برخوردار است. از این‌رو توجه گسترده به علم نگهداری و تعمیرات (نت) برای پاسخ به انتظارات صنایع امری ضروری است که با توجه به محدودیت منابع اعم از انرژی، نیروی انسانی، سرمایه و غیره، با برنامه‌ریزی صحیح و اجرای اصولی آن، می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری، کارایی و درنهایت دستیابی به اهداف شود (شکری و همکاران، 2016). شیرمحمدی (1998).

لیب (1998) و موبری (2010) معتقد هستند، توسعه و اجرای یک برنامه نگهداری و تعمیرات به‌عنوان یک فرآیند پیچیده، اغلب با فقدان یک روش سیستماتیک و سازگار مواجه است به‌گونه‌ای که ممکن است در مواردی دو سازمان مشابه، از دو مدل نگهداری و تعمیرات خاص خود بهره‌گیرند. همچنین ممکن است مشاوران کشورهای مختلف، الگوهای مختلفی را به مشتریان خود پیشنهاد دهند.

به‌منظور بهره‌برداری بهتر و افزایش عمر مفید تجهیزات و به‌کارگیری مطلوب منابع، وجود یک نظام مناسب برنامه‌ریزی، تجزیه و تحلیل، کنترل و اعمال روش‌های صحیح مدیریت ضروری است (بهرامی و همکاران، 2009)؛ از این رو تدوین یک نظام نگهداری و تعمیرات مؤثر و پویا اهمیت بسزایی دارد. بی‌توجهی به امر نگهداری و تعمیرات تجهیزات به‌ویژه دستگاه‌های پیچیده، حساس و گران‌قیمت، هزینه‌های زیادی را به سازمان تحمیل می‌کند و مشکلات زیادی را برای آن سازمان به وجود می‌آورد. شرایط محیطی سازمان مورد مطالعه، تجهیزات گران‌قیمت و همچنین مشکلات جایگزینی آن، اهمیت این موضوع را بیشتر کرده و لزوم توجه به نگهداری و تعمیرات و افزایش اثربخشی تجهیزات را افزایش می‌دهد (کرسپو و همکاران، 2009).

در مسیر توسعه کشورها، توسعه صنایع هوایی با روندی شتابان دنبال می‌شود. در ایران نیز سازمان‌های فن‌آوری در فعالیت‌های گوناگونی در زمینه فناوری فضایی و مسائل مربوط به فضا انجام داده‌اند. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این صنایع، تکرار

استعمال فناوری‌های نوین در زیرشاخه‌های آن است؛ که علاوه بر خدمت‌رسانی مدرن، موجبات پیشرفت علمی و فناوری را فراهم می‌آورد و باعث پیشرفت‌های شگرفی در سایر صنایع پائین‌دستی می‌شود. با در نظر گرفتن شرایط محیطی سازمان مورد مطالعه، لزوم ارائه مدلی سازگار با شرایط سازمانی مورد مطالعه ضروری است. با ارائه یک مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات بومی و مبتنی بر وضع ویژه سازمان مورد مطالعه، می‌توان بسیاری از مشکلات موجود در حوزه نت را برطرف نمود.

هدف از این تحقیق، توسعه یک مدل اجرایی از سیستم نگهداری و تعمیرات به کمک نظریه ساختار سازی تفسیری¹ ISM است. پژوهشگران در تحقیقات قبلی خود با هدف سنجش وضعیت موجود یک سازمان فن اورانه، یک مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات همراه با ابعاد، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌ها ارائه داده‌اند. در راستای تکمیل مطالعه پیشین، این تحقیق بر آن است تا با به‌کارگیری روش ساختار سازی تفسیری، به تبیین ارتباطات بین هر سطح و مؤلفه‌های شناسایی‌شده در مدیریت نگهداری و تعمیرات بپردازد؛ تا بدین‌وسیله میزان وابستگی و نفوذپذیری هر مؤلفه مشخص شود. اعتقاد بر این است که استفاده از این روش برای مدیران موجب درک بهتری از مدل جهت تسهیل در اجرای آن می‌شود (حاج شیرمحمدی، 2007 و 2004).

این مقاله از تئوری تحقیق درباره مدل‌های نگهداری و تعمیرات بحث می‌کند. پس از آن بخش سوم، روش تحقیق را توضیح می‌دهد. در نهایت نتایج به‌دست‌آمده مورد بحث و بررسی قرار گرفته و ضمن جمع‌بندی، پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ارائه می‌شود.

به‌منظور شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر در مدل مدیریت نگهداری، پس از بررسی و مطالعه مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها و کتب چاپ‌شده در این حیطه، روش مرور نظام‌مند مباحث نظری مورد توجه قرار گرفته است. در نهایت مدل‌های رایج مدیریت نگهداری و تعمیرات، نقاط ضعف و عوامل محدودکننده هر یک در قالب جدول (1) ارائه شده است:

مدل‌های موجود در مدیریت نگهداری و تعمیرات (جدول 1)

مدل / شرح / مرجع	یافته‌ها / نتایج حاصل	عوامل محدودکننده مدل (نقاط ضعف)
(واپرمن، 2008؛ مارکوس، 2007) و (لطف زاده و همکاران 1396)	<ul style="list-style-type: none"> ○ وجود یک برنامه پایه‌ای برای نگهداری و تعمیرات پیشگیرانه PM ○ صدور حکم کار "به مناسب (برای زمان‌بندی مناسب و آغاز کارهای اولویت‌بندی شده) ○ یک سیستم مدیریت منابع نگهداری و تعمیرات ○ اجرای نگهداری و تعمیرات مبنی بر قابلیت اطمینان RCM ○ نگهداری و تعمیرات پیش‌گویانه ○ اپراتورها و همچنین کارکنان معمولی در فعالیت‌های نگهداری و تعمیرات نقش مهمی دارند. ○ تأکید بر TPM جهت مشارکت اپراتورها 	<ol style="list-style-type: none"> 1. مدیریت دانش و منابع انسانی 2. پیمانکاران 3. ضرورت وجود یک الگوی اندازه‌گیری سطح بلوغ 4. نبود رویکرد استانداردسازی. 5. وضعیت فرهنگی، اقتصادی و فشارهای بین‌المللی 6. جامعیت مدل 7. ابهام در تعداد پیاده‌سازی‌های موفق
Uptime. Strategies in excellence in maintenance management. Portland: Productivity Press کمپل نیز یک ساختار رسمی برای مدیریت اثربخش نگهداری و تعمیرات پیشنهاد می‌دهد. (کمپل و جاردین 2001) و (مدد هوشی و هادی تبار 2018)	<ul style="list-style-type: none"> ○ این فرایند با توسعه استراتژی کاملاً یکپارچه با برنامه کسب‌وکار برای هر یک از دارایی‌ها شروع می‌شود ○ تعیین جنبه‌های مربوط به نیروی انسانی برای انجام تغییرات فرهنگی ○ پیاده‌سازی یک CMMS یک سیستم اندازه‌گیری عملکرد نگهداری و تعمیرات و برنامه‌ریزی و زمان‌بندی فعالیت‌های نگهداری و تعمیرات ○ تعیین تاکتیک‌های مناسب ○ استفاده از دو روش بسیار موفق RCM و TPM را برای بهبود مستمر پی، استفاده از تکنیک‌های باز مهندسی فرایند برای بهبود جهش بین گام‌ها 	<ol style="list-style-type: none"> 8. مدیریت دانش و منابع انسانی در حوزه نت 9. پیمانکاران 10. نبود رویکرد استانداردسازی. 11. وضعیت فرهنگی، اقتصادی و فشارهای بین‌المللی 12. عمومیت و مقبولیت آن در بین کارشناسان صنعت و دانشگاه 13. پشتیبانی‌کننده مدل و امکان بهره‌ورسانی مدل در آینده 14. انطباق این مدل با استانداردهای شناخته شده مانند ایزو 5500 / PAS 55
بر اساس مدل جان کمپل Campbell JD, (آپتایم - UPTIME) نظامنامه راهبردی مدیریت دارایی‌های فیزیکی صنعت نفت PHYSICAL ASSET MANAGEMENT MOP-شناسه سند: DSM-002 سال 1393 تهیه‌کننده مدیرکل راهبری نگهداری و تعمیرات صنعت نفت (مدیرکل راهبری نگهداری و تعمیرات صنعت نفت، 1393)	<ul style="list-style-type: none"> ○ رئوس کلی مدل اجرایی مدیریت دارایی‌های فیزیکی 1- رهبری 2- استراتژی 3- کارکنان 4- ضروریات 5- مدیریت کار 6- مراقبت‌های اصلی 7- مدیریت مواد 8- مدیریت عملکرد سیستم‌های پشتیبانی و مدیریت 	<ol style="list-style-type: none"> 15. مدیریت دانش و منابع انسانی در حوزه نت 16. پیمانکاران 17. معیارهای خاص سازمان هدف در اولویت‌بندی دارایی‌ها 18. ضرورت وجود یک الگوی اندازه‌گیری سطح بلوغ 19. تعداد اجراهای موفق. 20. عمومیت و مقبولیت آن در بین کارشناسان صنعت و دانشگاه

مدل / شرح / مرجع	یافته‌ها / نتایج حاصل	عوامل محدودکننده مدل (نقاط ضعف)
<p>Maintenance Material بکار Management گرفته‌شده در نداجا 3M Maintenance Material Management این سامانه در نداجا بکار گرفته‌شده و تجربیات ارزنده ای در این خصوص ایجاد گردیده است. (شکری و دیگران، 1394) و (آقایی، اکبری و محمدی 2011)</p>	<p>سامانه نگهداری و تعمیرات مبتنی بر نت پیشگیرانه</p>	<p>21. سامانه 3M یک سامانه پیشگیرانه است که با توجه سیاست‌های راهبردی چشم‌انداز و همچنین مباحث صرفه‌جویی اقتصادی، نیاز به بازنگری و ارتقا دارد. 22. چالش‌های مربوط به نحوه اجرا و ساختاری جدی بوده و بایستی مرتفع گردند. 23. نیاز به بهینه سازی سیستم دارد. 24. سیستم ارزیابی این سامانه نیاز به بازنگری اساسی دارد.</p>
<p>نظام نامه راهبردی مدیریت نت وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح (نظام نامه راهبردی مدیریت و نگهداری، S02-ML-001)</p>	<p>○ ارائه مدل مدیریت راهبردی در فرآیند نگهداری و تعمیرات ○ تشریح معیارهای دسته‌بندی تجهیزات در چهار طبقه ○ ارزیابی از صنایع با چک‌لیست 160 سوالی در حوزه RCM ○ تعیین شاخص اثربخشی کلی تجهیزات OEE در سطح 34.6% ○ تعیین شاخص قابلیت اطمینان %R به میزان 23.7% ○ آموزشی و راهبردی ○ قابلیت اطمینان محور</p>	<p>25. عدم ارائه یک الگوی اندازه‌گیری سطح بلوغ (چک‌لیست ارائه شده برای ارزیابی صنایع از کفایت و تناسب مناسب با وضعیت صنایع برخوردار نیست). 26. نبود نقشه راه متناسب با وضع سازمان هدف 27. نبود رویکرد استانداردسازی. 28. عدم جامعیت مدل 29. ابهام در تعداد اجزای موفق. 30. عمومیت و مقبولیت نداشتن آن در بین کارشناسان صنعت و دانشگاه 31. عدم انطباق این مدل با استانداردهای شناخته‌شده مانند ایزو 5500 / PAS 55 32. عدم استفاده از زیرساخت‌های موجود صنایع در اجرای مدل‌های تشریح شده</p>
<p>درفصل ششم از کتاب مدیریت نگهداری و تعمیرات به ارائه یک مدل جامع که از هشت جزء ساختاری مدیریت به تشکیل شده، پرداخته است. (بیتلون و گلدرز، 1992) ایشان به‌اتفاق آقایان More de Leon, J.F. Gomez Fernandez - C. Parra Marquez and M. Lopez در سال 2009 طی مقاله‌ای تحقیقی این مدل را توسعه داده (مارکوس و دیگران، 2009).</p>	<p>○ این مقاله علاوه بر فرآیند نت به مدل و تکنیک‌های نت از مدیریت و بهبود همراه با اثربخشی و کارایی آن‌ها بحث می‌کند.</p>	<p>33. مدیریت دانش و منابع انسانی در حوزه نت 34. عدم توجه جدی در مدل به پیمانکاران 35. عدم ارائه یک الگوی اندازه‌گیری سطح بلوغ 36. نبود نقشه راه متناسب با شرایط سازمان هدف 37. نبود رویکرد استانداردسازی. 38. جامعیت مدل 39. یکپارچگی مدل 40. مشخص نبودن تعداد پیاده‌سازی‌های موفق آن‌ها 41. نامشخص بودن مکانیسم پشتیبانی‌کننده مدل‌ها و امکان به‌روزرسانی مدل در آینده 42. عدم انطباق این مدل‌ها با استانداردهای شناخته‌شده مانند ایزو 5500 / PAS 55</p>

مدل / شرح / مرجع	یافته‌ها / نتایج حاصل	عوامل محدودکننده مدل (نقاط ضعف)
توسعه یک مدل جهانی WMS به کمک متدولوژی IMS است. چگونگی اجرای این مدل جهانی در قالب یک استاندارد مورد بحث قرار می‌گیرد. در این استاندارد جزئیات اجرای هر یک از عوامل مورد بحث قرار می‌گیرند. در این خطوط راهنمایی برای مدیران در اجرای بهتر آن ارائه می‌شود (میشرا و دیگران، 2015) و راجیش و همکاران (2015) محققان 24 عامل را در این پژوهش در نظر گرفته و ارتباط سیستماتیک آن‌ها را به کمک متدولوژی IMS در چهار طبقه: پشتیبانی، طرح‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل قرار داده است. تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی در سازمان‌ها از جمله عوامل مؤثر در تعیین مدل جهانی نت می‌باشند که فراخور هر سازمان تغییرات در اجزاء مدل ایجاد می‌نمایند	○ پشتیبانی، ○ طرح‌ریزی، ○ سازمان‌دهی و ○ کنترل تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی در سازمان‌ها از جمله عوامل مؤثر در تعیین مدل جهانی نت	

با توجه به مطالعه پیشینه موجود و بررسی وضعیت موجود در سازمان هدف، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌های مرتبط و تأثیرگذار در این حیطه شناسایی شدند (کریمی گوارشکی و حسینی، 2014-2015) و بر اساس خبرگی و مصاحبه با مدیران نت در سازمان مورد مطالعه، مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات استخراج شده است نهایتاً به دنبال پژوهش صورت گرفته مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات شامل: پنجاهوشش زیر مؤلفه و چهارده مؤلفه در قالب شش بعد اصلی به شرح جدول (2) ارائه شده است.

جدول شماره 2: مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌های مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات

ردیف	مؤلفه	ردیف	زیر مؤلفه
		1	مدیریت دانش
		2	سیستم‌های انگیزشی
1	منابع انسانی	3	صلاحیت، آموزش و آگاهی
		4	ساختار سازمانی
		5	چند مهارتی کردن کارکنان
		6	چشم‌انداز
		7	خط‌مشی
2	استراتژی	8	اهداف
		9	تعهد مدیریت
		10	نت پیش‌گویانه
		11	نت پیش‌اقدام
		12	نت بر اساس وضعیت CBM
3	تاکتیک‌ها	13	نگهداری کیفی
		14	پیشگیری از نگهداری MP
		15	نگهداری پیشگیرانه PM
		16	5S IDS576
4	مراقبت‌های پایه	17	کالیبراسیون
		18	اقدام فوری برای رفع مشکلات تجهیزات
		19	CMMS
		20	شناسایی و کدینگ
5	مدیریت داده‌ها	21	اولویت‌بندی دارایی‌ها بر اساس مأموریت
		22	استقرار ERP
		23	طرح‌ریزی تحقق فرآیند نت
6	طرح‌ریزی فرآیند نت	24	ایجاد نظام دستور کار و گزارش‌گیری
		25	مدیریت تغییر
		26	تدوین شاخص‌های کلیدی KPI
		27	مدیریت ارزیابی و نظارت بر تأمین‌کنندگان
		28	به‌کارگیری کارت امتیاز متوازن BSC
7	مدیریت اندازه‌ها	29	جلسات بازنگری مدیریت
		30	اندازه‌گیری شاخص‌ها
		31	تحلیل داده‌ها
		32	Fault Tree
		33	RBI
8	RCM	34	SEMEA
		35	مدیریت موجودی‌ها (نگهداری، جابجایی، انبارش)
9	تأمین	36	مدیریت زنجیره تأمین
		37	مدیریت تجهیزات و فرآیندهای ویژه

نت خودگردان	38	TPM	10
شش سیگما 6σ	39		
ISO 14224	40		
AS 9100	41	استانداردهای مدیریتی	11
ISO 14000	42		
OHSAS 18000	43		
ISO 55000	44		
IEC 60300-3-11	45		
کاهش آسیب‌پذیری‌ها	46	پدافند غیرعامل	12
افزایش پایداری ملی	47		
تداوم فعالیت تجهیزات	48		
تسهیل مدیریت بحران در مقابل تهدیدات	49		
پروژه‌های بهبود جهشی	50	بهینه‌سازی	13
بازمهندسی فرآیندها	51		
خطامشی امنیتی	52	امنیت داده‌ها ISO 27001	14
امنیت فیزیکی و محیطی	53		
مدیریت ارتباطات و عملیات	54		
مدیریت حوادث امنیت اطلاعات	55		
امنیت منابع انسانی و تأمین‌کنندگان	56		

ابزار و روش

هدف پژوهش حاضر تبیین مسؤولیت اجتماعی در سازمان فناور و تعیین توالی و روابط میان عناصر شناسایی‌شده با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) است و از دیدگاه خبرگان استفاده‌شده است، این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی می‌باشد که از طریق پیمایش انجام‌شده است. تحقیق توصیفی شامل توصیف، ثبت، تجزیه و تحلیل و تغییر شرایط موجود است. در تحقیق پیمایشی، پژوهشگر برای کشف عقاید، افکار، ادراک‌ها و تجربیات افراد موردنظر، از پرسش‌نامه و مصاحبه استفاده می‌کند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسش‌نامه می‌باشد.

جامعه آماری تحقیق حاضر، متخصصان و مدیران سازمان فن آور می‌باشند. چراکه این سازمان یکی از بااهمیت‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور هست. پیشرفت روزافزون فناوری‌های نوین در این صنعت و محدودیت منابع اعم از انرژی، نیروی انسانی، سرمایه و غیره، اهمیت به‌کارگیری سیستم نگهداری و تعمیرات خاص این صنعت را دوچندان می‌کند؛ زیرا مدیریت نت می‌تواند نقش بسیار زیادی را در کاهش قیمت تمام‌شده محصول نهایی، سرعت ارائه محصول در کل زنجیره تأمین، کیفیت محصول، قابلیت اطمینان، چابکی سازمان و عواملی از این دست ایفا نماید. از این رو می‌توان به نقش مهم و تأثیرگذار استراتژی‌های مختلف نگهداری و تعمیرات بر روی کسب و کار این بنگاه اقتصادی پی برد، این موضوع دلیلی برای انتخاب این صنعت به‌عنوان جامعه‌ای مناسب برای تحقیق می‌باشد.

به‌منظور بررسی جامعه موردنظر از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. گاهی به‌جای کسب اطلاعات از کسانی که به‌راحتی در دسترس‌اند، باید اطلاعاتی از افراد یا گروه خاصی به دست آورد؛ یعنی گروهی که قادر به ارائه اطلاعات مورد نظر پژوهش باشند. این نوع نمونه‌گیری، هدفمند نامیده می‌شود. نمونه‌گیری هدفمند، به دو دسته سهمیه‌ای و قضاوتی تقسیم می‌شود که در این پژوهش، از نمونه‌گیری قضاوتی استفاده شده است. در این نمونه‌گیری، افرادی برای نمونه انتخاب می‌شوند که برای ارائه اطلاعات مورد نظر در بهترین موقعیت قرار دارند. به‌عبارت‌دیگر، طرح نمونه‌گیری قضاوتی زمانی مطرح می‌شود که طبقه محدودی از افراد، دارای اطلاعاتی هستند که محقق به دنبال آن‌هاست. نمونه آماری پژوهش را تعداد 20 نفر از متخصصان حوزه نت در سازمان هدف تشکیل می‌دهند؛ که پرسش‌نامه جمع‌آوری شده از این متخصصان، مبنای تحلیل‌های پژوهش حاضر قرار گرفت.

در این تحقیق، به‌منظور بررسی روایی محتوا² و روایی ظاهری³، پرسشنامه اولیه در اختیار جمعی از استادان و کارشناسان قرار داده شد. به‌این ترتیب که تعداد سؤال‌ها، تقدم و تأخر سؤال‌ها و طیف گزینه‌های پاسخ، موردبازنگری قرار گرفت.

2.Content Validity

3.Face Validity

در ادامه مرحله شناخت جهت تکمیل اطلاعات و غنای مبانی نظری و همچنین توجه به شرایط بومی سازمان هدف، جلسات مصاحبه عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران برگزار شد. در تحقیقات کیفی مصاحبه جامع یا گفت‌وگوی هدف‌دار، یکی از روش‌های شناخته‌شده است که برای جمع‌آوری داده‌ها به صورت فزاینده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش و در این مرحله با بیست نفر از خبرگان و متخصصان آشنا به موضوع، مصاحبه‌های جامع در قالب تشکیل پانل‌های تخصصی انجام پذیرفت که بر اساس پروتکل مصاحبه تأکید بر روی عوامل تشکیل‌دهنده مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات خاص سازمان هدف و لزوم و یا عدم لزوم تغییر و سازگاری آن‌ها در هنگام فعالیت در ارائه محصولات باکیفیت به مشتریان آن سازمان بود.

روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری

برای انجام مرحله دوم این پژوهش از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. این روش یک فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و به هم مرتبط در یک مدل نظام‌مند جامع، ساختاردهی می‌شوند. این روش‌شناسی به ایجاد و جهت دادن به روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم کمک می‌نماید. یکی از اصلی‌ترین منطق‌های این روش آن است که همواره عناصری که در یک سیستم اثرگذاری بیشتری بر سایر عناصر دارند از اهمیت بالاتری برخوردارند (ناکار و دیگران، 2008) و (شریفی و همکاران 1999).

مدلی که با استفاده از این متدولوژی به دست می‌آید، ساختاری از یک مسأله یا موضوع پیچیده، یک سیستم یا حوزه مطالعاتی را نشان می‌دهد که الگویی به‌دقت طراحی شده می‌باشد، به عبارت دیگر می‌توان گفت که مدل‌سازی ساختاری تفسیری یک فرایند متعامل است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و مرتبط با همدیگر در یک مدل سیستماتیک جامع ساختار بندی می‌شوند از دیگر مزایای این روش می‌توان به درک آسان برای کاربران مختلف در گروه‌های میان‌رشته‌ای، یکپارچه نمودن ادراکات مختلف، توانایی اداره ارتباطات بسیار زیاد متغیرها در سیستم‌های پیچیده و ارائه نگرشی جامع از سیستم اشاره نمود (وارفیلد، 1974). در این روش ابتدا به شناسایی عوامل مؤثر و اساسی پرداخته و سپس روابط بین این عوامل و راه دستیابی به پیشرفت توسط این

عوامل ارائه شده است. مدل ساختاری تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص‌ها که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند را تعیین نماید.

این روش با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به تحلیل ارتباط بین شاخص‌ها می‌پردازد؛ بنابراین در این تحقیق پس از بررسی پیشینه موضوع و انجام مصاحبه، با استفاده از تحلیل محتوا، ابعاد و شاخص‌های مدل کسب‌وکار انطباقی شناسایی و سپس مدل‌سازی ساختاری تفسیری برای ایجاد و تفسیر روابط بین ابعاد به‌کاررفته است. به‌طور خلاصه مراحل اجرای مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌صورت ذیل است که در ادامه هر یک از آن‌ها تشریح می‌شود.

- شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌ها در مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات
- تعیین رابطه مفهومی بین مؤلفه‌ها با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری
- تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری
- تشکیل ماتریس دستیابی
- تعیین روابط و سطح‌بندی بین مؤلفه‌ها
- ترسیم مدل و شبکه تعاملات مؤلفه‌های مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات

تعیین رابطه مفهومی بین ابعاد، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌ها

- تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری⁴

پس از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات، در گام بعدی با استفاده از حالت روابط مفهومی، ماتریس خود تعاملی ساختاری از ابعاد، مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌های مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات تشکیل شده است. این ماتریس توسط بیست خبره و متخصص فعال در حوزه نگهداری و تعمیرات تکمیل شده است. خبرگان بر اساس رابطه مفهومی " منجر به " و با استفاده از علائم زیر ماتریس‌ها را تکمیل نمودند.

V: i منجر به j می‌شود.

X: تأثیر دوطرفه (j به i و i به j).

A: j منجر به i می‌شود.

O: عدم وجود رابطه بین دو بعد.

سپس پاسخ‌های مشترکی که از بیشترین فراوانی برخوردار بود، انتخاب شد زیرا منطق مدل‌سازی ساختاری تفسیری منطبق بر روش‌های نا پارامتریک است و بر مبنای مُد⁵ در فراوانی‌ها عمل می‌کند. درنهایت ماتریس خودتعاملی ساختاری به‌صورت جدول (3) حاصل شد.

جدول شماره (3): ماتریس خودتعاملی ساختاری مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات

کد	j \ i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	منابع انسانی		X												
2	استراتژی														
3	تاکتیک‌ها														
4	مراقبت‌های پایه														
5	مدیریت داده‌ها														
6	طرح‌ریزی تحقق فرایند نت														
7	مدیریت اندازه‌ها														
8	RCM														
9	تأمین														
10	TPM														
11	استانداردهای مدیریتی														
12	پدافند غیرعامل														
13	بهینه‌سازی														
14	امنیت داده‌ها ISO 27001														

- تشکیل ماتریس دستیابی⁶

در این مرحله ماتریس خودتعاملی ساختاری به ماتریس دستیابی تبدیل می‌شود. ماتریس دستیابی از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی صفر

5.mode

6.Reachability matrix

ردیف	تعیین روابط و سطح‌بندی بین ابعاد														تعیین روابط	
	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1		j
8	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	استانداردهای مدیریتی	11
8	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	پدافند غیرعامل	2
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	بهینه‌سازی	13
8	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	امنیت داده‌ها ISO 27001	14
11	0	8	14	8	8	13	5	13	11	5	11	3	7	2	قدرت نفوذ	

- تعیین روابط و سطح‌بندی بین ابعاد

برای تعیین سطح و اولویت متغیرها، مجموعه دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز برای هر متغیر تعیین می‌شود. مجموعه دستیابی⁷ هر متغیر شامل متغیرهایی می‌شود که از طریق این متغیر می‌توان به آن‌ها رسید و مجموعه پیش‌نیاز⁸ شامل متغیرهایی می‌شود که از طریق آن‌ها می‌توان به این متغیر رسید. این کار با استفاده از ماتریس دستیابی انجام می‌شود. پس از تعیین مجموعه دستیابی و پیش‌نیاز برای هر متغیر عناصر مشترک در مجموعه دستیابی و پیش‌نیاز برای هر متغیر شناسایی می‌شوند. معیارهایی که مجموعه مشترکشان با مجموعه دستیابی‌شان یکی باشد، سطح اول اولویت را به خود اختصاص می‌دهند. پس از تعیین این متغیر یا متغیرها، آن‌ها را از جدول حذف کرده و با بقیه متغیرهای باقیمانده جدول بعدی را تشکیل می‌دهیم. در جدول دوم نیز همانند جدول اول متغیر سطح دوم را مشخص می‌کنیم و این کار را تا تعیین سطح همه متغیرها ادامه می‌دهیم. بدین ترتیب در این تحقیق طی شش مرحله سطوح شش‌گانه حاصل شد که به دلیل اختصار، نتیجه نهایی این شش مرحله در جدول (5) نمایش داده شده است.

7.Reachabilityset

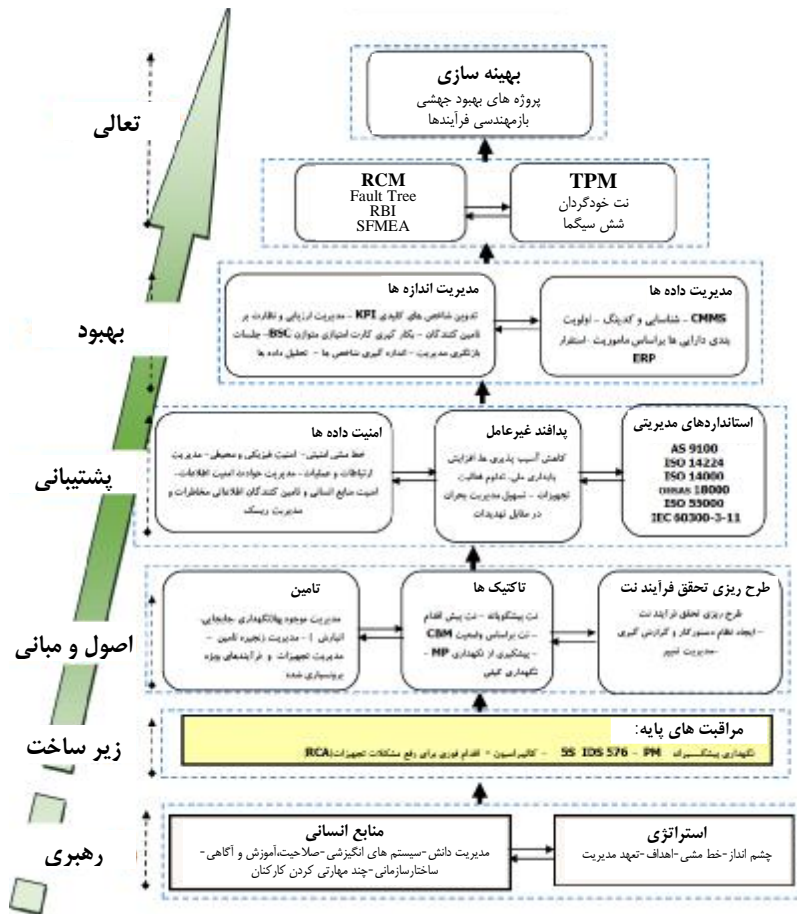
8.Antecedent set

جدول شماره (5): تعیین روابط و سطوح ابعاد مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات

مؤلفه	دسترس پذیری	مقدم	اشتراک	سطح
1	-12-11-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-13	-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-13-12-11	2 و 1	7
2	-12-11-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-13	2	2	7
3	13-10-8-7-5-3	9-7-6-4-3-2-1	3	5
4	-13-12-11-10-9-8-7-6-5-4-3 14	4-2-1	4	6
5	13-10-8-7-5	-12-11-9-7-6-5-4-3-2-1 14	7 و 5	3
6	14-13-12-11-10-9-8-7-6-5-3	9-6-4-2-1	9 و 6	5
7	13-10-8-7-5-3	-12-11-9-7-6-5-4-3-2-1 14	7 و 5 و 3	3
8	13-10-8	-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-12-11	10 و 8	2
9	14-13-12-11-10-9-8-7-6-5-3	9-6-4-2-1	9	5
10	13-10-8	-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-12-11	10 و 8	2
11	14-13-12-11-10-8-7-5	14-13-12-9-6-4-2-1	14 و 13 و 12	4
12	14-13-12-11-10-8-7-5	14-13-12-9-6-4-2-1	14 و 13 و 12	4
13	13	-10-9-8-7-6-5-4-3-2-1 14-13-12-11	13	1
14	14-13-12-11-10-8-7-5	14-12-11-9-6-4-2-1	14 و 12 و 11	4

- ترسیم مدل و شبکه تعاملات ابعاد مدل کسب و کار انطباقی

پس از تعیین روابط و سطوح متغیرها می‌توان آن‌ها را به شکل مدلی ترسیم نمود. بدین منظور ابتدا متغیرها برحسب سطح، از بالا به پایین تنظیم می‌شوند و با استفاده از سطح‌بندی انجام‌شده دیاگرامی با عنوان مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات ترسیم می‌شود. بدین صورت که مؤلفه 13 به عنوان سطح اول شناخته شد و مؤلفه‌های 10 و 8 در دومین سطح دیاگرام قرار می‌گیرند و به همین ترتیب سایر مؤلفه‌ها در سطوح دیگر دیاگرام قرار می‌گیرند. این دیاگرام در شکل (1) ارائه شده است.



شکل شماره (1): مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات

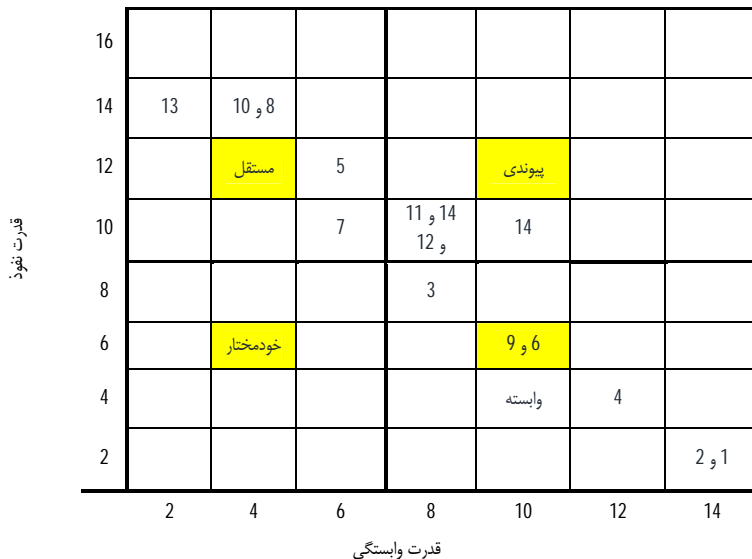
- خوشه‌بندی ابعاد

برای بخش‌بندی معیارها در ماتریس دستیابی نهایی باید برای هر یک از معیارها قدرت هدایت و وابستگی محاسبه شود. قدرت هدایت یک معیار، تعداد معیارهایی است که بر معیار مربوطه تأثیر می‌گذارند و منجر به دستیابی به آن می‌شود. این قدرت‌های

هدایت و وابستگی در تحلیل ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی⁹ (MICMAC) دسته‌بندی و استفاده می‌شوند که در آن، معیارها به چهار گروه خودمختار 1، وابسته 2، متصل 3 و مستقل 4 تقسیم‌بندی می‌شوند. این خوشه‌بندی در جدول (6) و شکل (3) نمایش داده شده است.

جدول شماره (6): قدرت نفوذ - وابستگی مؤلفه‌ها

متغیرها	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
قدرت نفوذ	2	2	7	3	11	5	11	13	5	13	8	8	14	8
وابستگی	14	14	6	12	5	11	6	3	11	3	8	8	1	8



شکل شماره (2): ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش دستیابی به یک مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات در یک سازمان فناور است. در این راستا در گام اول، عناصر تشکیل‌دهنده مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات از مباحث نظری (به روش مرور نظام‌مند) و مصاحبه با خبرگان (تحلیل محتوا در قالب پانل خبرگان) شناسایی شد. متناسب با شرایط ویژه مورد مطالعاتی، ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های این مدل استخراج شد که خروجی این مرحله چهارده مؤلفه و پنجاه‌وشش زیرمؤلفه می‌باشد.

در گام بعدی برای برقراری ارتباط و توالی بین ابعاد و ارائه مدل ساختاری از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری بهره گرفته شد؛ که در این روش بر اساس مُد نظرات خبرگان و تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته، مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات احصا شد.

نتایج تحقیق بیانگر آن است که شش بعد اصلی (رهبری، زیرساخت، اصول و مبانی، پشتیبانی، بهبود و تعالی) هر سازمان فناوری که دارای شرایط سازمان هدف می‌باشد، پایه‌های بنیادین هر مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات است که سایر مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های مدل مورد تحقیق عملاً از این شش بعد آغاز می‌شوند که در نهایت منجر به بهبود و تعالی سازمان و محصولات سازمان که هدف غایی است می‌گردد.

این ابعاد می‌تواند با یکدیگر رابطه تعاملی و دوطرفه داشته باشند. به عنوان مثال در شرایطی ممکن است ابتدا استراتژی رقابتی تغییر نماید و سپس بر زنجیره ارزش درونی و بیرونی شرکت اثر بگذارد و یا بالعکس، توانمندی‌های درونی و بیرونی شرکت شکل‌دهنده استراتژی رقابتی آن باشد. از این جهت تصمیم‌گیری در خصوص میزان منطبق ساختن هر یک از عوامل؛ اهداف و مأموریت تعریف‌شده، استراتژی عمومی شرکت، روش ورود به بازار خارجی، ساختار سازمانی، منابع (انسانی، مادی و فناورانه)، فرایندهای اصلی شرکت و توانمندی به‌کارگیری بهینه منابع، میزان تعهد مدیریت جهت حضور در بازارهای خارجی، شبکه شرکای بیرونی شرکت اعم از تأمین‌کنندگان و هماهنگی بین اعضای این شبکه از جمله اقدامات اولیه‌ای است که می‌بایست مورد توجه مدیران قرار گیرد. پس از اتخاذ استراتژی‌های مناسب و به‌کارگیری بهینه عوامل درونی و بیرونی، عملاً شرکت می‌تواند ارزش پیشنهادی خود را به مشتریان بازار خارجی ارائه

نماید. ارزش مباحث سازگار ساختن محصول ارائه شده، کانال و شیوه عرضه محصول، شیوه‌های پیشبرد محصول و برقراری و نگهداری روابط به دست آمده در مدل پیشنهادی بین مؤلفه‌های تشکیل دهنده مدل با ادبیات نظری و کارهای پیشین همخوانی دارد. به عنوان نمونه مدل وایرمن (وایرمن، 2008) اجرای گام به گام فعالیت‌ها را برای اطمینان از انجام همه کارکردهای مدیریت نگهداری و تعمیرات در مدل از نت پیشگیرانه پیشنهاد می‌دهد و قریب به اتفاق مؤلفه‌های وایرمن در مدل پیشنهادی ملحوظ شده است.

با توجه به تمامی مزایای روش ISM محدودیت‌هایی نیز جود دارد. روابط محتوایی میان متغیرها یا معیارها همیشه به دانش کاربران و متخصصان و آشنایی آن‌ها با بنگاه، عملیات و آن صنعت بستگی دارد، در نتیجه این اریب¹⁰ در قضاوت کسانی که به عنوان متخصص در خصوص روابط میان معیارها نظر می‌دهند (که در واقع کاملاً بر نتایج نهایی تأثیرگذار است) وجود دارد. عدم وزن دهی روش ISM از دیگر محدودیت‌های این روش است، لذا می‌توان از تلفیق روش ISM یا روش‌هایی همچون فرایند تحلیل شبکه‌ای¹¹ (ANP) استفاده نمود و پس از درک روابط میان موانع، آن‌ها را وزن دهی و اولویت بندی نمود. همچنین به منظور درک دقیق تر چگونگی روابط میان موانع مختلف مدیریت نگهداری و تعمیرات، می‌توان روابط ساختاری ISM را با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری مورد بررسی قرارداد. پیشنهاد می‌شود از روش‌شناسی این تحقیق نیز به منظور تجزیه و تحلیل عناصر سیستم‌های دیگری در حوزه مربوط به مدیریت نگهداری و تعمیرات از جمله درک روابط درونی میان مؤلفه‌های مدل مدیریت نگهداری و تعمیرات ارائه شده در این پژوهش در سازمان‌های فناورانه استفاده شود.

10. Bias

11. Analytical Network Process

References

- Aghaii, A., Akbari, M., & Mohamadi, K.(2011), Investigation Factors Affecting the Implementation of Preventive Maintenance Notes NAJA Vehicles. *Towsee Human Resource Management*, 22,109-132, (In Persian).
- Bahrami M., & Alam Tabriz, A.(2009), Assessment of Readiness for Implementation of TPM (Case Study in Iran Chassis Maker Company). *Industrial Management Studies*, 13, 1-18, (In Persian).
- Crespo Marquez, P., Moreu de Leon, J. F., Gomez Fernandez, C., Parra, M., & Lopez Campos, M.(2009), The Maintenance Management Framework: A Practical View to Maintenance Management. Department of Industrial Management, School of Engineering-University of Seville, Seville.
- Haj Shir Mohammadi, A.(2007), Total Productive Maintenance. Esfahan: Arkan Publication, (In Persian).
- Haj Shir Mohammadi, A.(2004), Maintenance Planning. Esfahan: Ghazal Publication, (In Persian).
- Karimi Govareshaki, M. H., & Hosseni S.J.(2015), Comparative Study of the Various Facilities Maintenance Strategies with the Objective of Identifying the Strategy Compatible with Sensitive Industries.
- Labib, A.W.(1998), World-Class Maintenance Using a Computerised Maintenance Management System. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 4, 66-75.
- Lotf Zadeh F., Sofiyabadi, J., Changiz Valmmohamadi, C.H. (2018), Selecting Preventive and Maintenance Strategy Towards the to Improve the Assessment Indexes of Dependability and

- Variability's Criteria. *Journal of Productive Management*, 11(42), 175-196, (In Persian).
- Moubray, J.(2010), *Reliability-Centered Maintenance*. Tehran: Ariyana Ghalam Publication, (In Persian).
- Márquez, A.C., León, P., Fernández, J.F., Márquez, C.P., & Campos, M.L.(2009), *The Maintenance Management Framework: A Practical View to Maintenance Management*. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 15(2), 167-178.
- Mishra, R. P., Kodali, R. B., Gupta, G., & Mundra, N.(2015), *Development of a Framework for Implementation of World-Class Maintenance Systems Using Interpretive Structural Modeling Approach*. *Procedia CIRP*, 26, 424-429.
- Madadhooshi, M., & Haditabar, J.(2018), *Developing a Local Model of Organizational Agility in Knowledge based Firms: Applying the Interpretive Structural Modeling Approach ISM*. *Journal of Productive Management*, 11(44), 7-34, (In Persian).
- Oil Industry. (2015), *Physical Assets Management Strategic Statute*, (In Persian).
- Pintelon, L. M., & Gelders L.F.(1992), *Maintenance Management*.
- Rajesh P., Mishraa, R., & Nidhi, M.(2015), *Development of a Framework for Implementation of World-Class Maintenance Systems Using Interpretive Structural Modeling approach*. 12th Global Conference on Sustainable Manufacturing.
- Shekari, F.(2016), *Second Conference of Maintenance Management 3M (Maintenance Material Management model), with Problems and Solution in Maintenance*, (In Persian).
- Shirmohammadi, A.(1998), *TPM Maintenance-First Edition*. *Industrial Management*, (In Persian).

- Sharifi, H., & Zhang, Z.(1999), A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organizations: An Introduction. International Journal of Production Economics, 62(1-2), 7-22, (In Persian).
- Thakkar, J., Kanda, A., Deshmukh, S.(2008), Interpretive Structural Modeling (ISM) of IT-Enablers for Indian Manufacturing SMEs. Information Management & Computer Security, 16, 113-136.
- Wireman, T.(2008), Preventive Maintenance: Industrial Press.
- Warfield, J.W.(1974), Developing Interconnected Matrices in Structural Modelling. IEEE Transcript on Systems, Men and Cybernetics, 4(1), 51-81.
- Wal, R. W. E., & Lynn, D.(2002), Total Productive Maintenance in a South African Pulp and Paper Company: A Case Study. The TQM Magazine, 14(6), 356-366.

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 109 - 148

تاریخ دریافت: 96/12/22

تاریخ پذیرش: 97/06/19

طراحی مدل بهینه برند منابع انسانی در سازمان های دولتی (در راستای بهره‌وری منابع انسانی)

کریم اسکندری¹

دکتر نسرين جزینی^{2*}

دکتر غلامرضا معمارزاده طهران³

دکتر مرتضی موسی‌خانی⁴

دکتر علی محتشمی⁵

چکیده

برندسازی منابع انسانی رویکرد نسبتاً جدید برگرفته از حوزه «بازاریابی» است و به منزله روح بازاریابی منابع انسانی است. این عرصه در حال ظهور، فرصت بزرگی برای توسعه مفروضات منابع انسانی و تثبیت موقعیت سازمان‌های دولتی به عنوان برند، فراهم می‌کند. هدف این پژوهش طراحی مدل بهینه برند منابع انسانی در سازمان‌های دولتی به روش استنتاج فازی می‌باشد. پژوهش حاضر به روش ترکیبی (کیفی-کمی) انجام شده است. بر این اساس در بخش اول تحقیق به منظور ارائه مدلی جامع از برندسازی منابع انسانی، از روش پژوهشی کیفی فراترکیب استفاده شد. بدین ترتیب که بعد از شناسایی مقولات، مفاهیم و کدهای برند منابع انسانی، مدل مفهومی اولیه تحقیق شکل گرفت. در بخش دوم پژوهش برای ارائه ترکیب مطلوب مؤلفه‌های مدل به گونه‌ای که بتوان برند منابع انسانی را بهینه نمود از روش مدل‌سازی ریاضی (سیستم خبره فازی) استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اگر کارکنان سازمان‌های دولتی؛ 13/3 درصد به بعد ارزش‌های سازمانی، 87/3 درصد به بعد ارزش‌های فرهنگی، 44/2 درصد به بعد ارزش‌های اجتماعی، 76/3 درصد به بعد ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی، 29/9 درصد به بعد شایستگی‌های فردی، 88/6 درصد به بعد شایستگی‌های تخصصی و 29/3 درصد به بعد برند کارفرما توجه و تمرکز نمایند، آنگاه برند منابع انسانی آنها به میزان 49/5 درصد بهینه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: منابع انسانی، برند منابع انسانی، ترکیب بهینه، استنتاج فازی.

1. گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران، Sgandari.k@qiau.ac.ir

2. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسؤول) nasrin-jazani@sbu.ac.ir

3. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، memarzadeh@srbiau.ac.ir

4. استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، Mousakhani@srbiau.ac.ir

5. دانشیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران، Mohtashami07@qiau.ac.ir

مقدمه

سازمان‌های امروزی با چالش‌های زیادی در مورد منابع انسانی خود مواجه هستند (رابینز، 1385، 28). بر اساس پیمایش صورت گرفته توسط مشاوره «دلویت»¹ در سال 2007 بزرگترین دغدغه سازمان‌ها در آمریکا، جدا از مسأله بقا و سودآوری، چگونگی جذب و حفظ استعدادها بوده است (هانسن²، 2007، 13). صاحب‌نظران منابع انسانی معتقد هستند که بقا و پایداری سازمان‌ها در گرو فرآیندهای شناسایی، جذب و نگهداری کارکنانی است که بدنه شایستگی‌های اصلی سازمان را تشکیل می‌دهند (برگر³، 2004، 4). موچا (2004) برآورد کرده است که 17 درصد کل شاغلان، در حال ترک شغل فعلی خود هستند. این رقم در مورد مدیران جوان، 60 درصد بیشتر از همین احتمال در مدیران با سابقه بیشتر است. ضمن اینکه برون‌سپاری فرآیندهای مهم در سازمان‌ها، وفاداری و اعتماد میان کارفرما و کارکنان را به شدت کاهش داده است؛ به طوری که از این کاهش وفاداری با تعبیر «مواج کوبنده سونامی ناشی از خروج کارمندان» یاد می‌شود (تانسلی⁴، 2006، 1-16). جالب است که در چنین اوضاعی افراد مستعد انتخاب‌های شغلی بیشتری در پیشرو دارند. این امر تا حدی ناشی از تغییرات زیادی است که در ارزش‌های نیروی کار و خصوصاً استعدادها به وجود آمده است. افرادی که از توانایی‌های بالقوه بیشتری برخوردارند، درصدد چانه‌زنی با کارفرمایان برای عقد قراردادهای بهتر بر می‌آیند و به محض اینکه انتظارت آنان برآورده نشود، اقدام به تغییر شغل می‌کنند. با این وضع لازم است که برنامه‌ریزی صحیحی را برای مدیریت موفقیت‌آمیز منابع انسانی ارزشمند و استعدادهای بالقوه سازمان به اجرا درآورد (سومیا⁵، 2008، 45-55). که بحث «برند منابع انسانی» موضوعی است که در این راستا مطرح گردیده، امروزه به عنوان یک استراتژی اصلی استخدامی درآمده است.

برندسازی در ابتدا برای تمایز محصولات ملموس به کار گرفته می‌شد، اما در طول زمان برای تمایز انسانها، مکانها، سازمان‌ها به کار گرفته می‌شود (رحیمیان، 1392،

-
1. Deloitte
 2. Hansen
 3. Berger
 4. Tansley
 5. Soumya

128). ویژگی‌های شخصیتی انسان توسط عوامل چندبعدی مانند: «رفتار فردی»، «ظاهر»، «نگرش و اعتقادات» و «خصوصیات دموگرافیک» مشخص می‌شود. بر اساس نظریه صفت، مشاهده می‌شود که پنج بعد شخصیتی پایدار وجود دارد، همچنین این ابعاد شخصیت انسان را «پنج‌بزرگ»¹ نامیدند (لینچ²، 2006). «پنج‌بزرگ» ابعاد شخصیت انسانی برون‌گرایی/درون‌گرایی، سازگاری، آگاهی (هوشیاری)، ثبات عاطفی (استواری هیجانی) و فرهنگ هستند. بر اساس این ابعاد، شخصیت انسان شامل پنج عنصر: «صداقت»، «هیجان»، «شایستگی»، «پیچیدگی (دل‌فریبی)» و «ناهمواری (پستی و بلندی)» هستند. این الگو نشان می‌دهد که این ابعاد شخصیتی برند ممکن است به روش‌های مختلف بر اولویت مخاطبان به دلایل مختلف عمل کنند یا تأثیر بگذارند. مدل «پنج‌بزرگ» در روابط بین فردی افراد خود را بروز دهد و اصولاً «برندشخصی»³ در ذهن مخاطبان شکل می‌گیرد (کُرنبرگر⁴، 2010). برند شخصی افراد تمامی ارتباطات و مناسبات آنها را تحت‌الشعاع قرار داده، نوع ادراک و تصور دیگران نسبت به آنها را شکل می‌دهد. منزلت، احترام، محبوبیت و شأن اجتماعی افراد، وابستگی تنگاتنگی با برند شخصی آنها دارد (لایر و همکاران⁵، 2005). از این‌رو شناخت این حوزه برای حضور در فضاهای رقابتی با تنوع کارکردهای مدیریت و همچنین، چند منظوره شدن فعالیت‌ها تبدیل به یکی از مهم‌ترین الزامات توسعه مهارت‌های فردی شده است (صائمیان و همکاران، 1392). از نظر «بویاتزیس» شایستگی به طور کلی روی صفات و ویژگی‌های اساسی یک شخص تأکید دارد، این صفات می‌توانند انگیزش، رفتار، مهارت و تصور فرد از نقش اجتماعی و یا مجموعه‌ای از دانش باشد که فرد در انجام کارها و فعالیت‌ها، از آنها استفاده می‌کند (نیرومند و رنجبر، 1389). شایستگی عبارت از مجموعه توانایی‌ها و ظرفیت‌هایی است که دارنده آن را قادر می‌سازد در چارچوب محدودیت‌های درون و برون سازمانی در ایفای نقش و وظایف کاری خود عملکرد مطلوبی داشته، علاوه بر آن تضمین‌کننده موفقیت سازمانی نیز باشد (صائمیان، 1387).

