

به نام خداوند جان و خرد

فصل نامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱



.....

مدیر مسئول:

- دکتر بابک حاجی کریمی (استادیار دانشگاه آزاد واحد اهر)

سر دبیر:

- دکتر سید محمدعلی خاتمی فیروزآبادی (استاد دانشگاه علامه طباطبایی)

مدیر داخلی:

- دکتر فرید عسگری (استادیار دانشگاه آزاد واحد اهر)

هیات تحریریه:

- دکتر محمدباقر بهشتی (استاد دانشگاه تبریز)
- دکتر حسن رنگریز (دانشیار دانشگاه خوارزمی)
- دکتر ناصر حمیدی (دانشیار دانشگاه آزاد واحد قزوین)
- دکتر محمد مظفری (دانشیار دانشگاه بین المللی امام خمینی)
- دکتر یداله رجایی (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان)
- دکتر سلیمان ایران زاده (استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)
- دکتر سید محمد علی خاتمی فیروزآبادی (استاد دانشگاه علامه طباطبایی)
- دکتر محمد صادق ضیایی (استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب)

مدیر اجرایی:

- دکتر پروانه نصیری (استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر)

ویراستار:

- دکتر پروانه نصیری، دکتر فرزانه خلیلی (استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر)

طراحی، صفحه آرایی و نظارت چاپ:

- محمد رضا رضازاده کشاورز

تاریخ و شماره نامه مجوز سازمان مرکزی در مورد تغییر ارکان مجله

۹۸/۲/۹—۱۱/۲۵۶۸۵

:: به نام خداوند جان و خرد ::

- تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت حسابداری با توجه به نقش میانجی‌گری رفتار ماکیاویلیسمی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری: مصطفی نطقی طاهری، حبیب پیری، رضا ستوده و جلیل بیطاری..... ۵
- آزمون اثر مداخله‌گری رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی شمال کشور): زهرا برقی، پرویز سعیدی و روح‌الله سمیعی..... ۲۵
- بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و تأثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه: فاطمه نصیرزاده و مسعود گودرزی..... ۵۱
- تبیین نقش مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایداری سازمان‌های دولتی: شهرام عشقی پیرایواتلو، نوروز ایزدپناه و موسی رضوانی چمن زمین..... ۷۱
- بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی: حامد نوریان و موسی رضوانی چمن زمین..... ۹۹
- طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های دانشگاهی با تأکید بر مؤلفه‌های مدیریت دانش: مهروز نیمروز و ستاره حبیبی..... ۱۱۵
- طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج صنعت خودروسازی با رویکرد تاپسیس فازی: نفیسه چرستانی و سینا ابویی مهریزی ... ۱۳۵
- شفافیت اقتصادی در پرتو حاکمیت قانون با تأکید بر ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی: لاله شهبازی، احمد مرکزمالیزی، عرفان شمس و عبدالرضا برزگر..... ۱۷۷

تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت حسابداری با توجه به نقش میانجی‌گری رفتار

ماکیاولیسمی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری

مصطفی نطقی‌طاهری^۱، حبیب پیری^۲، رضا ستوده^۳ و جلیل بیطاری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۲/۱۰ و تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۱۹

چکیده

از آنجایی که کیفیت اطلاعات حسابداری به‌طور مستقیم بر روند تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی بنگاه اقتصادی تاثیر می‌گذارد، لذا چنانچه اطلاعات جمع‌آوری شده کیفیت و کفایت موردانتظار را نداشته باشد، تهدیدی جدی برای کیفیت حسابداری قلمداد می‌شود. هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر رفتار اخلاقی و همچنین بر کیفیت حسابداری با توجه به نقش میانجی‌گری رفتار ماکیاولیسمی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باشد. حجم نمونه ۸۷۰ نفر از حسابداران ارشد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که به روش تصادفی بر اساس جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری انتخاب و تعداد ۴۹۰ نفر از آنان به هر دو پرسش‌نامه شجاعت اخلاق حرفه‌ای (سکرکا، ۲۰۰۹) و رفتار ماکیاولیسم (کریستینو جیس، ۱۹۷۰) پاسخ دادند. جهت بررسی پایایی ابزار پژوهش از روش آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی (CR) استفاده شده است که ضریب مربوط به همه متغیرها بالاتر از ۰,۷ و قابل قبول می‌باشد. برای سنجش روایی پرسش‌نامه از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز استفاده گردید که بیش از ۰/۴ و در حد نسبتاً قابل قبولی بود. همچنین برای بررسی برازش الگوی ساختاری از معیارهای ضرایب معناداری Z و R_square استفاده شده است که نتایج به‌دست آمده نشان‌دهنده برازش مناسب الگو می‌باشد. نتایج به‌دست آمده تمامی فرضیات پژوهش را مورد حمایت قرار می‌دهد و نشان می‌دهد که شجاعت اخلاق حرفه‌ای می‌تواند بر رفتار ماکیاولیسمی تاثیر معنادار و منفی داشته و از طرف دیگر طبق خروجی‌های الگو، شجاعت اخلاق حرفه‌ای تاثیر مستقیم و معنی‌داری بر رفتار اخلاقی حسابداران دارد. همچنین رفتار ماکیاولی بر کیفیت حسابداری تاثیر معنی‌داری و منفی دارد.