-
1. Big Five
 2. Lynch
 3. Personal Branding
 4. Kornberger
 5. Lair, Sullivan, & Cheney

گالارت و جاکینتو شایستگی‌ها را شامل «شایستگی‌های فکری» (حل مشکلات، مدیریت اطلاعات، درک فرآیندها و سیستم‌ها، استقلال و مسؤولیت)، شایستگی‌های پایه (توانایی خواندن و نوشتن، استفاده و تفسیر نمادها و فرمول‌های ریاضی)، شایستگی‌های فنی (دانش ابزارها و عملکرد ماشین آلات، ابزار و روش‌های کار)، شایستگی‌های رفتاری می‌دانند. از نظر فرموجر، شایستگی‌های مورد نیاز برای استخدام شامل شایستگی‌های پایه، اصلی، نگرشی و فنی است (گالارت و همکاران¹، 1997). در الگوی شایستگی کنسرسیوم ابعاد شایستگی دانش، مهارت، نگرش و توانایی هستند (فتحی و شعبانی‌راوری، 1386). در تعریف «کنسرسیوم الگوی شایستگی منابع انسانی (2006)» شایستگی عبارت است از دانش، مهارت و توانایی مشخص، قابل توصیف و اندازه‌گیری و یا ویژگی‌های فردی از جمله نگرش، رفتار، توانایی فیزیکی که برای انجام یک وظیفه در یک کسب و کار مشخص ضرورت دارد (زاهدی و شیخ، 1389، 103).

محققان و اندیشمندان مدیریت امروزه بر این باور هستند که دانش و مهارت منابع انسانی مهم‌ترین منبع مزیت رقابتی سازمان است (نیرومند و رنجبر 1389). توجه به یکایک این مهارت‌ها و توانمندی‌ها نشان‌دهنده آن است که هر یک از آنها، در فرآیندی بلندمدت و با تلفیقی از قابلیت‌های ژنتیکی و تلاش‌های فردی در بستر محیط، ایجاد و تقویت گردیده‌اند. بنابراین کشف چگونگی و شناسایی روش‌های مناسب برای تربیت افراد مستعد جهت تصدی مشاغل مدیریتی بسیار حایز اهمیت می‌شود و از اثربخش‌ترین راهکارهای ممکن جهت استفاده هر چه بیشتر از تجارب و توانمندی‌های بالقوه منابع انسانی در حساس‌ترین پست‌های اجرایی هر سازمانی به شمار می‌رود (زکلیلی، 1377). در واقع به منظور رقابت بی‌رحمانه در عصر جهانی‌شدن، جایی که تأکید بر مراقبت از مشتری و تغییرات پارادایم در فناوری اطلاعات وجود دارد و همچنین فناوری اطلاعات خدمات فعال، ایجاد کرده که سازمان‌ها روی مدیریت کارکنان ماهر، کارکنان با استعداد و حفظ کارکنان دانشی و برانگیختن استعدادهای برتر از طریق برند منابع انسانی تمرکز کنند. مدیریت‌ارشد سازمان نقش بسیار مهمی در برندسازی منابع انسانی برای سازمان دارد. ارتباطات آنها ضروری بوده و اعتماد آنان به استعدادهای نیز بسیار مهم است. سازمان‌ها کارکنان جدید استخدام نمی‌کنند بلکه شناسایی استعدادهای همیشه مورد استقبال واقع

می‌شوند. سازمان هایی که کارکنان با استعداد خود را توانمند می‌کنند، شانس بهتری در داشتن مشتریان راضی دارند. نیروهای بااستعداد در مورد توانمندی و قابلیت‌های خود، آگاهی کامل دارند و هنگامی که امکان توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌های خود را احساس کنند. فرصتی برای نشان دادن توانایی‌های بالقوه خود در سازمان های دیگر جستجو خواهند کرد. این وظیفه مدیریت منابع انسانی است که از نقش برندسازی منابع انسانی از طریق مدیریت استعداد در جلب مشتریان راضی حمایت کنند (سینگ¹، 2012، 3). از طرفی در سازمان های هزاره جدید تأکیده‌های فراوانی بر دارایی‌های ناملموس نظیر برند، نوآوری، خلاقیت، کارآفرینی و سرمایه‌های دانشی می‌شود (براندت و کوول²، 2007، 1). بنابراین منابع انسانی باید قادر به ارائه خدمات به عنوان «نماینده برند» برای سازمان خود باشد. به عبارت ساده‌تر نگرش و دلبستگی³ کارکنان به سمت تصویر برندکارفرما است که از طریق فرهنگ سازمان ترویج شده است. «برندسازی کارکنان»⁴ با عبارت «مدیریت استعداد» مترادف است. از این‌رو برندسازی کارکنان از طریق مدیریت استعداد برای جلب رضایت مشتری به راحتی می‌تواند از طریق تمرکز کامل بر مدیریت استعداد به دست آید که اساساً از پنج عنصر تشکیل شده است مثل؛ جذب⁵، انتخاب⁶، به کارگماری⁷، حفظ و نگهداری کارکنانی که به طور کلی در رابطه با شناسایی شکاف‌های استعداد، برنامه‌ریزی توسعه، حفظ کارکنان با استعداد به وسیله شیوه‌های نوین به عنوان اجرای استراتژی‌های مختلف است (سینگ، 2012، 3). چند نکته مهم برای مدیریت استعداد وجود دارد که باید اجرا شود. به عنوان مثال حمایت از مدیر عامل شرکت و مدیران رده بالا (گراتون⁸، 200). «انگیزش⁹» و «دلبستگی¹⁰» عناصر کلیدی برای برندسازی کارکنان از طریق مدیریت استعداد می‌باشد (وارن و کوردی¹¹، 2003).

-
1. Singh
 2. Brandt & Kull
 3. Attitude & Engagement
 4. Employee Branding
 5. Attracting
 6. Selecting
 7. Engaging
 8. Gratton
 9. Motivation
 10. Engagement
 11. Warren & Kourdi

کارکنان با اشتیاق و دلبسته به سازمان همیشه رضایت شغلی بالایی از خود نشان می‌دهند و به آینده سازمانی اعتماد دارند. برانگیختن استعداد واقعاً کار آسانی نیست مگر اینکه مدیر ارشد سازمان در این مسیر کمک کند.

سازمان‌های مختلف از طریق پیوند با منابع انسانی با استعداد، فراتر از رابطه سنتی کارگر و کارفرما و روابط موجود در محل کار، مجبور به برندسازی منابع انسانی هستند. به علاوه استعداد موجود در سازمان باید پایه و اساس استراتژی سازمان در زمینه مدیریت استعداد و حفظ منابع انسانی باشد (سینگ، 2012، 3). اولین بار مفهوم‌سازی فرآیند برند منابع انسانی که توسط مایلز و منگولد¹ (2004) ارائه شد در واقع یک تئوری مادر² است که بسیاری از محققان قبلی در تحقیقات خود از آن استفاده کرده‌اند. فرآیندهای آنها بیشتر بر روان کارکنان متمرکز شده است که شامل؛ دانشی از تصویر برند مطلوب³ و قراردادهای روانی⁴ می‌باشد. مدل اساسی دیگر، مدل 4E از چارچوب برند منابع انسانی می‌باشد که بطور کلی توسط ممون و کلاچی⁵ (2012) ارائه شده است. مدل 4E برای برند منابع انسانی شامل؛ دلبستگی کارکنان⁶، توانمندسازی کارکنان⁷، آموزش کارکنان⁸ و ارزش ویژه کارکنان⁹ می‌باشد.

اینده¹⁰ (2003) و میتچل¹¹ (2002) اظهار داشتند که برند منابع انسانی بر نقش کارکنان در ایجاد و حفظ ویژگی‌های برند¹² مرتبط با محصولات این سازمان متمرکز است. اقدامات معطوف به برندسازی منابع انسانی، هدف عینی هر سازمانی است چرا که این برنامه‌ها برای تأثیر ویژگی‌های برند¹³ بر روی رفتار کاری کارکنان در نظر گرفته شده است که به دنبال آن انتظار می‌رود ویژگی‌های برند در تمامی کارهای آنها مورد

-
1. Miles and Mangold
 2. Basic Theory
 3. Knowledge of Desired Brand Image
 4. Psychological Contract
 5. Memon and Kolachi
 6. Employee Engagement
 7. Employee Empowerment
 8. Employee Education
 9. Employee Equity
 10. Ind
 11. Mitchell
 12. Brand Attributes
 13. Brand Attributes

استفاده قرار گیرد (هارکوئل¹، 2006). «قرارداد روانی²» با هر دو طرف استخدام یعنی هم کارکنان و هم کارفرمایان ارتباط دارد. از دیدگاه کارکنان قرارداد روانی نشان‌دهنده درک ذهنی³ یک کارمند از تبادل متقابل مبتنی بر تعهد⁴ بین خود و سازمان است (کانوای و برینر⁵، 2005). همچنین «قرارداد روانی» به عنوان هسته مرکزی در فرآیند برندسازی منابع انسانی است که در آن مرحله سازمان از قرارداد روانی حمایت می‌کند و از طرفی اعتماد کارکنان را نسبت به کارفرمایان خود و همچنین انگیزه کارکنان را در خدمت‌رسانی به مشتریان و همکاران خود تحت تأثیر قرار می‌دهد (مایلز و منگولد⁶، 200).

با مروری بر مطالعات انجام گرفته در رابطه با موضوع، متوجه می‌شویم که اکثر پژوهش‌های انجام شده، جنبه نظری داشته و بیشتر به ارائه تعاریف و ابعاد برند منابع انسانی و دیدگاه‌های مختلف آن پرداخته‌اند. به عبارتی دیگر محققان بیشتر در این زمینه به تئوری‌پردازی مشغول شده‌اند تا ارزیابی تئوری‌های موجود و ارتباط آن با عملکرد منابع انسانی سازمان (ثانوی‌فرد، 1393)، (سپهوند، 1392)، (حمیدیان‌پور و همکاران، 1392)، (عبدالکریمی‌خلجی، 1392)، (سلیم‌خانیا، 1391)، (حیدری، 1391)، (خشنود، 1390)، (جونز و اوستر⁷، 2013)، (لاری‌سمنانی و ثانوی‌فرد⁸، 2014)، (میمون و کلاچی⁹، 2012) و ...

با توجه به تحقیقات انجام گرفته درمورد برند منابع انسانی، محققان خارجی مدل‌ها و نظریه‌های متفاوتی را در این رابطه معرفی نموده‌اند که با اجرای هر کدام از این مدل‌ها و نظریه‌ها (با توجه به اوضاع اجتماعی و فرهنگی خاص حاکم بر جامعه آماری آن تحقیق) نتایجی نیز ارائه شده که صرفاً قابل استفاده در آن موقعیت‌ها می‌باشد. از این‌رو با توجه به اهداف تحقیق حاضر، به منظور تدوین مدل برند منابع انسانی در

-
1. Harquail
 2. Psychological Contract
 3. Subjective Understanding
 4. Promissory-Based Reciprocal Exchange
 5. Conway & Briner
 6. Miles and Mangold
 7. Jonz & Oster
 8. LariSemnani & SanaviFard
 9. Memon & Kolachi

سازمان‌های دولتی ایران باید از نتایج تحقیقات گذشته به گونه‌ای استفاده کرد که با وضع اجتماعی و فرهنگی ایران و ارزش‌های فردی، سازمانی و اجتماعی نوع سازمانی که به عنوان جامعه آماری تحقیق انتخاب شده انطباق داشته باشد. به عبارتی دیگر باید قبل از استفاده از نتایج تحقیقات گذشته در تدوین و ارائه مدل، ابعاد و مؤلفه‌های آن را بومی-سازی¹ و متناسب² با سازمان‌های دولتی ایران نمود. همچنین نظر به اینکه پژوهش‌های مختلف بیانگر شناسایی عوامل و طراحی مدل برای برندسازی داخلی، برند کارفرما و برند کارکنان است و در این خصوص تحقیقات متنوعی در سراسر دنیا تا به امروز طراحی و اجرا شده است. اما تاکنون پژوهشی در زمینه طراحی مدل برند منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران انجام نگرفته است. بر این اساس، هدف این پژوهش، طراحی مدل بهینه برند منابع انسانی در سازمان‌های دولتی است. برای دستیابی به این هدف، سؤال‌های اصلی پژوهش به شرح زیر مطرح می‌گردد:

1. مؤلفه‌های برند منابع انسانی در سازمان‌های دولتی کدام هستند؟

2. چه ترکیبی از مؤلفه‌های اشاره شده برند منابع انسانی را بهینه می‌کند؟

جدول (1) مدل مفهومی پیشنهادی پژوهش را که از فرآیند فراترکیب به دست آمده، نشان می‌دهد. در این جدول مدل مفهومی اولیه تحقیق، متشکل از 7 مقوله (ابعاد): «ارزش‌های فرهنگی»، «ارزش‌های سازمانی»، «ارزش‌های اجتماعی»، «ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی»، «شایستگی‌های تخصصی»، «شایستگی‌های فردی»، «برند کارفرما» و 22 مفهوم و 45 کد (شاخص) است. در پژوهش حاضر برای مدل‌سازی از روش اکتشافی فراترکیب استفاده شده است. از ترکیب چارچوب‌ها و نظریه‌های اشاره شده، مدل مفهومی پیشنهادی اولیه پژوهش در جدول (1) ارائه می‌شود:

جدول (1)- مدل اولیه برند منابع انسانی در سازمان های دولتی با استفاده از روش فراترکیب

منبع	مقاله	مفاهیم	کدها (شاخص ها)	منبع
ارزش های فرهنگی	ارزش ها و باورها	پابندی به اخلاق حرفه‌ای، پابندی به ارزش های	مورگان (2011)، هافستد (1980)، حسینی و همکاران (1393)، صانمیان (1393)، صانمیان و همکاران (1392)، کشر و همکاران (1395)، ویتج (2012)، نهج البلاغه	حسینی و همکاران (1393)، صانمیان (1393)، صانمیان (1393)، فقیه زاده و همکاران (1393)
	تحمل ابهام	تحمل پیچیدگی و ابهام، ریسک پذیری، مسؤلیت پذیری		شوابیل (2012)، سنگ (2004)، حسینی و همکاران (1393)، کشر و همکاران (1395)
	سبک زندگی	مثبت اندیشی و خوش بینی، نظم و انضباط، ادب و فروتنی		مابز و منگولد (2004)، لاری سمندی و ثانوی فرد (2014)، مرادی و همکاران (1392)، بکهاوس و تیکو (2004)، سوکرو (2012)، شهناس و جویال (2006)، روسیو (1994)
ارزش های سازمانی	قرارداد رانشناختی	توسعه مسیر شغلی، پاداش شغلی		ارگان (1988)، کاسترو و همکاران (2004)، بولینو و همکاران (2003)، غلام حسینی و همکاران (1389)، علویجه و همکاران (1394)، هداوند و فرهنگند (1393)
	رفتار شهروندی سازمانی	وجدان کاری، آداب اجتماعی		ثانوی فرد (1393)، بنیادی نائینی و همکاران (1393)، یونسی فر و همکاران (1391)، بنسال و موریس (2001)، میرسیاسی و همکاران (1389)، کاپوتها و جوبلی (2016)، عزیز و همکاران (1391)، هادی زاده و همکاران (1391)
	برندسازی داخلی	امنیّت شغلی، آموزش های متنوع و گسترده، پاداش های سخاوتمندانه		ثانوی فرد (1393)، کفاش پور و نیاکان (1388)، چرناونی (2006)، اسفندی رابینز (2005)، دینسون و همکاران (2000)
ارزش های اجتماعی	فرهنگ سازمانی	درگیر شدن در کار، انطباق پذیری		سیدجوادین (1386)، سنگ (2004)، حسینی و همکاران (1393)، تقی زاده و همکاران (1388)
	هنجارهای اجتماعی	احترام به قوانین، اعتماد اجتماعی		هوپرت و رامبرسد (2008)، حسینی و همکاران (1393)، نهج البلاغه
	مسؤولیت اجتماعی	رعایت اخلاق کسب و کار، نوع دوستی		معمارزاده طهران و وزیر نظام دوست (1389)، ثانوی فرد (1393)، ربیعی مندجین و غلامی (1395)، قلاوندی و همکاران (1393)، رویایی و مهردوست (1388)
شاخص های تخصصی	شایستگی حرفه‌ای	دانش سازمانی و دانش شغلی		سانچز (2010)، حسینی و همکاران (1395)، صانمیان (1393)، صانمیان و همکاران (1392)، زاهدی و شیخ (1389)
	منابع قدرت	قدرت مالی، قدرت شخصی (کاربیزما)، قدرت اطلاعات		حسینی و همکاران (1393)، سنگ (2004)
	مهارت های ارتباطی	مهارت کلامی، مهارت غیر کلامی		اسگندری و همکاران (1391)، اسگندری و نقی پور (1393)
شاخص های فردی	دانش	دانش عمومی (رشد و توسعه فردی) دانش تخصصی (دانش چشم انداز شخصی)		صانمیان (1393)، صانمیان و همکاران (1392)، مورگان (2011)، هوپرت و رامبرسد (2008)، کشر و همکاران (1393)
	مهارت	سخت افزاری (دانش کامپیوتر «ICDL») نرم افزاری (توانایی کار باشکته های اجتماعی)		حسینی و همکاران (1393)، مورگان (2011)، شوابیل (2010)
	جذابیت ظاهری	جذابیت فیزیکی، آراستگی ظاهری		کشر و همکاران (1393)، صانمیان (1393)، باینه و همکاران (2011)، حسینی و همکاران (1393) بار-آن زهراکار (1386)، حاجیان و همکاران (1391)، کاب و مایر (2000)، لاری سمندی و ثانوی فرد (2014)، صانمیان (1393)
برند کارفرما	قدرت برند سازمان	آوازه سازمان		رحیمیان (1392)
	پاداش و مزایا	حقوق مبنای بالا، شرایط بازنشستگی		رحیمیان (1392)، باکانوسکی و همکاران (2011)، مراسینگ (2012)، کونینگو و یوربانکو (2013)
	محیط کاری	محیط کاری شاد و مهیج		رحیمیان (1392)، باکانوسکی و همکاران (2011)، برتون و همکاران (2005)
ایرانی - اسلامی	ویژگی های کارکنان جامعه ایرانی	حاکمیت ارزش های دینی، تاکید بر عقلانیت دینی		قانون اساسی و سیاست کلی نظام اداری کشور
	ارزش ها و فرهنگ حاکم در سازمان های دولتی ایران	فرهنگ کار و کارآفرینی، فرهنگ مشارکت جویی		قانون اساسی و سیاست کلی نظام اداری کشور

برند منابع انسانی

ابزار و روش

پژوهش حاضر در دو مرحله پایهریزی شده است: در مرحله اول محقق در تلاش است با استفاده از روش فراترکیب به استخراج مقولات (ابعاد)، مفاهیم (مؤلفه‌ها)، و کدها (شاخص‌های) برند منابع انسانی را از طریق مرور سیستماتیک مباحث نظری استخراج کرده، مدل پیشنهادی خود را ارائه دهد.

روش فراترکیب از انواع مختلف راهبردهای کیفی تحقیق است. فراترکیب رویکرد سیستماتیکی برای محققان فراهم می‌سازد تا تحقیقات را ترکیب و تم‌ها و استعاره‌های پنهان را شناسایی کند و از این طریق دانش موجود را توسعه دهد و دیدی جامع و گسترده ایجاد کند (سیاو و لانگ¹، 2005). از آنجا که مفهوم برند منابع انسانی مفهوم چندبعدی و گسترده است، روش فراترکیب به عنوان روش مناسب برای به دست آوردن تلفیقی جامع از مدل‌های ارائه شده در این حوزه، برپایه تفسیر و ترجمه آنها می‌باشد. بنابراین، روش فراترکیب تصویر بزرگتری را از پدیده مورد مطالعه ارائه می‌دهد و تعمیم‌پذیری بیشتری را در مطالعات مبتنی بر مدرک فراهم می‌سازد (جامی‌پور، 1393، 140). بنابراین با توجه به اینکه هدف اصلی این تحقیق طراحی مدلی جامع می‌باشد که ابعاد مختلف برند منابع انسانی در آن نگریسته شود، از این روش تحقیق استفاده شده است. هدف از این فرآیند آن است که نقاط ضعف مدل‌های مختلف با نقاط قوت سایر مدل‌ها پوشش داده شده، کاستی‌ها نیز در مدل جدید ترمیم شود و مدلی که با مقتضیات سازمان‌های دولتی ایران متناسب و سازگار باشد، طراحی گردد.

مرحله دوم؛ دربارهٔ با مدل‌سازی ریاضی است. محقق به منظور ارائه ترکیب مطلوبی از ابعادی که بتواند برند منابع انسانی را در سازمان‌های دولتی بهینه نماید از روش سیستم خبره فازی استفاده کرده است. مدل‌سازی ریاضی (سیستم خبره فازی) خود شامل 3 گام زیر می‌باشد:

- گام اول. تدوین الگوریتم مدل‌سازی با استفاده از سیستم خبره فازی
- گام دوم. اجرای مراحل شش‌گانه الگوریتم تدوین شده
- گام سوم. ارائه ترکیب مطلوب ابعاد اصلی برندسازی منابع انسانی

در این مرحله برای ارائه ترکیب مطلوب ابعاد هفت گانه برند منابع انسانی از روش سیستم خبره فازی استفاده شده است. به نحوی که ابتدا الگوریتم مدل سازی در شش مرحله تنظیم شد سپس با استفاده از نرم افزار متلب² مراحل بالا به اجرا گذاشته شد و در نهایت ترکیب مطلوب مؤلفه های مدل برند منابع انسانی ارائه گردید.

در حالت کلی تحقیقات علمی بر اساس هدف به سه دسته؛ بنیادی، کاربردی و عملی تقسیم می شوند (حافظنیا، 1376، 40). از آنجایی که این پژوهش به طراحی و ساخت مدلی جدید برای برند منابع انسانی می پردازد و شرایط برندسازی را برای کارکنان بخش دولتی ارائه می کند بر حسب هدف، در مرحله اول، یک پژوهش بنیادی و در مرحله دوم (ارائه ترکیب بهینه) یک پژوهش کاربردی محسوب می شود.

از طرفی تحقیقات علمی را بر اساس ماهیت و روش می توان به 5 گروه؛ تحقیقات تاریخی، توصیفی، همبستگی، تجربی و علی تقسیم بندی کرد (حافظنیا، 1376، 40). پژوهش حاضر بر حسب ماهیت و روش با توجه به اینکه محقق قصد دستکاری داده ها را ندارد و هیچ گونه دخل و تصرفی در داده ها و متغیرها ایجاد نمی کند و وضعیت موجود را مطالعه می کند، پژوهش توصیفی یا غیرآزمایشی بوده و با عنایت به اینکه محقق به دنبال مدل سازی برند منابع انسانی در بخش دولتی ایران می باشد، لذا روش تحقیق از نوع اکتشافی می باشد. از طرفی با توجه به اینکه داده های مورد نیاز این تحقیق با استفاده از پرسش نامه به دست آمده است، یک بررسی پیمایشی محسوب می شود.

جامعه آماری عبارت است از کلیه عناصر و افرادی که در یک مقیاس جغرافیایی مشخص (جهانی یا منطقه ای) دارای یک یا چند صفت مشترک باشند (حافظنیا، 1395، 119). جامعه آماری پژوهش در مرحله مدل سازی ریاضی متشکل از خبرگان دانشگاهی و مدیران سازمان های دولتی به تعداد 20 نفر می باشد. جدول (2) تعداد جامعه آماری پژوهش در این مرحله را نشان می دهد.

جدول شماره (2) - جامعه آماری خبرگان در مرحله مدل سازی ریاضی

تعداد خبرگان	نوع جامعه آماری
10	خبرگان دانشگاهی
10	مدیران سازمان های دولتی
20	جمع کل

در مرحله نظرسنجی از خبرگان، برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری قضاوتی استفاده شده است. در این روش نمونه‌گیری معیارهای پذیرش نمونه مطرح شده عبارتند از:
الف. خبرگان دانشگاهی: شامل اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها که تحصیلات مرتبط با حوزه پژوهش دارند.

1. استادان دارای مدرک دکترای تخصصی مدیریت دولتی
 2. استادان دارای مدرک دکترای تخصصی در رشته‌های علوم اجتماعی اما آشنا به موضوع پژوهش
 3. داشتن مرتبه علمی حداقل استادیار
 4. استادان مطرح و خوشنام (برند) در رشته‌های تخصصی خود
- ب. خبرگان سازمانی: شامل مدیران و کارکنانی که تحصیلات مرتبط با حوزه پژوهش دارند.

1. مدیران دارای مدرک تحصیلی دانشگاهی فوق لیسانس به بالا
2. داشتن سابقه مدیریتی بالای 10 سال
3. داشتن سابقه خدمت بالاتر از 15 سال
4. مدیران و کارکنان خوشنام و مشهور سازمان

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای، میدانی و همچنین از استراتژی تحلیل محتوا به شرح زیر استفاده شده است:

1. روش کتابخانه‌ای: استفاده از کتاب‌ها و مقالات فارسی و انگلیسی و وبسایت‌ها و پورتال‌های اطلاعاتی اینترنتی
2. روش میدانی: در این تحقیق، برای نظرسنجی از خبرگان در رابطه با اجزای مدل توسعه‌افته از مرحله فراترکیب و همچنین مدل‌سازی ریاضی از پرسش‌نامه استفاده شده است.
3. تحلیل محتوا: در این پژوهش از طریق تحلیل محتوا، آثار و مطالعات گروهی از صاحب‌نظران حوزه علوم رفتاری و مدیریت منابع انسانی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته، سپس با تعیین خطوط اصلی اندیشه آنها و تلفیق و دسته‌بندی آثار آنان، تعریف و گروه‌بندی جدیدی برای مؤلفه‌های برندسازی منابع انسانی شده است.

برای سنجش روایی پرسش نامه فازی از روایی صوری استفاده شده است. به نحوی که قوانین پرسش نامه تنظیم شده (قوانین اگر- آنگاه) به خبرگان دانشگاهی و سازمانی ارائه و در چندین مرحله به بحث و نظر گذاشته شد.

جدول شماره (3)-مقیاس پرسش نامه فازی

عنوان پرسش نامه		گزینه های پرسش نامه		
مقیاس پرسش نامه فازی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
مقادیر فازی	(0, .17/5, 17/5)	(.25, 27/5, 42/5)	(.50, 67/5, 32/5)	(.75, 92/5, 57/5)
				خیلی زیاد
				(.100, 82/5, 82/5)

یافته ها

در این قسمت بعد از گردآوری داده ها، محقق باید داده های جمع آوری شده را با استفاده از روش های مناسب تحلیل کند. هدف تحلیل داده ها، استفاده از داده ها برای پاسخ دادن به سؤال های پژوهش است. بر این اساس در تحقیق حاضر، محقق با استفاده از روش فرا ترکیب و بعد از استخراج کدها، مفاهیم و مقوله های مربوط به «برند منابع انسانی» به منظور ارائه ترکیب مطلوب مؤلفه های برند منابع انسانی از مدل سازی ریاضی و روش سیستم خبره فازی با استفاده از نرم افزار متلب فازی ۳ بهره گرفته شده است.

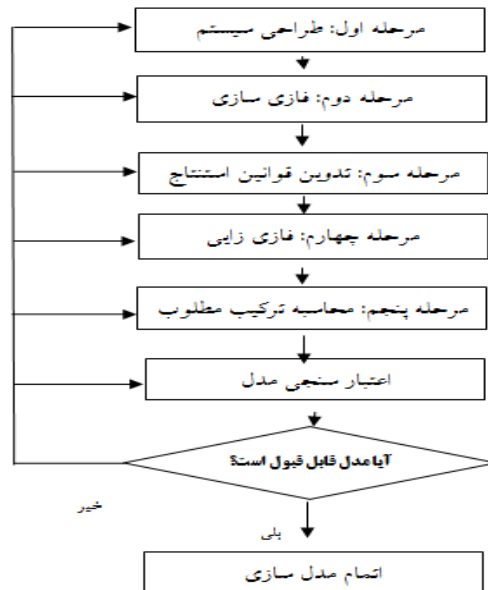
همچنین در این پژوهش به منظور محاسبه ارزش عددی برند منابع انسانی در سازمان های دولتی، بر مبنای تئوری مجموعه فازی عمل شده است. بنابراین با توجه به اینکه پژوهش حاضر قصد دارد با مدل کمی مبتنی بر مجموعه های فازی مقدار و میزان عددی برند منابع انسانی را مورد بررسی قرار دهد، لذا به شرح زیر اقدام شده است:

- دانش مربوط به تعیین ورودی ها و خروجی های سیستم و همچنین قوانین استنتاج از تئوری تحقیق، مدل مفهومی پژوهشی و از طریق مطالعه کتابخانه ای به دست آمده است.

- روش های تجزیه و تحلیل با توجه به مرسوم بودن، کارایی و سهل بودن در به کارگیری، انتخاب شدند. بنابراین برای فازی سازی از شبیه سازی و تابع مثلثی،

برای میانگین فازی از روش ماکزیمم-مینیمم برای استنتاج فازی روش ممدانی به کار گرفته شده است. تمام عملیات ریاضی توسط نرم‌افزار متلب انجام شده است. بنابراین با توجه به اینکه پژوهش حاضر قصد دارد با مدل کمی مبتنی بر مجموعه‌های فازی شکل بهینه ترکیب میان ابعاد برند منابع انسانی را مورد بررسی قرار دهد در ابتدا الگوریتم مدل‌سازی به صورت شکل (1) الگوریتم مدل‌سازی تدوین می‌گردد.

1. الگوریتم مدل‌سازی: با توجه به اینکه مفاهیم طراحی سیستم‌های خبره، الگوریتم مدل‌سازی به صورت شکل (1) الگوریتم مدل‌سازی تدوین گردید. همان‌طوری که در این شکل مشاهده می‌شود، الگوریتم مدل‌سازی از شش مرحله اصلی تشکیل شده است.



شکل شماره (1) - الگوریتم مدل‌سازی

دانش مربوط به تعیین ورودی و خروجی های سیستم و همچنین قوانین استنتاج از تئوری تحقیق از طریق مطالعه کتابخانه های و نظرات 15 نفر از افراد خبره در دسترس به دست آمد. این خبرگان شامل 10 نفر از استادان دانشگاه که دارای مدرک دکترای مدیریت بوده و همچنین پنج تن از مدیران ارشد که سابقه پست معاونت و مدیریتی در سازمان های دولتی را داشتند، می باشد.

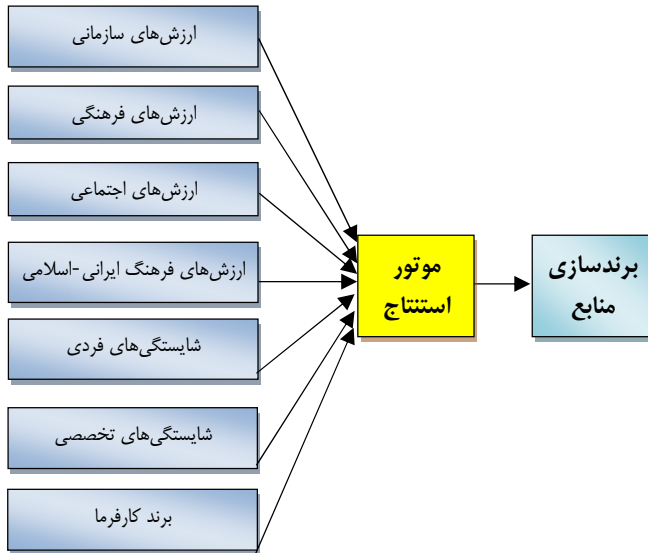
بنابراین برای فازی سازی از تابع مثلثی، برای میانگین فازی از روش ماکزیمم-مینیموم⁴ و برای استنتاج فازی روش ممدانی⁵ به کار گرفته شده است. تمام عملیات ریاضی توسط نرم افزار متلب انجام شده است. همان طوری که در الگوریتم شکل (1) مشاهده می شود پس از تست مدل در صورتی که خطای مدل در حد قابل قبولی باشد، فرآیند مدل سازی به اتمام می رسد در غیر این صورت می بایست مراحل قبلی مورد بازبینی قرار گرفته، اصلاحات لازم را انجام گیرد. در ادامه به منظور محاسبه ترکیب مطلوب ابعاد مدل برندسازی منابع انسانی، هر کدام از مراحل مدل سازی توضیح داده می شود.

مرحله اول: طراحی سیستم فازی

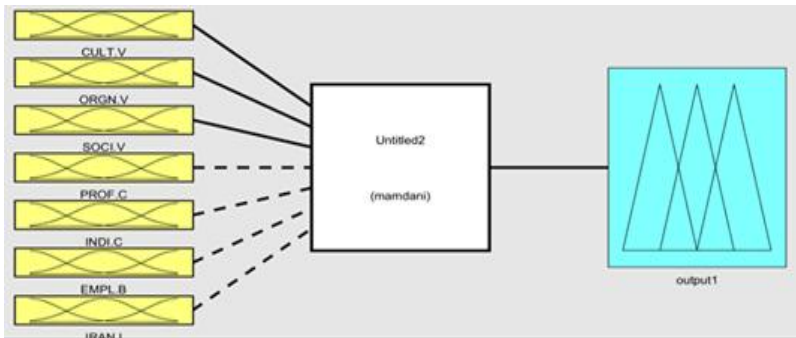
1. تعیین ورودی ها و خروجی ها: در ابتدا طراحی سیستم فازی، ورودی ها و خروجی تعیین می گردند. بنابراین بر اساس مدل طراحی شده در این پژوهش، ابعاد هفت گانه مدل برند منابع انسانی شامل ابعاد (ارزش های سازمانی، ارزش های فرهنگی، ارزش های اجتماعی، ارزش های فرهنگ ایرانی-اسلامی، شایستگی فردی، شایستگی تخصصی و برندکارفرما) به عنوان ورودی های سیستم و مفهوم «برند منابع انسانی» به عنوان خروجی تعیین گردید و شبیه سازی شد. با وارد کردن ضرایب معادلات ساختاری ارزش برند منابع انسانی محاسبه گردید. شکل (2) مدل پژوهش را در قالب موتور استنتاج و همچنین شکل (3) سیستم فازی طراحی شده الگوی برند منابع انسانی توسط نرم افزار متلب به نمایش می گذارد.

4. Min-Max

5. Mamdani



شکل شماره (2) - موتور استنتاج



شکل شماره (3) طراحی سیستم فازی الگوی برند منابع انسانی توسط نرم‌افزار متلب

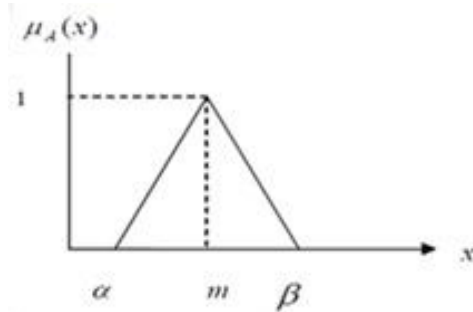
همان‌طوری که در شکل (3) نشان داده شده است، سیستم فازی طوری طراحی شده است به هنگام برخورد با «و» مقدار مینیمم⁶ و به هنگام برخورد با «یا» مقدار ماکزیمم⁷

6. And method= min

را محاسبه می نماید. همچنین در قسمت استلزام⁸ که تصمیم گیری در ارتباط با میزان صحت قوانین را معین می کند، از روش مینیمم و در قسمت تجمیع⁹ که چگونگی جمع بندی خروجی ها را مشخص می کند از روش ماکزیمم استفاده شده است. در این سیستم به منظور فازی زادی¹⁰ مقادیر فازی از روش میانگین وزن ها با مرکز ثقل بهره گرفته شده است.

مرحله دوم: فازی سازی متغیرها

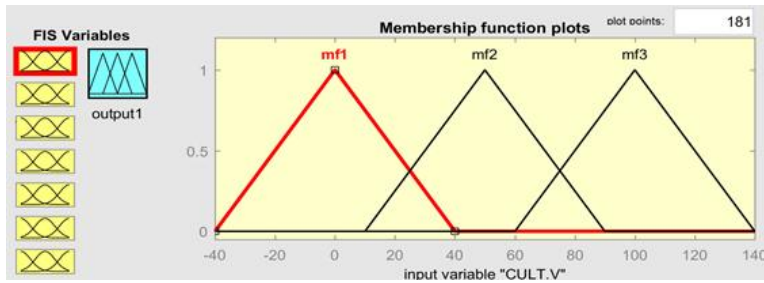
در این مرحله متغیرهای کلامی فازی سازی می شوند. برای فازی سازی متغیرها از تابع مثلثی استفاده شده است. فرمول (1) و شکل (4) مشخصات این تابع را نشان می دهند.



شکل شماره (4) - اعداد مثلثی

در این پژوهش، اعداد فازی مثلثی مربوط به هر متغیر کلامی با نماد $(\alpha \ m \ \beta)$ نشان داده می شود. مرحله فازی سازی از دوگام تشکیل شده است:

-
7. Or method = max
 8. Implication
 9. Aggregation
 10. Defuzzation

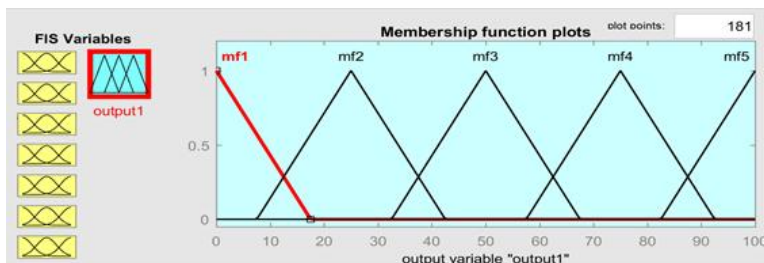


شکل شماره (5) - ترسیم اعداد فازی مربوط به متغیر ورودی ارزش های سازمانی

گام دوم: فازی سازی متغیرهای خروجی: در این تحقیق متغیر خروجی، به پنج متغیر کلامی افزایشی شده است. جدول (5) متغیرهای کلامی و اعداد فازی متغیر خروجی را نشان می دهد. همچنین شکل (6) اعداد فازی را نمایش می دهد.

جدول شماره (5) - متغیرهای کلامی و اعداد فازی متغیر خروجی

برندسازی منابع انسانی	
متغیر کلامی	عدد فازی
خیلی کم (VL)	(17/5, 0, 17/5)
کم (L)	(7/5, 25, 42/5)
متوسط (M)	(32/5, 50, 67/5)
زیاد (H)	(57/5, 75, 92/5)
خیلی زیاد (VH)	(82/5, 100, 117/5)



شکل شماره (6) - ترسیم اعداد فازی مربوط به متغیر خروجی

مرحله سوم: تدوین قوانین استنتاج

همان‌طور که اشاره گردید سیستم فازی طراحی شده سه متغیر ورودی دارد. هر کدام از این متغیرها به سه مجموعه فازی افرابندی شده‌اند. بنابراین در حالت ایده‌آل $(3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 2187)$ قانون نیاز است. در این پژوهش با استفاده از نظرات افراد خبره مبنی بر اهمیت هر یک از قوانین و همچنین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در قسمت معادلات ساختاری برای هر یک از شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و همچنین ابعاد مدل تحقیق، تعداد 162 قانون در این قسمت تنظیم گردید، که این قواعد تحت عنوان پایگاه قواعد فازی در جدول (6) آمده است. در این مرحله ابتدا قوانین اولیه با توجه به تئوری موضوع تدوین گردید. سپس تناقضات و نکات مبهم موجود با افراد خبره در میان‌گذارد شده، اصلاحات لازم انجام گرفت.

جدول شماره (6) - برخی از قوانین استنتاج

ردیف	(IF) ارزش‌های اگر	ارزش‌های سازمانی	فرهنگی	اجتماعی	ارزش‌های ایرانی اسلامی	ارزش‌های فردی	شایستگی‌های تخصصی	شایستگی‌های کارفرما	برند (THEN) منابع انسانی	برندسازی
1	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم	خیلی کم
2	کم	کم	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	خیلی کم
3	کم	کم	کم	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	کم
4	کم	کم	متوسط	کم	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	کم
5	کم	کم	متوسط	متوسط	کم	کم	کم	کم	کم	کم
6	کم	کم	متوسط	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	متوسط
7	کم	کم	زیاد	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم
8	کم	کم	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط
9	کم	کم	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد
10	متوسط	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم	کم

مرحله چهارم: فازی‌زدایی

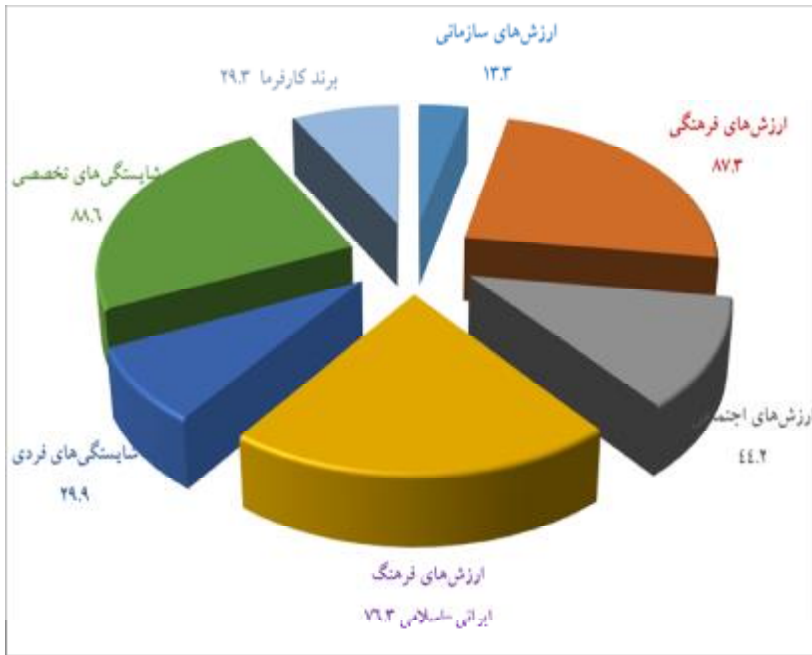
ارزش خروجی‌هایی که در مرحله قبل به دست می‌آید، به شکل فازی هستند. برای ساده‌تر کردن تجزیه و تحلیل، اعداد فازی می‌بایست به اعداد معمولی تبدیل شوند. به عبارت دیگر در این مرحله ارزش خروجی‌ها غیرفازی می‌باشند. همان‌طور که اشاره گردید یکی از روش‌های مرسوم برای فازی‌زدایی روش میانگین مراکز است.

مرحله پنجم: محاسبه ترکیب مطلوب ورودی‌ها
 در این مرحله برای محاسبه ترکیب مطلوب ابعاد برند منابع انسانی، از اطلاعات پرسش نامه‌ای که برگرفته از قوانین موتور استنتاج بوده (طرف مقدم هر قانون) و روایی آن نیز مورد تأیید خبرگان قرار گرفته بود، استفاده شده است. پرسش نامه اشاره شده در اختیار 20 نفر از استادان دانشگاه و مدیران سازمان های دولتی ایران قرار گرفت و از آنها خواسته شد تا در مورد میزان اهمیت و تأثیرگذاری ابعاد هفت‌گانه بر برند منابع انسانی اظهار نظر کنند.

در این بخش با توجه به تعداد پاسخ گویان، برای هر سؤال میانگین اعداد فازی محاسبه گردید. سپس متناسب با متغیر کلامی مربوط به آن، به‌عنوان خروجی (طرف مؤخر هر قانون) در پایگاه قوانین وارد گردید. بعد از تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده توسط سیستم استنتاج فازی، ترکیب مطلوب ابعاد مشخص شد که می‌تواند برندسازی منابع انسانی را بیشینه یا بهینه نماید. نتایج به‌دست‌آمده در قالب جدول (7) و شکل (7) نمایش داده شده است.

جدول شماره (7) - ترکیب مطلوب ابعاد برند منابع انسانی

ابعاد برند منابع انسانی	درصد
ارزش‌های سازمانی	13/3
ارزش‌های فرهنگی	87/3
ارزش‌های اجتماعی	44/2
ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی	76/3
شایستگی‌های فردی	29/9
شایستگی‌های تخصصی	88/6
برند کارفرما	29/3



شکل شماره (7) - ترکیب مطلوب ابعاد برند منابع انسانی

بدین ترتیب که با در نظر گرفتن مقادیر تأثیرگذاری هر یک از ابعاد در مفهوم برند منابع انسانی، قوانین پایگاه داده‌ها تنظیم گردید و میزان طرف مؤثر آن پیش‌بینی گردید. در این قسمت با استفاده از ترکیب ورودی‌ها، خروجی بهینه به دست می‌آید. به عبارتی دیگر زمانی که داده‌های به‌دست‌آمده برای ترکیب ابعاد برند منابع انسانی به عنوان ورودی به سیستم معرفی شود، موتور استنتاج فازی میزان خروجی را محاسبه می‌نماید. متناسب با مدل‌سازی انجام‌شده بهترین ترکیب، ترکیبی است که برند منابع انسانی را به حداکثر لازم افزایش دهد. شکل (8) ترکیب مطلوب ابعاد و همچنین میزان بهینه برندسازی منابع انسانی را نشان می‌دهد.



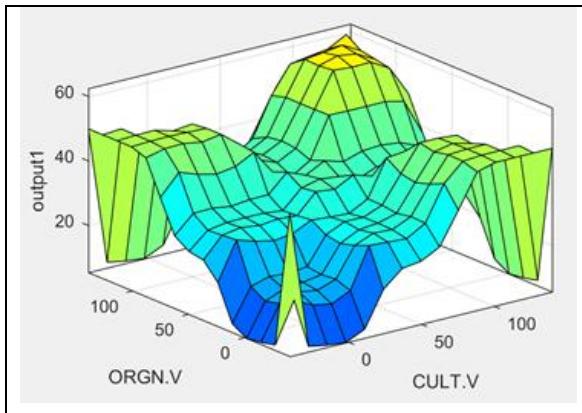
شکل شماره (8) - ترکیب مطلوب ابعاد و میزان بهینه شده برندسازی منابع انسانی

مرحله ششم: اعتبار سنجی مدل

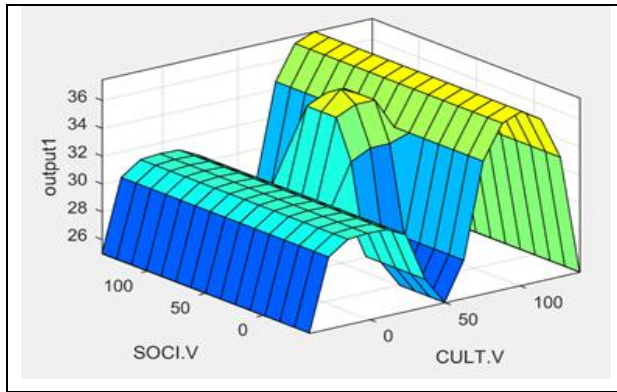
هر مدلی که طراحی می‌شود، به علت اینکه تمام جنبه‌های دنیای واقعی را در خود ندارد، دارای خطایی است. این خطا اگر در محدوده قابل قبول باشد، مدل از اعتبار نسبی برخوردار است در غیر این صورت مدل طراحی شده باید اصلاح گردد. در این مرحله نسبت به اعتبار سنجی ورودی‌ها-خروجی‌ها و قوانین مربوط به موتور استنتاج و هم‌چنین تست دقت مدل اقدام گردیده است.

1. اعتبار سنجی ورودی‌ها-خروجی‌ها و قوانین مربوط به موتور استنتاج: در این قسمت وقتی ورودی‌ها و خروجی فازی شدند و در قالب قوانین استنتاج نتایج به صورت تأثیر ورودی بر روی خروجی مشخص گردید، برای اطمینان بیشتر از صحت قوانین و نتایج کلی که به نوعی ترکیب ورودی و خروجی را نشان می‌داد، نتایج به دست آمده به 15 تن از افراد خبره در دسترس داده شد، سپس با برگزاری جلساتی با افراد خبره از آنها خواسته شد نظرات خود را در مورد نتایج به دست آمده ارائه نمایند، با توجه به حساسیت امر، در مواردی که اختلاف نظر در مورد قوانین وجود داشت بحث و بررسی‌ها انجام شد تا وقتی این گام تکرار می‌گردید که یا نسبت به تعدیل موارد اقدام شود و یا اجماع در مورد نتایج به دست می‌آمد.

2. اعتبار سنجی مدل: برای آزمون مدل از روش تحلیل رفتار خروجی‌ها استفاده گردید. در این روش اندازه سه متغیر ورودی، ثابت در نظر گرفته شده، سپس اندازه سه متغیر دیگر افزایش یا کاهش داده می‌شود. به ازای افزایش و کاهش در ورودی‌ها، اندازه هر خروجی توسط سیستم خبره محاسبه می‌گردد. رفتار به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته، در صورتی که رفتار خروجی‌ها به ازای دو ورودی ثابت و دو ورودی متغیر، بر تئوری ادبیات تحقیق یا نظرات افراد خبره مورد تأیید قرار گیرد، اعتبار سیستم خبره تأیید می‌شود در غیر این صورت سیستم خبره باید اصلاح گردد. برای هر دسته از ورودی (دو به دو) این کار انجام گرفت. خروجی‌های معادل هر ترکیب با استفاده از نرم افزار متلب محاسبه شد. خروجی‌ها علاوه بر محقق توسط افراد خبره نیز با ادبیات تحقیق مقایسه شده، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تحلیل‌های حاصل صحت خروجی‌ها را تأیید کرد. شکل‌های (9) الی (13) این رفتارها را نشان می‌دهد.

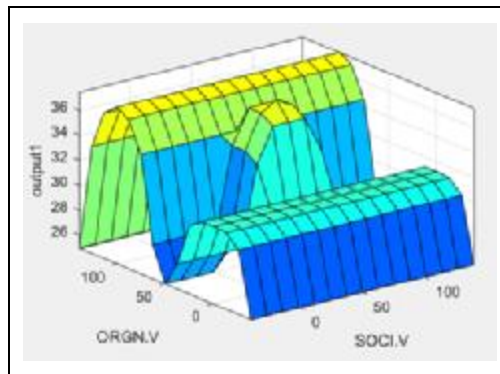


شکل شماره (9) - ترکیب بعد ارزش‌های سازمانی و ارزش‌های فرهنگی با برند منابع انسانی

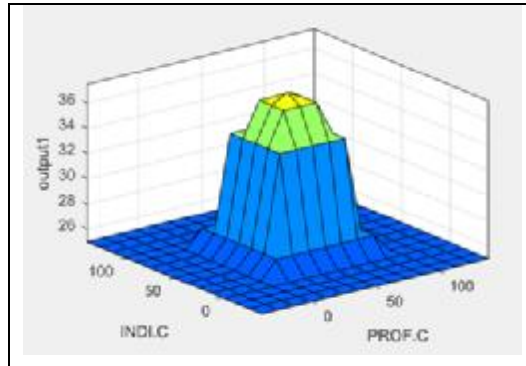


شکل شماره (10) - ترکیب بعد ارزش های اجتماعی و ارزش های فرهنگی با برند منابع انسانی

در شکل (9) رفتار متغیر خروجی یعنی برند منابع انسانی نسبت به پارامترهای ارزش های سازمانی و ارزش های فرهنگی نشان داده شده است. بعد ارزش های فرهنگی نسبت به بعد ارزش های سازمانی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. وقتی منحنی شرایط شخصی به بیش از 40 می رسد تأثیر آن بر برند منابع انسانی قابل توجه است. همچنین مطابق با شکل (10) بعد ارزش های فرهنگی نسبت به بعد ارزش های اجتماعی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. وقتی منحنی ارزش های فرهنگی به بیش از 50 می رسد تأثیر آن بر برند منابع انسانی قابل توجه است.

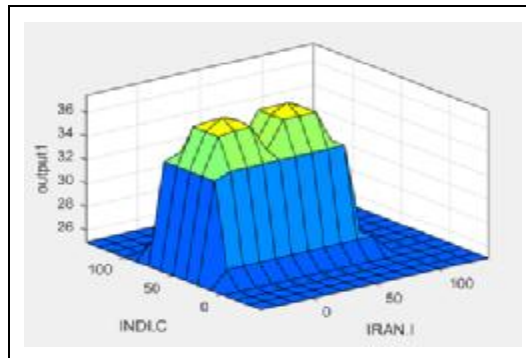


شکل شماره (11) - ترکیب بعد ارزش های سازمانی و ارزش های اجتماعی با برند منابع انسانی



شکل شماره (12)- ترکیب بعد شایستگی‌های فردی و شایستگی‌های تخصصی با برند منابع انسانی

در شکل (11) رفتار متغیر خروجی یعنی برند منابع انسانی نسبت به پارامترهای ارزش‌های اجتماعی و ارزش‌های سازمانی نشان داده شده است. بعد ارزش‌های اجتماعی نسبت به بعد ارزش‌های سازمانی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. وقتی منحنی شایستگی‌های تخصصی به بیش از 50 می‌رسد تأثیر آن بر برند منابع انسانی قابل توجه است. همچنین مطابق با شکل (12) بعد شایستگی‌های تخصصی نسبت به بعد شایستگی‌های فردی تأثیر قوی بر برند منابع انسانی دارد. وقتی منحنی به بیش از 50 در دو جهت می‌رسد تأثیر آن بر برند منابع انسانی قابل توجه است.



شکل شماره (13)- ترکیب بعد شایستگی‌های فردی و ارزش‌های فرهنگی ایرانی - اسلامی با برند منابع انسانی

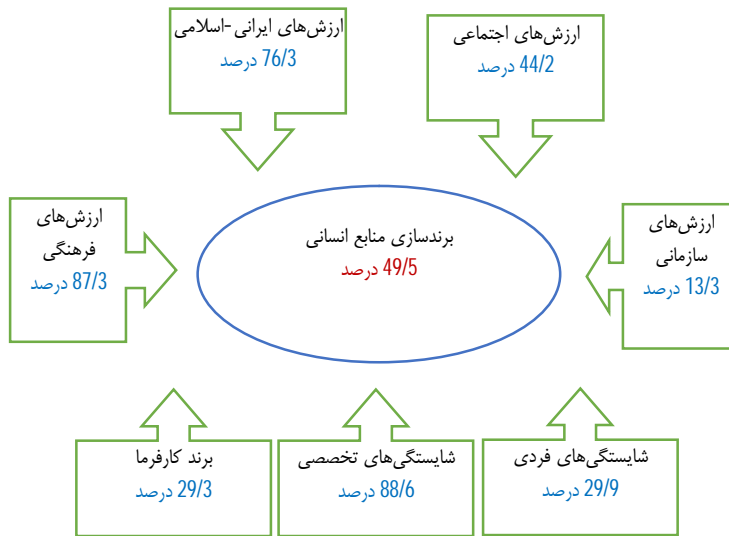
در شکل (13) رفتار متغیر خروجی یعنی برند منابع انسانی نسبت به پارامترهای ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی و شایستگی‌های فردی نشان داده شده است. بعد ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی نسبت به بعد شایستگی‌های فردی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. منحنی ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی از ابتدا تأثیر قابل توجهی بر برند منابع انسانی دارد.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به اهمیت مسأله پژوهش و همچنین مروری بر تئوری و پیشینه تحقیق، ضرورت طراحی مدل بهینه برند منابع انسانی برای سازمان های دولتی ایران احساس گردید. محقق در گام‌های اول ابتدایی تحقیق و با توجه به مطالعات اولیه خود در زمینه موضوع پژوهش، به این نکته رسید که محققان گذشته اجماع قابل توجهی در خصوص تعریف، انواع و ابعاد مختلف برند منابع انسانی ندارند. بررسی‌ها نشان می‌داد که از دید برخی از صاحب‌نظران، دلیل اصلی تحقق نیافتن چنین اجماعی، عدم توجه مناسب به ماهیت چندوجهی برند منابع انسانی بود. برند منابع انسانی، یک مفهوم نسبتاً جدید و گسترده در زمینه بازاریابی و مدیریت منابع انسانی است. در توجه برند منابع انسانی در دل تحقیقات رشته بازاریابی و منابع انسانی یافت می‌شود. با توجه به گستردگی تحقیقات در خصوص برند منابع انسانی هم در حوزه بازاریابی و هم منابع انسانی، احتمال طراحی مدلی جامع که بتواند قابلیت استفاده در سازمان های دولتی ایران را داشته باشد ضعیف جلوه می‌داد. بنابراین اتخاذ روش‌های ترکیبی که می‌توانست حاصل تحقیقات گذشته را به صورت نظام‌مند دریاورد و به پژوهشگران در دست یافتن به الگوهای منظم یاری رساند، ضروری به نظر رسید. بر این اساس رویکرد نسبتاً جدید فراترکیب، هنوز به طور گسترده در این حوزه استفاده نشده و می‌توانست ابزار ارزشمندی برای تسهیل در رویه ساخت تئوری از طریق ترکیب نظام‌مند باشد، برای طراحی و ارائه مدل مفهومی پژوهش انتخاب گردید.

به منظور ارائه ترکیب مطلوبی از ابعاد هفت‌گانه مدل که بتواند برند منابع انسانی را در سازمان های دولتی ایران بهینه نماید از مدل ریاضی (سیستم خبره فازی) استفاده

گردید. بر اساس نتایج حاصل از سیستم خبره فازی ترکیب مطلوب ابعاد مدل برند منابع انسانی به شرح زیر به دست آمد.



شکل شماره (14)-میزان بهینه شده مدل برندسازی منابع انسانی در سازمان‌های دولتی

از نتایج به دست آمده از تحلیل سیستم فازی، می‌توان نتیجه گرفت که مدیران جهت ارتقای میزان برند منابع انسانی خود می‌بایست از ترکیب متفاوتی از ابعاد مدل استفاده نمایند. در این پژوهش، با عمل فازی‌سازی تلاش گردید که متغیرهای ورودی (ارزش‌های سازمانی، ارزش‌های فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی ایرانی-اسلامی، شایستگی‌های فردی، شایستگی‌های تخصصی و برند کارفرما) و متغیر خروجی برند منابع انسانی و در نهایت نتیجه مدل ریاضی، ترکیب مطلوب ابعاد مدل برندسازی منابع انسانی به دست آمد. بدین منظور و برای بهینه‌سازی برند منابع انسانی، اگر کارکنان سازمان‌های دولتی؛ 13/3 درصد به بعد ارزش‌های سازمانی، 87/3 درصد به بعد ارزش‌های فرهنگی، 44/2 درصد به بعد ارزش‌های اجتماعی، 76/3 درصد به بعد ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی، 29/9 درصد به بعد شایستگی‌های فردی، 88/6

درصد به بعد شایستگی‌های تخصصی و 29/3 درصد به بعد برند کارفرما توجه و تمرکز نمایند آنگاه برند منابع انسانی آنها به میزان 49/5 درصد بهینه می‌شود. با عمل فازی‌سازی تلاش گردید که متغیرهای ورودی (ارزش‌های سازمانی، ارزش‌های فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی، شایستگی‌های فردی، شایستگی‌های تخصصی و برند کارفرما) و متغیر خروجی برندسازی منابع انسانی و در نهایت نتیجه مدل ریاضی، ترکیب مطلوب ابعاد مدل برندسازی منابع انسانی به دست آمد. اساس تئوریک این مدل ریاضی، بر اساس مدل به کار رفته در تحقیق بنا شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل سیستم خبره فازی نشان داد که:

1. زمانی که ابعاد ارزش‌های فرهنگی و سازمانی افزایش می‌یابند، میزان برند منابع انسانی با فرض ثابت بودن سایر ابعاد به همان ترتیب افزایش می‌یابد. با این تفاوت که بعد ارزش‌های فرهنگی نسبت به بعد ارزش‌های سازمانی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌های فرهنگی و سازمانی در کنار هم باید پرورش یابند.
2. زمانی که ابعاد ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی افزایش می‌یابد، میزان برند منابع انسانی با فرض ثابت بودن سایر ابعاد به همان ترتیب افزایش می‌یابد. با این تفاوت که جنبه ارزش‌های فرهنگی نسبت به بعد ارزش‌های اجتماعی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در کنار هم باید پرورش یابند.
3. زمانی که ابعاد ارزش‌های اجتماعی و سازمانی افزایش می‌یابد، میزان برند منابع انسانی با فرض ثابت بودن سایر ابعاد به همان ترتیب افزایش می‌یابد. با این تفاوت که بعد ارزش‌های اجتماعی نسبت به بعد ارزش‌های سازمانی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در کنار هم باید پرورش یابند.
4. زمانی که ابعاد شایستگی‌های تخصصی و شایستگی‌های فردی افزایش می‌یابد، میزان برند منابع انسانی با فرض ثابت بودن سایر ابعاد به همان ترتیب افزایش می‌یابد. با این تفاوت که بعد شایستگی‌های تخصصی نسبت به بعد شایستگی‌های

فردی تأثیر قوی بر برند منابع انسانی دارد. وقتی منحنی به بیش از 50 در دو جهت می‌رسد تأثیر آن بر برند منابع انسانی قابل‌توجه است.

5. زمانی که ابعاد ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی و شایستگی‌های فردی افزایش می‌یابد، میزان برند منابع انسانی با فرض ثابت بودن سایر ابعاد به همان ترتیب افزایش می‌یابد. با این تفاوت که بعد ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی نسبت به بعد شایستگی‌های فردی تأثیر بسیار قوی بر برند منابع انسانی دارد. و بعد ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی از ابتدا تأثیر قابل توجهی بر برند منابع انسانی دارد.

References

- Abdolkarimikhalaji, N.(2013), Promoting Employee Morale in Organizations: Examining the Role of Human Resource Branding, Master's Thesis, Tehran: Tarbiat Modares University, (In Persian).
- Azar Kaffashpour; S.R.(2001), Identifying Effective Factors of Internal Environment of Organization in Establishing Valuable Brands. Quarterly Journal of Business Administration Research, 3(5), 97-117, (In Persian).
- Backhaus, K., & Tikoo, S.(2004), Conceptualizing and Researching Employer Branding. Career Development International, 9(5), 501-517.
- Bakanauskienė, I., Bendaravičienė, R., Krikštolaitis, R., & Lydeka, Z.(2011), Discovering an Employer Branding: Identifying Dimensions of Employer's Attractiveness in University. Organizacijų Vadyba, 59, 7-22.
- Banyte, J., Stonkiene, E., & Piligrimienė, Z.(2011), Selecting Celebrities in Advertising: The Case of Lithuanian Sports Celebrity in Non-Sport Product Advertisement. Economics & Management, 16, 1215-1224.
- Baron R.(2001), Emotional Intelligence and Self-Actualization. New York: Psychology Press.
- Berger, L.A.(2004), Four Steps to Creating a Talent Management System. New York: McGraw-Hill.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L.L.(2005), Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. International Journal of Advertising, 24(2), 151- 172.

- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M.(2002), Citizenship Behavior and the Creation of Social Capital in Organizations. *Academy of Management Review*, 27(4),505-522.
- Brandt. E., & Kull, P. (2007). Talent Management: How Firms in Sweden Find and Nurture Value Adding Human Resources, *Internationella Handelshogskolan*, Available at:www.essays.se/essay/.
- Castro, A., & Armario, R.(2004), The Influence of Employee Organizational Citizenship Behaviour Customer Loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1).
- Chernatony, L. (2006), *From Brand Vision to Brand Evaluation*. M.A. Butterworth-Heinemann.
- Cobb, C. D., & Mayer, J.D.(2000), Emotional Intelligence: What the Research Says. *Educational Leadership*, 58(3), 14-8.
- Conway, N., & Briner, R.B.(2005), *Understanding Psychological Contracts at Work: A Critical Evaluation*. Oxford University Press.
- Denison, D., Cho, H. J., & Young, J.(2000), *Diagnosing Organizational Culture: A Model and Method*. Working paper, International for management development.
- Esgandari, G. H., Esgandari, K., Beikzad, J., & Kordbacheh, S.H.(2012),The Effect of Manager's Moral Intelligence on Their Communication Skills in the Social Welfare Organization, *Quarterly Journal of Productivity Management*, 6(2), 105-128, (In Persian).
- Esgandari, K., & Naghipoor, V.(2014), The Role of Communicative Skills in Imam Ali's Reign. *Journal of Alavi Research Center*, 5(10), 1-18, (In Persian).

- Esgandari, K., & NiaziGhaziyani, F.(2016), Investigating the Effect of Professional Ethics of Managers on Their Social Responsibility in Oil Refining Company, Corporate Responsibility Conference in Petroleum, (In Persian).
- Esgandari, K.(2009), Investigating the Relationship between Managerial Competitive Intelligence and Small Industries Development in East Azarbaijan Province. Master's Thesis, Bonab: Islamic Azad University, (In Persian).
- Fathi, N., & Shabani Ravari, A.(2007), Scientific and Experimental Model for the Development of Saipa Future Managers, Tehran: Saipa Co Publishing, (In Persian).
- Feghhizadeh, A. A., Vaezi, M., & Khatiriyani, S.(2014), The Spiritual Impact of Relying on God in the Quran and Traditions of Islam. Quarterly Insight and Islamic Training. 11(30), 1-18, (In Persian).
- Galavandi, H., Kabiri, A., & Soltanzadeh, V.(2014), A Study of the Relationship between Social Responsibility and Teamwork among the Staff of Urmia University. Journal of applied Sociology, 25(1), 111-120, (In Persian).
- Ghiyasvand, A.(2016), Application of Statistics and SPSS Software in Data Analysis, Tehran: Tisa Publishing, (In Persian).
- Gholam Hossaini, E., Bejani, H., & Maleki Niya, E.(2010), Influencing Factors, Constituents and Consequences of Organization Citizenship Behavior. Semi-Annually Police Human Development, 7(31), 11-34, (In Persian).
- Hadavand, M., & Farahmand, Y.(2014), Investigating the Impact of Internal Brand on Citizenship Behavior of the Case Study: Corp Naz Co., First International Brand Strategy Conference, (In Persian).

- Hafeznia, M.(2016), *An Introduction to the Research Method in the Humanities*. Tehran: Samt Publishing, (In Persian).
- Hajian, A. R., Sheikholeslami, M., Homaei, R., Rahimi, F., & Aminoroaia, M.A.(2012), Relationship between Spiritual and Emotional Intelligence. *Journal of Research in Behavioral Science*, 10(6), 500-508, (In Persian).
- Hamidianpur, F., Ziaei Bideh, A., & Saeeda Ardakani, M.(2013), Providing a Model for Assessing the Consequences of Employer Brand Equity with Use of SEM Approach. *Quarterly Journal of Business Administration Research*, 5(9), 1-20, (In Persian).
- Hansen, F.(2007), What Is Talent?. *Workforce Management*, 86(1),12-13.
- Harquail, C.V.(2006), *Employees as Animate Artifacts: Employee Branding by Wearing the Brand*. NJ: Lawrence Erlbaum.
- Heydari, E.(2012), *Investigating the Factors Affecting the Brand Performance of Employees with Internal Branding Approach (Case Study: Agricultural Bank of Iran)*. Master's Thesis, Tehran: Payam Noor University, (In Persian).
- Hofstede, G.(1980), *Culture's Consequences: International Differences in WorkRelated Values (Cross Cultural Research and Methodology)*. SAGE Publications.
- Hosseini, S. M., Dari, B., Ghuchani, F., Hadizadeh, A., & Saemiyan, S. (2014), Explaining the Pattern of Personal Brand Competency Development. *Strategic Studies Quarterly*, 17(66), 93-112, (In Persian).
- Hosseini, S. Y., Mousavi, S. A., & Ziaei Bideh, A.(2013), Presenting a Model to Explain Employee Based Brand Equity in

- Commercial Insurance Companies of Yazd Province. *Journal of New Marketing Research*, 3(1), 1-16, (In Persian).
- Hubert, K., & Rampersad, M.(2008), A New Blueprint for Powerful and Authentic Personal Branding. *Performance Improvement*, 6(47).
- Ind, N.(2003), Inside out: How Employees Build Value. *Journal of Brand Management*, 10(6), 393-402.
- JaamiPoor, M. (2014), Designing the Maturity Model of Knowledge Management Is Consistent with Business Strategies Using the Method of Meta-Synthesis. Phd Thesis, Tehran: Tehran University.
- Keshkar, S., Ghafoori, F., & Aramon, S. (2016), Identifying Iranian Sport Human Brand Characteristics and the Rate of Social Acceptance of It in the Internal Products Marketing of Iran. *Journal of Movement Science & Sports*, 6(11), 91-104, (In Persian).
- Khoshnood, E.(2011), The Effect of Main Dimensions of Job on Organizational Commitment of Employees of Sanandaj Social Security Organization. Master's Thesis, Sanandaj: Islamic Azad University, (In Persian).
- Königová, M., & Urbancová, H.(2013), Evaluation of Factors influencing Human Resource Branding in the Czech Republic and the Slovak Republic. *International Journal of Marketing and Human*, 4(1), 59-67.
- Kornberger, M.(2010), *Brand Society: How Brands Transform Management and Lifestyle*. Cambridge University Press.

- Lair, D., Sullivan, K., & Cheney, G. (2005), "Marketization and the Recasting of the Professional Self". *Management Communication Quarter*, 26(3).
- Lari Semnani, B., & Sanavi Fard, R. (2014), "Employee Branding Model Based On Individual And Organizational Values In The Iranian Banking Industry", *Asian Economic and Financial Review*, 4(12), 1726-1740, (In Persian).
- Lynch, R.(2006), *Corporate Strategy*, Prentice Hall Education, Harlow, Essex.
- Mangold, W., & Miles, S. J.(2007), "The Employee Brand: Is Yours an all-Star?". *Journal of Business Horizons*, 50, 423-433.
- Memarzade Tehran, G. H. & Vaziri Nezam Dost, M.(2010), "Discover of Influencing Factors on Social Responsibility of Iranian Public Organizations-Tarasht Electricity Powerhouse". *Quarterly Iranian Journal of Public Administration Mission*, 1(2), 63-78, (In Persian).
- Memon, A. M., & Kolachi, A. N. (2012), "Towards Employee Branding: A Nexus of HR & Marketing". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2), 51-52.
- Miles, S. J., Mangold, G.(2004), "A Conceptualization of the Eemployee Branding Process". *Journal of Relationship Marketing*, 3(2/3), 65-87.
- Miles, S. J., & Mangold, W.G.(2005), "Positioning Southwest Airlines through Employee Branding". *Journal of Business Horizons*, 48(6), 535-545.
- Miles, S. J., & Mangold, W.G.(2005), "Positioning Southwest Airlines through Employee Branding". *Journal of Business Horizons*, 48(6),535-545.

- Mitchell, C.(2002), Selling the Brand Inside. Harvard Business Review, 80(1), 99-105.
- Moradi, M., Khatooni, M., Zeighami, R., Jahani hashemi, H., & Sheikhi, M.(2013), Relationship between Professional Commitment and Job Satisfaction in Qazvin's Pubic Educational Hospital Nurses. Medical Ethics Journal, 7(24), 55-78, (In Persian).
- Morgan, M.(2011), Personal Branding: Create your Value Proposition. Strategic Finance magazine, 9(3), 13-28.
- Niroomand, P., & Ranjbar, M.(2013), Provide a Proposed Framework of Merit-Based Considerations in the Effective Presence of Women in Public Relations, the National Women's Congress and Public Relations, Tehran, National Conference on Women and Public Relations, (In Persian).
- Niroomand, P., & Ranjbar, M.(2013), The Role of Competency and Skill Training in the Development of Technology Capabilities of Technology Companies, Fourth National Conference on Technology Management, (In Persian).
- Niroomand, P., Ranjbar, M., Saadi, M. R., & Amirshahi, M.(2012), Identifying and Classifying Mobile Business Models Based on Meta-Synthesis Approach. Journal of Information Technology Management, 4(10), 179-201, (In Persian).
- Ong, L. D. (2011), Employer Branding and Its Influence on Potential Job Applicants. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(9), 1088-1092 .
- Rabiei Mondajin, M., & Gholami, M. (2016), Investigating the Impact of Social Responsibility on Organizational Commitment (Sample

- Province Governorate Qom). Journal of Educational Administration Research Quarterly, 7(27), 69-98, (In Persian).
- Rahimiyan, A. (2013), Employer Brand, a Novel Strategy for Human Resource Management. Journal of Research of Human Resource Management, 5(2), 127-150, (In Persian).
- Robbins, S.P.(2005), Management. New York: Organizational Behavior Publication.
- Robbins, S.(2006), Organizational Behavior. Translated by: A. Parsaeian & M. Arabi, Tehran: Office of Cultural Research Publishing, (In Persian).
- Rousseau, D.(1995), Psychological Contracts in Organization; Understanding Written and Unwritten Agreements. CA7 Sage Publication.
- Royayi, R., & Mehrdoost, H.(2009), Investigating the Role of Cultural Managers in Promoting Social Responsibility (Case Study: Single Voice Managers). Social Science Bulletin, 3(3), 43-59, (In Persian).
- Saemian, S., Mohamadian, M., Mirmoeini, H., & Shahrokhy, F.(2014), The Effect of Cultural Components on Personal Brand Model Based on Individual Competencies. Quarterly Journal of Cultural Management 7 (22), 72-86, (In Persian).
- Saemian, S. (2008), New Competencies of Human Capital in Leading Organizations, The Second Conference of Training Managers in Production and Service Organizations, (In Persian).
- Saemian, S.(2015), Identification of Effective Factors on Competencies of Personal Brand In Human Capital. Quarterly Journal of Training and Development of Human Resources, 1(3), 131-135.

- Salimkhaniyan, S.H.(2012), Identifying Brand-Based Human Resource Management on Brand Equity and Brand Citizenship Behavior, Master's Thesis, Tehran: Islamic Azad University, (In Persian).
- Sanavifard, R.(2014), Designing Brand Model of Employees Based on Individual and Organizational Values in Increasing Market Share (Case Study of Mellat Bank), Phd Thesis, Tehran: Payame Noor University, (In Persian).
- Sephvand, S.(2013), How to Impact Brand-Based Human Resource Management on Customer Satisfaction with a Brand-Based Company Focusing on Black Box Processes. Master's Thesis, Lorestan: University of Lorestan, (In Persian).
- Seyedjavadin, S.(2007), Fundamentals of Human Resource Management. Tehran: Publications of University of Tehran Faculty of Management, (In Persian).
- Seyedjavadin, S.E.(2007), Principles of Organization and Management, Tehran: Negahe Danesh Publishing, (In Persian).
- Shahnawas, M. G., & Juyal R.C.(2006), Human Resource Management Practices and Organizational Commitment in Different Organizations. Journal of the Indian Academy of applied Psychology, 32(3).
- Siav, K., & Long, Y.(2005), Synthesizing Government Stage Models a Meta Sstnthesis Based on Meta-Ethnography Approach, Industrial Management & Data Systems, 105(4), 443-458.
- Singh, M. (2012), Employee Branding Through Talent Management for Customer Satisfaction. IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM), 2(3).

- Sokro, E. (2012), Impact of Employer Branding on Employee Attraction and Retention. *European Journal of Business and Management*, 4(18), 164-173.
- Soumya G. (2008), Modeling Employer brand Communication: The Softer Aspect of HR Marketing Management. *Journal of Soft Skills*, 2, 45-55.
- Wetsch, L. (2012), A Personal Branding Assignment Using Social Media. *Journal of Advertising Education*, 16(1), 30-36.
- Zahedi, S. H., & Sheikh, E. (2010), Strategic Capabilities Model of Government Intermediate Managers. *Journal of Strategic Management Studies*, 3(1), 95-139, (In Persian).
- Zahrakar, K. (2007), Investigating the Relationship between the Components of Emotional Intelligence and Academic Performance. *Journal of Applied Psychology*, 2(5), 89-98, (In Persian).
- Zakili, M. (1998), Shadow Managers "Assessing the Competency of the Talents of Managers", Tehran Regional Electricity Company. Tehran: Institute for Management Research and Management, (In Persian).

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 187 - 149

تاریخ دریافت: 95/12/07

تاریخ پذیرش: 97/07/09

تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج

دکتر آرمان احمدی زاد^{1*}

سیران صلواتی²

محسن ابراهیم زاده³

خسرو اکبری⁴

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج بود. روش پژوهش حاضر، توصیفی و از نوع مدل معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج که بالای سه سال سابقه فعالیت دارند تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش تصادفی ساده بود. با توجه به این که در این پژوهش از هر شرکت، سه گروه از پرسنل (مدیرعامل - مدیر تولید - مدیر فروش و بازاریابی) شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج انتخاب شد؛ نمونه آماری 111 نفر انتخاب گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها جهت تجزیه و تحلیل از پرسش نامه‌های استاندارد: پرسش نامه نوآوری، اعتماد اجتماعی و عملکرد استراتژیک به ترتیب با پایایی (0/795، 0/814، 0/779) استفاده گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج، اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک تأثیر معنادار و مثبتی دارد. اعتماد و نوآوری از جمله پیشایندهای عملکرد استراتژی هستند که با افزایش آن‌ها میزان عملکرد استراتژیک نیز به‌طور مستقیم افزایش پیدا می‌کند.

واژه‌های کلیدی: اعتماد اجتماعی، عملکرد استراتژیک، نوآوری، شهر سنندج.

1- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه کردستان، ایران (نویسنده مسؤل) a.ahmadizad@uok.ac.ir

2- کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل، siran.salavati@gmail.com

3- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، دانشگاه کردستان ایران mohsen8281@gmail.com

4- کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، دانشگاه کردستان ایران khosro.akbari2007@gmail.com

مقدمه

با ورود به هزاره سوم و عصر دانش، سازمان‌های پژوهشی و دانش‌محوری شکل گرفته‌اند که بقا و حفظ مزیت رقابتی‌شان در بلندمدت وابسته به نوآوری¹ در طراحی و توسعه محصولات جدید است. هم‌چنین با توجه به کوتاه شدن چرخه عمر محصولات در این‌گونه سازمان‌ها، نوآوری و توسعه محصولات جدید و نوآورانه، نقش مهمی را برای ادامه موفق حیات در این نوع سازمان‌ها ایفا می‌نماید (ضرغامی و همکاران، 1391، 199). آنچه در دهه‌های اخیر بیش‌ازپیش نمود پیدا کرده است، بین‌المللی شدن تجارت و روی آوردن شرکت‌ها به بازار جهانی است. تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌ها در این فضا فرصت مناسبی برای گسترش فعالیت‌های بین‌المللی‌شان به‌منظور کسب اهدافی چون رشد، کسب سود و فروش، ایجاد تنوع برای ریسک‌های تجاری و حتی تلافی حضور خارجی‌ها در بازارشان، یافته‌اند. لازمه موفقیت سازمان، عملکرد مناسب آن است. شاخص‌هایی مانند: سودآوری، بقا، رشد میزان دستیابی به اهداف و قابلیت‌های رقابتی را می‌توان به‌عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد. عملکرد هر شرکت حاصل فعالیت‌های هدفدار است که در جهت کسب سود اقتصادی به انجام می‌رسد (بادآور نهندی و همکاران، 1393). در نتیجه به دنبال عواملی چون جهانی‌شدن، مقررات زدایی، محرک‌های نیازهای مصرف‌کنندگان و رشد فن‌آوری، رقابت میان شرکت‌ها به‌شدت تنگاتنگ شده است. برای اینکه شرکت‌ها بتوانند در عرصه رقابت باقی بمانند باید به‌طور مداوم نوآوری داشته باشند (آریانتو و همکاران²، 2015، 874-879). علاوه بر این می‌توان گفت عملکرد سازمانی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های موردبحث در پژوهش‌های مدیریتی است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به‌حساب می‌آید.

ارزیابی عملکرد کسب و کار یکی از مهم‌ترین دستور کارهای مدیریتی است؛ زیرا کلید دستیابی به بهبود مستمر در توانایی ارزیابی و سنجش مداوم عملکرد سازمان است. بسیاری از سازمان‌ها نیز اهمیت ارزیابی مداوم عملکرد را درک کرده‌اند، و سیستم‌های

1. Innovations
2. Aryanto et al.

ارزیابی عملکرد متنوعی در سازمان به کار می‌برند (واردراجان¹، 2011، 39). عصر کنونی دوره تحولات سریع و پیش‌بینی‌ناپذیر است. وضعیت کنونی جامعه بیانگر عدم توازن پیچیدگی‌های روزافزون سازمان‌ها و عدم توانایی آن‌ها در پیش‌بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگی‌هاست. سازمان‌ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت‌ها، خود باید منبع موج تبدیل شوند، خود را با این تغییرات منطبق کنند تا پاسخ گوی نیازهای جدید تمدن امروزی باشند (نوروزی سید حسینی، 1393، 99). لازمه این کار آن است که مدیران، مدل‌های ذهنی غلط و سنتی کارکنان را شناسایی و اصلاح کنند و به نقش‌هایی متناسب با شرایط متحول محیطی روی آورند. درواقع مدیرانی که نقش کارآفرین دارند، عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری هستند و فرصت‌ها را در دل هرج‌ومرج‌ها تشخیص می‌دهند (کانتر²، 2003). نوآوری، عملی کردن اندیشه‌های نو و بدیعی است که از خلاقیت ناشی می‌شود. متخصصان مدیریت، نوآوری را مترادف با ابداع می‌دانند و معتقدند نوآوری فرایند پایانی خلاقیت و به عبارتی جلوه و نمود بیرونی آن است که به‌صورت یک محصول یا تولید بدیع آشکار می‌شود. به‌زعم آنان، آنچه موجب نوآوری می‌شود، توان خلاقیت فرد است که او را به‌سوی نوآوری در کار و تولید می‌کشاند (ضرغامی و همکاران، 1391، 201). نوآوری جنبه‌های مختلفی به خود می‌گیرد. از جمله این که می‌توان نوآوری را به‌عنوان "فرایند بهبود و ارتقای فناوری موجود" و "فرایند تبدیل فرصت‌ها به بهره‌برداری عملی" دانست (موزاتا³، 2003). با توجه به مطالب گفته‌شده نوآوری را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: ایجاد دانش و ایده‌های جدید برای به کار بردن و تسهیل نتایج کسب‌وکار داخلی، ساختار و ایجاد بازار به‌سوی محصولات و خدمات دانست (لیائو و همکاران⁴، 2007، 351). از این‌رو افزایش رقابت در مقیاس جهانی و روند جهانی‌شدن تجارت به افزایش تعداد شرکت‌هایی منجر شده است که بتدریج در فرآیند صادرات درگیر شده و به بازارهای جهانی روی آورده‌اند و فرصت‌ها را در بازارهای بین‌المللی جستجو کرده‌اند تا به اهدافشان نائل آیند و جایگاه بازار و بقایشان را حفظ کنند (اندرسون و ناریس⁵، 1990، 48). بررسی‌های صورت

1. Vardarjan

2. Kanter

3. Mozata

4. Liao et al

5. Anderson & Naris

گرفته در این زمینه نشان می‌دهد، اندازه‌گیری ارزش و یا میزان نوآوری و تأثیر آن بر سازمان به‌دقت امکان‌پذیر نیست، ولی درعین‌حال، راه‌های ساده و عملی‌تر نیز وجود دارد که می‌توان از آن استفاده کرد. از جمله این روش‌ها می‌توان به استفاده از شواهد تجربی که عملکرد مالی و بازار را به نوآوری مرتبط می‌سازند اشاره کرد (ماریادوس و همکاران¹، 2014، 140). در این روش عملکرد سازمان‌هایی که از نوآوری استفاده می‌کنند، از بابت فروش سهم بازار، سود هر سهم و غیره با عملکرد سازمان‌هایی که از این روش استفاده نمی‌کنند، مقایسه می‌شود. در واقع چنین روشی برای اندازه‌گیری اهمیت فعالیت‌های نوآورانه و نقش آن در کسب موفقیت سازمان یک امر مهم است که کمتر مورد توجه واقع شده است (محسین و همکاران²، 2015، 20). تقریباً طی دو دهه اخیر مسأله اعتماد جایگاه مهمی در اندیشه جامعه‌شناسی کسب نموده است، که این اثر مدیون تلاش فکری گسترده لومان³ (1979) و باربر⁴ (1983) است. محققان مختلف از دیدگاه‌های گوناگونی به آن مسأله نگرسته‌اند و به تبیین و توضیح دلایل اعتماد، تقویت و ارتقای آن، تبعات و تأثیرات کاهش و تضعیف آن پرداخته‌اند. در این میان برخی همچون فوکویاما⁵ بیشتر به جنبه‌های اقتصادی توجه داشته‌اند؛ و برخی دیگر مانند پاتنام⁶ به ابعاد سیاسی آن پرداخته‌اند و جامعه‌شناسانی چون گیدنز⁷ به ابعاد جامعه‌شناسی آن توجه بیشتری داشته‌اند. در این پژوهش به بررسی نقش میانجی نوآوری در ارتباط بین عملکرد استراتژیک⁸ و اعتماد اجتماعی⁹ در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج پرداخته شد. اعتماد اجتماعی یک المان اجتماعی - اقتصادی بسیار مهم است که بر رفتار فردی و گروهی در جامعه تأثیرگذار است. سوابق نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی تأثیر مثبتی بر رفتارهای اجرایی در شرکت‌ها و گروه‌های اجتماعی غیررسمی دارد (کائو و همکاران¹⁰، 2016، 153). اعتماد را می‌توان مهم‌ترین مؤلفه نظم قلمداد کرد به همین جهت

1. Mariadoss et al

2. Mohsin et al

3. Loman

4. Barber

5. Fokoiaama

6. Patnam

7. Kidnes

8. Strategic Performance

9. Social trust

10. Cao et al

آیزنشتات¹ به درستی متذکر می‌شود که مهم‌ترین مسأله نظم اجتماعی برای بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی، اعتماد و همبستگی اجتماعی است. یعنی بدون انسجام و نوعی اعتماد، پایداری نظم اجتماعی غیرممکن است (چلبی، 1374، 65). بعضی از صاحب‌نظران به وجود خرده‌فرهنگ‌های متفاوت و چند پارچگی‌های اجتماعی و فرهنگی (نظیر مسائل اقوام) اشاره کرده و آن را در ایجاد روش‌های اجتماعی کردن مبتنی بر بدگمانی و ناباوری نسبت به دیگران مؤثر قلمداد می‌کنند (بشیریه، 1375، 80). بنابراین به دست آوردن نوآوری و نزدیکی به سایر مزیت‌هایی همچون اعتماد اجتماعی که به نوعی بر عملکرد استراتژیک (بلندمدت صادراتی) مؤثر باشد به یکی از دغدغه‌های بزرگ و مهم شرکت‌های صادراتی و مخصوصاً شرکت‌هایی که از این مزایا بی‌بهره هستند، تبدیل شده است. بر اساس آمار اعلام‌شده از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان تعداد کل واحدهای تولیدی استان، 1031 واحد است که از این تعداد 361 واحد با ظرفیت بیش از 50 درصد خود فعال و 244 واحد هم با کمتر از 50 درصد ظرفیت اسمی خود فعال هستند. 426 واحد تولیدی استان هم غیرفعال است که از این تعداد 132 واحد قابلیت راه‌اندازی مجدد را دارند². از آنجا که اغلب سازمان‌ها تولیدات و محصولات خود تمرکز دارند، نوآوری در این حوزه از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به تغییر ذائقه مشتریان، تحولات و پیشرفت رقبا و تغییرات محیط بازار، ارائه محصول نوآورانه اهمیت شایانی دارد. همچنین وجود چارچوبی به‌عنوان عامل تعیین کننده در انتخاب ایده‌های توسعه محصول نوآورانه، امری حیاتی و مهم به نظر می‌رسد. سازمان‌ها با توجه به اقدامات نوآورانه و در نظر گرفتن آن‌ها در استراتژی‌های خود می‌توانند شرایط را به نفع خود تغییر دهند و اوضاعی مساعد ایجاد نمایند.

اعتماد به یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سازمانی تبدیل شده است، اعتماد، موجب افزایش تشریک‌مساعی کارکنان و مسؤولان و همچنین تشویق آن‌ها در مشارکت با زیردستان و نتیجه آن انگیزش افراد و کارکنان، به اعمالی است که در سازمان انجام می‌دهند تمامی این موارد باعث می‌شود سازمان عملکرد استراتژیک مناسبی داشته باشد. از این‌رو این پژوهش قصد دارد به این سؤال پاسخ دهد که در شرکت‌های تولیدی

1. Aezshat

2. www.krd.mimt.gov.ir

شهرستان سمنان، اعتماد اجتماعی با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری، چه تأثیری بر عملکرد استراتژیک دارد؟

در نظریه‌های تکامل اقتصادی، نزدیک به یک قرن است که نوآوری، نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است. در سال‌های اخیر با ظهور اقتصاد دانش‌محور، نوآوری نقش حیاتی‌تری در تحول ساختارهای اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است. به طوری که در بعضی از مقالات، از اقتصاد پیشرفته امروزی به عنوان اقتصادهای مبتنی بر نوآوری یاد می‌شود. همچنین در نیم قرن گذشته سیاست‌گذاران علاقه و توجه فزاینده‌ای به توسعه سیاست‌های نوآوری مبتنی بر دانش به عنوان نیروی محرکه توسعه اقتصادی پیدا کرده‌اند (استیل و همکاران¹، 2002، 85). برای سازمان‌هایی که در محیط متغیر و بدون قطعیت به رقابت می‌پردازند، نوآوری (ایجاد، انتقال، واکنش و تغییر ایده‌های خلاقانه به عمل) برای رشد، موفقیت و بقای سازمان عامل حیاتی به شمار می‌رود (ملاحسینی و برخورداری، 1386، 112). در موقعیت امروزی نوآوری سازمان اهمیت بسیار زیادی برای پیروزی و بقای شرکت‌ها در امر رقابت دارد؛ زیرا نوآوری به مثابه عنصری تعیین‌کننده برای شرکت‌ها در این موقعیت عمل می‌کند (سعیدی، 1389، 17). در این راستا فروش و سود صادراتی به طور فزاینده به عنوان راه مناسب رشد بنگاه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. با در نظر گرفتن شرایط رقابتی حاکم بر بازارهای جهانی، ورود به بازارهای صادراتی و کسب نتایج مطلوب از این بازارها دارای موانع و مشکلاتی است. به همین دلیل شرکت‌های صادراتی تلاش می‌کنند بر این موانع غلبه کرده، عملکرد خود را بهبود بخشند (اوویات و مک‌دوگال²، 2005، 543). اما آنچه در مسیر توسعه صادرات اولویت بیشتری دارد، تداوم صادرات یا به عبارت دیگر کسب نوآوری و اعتماد صادراتی در میان شرکت‌هاست. این موضوع دربرگیرنده عوامل زیادی است که شامل مشکلات و محدودیت‌های صادراتی و عوامل تأثیرگذار بر عملکرد استراتژیک است (مولینا و همکاران³، 2011، 130). بنابراین همان‌طور که اهمیت و ضرورت نوآوری سازمانی در محیط‌های سازمانی به طور فزاینده‌ای در حال

1. Steil et al

2. Oviatt & McDougal

3. Molina et al

مطرح شدن است، طیف کاربردی آن نیز به طور پیش‌رونده‌ای در حال گسترش است. به بیان دیگر، امروزه عواملی چون تغییرات محیطی، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و افزایش رقبا باعث شده است که کشمکش و رقابتی بی‌پایان بین سازمان‌ها به وجود آید. این در حالی است که سازمان‌ها با آرایش به پذیرش نوآوری بیشتر، در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت‌های جدید که به آن‌ها برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می‌نماید، موفق‌تر خواهند بود. بهبود مستمر عملکرد سازمان‌ها، نیروهای عظیم هم‌افزایی ایجاد می‌کند که این نیروها می‌تواند پشتیبان برنامه رشد و توسعه و ایجاد فرصت‌های تعالی سازمانی شود. بدون بررسی و کسب آگاهی از میزان پیشرفت و دستیابی به اهداف، بدون شناسایی چالش‌های پیش روی سازمان و کسب بازخورد و اطلاع از میزان اجرای سیاست‌های تدوین‌شده و شناسایی مواردی که به بهبود جدی نیاز دارند، بهبود مستمر عملکرد، میسر نخواهد شد. تمامی موارد مذکور بدون اندازه‌گیری و ارزیابی امکان‌پذیر نیست (تولایی، 1386، 27). می‌توان گفت اعتماد اجتماعی صورتی از روابط اجتماعی است که محصول تعامل و کنش اجتماعی جمعی اعضای جامعه در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. اما اعتماد دارای سطوح متفاوتی است که از سطح فردی گرفته تا سطح اجتماعی قابل ملاحظه است. اعتماد فردی عبارت است از اعتماد شخص به یک موضوع یا پدیده در یک مقوله فردی؛ و اعتماد اجتماعی که در سطح بالاتر است عبارت است از اعتماد مردم و گروه‌ها در نظام اجتماعی به همدیگر یا به سازمان‌های اجتماعی. اعتماد نتیجه تعاملات اجتماعی موجود در گروه‌ها و انجمن‌ها در باب فعالیت‌های اجتماعی است که اگر این اعتماد در حد کامل شکل بگیرد، یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های اجتماعی محسوب می‌شود (کفاشی و فتحی، 1390، 58). همان طوری که گفته شد، رشد اعتماد اجتماعی در افراد باعث احساس امنیت، آزادی، استقلال و همبستگی اجتماعی هر کدام از طرفین رابطه می‌گردد. پس اعتماد، زمانی شکل می‌گیرد که افراد، درباره زندگی و بقای خویش، یعنی آینده و جهان پیرامونشان، امید و اطمینان داشته باشند و بالعکس هر آنچه زندگی و بقای افراد را به خطر اندازد و یا تمامیت وجود مستقل آن‌ها را تهدید کند، اعتمادشان را سلب خواهد کرد (قدیمی، 1386، 338). در این راستا می‌توان اشاره کرد که شرکت‌ها موفق خواهند شد تا با استفاده از نوآوری‌های جدید بتوانند عملکرد خود را بالا ببرند و در هر زمان بتوانند استراتژی‌هایی

به کار ببرند که میزان فروش خود را ارتقا دهند؛ همچنین می‌توانند اعتماد عموم را هم جلب کنند. همچنین می‌توانند به مشتریان خود تضمین دهند که استفاده از نوآوری‌های جدید فقط به خاطر ارضای نیازهای آن‌هاست. از این‌رو اعتماد مردم نسبت به این شرکت‌ها بیشتر می‌شود و زمینه اجتماعی شدن این شرکت‌ها را در بین مردم بالا می‌برد. از این‌رو اهمیت این پژوهش در این است که با بررسی نقش نوآوری که اکثر شرکت‌های صادراتی به‌نوعی از آن‌ها بهره‌مند هستند و تعیین تأثیر آن‌ها بر عملکرد بلندمدت (استراتژیک) در شرکت‌های تولیدی شهرستان سمنان در جهت کسب اعتماد اجتماعی و افزایش عملکرد کمک کند.

تحقیقات مختلفی در زمینه عوامل مؤثر بر عملکرد استراتژیک صورت گرفته است. در هر کدام از این تحقیقات متغیرهایی مدنظر بوده‌اند که بنا به نظر محقق به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر عملکرد استراتژیک مؤثر بوده‌اند. تعداد متغیرهای بررسی شده تا حدودی گسترده بوده‌اند این گستردگی به حدی است که حتی موجب ایجاد نتیجه‌گیری‌ها، ابهامات و یافته‌هایی متناقض نیز خواهد شد. کشتمند و خسروی (1393) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر مزیت‌های مکانی، منابع سازمانی و قابلیت‌های سازمانی بر عملکرد صادرات بر روی شرکت‌های صادراتی شهر کرمانشاه به این نتایج دست یافتند که مزیت مکانی بر روی عملکرد منابع انسانی و برنامه‌ریزی سازمانی تأثیر معناداری داشته ولی بر قابلیت‌های سازمانی و عملکرد استراتژیک شرکت‌های صادراتی استان کرمانشاه تأثیر چندانی نداشته است. چوپانی و همکاران، در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه)" به این نتایج دست یافتند، که اگر در سازمانی به مدیریت سرمایه‌های فکری توجه شود، در آن سازمان، گرایش به نوآوری سازمانی توسعه پیدا می‌کند (چوپانی و همکاران، 1391، 57). ماریادوس و همکاران هوشمندی رقابتی و عملکرد فروشندگان را با نقش دانش محصول و استفاده از اتوماسیون نیروی فروش بررسی کردند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌های این پژوهش نشان داد هوشمندی رقابتی تأثیر مثبت و معناداری به‌صورت مستقیم بر عملکرد دارد (ماریادوس و همکاران¹، 2014، 142). همچنین نتایج نشان داد هوشمندی رقابتی به‌صورت غیرمستقیم و از طریق دانش

محصول و استفاده از اتوماسیون نیروی فروش بر عملکرد فروشندگان تأثیر دارد. بدارکر و پندیتا در بررسی مروری که هدف از آن مطالعه اثر پیوندکاری بر عملکرد کارکنان بود به این نتایج دست یافتند: اول این که زمانی پیوند کاری به وجود می‌آید که تعادل در زندگی، کار، هدایت و ارتباط وجود داشته باشد. دوم اینکه، پیوند کاری با اثرات مثبتی که از عوامل مذکور دریافت می‌کند نه تنها باعث می‌شود عملکرد کارکنان افزایش یابد بلکه از این طریق عملکرد سازمانی هم افزایش می‌یابد (بدارکر و پندیتا²، 2014، 113). یکی از متغیرهای مورد بحث در این پژوهش نوآوری، عملکرد استراتژیک و اعتماد اجتماعی است. نوآوری³ عملی کردن اندیشه‌های نو و بدیعی است که از خلاقیت ناشی می‌شود؛ که در این پژوهش برابر با نمره‌ای است که توسط مدیران و کارکنان شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج و از طریق پرسش نامه چوپانی که از مؤلفه‌های نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی، نوآوری اداری کارکنان تشکیل شده و به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده، داده می‌شود. منظور از عملکرد استراتژیک⁴، ارزیابی عملکرد است؛ ارزیابی عملکرد به مجموعه اقدامات و اطلاعاتی اطلاق می‌گردد که به منظور افزایش سطح استفاده بهینه از امکانات و منابع، جهت دستیابی به اهداف به شیوه‌ای اقتصادی توأم با کارایی و اثربخشی صورت می‌گیرد، به طوری که ارزیابی عملکرد در «بعدسازمانی» معمولاً اثربخشی فعالیت‌ها است (چوپانی، 1390، 159). منظور از اثربخشی، میزان دستیابی به اهداف و برنامه‌ها با ویژگی کارا بودن فعالیت‌ها و عملیات است (شانی⁵، 2012، 230). در این بررسی منظور از عملکرد استراتژیک نمره‌ای است که توسط مدیران و کارکنان شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج از طریق پرسش نامه استراتژی‌های عملکرد زارع (1392) که چهار بعد انسان‌محور، فرایند محور، نتیجه محور و بستر محور را برای عملکرد استراتژیک در نظر گرفته است داده می‌شود.

نتونی گیدنز در تعریف اعتماد به فرهنگ آکسفورد استناد می‌کند و اعتماد را به عنوان اطمینان یا اتکا به نوعی کیفیت، یا صفت و یا اطمینان به حقیقت عبارت یا گفته‌ای توصیف می‌کند. به اعتقاد وی اعتماد نوع خاصی از اطمینان است و چیزی یکسره

2. Bedarker & Pandita

3. Innovations

4. Strategic Performance

5. Shaney

متفاوت از آن نیست (قدیمی، 1386)؛ مقصود از اعتماد اجتماعی در این پژوهش میزان نمره‌ای است که توسط مدیران و کارکنان شرکت‌های تولیدی شهرستان سنج و از طریق پرسش نامه صفاری نیا و شریف (1389) که شامل 25 گویه است و برای هر معرف 5 سؤال (رفتار مبتنی بر اعتماد کردن، تمایلات همکاری جویانه، صراحت، صداقت و اطمینان) تشکیل شده و به صورت طیف 5 گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده، داده می‌شود. از دیدگاه (چلبی، 1375) اعتماد ریشه در وابستگی عاطفی دارد. به اعتقاد او، هرگاه عواطف مثبت امکان رشد داشته باشند و بتوانند بین افراد جریان پیدا کنند، اعتماد ایجاد و تقویت می‌شود. بررسی ادبیات مربوط به اعتماد اجتماعی نشان می‌دهد که از دیدگاه‌های مختلف روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناختی به آن پرداخته شده است. در حوزه روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، اعتماد به‌عنوان ویژگی فردی مطرح می‌شود، بر احساسات، عواطف و ارزش‌های فردی تأکید می‌کند (کافی، 1380، 38) و در بررسی آن نظریه‌های شخصیت و متغیرهای فردی مورد توجه قرار می‌گیرد. بر اساس این دیدگاه، اعتماد با مفاهیمی چون صداقت، تمایلات همکاری جویانه، اطمینان، صراحت و اعتماد به یکدیگر ارتباط نزدیکی دارد. بر اساس دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، اعتماد نوعی احساس فردی نسبت به امری است که مورد تأیید است. به این ترتیب، اعتماد را می‌توان نگرشی مثبت نسبت به فرد یا امری خارجی دانست. اعتماد مبین نوع ارزیابی ما از پدیده‌های است که با آن مواجه هستیم و همواره مثبت است. در مباحث روان‌شناسی اجتماعی و مناسبات فرد و جامعه، اعتماد در سطح افراد نسبت به افراد دیگر یا پدیده‌های بیرونی سنجیده می‌شود. پس اعتماد نسبت به چیزی یا کسی است، لذا اعتماد یک فرآیند است که یک بعد آن اعتماد اجتماعی و بعد دیگر آن اعتماد فردی است و بر این اساس از اعتماد کننده و اعتماد شونده صحبت می‌شود (محسنی تبریزی، 1380، 65). هدف اصلی از این مطالعه بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با نقش میانجی نوآوری شرکت‌های تولیدی شهرستان سنج است.

دورکیم اعتماد را آرامشی می‌داند که حاصل زندگی مسالمت‌آمیز بشر در کنار هم‌نوعانش در حالت صلح و به‌دوراز هرگونه دشمنی و خصومت است (کافی، 1381، 18). اریکسون اعتماد را نگرشی نسبت به خود و دنیای پیرامون می‌داند که حاصل تجربیات شخص در سال اول زندگی است. اعتماد عبارت است از انتظار برآورده شدن

نیازهای شخصی و اینکه می‌شود روی دنیا یا منابع برآورده‌کننده خارجی حساب کرد (یورافکاری، 1376، 89). فوکویاما نیز اعتماد را مشارکت در ارزش‌ها و هنجارهای غیررسمی در میان اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، تعریف می‌کند (تونکیس، 1387، 153). کوهن اعتماد را انتظار دریافت حسن نیت مستمر از سوی دیگران می‌داند. از این رو در اعتماد امکان واگذاری منابع به دیگران وجود دارد با این انتظار که آنان به گونه‌ای عمل خواهند کرد که نتایج منفی به حداقل برسد و دستیابی به نتایج میسر شود (کوهن⁶، 1996، 132).

گیدنز ضمن موافقت با زیمل برداشت خود را با این تعریف آغاز می‌کند که اعتماد به‌عنوان اطمینان یا اتکا بر ماهیت یا خاصیت شخصی یا چیزی یا صحت گفته‌ای توصیف می‌شود. گیدنز معتقد است که اعتماد نه تنها با ریسک بلکه با احتمال وقوع در ارتباط است، اعتماد همیشه مفهوم ضمنی و مجازی قابلیت اتکا و اطمینان به شکل پیامدهای احتمالی دارد، خواه این پیامدها مربوط به اعمال فرد باشند و خواه مربوط به عملکرد سیستم‌ها (گیدنز، 1377، 135).