کلمات کلیدی: شجاعت اخلاق حرفه‌ای، رفتار ماکیاولی، کیفیت حسابداری و رفتار اخلاقی.

^۱ دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

^۲ نویسنده مسئول، استادیار گروه حسابداری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران. آدرس پست الکترونیکی:

habibpiri14@gmail.com

^۳ استادیار گروه حسابداری، واحد نیک شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، نیک شهر، ایران.

^۴ استادیار گروه حسابداری، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه

در تمامی ادیان الهی، به اخلاق حرفه‌ای توجه شده است و افراد به راستگویی، صداقت، امانت‌داری و عدم سرقت تشویق شده‌اند. در فلسفه، افلاطون به عدالت و دموکراسی توجه نموده و بیان می‌کند اخلاق یعنی آنجا که روح انسان به کمال و زیبایی می‌رسد، اگر کار زیباست، طبیعتاً روح زیباست و پایه اخلاق عدالت است و عدالت با زیبایی قرین است. ارسطو احکام اخلاقی را بر پایه منع حرص و رباخواری می‌داند و به مفهوم عدالت در مبادلات تجاری تاکید دارد. جان لاک دفاع از حق مالکیت را به عنوان یک حق طبیعی گسترش داد. آدام اسمیت که پدر علم اقتصاد می‌باشد در کتاب ثروت ملل خود، توسعه‌دهنده نظرات جان لاک بود. اسمیت یک فیلسوف اخلاقی و نویسنده کتاب تئوری نسبیّت اخلاقی است. در سال ۱۹۹۳ پارلمان ادیان بین‌الملل، اعلامیه جهانی را برای محکومیت سوءاستفاده از اکوسیستم‌های کره زمین، فقر، گرسنگی و نابرابری اقتصادی تصویب کرد، لذا روند شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای تا به امروز ادامه پیدا کرده و به صورت کاربرد روزمره هنجارهای اخلاقی در فرآیندهای اجتماعی در آمده است. واژه اخلاق حرفه‌ای در شکل امروزی در سه مرحله مختلف شکل گرفت. در مرحله اول، این واژه اولین بار در اوایل سال ۱۹۷۱ در ایالات متحده آمریکا رواج پیدا کرد و منشاء آن نوشته‌های آکادمیک علمی و جلسات دانشگاهی بود. در مرحله دوم، این واژه در نشریات عمومی مورد استفاده قرار گرفت. در مرحله سوم، از این مفهوم در جهان تجارت بهره برداری و به عنوان هنجارهای اخلاقی در فرآیندهای تجاری مطرح شد. اخلاق حرفه‌ای یکی از اساسی‌ترین مسائل مهم همه جوامع بشری است و در بسیاری از کشورهای صنعتی به این نتیجه رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه اقتصادی و سازمان می‌انجامد. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کنند. از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای و همچنین رفتار اخلاقی جایگاه ویژه‌ای بدهند و حتی آموزش‌هایی در این راستا داشته باشند. با توجه به این که امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی در اولویت قرار گیرد. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای و رفتار اخلاقی به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح می‌باشد. فرد آر. دیوید می‌گوید در هر سازمان اصول اخلاقی مناسب از