از مجموع تعاریف اعتماد از دیدگاه اندیشمندان حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی می‌توان این مفهوم را در سه حوزه روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی مورد تعریف و تفسیر قرار داد که در زیر به هر یک از این سه حوزه می‌پردازیم:

الف- در حوزه روان‌شناسی اعتماد یک خصوصیت فردی است و به‌صورت یک خصلت مرکزی یا شخصیتی با ویژگی‌های فرد از قبیل طبقه، درآمد، سن و جنس مرتبط است. این حوزه اعتماد را به‌عنوان ویژگی فردی مطرح می‌کند و بر احساسات، عواطف و ارزش‌های فردی تأکید می‌کنند و در بررسی اعتماد تئوری‌های شخصیت و متغیرهای فردی را موردتوجه قرار می‌دهند. بر اساس این دیدگاه اعتماد با مفاهیمی چون همکاری، صداقت، وفاداری، صمیمیت و امید و دگر خواهی ارتباط نزدیک برقرار می‌کند (دلهی و نیوتن⁷، 2003، 130).

6.Koehn

7.Delhey & Newton

ب- در مباحث روان‌شناسی اجتماعی اعتماد یک نگرش مثبت در فرد یا امر خارجی در نظر گرفته می‌شود و در مناسبات فرد و جامعه اعتماد در سطح افراد نسبت به افراد دیگر یا پدیده‌های بیرونی سنجیده می‌شود. در این دیدگاه چون اعتماد فرایندی است که در جریان جامعه‌پذیری آموخته می‌شود، لذا به دو بعد فردی و اجتماعی که در یک‌طرف اعتماد شونده و در طرف دیگر اعتماد کننده وجود دارد توجه می‌شود (محسنی تبریزی، 1380، 51).

ج- رهیافت دیگری که بیشتر در حوزه جامعه‌شناسی مطرح است، اعتماد را به‌عنوان ویژگی روابط اجتماعی یا ویژگی روابط اجتماعی مفهوم‌سازی می‌کنند و دیدگاه اخیر برخلاف دیدگاه اول به زمینه‌های اجتماعی تأکید می‌کنند. در این دیدگاه اعتماد بیشتر به‌عنوان ویژگی جمعی مورد توجه قرار می‌گیرد، بنابراین برای محصولات نهادی جامعه قابل کاربرد است. در این شیوه برای مثال سیستم‌ها، به‌عنوان سیستم با اعتماد بالا یا پائین ارزیابی می‌شوند (میستسال⁸، 1996).

در بررسی مفهوم اعتماد، اتخاذ یک دیدگاه ترکیبی در مقایسه با اتکای انحصاری بر هر یک از دیدگاه‌ها (اعتماد به‌عنوان ویژگی شخصیتی یا اعتماد به‌عنوان ویژگی نظام اجتماعی) می‌تواند ثمربخش‌تر باشد. دیدگاه ترکیبی می‌تواند اعتماد را به‌عنوان مفهومی ارزشمند برای چیرگی بر تمایز بین سطح کلان و خرد مطرح کند. یعنی اعتماد را به‌عنوان بعدی از ساخت اجتماع مورد بررسی قرار دهیم که نه فقط به شکل کامل و منحصر در سطح روان‌شناسی یا در سطح نهادی مطالعه شود، بلکه برای درک آن ویژگی روا شناختی و سطح نهادی را به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهیم. با در نظر گرفتن ارتباط دو سطح فرد و نظام و بررسی آرای اندیشمندان در متون جامعه‌شناسی سه شکل اصلی اعتماد قابل تشخیص است:

الف - اعتماد بنیادی

اعتماد بنیادی نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون، که رفتار و اعمال ما را متأثر می‌سازد و موجب تقویت تفکری می‌گردد که افراد و امور جهان قابل اعتماد هستند و به استمرار و ثبات آن صحنه می‌گذارد. اریکسون معتقد است که اعتماد بنیادی در

مراحل اولیه زندگی (شیرخوارگی) انسان شکل می‌گیرد. اعتماد بنیادی ما را به مفهومی رهنمون می‌سازد که آنتونی گیدنز از آن یاد می‌کند. منظور از امنیت هستی‌شناختی «امنیت هستی‌شناسی» آن تحت عنوان اطمینانی است که اغلب موجودات انسانی از پیوستگی و استمرار هویت خود و محیط‌های اجتماعی و مادی اطراف خود دارند. به اعتقاد گیدنز امنیت هستی‌شناختی یک پدیده‌ی شناختی نیست بلکه یک پدیده‌ی احساسی است و در ناخودآگاه ریشه دارد. آنچه مسلم است پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی از این قبیل است؛ آیا من واقعاً وجود دارم؟ آیا من امروزی همان کسی هستم که دیروز بودم؟ آیا مردم واقعاً وجود دارند؟ این پرسش‌ها را نمی‌توان از طریق بحث عقلی و به شکل بی‌چون‌وچرا پاسخ گفت (گیدنز، 1377).

گیدنز در تبیین این موضوع، معتقد است که باید در این زمینه مراحل و عوامل جامعه‌پذیری موردبررسی قرار گیرند. به اعتقاد او منشأ امنیت در افراد بالغ، در همه زمان‌ها در تجربیات دوران کودکی نهفته است. افراد طبیعی میزان بالایی از اعتماد را در اوایل زندگی دریافت می‌کنند (گیدنز، 1377).

ب- اعتماد بین شخصی

اعتماد بین شخصی شکل دیگری از اعتماد است که در روابط چهره به چهره خود را نشان می‌دهد. این شکل از اعتماد موانع ارتباطی را مرتفع می‌کند و با کاستن از حالت دفاعی، موجب بسیاری از تعاملات می‌شود. اعتماد بین شخصی حوزه‌ای از تعاملات میان دوستان، همکاران و همچنین اعتماد میان رئیس و کارمند، سرپرست و کارگر، معلم و شاگرد، فروشنده و مشتری، پزشک و بیمار، راننده و مسافر و... را در برمی‌گیرد. بررسی دیدگاه‌های مختلف نشان می‌دهد که روابط اجتماعی در ایجاد اعتماد بین شخصی نقشی اساسی را ایفا می‌کند. اعتماد بین شخصی در روابط و تعاملات اجتماعی معنا پیدا می‌کند، توسعه می‌یابد و تقویت می‌شود (امیرکافی، 1381، 19).

ج- اعتماد عام یا اعتماد تعمیم‌یافته

اعتماد عام یا اعتماد تعمیم‌یافته را می‌توان، داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه جدای از تعلق آن‌ها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای تعریف نمود. این تعریف نه‌تنها روابط چهره به چهره را در بر می‌گیرد بلکه حوزه‌ای از کسانی که باهم تعامل دارند و یا می‌توانند داشته باشند را نیز در برمی‌گیرد. در واقع اعتماد تعمیم‌یافته حوزه‌های خانوادگی،

همسایگی، قومی و محلی و... را درمی‌نوردد و در سطوح ملی و همراه با شکل‌گیری دولت‌های مدرن نیز مطرح می‌شود. این نوع اعتماد مستلزم مشارکت و همکاری تمامی افراد است که جامعه مدرن امروزی را تشکیل می‌دهند (امیرپور، 1386).

هرچند که مفهوم اعتماد پیچیده و درک آن دشوار است و به‌سادگی نمی‌توان عناصر و ابعاد آن را مشخص کرد. جانسون اعتقاد دارد که در یک رابطه مبتنی بر اعتماد (اعتماد‌کننده و اعتماد شونده) عناصر زیر وجود دارند: صراحت و باز بودن، سهیم کردن، پذیرش، حمایت، تمایلات همکاری جویانه، رفتار مبتنی بر اعتماد کردن، رفتار قابل اعتماد و اعتماد‌کننده بودن و قابل اعتماد بودن. سطح اعتماد در محدوده یک رابطه، بر اساس توانایی و اشتیاق افراد برای اعتماد کردن و قابل اعتماد بودن مدام در حال تغییر است. وقتی شما با قرار دادن خود در معرض ارتباط با دیگران، مشتاق یک ارتباط با نتایج نافع یا مضر هستید، اعتماد‌کننده تلقی می‌شوید، به بیانی خاص، وقتی شما خود افشاء بوده و خواهان پذیرش و حمایت آشکار از دیگران هستید، اعتماد‌کننده می‌شوید. صریح بودن، سهیم کردن دیگران در اطلاعات، ایده‌ها، افکار، احساسات و عکس‌العمل‌ها سطح اعتماد به شما را می‌سازد. سهیم کردن، ارائه ذخایر خودتان به دیگران است تا آن‌ها را در نیل به اهدافشان یاری کنید. وقتی شما قابل اعتماد هستید که مایلید اقدام تهورآمیز شخصی را پاسخ گویند و این تضمین ایجاد شود که شخص مقابل شاهد نتایج نافع خواهد بود. به بیانی دقیق‌تر، شما وقتی قابل اعتماد هستید که نسبت به طرف مقابل، ابراز استقبال، حمایت و همکاری کنید. همانند زمانی که شما نسبت به صراحت و افشاگری او پاسخ و عکس‌العمل مساعد متقابل نشان می‌دهید. پذیرش، بیان احترام و ارزش برای طرف مقابل و اظهارات وی است. حمایت، انتقال این فکر به طرف مقابل است که شما درک می‌کنید که او توانایی‌ها و شایستگی‌های لازم برای حل و فصل مطلوب مسائل تمایلات همکاری جویانه، کنونی و موقعیت حاضر را داراست (مارسیک و واتکینز¹، 2003، 145).

در دهه اخیر، بررسی رفتار افراد در محیط کار، توجه محققان را بیش‌ازپیش به خود جلب کرده است. هدف مشترک مطالعات فوق، تعریف نوعی رفتار فردی است که به موفقیت بلندمدت سازمان، کمک می‌کند (بووانیا و رایات²، 2015، 92). مطالعات کمی به

1. Marsick & Watkins

2. Bhuvaniah & Rayat

به بررسی چگونگی تأثیر متغیرهای سطح کلان سازمانی مانند ساختار سازمانی بر اعتماد کارکنان پرداخته‌اند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که متغیرهای مهم سازمانی مانند ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی با میزان اعتماد کارکنان در ارتباط است (راوب¹، 2008، 183). اعتماد سازمانی از جمله موضوعات مهم مدیریت و رفتار سازمانی است که توجه بسیار از اندیشمندان را در دهه اخیر به خود جلب کرده است. با گسترش پدیده جهانی‌سازی، اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به‌طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است، به‌طوری‌که اکثر صاحب‌نظران در علوم مختلف به اهمیت نقش اعتماد در سازمان‌ها اشاره کرده‌اند (سوئیف و هوانگ²، 2013، 22). اعتماد یک موضوع بحث‌برانگیز در مطالعات سازمانی بوده است اما اخیراً در تحقیقات سازمانی به‌صورت جامع مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی اعتماد به عملکرد مؤثر سازمان‌ها متصل شده است. همان‌طور که بیان کردیم اعتماد به عملکرد استراتژیک مناسب سازمان‌ها مرتبط است و این‌گونه می‌توان فرض کرد که اعتماد می‌تواند به‌صورت مثبت بر عملکرد استراتژیک و سطح اثربخشی سازمان تأثیر گذارد. اعتماد کارکنان باعث ارتقای اثربخشی سازمان می‌گردد چراکه روابط اعتمادی بخش لاینفک سرمایه اجتماعی یک سازمان است. اعتماد بین افراد باعث ارتقای سرمایه اجتماعی یک سازمان و نهایتاً تأثیر مثبت آن بر سطح اثربخشی سازمان می‌شود.

در تحقیقی که توسط کلین انجام شد به بررسی مؤلفه‌های مختلف اعتماد پرداختند، آن‌ها در پژوهش خود دریافتند که بین صداقت و اعتماد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (کلین³، 2012، 553). در تحقیقی دیگر که توسط گریمی خولجسن و همکارانش با مطالعه بر سازمان‌ها انجام گرفت، مشخص شد که صراحت بین کارکنان بر میزان اعتماد بین آن‌ها و افراد سازمانی مؤثر است (گریملیکویسن و همکاران⁴، 2013، 583). در پژوهشی دیگر مشخص شد که بین تمایلات همکاری جویانه بین افراد یک سازمان و میزان اعتمادی که آن‌ها به هم دارند ارتباط مثبتی وجود دارد (چوا و

1. Raub

2. Swift & Hwang

3. Klien

4. Grimmlikhuijsen et al

همکاران¹، 2012، 128). در تحقیقی که در سال 2010 توسط هو و همکارانش انجام شد، مشخص شد بین اطمینان و اعتماد رابطه مثبت وجود دارد (هو و همکاران²، 2010، 413). امروزه سازمان‌ها در جستجوی راه‌های جدیدی برای ارتقای مشارکت و همکاری بین افراد و گروه‌ها و بهره‌گیری از آثار آن هستند و از این‌رو بیشتر از هر زمان به اعتماد و تقویت و واقعی سازی آن توجه دارند و معمولاً این کار را با مهندسی مجدد ساختار و مسطح نمودن آن و تأکید بر شکل‌های مبتنی بر گروه کاری به‌گونه‌ای که اختیار در آن به شکل غیرمتمرکز درآید. در تحقیقی که توسط آقا و همکاران انجام شد مشخص شد که اعتماد می‌تواند منجر به همکاری بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها شود، که ثمره این همکاری بهبود عملکرد استراتژیک شرکت خواهد بود (آقا و همکاران³، 2011، 192).

شومپیتر⁴ (1934) نوآوری را شامل: «محصول جدید یا باکیفیت برتر از آنچه هست، روش جدید تولید، گشایش بازار جدید و شکل جدیدی از سازمان»؛ داویلا⁵ و همکاران (2012، 159)، آن را «یک‌روند مدیریتی جدید با ابزار خاص»؛ و وان‌های پل⁶ (2005، 264) نوآوری را «هر چیز جدید که به بازار وارد شود» معرفی می‌کنند. در همین حال، مورل و بولی⁷ (2008، 391) نوآوری را «تبدیل ایده به محصول یا فناوری نو»؛ میتال و سهداری⁸ (2012، 236) آن را «خلق ارزش و برآوردن نیاز مشتری»؛ پورتر⁹ (1990) نیز آن را «مؤثرترین عامل ایجاد مزیت رقابتی» و موریس¹⁰ (2006، 169) آن را «خلق ایده و تبدیل آن به ارزش جدید در کسب‌وکار» معرفی نموده‌اند. افرادی چون مورل و بولی؛ تید¹¹؛ خلیل¹² از منظر فرآیندی به نوآوری نگاه می‌کنند و آن را مجموعه عملیاتی می‌دانند که از پردازش ایده شروع‌شده و سرانجام به تولید و عرضه محصول یا خدمت

-
1. Chua et al
 2. Hu et al
 3. Agha et al
 4. Schumpeter
 5. Davila
 6. von Hippel
 7. Morel & Boly
 8. Maital & Sehadri
 9. Porter
 10. Morris
 11. Tidd
 12. Khalil

جدید به بازار ختم می‌گردد (تید و بسانت¹، 2006، 439). در همین حال، دراگر² (1985) و بولی و همکاران بر این باورند که نوآوری علاوه بر محصول یا خدمت، شامل تغییر در فرآیندهای سازمانی نیز می‌گردد. در این تحقیق توجه خود را به نوآوری در محصول و فناوری معطوف کرده و قلمرو تحقیق نیز در سطح بنگاه است. بنا به اعتقاد مورل و بولی در بررسی توانمندی و ظرفیت نوآوری سازمان باید توانمندی افراد، توانمندی سازمان در فرآیند اجرای نوآوری (خلق محصول یا فناوری جدید)، توانمندی سازمان در فرآیند اجرای پروژه‌های نوآوری و درنهایت توانمندی کلان بنگاه در حوزه نوآوری مورد بررسی قرار گیرد. تید، معیارهای تشخیص موفقیت سازمان در نوآوری را شامل؛ معیارهای خروجی (اختراعات، محصولات، فناوری‌های جدید و مقالات)، معیارهای فرآیندی و عملیاتی (بهبود رویه‌های کاری)، معیارهای موفقیت استراتژیک (بهبود عملکرد کلی شرکت، سود ناشی از نوآوری، افزایش درآمد و سهم بازار) معرفی می‌کند (تید، 2001، 178). ایکاف³ (2005، 138) می‌گوید: افراد نسبت به ایده و آرمان‌هایی که در تدوین آن‌ها دست دارند، تعهد قوی‌تری دارند. مایر و گاوین⁴ (2005، 883)، بیان نمودند که مشارکت کارکنان باعث جریان یافتن پاداش، دانش و قدرت در همه سطوح خواهد شد؛ و گلور⁵ (2001، 35) آن را دسترسی به افکار کارکنان و مشتری؛ و ون‌دورنده و همکاران⁶ (2009، 433)، موجب «بهبود مستمر» و افزایش بهره‌وری می‌دانند. در تحقیقی دیگر که توسط سانکوسکا⁷ (2013، 96) در سال 2013 انجام شد، مشخص شد اعتماد سازمانی بر میزان نوآور بودن یک سازمان اثرگذار است. اعتماد در عملکرد سازمان‌ها و در شکل‌گیری و افزایش کارایی سازمانی نقش انکارناپذیری دارد. بدون اعتمادسازی هیچ‌گونه شانس برای تحقق اهداف استراتژیک سازمان وجود ندارد.

1. Tidd & Bessant

2. Drucker

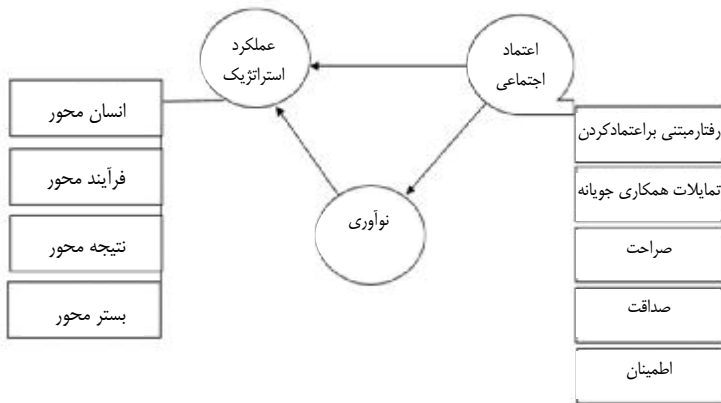
3. Ackoff

4. Mayer & Gavin

5. Glor

6. Van de Vrande et al

7. Sankowska



شکل شماره 1- مدل مفهومی پژوهش بر اساس مبانی نظری

در راستای هدف ذکر شده فرضیه اصلی این است که بین اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک رابطه وجود دارد. فرضیه‌های فرعی این پژوهش نیز عبارت‌اند از:

1- اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد.

2- اعتماد اجتماعی بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد.

3- نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد.

ابزار و روش

روش انجام پژوهش با توجه به موضوع و اهداف مورد پژوهش از نوع توصیفی و از نوع مدل معادلات ساختاری است و گردآوری اطلاعات به صورت میدانی و از لحاظ استفاده از نتایج، کاربردی خواهد بود. اطلاعات شرکت‌های مورد مطالعه از طریق مراجعه به شرکت شهرک‌های شهرستان سنندج به دست آمد. بر اساس اطلاعات حاصل شده از شرکت‌های معرفی شده که بالای 3 سال سابقه دارند. جامعه آماری این پژوهش 37 شرکت است. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است؛ همچنین و با توجه به این که در این

پژوهش از هر شرکت سه نفر از پرسنل (مدیرعامل-مدیر تولید-مدیر فروش و بازاریابی) شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج انتخاب شدند، نمونه آماری در این پژوهش در مجموع 111 نفر است. جهت گردآوری داده‌های پژوهش حاضر، نقش میانجی نوآوری بر عملکرد استراتژیک و اعتماد اجتماعی در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج به روش پرسش نامه و ابزار اندازه‌گیری اطلاعات، با توجه به مطالعه کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها و با استفاده از نظرات جامعه آماری تهیه شده است. سه نمونه پرسش نامه‌ای که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند در ادامه توضیح داده شده است.

نمونه اول، پرسش نامه نوآوری است که همان پرسش نامه چوپانی (1390) است. جهت تهیه این ابزار ابتدا با بررسی پیشینه و پژوهش‌های گذشته، مؤلفه‌هایی که اکثر صاحب‌نظران و محققان بر روی آن تأکید داشتند، مورد شناسایی و بررسی قرار گرفت. در نهایت سه بعد نوآوری تولیدی، نوآوری فرآیندی و نوآوری اداری به منظور تهیه پرسش نامه استخراج گردید. این پرسش نامه با توجه به این سه مورد طراحی شده و دارای 17 سؤال است. که ترکیبی از پرسش نامه‌های جیمنز-جیمنز و همکاران (2008)، پنیاز (2006)، پراجگو و سوهل (2006) (به نقل از چوپانی، 1390) است. پرسش نامه مذکور توسط چوپانی (1390) طراحی و استاندارد شده است، مقیاس اندازه‌گیری این پرسش نامه از نوع لیکرت است که هر پاسخ، امتیازی بین 1 تا 5 را به خود اختصاص می‌دهد (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم).

نمونه دوم، پرسش نامه اعتماد اجتماعی است. این پرسش نامه شامل یک سری از گویه‌های مربوط به نگرش شما به اعتماد اجتماعی است. برای هر گویه پنج گزینه ممکن وجود دارد. مثلاً لطفاً گزینه‌ای را که بیانگر احساس شما است علامت بزنید. انتخاب پاسخ برای شما بین گزینه‌های: کاملاً موافق، موافق، نظری ندارم، مخالف و کاملاً مخالف است. لطفاً برای هر گویه فقط یک گزینه را انتخاب کنید. گویه‌های پرسش نامه اعتماد اجتماعی با توجه به پنج مؤلفه زیر توسط صفاری نیا و شریف (1389) با همکاری متخصصان مربوطه در این زمینه ساخته شد. این پرسش نامه شامل 25 گویه است که برای هر معرف 5 سؤال در نظر گرفته شده است.

نمونه سوم، پرسش نامه استاندارد عملکرد استراتژیک است که توسط زارع (1392) تهیه و تنظیم شده است. اعتبار محتوای این پرسش نامه توسط استادان و چند تن از افراد

صاحب‌نظر مورد تأیید قرار گرفته است و از اعتبار لازم برخوردار است. در پژوهش زارع (1392) پایایی پرسش‌نامه به روش آلفای کرونباخ $0/82$ درصد ذکر شده است. با توجه به مطالعات پیشین، انجام پژوهشی که به تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج پرداخته باشد کم بوده و یا اینکه تنها بخشی از متغیرها را مورد مطالعه قرار داده‌اند به همین دلیل نتایج این پژوهش می‌تواند افق‌های جدیدی را در شناخت ارتباط بین این متغیرها حاصل کند که نتایج آن می‌تواند مورد بهره‌برداری مدیران شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج قرار گیرد. روش اجرای پژوهش در واقع مجموعه فعالیت‌هایی است که به کمک آن‌ها تعیین می‌کنیم که اطلاعات موردنظر را از کجا، چگونه و با چه ابزاری جمع‌آوری کنیم. به‌طور کلی روش‌های پژوهش در علوم رفتاری را می‌توان با دو ملاک، هدف پژوهش و نحوه گردآوری داده‌ها تقسیم‌بندی نمود.

جهت سنجش ابزار گردآوری داده‌ها از روایی محتوایی و روایی سازه¹ استفاده گردید. در بحث روایی محتوایی ابتدا پرسش‌نامه‌های پژوهش با پیوست هدف پژوهش و مدل مفهومی پژوهش به ده نفر از صاحب‌نظران داده شد و از آن‌ها خواسته شد که سؤالات پژوهش را بررسی نمایند. سرانجام با بررسی‌هایی که این افراد انجام دادند روایی محتوایی ابزار پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی² ابزار گردآوری داده‌ها یا سنجش همسانی درونی سؤالات باهم، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردید؛ که نتایج این آزمون برای ابعاد و کل پرسش‌نامه‌ها بدین شرح است: میزان آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه نوآوری (در 3 بعد)، پرسش‌نامه اعتماد اجتماعی (در 5 بعد) و پرسش‌نامه عملکرد استراتژیک (در 4 بعد) به ترتیب $0/795$ ، $0/814$ و $0/779$ به دست آمد. نتایج حاکی از آن است که پرسش‌نامه‌های پژوهش و ابعاد آن، پایایی موردنظر را دارند چراکه کلیه ارقام حاصل‌شده بیش از $0/70$ می‌باشند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف (جهت تعیین توزیع طبیعی داده‌ها)، و با توجه به غیرطبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون‌های نا پارامتریک با استفاده از اطلاعات خام واردشده در نرم‌افزار اسپس‌اس³ نسخه 23، استفاده شد. برای بررسی روابط بین

1. Content validity constructions

2. Assess reliability

3. SPSS

متغیرها نیز از نرم‌افزار آموس و برای سنجش برازش مدل پژوهش، از آزمون مدل معادلات ساختاری استفاده شد. آزمون فرضیه‌ها نیز سطح معنی‌داری برابر با $(P \leq 0/05)$ در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

نتایج توصیفی تحقیق بیانگر این بود که از جامعه آماری انتخابی، تعداد 103 نفر آزمودنی (92/8%) مرد و تعداد 8 نفر آزمودنی (7/2%) زن، تعداد 99 نفر آزمودنی (89/2%) متأهل و تعداد 12 نفر آزمودنی (10/8%) مجرد، تعداد 52 نفر آزمودنی (46/8%) از رده سنی 36 تا 40 سال و تعداد 6 نفر آزمودنی (5/4%) مربوط به رده سنی 25 تا 30 سال، تعداد 55 آزمودنی (49/5%) دارای مدرک کارشناسی ارشد و تعداد 1 نفر آزمودنی (0/9%) دارای مدرک فوق دکتري، تعداد 40 آزمودنی (36/0%) دارای سابقه خدمت 5 تا 10 سال؛ و تعداد 18 آزمودنی (16/2%) دارای سابقه خدمت بالای 16 سال و از 111 نفر نمونه آماری آزمودنی‌ها، به تعداد مساوی 37 نفر مدیرکل (33/3%)، 37 نفر مدیر تولید (33/3%) و 37 نفر مدیر بازاریابی (33/3%) بودند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از آزمون دوجمله‌ای در بررسی وضعیت متغیرها، سطح معناداری به‌دست‌آمده برای هر سه متغیر (نوآوری، عملکرد استراتژیک و اعتماد اجتماعی) کمتر از 0/05 بود، بنابراین متغیرها در وضعیت مطلوبی قرار داشتند. نتایج بررسی وضعیت متغیرها در جداول زیر آمده است:

جدول شماره 1، بررسی وضعیت متغیر نوآوری

متغیر	گروه‌ها	طبقه‌ها	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	نسبت آزمون	سطح معناداری
نوآوری	گروه 1	≤ 3	1	0/01	0/5	0/001
	گروه 2	> 3	110	0/99		
	-	-	111	1/0		

$P < 0/05$

با توجه به نتایج آزمون دوجمله‌ای، سطح معناداری به‌دست‌آمده کمتر از 0/05 است، بدین معنی که با 95% اطمینان می‌توان گفت، میزان وضعیت متغیر نوآوری در وضعیت مطلوبی است.

جدول شماره 2، بررسی وضعیت متغیر عملکرد استراتژیک

متغیر	گروه‌ها	طبقه‌ها	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	نسبت آزمون	سطح معناداری
عملکرد استراتژیک	گروه 1	≤ 3	3	0/03	0/5	0/001
	گروه 2	> 3	108	0/97		
	-	-	111	1/0		

$P < 0/05$

با توجه به نتایج آزمون دوجمله‌ای، سطح معناداری به‌دست‌آمده کمتر از 0/05 است، بدین معنی که با 95% اطمینان می‌توان گفت، میزان وضعیت متغیر عملکرد استراتژیک در وضعیت مطلوبی است.

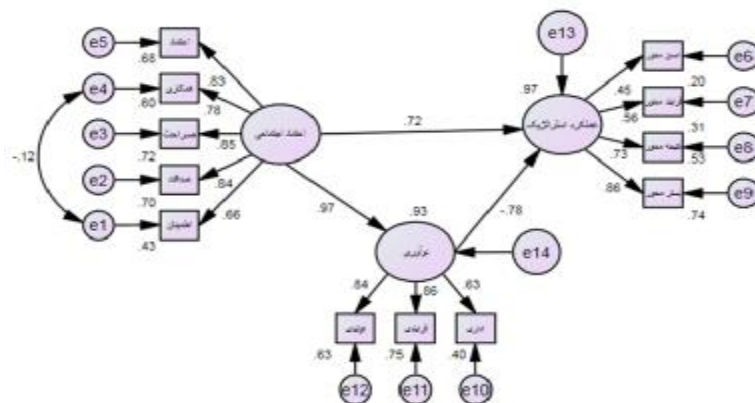
جدول شماره 3، بررسی وضعیت متغیر اعتماد اجتماعی

متغیر	گروه‌ها	طبقه‌ها	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	نسبت آزمون	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	گروه 1	≤ 3	1	0/01	0/5	0/001
	گروه 2	> 3	110	0/99		
	-	-	111	1/0		

$P < 0/05$

با توجه به نتایج آزمون دوجمله‌ای، سطح معناداری به‌دست‌آمده کمتر از 0/05 است، بدین معنی که با 95% اطمینان می‌توان گفت، میزان وضعیت متغیر اعتماد اجتماعی در وضعیت مطلوبی است.

با توجه به تحلیل مدل معادلات ساختاری زیر، نتایج تحلیل‌ها برای هر یک از فرضیه‌ها در ادامه آورده می‌شود.



شکل شماره 1- مدل معادلات ساختاری اعتماد از طریق عملکرد استراتژیک بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج

برای فرضیه کلی پژوهش که بیان می‌کند: اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک اثرگذار است، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری به صورت جدول زیر است:

جدول شماره 4، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

ردیف	شاخص	مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت	معادل فارسی
1	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	0/955	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب	
2	شاخص برازش افزایشی (IFI)	0/975	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب	
3	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	0/975	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب	
4	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	0/03	کمتر از 0/1	مطلوب	
5	خی دو بهنجار شده (CMIN/DF)	2/166	کمتر از 3	مطلوب	

نتایج جدول (4)، گویای این مطلب است که شاخص‌های نسبت خی دو به درجه آزادی CMIN/DF برابر با 2/166، مطلوب، شاخص‌های برازش تطبیقی NFI، IFI و

CFI بیشتر از 0/90 و شاخص RMSEA نیز به ترتیب در حد مطلوب قرار دارند؛ بدین معنی که مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته‌شده برای آن قابل قبول است و به عبارتی دیگر داده‌های حاصل از پژوهش تا حدودی مدل نظری پژوهش را حمایت و تأیید می‌کند.

جدول شماره 5، ضریب مسیر مدل و سطوح معناداری

متغیر	ضریب مسیر	مقدار t	sig
اعتماد اجتماعی <--- نوآوری	0/97	18/953	0/001
اعتماد اجتماعی <--- عملکرد استراتژیک	0/72	2/667	0/008
نوآوری <--- عملکرد استراتژیک	0/78	-1/343	0/179

با توجه به دیاگرام مسیر ترسیم‌شده در شکل (1) مشخص می‌گردد که اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنج در اثر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی دیگر مشخص شد که با سطح خطای 0/001 درصد اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنج مؤثر است.

شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری برای فرضیه اول که بیان می‌کند: اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنج اثر دارد، به صورت زیر حاصل شده است:

جدول شماره 6، شاخص‌های برازش مدل معادلات

وضعیت	مقدار مطلوب	مقدار	شاخص		R ²
			معادل فارسی		
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/933	(NFI)	شاخص برازش هنجار شده	1
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/961	(IFI)	شاخص برازش افزایشی	2
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/960	(CFI)	شاخص برازش تطبیقی	3
مطلوب	کمتر از 0/1	0/09	(RMSEA)	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	4
مطلوب	کمتر از 3	2/213	(CMIN/DF)	خی دو بهنجار شده	5

نتایج جدول (6)، گویای این مطلب است که شاخص‌های نسبت خی دو به درجه آزادی CMIN/DF برابر با 2/213، مطلوب، شاخص‌های برازش تطبیقی NFI، IFI و CFI بیشتر از 0/90 و شاخص RMSEA نیز به ترتیب در حد مطلوب قرار دارند؛ بدین معنی که مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن قابل قبول است و به عبارتی دیگر داده‌های حاصل از پژوهش تا حدودی مدل نظری پژوهش را حمایت و تأیید می‌کند.

جدول شماره 7، ضریب مسیر مدل و سطوح معناداری

Sig	مقدار t	ضریب مسیر	متغیر
0/001	4/679	0/72	اعتماد اجتماعی <--- عملکرد استراتژیک

با توجه به دیاگرام مسیر ترسیم شده در شکل (1) مشخص می‌گردد که اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنجیدگی اثر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی دیگر مشخص شد که با سطح خطای 0/001 درصد اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنجیدگی مؤثر است. برای فرضیه دوم که عنوان می‌کند، اعتماد اجتماعی بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی سنجیدگی اثر دارد، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری به صورت زیر است:

جدول شماره 8، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

وضعیت	مقدار مطلوب	مقدار	شاخص		ردیف
			معادل فارسی	نماد	
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/989	(NFI)	شاخص برازش هنجار شده	1
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/978	(IFI)	شاخص برازش افزایشی	2
مطلوب	مساوی یا بیشتر از 0/90	0/996	(CFI)	شاخص برازش تطبیقی	3
مطلوب	کمتر از 0/1	0/06	(RMSEA)	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	4
مطلوب	کمتر از 3	1/530	(CMIN/DF)	خی دو بهنجار شده	5

نتایج جدول (8)، گویای این مطلب است که شاخص‌های نسبت خی دو به درجه آزادی CMIN/DF برابر با 1/530، مطلوب، شاخص‌های برازش تطبیقی NFI، IFI و CFI بیشتر از 0/90 و شاخص RMSEA نیز به ترتیب در حد مطلوب قرار دارند؛ بدین

معنی که مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته‌شده برای آن قابل قبول است و به عبارتی دیگر داده‌های حاصل از پژوهش تا حدودی مدل نظری پژوهش را حمایت و تأیید می‌کند.

جدول شماره 9، ضریب مسیر مدل و سطوح معناداری

متغیر	ضریب مسیر	مقدار t	sig
اعتماد اجتماعی --- < نوآوری	0/97	6/298	0/001

با توجه به دیاگرام مسیر ترسیم‌شده در شکل (1) مشخص می‌گردد که اعتماد اجتماعی بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی دیگر مشخص شد که با سطح خطای 0/001 درصد اعتماد اجتماعی بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج مؤثر است.

در نهایت برای فرضیه سوم که بیان می‌کند: نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی سنندج اثر دارد، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری به صورت زیر است:

جدول شماره 10، شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

ردیف	شاخص	مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت
1	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	0/969	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب
2	شاخص برازش افزایشی (IFI)	0/907	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب
3	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	0/986	مساوی یا بیشتر از 0/90	مطلوب
4	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	0/08	کمتر از 0/1	مطلوب
5	خی دو بهنجار شده (CMIN/DF)	1/722	کمتر از 3	مطلوب

نتایج جدول (10)، گویای این مطلب است که شاخص‌های نسبت خی دو به درجه آزادی CMIN/DF برابر با 1/722، مطلوب، شاخص‌های برازش تطبیقی NFI، IFI و CFI بیشتر از 0/90 و شاخص RMSEA نیز به ترتیب در حد مطلوب قرار دارند؛ بدین معنی که مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته‌شده برای آن قابل قبول است و به عبارتی دیگر داده‌های حاصل از پژوهش تا

حدودی مدل نظری پژوهش را حمایت و تأیید می‌کند؛ اما وجود کوواریانس ایجاد شده در مدل به معنی ایراد در ساختار عاملی تعریف شده است، لذا ساختار عاملی در نظر گرفته شده به طور کامل توسط داده‌های تجربی تأیید نمی‌گردد.

جدول شماره 11، ضریب مسیر مدل و سطوح معناداری

متغیر	ضریب مسیر	مقدار t	sig
نوآوری --- < عملکرد استراتژیک	0/78	4/588	0/001

با توجه به دیاگرام مسیر ترسیم شده در شکل (1) مشخص می‌گردد که نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی دیگر مشخص شد که با سطح خطای 0/001 درصد نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج مؤثر است.

امروزه صادرات یکی از مهم‌ترین گام‌های اولیه سازمان‌ها برای گسترش است؛ در سال‌های اخیر با توجه به وضعیت اقتصادی - سیاسی کشور و تحریم ایران در حوزه نفت و تجارت بین‌الملل، نیاز ما به توسعه صادرات بیشتر شده اهمیت یافته و توسعه صادرات غیرنفتی ضرورت جدی یافته است. در توضیح این فرایند باید گفت گسترش صادرات به استمرار تولید، توسعه سرمایه‌گذاری‌های جدید و حفظ اشتغال منجر می‌شود. از این رو لازم است عوامل زمینه‌ای و عملی مؤثر بر این متغیر جهت رشد و گسترش هر چه بیشتر آن شناسایی شود؛ و چون وجود شرکت‌های کوچک و بزرگ در سطح استان‌ها یکی از زمینه‌های گسترش عملکرد استراتژیک است در این پژوهش این شرکت‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند و بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج هدف اصلی این پژوهش بود.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها پیرامون فرضیه اصلی پژوهش حاکی از آن بود که اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی دیگر مشخص شد که هرچقدر اعتماد و نوآوری شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج افزایش یابد، احتمالاً به موازات آن عملکرد استراتژیک صادرات نیز بهبود پیدا کند. با این حال رابطه شناسایی شده بین متغیرها قوی

بود، درواقع این ارتباط قوی نشان می‌دهد که اعتماد در تبیین واریانس نوآوری و عملکرد استراتژیک نقش قوی دارد. در ادامه اگر عملکرد را از دیدگاه کین (1996) که گفته بود عملکرد صرفاً نتایج کسب‌شده است، بررسی نماییم مشخص می‌شود که نتایج پژوهش‌های کشتمند و خسروی (1393) و مشبکی و خادمی (1391) همخوان است. اما اگر عملکرد را از دیدگاه برامبراخ (1998) که معتقد بود عملکرد هم به معنی رفتار و هم به معنی نتایج است بررسی کنیم، پژوهش مسنجم و مستقیمی که نقش میانجی نوآوری را در تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک بررسی کرده باشد، انجام‌نشده است. از سوی دیگر اگر عملکرد را یک مفهوم انتزاعی کلی در نظر بگیریم می‌توان گفت به‌طورکلی اشاره به این داشته است که با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری، میان عملکرد استراتژیک و اعتماد اجتماعی اثر وجود دارد. یعنی اگر سطح اعتماد و نوآوری بالا باشد احتمالاً سطح عملکرد نیز بالا خواهد بود. نتیجه‌ای که بخش توصیفی پژوهش نیز به‌ویژه بخش توصیف متغیرهای اصلی پژوهش آن را تأیید می‌کند. چراکه مشخص شد سطح متغیرهای پژوهش در سطح مطلوبی است و احتمالاً یکی از دلایل معناداری اثر اعتماد از طریق نوآوری بر عملکرد استراتژیک همین مورد باشد.

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش حاکی از آن بود که اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سمنجان اثر مثبت و معناداری دارد. درواقع مشخص گردید که با افزایش اعتماد، عملکرد استراتژیک آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های کشتمند و خسروی، (1393) و مشبکی و خادمی (1391) همخوان است. در تبیین این نتیجه به نظر می‌رسد هر چه اعتماد اجتماعی به نحو مناسب برطرف گردد در تقابل آن نیز میزان عملکرد استراتژیک افزایش پیدا می‌کند. به‌زعم مورگان و هانت (1994)، اعتماد زمانی وجود دارد که یک‌طرف به اعتبار و صداقت طرف معامله اطمینان داشته باشد. لذا احتمال این‌که اعتبار و صداقت فی‌مابین بازار و شرکت‌های تولیدی سبب افزایش عملکرد استراتژیک باشد، وجود دارد. هم‌چنین احتمال این‌که اثر معنادار اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک تحت تأثیر چنین عاملی قرار گرفته باشد، نیز وجود دارد. با این حال دوام اعتماد، مشروط به متقابل بودن آن و تابع احساس دلبستگی‌های دیگری است که این ارتباط حسنه را تداوم می‌بخشد. اما آنچه مسلم است این است که تمامی معرف‌های اعتماد به یک اندازه قابلیت اثرگذاری بر

عملکرد استراتژیک را ندارند کما آنکه بعضاً و بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش شاهد آن هستیم که معرف‌های مثل صداقت در گفتار بر عملکرد استراتژیک اثر معناداری دارند. لذا ماهیت معرف‌های اعتماد اجتماعی هر اندازه فعال و قابل‌انکا باشند، نه‌تنها مجموع اعتماد افزایش پیدا می‌کند بلکه عملکرد استراتژیک نیز تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد.

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش حاکی از آن بود که اعتماد اجتماعی بر نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های کشتمند و خسروی، (1393) و مشبکی و خادمی (1391) همخوان است. در واقع این نتیجه دلالت بر این دارد که با افزایش اعتماد اجتماعی میزان نوآوری نیز افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر آن مشخص گردید که از معرف‌های اعتماد اجتماعی، بیان شفاهی بیشترین میزان اثرگذاری را بر نوآوری دارد. اعتماد اجتماعی یکی از ابزارهای عملکرد استراتژیک صادرات و مهم در درون هر سازمانی نهفته است. استفاده از اعتماد اجتماعی به شرکت در جهت رسیدن به اهداف خود کمک می‌کند. یکی از اهدافی که سازمان‌ها به دنبال آن هستند ایجاد عملکرد استراتژیک در سازمان است. از این رو با توجه به تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک صادرات، این نتیجه حاصل می‌شود که در شرکت‌های صادراتی شهر سنندج از اعتماد اجتماعی در جهت ایجاد عملکرد استراتژیک صادرات در شرکت استفاده نشده است و در نتیجه عملکرد صادراتی خوبی نداشته‌اند. امروزه اکثر مدیران به‌جای تمرکز بر مبادله و منافع اقتصادی به ایجاد و حفظ روابط ارزشمند با مشتریان متمایل شده‌اند. سازمان‌هایی که فرهنگ مبتنی بر ارائه ارزش به مشتری را در تمام فرآیندها و اقدامات خود تقویت می‌کنند عملکرد تجاری برتری نسبت به بقیه دارند.

نتایج آزمون فرضیه آخر پژوهش حاکی از آن بود که نوآوری بر عملکرد استراتژیک در شرکت‌های تولیدی شهرستان سنندج اثر مثبت و معناداری دارد؛ این نتیجه با نتایج پژوهش‌های کشتمند و خسروی، (1393) و مشبکی و خادمی (1391) همخوان است. نوآوری عاملی است که فرصت‌هایی را به‌وسیله افراد برای خودشان یا برای سازمانی که در آن کار می‌کنند، بدون توجه به منابعی که در کنترل آن‌ها است، به وجود می‌آورد. از آنجایی که شرکت‌های موفق برای قدرت داشتن در بازار تولید و فروش مجبورند دانش

تولید و سرمایه خود را به‌روز کنند و با تحولات بازار فروش هماهنگ باشند، پس گمان می‌رود یکی از موارد مؤثر بر مطلوب بودن نواری سازمانی می‌تواند این باشد که اکثر شرکت‌ها دانش کارکنان و متخصصان خود را با علم روز هماهنگ کنند تا محصولات متنوع و مشتری‌پسندی به مشتریان ارائه دهند. این امر زمانی محقق می‌شود که وضعیت نوآوری شرکت‌ها مطلوب باشد. بدین منظور پیشنهاد می‌شود برنامه‌های استراتژیک و بلندمدت با در نظر گرفتن نیازهای اطلاعاتی شرکت در مورد خواسته‌های متغیر مشتریان و فعالیت‌های رقبا تنظیم شود. همچنین با توجه به رابطه مثبت نوآوری و عملکرد استراتژیک، به مدیران توصیه می‌شود در تدوین راهبردهای شرکت تهدیدات و ریسک‌های فعلی و بالقوه را تحلیل و رتبه‌بندی کنند تا آن دسته از تهدیدات و ریسک‌های که مانع از موفقیت استراتژی صادرات می‌شوند را مرتفع کنند.

به طور کلی اعتماد اجتماعی در سال‌های اخیر، به‌عنوان یکی از مفاهیم مهم مدیریت معرفی شده است. چراکه افزایش اعتماد اجتماعی باعث آن می‌شود که سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. با توجه به ارتباط نوآوری با عملکرد، مسئولین شرکت‌ها می‌توانند با الگوبرداری از شرکت‌های موفق و قدرتمند و حتی دعوت کردن از متخصصان شرکت‌های موفق در سراسر دنیا، به شرکت‌های خود و گذاشتن دوره‌های آموزشی برای کارکنان با استفاده از متخصصان دعوت شده، نوآوری را در شرکت‌های خود به حد مطلوب برسانند، و می‌توان گفت که از این طریق می‌توانند عملکرد خود را بهبود ببخشند. این امر جریان تبادل داده‌ها، اطلاعات و دانش را در سازمان تسریع می‌کند و اثربخشی تفکر و تصمیم‌گیری را بهبود می‌بخشد. در واقع اعتماد اجتماعی به‌مثابه راداری است که با کشف فرصت‌های جدید و هشدار تهدیدها، شرکت را قادر می‌سازد که محیط خود را سریع‌تر و دقیق‌تر شناسایی کند؛ در نتیجه فراهم بودن بهینه این عوامل بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش با عملکرد استراتژیک ارتباط دارد و سبب افزایش برآیند آن می‌شود. هرچند که بایستی اشاره به این داشت که این میزان ترغیب تنها به‌طور مستقیم شکل می‌گیرد و متغیر میانجی یا واسطه‌ای در چنین فرایندی چندان نقشی ندارد. باین‌حال اعتماد و نوآوری

ازجمله پیشایندهای عملکرد استراتژیک هستند که با افزایش آنها، میزان عملکرد استراتژیک نیز به طور مستقیم افزایش پیدا می‌کند.

پیشنهادهای پژوهش

پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های آتی به بررسی عواملی ازجمله بازار گرایبی صادرات و مزیت رقابتی در ارتباط با عملکرد صادرات بپردازند. در این پژوهش ابزار گردآوری داده‌ها پرسش نامه بود، پیشنهاد می‌گردد چنین پژوهشی با استفاده از داده‌های واقعی و سری‌های زمانی موردبررسی قرار گیرد. همچنین توصیه می‌شود، در پژوهش‌های آتی این مدل بر مبنای داده‌های عینی برای عملکرد صادراتی در بازارهای بین‌المللی آزمون شود. آزمون مدل این پژوهش در صنایع دیگر می‌تواند روایی مدل را مشخص تر سازد.

References

- Amirpour, M.(2007), Sociological Survey of the Level of Social Trust of Ethnic Groups on Government Social Policies. Phd Thesis, Tehran: Islamic Azad University, Science and Research branch, (In Persian).
- Nahandi, Y. B., Hassamzadeh, R. B., & Jalalifar, Z.(2014), Investigating the Relationship between Social Responsibility and the Performance of the Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *Productivity Management*, 7(28), 169-164. (In Persian).
- Bashirie, H.(1996), The ideology and Political Culture of the Ruling Groups in the Pahlavi Era. *Journal of Philosophy & Theology*, 8, 74-85. (In Persian).
- Chelbi, M.(1995), Methodological Realism in Sociology. *Journal of Recognition*, 17, 49-70. (In Persian).
- Chelbi, M.(2010), *Sociology of Order: Anatomy and Theoretical Analysis of Social Order*. Tehran: Ney Publication, (In Persian).
- Choupani, H.(2011), Investigating the Relationship between Transformational Leadership and Organizational Innovation Trend in Alborz Insurance Joint Stock Company. Master Thesis. Tehran: University of Tehran, (In Persian).
- Choupani, H., Khalili, M. Z., Ghasemi, A., & Gholamzadeh, H.(2012), An Investigation into the Relationship between Intellectual Capital and Organizational Innovation (Case: Toseeh Insurance Company). *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 2(1), 27-59. (In Persian).

- Ghadimi, M.(2007), The Study of the Level of Social Trust and Factors Affecting it among Students of Zanjan Universities. *Journal of Human Sciences*, 53, 325-356. (In Persian).
- Giddens, A.(1998), *Essentials of Sociology*. Translated by: M. Sabouri, Tehran: Ney Publication, (In Persian).
- Hosseini, A. M., & Barkhordar, B.(2007), The Relationship between Self-Management Skills and Innovation among Employees in Kerman Province Organizations. *Journal of Executive Management*, 7(27), 105-120. (In Persian).
- Hosseini, R. N. S., & Safiri, M.K.(2002), The Effect of Organizational Entrepreneurship on Organizational Socialization and Organizational Commitment in the Employees of Physical Education Departments of Mazandaran Province. *Journal of Sport Management*, 6(1), 89-108. (In Persian).
- Kaffashi, M., & Fathi, S.(2011), The Effect of Social and Cultural Indices on the Level of Social trust of Tehrani Citizens to Islamic Azad University. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 3(2), 49-74. (In Persian).
- Kafi, M.A.(2001), Social Trust and the Factors Affecting It. *Journal of Research Index*, 18, 9-42, (In Persian).
- Keshtmand, M., & Khosravi, T.(2014), Investigating the Impact of Spatial Advantages, Organizational Resources and Organizational Capabilities on Export Strategic Performance (Case Study of Export Companies in Kermanshah). Master Thesis, Kermanshah: Islamic Azad University, (In Persian).
- Pourafkari, N.(2012), *Comprehensive Dictionary of Psychology-Psychiatry*. Tehran:Contemporary Culture Publication, (In Persian).

- Saeedi, P.(2010), Managers' View Point with Retard to Effective Individual, Group and Organizational Factors in Creativity. *Journal of Analytical-Cognitive Psychology*, 2, 9-20. (In Persian).
- Tabrizi, A. M., Moidfar, S., & Golabi, F.(2011), Generational Approach to Examine the Social Trust among Different Generations. *Journal of Applied Sociology*, 22(1), 41-70, (In Persian).
- Toulaee, R.(2007), New Approaches to Organizational Performance Evaluation. *Journal of Police Human Development*, 12, 9-30. (In Persian).
- Zarghami, H. R., Jafari, M., & Akhavan, P.(2012), The Study of Relationship between Creativity and Motivation for Innovation in Research Organizations (Case Study: Research Center of Intelligent Signal Processing (RCISP). *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 1(4), 37-64. (In Persian).
- Ackoff, R. L., Ackoff, R. L., & Emery, F.E.(2005), *On Purposeful Systems: An Interdisciplinary Analysis of Individual and Social Behavior as a System of Purposeful Events*.
- Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M.(2011), Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192.
- Aryanto, R., Fontana, A., & Afiff, A.Z.(2015), Strategic Human Resource Management, Innovation Capability and Performance: An Empirical Study in Indonesia Software Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 874-879.

- Anderson, J. C., & Narus, J.A.(1990), A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships. *Journal of Marketing*, 42-58.
- Bedarkar, M., & Pandita, D.(2014), A Study on the Drivers of Employee Engagement Impacting Employee Performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 106-115.
- Bhuvanaiah, T., & Raya, R.P.(2015), Mechanism of Improved Performance: Intrinsic Motivation and Employee Engagement. *SCMS Journal of Indian Management*, 12(4), 92.
- Cao, C., Xia, C., & Chan, K.C.(2016), Social Trust and Stock Price Crash Risk: Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, 46, 148-165.
- Chua, R. Y., Morris, M. W., & Mor, S.(2012), Collaborating Across Cultures: Cultural Metacognition and Affect-Based Trust in Creative Collaboration. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 118(2), 116-131.
- Davila, T., Epstein, M., & Shelton, R.(2012), *Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It*. FT Press.
- Delhey, J., & Newton, K.(2003), Who Trusts?: The Origins of Social Trust in Seven Societies. *European Societies*, 5(2), 93-137.
- De Mozota, B.B.(2003), *Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Skyhorse Publication.
- Drucker, P.(1985), *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Glor, E.D.(2001), Innovation Patterns. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 6(3), 1-42.