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۷

پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک برتر است. اصول اخلاقی مناسب و خوب، یعنی سازمان خوب. اصول اخلاقی برگرفته از فرهنگ کلی جامعه شامل عقاید، مذهب، آداب و رسوم است. در سازمان‌ها افراد شاغل و طبقات مختلف دارای خرده فرهنگ‌های خاصی هستند که آنها را از یکدیگر متمایز می‌کند. این عوامل باعث می‌شود که در میان این گروه‌ها و سازمان‌ها نوعی تعصب کاری خاص شکل گیرد که آن را اصول اخلاق حرفه‌ای می‌نامند. اخلاق حرفه‌ای متأثر از اخلاق سازمانی و به‌عنوان یک دانش است که می‌باید بر مبنای یک سیر منطقی و عقلانی ایجاد شود. نکات مورد توجه در ایجاد اصول اخلاق حرفه‌ای پیش شرط مدیریت است و مدیران باید به آن اعتقاد داشته باشند و از شعار به شعور درآیند. شاخصه‌های اخلاق حرفه‌ای باید دقیقاً توسط مدیران به نحوی که با هم در تعارض نباشند، تعیین شوند. مدیران باید خود به این اصول احترام بگذارند و آنها را در رفتار خود تجلی دهند. نقایص اخلاقی می‌تواند در سطح زیربنایی و عملیاتی ظاهر گردد. عدم ارتباط مدیران ارشد و مدیران عملیاتی می‌تواند نقایص اخلاقی را در سازمان افزایش دهد. برای به‌دست آوردن اطلاعات حسابداری مکفی و قابل اتکا، ابتدا می‌بایست برنامه و بودجه زمانی حسابداری را تهیه نمود. برنامه حسابداری رویه‌های حسابداری هستند که باید در طی روند اعمال شوند، همچنین بودجه زمانی حسابداری، زمان برآوردی اختصاص‌یافته برای انجام هر روش حسابداری است (هاستوتی، ۲۰۱۳؛ آرنس و همکاران^۱، ۲۰۱۵؛ Sihombing، ۲۰۱۹). چنانچه رویه‌های حسابداری با شناسایی شرایط خاص بنگاه‌های اقتصادی طراحی و اجرا گردند، نتایج خوبی را در پی خواهند داشت و در نتیجه این امر منجر به افزایش اطمینان استفاده‌کنندگان می‌شود. حرفه حسابداری حرفه مورداعتماد عمومی است، جایی که عموم مردم انتظار دارند یک ارزیابی آزاد و بی‌طرفانه از اطلاعات ارائه شده توسط مدیران بنگاه‌های اقتصادی در صورت‌های مالی ببینند (مولیادی^۲، ۲۰۱۴؛ راستینا و همکاران، ۲۰۱۸). یک حسابداری ملزم به داشتن توانایی، تخصص و آموزش فنی کافی در انجام حسابداری و رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای در انجام وظایف خود است (پوتو و همکاران، ۲۰۲۰). از آنجایی که کیفیت اطلاعات حسابداری به‌طور مستقیم بر روند تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی بنگاه اقتصادی تاثیر می‌گذارد، لذا چنانچه اطلاعات جمع‌آوری شده کیفیت و کفایت مورد انتظار را نداشته باشد، تهدیدی جدی برای کیفیت حسابداری قلمداد می‌شود (سودیرجو،

^۱Arens et al., ۲۰۱۵

^۲Mulyadi, ۲۰۱۴

۲۰۱۸). وجود رفتار اخلاقی برای حرفه مسابرداری ضرورتی است که باعث ارتقاء کیفیت مسابرداری شده و نیازی اساسی برای جلب اعتماد استفاده‌کنندگان از خدمات می‌باشد. کیفیت مسابرداری بالاتر، اطمینان بخشی بیشتری از کیفیت گزارشگری مالی را فراهم می‌کند. رفتار اخلاقی در موسسات مسابرداری و مالی می‌تواند نقش مهمی را جهت بهبود کیفیت مسابرداری ایفا کند. رفتار غیراخلاقی توسط افراد در سازمان‌ها می‌تواند ناشی از ویژگی‌های شخصی، موقعیتی و تعاملات بین این عوامل باشد. رفتار ناکارآمد مسابدار را می‌توان به عنوان رفتار غیراخلاقی دسته‌بندی کرد، بنابراین تمایل مسابدار به انجام چنین اعمالی می‌تواند تحت تأثیر خصوصیات یا شخصیت مسابدار باشد. شخصیت ماکیاولیسم بر پایه دو دیدگاه صحبت کردن مطابق میل مردم و هدف، وسیله را توجیه می‌کند استوار است و فرد ماکیاولیایی تمایل به تقلب، خودخواهی، دستکاری و پرخاشگری دارد. (صفری و همکاران، ۲۰۱۸). دوی و رامانتا^۱ (۲۰۱۷) دریافته‌اند که ویژگی ماکیاولی تأثیر مثبت قابل توجهی بر رفتار ناکارآمد مسابدار دارد. لیمانتو و سوکارتا^۲ (۲۰۱۹) به این نتیجه رسیدند که ویژگی ماکیاولی بر رفتار ناکارآمد مسابدار تأثیر مثبت دارد. کورنیا و همکاران (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که فشار بودجه زمانی تأثیر معنی‌داری بر کیفیت مسابرداری داشته است. در راستای پژوهش انجام شده توسط راتا و رامانتا^۳ (۲۰۱۵)، آرینگسی و مرتا^۴ (۲۰۱۷)، ویدیانی، سولینداواتی و هراواتی (۲۰۱۷) دریافته‌اند که فشار بودجه زمانی تأثیر منفی بر کیفیت مسابرداری دارد. با این وجود، اختلافاتی در نتایج انجام شده توسط گاندیری و لیاناراجچی (۲۰۰۷)، زام و راهایو (۲۰۱۸) و اوتامی و سراج‌الدین (۲۰۱۶) وجود دارد که نتایج نشان می‌دهد فشار بودجه زمانی به طور قابل توجهی بر کیفیت مسابرداری تأثیر نمی‌گذارد. پژوهش‌های انجام شده توسط دوی و رامانتا (۲۰۱۷) نشان داد که فشار بودجه زمانی تا حدی تأثیر مثبت قابل توجهی بر رفتار ناکارآمد مسابدار دارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

شجاعت اخلاق حرفه‌ای و رفتار ماکیاولیسمی

شجاعت اخلاق حرفه‌ای با تأثیر بر نگرش‌های فردی بر رفتارهای اخلاقی تأثیر می‌گذارد و منجر به رفتار اخلاقی مناسب مسابداران می‌گردد. عامل اخلاق یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری

^۱ Devi and Ramantha

^۲ Limanto and Sukartha

^۳ Ratha and Ramantha

^۴ Aringsih and Mertha

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۹

است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود، در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است. جامعه ما نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه اقتصادی می‌انجامد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. از این‌رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند؛ وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام می‌نهیم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید؛ مانند اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن. امروزه با توجه به همین مورد، در مفهوم جدید از اخلاق حرفه‌ای، به مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه اقتصادی و سازمان اشاره می‌شود که جامع‌تر از تعریف سنتی است. در این نگاه، بنگاه به منزله یک شخصیت حقوقی دو گونه مسئولیت دارد: الف) مسئولیت‌های حقوقی کیفری؛ ب) مسئولیت‌های اخلاقی. مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه اقتصادی بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های اخلاقی فردی - شخصی و فردی - شغلی است. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه شامل همه ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را نیز دربرمی‌گیرد. البته اخلاق حرفه‌ای افزون بر اخلاق کار، حقوق کار را نیز دربرمی‌گیرد (مختاری‌پور و همکاران، ۱۳۸۳). اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری جمهوری اسلامی باید هویت اسلامی داشته و مبتنی بر اصول اسلامی شکل گیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه‌ای در کشورمان، به چهار دلیل می‌توان اشاره کرد: الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام، ب) از لحاظ دینی به دلیل جدانپذیری اخلاق از دین در متن دین اسلام (عاملی، ۱۳۸۱)، ج) نیاز به پویایی درون فرهنگ اسلامی با توجه به مواجهه آن با چالش جهانی شدن (ژکس، ۲۰۱۸)، د) از لحاظ نظام حکومتی، الزام به حکومت دین‌مدار در نظام حکومت دینی و از لحاظ قانونی، به تأکید قانون اساسی - در اصل هشتم - بر تصویب قوانین اسلامی در کشور.

نظام اخلاق اسلامی به گونه‌ای است که با اخلاق حرفه‌ای در هم آمیخته و تفکیک‌ناپذیر است؛ زیرا در این نظام ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی

۱۰ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌شود؛ از این رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک نهایی، در صدد است با ارائه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اخلاقی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینهٔ سعادت و کمال حقیقی بشر را فراهم آورد. از آنجا که شجاعت اخلاق حرفه‌ای از طریق شکل‌دهی به نگرش فردی بر رفتار اخلاقی تاثیر می‌گذارد و منجر به رفتار اخلاقی حسابداران طبق ضوابط و مقررات می‌گردد، لذا جهت رشد رفتارهای اخلاقی باید به دنبال اعمال نمودن ارزش‌های اخلاقی صحیح در شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی بوده تا از طریق اصلاح آن بتوان رفتارهای اخلاقی را کنترل و ارتقاء داد و در نهایت بتوان کیفیت گزارش‌های مسابرداری را تا حد ممکن بالا برد. در این راستا همان‌طور که در شکل ۱ نمایش داده شده است، مولفه‌های تاثیرگذار بر شجاعت حرفه‌ای عبارتند از: عامل اخلاقی، ارزش‌های متعدد، تحمل خطرات، فرارفتن از اطاعت و هدف اخلاقی.

ماکیاولیسم و ارزش‌های متعدد

زندگی در جامعه مدرن از بسیاری جهات وابسته به صاحبان حرف و متأثر از کار، عملکرد کار و همچنین رفتار آنان بوده و اخلاقی بودن یا نبودن آنها می‌تواند در زندگی مردم تأثیرات مثبت و منفی، سازنده یا مخرب بر جای گذارد. از طرفی به دلیل گستردگی دامنه و حوزه حرفه‌ها و مشاغل مختلف، نمی‌توان به قانون اکتفا کرد، زیرا کنترل‌های قانونی محدودیت دارند و قانون در بسیاری موارد تنها ناظر به بعد از پیدایش خسارت است، اما رفتارهای اخلاقی از خسارت و سایر مشکلات قبل از وقوع آنها جلوگیری می‌کند.

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در افراد مربوط به حوزه فردی بوده اما وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام برمی‌داریم اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید، مانند اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن. برای نمونه چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه غیراخلاقی باشد، اما از پرستاران بخواهیم رفتار اخلاقی داشته باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موسسات را داشته و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآ دانسته‌اند.