- Grimmelikhuijsen, S., Porumbescu, G., Hong, B., & Im, T.(2013),The Effect of Transparency on Trust in Government: A Cross-National Comparative Experiment. *Public Administration Review*, 73(4), 575-586.
- Hu, X., Wu, G., Wu, Y., & Zhang, H.(2010), The Effects of Web Assurance Seals on Consumers' Initial Trust in an Online Vendor: A Functional Perspective. *Decision Support Systems*, 48(2), 407-418.
- Kanter, R.M.(2003), Challenge of Organizational Change: How Companies Experience It and Leaders Guide It. Simon and Schuster.
- Klein, J.(2012), The Open-Door Policy: Transparency Minimizes Conflicts between School Principals and Staff. *International Journal of Educational Management*, 26(6), 550-564.
- Koehn, D.(1996), Should We Trust in Trust?. *American Business Law Journal*, Vol. 34, 2, 183-204.
- Liao, S. H., Fei, W. C., & Chen, C.C.(2007), Knowledge Sharing, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: An Empirical Study of Taiwan's Knowledge-Intensive Industries. *Journal of Information Science*, 33(3), 340-359.
- Maital, S., & Seshadri, D.V.R.(2012), *Innovation Management: Strategies, Concepts and Tools for Growth and Profit*. SAGE Publication.
- Mariadoss, B. J., Milewicz, C., Lee, S., & Sahaym, A.(2014), Salesperson Competitive Intelligence and Performance: The Role of Product Knowledge and Sales Force automation Usage. *Industrial Marketing Management*, 43(1), 136-145.

- Marsick, V. J., & Watkins, K.E.(2003), Demonstrating the Value of an Organization's Learning Culture: The Dimensions of the Learning Organization Questionnaire. *Advances in Developing Human Resources*, 5(2), 132-151.
- Mayer, R. C., & Gavin, M.B.(2005), Trust in Management and Performance: Who Minds the Shop While the Employees Watch the Boss?. *Academy of Management Journal*, 48(5), 874-888.
- Misztal, B.A.(1996), *Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order*. Blackwell. Cambridge: Polity Press.
- Mohsin, A. A., Halim, H. A., & Ahmad, N.H.(2015), Competitive Intelligence among SMEs: Assessing the Role of Entrepreneurial Attitude Orientation on Innovation Performance. In *Innovation, Finance, and the Economy*, 15-22.
- Molina-Morales, F.X., Martínez-Fernández, M.T., & Torlo, V.J.(2011), The Dark Side of Trust: The Benefits, Costs and Optimal Levels of Trust for Innovation Performance. *Long Range Planning*, 44(2), 118-133.
- Morel, L., & Boly, V.(2008), Innovation Process Evaluation: From Self-Assessment to Detailed Technology Audit. In *Management of Technology Innovation and Value Creation*. 16th International Conference on Management of Technology.
- Morris, L.(2006), *Permanent Innovation*. The Ackoff Center of the University of Pennsylvania.
- Oviatt, B.M., & McDougall, P.P.(2005), Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-553.
- Porter, M.E.(1990), *The Competitive Advantage of Nations* Free Press.

- Raub, S.(2008), Does Bureaucracy Kill Individual Initiative? The Impact of Structure on Organizational Citizenship Behavior in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 179-186.
- Sankowska, A.(2013), Relationships between Organizational Trust, Knowledge Transfer, knowledge Creation, and Firm's Innovativeness. *The Learning Organization*, 20(1), 85-100.
- Schumpeter, J.(1934), *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shany, Y.(2012), Assessing the Effectiveness of International Courts: A Goal-Based Approach. *American Journal of International Law*, 106(2), 225-270.
- Steil, B., Victor, D. G., & Nelson, R.R.(2002), *Technological Innovation and Economic Performance*. Princeton University Press.
- Swift, P. E., & Hwang, A.(2013), The Impact of Affective and Cognitive Trust on Knowledge Sharing and Organizational Learning. *The Learning Organization*, 20(1), 20-37.
- Tidd, J.(2001), *Innovation Management in Context: Environment, Organization and Performance*. *International Journal of Management Reviews*, 3(3), 169-183.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K.(2005), *Managing Innovation Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley and Sons Ltd.
- Van de Vrande, V., De Jong, J. P., Vanhaverbeke, W., & De Rochemont, M.(2009), Open Innovation in SMEs: Trends, Motives and Management Challenges. *Technovation*, 29(6-7), 423-437.

Varadarajan, R. (2011), Marketing Strategy: Discerning the Relative Influence of Product and Firm Characteristics. *AMS Review*, 1(1), 32-43.

Von Hippel, E. (2005), *Democratizing Innovation*. MIT Press.

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 211 - 189

تاریخ دریافت: 96/06/12

تاریخ پذیرش: 97/02/08

تبیین تأثیر هویت سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی با تأکید بر نقش میانجی آوای سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان اداره تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی ایران)

قاسم الیاسی¹

دکتر علی محمد امیرتاش^{2*}

دکتر علی محمد صفانیا³

چکیده

نیروی انسانی، به عنوان با ارزش‌ترین سرمایه هر سازمانی محسوب می‌شود و اهمیت آن به عنوان مهم‌ترین عامل در زنجیره عملیاتی هر سازمان، پیش از این به اثبات رسیده است. هدف این پژوهش بررسی روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد و جامعه آماری را کارکنان اداره تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد سراسر کشور در 1395 تشکیل داده‌اند (300 نفر). تمام جامعه آماری به روش کل شمار به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شده‌اند. پس از اخذ اطلاعات و شماره تلفن‌های کارشناسان مناطق و کارکنان رسمی از معاونت ورزش سازمان مرکزی دانشگاه آزاد و ارسال پرسش‌نامه‌ها به تمامی افراد و پیگیری مداوم، تعداد 217 پرسش‌نامه عودت داده شد که بعد از بررسی آنها، 206 پرسش‌نامه جهت تجزیه و تحلیل انتخاب گردیده است. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های هویت سازمانی مایل و اسفورش (1992)، آوای سازمانی اسماعیل‌زاده (1392) و پرسش‌نامه بهره‌وری نیروی انسانی هرسی و گلداسمیت (1991) استفاده شده است. جهت تجزیه و تحلیل از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس محور از نرم‌افزار SPSS22 و SMART PLS استفاده گردیده. یافته‌های آزمون پیرسون نشان داد بین هویت سازمانی با آوای سازمانی ($p=0/011$) و بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان ($p=0/002$) رابطه معناداری وجود داشت. بین آوای سازمانی و خرده مقیاس‌های آن با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه معناداری وجود داشت ($p=0/001$). آوای سازمانی به عنوان میانجی در رابطه هویت سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی تأثیرگذار بود ($t=2/522$ و $p=0/012$).

واژه‌های کلیدی: هویت سازمانی، آوای سازمانی، بهره‌وری نیروی انسانی

1- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
elyasi.gasem@yahoo.com
2- استادگروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسؤل)
a_amirtash@sibiau.ac.ir
3- دانشیارگروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران a.m.safania@iauamd.ac.ir

مقدمه

با نزدیک شدن به هزاره سوم، سازمان‌ها با چالش‌های متعددی منجمله چالش‌های کسب و کار، رقابت با دیگر رقبا و هدایت و رهبری سازمانی و... مواجه هستند و لازمه مقابله با این چالش‌ها داشتن نیروی انسانی کارآمد، متعهد و کاربرد صحیح این نیروها می‌باشد. در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیش‌تری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند که از جمله آنها می‌توان به بررسی هویت در سازمان اشاره کرد (محمدزاده و دیگران، 1392، 2). هویت‌سازمانی¹ یکی از مفاهیمی است که در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. تصویر هر فردی از خودش صرفاً بر اساس عوامل درونی شکل نمی‌گیرد و موجودیت‌های اجتماعی بیرونی نیز در شکل‌گیری تصویر فرد از هویت خود دخالت دارند. هویت فرد را نمی‌توان در رفتار او یافت بلکه در واکنش دیگران مشخص می‌شود. بخشی از هویت فرد در تعامل با سازمان مطبوعش شکل می‌گیرد. هویت‌سازمانی یعنی همگرایی ارزش‌های فردی و سازمانی، ادراک یکی بودن با سازمان، شناخت خود بر اساس خصوصیات سازمان، تعلق داشتن، داشتن یک التزام تعهدسازمانی از لحاظ روانشناختی یا از لحاظ عاطفی و تلاش و کوشش به خاطر سازمان است (سلاجقه و دیگران، 1393، 77). هویت‌سازمانی حس تعلق به سازمان است. جایی که افراد خود را به عنوان عضوی از سازمانی که در آن هستند، تعریف می‌کنند. مطالعات گویای این واقعیت است که کارکنانی که با سازمانشان هویت‌یابی می‌نمایند، تعهد بالاتری به سازمانشان داشته و تمایل کمتری به ترک شغل و سازمان خود دارند (قالوندی و دیگران، 1394، 65). هویت‌سازمانی به‌عنوان یک سیستم تعبیر و تفسیر، یا به عنوان مجموعه‌ای از شناخت‌های مشترک و یا به عنوان زبان و رفتار مشترک تعریف می‌شود. همچنین هویت‌سازمانی به آن دسته از ویژگی‌هایی که توسط اعضای سازمان به عنوان ویژگی‌های محوری، مستمر و شاخص (متمایز) ادراک شده و در نحوه تعریف آنها از خود (به عنوان اعضای سازمان) و سازمان‌شان سهیم است، اطلاق می‌شود (کرنلیسن و دیگران²، 2007، 6). هویت‌سازمانی، مفهومی برای توصیف

1. Organizational Identity

2. Cornelissen, et al.

و رابطه بین فرد با سازمانی است که در آن کار می‌کند و در برگیرنده ویژگی‌هایی است که از نظر اعضای سازمان، گذشته، حال و آینده را توصیف می‌کند (خسروی و دیگران، 1394، 625).

در راستای هویت‌سازمانی عوامل مختلف دیگری بر رفتار سازمانی کارکنان دخیل هستند که می‌توان از آوای سازمانی¹ به عنوان یکی از این عوامل موثر نام برد. هویت-سازمانی به وسیله رفتارهای بیرونی درک شده، تأثیر می‌پذیرد. هویت‌سازمانی ابتدا بر رفتار کارکنان و سپس بر کارکرد و تحقق اهداف سازمانی تأثیر می‌گذارد و از این طریق بر ابراز عقاید و نقطه نظرات توسط کارکنان سازمان تأثیر می‌گذارد (نصراصفهانی و آقاباباپور، 1392، 2). رشدکارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. هر قدر که شرکت‌ها و سازمان‌ها، بزرگ‌تر می‌شوند بالطبع به مشکلات این نیروی عظیم نیز افزوده می‌شود و اگر مدیران با رویکرد سستی به اداره کردن سازمان‌های خود بپردازند و اجازه هیچ‌گونه بیان نظرات و ایده‌ها را به کارکنان خود ندهند، آنها دچار سرخورده‌گی شغلی شده و سکوت اختیار می‌کنند و در نهایت این سازمان است که متضرر خواهد شد.

بسیاری از سازمان‌ها می‌کوشند تا کارکنان خود را تشویق کنند به بیان نظرات و افکار خود در مورد مسائل و مشکلات سازمانی بپردازند. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند که علاوه بر این که رهبران نقش کلیدی در تشویق کارکنان به بیان نظراتشان ایفا می‌کنند، عوامل متعددی نیز می‌توانند رفتار آوایی کارکنان را تحت تأثیر قرار دهند. برخی از این عوامل عبارتند از: رضایت‌شغلی، هویت‌سازمانی، جو آوا (لی و سان، 2015، 2). موقعی که کارکنان باور کنند که می‌توانند با بیان نظرات و ایده‌های خود تغییرات اساسی و مهمی را در محیط کاری‌شان ایجاد کنند، مطمئناً با بیان آنها، سازمان متبوع خود را بهره‌مند خواهند نمود. اگرچه تحت شرایطی، حتی با وجود داشتن اطلاعات و نظرات کارکنان ترجیح می‌دهند سکوت اختیار کنند؛ اما پژوهش‌ها نشان می‌دهند که کارکنان اگر در محیط کار بتوانند نظرات خود را بیان کنند، تمایل بیشتری به بیان نظرات خود دارند (چن³، 2013، 2). کنستانتین و بیاس¹ (2015، 975) بر نقش آوای

1. Organizational Voice (Employee voice)

2. Li and sun

3. Chan

سازمانی به عنوان یک عامل کلیدی در ارتباطات داخل سازمان اشاره می‌کنند. به عقیده آنها داشتن یک ارتباط درونی خوب، بر شناخت و در نظر گرفتن دیدگاه کارکنان، بستگی دارد. در صورت نادیده گرفتن آنها، شاهد بی‌انگیزگی، استعفا و در نهایت ترک سازمان خواهیم بود و همچنین آنها معتقدند نگرش افراد نسبت به محل کار بسیار مهم بوده و بر بهره‌وری سازمانی اثر می‌گذارد.

امروزه کارکنان، علاقه‌مند به انجام کارهای با مفهوم و خواهان استقلال شغلی بیش‌تری در کار خود هستند، تا بدین طریق احساس ارزشمندی به آنها دست دهد. در این راستا مدیران تیزبین با شناسایی این کارمندان و ایجاد جوی مناسب، اجازه‌ی ابراز عقاید، بیان ایده‌ها و ارائه نظرات توسط کارکنان را فراهم می‌کنند تا از این طریق باعث رشد و تعالی سازمان خود شوند. این کارکرد، بیان‌کننده مفهومی به نام آوای-سازمانی است که مشتمل بر سه بعد می‌باشد:

- آوای نوع دوستانه²

- آوای تدافعی³

- آوای مطیع⁴

در رفتار آوایی نوع دوستانه، کارمند با این فرض به اظهارنظر می‌پردازد که بیان ایده‌ها و نظراتش می‌تواند به نفع همکارانش یا سازمان باشد. در آوای تدافعی، فرد با ترس از این که بیان نظرات و ایده‌ها یا ارائه اطلاعاتی خاص درباره یک موضوع می‌تواند نتایج بدی همچون، توهین و مجازات برای او به همراه داشته باشد، به اظهار-نظر در مورد آن موضوع می‌پردازد. در رفتار آوایی مطیع کارکنان با این تفکر که نمی‌توانند در وضعیت موجود تغییری ایجاد نمایند، تنها با بیان ایده‌ها و نظراتی به تأیید شرایط فعلی می‌پردازند. برخی از پژوهشگران، آوا را به صورت فرصتی برای بیان دیدگاه‌ها به تصمیم‌گیرندگان تعریف نموده اند درحالی که برخی دیگر آن را منحصرأ واکنشی به نارضایتی شغلی دانسته‌اند (لئو و دیگران⁵، 2010، 190). در این ارتباط نتایج تحقیقات نشان می‌دهد تمایل کارکنان به ارائه پیشنهادها و حل مسائل، منجر به افزایش

1.Constantin and Baias

2.Prosocial voice

3.Defensive voice

4.Acquiescent voice

5.Liu, et al.

کیفیت تصمیمات مدیریتی می‌شود (ژانگ و دیگران¹، 2014، 25). نتایج تحقیق جوانمرد و حسنی (1394، 1) نشان داد هویت‌سازمانی به‌طور مستقیم بر روی بهره‌وری تأثیر ندارد و از طریق اعتماد و رضایت بر روی بهره‌وری کارکنان تأثیرگذار است. باترا و شارما² (2016، 234) در تحقیق خود نشان دادند که رابطه معکوسی بین هویت و عملکرد وجود دارد و این رابطه به‌طور قابل‌توجهی توسط مشارکت در تصمیم‌گیری تحت تأثیر قرار می‌گیرد. همچنین موسوی (1394، 1) و گلزارصوفیانی و آزاده‌دل (1393، 1) به ارتباط معنی‌داری هویت‌سازمانی با عملکرد کارکنان اشاره می‌کنند. نصراصفهان‌ی و دیگران (1393، 1) به رابطه معکوس بین هویت‌سازمانی و سکوت‌سازمانی³ اشاره می‌کنند. انجی و فلدمن⁴ (2012، 216) رابطه مثبت میان پیامدهای رفتار آوایی با عملکرد را بیان می‌کنند. منیر، عباسی و حسن (2016، 1389) عنوان می‌کنند زمانی که آوای سازمانی افزایش پیدا می‌کند، این نقطه شروع حق‌طلبی و حمایت از مفهوم سازمان می‌باشد. نتیجه تحقیق لی و دیگران⁵ (2017، 1259) نشان می‌دهد با افزایش آوای سازمانی، بهره‌وری تیمی نیز افزایش پیدا می‌کند. نتایج تحقیق بائه و دیگران⁶ (2011، 1) نشان داد، کارمندانی که تجربه کاری و عملکرد بالا دارند، فرصت‌هایی برای مشارکت ایجاد می‌کنند و در واقع احتمال دارد آنها احساس قوی‌تری نسبت به دیگر کارمندان برای نفوذ و رفتار آوایی در مقاطع تصمیم‌گیری داشته باشند. چن و هائو⁷ (2016، 1) در تحقیق خود نشان دادند که رفتار آوایی با خلاقیت فردی ارتباط معناداری دارد. چنگ و دیگران⁸ (2013، 81) به این نتیجه رسیدند که درک رفتارهای آوایی کارکنان یکی از عوامل حیاتی سازماندهی برای دستیابی عملکرد مطلوب است. نتایج تحقیقات جائو، جانسن و شای⁹ (2011، 790) نشان داد اجازه مشارکت بیشتر به کارکنان در تصمیم‌گیری، باعث تعدیل روابط بین اعتماد به رهبر و آوای سازمانی می‌شود. گامبراتو و کوموزو¹⁰ (2010،

1. Zhang, et al.

2. Batra and Sharma

3. Organizational silence

4. Ng and Feldman

5. Li, et al.

6. Bae, et al.

7. Chen and Hou

8. Cheng, et al.

9. Gao, Janssen and Shi

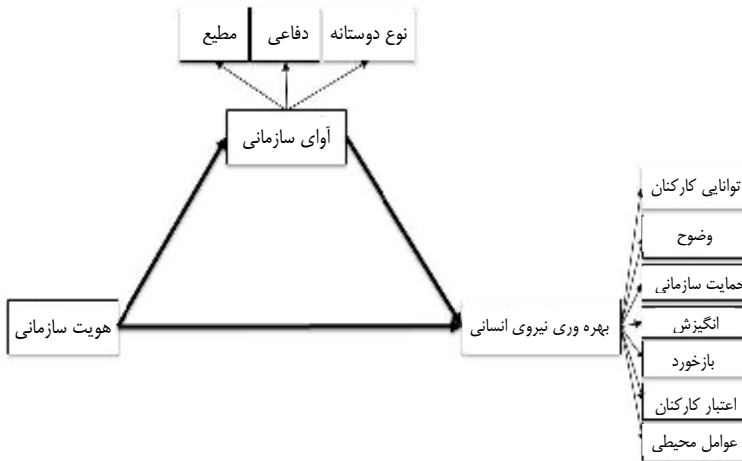
10. Gambarotto and Cammuzzo

166) بر تأثیر رفتار آوایی بر نوآوری تمرکز نموده و تداوم رفتار آوایی در کارکنان را در رشد و شکوفایی خلاقیت و نوآوری در کارکنان مؤثر دانسته‌اند.

به‌طور کلی، نیروی انسانی به عنوان گران‌ترین و با ارزش‌ترین سرمایه و منبع انسانی محسوب می‌شود. اهمیت نیروی انسانی به عنوان مهم‌ترین عامل در زنجیره عملیاتی هر سازمان، مدت‌ها است که به اثبات رسیده است و سازمان‌هایی که موفقیت چشم‌گیری داشته‌اند، توجه به این موضوع را سرلوحه کارهای خویش قرار داده‌اند (مهریبان و دیگران، 1390، 95). به عبارتی بهتر پایه حرکت‌های بهره‌وری¹، در منابع انسانی نهفته است و شاید بتوان ادعا کرد که افزایش بهره‌وری در هر کشوری به داشتن انسان‌هایی ماهر، توانمند و بانگیزه وابسته و وفادار به سازمان است (پروکوپنکو²، 1987، 4).

با توجه به اهمیت منابع انسانی در یک سازمان و نقش آن در رشد و تحقق اهداف سازمانی، پرداختن به مبحث بهره‌وری منابع انسانی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران امروزی است. در واقع بهره‌وری یک دیدگاه فکری است که همواره سعی دارد آنچه را که در حال حاضر موجود است، بهبود بخشد و بر این عقیده است که انسان می‌تواند کارها و وظایفش را هر روز بهتر از دیروز به انجام برساند (لطیفیان، 1392، 193). لذا به نظر می‌رسد برای سازمان‌ها ضروری است که جهت ادامه حیات خود، با تقویت هویت و ایجاد بستری مناسب برای ابراز عقاید، ایده‌ها و نظرات توسط کارکنان، باعث افزایش بهره‌وری آنها شوند. از آن‌جا که آوای سازمانی متغیر جدیدی بوده و رابطه آن با متغیرهای مورد نظر محقق کم‌تر مورد بررسی قرار گرفته است و همچنین در جستجوهای محقق، تحقیقی یافت نشد که این سه متغیر را هم‌زمان باهم بسنجد، از این رو این تحقیق به دنبال بررسی تأثیر هویت سازمانی بر بهره‌وری با تأکید بر نقش میانجی آوای سازمانی کارکنان بوده و در نظر دارد به این سؤال پاسخ دهد که آیا بین هویت سازمانی و آوای سازمانی با بهره‌وری در کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی ایران ارتباط وجود دارد؟

بدین منظور در مقاله حاضر، مدل نظری تحقیق در قالب مدل معادله ساختاری برای تبیین تأثیر هویت سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با نقش میانجی آوای سازمانی در سازمان بر اساس مفروضات تدوین شد.



شکل شماره 1- مدل معادله ساختاری برای تبیین نقش میانجی آوای سازمانی

با توجه به مدل مفهومی، فرضیات پژوهش به صورت زیر می‌باشد:

فرضیه اصلی: هویت‌سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی از طریق آوای‌سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی اول: بین هویت‌سازمانی با آوای‌سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین آوای‌سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه معناداری وجود دارد.

ابزار و روش

با توجه به هدف اصلی، این پژوهش جزو تحقیقات توصیفی و از لحاظ روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته (ملاک، پیش‌بین) از نوع مطالعات همبستگی است. پس از استعلام از سازمان مرکزی و با توجه به حجم جامعه آماری (300 نفر)، کل جامعه به روش تمام شمار به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌های هویت‌سازمانی مایل و اسفورش (1992) با 8 سؤال، آوای‌سازمانی اسماعیل‌زاده (1392) با سه بُعد آوای‌نوع‌دوستانه، آوای‌دفاعی و آوای‌مطیع و در مجموع 13 گویه و بهره‌وری نیروی انسانی هرسی و گلداسمیت‌بازبینی شده توسط شهسواری (1391) با 26 سؤال استفاده شد. پس از تأیید پرسش‌نامه‌ها توسط صاحب نظران و اجرای آزمایشی بر روی 40 نفر از کارکنان تربیت‌بدنی منطقه 13 دانشگاه آزاد، پرسش‌نامه‌های پالایش شده با مقیاس پنج ارزشی لیکرت برای جمع‌آوری داده‌ها، آماده شدند. میزان آلفا کرونباخ به ترتیب برای پرسش‌نامه‌های هویت‌سازمانی، آوای‌سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی، 0/87، 0/81 و 0/74 بود. میزان آلفای کرونباخ در روش بازآزمایی برای پرسش‌نامه هویت‌سازمانی 0/60، برای آوای‌سازمانی 0/55 و برای بهره‌وری نیروی انسانی 0/62 محاسبه گردید. روایی همگرا (AVE)¹ برای تمام پرسش‌نامه‌ها بالاتر از 0/5 به دست آمد. نحوه جمع‌آوری اطلاعات به این شکل بود که بعد از استعلام از معاونت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی در خصوص کارکنان رسمی شاغل در کلیه ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد ایران و اخذ اطلاعات مورد نیاز از جمله نام واحدهای دانشگاهی، شماره تلفن و آدرس پست الکترونیکی کارشناسان مناطق و کارکنان، پرسش‌نامه‌ها به آنها ارسال و پس از پیگیری‌های مداوم، در نهایت 217 پرسش‌نامه عودت داده شد که پس از بررسی و حذف پرسش‌نامه‌های مخدوش، 206 پرسش‌نامه انتخاب و اطلاعات از آنها استخراج گردید. جهت آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس محور و از نرم‌افزار SPSS 22 و اسمارت-پی. ال. اس.² استفاده گردید.

1. Average Variance Extracted

2. Smart Pls

یافته‌ها

نتایج در سه بخش آزمون فرضیه‌ها، ساختن معادله رگرسیون برای پیش‌بینی بهره‌وری و آزمون مدل ارائه شده است. برای این‌که مشخص شود که داده‌های پژوهشی، نرمال هستند از تکنیک‌های متفاوتی می‌توان استفاده کرد. در این ارتباط از بعضی شاخص‌های توصیفی برای ارزیابی نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است.

جدول شماره 1. توصیف متغیرها و خرده مقیاس‌ها با استفاده از شاخص‌های توصیفی

شاخص			متغیرها و خرده مقیاس‌ها	
کشیدگی	کجی	انحراف معیار	میانگین	
-0/387	-0/190	.676	3/685	هویت‌سازمانی
-0/460	0/521	0/602	3/364	آوای سازمانی
-0/708	0/183	0/749	3/421	نوع‌دوستانه
-0/767	0/239	0/834	3/290	تدافعی
-0/525	-0/206	0/845	3/367	مطیع
0/144	0/653	0/559	3/257	بهره‌وری منابع انسانی
-0/453	-0/166	0/902	3/186	توانایی
-0/269	-0/131	0/852	3/274	درک و شناخت
-0/536	0/080	0/878	3/271	حمایت سازمانی
0/400	-0/520	0/783	3/538	انگیزش
-0/299	-0/244	0/809	3/456	بازخورد
-0/819	-0/141	0/994	2/996	اعتبار
-0/894	0/109	1/111	2/978	سازگاری

بر حسب مقادیر جدول بالا، میانگین متغیرها و اکثر خرده‌مقیاس‌های آنها در نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین فرضی (3)³ است. با توجه به مقدار شاخص انحراف معیار پراکندگی داده‌ها از شاخص میانگین در حد معمول یا به عبارتی متوسط برآورد می‌شود. مقدار منفی شاخص کجی بیانگر تمایل نمره‌های متغیرها به سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار منفی شاخص کشیدگی نشان دهنده شکل توزیع نسبتاً مسطح داده‌های مربوط به این متغیر در نمونه آماری پژوهش است. در حالت کلی چنانچه

3- مبنای محاسبه میانگین فرضی یا حد متوسط، طیف سنجش این متغیر در پژوهش حاضر است (1 تا 5)

چولگی و کشیدگی در بازه (2، -2) باشند، داده‌ها از توزیع نسبتاً نرمالی برخوردار هستند (حبیبی، 1395، 161). با توجه به جدول 1 توزیع داده‌های متغیرها و خرده مقیاس‌های مربوط، به سمت توزیع نرمال تمایل دارند. فرضیه فرعی (1): بین هویت‌سازمانی با آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره 2. ارتباط بین هویت‌سازمانی با آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی

متغیر	آوای سازمانی	بهره‌وری نیروی انسانی
ضریب همبستگی	0/177*	0/219**
هویت‌سازمانی	0/011	0/002
ضریب تعیین (درصد)	3/13	4/80
معناداری در سطح 0/05		
** معناداری در سطح 0/01		

با توجه به نتایج آزمون پیرسون، سطح معناداری به دست آمده ارتباط بین هویت‌سازمانی با آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی کمتر از 0/05 می‌باشد، بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد، بدین معنی که با 95 درصد اطمینان می‌توان گفت، بین هویت‌سازمانی با آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی رابطه معنادار مثبت و مستقیم اما ضعیفی وجود دارد.

فرضیه فرعی (2): بین آوای سازمانی و خرده‌مقیاس‌های آن با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره 3. ارتباط بین آوای سازمانی و خرده‌مقیاس‌های آن با بهره‌وری نیروی انسانی

متغیر و ابعاد	بهره‌وری نیروی انسانی	
	ضریب همبستگی	ضریب تعیین (درصد)
آوای سازمانی	0/478**	22/85
آوای نوع‌دوستانه	0/363**	13/18
آوای دفاعی	0/411**	16/89
آوای مطیع	0/298**	8/88
** معناداری در سطح 0/01		

با توجه به نتایج آزمون پیرسون در سطح متغیرها ارتباط بین آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی معنادار تلقی می‌گردد چرا که سطوح معناداری این رابطه کمتر از 0/01 حاصل گردید. از این‌رو با 99 درصد اطمینان می‌توان گفت بین آوای سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب تعیین محاسبه شده نشان می‌دهد که آوای سازمانی 22/85 درصد از واریانس بهره‌وری نیروی انسانی را تبیین می‌کند. علاوه بر این نتایج به دست آمده در سطح خرده‌مقیاس‌ها نتایج نشان می‌دهد که رابطه بین آوای نوع‌دوستانه، دفاعی و مطیع با بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی به لحاظ آماری معنادار است، به عبارتی دیگر بین این خرده‌مقیاس‌ها و متغیر بهره‌وری نیروی انسانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

به منظور ساختن معادله رگرسیونی و تعیین سهم هویت‌سازمانی و آوای سازمانی در پیش‌بینی میزان بهره‌وری از روش تحلیل رگرسیون استفاده شد. خلاصه نتایج تحلیل رگرسیون در جداول شماره 4، 5 و 6 ارائه شده است.

جدول شماره 4. ارتباط بین متغیرهای پیش‌بین با بهره‌وری نیروی انسانی

متغیرها	بهره‌وری نیروی انسانی			ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده (درصد)	دوربین واتسون
	سطح معناداری	ضریب تعیین (درصد)	ضریب تعیین			
هویت‌سازمانی و آوای سازمانی	0/001	24/70	24/00	0/497**	24/00	1/223
** معناداری در سطح 0/01						

ضریب تعیین تعدیل شده در جدول فوق نشان می‌دهد که متغیرهای پیش‌بین در مجموع 24/00 درصد از واریانس بهره‌وری نیروی انسانی را تبیین می‌کند.

جدول شماره 5. نتایج تحلیل واریانس بهره‌وری نیروی انسانی

Sig	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	
0/001	33/290	5005/405	3	10010/810	منبع رگرسیون
		150/635870	203	30522/670	منبع باقیمانده
			205	40533/481	کل

جدول فوق نشان می‌دهد که آیا مدل رگرسیون می‌تواند به‌طور مناسبی تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند یا نه. با توجه به سطح معناداری که کمتر از 0/01 می‌باشد، نتیجه می‌گیریم که مدل به‌کار رفته، پیش‌بینی کننده مناسبی برای متغیر وابسته یا بهره‌وری منابع انسانی است.

جدول شماره 6. ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای پیش‌بین بر بهره‌وری

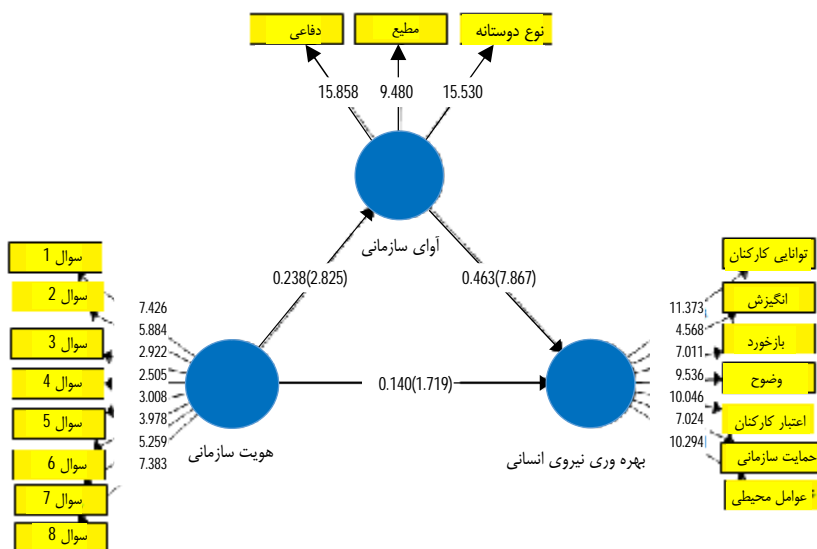
عامل	ضریب	Sig	t	ضریب تأثیر استاندارد شده	ضریب تأثیر استاندارد نشده	متغیرهای پیش‌بین
تورم	تلرانس			Beta	B	خطای استاندارد برآورد
واریانس		0/001	6/150	-	38/251	6/220
		0/026	7/322	0/453	0/814	0/111
		0/001	2/247	0/139	0/361	0/161

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول فوق، معادله رگرسیونی این مدل برابر خواهد بود با:
 $(\text{آوای سازمانی}) = 0/361 + (\text{هویت سازمانی}) 0/814 + 38/251 = \text{بهره‌وری کارکنان}$

آزمون مدل پژوهش

بر اساس مدل پژوهش، نقش میانجی آوای سازمانی بین هویت سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی به عنوان فرضیه اصلی مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس فرض مذکور بخشی یا تمام تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته به واسطه متغیر میانجی یا واسطه‌ای انتقال داده می‌شود، به این معنی که متغیر مستقل بر متغیر میانجی تأثیر می‌گذارد و متغیر میانجی بر متغیر وابسته اثرگذار است. برای تحقق این هدف مدل معادله ساختاری رویکرد واریانس محور استفاده گردیده است. بدلیل حجم کوچک نمونه مورد مطالعه

($N < 250$)، از روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار اسمارت- پی. ال. اس. برای مدلیابی بهره گرفته شد.



شکل شماره 2.

مدل ساختاری اثر هویت سازمانی از طریق آوای سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی

شکل 2 نشان می‌دهد هویت سازمانی به‌طور مستقیم بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیری نداشته ولی بر آوای سازمانی موثر است. آوای سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیرگذار بوده و همچنین هویت سازمانی به‌طور غیرمستقیم بر بهره‌وری و از طریق میانجی آوای سازمانی تأثیر دارد.

جدول شماره 7. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

متغیر	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده	شاخص اشتراک	شاخص افزونگی	شاخص نیکویی برازش
هویت‌سازمانی	0/866	0/462	0/280	-	
آوای سازمانی	0/790	0/558	0/161	0/022	0/17
بهره‌وری نیروی انسانی	0/808	0/378	0/188	0/089	

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول شماره 8. برآورد اثرات غیرمستقیم متغیر اثر هویت سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد غیرمستقیم مقدار	t	میانجی‌گری	نوع میانجی‌گری
هویت سازمانی	آوای سازمانی	بهره‌وری نیروی انسانی	0/264	0/110	2/522	تأیید	کامل

با استناد به نتایج جدول بالا، اثر غیرمستقیم متغیر هویت‌سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به لحاظ آماری معنادار است ($P < 0/05$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر این که هویت‌سازمانی از طریق آوای سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیر دارد، تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با توجه به مقادیر ضریب تأثیر مربوط به اثر غیرمستقیم این متغیرها بر متغیر بهره‌وری نیروی انسانی می‌توان گفت نقش میانجی متغیر آوای سازمانی در رابطه بین متغیرهای هویت‌سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی مثبت و در حد ضعیف برآورد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد بین هویت‌سازمانی و آوای سازمانی رابطه معنی‌دار وجود دارد. این فرضیه علاوه بر تأیید با استفاده از آزمون پیرسون، در مدل‌سازی معادلات

ساختاری نیز، تأثیر هویت‌سازمانی بر آوای‌سازمانی مورد تأیید قرار گرفت ($t=2/825$)⁴. از آنجا که آوای‌سازمانی متغیر جدیدی می‌باشد و تحقیقات اندکی در خصوص ارتباط آن با هویت‌سازمانی انجام شده است و از طرفی بیش‌تر تحقیقات انجام شده درباره‌ی ارتباط هویت‌سازمانی با سکوت‌سازمانی است. از این رو شاید بتوان با توجه به مبانی نظری و تعاریف سکوت و آوای‌سازمانی، در این خصوص اظهارنظر کرد. آوای‌سازمانی یعنی ابراز ایده‌ها و سکوت‌سازمانی یعنی خوداری از بیان آنها. همچنین مبانی نظری حاکی از وجود پیامدهای منفی سکوت‌سازمانی بر سازمان دارد (زارعی و دیگران، 1390، 20). از این رو شاید با توجه به تعاریف و مبانی نظری، بتوان این‌طور اظهارنظر کرد که هویت‌سازمانی با آوای‌سازمانی رابطه‌ی مستقیم و با سکوت‌سازمانی رابطه‌ی معکوس دارد. با فرض درستی این اظهارنظر، نتایج این تحقیق با یافته‌های پژوهش نصراصفهانی و دیگران (1393) همخوانی و با یافته‌های قلاوندی و مرادی (1394) مغایرت دارد. که از جمله دلایل عدم همخوانی می‌توان به تفاوت در نوع جامعه، نوع ابزار اندازه‌گیری، تفاوت در عوامل زمینه‌ای مثل فرهنگ‌سازمانی، نوع ارتباطات، سبک‌های رهبری و مدیریت، عوامل فردی مثل ویژگی‌های شخصیتی و نوع نگرش‌ها و باورها و دیگر عوامل محل اشاره کرد.

نتایج تحقیق نشان داد که بین هویت‌سازمانی و بهره‌وری ارتباط مثبت اما ضعیفی حاکم است ($r=0/291$). نتیجه‌ی مطالعه‌ی حاضر با مطالعات موسوی (1394)، گلزار صوفیانی و دیگران (1393) همخوانی داشت و با مطالعات جوانمرد و دیگران (1394) و باترا و دیگران (2016) در تناقض بود. با توجه به شکننده بودن این فرضیه، باید نسبت به تأثیر هویت‌سازمانی بر روی بهره‌وری و تأیید مطالعات پیشین بسیار محتاط عمل کرد. دلیل این امر را می‌توان در شکل 2 جستجو کرد. علی‌رغم این‌که این فرضیه در آزمون پیرسون مورد تأیید قرار گرفت ولی تأثیر هویت‌سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی در مدل معادله ساختاری تأیید نشد ($t=1/719$). به نظر داوری و رضازاده (1393، 37) یکی از دلایل این امر می‌تواند تفاوت مدل‌سازی معادلات ساختاری با تکنیک‌های دیگر مثل آزمون پیرسون و رگرسیون باشد. معمولاً در این آزمون‌ها رابطه‌ی بین دو سازه بدون در نظر گرفتن شاخص‌های مربوط با هم و سازه مربوط و دیگر سازه‌ها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد؛ در حالی‌که در مدل‌سازی معادلات ساختاری، مجموعه‌ای از روابط چندگانه

4. جهت پذیرش فرضیه مقدار t باید از $1/96$ بیش‌تر باشد.

مربوط به هریک از متغیرها در نظر گرفته می‌شود. به بیان دیگر مدل‌سازی معادلات ساختاری مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون چندگانه را با تعیین مدل ساختاری به کار گرفته و در برنامه آماری به طور هم‌زمان تخمین می‌زند. از جمله دلایل دیگر می‌توان به این موضوع اشاره کرد که گاهی اوقات در تدوین مدل پژوهش برخی روابط بین یک متغیر مستقل یا پیش‌بین (هویت سازمانی) و متغیر وابسته یا ملاک (بهره‌وری) غیرواقعی هستند و در واقع رابطه معناداری بین این دو وجود ندارد. این امر به دلایل متعددی از جمله، خطا در اندازه‌گیری متغیرها صورت می‌پذیرد. مدل‌سازی معادلات ساختاری این امکان را فراهم می‌کند تا روابط غیر واقعی شناسایی شوند. برای آزمودن این روابط می‌توان با اضافه کردن یک متغیر دیگر (آوای سازمانی) آن را مورد آزمون قرار داد. در صورتی که با افزودن متغیر مستقل دوم یا میانجی رابطه بین آنها تغییر نکند، رابطه واقعی و در صورت از بین رفتن رابطه، غیرواقعی بودن ارتباط مشخص می‌شود. لذا باتوجه به ضریب همبستگی این فرضیه و شکننده بودن آن، رد این فرضیه در مدل‌سازی معادلات ساختاری دور از ذهن نبود.

با استفاده از آزمون پیرسون یافته‌های پژوهش نشان داد بین آوای سازمانی و ابعاد آن با بهره‌وری کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز تأثیر آوای سازمانی بر بهره‌وری را مورد تأیید قرار داد ($t=7/867$). همان‌طوری که قبلاً بیان شد آوای سازمانی متغیر جدیدی بوده و تحقیقات اندکی درباره بهره‌وری انجام شده است. از این رو در اندک مطالعات یافت شده، نتایج تحقیق حاضر با مطالعات انجی و فلدمنم (2012)، پژوهش بزرگ نیا حسینی و عنایتی (1393) و مهمی (1392) همخوانی داشت و در جستجوهای محقق، پژوهشی یافت نشد که با نتایج تحقیق حاضر مغایرت داشته باشد. زمانی که رفتار آوایی به هر دلیلی (فرهنگ سازمانی مطلوب، سبک رهبری اخلاقی و جو سازمانی مناسب و بر انگیزندگی و...) و با هر انگیزه‌ای (آوای نوع‌دوستانه از روی نوع‌دوستی و حسن نیت، آوای تدافعی از روی ترس؛ و آوای مطیع از روی بی‌طرفی) در سازمان افزایش پیدا می‌کند، باعث می‌شود مشارکت کارکنان در امور سازمان افزایش یافته و ارتباطات قوی با هم‌ردیفان و سرپرستان شکل بگیرد که این امر موجب افزایش مشارکت، تعهدسازمانی، حس مسؤلیت پذیری بیش‌تر

و در نتیجه بهبود بهره‌وری نیروی انسانی و در نهایت منجر به ارتقای اثربخشی و بهره‌وری کلی سازمان خواهد گردید.

با توجه به نتایج به دست آمده از دیگر فرضیه‌ها، تحقق هدف اصلی پژوهش مبنی بر تأثیر هویت‌سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی آوای سازمانی، نباید دور از انتظار باشد ($p=0/012$ و $t=2/522$). با نگاهی به نتیجه مدل‌سازی معادلات ساختاری (شکل 2) و عدم ارتباط هویت‌سازمانی با بهره‌وری و رابطه هویت‌سازمانی با آوای سازمانی؛ و آوای سازمانی با بهره‌وری، به نظر می‌رسد صرفاً داشتن هویت‌سازمانی، عامل کافی برای بهره‌وری نمی‌باشد و در این میان عوامل زمینه‌ساز و متغیرهای دیگری به عنوان میانجی می‌توانند به صورت غیر مستقیم بر این ارتباط تأثیرگذار بوده و آن را تسهیل کنند. از آنجا که هویت سازمانی در ارتباط با تجارب و ایده‌های اعضا نسبت به سازمان و حمایت از اهداف راهبردی آن می‌باشد و آوای سازمانی مرتبط با بیان ایده‌ها با هدف بهبود شرایط است و از طرفی با توجه به اینکه میزان هویت‌سازمانی و آوای سازمانی کارکنان در این تحقیق بالاتر از حد میانگین بوده، بنابراین فردی که هویت‌سازمانی بالایی داشته باشد، به نوعی وابسته به سازمان بوده و سازمان را معرف خود خواهد دانست و با توجه به این‌که هویت‌سازمانی باعث ایجاد تعهدسازمانی در افراد می‌شود (ابراهیم‌زاده و دیگران، 2016، 269)؛ لذا کارکنان جهت بهبود شرایط و ارتقاء سطح سازمان از هیچ کوششی دریغ نخواهند کرد که یکی از این اعمال و تلاش‌ها، بیان ایده‌ها و دیدگاه‌های است که به نظر این افراد درست بوده و در راستای اهداف سازمانی است که نهایتاً منجر به پیشرفت و بهبود عملکرد سازمان خواهد شد. به طور کلی می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد زمانی که رفتار آوایی به هر دلیلی در سازمان افزایش پیدا می‌کند، باعث می‌شود مشارکت کارکنان در امور سازمان افزایش یافته و ارتباطات قوی با هم ردیفان و سرپرستان شکل بگیرد. زمانی که افراد باور داشته باشند که می‌توانند به راحتی ارتباط برقرار کنند، آوای بیش‌تری خواهند داشت و در نتیجه این فرصتی برای بیان دیدگاه‌ها با هدف بهبود به تصمیم‌گیرندگان خواهد بود و موقعی که کارکنان اطمینان داشته باشند که می‌توانند با بیان نظرات و ایده‌های خود تغییرات اساسی و مهمی را در محیط کاری‌شان ایجاد کنند، مطمئناً با بیان آنها، سازمان متبوع خود را بهره‌مند خواهند نمود. این امر موجب افزایش مشارکت، تعهدسازمانی، حس

ممسؤولیت پذیری بیشتر و در نتیجه بهبود بهره‌وری نیروی انسانی که در نهایت منجر به ارتقای اثربخشی و بهره‌وری کلی سازمان خواهد گردید.

با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می‌شود مدیران با برگزاری جلسات توجیحی و بسترسازی محیطی امن و پویا برای بالابردن روحیه کارکنان اقدام نمایند. ایجاد فرهنگ‌سازمانی و جوسازمانی مناسب به منظور افزایش دیدگاه‌ها و بروز خلاقیت‌ها؛ و اتخاذ راهکارهایی مثل تدوین بیانیه و مأموریت سازمان به منظور تقویت هویت‌سازمانی در اولویت کاری مدیران قرار گیرد. با توجه به نقش آوای‌سازمانی در ایجاد بهره‌وری، کارگروه بررسی پیشنهادهای کارکنان و ارائه بازخورد به آنها تشکیل شود. به طور کلی پیشنهاد می‌شود برای رسیدن به بهره‌وری نیروی انسانی و در نهایت بهره‌وری کل سازمان، مدیران وضعیتی ایجاد کنند تا افراد خود را جزئی لاینفک از سازمان بدانند و با ایجاد جو سازمانی مناسب و اتخاذ رهبری اخلاقی و الگوی رفتارسازی مناسب، اجازه بیان پیشنهادهای نظرات را به کارمندان بدهند تا از این طریق، راه‌های خلاقانه ارتقای بهره‌وری، شناسایی و با جاری ساختن این افکار در سازمان، علاوه بر ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی، به رشد و شکوفایی سازمان متبوع‌شان بیانجامد. به پژوهشگران آینده نیز توصیه می‌شود نقش میانجی دیگر متغیرهای رفتار سازمانی مثل سکوت سازمانی، فرهنگ‌سازمانی، سبک‌های رهبری، جوسازمانی، تعهدسازمانی و... مورد بررسی قرار دهند.

References

- Bae, K. S., Chuma, H., Kato, T., Kim, D. B., & Ohashi, I.(2011), High Performance Work Practices and Employee Voice: A Comparison of Japanese and Korean Workers. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 50(1), 1-29.
- Batra, S., & Sharma, S.(2016), Stronger May not be Better: Organizational Identity Strength and Performance of Indian SMEs. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 55(2), 234-254.
- Bozorgniahoseini, F., & Enayati, T.(2013), The Relationship between Organizational Silences with Employee Performance. *Ethics in Science and Technology*, 4(30), 73-82, (In Persian).
- Chen, A. S. Y., & Hou, Y. H.(2016), The Effects of Ethical Leadership, Voice Behavior and Climates for Innovation on Creativity: A Moderated Mediation Examination. *The Leadership Quarterly*, 27(1), 1-13.
- Chan, S. (2013), Paternalistic Leadership and Employee Voice: Does Knowledge Sharing Matter? *Human Relations*, 1(1), 1-27.
- Cheng, J. W., Lu, K. M., Chang, Y. Y., & Johnstone, S.(2013), Voice Behavior and Work Engagement: the Moderating Role of Supervisor-Attributed Motives. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 51(1), 81-102.
- Constantin, E. C., & Baias, C.C.(2015), Employee Voice.Key Factor in Internal Communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 975-978.
- Cornelissen, J. P., Haslam, S. A., & Balmer, J.M.(2007), Social Identity, Organizational Identity and Corporate Identity: Towards an Integrated Understanding of Processes, Patternings and Products. *British Journal of Management*, 18(1), 1-16.

- Davari, A., & Rezazadeh, A.(2013), Structural Equation Modeling with PLS. 26-37, (In Persian).
- Ebrahimzadeh, F., & Gholami, A.(2016), Considering Effect of Organizational Identity and Commitment on Job Performance of Staff Of Guilan University of Medical Science Regarding Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior. Journal of Current Research in Science, (2), 265-271.
- Galavandi, H., & Moradi, Z.(2014), Analysis of the Relationship between Ethical Climate of the Organization, Organizational Identity and Organizational Silence. Ethics in Science and Technology, 2, 63-71, (In Persian).
- GAO, L., Janssen, O., & Shi, K.(2011), Leader Trust and Employee Voice: The Moderating Role of Empowering Leader Behaviors. The Leadership Quarterly, 22(4), 787-798.
- Gambarotto, F., & Cammozzo, A.(2010), Dreams of Silence: Employee Voice and Innovation in a Public Sector Community of Practice. Innovation, 12(2), 166-179.
- Golzarsofyani, M., Azadedel, M. R, & Azadedel, M.(2013), The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior in Impact Commitment and Organizational Identity on Job Performance. International Conference on Management and Industrial Engineering, Iran, (In Persian).
- Habibi. A. (2016), Spss Gide to Data Analysis. Tehran: Pars Modir Publication, (In Persian).
- Javanmard, H., & Hasani, H.(2014), Determine the Structural Impacts of Employee Participation, Encouragement System and Organizational identity to Satisfaction, Trust and Productivity of

- Employees. International Conference on Management Economics and Agricultural Sciences, (In Persian).
- Khosravi, M., Delafrooz, N., Shahroodi, K., & Rezaeeyosefi, B.(2014), Development of a Model for Measuring the Impact of Social Responsibility and Organizational Identity on the Brand Equity of the Company. *Business Management*, 3, 621-642, (In Persian).
- Latifian, A., & Doaee, H.(2013), Draw a Conceptual Model of Employee Productivity Using a Structural Interpretative Modeling Approach. *Public Management Research*, 33, 20-33, (In Persian).
- Li, A. N., Liao, H., Tangirala, S., & Firth, B. M. (2017), The Content of the Message Matters: The Differential Effects of Promotive and Prohibitive Team Voice on Team Productivity and Safety Performance Gains. *The Journal of Applied Psychology*, 102(8), 1259-1270.
- Li, y., & Sun, J.M.(2015), Traditional Chinese Leadership and Employee Voice Behavior: A Crosses- Level Examination. *The Leadership Quarterly*, 26(1), 172-189.
- Liu, W., Zhu, R., & Yang, Y.(2010), I Warn You Because I Like You: Voice Behavior, Employee Identifications, and Transformational Leadership. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 189-202.
- Mahimani, M.(2012), The Effect of Organizational Silence on the Performance of Bank Employees. Master's Thesis, Guilan: Guilan University, (In Persian).
- Mehrabian, F., Nasiripour, A., & Kesharz, S.(2011), Factors Affecting Human Resources Productivity in Guilan University of Medical

- Sciences Using Path Analysis. *Journal of Medical Sciences of Zanzan*, 19(75), 94-106, (In Persian).
- Mohammadzadeh, Z., Rahmanseresht, H., & Koshazadeh, A. (2013), The Effect of Cognitive and Affective Trust the Leader of the Organizational Identity: The Mediating Role of Trust in the Organization. *New Approaches in Educational Administration*, 3, 1-20, (In Persian).
- Mousavi, M. (2014), The Relationship between the Dimensions of Organizational Identity with the Performance. Master's Thesis, Tehran: Islamic Azad University Central Tehran Branch, (In Persian).
- Munir, S., Abbasi, A. S., & Hassan, S.S. (2016), Implications of Managerial Perception, Employee Voice and Organizational Commitment in Telecom Sector of Pakistan. *Science International*, 28(2).
- Nasreesfahani, A., & Agababapour, D. (2012), The Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence. *Applied Sociology*, 24(4), 139-162, (In Persian).
- Nasreesfahani, A., Radmehr, R., Hatampour, F., & Hatampour, E. (2013), The Impact of Organizational Identity, Self-Concept and Organizational Values on Organizational Silence. *Health System Research*, 10(4), 830-838, (In Persian).
- Ng, T. W., & Feldman, D.C. (2012), Employee Voice Behavior: A Meta-Analytic Test of the Conservation of Resources Framework. *Journal of Organizational Behavior*, 33(2), 216-234.
- Prokopenko, J. (1987), *Productivity Management: A Practical Handbook*. International Labor Organization.

- Salaghejeh, S., & Ahmadzadeh, S.(2014), Investigating the Impact of Transformational Leadership Managers on the Attitudes of Teachers to the Mediating Organizational Identity. *Research Transformation Management*, 12, 72-90, (In Persian).
- Shahsavari, A.A.(2013), The Relationship between Management Style and Human Resources Productivity. Master's Thesis, Mahabad: Islamic Azad University, (In Persian).
- Zareie. H., Taheri, F., & Sayar, A.(2011), Organizational Silence: Concepts, Causes and Consequences. *Management Sciences in Iran*, 6(21), 77-104, (In Persian).
- Zhang, Y., Huai, M. Y., & Xie, Y.H.(2014), Paternalistic Leadership and Employee Voice in C: A Dual Process Model. *The Leadership Quarterly*, 26(1), 25-36.

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 213 - 233

تاریخ دریافت: 96/02/08

تاریخ پذیرش: 97/08/16

بررسی تأثیر تعاملی بهره‌وری سرمایه و محافظه‌کاری حسابداری بر هزینه سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول

ابراهیم نویدی عباسپور^{1*}
دکتر محمت صبحی اورهان²

چکیده

مفهوم بهره‌وری سرمایه به اندازه‌گیری توان مدیریت در استفاده بهینه از سرمایه به عنوان یکی از منابع مهم و محدود شرکت می‌پردازد و محافظه‌کاری حسابداری نیز یکی از ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری می‌باشد. انتظار می‌رود شرکت‌هایی که از درجه محافظه‌کاری بالاتری برخوردارند، هزینه سرمایه کمتری را تحمل نمایند و همچنین انتظار می‌رود با افزایش بهره‌وری، سرمایه رابطه مذکور تشدید شود. در این تحقیق تأثیر تعاملی بهره‌وری سرمایه و محافظه‌کاری حسابداری بر هزینه سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول مورد بررسی شده است. در اندازه‌گیری محافظه‌کاری حسابداری از دو معیار عدم تقارن زمانی سود و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و در اندازه‌گیری بهره‌وری سرمایه از نسبت سود عملیاتی بر تفاوت کل حقوق صاحبان سهام و بدهی با وجه نقد و سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت استفاده شده است. نمونه تحقیق شامل 118 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای 1385 تا 1394 و 194 شرکت پذیرفته شده در بورس استانبول طی دوره زمانی 2006 تا 2015 است. فرضیات تحقیق در سطح کل نمونه آزمون شد و یافته‌ها نشان داد در بورس تهران و بورس استانبول بین محافظه‌کاری بر مبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و هزینه سرمایه رابطه معکوس معنی‌دار وجود دارد و بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور تأثیر با معنی دارد و آن را تشدید می‌کند. همچنین نتیجه آزمون فرضیات تحقیق نشان می‌دهد که در بورس استانبول بین محافظه‌کاری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه رابطه معکوس معنی‌دار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: محافظه‌کاری حسابداری، هزینه سرمایه، بهره‌وری سرمایه

1- گروه حسابداری و مدیریت مالی، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه آتاتورک، ارزروم، ترکیه (نویسنده مسؤول)
Ebrahim.navidi@marandiau.ac.ir

2- استادگروه حسابداری و مدیریت مالی، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه آتاتورک، ارزروم، ترکیه msuphi@atauni.edu.tr

مقدمه

صورت‌های مالی منعکس‌کننده اطلاعات حسابداری واحدهای تجاری هستند و سرمایه‌گذاران که اصلی‌ترین تامین‌کنندگان منابع واحدهای تجاری هستند متقاضی اطلاعات حسابداری می‌باشند. معمولاً سرمایه‌گذاران در استفاده از اطلاعات حسابداری به صورت یکنواخت و ثابت عمل می‌کنند و توجهی به نحوه محاسبه اطلاعات مذکور و تغییرات انجام شده در روشهای حسابداری نمی‌کنند (هندریکسون، 1982، 15)¹.

از طرفی مدیران واحدهای تجاری به منظور ثابت‌نشان دادن رشد شرکت به استفاده از روشهای غیرمحافظة کارانه حسابداری روی می‌آورند و این امر موجب افزایش انتظار سهامداران از واحد تجاری در سالهای آینده می‌شود (واتز، 2003)². تعریف سنتی محافظه‌کاری حسابداری به این صورت است: محافظه‌کاری یعنی شناسایی سریع زیانها و شناسایی با تاخیر سودها.

محافظه‌کاری به این معنا نیست که جریانهای نقدی مذکور باید تأیید پذیر باشند. به عبارت دیگر محافظه‌کاری حسابداری یعنی: نیاز به درجه بالاتری از قابلیت تأیید برای شناسایی اخبار خوب به عنوان سود در مقایسه با شناسایی اخبار بد به عنوان زیان (باسو، 1997، 7)³. اخبار خوب یعنی بازده مثبت سهام و یا رویدادهایی که باعث افزایش سود می‌شوند و اخبار بد یعنی بازده صفر یا منفی سهام که باعث کاهش سود می‌شوند. در نتیجه محافظه‌کاری به معنی کمتر نشان دادن دارایی‌ها و کاهش سود در مقابل اخبار بد و افزایش ندادن دارایی‌ها و سود در مقابل اخبار خوب می‌باشد.

محافظه‌کاری حسابداری توانایی سود حسابداری برای انعکاس سود و زیان اقتصادی را افزایش می‌دهد و بر قابلیت اتکای اطلاعات حسابداری می‌افزاید (همان منبع، 12).

انتظار بر این است که با افزایش قابلیت اتکای اطلاعات حسابداری، کیفیت اطلاعات حسابداری افزایش یافته و این امر باعث کاهش انتظارات سرمایه‌گذاران (هزینه سرمایه) گردد. هزینه سرمایه یکی از متغیرهای مؤثر در مدل‌های تصمیم‌گیری

1 -Hendriksen

2 -Watts

3 - basu

می‌باشد و به عنوان بازده مورد انتظار سهامداران تعریف می‌شود. هزینه سرمایه حداقل نرخ بازدهی می‌باشد که شرکت باید به دست آورد تا بازده مورد انتظار سهامداران شرکت تامین شود. در حقیقت اگر نرخ بازده یک شرکت از هزینه سرمایه اش بیشتر باشد، ثروت سهامداران افزایش خواهد یافت (سلیمی، 1386، 102).

هدف اصلی این تحقیق بررسی رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری و هزینه سرمایه و نیز تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور با استفاده از اطلاعات موجود در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول می‌باشد. نتایج این پژوهش کمک شایانی به سرمایه‌گذاران، سهامداران و مدیران شرکت‌های بورسی ایرانی و سرمایه‌گذاران ایرانی در بورس استانبول خواهد نمود تا بتوانند تحلیلی درست از بازار انجام داده و در پرتفویهای بهینه سرمایه‌گذاری نمایند.

لافوند و واتر¹ در سال 2007 نشان دادند که عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه‌گذاران آگاه و ناآگاه در شرکت باعث به وجود آمدن محافظه‌کاری در صورت‌های مالی می‌شود. محافظه‌کاری باعث کاهش انگیزه و توانایی مدیران برای دستکاری در اعداد حسابداری شده و عدم تقارن اطلاعاتی و زیان‌های سنگین ناشی از این امر در شرکت کاهش یافته و در نتیجه ارزش شرکت افزایش می‌یابد.

لارا و همکاران² در سال 2007 نشان دادند محافظه‌کاری موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش هزینه سرمایه شرکت می‌شود. در این تحقیق نشان داده می‌شود که هرچه محافظه‌کاری پایین‌تر باشد، سرمایه‌گذاران انتظار کسب بازده بالاتری دارند.

کردستانی و امیر بیگی (1387) رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری و هزینه سرمایه را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین هزینه سرمایه و محافظه‌کاری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود رابطه معکوس وجود دارد. همچنین در این پژوهش وجود رابطه مثبت معنی‌دار بین محافظه‌کاری بر مبنای ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و هزینه سرمایه تأیید شد.

1 - Lafond & Watts

2 - Lara, et al

بهره‌وری سرمایه و ارتباط با هزینه سرمایه شرکت از دهه‌های اخیر اعتقاد براین است که درجه توسعه یافتگی کشورها از بعد اقتصادی به میزان بهره‌گیری مطلوب و بهینه از منابع و امکانات موجود در جهت نیل به اهداف اقتصادی آنها باز می‌گردد. افزایش بهره‌وری نه تنها به مفهوم استفاده مطلوب از منابع است بلکه به ایجاد موازنه بهتر میان ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جامعه کمک می‌کند. (پراون و راو، 2007)¹.

از نظر اقتصادی، بهره‌وری در توسعه دارای اهمیت زیادی است. توسعه همه جانبه بدون استفاده بهینه از هریک از عوامل تولید امکان پذیر نیست. یکی از عوامل تولید، سرمایه است. انسان که وسیله اصلی توسعه همه جانبه است می‌تواند با استفاده از عامل سرمایه و پیشرفت تکنولوژی سرمایه مورد استفاده از راه افزایش بهره‌وری سرمایه مسیر ساده‌تر و سریعتری را برای رسیدن به توسعه طی کند. واژه بهره‌وری نخستین بار توسط کیوژنی (1766)² به کار برده شد. لیتز (1883)³ بهره‌وری را قدرت و توانایی تولید تعریف کرد (محمدزاده سالطه، 1395، 146).

بهره‌وری مفهوم جامع و کلی است که افزایش آن به عنوان یک ضرورت جهت ارتقای سطح زندگی، رفاه بیشتر، آرامش و آسایش انسانها مطرح و هدفی اساسی برای همه کشورهای جهان محسوب می‌شود. از سویی افزایش بهره‌وری بر شاخصهای اقتصادی جامعه مانند افزایش تولید، کاهش تورم، افزایش سطح اشتغال و توان رقابتی کشورها نیز تأثیر می‌گذارد (دیویس و مدسن، 2008)⁴.

مفهوم بهره‌وری سرمایه به اندازه‌گیری توان مدیریت در استفاده بهینه از سرمایه به عنوان یکی از منابع مهم و محدود شرکت می‌پردازد و انتظار می‌رود که سهام شرکت‌های با بهره‌وری سرمایه بالا، عملکرد بالاتری نیز داشته باشند. نهاده سرمایه از جمله مهمترین نهاده‌های موثر در تولید کالاها و خدمات است. رشد اقتصادی هر کشور رابطه مستقیم با میزان سرمایه‌گذاری در آن کشور دارد و هرچه بهره‌وری عامل سرمایه بالاتر باشد هزینه سرمایه کاهش یافته و آهنگ رشد اقتصاد سریعتر می‌شود و بنابراین

1- Brown & Rowe

2- Quesenay

3- Litter

4- Davis & Madsen

این عامل یعنی بهره‌وری سرمایه می‌تواند نقشی پررنگ در رشد و توسعه شرکت‌ها و کاهش هزینه سرمایه ایفا نماید (فورت 1975)¹.

توجه به تولید و بهره‌وری بودن آن می‌تواند ضمن سرعت بخشیدن به رشد و توسعه صنعتی آن را در مسیری صحیح و اصولی هدایت کند. از این رو به آشنایی شرکت‌ها با مفاهیم بهره‌وری و راه‌کارهای افزایش آن تأکید می‌شود. بنابراین می‌توان گفت درجه توسعه یافتگی منابع به میزان قابل توجهی به بهره‌گیری مطلوب و بهینه از منابع و امکانات تولید بستگی دارد. از این رو بهره‌وری و افزایش مستمر آن در شرکت‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. به این ترتیب مشخص می‌شود که برای رشد و توسعه منابع باید به بهره‌وری و افزایش مستمر آن در شرکت‌ها توجه و اهمیت بیشتری مبذول شود. با نگاهی گذرا به مبانی نظری پژوهش، رابطه بین محافظه‌کاری و هزینه سرمایه و تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور می‌تواند مورد توجه بسیاری محققان و حتی سرمایه‌گذاران قرار گیرد. چرا که محافظه‌کاری حسابداری، هزینه سرمایه و بهره‌وری سرمایه را می‌توان جزو گزینه‌های موثر بر موفقیت شرکت مطرح نمود. به عبارتی محافظه‌کاری حسابداری، هزینه سرمایه و بهره‌وری سرمایه سه رکن اصلی موفقیت شرکت محسوب می‌شود. هرچه محافظه‌کاری حسابداری بیشتر و هزینه سرمایه کمتر باشد و هر قدر بهره‌وری سرمایه افزایش یابد مسلماً شرکت عملکرد مطلوب‌تری را تجربه داشت.

در این پژوهش بر محافظه‌کاری حسابداری تأکید شده است، زیرا افزایش محافظه‌کاری حسابداری باعث افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری و کاهش هزینه سرمایه شرکت می‌گردد و با افزایش بهره‌وری سرمایه این رابطه معکوس شدیدتر خواهد شد و از این طریق برای سرمایه‌گذاران امکان اتخاذ تصمیمات صحیح اقتصادی در بازار سرمایه ایجاد خواهد شد و کارایی بازار سرمایه افزایش خواهد یافت. فرصت‌های بسیار زیاد سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران از یک سو و علاقه سرمایه‌گذاران ایرانی به سرمایه‌گذاری در بورسهای کشورهای دیگر همچون ترکیه در سالهای اخیر از سوی دیگر نقش و اهمیت سرمایه و عوامل کاهش دهنده هزینه سرمایه را بیش از پیش روشن می‌کند.

ابزار و روش

این پژوهش در نظر دارد که رابطه بین محافظه کاری حسابداری و هزینه سرمایه و تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور را به صورت مقایسه‌ای در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول بررسی کند. بنابراین با توجه با اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند در اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار مورد استفاده قرار گیرد، از نوع پژوهش‌های کاربردی است. همچنین با توجه به اینکه این پژوهش در پی یافتن ارتباط بین چندین متغیر است از نوع همبستگی و روش شناسی آن از نوع پس‌رویدادی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی 1385 تا 1394 و همچنین کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس استانبول برای دوره زمانی 2006 تا 2015 می‌باشد. از آنجا که دقت یافته‌های پژوهش تحت تأثیر تجانس جامعه آماری منتخب قرار دارد، جامعه آماری براساس معیارهای زیر محدود شده است:

الف) در راستای افزایش قابلیت مقایسه و یکسان‌سازی شرایط شرکت‌ها شامل شرایط اقتصادی حاکم بر شرکت‌ها، سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفند هر سال در بورس تهران و منتهی به پایان دسامبر هر سال در بورس استانبول باشد.

ب) شرکت‌های منتخب متعلق به صنایع سرمایه‌گذاری، بانکها و واسطه‌گری مالی، هلدینگ‌ها، لیزینگ‌ها و بیمه‌ها به سبب ماهیت خاص فعالیت آنها نباشد.

پ) ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها در بازه زمانی پژوهش منفی نباشد.

ت) شرکت‌های مورد بررسی در بازه زمانی پژوهش، تغییر سال مالی نداشته باشند.

ث) شرکت‌های مورد بررسی در بازه زمانی پژوهش، توقف معاملاتی بیش از 6 ماه نداشته باشند.

ج) اطلاعات شرکت‌های قرارگرفته در نمونه، در بازه زمانی پژوهش در دسترس باشد.

با توجه به اعمال محدودیت‌های فوق، تعداد شرکت‌های باقی مانده به 118 شرکت در بورس اوراق بهادار تهران و 194 شرکت در بورس استانبول رسید. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم افزار Eviews استفاده شده است.

جدول شماره (1): تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

تعریف عملیاتی	متغیرهای پژوهش
تقسیم سود هر سهم بر قیمت بازار سهام در پایان سال قبل	نسبت سود هر سهم (Eam)
وجه نقد دریافتی به اضافه تغییرات در قیمت سهام در طول همان دوره تقسیم بر قیمت سهام در ابتدای دوره	نرخ بازده سهام (Ret)
با استفاده از مدل قیمت گذاری دارایی های سرمایه ای (CAPM) ¹ $Costc=R_f+\beta(R_m-R_f)$	هزینه سرمایه (Costc)
در مورد اخبار بد (نرخ بازده منفی یا صفر) عدد 1 و در مورد اخبار خوب (نرخ بازده مثبت) عدد صفر می باشد	متغیر مجازی (Neg)
کل بدهی ها تقسیم بر کل دارایی ها	اهرم مالی (Lev)
انحراف معیار سود خالص طی 5 سال گذشته	نسبت تغییرات سود خالص (Nevar)
لگاریتم طبیعی کل دارایی های شرکت	اندازه شرکت (Size)
کوواریانس بازده بازار و بازده سهام تقسیم بر واریانس بازده بازار	ضریب ریسک سیستماتیک (Beta)
اقلام تعهدی غیر عملیاتی تقسیم بر جمع دارایی ها ضرب در 1- $Nacc=(سود\ خالص\ قبل\ از\ اقلام\ غیر\ مترقبه+ هزینه\ استهلاک - جریان\ نقدی\ عملیاتی) - (تغییر\ حسابهای\ دریافتنی + تغییر\ در\ موجودی\ کالا + تغییر\ در\ پیش\ پرداختها - تغییر\ در\ حسابهای\ پرداختنی - تغییر\ در\ مالیات\ پرداختنی)$	اقلام تعهدی غیر عملیاتی (Nacc)
قیمت بازار هر سهم در زمان t تقسیم بر ارزش ویژه هر سهم در زمان t	معیار محافظه کاری مبتنی بر نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB)
تقسیم سود عملیاتی بر تفاوت کل حقوق صاحبان سهام و بدهی با وجه نقد و سرمایه گذاری کوتاه مدت	بهره وری سرمایه (pc)

یافته ها

این پژوهش ارتباط بین محافظه کاری حسابداری و هزینه سرمایه را با تأکید بر نقش بهره وری سرمایه در قالب فرضیات و مدل های رگرسیونی زیر بررسی می کند:

فرضیه اول) بین محافظه کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه رابطه وجود دارد.

$$Eran_{it} = B_0 + B_1 Costc_{it} + B_2 Neg_{it} + B_3 Neg_{it} \cdot Costc_{it} + B_4 Ret_{it} + B_5 Ret_{it} \cdot Neg_{it} + B_6 Ret_{it} \cdot Neg_{it} \cdot Costc_{it} + m_{j,t}$$

فرضیه دوم) بین محافظه کاری حسابداری بر مبنای ارزش بازار به ارزش دفتری سهام با هزینه سرمایه رابطه وجود دارد.

$$Costc_{it} = B_0 + B_1 Lev_{it} + B_2 Ne var_{it} + B_3 Size_{it} + B_4 Beta_{it} + B_5 MTB_{it} + B_6 Nacc_{it} + \mu_{it}$$

فرضیه سوم) بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه کاری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه تأثیر دارد.

$$Eran_{it} = B_0 + B_1 Costc_{it} + B_2 Neg_{it} + B_3 Pc_{it} + B_4 Neg_{it} Costc_{it} + B_5 Ret_{it} + B_6 Ret_{it} Neg_{it} + B_7 Ret_{it} Neg_{it} + Costc_{it} Pc_{it} + m_{it}$$

فرضیه چهارم) بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه کاری بر مبنای ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و هزینه سرمایه تأثیر دارد.

$$Costc_{it} = B_0 + B_1 Lev_{it} + B_2 Ne var_{it} + B_3 Size_{it} + B_4 Beta_{it} + B_5 MTB_{it} + B_6 Pc_{it} + B_7 MTB_{it} \times PC_{it} + B_8 Nacc_{it} + \mu_{it}$$

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش: در روشهای توصیفی، پژوهشگر در پی آن است که با استفاده از ارائه جداول و استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی؛ به توصیف داده‌های پژوهش بپردازد تا این امر به شفافیت موضوع کمک کند. میانگین اصلی‌ترین شاخص مرکزی بوده و متوسط داده‌ها را نشان می‌دهد به طوری که اگر داده‌ها بر روی یک محور به صورت منظم ردیف شوند، مقدار میانگین دقیقاً نقطه تعادل یا مرکز ثقل توزیع قرار می‌گیرد. انحراف معیار از پارامترهای پراکندگی بوده و میزان پراکندگی داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول شماره (2) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را ارائه می‌کند.

جدول شماره (2)- شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین		بیشینه		کمینه		انحراف معیار	
	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول
Eran	0/1018	0/1375	1/1321	2/5114	-0/8241	-0/9360	0/3211	0/2325
Ret	0/0410	0/0637	1/9115	2/8752	-1/4517	-3/1804	0/9213	0/7104
CostC	0/1942	0/2715	0/8725	2/5745	-0/1218	-0/9197	0/025	0/4646
Lev	1/9304	0/4106	0/9967	0/8295	0/0012	0/02	3/9660	0/1789
Nevar	0/9311	0/7366	11/1800	8/8490	-3/1400	-2/6025	0/7118	0/9474
Size	13/4747	14/0312	18/1745	20/600	10/2925	9/9713	1/2074	1/5393
Beta	0/1	1/0820	0/9252	4/7462	-0/0931	-0/9315	0/017	0/5775
MTB	2/158	7/235	12/500	28/821	-4/753	0/1644	2/3751	3/2217
Nacc	0/0775	0/122	0/398	0/6932	-0/014	-0/0412	0/2378	0/1173
Pc	0/2304	0/6102	1/514	2/4150	-0/2183	-0/1451	0/1482	0/2102

آزمون نرمال بودن متغیر وابسته: برای آزمون نرمال بودن متغیر وابسته از آماره ی جارک- برا استفاده شده است. نتایج آزمون گویای آن است که سطح معناداری هزینه سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران و بورس استانبول از توزیع نرمال پیروی می کند. آزمون ناهمسانی واریانس و مانایی متغیرها: برای کسب اطمینان از عدم ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است. احتمال آزمون مدل‌های پژوهش در بورس تهران کمتر از 5 درصد است. بنابراین فرض ناهمسانی واریانس جملات اخلاص (پذیرش فرض H_1) پذیرفته می شود. برای رفع مشکل ناهمسانی واریانس برای مدل‌های پژوهش از آزمون حداقل مربعات معمولی تعمیم یافته (EGLS)² استفاده شده است. برای اطمینان از نتایج پژوهش و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی و محاسبه ریشه واحد متغیرهای پژوهش شد. نتایج حاصل از آزمون مانایی متغیرهای پژوهش نشان می دهد که متغیرهای پژوهش مانا بوده است و لذا فرض صفر مبنی بر ریشه واحد داشتن متغیر برای هر دو جامعه ی آماری بورس تهران و بورس استانبول رد می شود.

آزمون چاو (F لیمر) و آزمون هاسمن: قبل از تخمین مدل لازم است که روش تخمین (تلفیقی یا تابلویی) مشخص شود. بدین منظور از آزمون چاو (F لیمر) استفاده شده است. اگر معناداری آماره F از 5 درصد باشد، از روش تلفیقی و در غیر اینصورت برای تخمین مدل از روش تابلویی استفاده خواهد شد. با توجه به مقادیر به دست آمده از آزمون F لیمر برای مدل‌های پژوهش از روش داده‌های تابلویی استفاده شده است. برای تعیین اینکه از کدام مدل استفاده شود، آزمون هاسمن به کار گرفته شد. اگر احتمال آزمون مشاهدات کمتر از 5 درصد باشد از مدل تأثیرات ثابت و در سایر موارد از مدل تأثیرات تصادفی برای تخمین مدل استفاده می‌شود. بنابراین برای تخمین مدل‌های بورس استانبول و مدل‌های دوم و چهارم بورس تهران از تأثیرات ثابت و برای تخمین مدل‌های اول و سوم بورس تهران از تأثیرات تصادفی استفاده شده است.

آزمون هم خطی: هم خطی وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل تابع خطی از سایر متغیرهای مستقل است. اگر هم خطی در یک معادله رگرسیون بالا باشد. بدین معنی است که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و ممکن است با وجود بالا بودن ضریب تعیین، مدل دارای اعتبار بالایی نباشد. یکی از شیوه‌های تشخیص وجود هم خطی که کاربرد زیادی دارد، استفاده از عامل تورم واریانس (VIF)³ می‌باشد این عامل نشان می‌دهد که واریانس ضرایب تخمینی تاچه حد نسبت به حالتی که متغیرهای تخمینی همبستگی خطی ندارند متورم شده است. در صورتی که مقدار عامل تورم واریانس (VIF) بیشتر از عدد 10 باشد این موضوع نشان دهنده این است که میان متغیرهای معادله رگرسیون هم خطی شدیدی وجود دارد. در مدل‌های مورد بررسی، تمام مقادیر مربوط به عامل تورم واریانس کمتر از عدد 10 است و این به معنی قابل اغماض بودن هم خطی میان متغیرها می‌باشد.

آزمون فرضیه اول پژوهش: شواهد آماری برای بررسی فرضیه اول پژوهش مبنی بر رابطه بین محافظه کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه در جدول (3) ارائه شده است. همانگونه که در جدول 3 مشاهده می‌شود در بورس استانبول آماره F برابر با $5/171$ و سطح معناداری آن برابر با $(0/0000)$ است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنادار است.

3-Variance Inflation Factor

همچنین آماره دوربین واتسون برابر با $1/944$ بوده و در حد مجاز قرار دارد ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 46 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی‌داری محاسبه شده برای متغیرهای مستقل پژوهش یعنی $(Ret.Neg), (Ret, Neg. Costc)$ که کمتر از 5 درصد می‌باشد و همچنین با توجه به اینکه $B5+B6 < B5$ می‌باشد فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید می‌شود. همچنین نتایج آزمون فرضیه اول در بورس تهران بیانگر این است که آماره F برابر با $17/845$ و سطح معنی‌داری آن برابر با $(0/0000)$ است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنادار است. همچنین آماره دوربین واتسون برابر با $1/718$ بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 65 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی‌داری محاسبه شده برای متغیرهای مستقل پژوهش که بیشتر از 5 درصد می‌باشد فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید نمی‌شود.

جدول شماره (3) - خلاصه نتایج آزمون رگرسیون فرضیه اول پژوهش

سطح معنی‌داری		آماره t		ضریب B		متغیرهای پژوهش
				بورس تهران	بورس استانبول	
0/000	0/002	3/792	3/627	0/157	0/188	مقدار ثابت
0/189	0/045	1/380	-2/153	0/213	-0/177	Cost C
0/143	0/084	-1/583	-1/785	-0/085	-0/084	Neg
0/459	0/221	0/35	1/230	0/068	0/184	Neg. Cost C
0/061	0/218	1/785	-1/270	0/196	-0/034	Ret
0/246	0/001	-1/154	3/439	-0/389	0/271	Ret. Cost C
0/147	0/031	-1/520	2/131	-0/417	0/237	Ret.Neg
0/087	0/035	1/711	-1/774	0/714	-0/509	Ret .Neg. CostC
آماره F		ضریب تعیین		دوربین واتسون		
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	
17/845(0/0000)	5/171(0/0000)	0/65	0/46	1/718	1/944	

آزمون فرضیه دوم پژوهش: شواهد آماری برای بررسی فرضیه دوم پژوهش مبنی بر رابطه بین محافظه کاری حسابداری بر مبنای ارزش بازار به ارزش دفتری سهام با هزینه سرمایه در جدول (4) ارائه شده است. همان گونه که در جدول (4) مشاهده می‌شود در بورس استانبول آماره F برابر با $125/82$ و سطح معنی داری آن برابر است با $(0/0000)$ است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنی دار است. همچنین آماره دوربین واتسون برابر با $2/489$ بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 85 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. باتوجه به سطح معنی داری محاسبه شده برای متغیر مستقل پژوهش یعنی MTB که بیشتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید نمی‌شود.

همچنین نتایج آزمون فرضیه دوم در بورس تهران بیانگر این است که آماره ی F برابر با $16/451$ و سطح معنی داری آن برابر است با $(0/0000)$ که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنادار است. همچنین آماره ی دوربین واتسون برابر با $1/859$ بوده و در حد مجاز قرار دارد و ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 79 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معناداری محاسبه شده برای متغیر مستقل پژوهش یعنی MTB که کمتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید می‌شود.

جدول شماره (4): خلاصه نتایج آزمون رگرسیون فرضیه دوم پژوهش

سطح معنی داری		آماره t		ضریب B		متغیرهای پژوهش
				بورس تهران	بورس استانبول	
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	مقدار ثابت
0/022	0/000	-2/451	-4/491	-0/141	-0/026	
0/031	0/000	2/325	6/737	0/184	0/207	Beta
0/191	0/0325	-1/378	-2/383	-0/358	-0/280	Nacc
0/388	0/0483	0/771	2/060	0/193	0/037	Nevar
0/251	0/219	-1/0814	-1/243	-0/014	-0/009	Lev
0/0422	0/591	-2/335	0/795	-0/178	0/0144	MTB
0/719	0/0872	0/613	1/788	0/0193	0/005	Size

آماره F		ضریب تعیین		دوربین واتسون	
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول
16/451(0/0000)	125/82(0/0000)	0/79	0/85	1/859	2/489

آزمون فرضیه سوم پژوهش: شواهد آماری برای بررسی فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه‌کاری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه در جدول (5) ارائه شده است. همانگونه که در جدول (4) مشاهده می‌شود در بورس استانبول آماره F برابر با 4/914 و سطح معنی داری آن برابر (0/0000) است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنی دار است. همچنین آماره دوربین واتسون برابر با 2/125 بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 44 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده برای متغیر مستقل پژوهش یعنی (Ret.Neg.CostC.Pc) که کمتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید می‌شود. همچنین نتایج آزمون فرضیه سوم در بورس تهران بیانگر این است که آماره F برابر با 14/321 و سطح معنی داری آن برابر با (0/0000) است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنادار است. همچنین آماره دوربین واتسون برابر با 1/933 بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 52 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده برای متغیرهای مستقل پژوهش که بیشتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید نمی‌شود.

جدول شماره (5): خلاصه نتایج آزمون رگرسیون فرضیه سوم پژوهش

سطح معنی داری		آماره ی t		ضریب B		متغیرهای پژوهش
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	
0/000	0/009	3/993	3/651	0/113	0/1431	مقدار ثابت
0/225	0/031	1/381	-2/233	0/313	-0/1511	Cost C
0/113	0/071	-1/672	-1/614	-0/145	-0/031	Neg
0/517	0/251	0/782	1/181	0/0911	0/634	Neg. Cost C
0/059	0/229	1/922	-1/210	0/251	-0/045	Ret
0/319	0/001	1/033	-3/517	0/181	-0/251	Pc
0/201	0/002	-1/225	3/313	-0/418	0/201	Ret. Cost C
0/123	0/047	-1/635	2/151	-0/519	0/198	Ret. Neg
0/0974	0/031	1/724	-2/183	0/317	-0/531	Ret.Neg.Cost C. Pc
آماره F		ضریب تعیین		دوربین واتسون		
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	
14/321(0/0000)	4/914(0/0000)	0/52	0/44	1/933	2/125	

آزمون فرضیه چهارم پژوهش: شواهد آماری برای بررسی فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای ارزش بازار به ارزش دفتری سهام با هزینه سرمایه در جدول (6) ارائه شده است. همان گونه که در جدول (6) مشاهده می‌شود در بورس استانبول آماره ی F برابر با 107/42 و سطح معنی داری آن برابر با (0/0000) است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنی دار است. همچنین آماره دوربین واتسون برابر با 2/138 بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 59 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده برای متغیر مستقل پژوهش یعنی (MTB.Pc) که کمتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید می‌شود. همچنین نتایج آزمون فرضیه چهارم در بورس تهران بیانگر این است که آماره F برابر با 14/825 و سطح معنی داری آن برابر با (0/0000) است که نشان می‌دهد در سطح خطای 5 درصد الگوی رگرسیون خطی از نظر آماری معنادار است. همچنین آماره ی

دوربین واتسون برابر با 2/085 بوده و در حد مجاز قرار دارد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل و کنترل حدود 81 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده برای متغیر مستقل پژوهش یعنی (MTB.PC) که کمتر از 5 درصد می‌باشد، فرضیه مورد بررسی در سطح اطمینان 95 درصد تأیید می‌شود.

جدول شماره (6): خلاصه نتایج آزمون رگرسیون فرضیه چهارم پژوهش

سطح معنی داری		آماره t		ضریب B		متغیرهای پژوهش
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	
0/020	0/0000	-2/599	-5/517	-0/15	-0/051	مقدار ثابت
0/044	0/0000	2/230	5/433	0/141	0/223	Beta
0/217	0/0372	-1/208	-2/401	-0/317	-0/241	Nacc
0/408	0/0415	0/720	2/140	0/204	0/051	Nevar
0/609	0/418	-0/602	-0/711	-0/031	-0/022	Lev
0/047	0/610	-2/058	0/532	-0/266	0/034	MTB
0/613	0/0904	0/502	1/611	0/033	0/007	Size
0/0401	0/049	-2/680	-2/059	-0/302	-0/081	MTB.PC
0/0032	0/0038	-3/190	-3/114	-0/11	-0/181	PC
آماره F		ضریب تعیین		دوربین واتسون		
بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	بورس تهران	بورس استانبول	
14/825(0/0000)	107/42(0/0000)	0/81	0/59	2/085	2/138	

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج تحلیل فرضیه اول پژوهش می‌توان گفت که در بورس اوراق بهادار تهران بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه رابطه معنی دار وجود ندارد ولی در بورس استانبول بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه رابطه معنی دار وجود دارد. در ادبیات حسابداری رابطه منفی بین محافظه‌کاری حسابداری و هزینه سرمایه مستند شده است. (لارا، 2007) از آنجا که محافظه‌کاری باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی

می‌شود، منافع مورد انتظار و فرصت طلبی سرمایه‌گذاران آگاه از داخل شرکت را کاهش می‌دهد. در نتیجه باعث کاهش ریسک اطلاعاتی برای سرمایه‌گذاران بی‌اطلاع می‌گردد. بنابراین انتظار می‌رود محافظه‌کاری به عنوان یکی از ویژگی‌های سود مورد توجه سرمایه‌گذاران باشد که باعث افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری شده و پیش‌بینی می‌شود یک رابطه منفی بین محافظه‌کاری و هزینه سرمایه وجود داشته باشد. در این تحقیق وجود رابطه مذکور در بورس اوراق بهادار تهران مورد تأیید نشد که نشان‌دهنده عدم توجه سرمایه‌گذاران به محافظه‌کاری حسابداری و کیفیت سود محاسبه شده توسط شرکت‌ها می‌باشد. نتیجه به دست آمده در این پژوهش با نتایج به دست آمده توسط کردستانی (1387) مطابقت دارد. همچنین در این تحقیق وجود رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه در بورس استانبول تأیید گردید که نشان از توجه سرمایه‌گذاران در بورس استانبول به محافظه‌کاری و کیفیت سود محاسبه شده توسط شرکت‌ها دارد و این نتیجه با یافته‌های لارا (2007)، چان لین (2009)⁴ و ژی لی (2015)⁵ همخوانی دارد.

با توجه به نتایج تحلیل فرضیه دوم پژوهش می‌توان گفت که در بورس اوراق بهادار تهران بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام با هزینه سرمایه شرکت رابطه معناداری وجود دارد ولی وجود این رابطه در بورس استانبول تأیید شد. اگرچه ارزش‌های بازار دارایی‌ها و بدهی‌ها که خالص دارایی‌ها را تشکیل می‌دهند در هر دوره تغییر می‌کنند، اما همه این تغییرات در حسابها و گزارش‌های مالی منعکس نمی‌شوند. براساس محافظه‌کاری، افزایش در ارزش دارایی‌هایی که به اندازه کافی تأییدپذیر نباشند، ثبت نمی‌شود. درحالی که کاهش در ارزش دارایی‌ها با همان درجه از تأییدپذیری ثبت می‌گردد. در نتیجه خالص دارایی‌ها کمتر از ارزش بازارشان ارائه می‌شوند (واتز، 2003b، 288). انتظار بر این است که وجود و افزایش این نوع از محافظه‌کاری حسابداری باعث کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و در نتیجه کاهش انتظار سرمایه‌گذاران (هزینه سرمایه) شود. براساس این پژوهش وجود رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام با هزینه

4- Chan & Lin

2- Xi Li

سرمایه در بورس تهران تأیید شد. این نتیجه نشان دهنده وجود تفاوت قابل ملاحظه بین ارزش‌های بازار و ارزش‌های دفتری سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و همچنین نشان دهنده توجه سرمایه‌گذاران به این تفاوت می‌باشد. همچنین وجود رابطه مذکور در بورس استانبول تأیید نگردید که دلیل این امر را می‌توان چنین گفت که: در بورس استانبول تفاوت قابل ملاحظه‌ای بین ارزش‌های بازار و ارزش‌های دفتری سهام وجود ندارد و سرمایه‌گذاران به این تفاوت توجه زیادی نمی‌کنند. نتایج این پژوهش در بورس تهران با یافته‌های واتز (2003) همخوانی دارد.

با توجه به نتایج تحلیل فرضیه سوم پژوهش می‌توان گفت که در بورس اوراق بهادار تهران، بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای عدم تقارن زمانی سود و هزینه سرمایه تأثیر معنی‌دار ندارد ولی در بورس استانبول بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور تأثیر معنی‌دار دارد. انتظار بر این است که با افزایش بهره‌وری سرمایه، عملکرد شرکت‌ها که در سود متجلی می‌شود بهبود یابد و از این طریق ریسک سرمایه‌گذاری در شرکت کاهش یافته و سرمایه‌گذاران انتظار خود را کاهش دهند. این فرضیه در بورس اوراق بهادار تهران مورد تأیید قرار نگرفت که دلیل آن را این‌گونه می‌توان بیان نمود که سرمایه‌گذاران در بورس تهران در تصمیمات سرمایه‌گذاری و در تعیین انتظارات خود به بهره‌وری سرمایه توجهی نمی‌کنند ولی در بورس استانبول، سرمایه‌گذاران به محافظه‌کاری حسابداری توأم با بهره‌وری سرمایه توجه نموده و انتظارات خود را براساس آن تعیین می‌کنند.

با توجه به نتایج تحلیل فرضیه چهارم پژوهش می‌توان گفت که در بورس اوراق بهادار تهران و استانبول بهره‌وری سرمایه بر رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری بر مبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و هزینه سرمایه تأثیر معنی‌دار دارد. تحقق این نتیجه در بورس اوراق بهادار تهران را این‌گونه می‌توان تحلیل کرد که سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران نسبت به شرکت‌هایی که درجه محافظه‌کاری (بر مبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام) بالاتری دارند و در عین حال بهره‌وری سرمایه بالاتری نیز دارند انتظارات خود را کاهش می‌دهند و همچنین در مورد بورس استانبول، تحقق این نتیجه گویای این است که سرمایه‌گذاران در بورس استانبول به بهره‌وری سرمایه شرکت‌ها بیشتر از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری

سهام توجه می‌کنند و انتظارات سرمایه‌گذاران به صورت معکوس تحت تأثیر بهره‌وری سرمایه شرکت‌ها می‌باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادهای زیر را مطرح کرد:

به استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی و سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌گردد که با مساعدت از مبانی نظری پژوهش و نتایج به دست آمده، قبل از اتخاذ هرگونه تصمیمی به معیار محافظه‌کاری (نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام) شرکت‌ها توجه کنند و تصمیمات و انتظارات خود را به شکلی معکوس با نسبت مذکور تعیین نمایند و همچنین پیشنهاد می‌شود که به بهره‌وری سرمایه شرکت‌ها نیز به عنوان عاملی تأثیرگذار توجه نموده و جهت کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که میزان محافظه‌کاری حسابداری (برمبنای نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام) توأم با بهره‌وری سرمایه در آنها بالا باشد.

همچنین به استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی و سرمایه‌گذاران در بورس استانبول پیشنهاد می‌شود که در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود به معیار محافظه‌کاری (برمبنای عدم تقارن زمانی سود) و همچنین به بهره‌وری سرمایه به تنهایی و نیز توأم با محافظه‌کاری حسابداری توجه نموده و انتظارات خود را از سرمایه‌گذاری‌هایشان با توجه به موارد مذکور به شکلی معکوس تعدیل کنند.

همچنین به مدیران و سهامداران شرکت‌ها در بورس تهران و استانبول پیشنهاد می‌شود که به معیار محافظه‌کاری حسابداری و بهره‌وری سرمایه به عنوان معیارهای اصلی کیفیت اطلاعات حسابداری و ارزیابی کارایی و اثربخشی عملکرد شرکت توجه بیشتری کنند.

همچنین برای استفاده هرچه بیشتر از نتایج پژوهش و کمک به روشن شدن رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری و هزینه سرمایه و تأثیر بهره‌وری سرمایه بر رابطه مذکور، توجه بیشتر به موضوعات زیر پیشنهاد می‌شود:

1- یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در بورس تهران، سرمایه‌گذاران به معیار محافظه‌کاری (برمبنای عدم تقارن زمانی سود) بی‌توجه هستند. بنابراین به محققان پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی به بررسی علل عدم توجه کافی به متغیر مذکور پرداخته شود.

- 2- با توجه به اینکه نتایج برخی فرضیه‌های پژوهش مغایر با مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌باشد، بنابراین به محققان پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی، تکرار این پژوهش در دوره‌های طولانی‌تر در جهت بهبود اعتبار یافته‌های پژوهش انجام شود.
- 3- به محققان پیشنهاد می‌شود تأثیر بهره‌وری نیروی کار را بر رابطه بین محافظه‌کاری و هزینه سرمایه با پژوهش دیگر بررسی کنند.

References

- Basu, S.(1997), The Conservatism Principle and the Asymmetric Timeliness of Earnings. *Journal of Accounting and Economics*, 24, 3-37.
- Brown, D. P., & Rowe, B. J.(2007), The Productivity Premium in Equity Return. University of Wisconsin US.
- Chan, L. C., Lin, S. W. J., & Strong, N.(2009), Accounting Conservatism and the Cost of Equity Capital: UK Evidence. *Managerial Finance*, 35(4), 325-345.
- Davis, E. P., & Madsan, J.B.(2008), Productivity and Equity Market Fundamentals: 80 Years of Evidence for Eleven OECD Countries. *Journal of International Money and Finance* Forthcoming.
- Francis, J. R., La Fond, P., & Schipper, K.(2004), Cost of Equity and Earnings Attributes. *The Accounting Review*, 79(4), 967-1010.
- Gordon, J., & Gordon, M.(1997), The Finite Horizon Expected Return Model. *Financial Analysts Journal*, 49(5), 36-38.
- Hendriksen, E.S.(1982), *Accounting Theory*. Homewood: Irwin Publication.
- Kordestani, G., & Amirbeygi, H.(2008), Conservatism in Financial Reporting: Asymmetric Timeliness of Earnings and MTB. *Journal of the Accounting and Auditing Review*, 52, (In Persian).
- Kordestani, G., & Hadadi, M.(2009), The Relationship between Accounting Conservatism and Cost of Capital. Master Thesis, Tehran: Islamic Azad University Central Tehran Branch, (In Persian).
- La Fond, R.W.(2007), The Information Role of Conservatism. Working Paper, Massachusetts Institute of Technology.

- Lara, J.(2007), Cost of Equity and Accounting Conservatism. IESE Business School, University of Navarra.
- Mohammadzadeh Salteh, H.(2016), The Effect of Investment Opportunities, Growth and Capital Productivity on Firm Performance of Listed Companies in Tehran Stock Exchange. Quarterly Journal of Productivity Management, 36 (In Persian).
- Salimi, A.(2007), Evaluation of Capital Cost. Journal of Hesabras, 37, (In Persian).
- Verdi, R.S.(2006), Financial Reporting Quality and Investment Efficiency. Working Paper, Massachusetts Institute of Technology.
- Watts, R.(2003), Conservatism in Accounting. Part I: Explanations and Implications. Accounting Horizons, 17(3).
- Watts, R.L.(2000), Conservatism in Accounting. Part II: Evidence and Research Opportunities. Accounting Horizons, 21

«مدیریت بهره‌وری»

سال دوازدهم - شماره چهل و هفت - زمستان 1397

ص ص: 269 - 235

تاریخ دریافت: 96/12/04

تاریخ پذیرش: 97/07/29

بررسی تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی (مطالعه موردی: کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی)

دکتر فرهاد نژاد ایرانی^{1*}
علیرضا دادجویان²

چکیده

مقاله حاضر تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی را بررسی می‌کند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، کلیه کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی است. حجم کل جامعه کارکنان 606 نفر بوده است که از این تعداد 235 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های گلموگروف-اسمیرنف، آپیروسون و معادلات ساختاری با نرم افزار SPSS و لیزرل استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌های استاندارد می‌باشد. که پس از سنجش روایی و پایایی آن، در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. برای تحقق اهداف تحقیق حاضر شش فرضیه اصلی تدوین گردید که جهت تایید یا رد فرضیه‌ها از معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) استفاده شد. نتایج بررسی حاکی از آن است که در چارچوب ابعاد بهروزی شغلی کارکنان، روابط سازمانی مثبت به اندازه (0/60)، خودپذیری حرفه‌ای به اندازه (0/51)، خودمختاری در شغل به اندازه (0/13)، هدفمندی شغلی به اندازه (0/27)، روابط تسلط بر محیط به اندازه (0/25)، پیشرفت در شغل به اندازه (0/40)، باعث افزایش تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی می‌شوند. **واژه‌های کلیدی:** بهره‌وری شغلی³، ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی⁴، بهره‌وری نیروی انسانی⁵

1. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسؤول) Farhad.irani@bonabiau.ac.ir

2. مربی گروه حسابداری، واحد بستان آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستان آباد، ایران A.dadjouyan@iaut.ac.ir

3. Career Prosperity

4. Strategic Human Capital Value Creation

5. Labor Productivity

مقدمه

صورت‌های مالی منعکس‌کننده اطلاعات حسابداری واحدهای تجاری هستند و سرمایه‌گذاران که اصلی‌ترین تامین‌کنندگان منابع واحدهای تجاری هستند متقاضی اطلاعات حسابداری می‌باشند. معمولاً سرمایه‌گذاران در استفاده از اطلاعات حسابداری به صورت یکنواخت و ثابت عمل می‌کنند و توجهی به نحوه محاسبه اطلاعات مذکور و تغییرات انجام شده در روشهای حسابداری نمی‌کنند (هندریکسون، 1982، 15)¹.

با ارزش‌ترین دارایی یک سازمان را دارایی‌های نامشهودی چون سرمایه انسانی تشکیل می‌دهند زیرا این مهم، نقش مؤثری در اثربخشی و ارزش‌آفرینی سازمان‌ها دارد. ارزش‌آفرینی سرمایه انسانی سرمایه‌گذاری هوشمند سازمان در پرورش استعدادهای درونی و جذب استعدادهای بیرونی کارکنان و مدیران ارزش‌آفرین است که با پتانسیل و با شور و اشتیاق و تعهد مضاعف اهداف سازمانی را محقق می‌سازند (دریسکول و هافمن²، 2000). در جهان امروزی موفقیت سازمان‌ها تا حد زیادی به روحیات، تلاش، انگیزش و رضایت منابع انسانی آن‌ها بستگی دارد و کارایی و اثربخشی سازمان‌ها با کارایی و اثربخشی نیروی انسانی آن‌ها وابستگی مستقیمی دارد. در عرصه رقابت، سازمانی موفق‌تر خواهد بود که به‌تمامی معیارها، در جهت تأمین خواسته‌های مشتریان، نگاه بلندمدت و استراتژیک داشته باشد و تمامی منابع در اختیار و شایستگی‌های خود را به کار گیرد. از سوی دیگر، مدیران منابع انسانی، شرکای استراتژیک سازمان‌ها هستند. در دیدگاه جدید، مدیریت منابع انسانی، عوامل انسانی را با اهداف استراتژیک سازمان یکپارچه می‌کند تا ارزش بیشتری بیافریند و مزیت رقابتی سازمان را ارتقا دهد. ارزش در فرایند پذیرش، بقا و نهادینه‌سازی، نیازمند ارزش‌آفرینی است. تعامل ارزش و ارزش-آفرینی، هم‌افزایی را به ارمغان می‌آورد که بر همه فرآیندهای ارزش و مهم‌تر از همه بر تفکر مدیریت مبتنی بر ارزش، تأثیر خواهد گذاشت. اتینر و لاکر³ در سال 2002، اصول مدیریت مبتنی بر ارزش را به همراه کاربردهای آن ارائه دادند که پارادایم ارزش و ارزش-آفرینی را به‌عنوان اندیشه جدید معرفی نمودند (سپهوند، 1394). ارزش‌آفرینی استراتژیک

1 -Hendriksen

2. Driscoll and Hoffman

3. etiner & laker

سرمایه انسانی به مسائل بلندمدت و مرتبط با محیط داخلی و خارجی سازمان مربوط می‌شود و خروجی آن سیاست‌هایی برای حوزه‌های منابع انسانی است. اهمیتی که سرمایه انسانی از نظر مدیران ارشد بانک ملی برای این سازمان دارد به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت و پیشبرد اهداف کارکنان بانک ملی به شمار می‌آید زیرا هر قدر بانکی دارای سیستم‌ها و امکانات مکانیزه پیشرفته‌ای باشد ولی از نظر سرمایه انسانی دارای نیروی کارآمد نباشد، توانایی رقابت با سایر رقبا را نخواهد داشت.

بانک ملی برای رسیدن به بهره‌وری نیروی انسانی خود باید بتواند سرمایه‌های انسانی را که در پست‌های خود فعالیت می‌کنند توسعه دهد، قوه ابتکار را بالا برده، کارایی کارکنان را بهبود ببخشند. با توجه به عدم کارایی، عدم تحرک کافی منابع انسانی، مدیران بانک ملی را برآن شدند برای حل این مشکل که می‌تواند در درازمدت بر فعالیت‌ها و عملکرد بانک تأثیر منفی بگذارد و منجر به بروز مشکلاتی از سوی کارکنان و همچنین بانک شود به فکر سرمایه‌گذاری هوشمندانه‌ای در خصوص پرورش استعدادهای درونی و همچنین جذب استعدادهای بیرونی در کارکنان شود تا کارکنان از پتانسیلی که در خود دارند استفاده نموده، شور و شوقی مضاعف پیدا کنند و سرمایه انسانی با تعهدی مضاعف اهداف سازمانی را پیگیری و محقق نمایند. توجه به سرمایه‌های انسانی که در کارکنان بانک ملی وجود دارد می‌تواند با کمک سرمایه سازمانی و سرمایه رابطه‌ای موجب ایجاد سرمایه هوشی در سازمان گردد و سرمایه هوشی به‌نوبه خود موجب ارتقای ظرفیت‌های استراتژیک در سازمان شود که در نهایت منجر به ارزش آفرینی سازمانی گردد.