در اخلاق حرفه‌ای مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالی که حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته و کارآ از

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۱

پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآست و این اصول موجب به وجود آمدن یک موسسه یا سازمان کارآ می‌شود.

تحمل خطرات و رفتار ماکیاولیسمی

یکی از عمده‌ترین مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای، ارزش‌مداری به جای مسئله محوری است. برخی صاحب‌نظران معتقدند بسیاری از مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی، صرفاً فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار می‌نگریم، نه به صورت مسئله محور. جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه است، نه کارآمد. ورود ما به معضل اخلاقی صرفاً جنبه تبشیری و اندازی دارد، در حالی که برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد. رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را و می‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری کرده و بر آن اصرار کنیم، در حالی که فضیلت‌گرایی در واقع یک رویکرد نیست بلکه یک موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش است. باید بدانیم رویکرد، غیرشخصی و روشمند بوده و ناظر بر درک درست از مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین رویکرد، مبتنی بر توصیف علت و معلول یک موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و قابل سنجش بهره می‌گیرد. اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر بر حل مسئله نیست.

ماکیاولیسم و رفتار اخلاقی

ماکیاولیسم به معنای به کار بردن روش‌های غیراخلاقی برای رسیدن به هدف است. ماکیاولیسم یک ویژگی شخصیتی است که عبارت است از میزان نفوذ و سلطه یک شخص بر طرف مقابل خود، که به موجب آن طرف مقابل، خود را به انجام خواسته‌های شخص متقاعد می‌نماید. با افزایش میزان نفوذ فرد در طرف مقابل، دیگران در چنگ او در می‌آیند و آنچه را او می‌خواهد انجام می‌دهند و آن می‌شود که او توقع داشته است. یکی از مولفه‌های مهم برای رفتار اخلاقی، مهارت اخلاقی حاکم بر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی است که یکی از عوامل اساسی در گرایش یا عدم گرایش حسابداران به رفتارهای مختلف است. جو، ویژگی‌های درونی یک شرکت حسابداری است که آن را از شرکت‌های دیگر متمایز ساخته و روی رفتار حسابداران آن مجموعه تأثیر می‌گذارد. حسابدارانی که احساس می‌کنند، جو اخلاقی بر مجموعه حاکم است، روابط و تعاملات سازمان را عادلانه دانسته و دارای رضایت، تعهد و رفتار اخلاقی بیشتری می‌باشند. بنابراین برای اعمال رفتار

۱۲ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

اخلاقی، از طریق درک مشترک از اینکه چه رفتاری از نظر اخلاقی درست است، می‌توان جو اخلاقی را بهبود بخشید و مهارت‌های اخلاقی را افزایش داد تا به ارتقاء کیفیت مسابرداری کمک نمود. لذا حسابدارانی که شجاعت اخلاق حرفه‌ای بیشتری دارند، رفتار اخلاقی بهتری را از خود نشان می‌دهند.

فرضیه‌های پژوهش

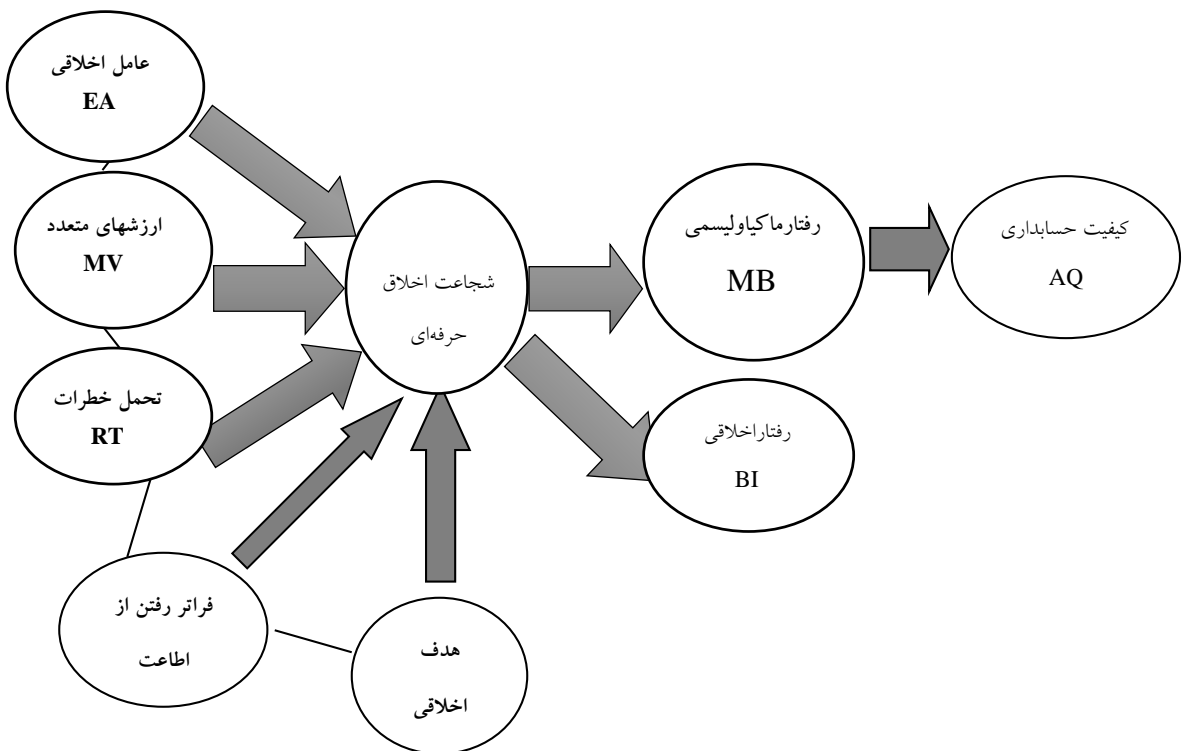
با توجه به مبانی مشروحه فوق‌الذکر، می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به صورت زیر تبیین نمود:

فرضیه اول: شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر رفتار ماکیاولیسمی حسابدار تاثیرگذار است.

فرضیه دوم: شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر رفتار اخلاقی حسابدار تاثیرگذار است.

فرضیه سوم: رفتار ماکیاولیسمی بر کیفیت مسابرداری تاثیرگذار است.

بنابراین، الگوی مفهومی پژوهش به صورت زیر شکل می‌گیرد:



شکل ۱ - الگوی مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش پیشرو از نوع توصیفی و از نوع طرح‌های همبستگی است. برای بررسی و تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری بهینه از نرم‌افزار Smart PLS، نسبت به مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مجذورات جزئی (PLS-SEM) اقدام شده است. در خصوص تعیین حجم نمونه در مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌طور کلی باید پیشینه الگو مشخص شود. بر این اساس حجم نمونه ۸۷۰ نفر از حسابداران ارشد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که به روش تصادفی بر اساس جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری انتخاب و تعداد ۴۹۰ نفر از آنان به هر دو پرسش‌نامه شجاعت اخلاق حرفه‌ای (سکرکا، ۲۰۰۹) و رفتار ماکیاولیسم (کریستینو جیس، ۱۹۷۰) پاسخ دادند (جدول ۱).

در مدل معادلات ساختاری یکی از انواع روایی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، روایی تشخیصی است که توسط نرم‌افزار Smart PLS محاسبه شده است، به این معنا که نشانگرها (شاخص‌های هر سازه) در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر الگو فراهم می‌آورند. به عبارت ساده‌تر، هر نشانگر فقط سازه‌ی خود را اندازه‌گیری و ترکیب آنها می‌باید به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. این فرآیند با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده AVE تبیین شده و مشاهده می‌شود که در مورد متغیرها، دارای میانگین واریانس استخراج شده AVE بالاتر از ۰/۱ است که در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱ - پرسش‌نامه‌های پژوهش و روایی و پایایی

CR	AVE	پایایی Cronbach's (alpha)	روایی (KMO- Bartlett's Test of Sphericity)	تعداد سوالات	پرسش‌نامه
۰/۷۳	۰/۶۱	۰/۷۸	KMO=۰,۸۹ Sig=۰,۰۰۰	۱۱	MB
۰/۷۷	۰/۶۵	۰/۸۳	KMO=۰,۹۲ Sig=۰,۰۰۰	۱۵	PEC

ماخذ: یافته‌های پژوهش

۱۴ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق مرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

یکی از مهم‌ترین عواملی که برای تعیین حجم نمونه در مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باید مورد تاکید قرار گیرد، پیشینه مدل می‌باشد. هر و همکاران (۲۰۱۳) بیان نمودند مراحل تبیین حجم نمونه در یک طرح مدل‌سازی معادلات ساختاری به شرح پیشرو می‌باشد: سطح معناداری، توان آماری، کمترین ضریب تعیین و بیشترین تعداد نهاده‌هایی که از متغیر پنهان خارج می‌شوند. همان‌طور که می‌دانیم PLS در مورد نمونه‌هایی که دارای حجم کوچک هستند، شناخته شده است. لکن هدف این پژوهش تنها رسیدن به حداقل اندازه نمونه مورد نیاز برای این منظور نیست.

همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود با توجه به اینکه برای کلیه متغیرها ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ قابل قبول است، می‌توان پایایی پرسش‌نامه‌ی مذکور را مناسب ارزیابی کرد. همچنین معنی‌دار بودن پرسش‌نامه‌های پژوهش با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون انجام شد که نتایج کمتر از ۰/۰۵ حاصل گردید و مورد تایید می‌باشد. روایی همگرا ($AVE > 0.5$) برای همه شاخص‌ها مورد تایید است. در خصوص پایایی پرسش‌نامه نیز ضریب آلفای کرونباخ برای هر دو پرسش‌نامه بالاتر از ۰/۷ بوده و بنابراین پایایی نیز مورد تایید است. پایایی ترکیبی ($CR > 0.7$) و ($CR > AVE$) نیز برای همه شاخص‌ها مورد تایید است.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

در جدول ۲، آمار توصیفی مربوط به پاسخ دهندگان به سوالات پژوهش آمده است:

جدول ۲- آمار توصیفی مربوط به پاسخ‌دهندگان

سابقه کاری			تحصیلات			سن			جنسیت		ویژگی‌های فراوانی
بیش از ۲۰ سال	۱۰ تا ۲۰ سال	از ۱ سال تا ۱۰ سال	دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	۴۰ سال به بالاتر	۳۵ تا ۴۰ سال	کمتر از ۳۵ سال	زن	مرد	
۱۲۴	۲۰۹	۱۵۷	۵۳	۲۲۸	۲۰۹	۳۴	۱۹۳	۲۶۳	۱۹۲	۲۹۸	فراوانی
۲۵	۴۳	۳۲	۱۰	۴۷	۴۳	۷	۳۹	۵۴	۳۹	۶۱	درصد

ماخذ: یافته‌های پژوهش

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۵

برای پاسخ به سوالات پژوهش از طیف لیکرت در بازه خیلی موافقم (۵) تا خیلی مخالفم (۱) استفاده شده است. در ادامه، برای تحلیل از نرم‌افزار پی‌ال‌اس ۱ و مدل‌یابی معادلات ساختاری ۲ و ارتباط بین متغیرها و زیرمتغیرهای پنهان و مشاهده‌شده (گویه‌ها) استفاده شده است. جدول ۳ همبستگی درونی متغیرهای پژوهش را در سطح اطمینان ۰/۹۵ نشان می‌دهد:

جدول ۳ - همبستگی درونی

متغیرها	AQ	MB	PEC
AQ	۱		
MB	-۰,۵۴	۱	
PEC	۰,۴۷	۰,۵۱	۱

ماخذ: یافته‌های پژوهش

رابطه متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های پژوهش براساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون و الگوی کلی پژوهش در جدول ۴ نمایش داده شده است. در این الگو که خروجی نرم‌افزار Smart PLS است، خلاصه نتایج مربوط به بار عاملی استاندارد متغیرها ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته به همراه آماره t است و نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

۱۶ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق مرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

جدول ۴ - تفسیر بارهای عاملی سازه‌های پژوهش

تایید/رد	آماره T-Value	بار عاملی استاندارد ^۴	بار عاملی غیراستاندارد ^۳	سازه مشاهده شده ^۲	سازه پنهان ^۱	تایید/رد
تایید	۱۶/۸۱	۰/۶۷	۰/۷۷	mb۱	MB	۱
تایید	۱۶/۶۰	۰/۷۰	۰/۸۱	mb۲		
تایید	۱۸/۷۰	۰/۷۱	۰/۹۰	mb۳		
تایید	۱۳/۲۷	۰/۵۲	۰/۷۸	mb۴		
تایید	۱۷/۰۶	۰/۷۵	۰/۸۸	mb۵		
تایید	۱۲/۲۴	۰/۵۵	۰/۵۸	mb۶		
تایید	۱۷/۹۹	۰/۷۲	۰/۷۵	mb۷		
تایید	۲۰/۴۰	۰/۷۸	۰/۵۸	mb۸		
تایید	۱۹/۹۸	۰/۷۱	۰/۸۰	mb۹		
تایید	۱۷/۹۸	۰/۸۵	۰/۹۲	mb۱۰		
تایید	۱۸/۸۲	۰/۸۳	۰/۹۰	PEC۱	PEC	۲
تایید	۱۷/۷۹	۰/۷۲	۰/۸۷	PEC۲		
تایید	۱۵/۹۷	۰/۶۵	۰/۷۹	PEC۳		
تایید	۱۷/۰۶	۰/۷۸	۰/۸۵	PEC۴		
تایید	۱۹/۸۰	۰/۷۵	۰/۹۰	PEC۵		

ماخذ: یافته‌های پژوهش

^۱Latent

^۲Observe

^۳Estimates

^۴Standardized Solution

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۷

ادامه جدول ۴ - تفسیر بارهای عاملی سازه‌های پژوهش

تایید/رد	آماره T-Value	بار عاملی استاندارد ۴	بار عاملی غیراستاندارد ۳	سازه مشاهده شده ۲	سازه پنهان ۱	نوع
تایید	۱۷/۳۱	۰/۷۹	۰/۸۷	PEC۶	PEC	۲
تایید	۱۸/۴۱	۰/۶۹	۰/۸۰	PEC۷		
تایید	۱۹/۲۲	۰/۷۷	۰/۸۸	PEC۸		
تایید	۲۰/۶۵	۰/۸۲	۰/۹۲	PEC۹		
تایید	۱۸/۸۱	۰/۷۴	۰/۸۹	PEC۱۰		
تایید	۱۷/۸۹	۰/۷۵	۰/۷۹	PEC۱۱		
تایید	۱۵/۸۸	۰/۶۵	۰/۶۹	PEC۱۲		
تایید	۱۷/۰۲	۰/۷۸	۰/۸۰	PEC۱۳		
تایید	۱۹/۸۱	۰/۷۸	۰/۸۹	PEC۱۴		
تایید	۱۷/۲۵	۰/۷۹	۰/۸۲	PEC۱۵		