با نگاهی به مراحل تمدن بشری مشخص می‌شود که نقش نیروی انسانی از نیروی کار ساده به سرمایه انسانی که مهمترین عامل تولید به شمار می‌رود تکامل یافته است، چرا که اگر انسان‌ها نتوانند از ابزارها و تجهیزات پیشرفته و تکنولوژی استفاده مطلوب نمایند عملاً پیشرفت تکنولوژی فاقد کارایی لازم خواهد بود. برای تحقق یافتن توسعه اقتصادی، انسان‌هایی مورد نیازند که ذهن و نگرش آن‌ها متحول شده باشد (ایوی، 2005). بهره‌وری نیروی انسانی مفهوم گسترده‌ای است که در سطوح مختلف و از دیدگاه‌های گوناگونی به آن توجه شده است که هر یک از این دیدگاه‌ها اصول راهنما و روش خاص خود را دارد. هدف از بهره‌وری نیروی انسانی بنا به تعریف مرکز ملی

بهره‌وری ژاپن، افزایش استفاده از توانایی سرمایه انسانی مبتنی بر روش علمی است که با کاهش هزینه‌ها، گسترش بازار آن گونه که به سود مشتری، کارکنان و مدیران است و بهبود شاخص‌های زندگی تبیین می‌گردد (شوفن، 2011).

عوامل تعیین‌کننده در اندازه‌گیری نیروی انسانی عبارتند از: توانایی، شناخت، کمک، تمایل، ارزیابی، هزینه و محیط، به نحوی که بهبود عملکرد و بهره‌وری را می‌توان با توجه به عوامل فوق ارزیابی نمود (هرسی و بلانچارد، 1993).

مسئله بهره‌وری نیروی انسانی و بهبود مستمر آن از دغدغه‌های اصلی مدیران است، اهمیت بهره‌وری نیروی انسانی در زنجیره ارزش سازمان‌ها بسیار بالاست در حال حاضر از آن به عنوان اثر بخش‌ترین شاخص تعیین‌کننده مزیت رقابتی و میزان موفقیت سازمانها یاد می‌شود اما بهره‌وری بسیاری از سازمانها پایین است و برای دستیابی به بهره‌وری بالا اقدامات اساسی جهت بهبود فرهنگ سازمان ضروری می‌باشد (مبلغی و دانش، 1393). هرسی و گلداسمیت هفت عامل را برای سنجش بهره‌وری نیروی انسانی معرفی نموده‌اند: توانایی شغلی، درک شغل، حمایت سازمان، انگیزه، بازخور، اعتبار، و تناسب محیط (تعاونی گیلان، 1391). ارتقای بهره‌وری در سازمان‌ها موضوع بسیار مهمی در سطح مدیریت استراتژیک است و یکی از مهمترین وظایف مدیریتی محسوب می‌گردد که در آن انسان به عنوان کانون توجه نقش خیلی مهمی دارد و یکی از عوامل کلیدی بهره‌وری در سازمان می‌باشد (کسری، 2005).

تجربه کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد بهبود بهره‌وری نیروی انسانی نسبت به عامل کار و سرمایه در روند توسعه‌ی آن‌ها موثرتر بوده است (ایران‌زاده و همکاران، 1395). بهره‌وری محیط کار در گرو چهار عامل انسان، فناوری، طراحی و شبکه‌های ارتباطی است. بهره‌وری بر این عقیده مبتنی است که افراد می‌توانند روز به روز عملکرد خود را بهبود بخشند (بلوم و همکاران، 2004). بهره‌وری همواره به عنوان یکی از آرمان‌های دولت‌ها و معیاری جهت سنجش عملکرد آنها بوده است. بهره‌وری عبارت است از به حداکثر رساندن استفاده از منابع، نیروی انسانی و تمهیدات به طریق علمی به‌منظور کاهش هزینه‌ها و رضایت کارکنان، مدیران و مصرف‌کنندگان. تعاریف دیگر، بهره‌وری نیروی انسانی را حداکثر استفاده مناسب از نیروی انسانی به‌منظور حرکت در جهت اهداف سازمان با کمترین زمان و حداقل هزینه داشته‌اند (پردبار، 1392) بر اساس دیدگاه سازمان

بهره وری ملی ایران، بهره وری یک نگرش عقلانی به کار و زندگی است. این مشابه یک فرهنگ بوده که هدف آن هوشمندانه تر کردن فعالیت‌ها برای یک زندگی بهتر و متعالی است. بهره وری عبارت است به دست آوردن حداکثر سود ممکن از نیروی کار، توان، استعداد و مهارت نیروی انسانی، زمین، ماشین، پول، تجهیزات زمان، مکان و... به منظور ارتقای رفاه جامعه، به گونه‌ای که افزایش آن به عنوان یک ضرورت، در جهت ارتقای سطح زندگی انسان‌ها و ساختن اجتماعی همواره مدنظر صاحب نظران سیاست، مدیریت و اقتصاد قرار دارد (شکرچی و همکاران، 1395) در تعیین عوامل مؤثر بر بهره وری نیروی انسانی نظرات متفاوتی وجود دارد و هر یک از دانشمندان و صاحب نظران عواملی را به عنوان عامل مؤثر مشخص کرده اند و به طور اجمال عواملی چون آموزش شغلی مستمر مدیران و کارکنان، ارتقای انگیزش میان کارکنان برای کار بهتر و بیشتر، ایجاد زمینه های مناسب بطور ابتکار و خلاقیت مدیران و کارکنان، برقراری نظام مناسب پرداخت مبتنی بر عملکرد و برقراری نظام تنبیه و تشویق، وجدان کاری و انضباط اجتماعی تحول در سیستم و روشها که نقش حساس و کلیدی دارند، تقویت حاکمیت و تسلط سیاستهای سازمان بر امور، صرفه جوئی به عنوان وظیفه ملی در بهره وری مؤثر می باشد (کرولی و همکاران¹، 2010: 99). به طور کلی، بهره وری نسبت واحد خروجی به ورودی است (حسینی و همکاران، 1396، 31)؛ بنابراین، مقدار بهره وری نیروی کار را می توان اساساً به عنوان مدت زمان مورد نیاز در روز برای تکمیل مقدار واحد یک فعالیت تعریف کرد (یولوبیلی و همکاران²، 2014، 14). بهره وری نیروی انسانی، به شدت فرایند تولید و هزینه های تولید را تحت تأثیر قرار می دهد و بهره وری کار و رشد اقتصادی عوامل کلیدی برای حفظ و بهبود رقابت پذیری کشورهای در بازار جهانی هستند (اوزینا³، 2014، 317). یکی از مهم ترین اهداف در هر سازمان ارتقای سطح بهره وری نیروی انسانی آن است. مشارکت کارکنان در امور و تلاش های هوشیارانه و آگاهانه آنان همراه با انضباط کاری می تواند بر میزان بهره وری نیروی انسانی به ویژه در یک محیط متلاطم و توأم با ناامنی تأثیر گذارد. عنصر اساسی در

1. Crewley D, Schmitt J. Colleen M.

2. Ulubeylia. S et al

3. Auzina-Emsina, A

ایجاد و بهبود بهره‌وری، نیروی انسانی است و نیروی انسانی راحت‌ترین داده قابل اندازه‌گیری است (دانا و راجاگوپالان، 1998).

مفهوم بهروزی علاوه بر نظریه‌های روان‌شناسی و اقتصاد در محیط‌های سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و زندگی افراد در محیط کار در سطح فردی و در عرصه اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بررسی این پدیده در سازمان با عنوان بهروزی سازمانی جوامع و سازمان‌های دولتی در هزاره سوم را به خود جلب کرده است. ظرفیت‌های مثبت انسان‌ها به ظهور پارادایم‌های مثبت‌اندیشی در عرصه سازمانی منجر شده که نقطه اوج آنها در حیطه بهروزی متجلی می‌شود که رویکرد عینیت‌گرا در پرتو تبیین عوامل مادی به آن پرداخته و رویکرد جامع‌ذهنیت‌گرایی به فرآیند شکل‌گیری بهروزی سازمانی می‌پردازد. بر این اساس بهروزی سازمانی به جنبه‌های روان‌شناختی، ذهنی، اجتماعی و معنوی دلالت دارد که مبین وجود نیرویی الهام‌بخش و برانگیزاننده به منظور کاوش مداوم معناداری در زندگی کاری، درک عمیق و ژرف از ارزش کار، توجه به نظام باور شخصی، اعتلای سطح روانی و روابط اجتماعی سازنده است. که بهروزی کارکنان و بهروزی ذهنی و بهروزی شغلی را در بر می‌گیرد. بهروزی شغلی به عنوان عدم وجود تجارب منفی همچون اضطراب، فشار روانی، و فرسودگی شغلی، وجود احساسات و تجارب عاطفی و هیجانی خوشایند و شادکامی در محل کار می‌باشد (دانا و گریفیت، 1999، 376).

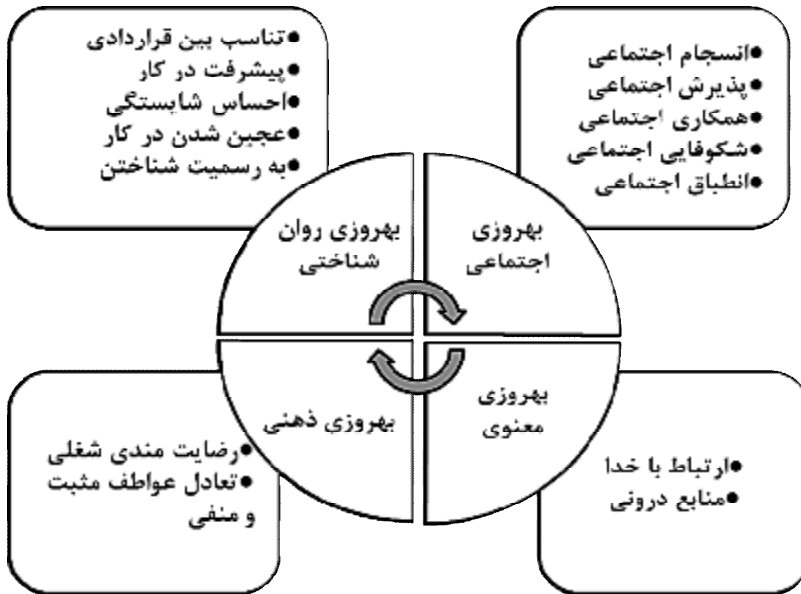
روان‌شناسی مثبت‌گرا به علم مطالعه عملکرد بهینه انسان اشاره داشته و بر چگونگی شکوفایی زندگی انسان متمرکز است در پرتو این علم افزایش حالت‌های منفی در انسان‌ها به‌عنوان بهروزی تعریف می‌شود (امراهی و همکاران، 1395: 87) اگرچه مباحث علم روان‌شناسی و اقتصاد توجه بیشتری به بهروزی معطوف داشته‌اند، ولی در هزاره سوم روزهایی از این مفهوم علمی به‌سوی علم سازمان نیز باز شده است. مطالعات نشان می‌دهد که اندیشمندان سازمان و مدیریت به‌مرور زمان، بهروزی را در محیط سازمان مفهوم‌پردازی کرده‌اند (کتابدار و ذبیهی، 1394: 87) هر چند تاکنون پژوهش‌های اندکی در باب این موضوع در ایران صورت گرفته است. بهروزی سازمانی از دیدگاه‌های متنوعی مورد بحث قرار گرفته و پژوهشگران برای تبیین آن به عوامل متعددی متوسل شده‌اند، ولی توجه با این پدیده از دیدگاه مثبت‌گرایی و بر اساس عواملی

تحت عنوان سرمایه روان‌شناختی کمتر مورد توجه بوده است (سپهوند و همکاران، 1394) اصطلاح بهروزی در مباحث علوم اجتماعی، روان‌شناختی، جامعه‌شناسی و اقتصاد واکاوی و تبیین شده و نوعی اجماع بر سر تعریف آن وجود دارد؛ اما این مفهوم در حوزه سازمان و مدیریت چندان مورد مذاقه قرار نگرفته و نیاز به روشن‌گری بیشتری دارد. در علم روان‌شناسی واژه Well-Being با عنوان بهزیستی و در علم اقتصاد، علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی به عنوان رفاه برگردان شده است. ولی برای اولین بار در علوم سازمانی برگردان جدیدی به عنوان بهروزی ارائه شده که بیانگر چشم‌اندازی روشن و مثبت‌اندیشانه در این حوضه علمی است (امراهی بیوکی و همکاران، 1393، 80).

جدول شماره 1: تعاریف بهروزی سازمانی (امراهی بیوکی و همکاران، 1393، 80)

ردیف	پژوهشگر/سال	تعریف
1	باکر و همکاران، 2010	رضایت شغلی و ارزیابی شناختی از ماهیت شغل و تجربه مکرر عواطف مثبت.
2	آدام، گرنت و همکاران، 2007	کارکرد و تجارب ذهنی در محیط کار، کیفیت روابط کارکنان با مردم و جوامع و تمرکز بر تعاملات بین فردی.
3	مارکر و اسپنسر، 2007	ایجاد محیطی برای ارتقای سطح خردمندی و رضایتمندی در کارکنان که اجازه می‌دهد کارمند برای شکوفایی و رسیدن به قابلیت‌های بالقوه به نفع خود و سازمان تلاش کند.
4	کرایبل، 2003	انجام کارهای مماندار و چالشی توسط کارکنان وهمچنین داشتن فرصت بکارگیری مهارت-ها، دانش و شناخت روابط کاری اثربخش با همکاری و مدیران در یک محیط سالم و ایمن.
5	هارتر، اسمیت و کیزی، 2002	کمک به کارکنان برای کسب هر آنچه که به طور طبیعی حق آن‌هاست همچون: تعلق خاطر شغلی (ترکیبی از متغیرهای شناختی و عاطفی محیط کار)، عواطف مثبت درونی (رضایتمندی شغلی، تعهد، شادی و سرور، شکوفایی، علائق) و عواطف مثبت ناشی از اثربخشی در کار، برنامه‌های نگه‌داشت نیروی انسانی و خلافت
6	مردیت ولس، 2000	سلامت عمومی سازمان که عناصر سازمانی نظیر جو سازمانی، جو اجتماعی (حمایت اجتماعی درک شده و اخلاق در میان کارکنان)، بهره‌وری و عملکرد کارکنان و کاهش ترک خدمت و کاهش غیبت از کار.
7	کیزی و همکاران، 2000	ارزیابی کارکنان از کیفیت زندگی کاری و کیفیت کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی آن.
8	توماس و همکاران، 1999	درک مثبت از محیط کار، سلامت و رضایت شغلی نیروی انسانی.
9	دانا و گریفین، 1999	سازهای متشکل از رضایتمندی از زندگی شخصی (نظیر رضایت از زندگی اجتماعی و زندگی خانوادگی، وجود تفریح و معنویت) و رضایت از زندگی کاری (نظیر رضایت از سیستم پرداخت، وجود فرصت ارتقای رضایت از ماهیت شغل و همکاران) و سلامت جسمی.
10	وار، 1987	کیفیت کلی کارکرد و تجربه کارمند در محیط کار.
11	دینر، 1984	کیفیت مطلوب زندگی، چگونگی ارزیابی افراد از زندگی کاری بر حسب واژه‌های مثبت و فزونی عواطف مثبت و عواطف منفی در محیط کار.

بهره‌وری سازمانی به جنبه‌های روان شناختی، ذهنی، اجتماعی و معنوی دارد که مبین وجود نیرویی الهام‌بخش و برانگیزاننده به منظور کاوش مداوم معناداری در زندگی کاری، درک عمیق و ژرف از ارزش کار، توجه به نظام باور شخصی، اعتلای سطح روانی و روابط اجتماعی سازنده است. شکل شماره 1، مؤلفه‌های هر یک از این ابعاد را نمایش می‌دهد.



شکل شماره 1: گونه شناسی بهره‌وری سازمانی

از دهه 1960 با ظهور دیدگاه‌های جدیدی که به جای درمان مشکلات روانی بر پیشگیری از آن‌ها تأکید داشتند مدل‌های سلامت روانی عمدتاً بر ابعاد روانی مثبت توانایی‌های انسان، رشد شخصی، بهزیستی و ارتقای خوب بودن متمرکز شدند. این تغییر رویکرد موجب شد روان‌شناسان این گروه در توصیف و تعریف سلامت روانی بیشتر از اصطلاح بهزیستی روان شناختی که بیشتر دارای بار مثبت است، استفاده کنند. از این منظر کسی دارای سلامت روان شناختی تلقی می‌شود که ویژگی‌هایی مانند عزت نفس، ارتباط‌های اجتماعی گسترده، احساس خودکارآمدی و حس استقلال دارد.

ریف و همکاران بیش از هر چیز تلاش کرده‌اند براساس مبانی فلسفی (کسانی مثل ارسطو و راسل) ملاک‌های زندگی مطلوب یا اصطلاحاً «زندگی خوب» را تعیین و دسته‌بندی کنند. بر این اساس، شش عامل مهم را شناسایی کردند که از طریق آن‌ها می‌توان خوب بودن یا نبودن را تعیین کرد، پذیرش خود، هدفمندی در زندگی، رشد شخصی، داشتن ارتباط مثبت با دیگران، تسلط بر محیط و خودمختاری مؤلفه‌های تشکیل دهنده بهزیستی در مدل ریف هستند (دانایی فرد و همکاران، 1392، 9).

رزمان و همکارانش در پژوهشی که در سال 1396 با عنوان ارزش آفرینی به واسطه سرمایه‌گذاری سازمان در منابع انسانی صورت گرفت. با ارزش‌ترین دارایی یک سازمان را دارایی‌های نامشهودی چون سرمایه انسانی تشکیل می‌دهند زیرا این مهم، نقش مؤثری در اثربخشی و ارزش آفرینی سازمان‌ها دارد. در جهان امروزی موفقیت سازمان‌ها تا حد زیادی به روحیات، تلاش، انگیزش و رضایت منابع انسانی آنها بستگی دارد و کارایی و اثربخشی سازمان‌ها با کارایی اثربخشی نیروی انسانی آنها وابستگی مستقیمی دارد. سازمان‌ها در تلاش برای خلق ارزش بیشتر و غنی‌سازی ارزش‌ها، باید به همه جوانب توجه کنند. در عرصه رقابت، سازمانی موفق‌تر خواهد بود که به‌تمامی معیارها، درجهت تأمین خواسته‌های مشتریان، نگاه بلندمدت و استراتژیک داشته باشد و تمامی منابع در اختیار و شایستگی‌های خود را به کار گیرد. از سوی دیگر، مدیران منابع انسانی، شرکای استراتژیک سازمان‌ها هستند. در دیدگاه جدید، مدیریت منابع انسانی، عوامل انسانی را با اهداف استراتژیک سازمان یکپارچه می‌کند تا ارزش بیشتری بیافریند و مزیت رقابتی سازمان را ارتقا دهد.

وردی و همکاران در پژوهشی که در سال 1395 تحت عنوان اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی از دیدگاه مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان انجام دادند. از آنجایی که تعدد و ترکیب عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان‌های مختلف به دلیل اختلاف در ویژگی‌های محیط داخلی و خارجی متفاوت می‌باشد، لذا این پژوهش باهدف اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی از دیدگاه مدیران میانی اجرا گردید تا ضمن فراهم نمودن مبنایی برای تصمیمات مدیران منابع انسانی در زمینه برنامه‌ریزی و نگهداری نیروی انسانی، موجب کاهش هزینه‌های ناشی از ترک خدمت کارکنان گردد. مطالعه توصیفی حاضر به صورت مقطعی در نیمه

اول سال 1388 صورت گرفت. مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند که با توجه به محدود بودن از نمونه‌گیری استفاده نشد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن به صورت محتوایی تأیید و پایایی نیز با محاسبه آلفای کرونباخ 0/935 محاسبه شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS تحلیل گردید؛ در تحلیل داده‌ها بیشترین و کمترین امتیاز به ترتیب 5 و 1 بود. صلاح نظام‌های استخدامی و ساختارهای تشکیلاتی، غنی‌سازی شغلی، برنامه‌ریزی آموزشی طبق نیاز، تفویض اختیار به مدیران سطوح میانی و سرپرستی جهت تصمیم‌گیری، اجرای برنامه‌های تشویقی می‌تواند در جهت افزایش بهره‌وری نیروی انسانی و در نتیجه ارتقای نظام سلامت مؤثر باشد.

سپهوند در سال 1394 در پژوهشی که با عنوان نقش روش‌های سرمایه‌گذاری سازمان بر ارزش آفرینی منابع انسانی با نقش میانجی سرمایه‌های انسانی صورت گرفت. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی صاحب نظران حوزه منابع انسانی اثبات نقش این منابع در ارزش آفرینی سازمان است. با ظهور سازمان‌های دانشی در اقتصاد دانش‌بنیان، سهم سرمایه انسانی در ارزش آفرینی سازمان از سرمایه‌های فیزیکی و ساختاری سبقت گرفته و سرمایه‌گذاری‌های سنگین در نیروی انسانی برای تبدیل کردن آنها به عامل اصلی مزیت رقابتی را توجیه‌پذیر کرده است. این پژوهش به دنبال بررسی نقش سرمایه‌گذاری سازمان بر ارزش آفرینی منابع انسانی با نقش میانجی سرمایه‌های انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در سطح شهر تهران است. داده‌های پژوهش از طریق پرسش‌نامه از 100 مدیرعامل شرکت‌های فعال در حوزه‌های خدمات مالی، خدمات حرفه‌ای بازاریابی و صادرات، خدمات مشاوره‌ای مدیریت و فن‌آوری اطلاعات جمع‌آوری گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت هدفمند بوده است برای آزمون روایی پرسش‌نامه از نظرات استادان و متخصصان و برای سنجش پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بعد از جمع‌آوری اطلاعات برای سنجش فرضیه‌های تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos18 استفاده گردید. در این پژوهش برای نشان دادن سرمایه‌گذاری سازمان در منابع انسانی از دو رویکرد جذب استعدادهای بیرونی و پرورش استعدادهای درونی و برای بررسی سرمایه انسانی در سطح سازمان از چهار معیار تعداد سرمایه انسانی، تناسب سرمایه انسانی با

سازمان، مکمل بودن سرمایه انسانی و منحصر به فرد بودن سرمایه‌های انسانی استفاده شده است. نتایج پژوهش در سطح اطمینان 95% نشان‌دهنده آن است که سرمایه‌گذاری هوشمند سازمان در منابع انسانی خود، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر ارزش آفرینی سرمایه انسانی دارد.

امراللهی بیوکی و همکاران (1393) تحقیقی را با عنوان طراحی الگوی بهروزی سازمانی: تبیین نقش محوری سرمایه روان شناختی مثبت در سازمان‌های دولتی ایران که به روش اثبات‌گرایی از نوع توسعه‌ای و به صورت کمی با استراتژی علی انجام داده‌اند. جامعه آماری 508 مدیر و 1345 نفر کارشناس سازمان‌های دولتی استان یزد جمعاً به تعداد 1853 بود. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه استاندارد؛ مقیاس بهروزی روان شناختی ورونیکا (2012) شامل پنج شاخص و 25 گویه، سنجش بهروزی ذهنی از طریق مقیاس PANAS برای ارزیابی تعادل عواطف مثبت و منفی واتسون و کلارک و شاخص توصیفی شغل کینیکی و همکاران شامل سه شاخص و 25 گویه و سنجش بهروزی اجتماعی کبیز (1998) شامل پنج شاخص و 15 گویه و بهروزی معنوی ون درنکاد (2005) شامل دو شاخص و 10 گویه و سرمایه روان شناختی لوتانز و همکاران (2007) شامل چهار شاخص و 24 گویه، و رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (2000) شامل پنج شاخص و 20 گویه و جو روان شناختی بران و لیگ (1996) شامل شش شاخص و 21 گویه، از طریق مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر بود. نتایج نشان داد ضرایب مسیری مدل معادلات ساختاری بین کارشناسان و مدیران تفاوت معنی‌داری دارند. همچنین نقش واسط متغیرهای میانجی در رده کارشناسان همگی تأیید شده و در رده مدیران کلیه متغیرها به جزء جو روان شناختی از نقش میانجی برخوردارند. دانایی‌فرد و همکاران (1392) تحقیقی را با عنوان کنکاشی پیرامون پیش‌آیندهای مؤثر بر فرآیند شکل‌گیری پدیده بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی) به روش اثبات‌گرایی از نوع بنیادی و به صورت کمی از نوع علی از شاخه مطالعات میدانی انجام داده‌اند. جامعه آماری 1853 نفر از کارکنان رسمی و پیمانی ستادی در دو سطح مدیریت و کارشناسی شاغلان 23 دستگاه اجرایی مشمول بودجه جاری با نمونه آماری 318 نفر با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد؛ مقیاس بهروزی روان شناختی ورونیکا (2012) شامل پنج شاخص و 25 گویه، سنجش بهروزی ذهنی از طریق مقیاس

PANAS برای ارزیابی تعادل عواطف مثبت و منفی واتسون و کلارک و شاخص توصیفی شغل کینیکی و همکاران شامل سه شاخص و 25 گویه و سنجش بهروزی اجتماعی کیز (1998) شامل پنج شاخص و 15 گویه و بهروزی معنوی ون درنداک (2005) شامل دو شاخص و 10 گویه و سرمایه روان شناختی لوتانز و همکاران (2007) شامل چهار شاخص و 24 گویه، و رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (2000) شامل پنج شاخص و 20 گویه و جو روان شناختی بران و لیگ (1996) شامل شش شاخص و 21 گویه، هویت سازمانی کلارک و همکاران (2003) مشتمل بر دو شاخص هویت‌یابی یا سازمان و واکنش نسبت به انتقاد از سازمان با 14 گویه، فضیلت سازمانی کمرون (2004) شامل اعتماد، خوش‌بینی، شفقت، کمال و بخشش در قالب 14 گویه، از طریق مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر بود. نتایج نشان داد ضمن تأیید مدل مفهومی، متغیرهای شناسایی شده در فرآیند شکل‌گیری بهروزی سازمانی مؤثر می‌باشند. پژوهشی در سال 2016 توسط نیکو بنوس و استلیوس⁴ تحت عنوان بهره‌وری نیروی کار عامل رشد سرمایه انسانی در سازمان صورت گرفت. این پژوهش توابع تولید را برای مناطق یونانی طی سال‌های 1971-2011، با استفاده از داده‌های سرشماری به دست‌آمده از سرمایه‌های آموزش انسانی، تخمین می‌زند. سری‌های سرمایه غنی انسانی را ایجاد می‌کنیم که در آن داده‌ها برای کارکنان، طبق سطح آموزشی و تحصیلات آنان تجزیه و تحلیل می‌شود. علاوه بر این اثرات احتمالی ناشی از کیفیت آموزش و گسترش آن را نیز محاسبه خواهیم کرد. شواهد ما نشان می‌دهند که سرمایه انسانی یک ارتباط مثبت قوی با بهره‌وری کار از طریق آموزش متوسطه و عالی دارد. درحالی‌که آموزش ابتدایی ارتباط منفی را منعکس می‌کند و چه‌بسا تحصیلات و آموزش سطح پایین و کمتر و حتی فرعی هیچ ارتباطی با بهره‌وری را نشان نمی‌دهند. به‌طور کلی یافته‌ها حاکی از آن است که سیاست‌گذاران باید بر کیفیت آموزش و همچنین گسترش آن بیشتر متمرکز شوند و تلاش‌های خود را به سمت‌وسوی یک سیستم کارآمدتر و پیشرفته‌تر به واسطه سطح آموزش عالی معطوف سازند تا به‌طور کلی بهره‌وری نیروی کار را بهبود بخشند و نابرابری‌های بهره‌وری فضایی را کاهش دهند.

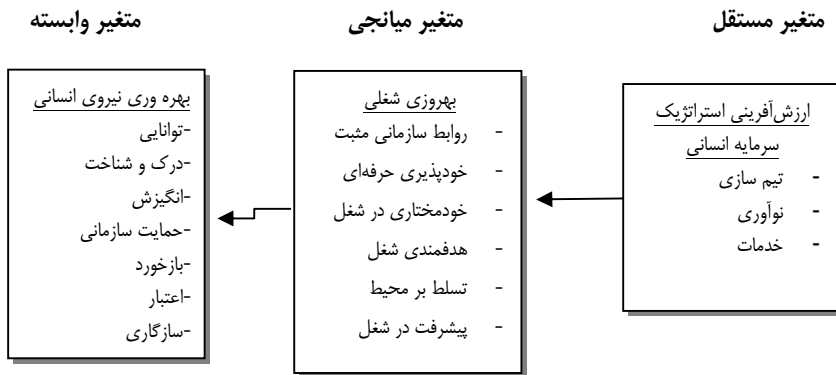
4. Nikos Benos a, Stelios Karagiannis

اردیل و همکاران (2011) در تحقیقی با عنوان رابطه بین احساس تنهایی و جو اجتماعی و تأثیر آن بر بهروزی کارکنان در دانشگاه کوچالی ترکیه در جامعه آماری 207 نفر از کارکنان با استفاده از پرسش نامه احساس تنهایی لاوس (2006) 16 گویه‌ای و ارزیابی جو اجتماعی لیتوین و استرینگر (1968) 50 گویه‌ای و ارزیابی بهروزی ذهنی وار (1990) 12 گویه‌ای از طریق تحلیل رگرسیون انجام داده‌اند. نتایج نشان داد بین احساس تنهایی و جو اجتماعی رابطه عکس وجود دارد. و احساس تنهایی اثر منفی بر روی بهروزی ذهنی مثبت کارکنان دارد. و جو اجتماعی و احساس تنهایی بر بهروزی ذهنی تأثیر گذارند.

لوتانز و همکاران (2010) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه روان شناسی مثبت بر روی بهروزی کارکنان در جامعه آماری 281 شرکت کننده با استفاده از پرسش نامه اینترنتی pcq-24 سرمایه روان شناختی انجام داده‌اند نتایج نشان داد سرمایه روان شناختی مثبت بر بهروزی کارکنان مؤثر می‌باشد.

هدف اصلی تحقیق حاضر تعیین تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی است و در این راستا اهداف فرعی تأثیر متغیرهای روابط سازمانی مثبت، خودپذیری حرفه‌ای، خودمختاری در شغل، هدفمندی شغل، تسلط بر محیط، پیشرفت در شغل، تیم سازی، نوآوری، خدمات بر افزایش بهره‌وری نیروی انسانی دنبال می‌شود.

چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش برای متغیر وابسته بهره‌وری نیروی انسانی به استناد بر پژوهش هرسی و گلداسمیت (1980) که شامل مؤلفه‌های (توانایی، درک و شناخت، انگیزش، حمایت سازمانی، بازخورد، اعتبار و سازگاری) و برای متغیر میانجی بهروزی شغلی به استناد مدل اشنایدر (1991) با مؤلفه‌های (روابط سازمانی مثبت، خودپذیری حرفه‌ای، خودمختاری در شغل، هدفمندی شغل، تسلط بر محیط و پیشرفت در شغل) و متغیر مستقل ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی به استناد مدل گپ و فیشر با مؤلفه‌های (تیم‌سازی، نوآوری و خدمات) می‌باشد.

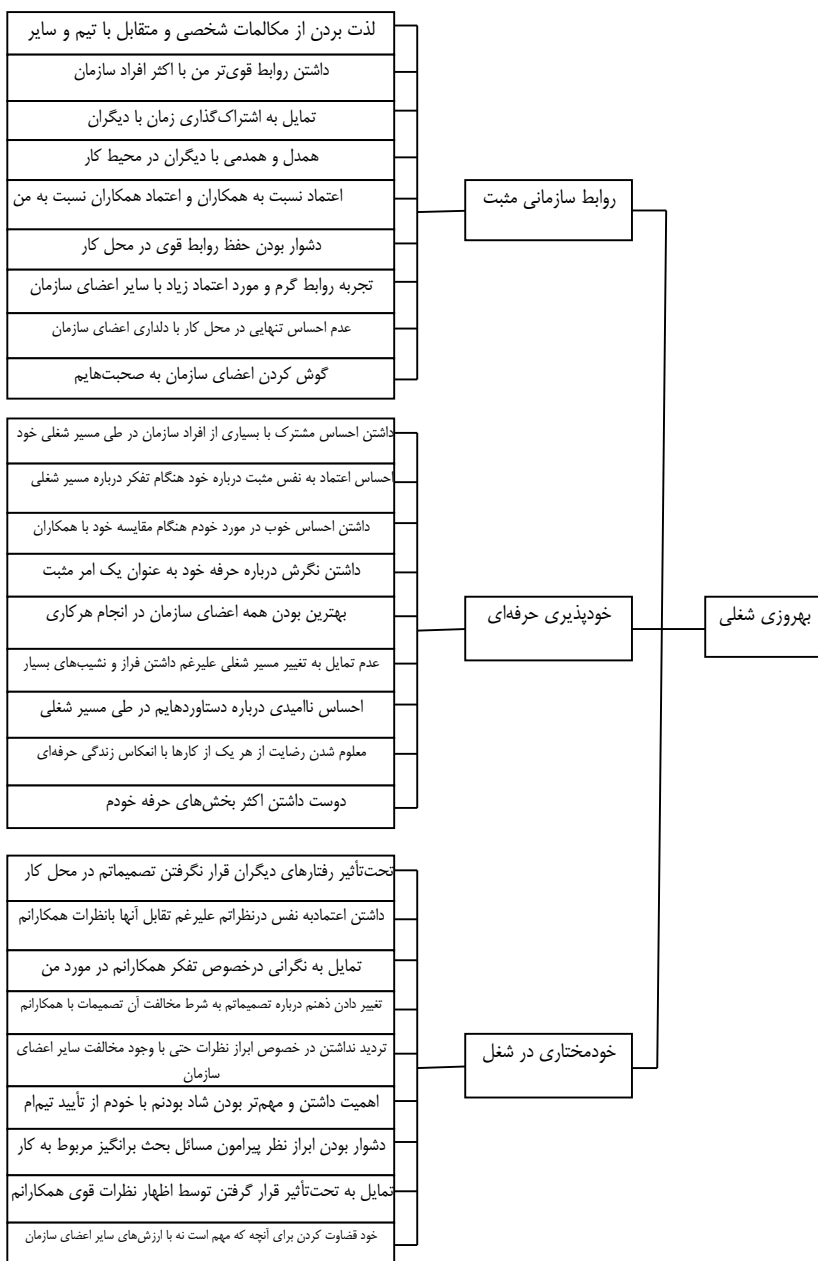


شکل شماره 2: مدل مفهومی تحقیق

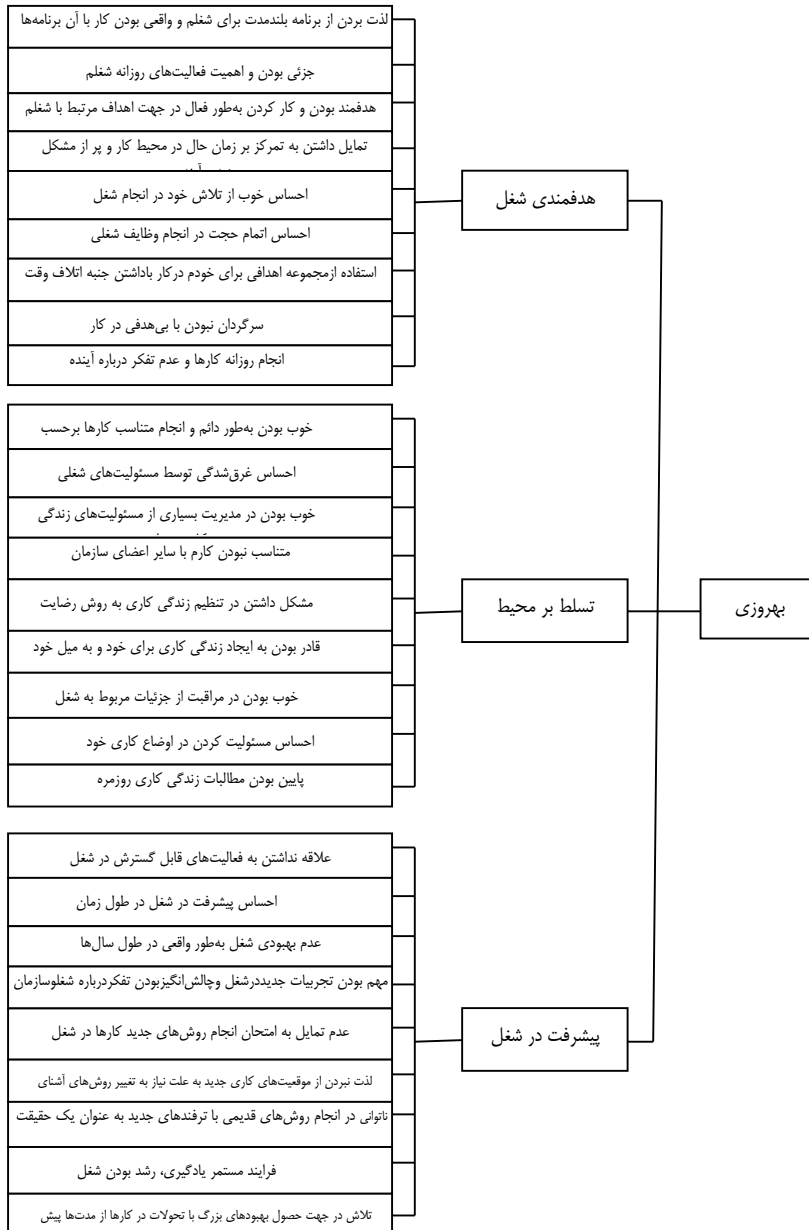
مدل عملیاتی متغیرهای تحقیق

بر اساس چارچوب نظری تحقیق، مدل عملیاتی و فرایند شاخص‌سازی متغیرهای مستقل و وابسته و میانجی تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شود:

مفهوم ابعاد شاخص

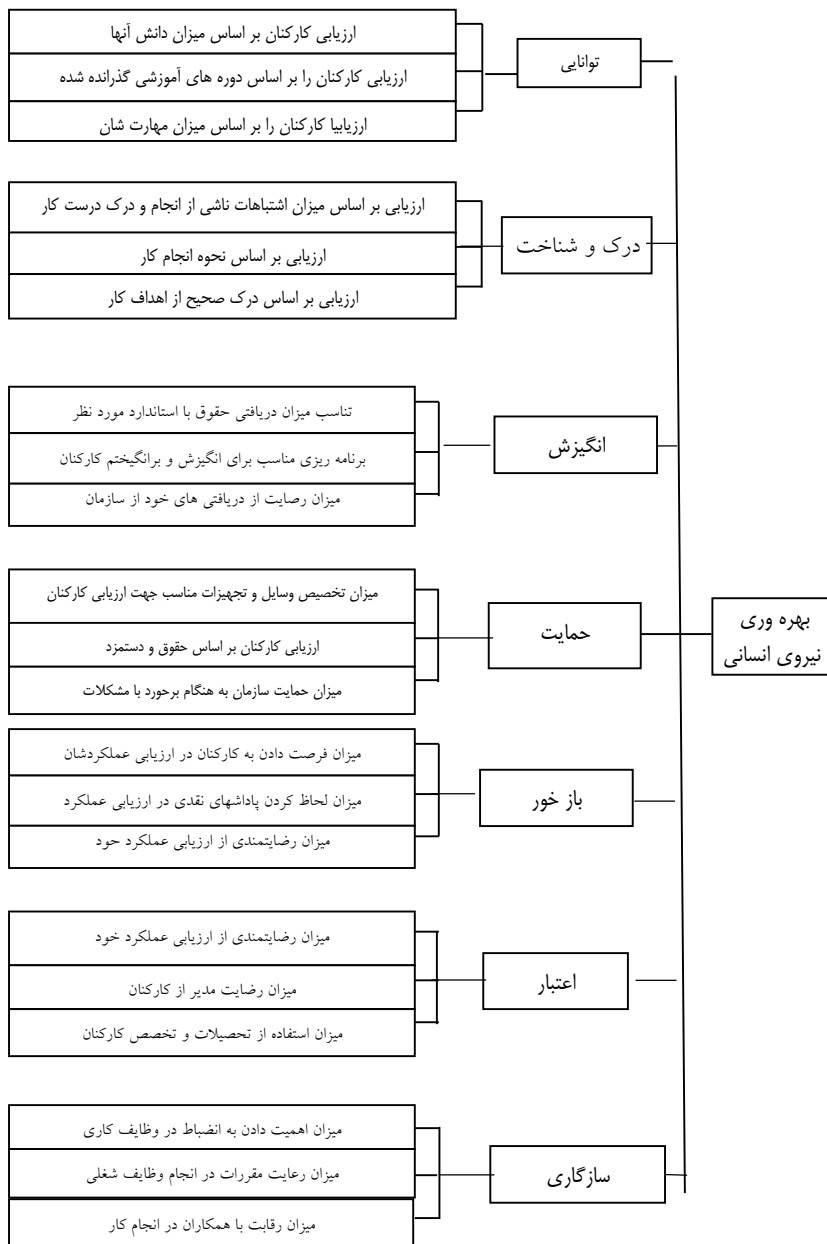


مفهوم ابعاد شاخص

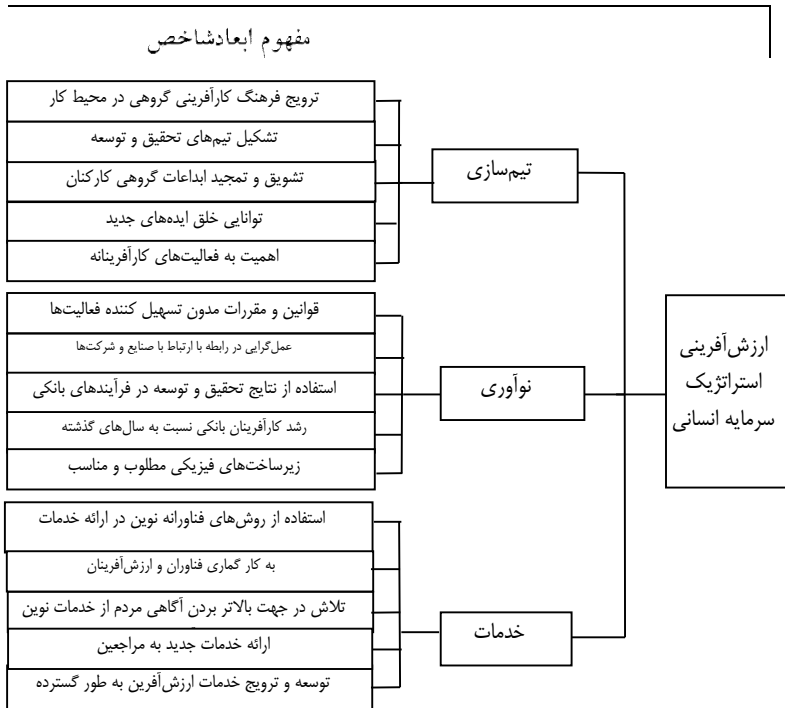


شکل شماره 3: مدل عملیاتی بهره‌وری شغلی

مفهوم ابعاد شاخص



شکل شماره 4: مدل عملیاتی بهره وری نیروی انسانی



شکل شماره 5: مدل عملیاتی ارزش‌آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی

ابزار و روش

روش مورد استفاده در این تحقیق برای بررسی تجربی فرضیه‌ها، پیمایشی است. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی هست. این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری مورد نظر در این پژوهش 606 نفر کلیه کارکنان شاغل شعب بانک ملی استان آذربایجان غربی است؛ که از این تعداد 235 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. همچنین در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به منظور نمونه‌گیری استفاده شد. در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های گلموگروف-اسمیرنف، اسپیرسون و معادلات ساختاری با نرم افزار SPSS و لیزرل استفاده شده

است. ابزار اندازه گیری داده ها در این تحقیق پرسش نامه استاندارد می باشد که از بخش های زیر تشکیل شده است:

الف) ارزش آفرین استراتژیک سرمایه انسانی

مقیاس ارزش آفرین استراتژیک یک ابزار 12 گویه ای است که به منظور ارزیابی ارزش آفرین استراتژیک توسط زیمت و همکاران (1988) تهیه شده است. این مقیاس میزان ارزش آفرین استراتژیک را در هر یک از سه حیطه فردی، سازمانی، اجتماعی در طیف 5 گزینه ای کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم می سنجد. رستمی و همکاران (1389) به دست آورده اند. ضریب آلفای کرونباخ خرده مقیاسهای ارزش آفرین استراتژیک را بین 76/ تا 89/ به دست آورده اند. در مقاله حاضر با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایای برای بعد ارزش آفرین استراتژیک 82/ به دست آمد.

ب) بهروزی شغلی نیروی انسانی

این مقیاس جهت تعیین میزان بهروزی شغلی توسط اشنایدر (1991) ساخته شده است. مقیاس بهروزی شغلی دارای 15 آیتم می باشد. از این پانزده آیتم، 3 آیتم آن مربوط به مؤلفه روابط سازمانی مثبت و 2 آیتم نیز مربوط به مؤلفه خودپذیری حرفه ای، 3 آیتم آن مربوط به مؤلفه خود مختاری در شغل و 2 آیتم نیز مربوط به مؤلفه هدفمندی شغلی، 3 آیتم آن مربوط به مؤلفه روابط تسلط بر محیط و 2 آیتم نیز مربوط به مؤلفه پیشرفت در شغل است. در این مطالعه ضریب آلفا 71/ به دست آمد.

پ) بهره‌وری نیروی انسانی

سؤالات، مربوط با بهره‌وری نیروی انسانی می باشد که از پرسش نامه استاندارد بهره‌وری هرسی و گلداسمیت (1995) استفاده شده است و در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت مورد استفاده قرار گرفته است.

یافته‌ها

برای نشان دادن نرمال و غیر نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف⁵ (K-S) استفاده شد. اگر سطح معنی داری بزرگتر از 0/05 باشد توزیع نرمال بوده و در غیر این صورت توزیع نرمال نیست.

جدول شماره 2- نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی توزیع طبیعی داده‌ها

تعداد	کولموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری
235	1/063	0/117
235	1/046	0/120
235	0/995	0/200

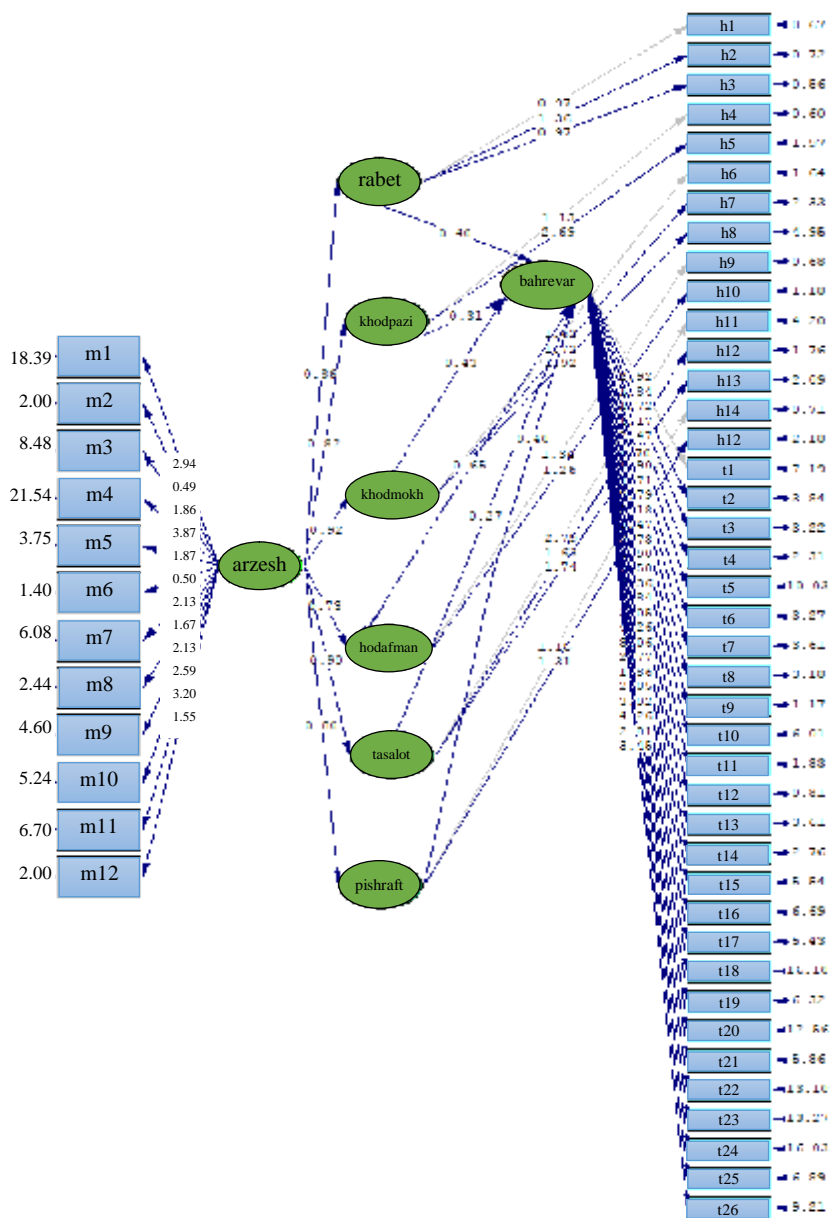
با توجه به جدول 2 نتایج آزمون نشان می‌دهد تمامی متغیرهای مورد بررسی نرمال می‌باشد.

قبل از پرداختن به آزمون الگوی ساختاری، ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه می‌کنیم تا رابطه بین متغیرها مورد بررسی قرار گیرد که به صورت جدول زیر می‌باشد.

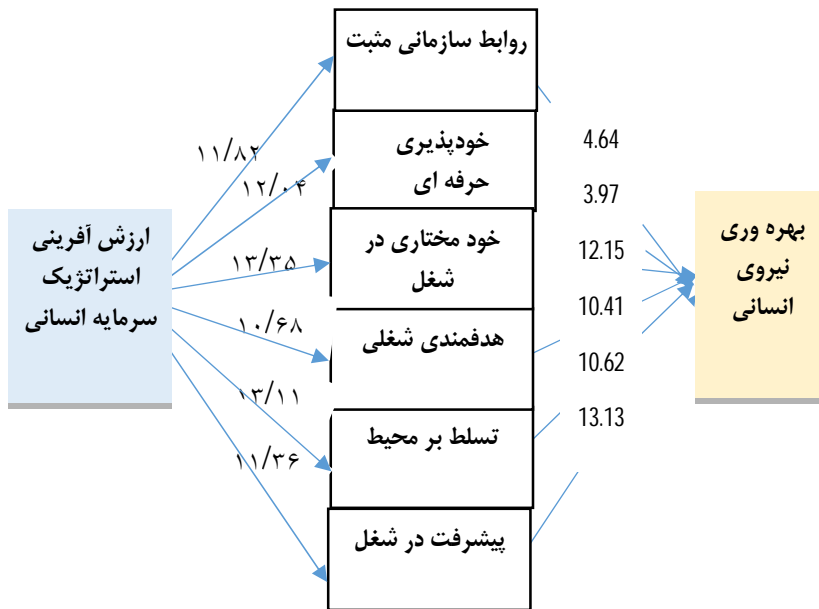
جدول شماره 3- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر پژوهش	رهبری معنوی در محیط کاری	ارگونومی	مثبت اندیشی کارکنان
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	1	0/823	0/709
بهره‌وری نیروی انسانی	...	1	0/831
بهره‌وری شغلی	1

با توجه به جدول 3 همه متغیرهای تحقیق با یکدیگر رابطه معنی داری دارد. برای آزمون فرضیه فوق از آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. جهت بررسی معنی دار بودن رابطه بین متغیرها از آماره آزمون t استفاده می‌شود. چون معنی داری در سطح خطای 0/05 بررسی می‌شود؛ بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t از 1/96 کوچکتر محاسبه شود، رابطه معنی دار نیست و در نرم افزار لیزرل با رنگ قرمز نمایش داده خواهد شد.



شکل 6: تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی بر اساس بار عاملی



شکل 7: تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی بر اساس ضریب معنی‌داری

اثرات مستقیم

یک متغیر می‌تواند به تنهایی متغیر دیگری را پیش‌بینی نماید یا علت ایجاد آن باشد. با توجه به شکل شماره 7 بیشترین اثر معنی‌داری مربوط به اثر مستقیم ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر خودمختاری در شغل (0/92) می‌باشد که در سطح 0/05 معنی‌دار می‌باشد. همچنین در جدول زیر ضرایب اثرات مستقیم، آماره t و همچنین سطح معنی‌داری مربوط به هر مسیر گزارش شده است.

جدول شماره 4: برآورد ضرایب اثرات مستقیم

سطح معنی داری	ضریب مسیر	آماره t	متغیر	متغیر
0/000	0/40	4/64	بهره وری نیروی انسانی	روابط سازمانی مثبت
0/000	0/31	3/97	بهره وری نیروی انسانی	خودپذیری حرفه ای
0/000	0/43	12/15	بهره وری نیروی انسانی	خود مختاری در شغل
0/000	0/65	10/41	بهره وری نیروی انسانی	هدفمندی شغلی
0/000	0/27	10/62	بهره وری نیروی انسانی	روابط تسلط بر محیط
0/000	0/40	13/13	بهره وری نیروی انسانی	پیشرفت در شغل
0/000	0/86	11/82	روابط سازمانی مثبت	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/000	0/82	12/04	خودپذیری حرفه ای	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/000	0/92	13/35	خود مختاری در شغل	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/000	0/73	10/68	هدفمندی شغلی	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/000	0/90	13/11	روابط تسلط بر محیط	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/000	0/80	11/36	پیشرفت در شغل	ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی
0/001	0/12	34/44		اثر کل

بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت روابط سازمانی مثبت به اندازه (0/40) بر بهره وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در روابط سازمانی مثبت، بهره وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/40) افزایش خواهد یافت، همچنین بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت خودپذیری حرفه ای به اندازه (0/31) بر بهره وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در خودپذیری حرفه ای، بهره وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/31) افزایش خواهد یافت و بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت خود مختاری در شغل به اندازه (0/43) بر بهره وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی

استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در خود مختاری در شغل، بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/43) افزایش خواهد یافت، بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت هدفمندی شغلی به اندازه (0/65) بر بهره‌وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در هدفمندی شغلی، بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/65) افزایش خواهد یافت، همچنین بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت روابط تسلط بر محیط به اندازه (0/27) بر بهره‌وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در روابط تسلط بر محیط، بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/27) افزایش خواهد یافت و در نهایت بنا به ضرایب مسیر می‌توان گفت پیشرفت در شغل به اندازه (0/40) بر بهره‌وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی تأثیر دارد یا با افزایش یک واحدی در پیشرفت در شغل، بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی به اندازه (0/40) افزایش خواهد یافت.

اثرات غیرمستقیم

با توجه به جدول 4 اثر غیرمستقیم ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی، از آنجایی که مقدار t به دست آمده بیشتر از $1/96$ است، در سطح $0/001$ معنی‌دار می‌باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی مثبت می‌باشد؛ بنابراین با توجه به اثر کل، بهروزی شغلی باعث افزایش $12/00$ درصد تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی می‌شود. در ادامه بنا به شاخص‌های متغیر بهروزی شغلی نیز اثر غیرمستقیم ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی بررسی شد.

جدول شماره 5- برآورد ضرایب اثرات غیر مستقیم

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره t
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	روابط سازمانی مثبت	بهره وری نیروی انسانی	0/60	4/64
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	خودپذیری حرفه ای	بهره وری نیروی انسانی	0/51	4/08
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	خود مختاری در شغل	بهره وری نیروی انسانی	0/13	2/14
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	هدفمندی شغلی	بهره وری نیروی انسانی	0/27	2/87
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	روابط تسلط بر محیط	بهره وری نیروی انسانی	0/25	2/49
ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی	پیشرفت در شغل	بهره وری نیروی انسانی	0/40	3/97

بنا به جدول 5 می‌توان گفت روابط سازمانی مثبت به اندازه (0/60)، خودپذیری حرفه ای به اندازه (0/51)، خود مختاری در شغل به اندازه (0/13)، هدفمندی شغلی به اندازه (0/27)، روابط تسلط بر محیط به اندازه (0/25)، پیشرفت در شغل به اندازه (0/40)، باعث افزایش تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره وری نیروی انسانی می‌شوند.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتایج و یافته های حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق همه فرضیه های اصلی و فرعی تحقیق تأیید شده و مشخص شد که مؤلفه بهره‌وری شغلی باعث افزایش 12/00 درصد تأثیر ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره وری نیروی انسانی می‌شود. در ادامه بنا به شاخص های متغیر بهره‌وری شغلی نیز اثر غیرمستقیم ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره وری نیروی انسانی بررسی شد. با توجه به نمودار شماره 2 بیشترین اثر معنی‌داری مربوط به اثر مستقیم ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر خود مختاری در شغل (0/92) می‌باشد که در سطح 0/05 معنی‌دار می‌باشد. در توجیه این یافته که ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهره‌وری شغلی تأثیر دارد، باید گفت که عوامل زیادی می‌تواند در بهره وری نیروی انسانی دخیل باشد. به نظر می‌رسد یکی از این عوامل ارزش آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی، لمس روانی و محسوس این ارزش آفرینی از نزدیک باشد. از طرف دیگر در توجیه تأثیر متغیر دیگر این تحقیق یعنی بهره‌وری شغلی نیز باید گفت که چون این کارکنان دغدغه ای در خصوص هزینه های

بالای زندگی و برطرف کردن نیازهای خود دارند، بنابراین بهروزی شغلی می‌تواند عامل کمک‌کننده برای تلاش و پشتکار شخصی فرد شود و در امور کاری پیشرفت کند و چون همواره نگاه امیدوارانه با تلاش و فعالیت توأم است، بنابراین این کارکنان به امید جستجوی فردای بهتر تلاش می‌کنند و مطمئناً در سایه این مجاهدت می‌توان به بهره‌وری بالایی در بانک دست‌یابند.

پیشینه تحقیق نیز بیانگر تأثیر ارزش‌آفرینی استراتژیک سرمایه‌انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی و ابعاد آن (روابط سازمانی مثبت، خودپذیری حرفه‌ای، خودمختاری در شغل، هدفمندی شغل، تسلط بر محیط و پیشرفت در شغل) هستند. به طوری که در رابطه با تأثیر ارزش‌آفرینی استراتژیک سرمایه‌انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی به واسطه نقش میانجی بهروزی شغلی نتیجه تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین همسو می‌باشد.

تحقیق رزمان و همکارانش (1396) تحت عنوان ارزش‌آفرینی به واسطه سرمایه‌گذاری سازمان در منابع انسانی نشان داد که باارزش‌ترین دارایی یک سازمان را دارایی‌های نامشهودی چون سرمایه‌انسانی تشکیل می‌دهند زیرا این مهم، نقش مؤثری در اثربخشی و ارزش‌آفرینی سازمان‌ها دارد. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

نتایج تحقیقات وردی و همکاران (1395) تحت عنوان اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی از دیدگاه مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نشان داد که صلاح نظام‌های استخدامی و ساختارهای تشکیلاتی، غنی‌سازی شغلی، برنامه‌ریزی آموزشی طبق نیاز، تفویض اختیار به مدیران سطوح میانی و سرپرستی جهت تصمیم‌گیری، اجرای برنامه‌های تشویقی می‌تواند درجهت افزایش بهره‌وری نیروی انسانی و در نتیجه ارتقای نظام سلامت مؤثر باشد. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

نتایج تحقیق سپهوند (1394) که تحت عنوان نقش روش‌های سرمایه‌گذاری سازمان بر ارزش‌آفرینی منابع انسانی با نقش میانجی سرمایه‌های انسانی صورت گرفت. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی صاحب‌نظران حوزه منابع انسانی اثبات نقش این منابع در ارزش‌آفرینی سازمان است. نتایج پژوهش در سطح اطمینان 95%

نشان‌دهنده آن است که سرمایه‌گذاری هوشمند سازمان در منابع انسانی خود، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر ارزش آفرینی سرمایه انسانی دارد. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

تحقیق امراللهی بیوکی و همکاران (1393) با عنوان طراحی الگوی بهروزی سازمانی: تبیین نقش محوری سرمایه روان‌شناختی مثبت در سازمان‌های دولتی ایران که به روش اثبات‌گرایی از نوع توسعه‌ای و به صورت کمی با استراتژی علی انجام شد، نشان داد ضرایب مسیری مدل معادلات ساختاری بین کارشناسان و مدیران تفاوت معنی‌داری دارند. همچنین نقش واسط متغیرهای میانجی در رده کارشناسان همگی تأیید شده و در رده مدیران کلیه متغیرها به جزء جو روان‌شناختی از نقش میانجی برخوردارند. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

نتایج تحقیق دانائی‌فرد و همکاران (1392) نشان داد که متغیرهای شناسایی شده در فرآیند شکل‌گیری بهروزی سازمانی مؤثر می‌باشند. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

نتایج پژوهش نیکو بنوس و استلیوس (2016) با عنوان بهره‌وری نیروی کار عامل رشد سرمایه انسانی در سازمان است. و نشان می‌دهد که سرمایه انسانی یک ارتباط مثبت قوی با بهره‌وری نیروی کار از طریق آموزش متوسطه و عالی دارد. درحالی‌که آموزش ابتدایی ارتباط منفی را منعکس می‌کند و چه‌بسا تحصیلات و آموزش سطح پایین و کمتر و حتی فرعی هیچ ارتباطی با بهره‌وری را نشان نمی‌دهند. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

تحقیق اردیل و همکاران (2011) با عنوان رابطه بین احساس تنهایی و جو اجتماعی و تأثیر آن بر بهروزی کارکنان در دانشگاه کوجالی ترکیه انجام شد که نتایج نشان داد بین احساس تنهایی و جو اجتماعی رابطه عکس وجود دارد. و احساس تنهایی اثر منفی بر روی بهروزی ذهنی مثبت کارکنان دارد. و جو اجتماعی و احساس تنهایی بر بهروزی ذهنی تأثیر گذارند. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

نتایج تحقیق لوتانز و همکاران (2010) با عنوان تأثیر سرمایه روان‌شناسی مثبت بر روی بهروزی کارکنان در جامعه آماری 281 شرکت‌کننده با استفاده از پرسش‌نامه اینترنتی 24-pcq سرمایه روان‌شناختی نشان داد که سرمایه روان‌شناختی مثبت بر

روی بهروزی کارکنان مؤثر می‌باشد. بنابراین نتیجه تحقیق حاضر با این تحقیق همسو می‌باشد.

با توجه به اینکه نتایج تحقیق نشان داد ارزش‌آفرینی استراتژیک سرمایه انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی و ابعاد بهروزی شغلی (روابط سازمانی مثبت، خودپذیری حرفه‌ای، خودمختاری در شغل، هدفمندی شغل، تسلط بر محیط و پیشرفت در شغل) تأثیر می‌گذارند. به این منظور برای افزایش بهره‌وری نیروی انسانی در کارکنان بانک ملی استان آذربایجان غربی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

1. مدیران بر رعایت ادب و کمالات انسانی توسط کارکنان در حین برخورد با مشتری تأکید کنند.
2. وحدت و انسجام ارتباط بین کارکنان با مشتریان بر اساس منشور اخلاقی سازمان حفظ گردد.
3. پیامدهای ارتباطات در ذهن همکاران و ارباب رجوع ماندگار است و بر شهرت و اعتبار سازمان تأثیرگذار است. بنابراین دقت کارکنان در برقراری ارتباط با افراد بایستی آثار و پیامدهای آن را مدنظر قرار دهد.
4. کارکنان به ارتباطات در سازمان متعهد شوند تا از نارسایی و معایب‌های روابط نامناسب کاسته شود و به توسعه آن افزوده گردد.
5. با رعایت انصاف و عدالت بین کارکنان، اعتماد را افزایش داده و زمینه ایجاد و توسعه شبکه ارتباطی فراهم گردد.
6. در راستای کانال‌های اطلاعاتی به منظور تقویت روابط جمعی، سرمایه‌گذاری گردد.
7. مسؤولیت‌های متناسب با هر وظیفه شغلی برای کارکنان تدوین و به صورت مناسب توزیع گردد تا با انجام به موقع آنها مشارکت مؤثری در فعالیت‌های سازمان داشته باشند.
8. فعالیت‌های متنوع شغلی در رده‌های شغلی با توزیع مناسب آنها و در هر واحد سازمانی در سطح کل سازمان موجب مشارکت بیشتر کارکنان در چارچوب استراتژی‌های مدون خواهد گردید.

9. یادگیری و آگاهی کارکنان از استراتژی‌های سازمان با اطلاع‌رسانی برنامه‌های مدون سازمان، ترویج و بالا برده شود.
10. از فعالیتهای متنوع کارکنان حمایت گردد تا دانش فردی آنان به صورت جمعی و گروهی در کل سازمان، حس مسؤولیت پذیری و پاسخگویی آنها را گسترش دهد.
11. مدیران و کارکنان با مستندسازی تجربیات خود، معلومات و تجارب خود را در اختیار دیگران قرار دهند.
12. رسالت و چشم‌اندازهای سازمان برای کارکنان و روش‌های رسیدن به آنها تشریح شود تا به طور همه‌گیر و فراگیر در سرتاسر سازمان گسترش یابد و همه کارکنان از آنها آگاهی داشته باشند.
13. فرآیندهای انجام کار متنوع و برای تحقق هر هدف در هر رده شغلی مکانیزم‌های متنوع و دقیق‌تری استفاده گردد.
14. از غنی‌سازی و چرخش شغلی برای افزایش مهارت‌های متنوع کارکنان استفاده گردد
15. وظایف شغلی و شرح شغل‌ها به طور مفصل به هر یک از کارکنان تشریح شود.
16. فرصت بالندگی در محیط کار فراهم گردد تا کارکنان هر چه بیشتر به رفاه مورد نظرشان دست یابند.
17. با تأمین فضای فیزیکی مناسب محیط کار کارکنان به کار کردن با علاقه زیادتر ترغیب خواهند شد.
18. سطح توانمندی‌های کارکنان از طریق آگاهی از اصول مشروعیت حرفه‌ای هر رده شغلی ارتقا داده شود.
19. تجربیات حرفه‌ای مدیران به کارکنان هنگام چرخش شغلی انتقال داده شود.
20. به میزان دانش و میزان مهارت کارکنان و تناسب میزان دریافتی حقوق و دستمزد آنها جهت افزایش بهره‌وری بیشتر توجه شود

References

- Amrollahi Boyuki, N.(2013), Organizational Wellness Pattern Design: Explaining the Pivotal Role of Positive Psychological Capital in Iranian Organizational Organizations. Quarterly Journal of Organizational Behavior Studies, 2, (In Persian).
- Amrollahi Boyuki, N., Danaeifard, H., Fani, A.A., & Rezaeian, A.(2016), Designing an Organizational Wellness Pattern: Explaining the Pivotal Role of Positive Psychological Capital in Iran's Governmental Organizations,4, 73-100, (In Persian).
- Almasi, M., & Gharebaba, A.(2009), Investigating the Relationship between Investing in Human Resources and Physical Investing with Iran's Economic Growth. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 53, 157-186, (In Persian).
- Allah Verdi, M., Farah Abadi, S. M. E., & Sajjadi, H.S.(2016), Prioritizing the Effective Factors on Human Resource Efficiency from the Viewpoint of Central Managers of Isfahan University of Medical Sciences. Hospital Quarterly, 9,77-85, (In Persian).
- Borbar, G.(2013), Factors Affecting Human Productivity Using Multi-Criteria Decision Making Techniques Case Study: Employees of Shahid Sadoughi Hospital. Yazd Hospital, 51, 70-83 ,(In Persian).
- Hasas Yeganeh, Y., Rahimian, N., & Tavakol, N.E.(2014), Investigating Value Creation of Human Capital Reporting. Journal of Management Accounting, 13, 11-34, (In Persian).
- Hosseini, S. A., Kadkhodae, S., & Tolaby, M.(2016), Identification and Ranking of Effective Factors on Improving the Productivity of Manpower Using AHP Technique (Case Study: Managers and

- Supervisors of Dorood City Cement Company). Productivity Management, 10 50-29, (In Persian).
- Rahimi, F., & Haji Karimi, A.A. (2011), The Role of Human Resource Investing in Achieving Competitive Advantage (Case Study: Iran's Pharmaceutical Industry). Research Transformation Management, 6, 138-157, (In Persian).
- Roshan, A., Sabouhi Laki, B., & Morshedi, M. (2017), Value Creation through the Prganization's Investment in Human Resources. Scientific Conference on Management, Applied Economics and Business, (In Persian).
- Zarei Matin, H., Taheri, F., Danaeefar, H., & Akhavan Alavi, H. (2013), Exploring the Subjective Well-Being Process among the Employees of Governmental Organizations of Qom Province Using the Foundation Data Theory, Two Management Manuscripts in Islamic Azad University, 2, 211-244, (In Persian).
- Sepahvand, A., Abbasi Niko, M., & Namdar Jahimi, E. (2015), Investigating the Relationship between Organizational Trust and Organizational Well-Being for the Creation of a Green and Dynamic Enterprise Environment (Case Study: Imam Hossein Mehran Hospital Staff), Second International and Online Economics Conference Green, (In Persian).
- Sepahvand, R. (2015) The Role of Investment Methods of the Organization on the Value of Human Resources with the Intermediate role of Human Capital. Journal of Management Studies (Improvement and Transformation), 76, 117- 140, (In Persian).
- Shokrkzizadeh, A. R., & Haji Esmaeili, S. (2016), A Review of Human Resources Productivity Models and Their Relationship

- with Service Quality in Service and Government Services. The First International Conference on Strategic Management Services, (In Persian).
- Ketabdar, E., & Zabihi, M. R. (2016), Organizational Well-Being of the Current and Future Needs of the Organization. Second International Conference on Future Studies, Economic Management and Development, Mashhad, (In Persian).
- Amrollahi Boyuki, N., Danaeifard, H., Fani, A. A., & Rezaeian, A. (2013), Surveying Preliminary Effects on the Process of Formation of Organizational Well-Being (Case Study: Government Organizations). Quarterly Journal of Public Administration Research, 19, 5-24, (In Persian).
- Auzina-Emsina, A. (2014), Labour Productivity, Economic Growth and Global Competitiveness in Post-Crisis Period. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 156, 317-321.
- Crewley D, Schmitt J., & Colleen, M.(2010), The Association between Worker Productivity and Quality of life in GERD 2010. 96 (9), 96-103.
- Habib-Uz-Zaman Khan, M., & Rashidozzaman Khan, M.(2010), Human Capital Disclosure Practices of Top Bangladeshi Companies. Journal of Human Resource Costing & Accounting, 14(4), 329-349.
- Johanson, U., & Holmgren, M.(1998), Human Resources Costing and Accounting Balanced Scorecard: A Literature Survey of Experience with the Concepts. Stockholm: Stockholm University Publication.

- Nikos Benos, A., & Stelios, K.(2016), Do Education Quality and Spillovers Matter? Evidence on Human Capital and Productivity in Greece. *Economic Modelling*, 54, 563-573.
- Verma, S., & Dewe, P.(2008), Valuing Human Resources: Perceptions and Practices in UK Organizations. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 12 (2), 102-123
- Spence H.(2002), The Impact of Workplace Empowerment, Organizational Trust on Staff Nurses Work Satisfaction and Organizational Commitment. *Advances in Health management*, 4(2), 56-85.
- Ulubeyli, S., Kazaz, A., & Er, B.(2014), Planning Engineers' Estimates on Labor Productivity: Theory and Practice. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 119, 12-19.
- Luthans, F. smith, R. M., & Palmer N.F.(2010), Impact of Positive Psychological Capital on Employee Well-Being over Time. *Occupational Health Psychological*, 5, 17-28.
- Bloom, D. E., Canning, D., & Sevilla, J. (2004), the Effect of Health on Economic Growth: A Production Function Approach. *World Development*, 1-13.
- Datta, D., Guthrie, J., & Wright, P.(2005), Human Resource Management and Labor Productivity: Does Industry Matter?. *Academy of Management Journal*, 48(1), 135-145.
- Fairbrother, P., & O'Brien, J. (2000), Introduction: Changing Public Sector Industrial Relations in the Australian State. *Australian Journal of Public Administration*, 59(4),54-58.
- Gillespie, A. M., Denison, D., Haaland, S., Smere, R., & Neale, W.(2008), Linking Organizational Culture and Customer

- Satisfaction: Result from two Companies in Different Industries. *European Journal of Work and Organizational Psychology*.
- Iranzadeh, S., Sadat Mesbahi, N., Shokri, A., & Ebrahimi, R. (2016), A Study of the Relation between Organizational Agility Dimensions and the Productivity of Dana Insurance Company Employees in East Azarbaijan Province. *Quarterly Journal of Productivity Management*, 38(10), 117-146, (In Persian).
- Kirca, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W.O.(2005), Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impaction Performance. *Journal of Marketing*, 69(2), 24-41.
- Mobley, H., Wang, L., & Fang K.(2005), Organizational Culture: Measuring and developing it in Your Organization. *Harvard Business Review China*, 128-139.
- Narver, J. C., Slater, S. F., & Tietje, B. (1998), Creating a Market Orientation. *Journal of Market Focused Management*, 2.
- Taavoni Gilani, M. (2013), Examining Organizational Citizenship Behavior on Human Resource Productivity in National Oil Products Distribution Company (East Azarbayjan Province). Master Thesis, (In Persian).
- Vaziri, S., & Mansouri, H. (2011), Ranking of Effective Factors on Human Resource Productivity based on MADM Technique. *Management Training*, (In Persian).
- Yilmaz, C., & Ergan, E. (2008), Organizational Culture and Firm Effectiveness: An Examination of Relative Effects of Culture Traits and the Balanced Culture Hypothesis in an Emerging Economy. *Journal of World Business*, 290-306.

ErdiL, O., & Ertosun, O.G.(2011), The Relationship between Social Climate and Loneliness in the Workplace and Effects on Employee Well-Being. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 505- 535.

شرایط تنظیم و تدوین مقاله

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز مقاله های علمی - پژوهشی در زمینه مدیریت را به زبان فارسی منتشر می کند. از صاحبان مقاله درخواست می شود جهت تسریع در اعلام نتایج ارزیابی، شرایط زیر را در تدوین مقاله رعایت فرمایند.

مقاله ها باید روی کاغذ A4 (یک رو) با فاصله و حاشیه مناسب تایپ شود و در سه نسخه به دفتر فصلنامه ارسال گردد.

نامها و اصطلاحات خارجی شامل نام اشخاص، محل ها، علائم اختصاری، واژه های علمی و غیره در متن به فارسی نوشته شود و در زیرنویس همان صفحه با ذکر شماره به زبان اصلی آورده شود.

اهداف:

- 1- گسترش مرزهای دانش در زمینه ی مدیریت و مدیریت بهره وری.
- 2- اشاعه و گسترش دانش مطالعات مدیریت بهره وری درحوزه های نظری و کاربردی.
- 3- بررسی موضوعات و چالش های مدیریت و ارائه ی راه حل های مناسب.
- 4- نشر نظریه ها، یافته ها، الگوها و دستاوردهای نظری و کاربردی در زمینه ی دانش مرتبط با مدیریت بهره وری بر پایه ی روش های پژوهشی معتبر.
- 5- توسعه ی شبکه ی تعاملی میان محققان در داخل و خارج کشور.

تذکرات:

- * مسئولیت محتوی مقاله بر عهده نویسنده / نویسندگان است.
- * هیأت تحریریه در قبول یا رد و ویرایش مقاله ها آزاد است.
- * مقاله ها پس از وصول و پذیرش مسترد نخواهد شد.
- * مقتضی است از ارسال همزمان مقاله به نشریات دیگر خودداری شود.
- * مقالات ارسالی در 18 صفحه و با فونت Bmitra و سایز 13 باشد.

شرایط پذیرش و راهنمای تهیه مقالات

- 1) عنوان مقاله باید کوتاه و گویا باشد و از 15 واژه تجاوز نکند.
- 2) هر مقاله باید دارای یک برگ مشخصات مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسنده(گان)، مرتبه علمی و نشانی به هر دو زبان فارسی و انگلیسی، شماره تلفن، فاکس و پست الکترونیکی باشد.
- 3) چکیده باید محتوای مقاله را بازگو نماید و با تاکید بر روش‌ها، نتایج و اهمیت کاربرد نتایج بوده و تمام آن در یک پاراگراف و حداکثر در 15 سطر (حدود 250 واژه) نوشته شود. چکیده انگلیسی باید ترجمه کامل چکیده فارسی باشد.
- 4) واژه‌های کلیدی در 3 تا 5 واژه بلافاصله بعد از چکیده‌های فارسی و انگلیسی آورده شود.
- 5) مقدمه باید شامل طرح مسئله، سوابق کار و توجیه اهمیت تحقیق باشد. اهداف مطالعه به طور شفاف در انتهای مقدمه ذکر گردد.
- 6) ابزار و روش‌ها شامل وسایل کار، طرح آماری، نحوه داده‌سازی و شیوه اجرای پژوهش باید مشخص و روشن بیان شود.
- 7) نتایج و بحث شامل درج یافته‌های تحقیق، بحث مستدل (با مرجع) و نتیجه‌گیری خواهد بود. نتایج و بحث را می‌توان با هم یا جداگانه تدوین کرد. شکل‌ها و جداول در نتایج و بحث نباید دارای اطلاعات مشابه یا تکراری باشند، داده‌های جدول نباید به صورت منحنی یا نمودار (به استثنای نقشه) تکرار شوند.
- 8) در صورت ضرورت، تشکر و قدردانی از موسسات و افراد زیر عنوان "سپاسگزاری" قبل از منابع آورده شود.
- 9) متن مقاله باید به صورت یک ستون، یک خط درمیان و با رعایت حاشیه 2/5 سانتی‌متر از لبه‌ها، تایپ شده باشد. تایپ مقالات در نرم افزار word 2003 میکروسافت توصیه می‌شود. بنابراین از ارسال مقاله بصورت فایل PDF خودداری فرمایید.
- 10) عکس‌ها باید دارای مقیاس باشند و در صورت اقتباس از منبع دیگر باید ذکر گردد.
- 11) مسئول مکاتبه هر مقاله لازم است توسط نویسندگان مقاله قبل از ارسال به این دفتر مشخص گردد. لذا هر گونه مسئولیتی در رابطه با مقاله مربوط به شخص مکاتبه کننده است.
- 12) دانشجویان دوره کاشناسی ارشد و دکترا لازم است قبل از ارسال مقاله هماهنگی و مشاوره لازم در خصوص مقاله را با استاد راهنما حتماً به عمل آورند.

شیوه نوشتن منابع در تدوین مقاله

1- داخل مقاله

الف) منابع فارسی: (نام خانوادگی نویسنده، سال چاپ، شماره صفحه یا صفحات) **ü** در مواردی که از کتاب یا مقاله ترجمه شده به فارسی و همچنین منبع اصلی تالیف شده به زبان فارسی استفاده می‌گردد و منبع مربوطه حداکثر دو نویسنده دارد، نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان (نه مترجم)، به زبان فارسی ذکر گردد.

به صورت:

(نام خانوادگی نویسنده به زبان فارسی، سال چاپ کتاب ترجمه شده در ایران، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: برای منبعی با یک نویسنده (رایبیز، 1381، 54-58)

برای منبعی با دو نویسنده (رایبیز و فریمن، 1380، 255)

ü در مواردی که کتاب یا مقاله ترجمه شده به فارسی، دارای بیش از سه نفر نویسنده بود باید صرفاً نام خانوادگی نویسنده اول (نه مترجم) ذکر گردد و سپس از واژه ((و دیگران)) استفاده گردد.

به صورت:

(- و دیگران، سال چاپ کتاب ترجمه شده در ایران، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: (توماسون و دیگران، 1381، 54-58)

ü در مواردی که یک منبع فارسی برای مرتبه دوم و ... به صورت متوالی در متن مقاله تکرار می‌گردد از روش زیر استفاده می‌شود.

به صورت:

(همان منبع، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: (همان منبع، 75)

ب) منابع انگلیسی (Last Name, year, p)

ü در مواردی که از کتاب یا مقاله به زبان اصلی استفاده می‌گردد و منبع مربوطه حداکثر دو نویسنده دارد، باید نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان به زبان انگلیسی ذکر گردد. به صورت: (Last Name, year, p)

مثال: برای منبعی با یک نویسنده (Robbins, 2001, 85-88)
برای منبعی با دو نویسنده (Stoner & Friman, 2002, 253)

ü در مواردی که کتاب یا مقاله به زبان اصلی، دارای بیش از سه نفر نویسنده بود، باید صرفاً نام خانوادگی نویسنده اول ذکر گردد و سپس از واژه ((& et al)) استفاده شود. به صورت: (Last Name & et al, year, p)
مثال: (Thomason & et al, 2000, 214, 229)

ü در مواردی که یک منبع انگلیسی برای مرتبه دوم و ... به صورت متوالی در متن مقاله تکرار می‌گردد از روش زیر استفاده می‌گردد.

به صورت: (Ibid, p)

مثال: (Ibid, 38)

2- صفحه منابع مقاله

تمام منابع ذکر شده در متن مقاله، ابتدا به ترتیب الفبایی حرف اول نام خانوادگی نویسنده اول (هم در مورد کتاب و هم مقاله)، منظم گردیده و سپس کلیه منابع فارسی و پس از آن کلیه منابع انگلیسی به ترتیب یاد شده آورده شود. برای ذکر کامل آدرس منابع و به منظور یکسان سازی آدرس دهی در صفحه منابع، از روش زیر استفاده شود:

“ کتاب به زبان اصلی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک (سال انتشار کتاب)، (عنوان کتاب)، ناشر، محل نشر، نوبت چاپ، شماره جلد، شماره صفحه یا صفحات.

“ مقاله به زبان اصلی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک (سال انتشار مجله)، (عنوان مقاله)، نام مجله، شماره مسلسل تک‌شماره، ناشر، ماه یا فصل انتشار تک‌شماره، شماره صفحه یا صفحات.

“ کتاب تالیفی یا ترجمه شده به فارسی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک، (عنوان کتاب)، نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت تالیفی بودن این قسمت حذف می گردد)، ناشر، محل نشر، تاریخ انتشار، نوبت چاپ، شماره جلد، شماره صفحه یا صفحات.

“ مقاله از مجلات تخصصی فارسی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک، (عنوان مقاله)، نام مجله، ناشر، شماره مسلسل تکشماره، ماه یا فصل انتشار، شماره صفحه یا صفحات.

توجه:

در صورت وجود چند نویسنده (در مورد کتاب و یا مقاله) پس از نوشتن نام خانوادگی و نام اولین نویسنده، برای هر یک از نویسندگان دیگر، ابتدا نام و سپس نام خانوادگی آنها نوشته خواهد شد. قبل از نوشتن نام نویسنده آخر، در منابع فارسی حرف (و)، و در منابع خارجی علامت (&) خواهد آمد.

در صورت استفاده از منابع اینترنتی در مقاله، در صفحه منابع از الگوهای زیر استفاده نمایید:

“ کتاب الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام مولف (عنوان کتاب)، محل نشر، ناشر، تاریخ انتشار، تاریخ آخرین ویرایش (در صورت موجود بودن) > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < .
[تاریخ مشاهده]

“ مقالات الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام مولف، (عنوان مقاله)، نام نشریه، دوره، شماره، ماه، سال، شماره صفحه (در صورت موجود بودن) [Online]. > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < . [تاریخ مشاهده]

“ پایان نامه یا رساله الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام نویسنده (عنوان پایان نامه)، مقطع تحصیلی و رشته، دانشگاه، سال دفاع از پایان نامه یا رساله [Online]. > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < . [تاریخ مشاهده]



راهنمای اشتراک فصلنامه «مدیریت بهره‌وری»

- خواهشمندیم قبل از پر کردن برگه درخواست اشتراک به نکات زیر توجه فرمایید:
 1. کلیه مکاتبات خود را با ذکر شماره اشتراک انجام دهید.
 2. نشانی خود را کامل و خوانا و با ذکر کد پستی بنویسید.
 3. بهای اشتراک سالانه 200000 ریال و بها تک شماره 50000 ریال است.
 4. در صورت نیاز به خرید تک شماره لطفاً بطور دقیق شماره‌های درخواستی را قید نمایید.
 5. وجه اشتراک را به حساب جاری 0105764204002 به نام دانشگاه آزاد اسلامی تبریز نزد بانک ملی شعبه دانشگاه آزاد اسلامی تبریز واریز کرده و فیش بانکی را به همراه فرم اشتراک تکمیل شده به آدرس دفتر مجله پست نمایید تا مجله‌های مورد نظر برای شما ارسال گردد.
 6. هرگونه انتقاد و پیشنهادی دارید با ما در جریان بگذارید.
 7. اشتراک بصورت آبونمان از جدیدترین شماره به بعد پذیرفته میشود و شماره‌های قدیمی مجله را میبایست به قیمت تکفروشی تهیه فرمایید.

✓ آدرس: ضلع شرقی اتوبان پاسداران مجتمع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز- ساختمان علامه امینی، طبقه دوم- اتاق 209 (دفتر مجله مدیریت بهره‌وری)

✓ تلفن و نمابر: 04131966080

✓ صندوق پستی: 5186-51575

برگ درخواست اشتراک فصلنامه «مدیریت بهره‌وری»

قبلاً مشترک بوده ام قبلاً مشترک نبوده ام شماره اشتراک.....

اشتراک کتابخانه نام کتابخانه:

اشتراک شرکت، سازمان، نهاد نام سازمان:

اشتراک تخصصی نام و نام خانوادگی:

نشانی دقیق استان: شهرستان:

..... کد پستی تلفن:

به پیوست رسید بانکی شماره به مبلغ ریال بابت اشتراک دوره سال

یا خرید تک شماره‌های شماره اشتراک از شماره از هر شماره نسخه شروع اشتراک از شماره

تاریخ و امضاء:

باسمه تعالی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، معاونت پژوهش و فناوری

فصلنامه مدیریت بهره‌وری

(نحوه تنظیم و صفحه‌آرایی مقاله)





Page Setup

Margins: Paper size: A4 (With: 21cm, Height: 29.7cm)

Top: 5.5 cm Bottom: 4.5 cm

Left: 4 cm Right: 4 cm

Gutter: 0 cm Gutter position: []

Orientation: Portrait (selected)

Pages: Multiple pages: Normal

Apply to: Whole document



تنظیم صفحات مقاله

۱- صفحه اول شامل: بعد از پنج Times عنوان کامل مقاله نوشته خواهد شد، در سطر بعدی نام و نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان مقاله و نیز تعداد مکاتبات و نویسنده مسئول مقاله بایستی مشخص گردد و برای معرفی دانشگاه یا سازمان مطبوع خود با شماره گذاری اساسی در پاوریس اقدام شود. معرفی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مانند نمونه زیر می‌باشد.

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، گروه مدیریت آموزش، تبریز، ایران.*

۲- چکیده مقاله در یک پاراگراف

۳- واژگان کلیدی.

۴- بقیه مقاله تا آخر.

۵- در صورت استخراج مقاله از رساله‌ی دکتر یا پایان‌نامه‌ی دکترای حرفه‌ای و کارشناسی ارشد، طرح پژوهشی، یا قرارداد منعقد شده با سازمانی، ذکر نام آن الزامی می‌باشد.

۶- مقاله بایستی مستثناسازی شده و ارجاعات به درستی ذکر شود.

۲- مآخذ در آخر مقاله دقیقاً بر اساس APA ذکر شود.



Font

Complex scripts: اندازه نام عنوان چتروله، منظرها و پاوریس ها ده/ ۱۰ خواهد بود

Font: B Mitra Font style: Regular Size: 12

Latin text: Font: Times New Roman Font style: Regular Size: 10

All text: Font color: Automatic Underline style: (none) Underline color: Automatic

Effects: Strikethrough Shading Small caps Double strikethrough Outline All caps Superscript Emboss Hidden Subscript Engage

Preview: Sample نوع



Paragraph

General: Alignment: Justified Outline level: []

Direction: Right-to-left Left-to-right

Indentation: Before text: 0 cm After text: 0 cm Special: (none) By: []

Spacing: Before: 0 pt After: 0 pt Line spacing: Single

Don't add space between paragraphs of the same style

Preview: []

The Effect of Strategic Human Capital Value Creation on Labor Productivity via Career Prosperity: The Case Study of Staff at West Azerbaijan National Bank

Farhad Nezhad Irani (Ph.D.)

Ali Reza Dadjouan

Date of receipt: 2017.02.23

Date of acceptance: 2018.10.21

Abstract

The current research examined the effect of strategic human capital value creation on labor productivity of the staff working at West Azerbaijan National Bank with a focus on career prosperity. The research population in this descriptive applied survey were the 606 staff at West Azerbaijan National Bank from whom a sample of 235 was randomly selected. The research data were collected using standardized questionnaires that were validated prior to the study. Descriptive and inferential statistical tests like Kolmogorov-Smirnov test, R-Pearson and Constructive Equations were run on the research data. The findings regarding the extent to which various features of career prosperity can boost the effect of strategic human capital value creation on labor productivity revealed the effect of organizational relations (0.60), professional self-acceptance (0.51), career autonomy (0.13), career purposefulness (0.27), relation of environment dominance (0.25) and progress in career (0.40).

Key Words: Career prosperity, Strategic Human Capital Value Creation, Labor Productivity

The Interactive Effect of Capital Productivity and Accounting Conservatism on Cost of Capital in Tehran and Istanbul Stock Exchange Markets

*Ebrahim Navidi Abbaspour
M.Suphi Orhan (Ph.D.)*

Date of receipt: 2016.04.30
Date of acceptance: 2018.11.10

Abstract

Capital productivity concerns the measurement of managerial capacity to make optimal use of capital as one of the company's most important and restricted resources and accounting conservatism is one of the qualitative characteristics of accounting information. More conservative companies are expected to have lower cost of capital and the increase in capital productivity is assumed to intensify this relationship. The present study explored the interactive effect of capital productivity and accounting conservatism on cost of capital in Tehran and Istanbul stock exchange markets. Accounting conservatism was measured as the chronological asymmetry between the profit and relative market value of stock to book value while capital productivity was operationalized in terms of the ratio of operating profit to the difference between total equity and debt in cash and short-term investment. The research sample comprised 118 companies listed in Tehran and 194 companies listed in Istanbul stock exchange markets over a period of 10 years from 2006 to 2015. The findings revealed that accounting conservatism, as the ratio of market to book value, was negatively correlated with cost of capital both in Tehran and Istanbul stock exchange markets; capital productivity was found to have a synergistic effect on this relationship. Additionally, accounting conservatism, as chronological asymmetry, was found to be negatively correlated with cost of capital in Istanbul stock exchange market.

Key Words: Accounting Conservatism, Capital Productivity, Cost of Capital,

The Impact of Organizational Identity on Human Resource Productivity with a Focus on the Mediating role of Employee Voice: The Case study of staff at Physical Education Department Islamic Azad Universities

Gasem, Elyasi

Alimohammad Amirtash (Ph.D.)

Alimohammad Safania (Ph.D.)

Date of receipt: 2016.10.08

Date of acceptance: 2018.05.05

Abstract

Human resources, which are considered as the most valuable asset in any organization, have long been proven as the most significant factor in the organizational chain of command. Therefore, the purpose of the current descriptive and correlational study was to investigate the impact of organizational identity on human resource productivity with a focus on the mediating role of employee voice among the staff at physical education department Islamic azad universities. The participants in this study were all the research population who formed the staff physical education at Azad universities of Iran in 1395 (N=300). The research data were collected via administration of the Organizational Identity Questionnaire (Miles & Ashforth, 1992), the Organizational Voice Questionnaire (Esmailzadeh, 1392) and a revised version of Employee Productivity Questionnaire (ACHIEVE Model Hersey & Goldsmith, cited in Shahsavari, 1991). 217 of the questionnaires that had been sent out to the participants were out of which 206 were complete. The research data obtained from the 206 questionnaires were analyzed via the Pearson Correlation, Multiple Linear Regression and Variance-Based Structural Equation Modeling. The findings showed significant relationship among organizational identity, employee voice and employee productivity. A significant relationship was also found between employee voice and its subscales with employee productivity. Employee voice seems to mediate the relationship organizational identity can have with employee productivity.

KeyWords: Employee Productivity, Employee Voice, Organizational Identity,

The Impact of Social Trust on Strategic Performance in Manufacturing Companies in Sanandaj: The Mediating Role of Innovation

Arman Ahmadizad (Ph.D.)

Siran Salavati

Mohsen Ebrahimzadeh

Khosro Akbari

Date of receipt: 2016.02.03

Date of acceptance:2018.10.07

Abstract

The current descriptive study aimed to explore the impact of social trust on strategic performance in manufacturing companies in Sanandaj with a focus on the mediating role of innovation using the Structural Equation Modeling. The random sample of 111 comprising three groups of CEO, production managers and marketing and sales managers were selected from the population of the staff working at all manufacturing companies in Sandandaj with at least three years of active production experience. The research data were collected through administering three standardized questionnaires including the Innovation Questionnaire, Social Trust, and Strategic Performance Questionnaires, each with respective reliability estimates of 0.79, 0.81 and 0.77. The results obtained from the Structural Equation Modeling revealed a significant relationship between innovation and social trust. Also, the findings indicated that social trust had significant and positive impact of on strategic performance through innovation. That is, trust and innovations are among prerequisite conditions of strategic performance whose increase will bring about a subsequence growth in strategic performance.

Key Words: Innovation, Manufacturing Companies, Social Trust, Strategic Performance,

Designing an Optimal Model for Human Resource Brand in Iranian' Estate Organizations (in Line with Human Resource Productivity)

Karim Esgandari

Nasrin Jazani (Ph.D.)

Gholamreza Memarzadeh Tehran (Ph.D.)

Morteza Mousakhani (Ph.D.)

Ali Mohtashami (Ph.D.)

Date of receipt: 2017.02.10

Date of acceptance: 2018.10.19

Abstract

Human resource branding is a relatively new approach taken from the field of "marketing" which is regarded as the essence of human resource marketing. This emerging arena provides a tremendous opportunity for enhancing human resource assumptions and stabilizing estate organizations as brands. This mixed-method study was undertaken to design an optimal model of human resource brand in estate organizations based on the Fuzzy Inference Method. The first phase of the study, thus, employed a qualitative method to propose a comprehensive model of human resource branding. Further, the initial conceptual model of the research was formed after the categories, concepts and codes of the human resource brand were identified. In the second phase, the mathematical model of Fuzzy Expert System was employed to provide a desirable combination of the components of the model that could optimize the human resource brand. The findings emerging from the study revealed that human resource brand of the organization employees can be optimized by 49.5 if they concentrate on organizational values (13.3%), cultural values (17.7%), social values (44.2%), Iranian-Islamic cultural values (76.3%), Individual competencies (29.9%), professional competencies (88.6%), and employer's brand (29.3%).

Key Words: Fuzzy Inference, Human Resources, Human Resources Brand, Optimal Combination,

Designing a Maintenance Management Model based on Interpretive Structural Modeling

Mohammad Hossein Karimi Govareshaki (Ph.D.)

Jafar Gheidar Kheljani (Ph.D.)

Hossein Beigian

Date of receipt: 2016.02.16

Date of acceptance: 2018.11.28

Abstract

The worldwide development of Maintenance Management Models (MMM) underscores the need of various organizations to take into account contextual and organizational differences and to design a model that is congruent with their context-based requirements. The purpose of the current study was to design an executive Maintenance Management Mode based on the Interpretive Structural Modelling Approach. To serve the purpose, the constituent components of the MMM were initially identified through literature review and interviews with experts which specified 14 components and 56 subcomponents in the form of 6 essential factors. Next, Interpretative Structural Modelling was employed to establish the relationship among the components and subcomponents ant to sequence them accordingly. Eventually, the overall structure of the MMM was proposed based on expert views and the statistical analyses. The findings indicated that six fundamental components including leadership, infrastructure, fundamental principles, support, improvement and Excellency constitute the very basis of the maintenance management in each technological organization. And that other components and sub-components emanate from these six components leading to ultimate improvement and Excellency of the organization.

Key Words: Concept Analysis, Interpretational Structuring Model, Preventive Maintenance Management Model,

The Effect of Invisible Social, Human and Organizational Assets on Knowledge Productivity: The Case Study of Pharmaceutical Companies in Iran

Reza Sepeh vand (Ph.D.)
Mohsen Aref Nezhad (Ph.D.)

Date of receipt: 2016.02.1

Date of acceptance: 2018.06.14

Abstract

The increase in complexification of business competition, especially in pharmaceutical knowledge-based industries and organizations, has highlighted the role of invisible capital. In fact, the growth in the intensity of competition is accompanied by a parallel increase in the significance of invisible assets and a drastic reduction in the importance of physical capital. The aim of this study was to investigate the effects of social, human and organizational assets on knowledge productivity in Iranian drug companies. The research population consisted of the nationwide pharmaceutical industry and the research sample comprised sub-holding Drug Supply Companies (TPICO). The research data were collected using Human Capital Questionnaire (Sabramanyam & Yandt, 2005), Organizational Capital Questionnaire (Davenport & Prusak, 1998), Social Capital Questionnaire (Burt, 1992) and Knowledge Productivity Questionnaire (Gupta & Govindarajan, 2000). The findings verified the significant and positive impact of the three dimensions of invisible assets on the knowledge productivity in the pharmaceutical companies in Iran.

Key Words: Human Capital, Invisible Assets, Knowledge Productivity Organizational Capital, Social Capital,

To Study the Relationship between Intellectual Capital and Productivity in Iran Productive Industries

Mohammadreza Tabibi (Ph.D.)

Arezoo Vahebi

Vahid Noornejad

Date of receipt: 2015.05.11

Date of acceptance:2017.02.06

Abstract

Successful companies have realized that investment on intellectual capital to create valuable products and services is essential. Moreover, in unsafe situations for new investment, enterprise has no choice except optimal use of available resources, Productivity is defined as an efficient and effective use of resources for production. The importance of this research is in highlighting the role of intellectual capital in the productivity of materials and chemical products industry. Firstly, in this study the value of intellectual capital investment companies based on the method applied and also the value of productivity based on productivity indicators presented by national Iranian productivity organization for a period of 10 years from 1379 to 1388 calculated and next the relationship between intellectual capital and the productivity of investment companies in Tehran stock exchange of material and chemical products has been assessed. The statistical method used to analyze data is GLS. General purpose of this study is to examine the relationship between intellectual capital and company productivity. The important finding of this research is a positive relation between human capital efficiency and labor productivity.

Key Words: Intellectual Capital, VAIC, Labor Productivity, Capital Productivity

Abstract Assessment of the Causal Relationships among the Indicators of the EFQM Organizational Excellence Model via Structural Equation Modeling and DEMATEL Techniques

Mehdi Kheirandish (Ph.D.)

bahram.moazeni

Golsa Tajik

Farshid khamoie

Date of receipt: 2016.01.29

Date of acceptance: 2018.10.03

Abstract

One of the models used to evaluate organizations is the EFQM organizational excellence model which is an adequate tool for institutionalizing organizational concepts and values and identifying the best processes. Although attempts are made in organizations to design and operationalize models of excellence, the causal relationship among empowerment indicators (like leadership, staff, policies and strategies, resources, processes) and results achieved by the employee, customer, society and key performance are rarely addressed. Hence, the purpose of this descriptive applied survey is to identify the effective and influenceable indicators of the model via the Coefficient of Determination, the Linear Structural Equation Modeling and Dematel Technique. The research population comprised the head of departments and senior executives of Education in Tabriz. The research data were gleaned using the EFQM Self-Assessment Questionnaire. Based on the findings emerging from the study, the index of community outcomes and the index of resources and participation were identified as the most effective and the most influenceable indicators, respectively.

Key Words: "DEMATEL", "EFQM", "Structural Equation", "The Casual Assessment".

Table of Contents

Productivity Management– No.47, Winter2019

Abstract Assessment of the Causal Relationships among the Indicators of the EFQM Organizational Excellence Model via Structural Equation Modeling and DEMATEL Techniques.....	7
Mehdi Kheirandish (Ph.D.), bahram.moazeni, Golsa Tajik & Farshid khamoie	
To Study the Relationship between Intellectual Capital and Productivity in Iran Productive Industries.....	38
Mohammadreza Tabibi (Ph.D.), Arezoo Vahebi &Vahid Noornejad	
The Effect of Invisible Social, Human and Organizational Assets on Knowledge Productivity: The Case Study of Pharmaceutical Companies in Iran.....	61
Reza Sepeh vand (Ph.D.) & Mohsen Aref Nezhad (Ph.D.)	
Designing a Maintenance Management Model based on Interpretive Structural Modeling.....	87
MohammadHossein Karimi Govareshaki (Ph.D.), Jafar Gheidar Kheljani (Ph.D.) & Hossein Beigian	
Designing an Optimal Model for Human Resource Brand in Iranian' Estate Organizations (in Line with Human Resource Productivity)	109
Karim Esgandari,Nasrin Jazani (Ph.D.),Gholamreza Memarzadeh Tehran (Ph.D.),Morteza Mousakhani (Ph.D.) & Ali Mohtashami (Ph.D.)	
The Impact of Social Trust on Strategic Performance in Manufacturing Companies in Sanandaj: The Mediating Role of Innovation.....	149
Arman Ahmadizad (Ph.D.), Siran Salavati, Mohsen Ebrahimzadeh & Khosro Akbari	
The Impact of Organizational Identity on Human Resource Productivity with a Focus on the Mediating role of Employee Voice: The Case study of staff at Physical Education Department Islamic Azad Universities	189
Gasem, Elyasi, Alimohammd Amirtash (Ph.D.) & Alimohammd Safania (Ph.D.)	
The Interactive Effect of Capital Productivity and Accounting Conservatism on Cost of Capital in Tehran and Istanbul Stock Exchange Markets.....	213
Ebrahim Navidi Abbaspour & M.Suphi Orhan (Ph.D.)	
The Effect of Strategic Human Capital Value Creation on Labor Productivity via Career Prosperity: The Case Study of Staff at West Azerbaijan National Bank	235
Farhad Nezhad Irani (Ph.D.) & Ali Reza Dadjouan	
Abstract of Articles in English.....	278

In the Name of God, the Most Benevolent, the Most Merciful

***Quarterly journal of
Productivity Management***

Vol. 12, No. 47, Winter2019

Responsible-in-charge:
Soleyman Iranzadeh (Ph.D.)

Editor-in-chief:
Nasser Mir Sepasi (Ph.D.)

Managing Editor :
Houshang Taghizadeh (Ph.D.)

Address:
Tabriz Branch, Islamic Azad University,
Tabriz, Iran