ماخذ: یافته‌های پژوهش

طبق خروجی‌های الگو در جدول ۴ مقدار شاخص برازش RMSEA بیانگر برازش مناسب الگو است. همچنین بر اساس بار عاملی استاندارد شده و آماره T-Value ضرایب بار بیشتر از ۰/۳ است که نشانگر باقی ماندن در الگو می‌باشد. از طرف دیگر چون مقدار بار عاملی از ۱/۹۶ بیشتر است، الگو تایید می‌گردد.

بر اساس جدول ۵ مشخص گردید، بین مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای با رفتار ماکیاولی حسابداران رابطه معنی‌داری برقرار است، یعنی عامل اخلاقی حسابداران می‌تواند بیش از ۳۵ درصد بر وقوع این رفتار تاثیرگذار باشد. طبق خروجی‌های الگو، بین شجاعت اخلاق حرفه‌ای و رفتار اخلاقی رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. سپس، طبق جدول ۵ رفتار ماکیاولی بر کیفیت حسابداری تاثیر منفی و معنی‌داری داشته و می‌تواند ۴۱ درصد بر رفتار ماکیاولی حسابداران موثر باشد.

^۱Latent

^۲Observe

^۳Estimates

^۴Standardized Solution

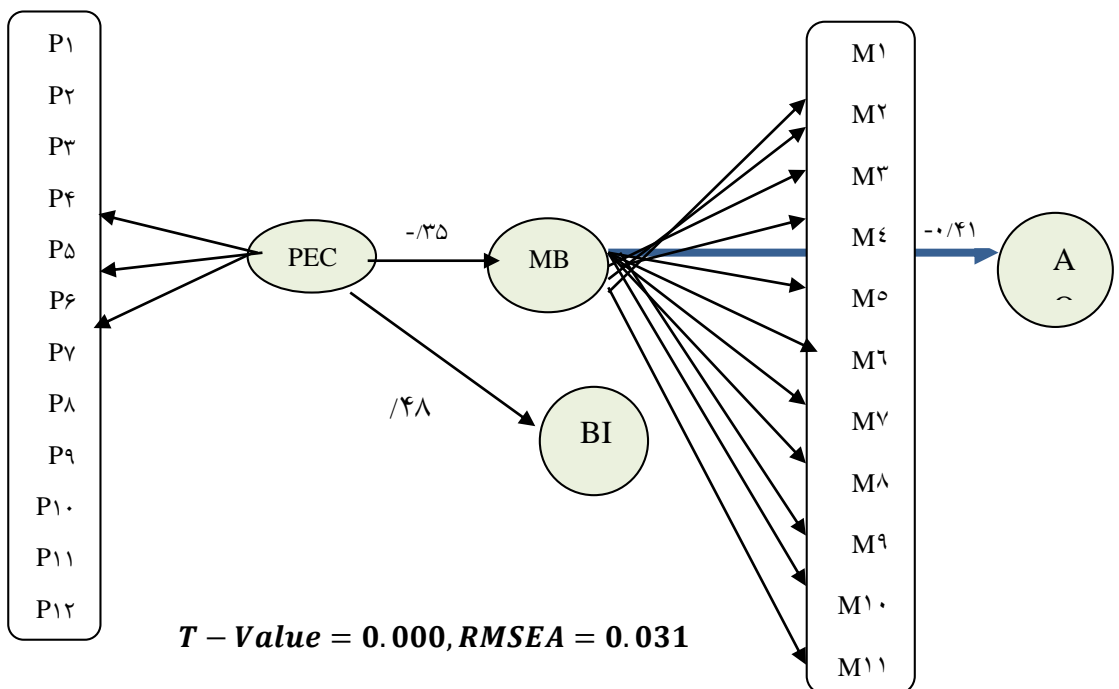
۱۸ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

جدول ۵ - تحلیل مسیر

Adjusted R ^۲	R ^۲	P	T	γ or β	فرضیات	
۰/۷۰۱	۰/۷۱۶	۰/۰۰۰	-۳/۴۶۸	-۰/۳۵۷	PEC --> MB	H _۱
۰/۷۱۷	۰/۷۲۴	۰/۰۰۰	۸/۴۲۶	۰/۴۸۲	PEC ---> BI	H _۲
۰/۷۵۳	۰/۷۷۴	۰/۰۰۰	-۴/۲۴۹	-۰/۴۱۱	MB-->AQ	H _۳

ماخذ: یافته‌های پژوهش

در تمامی موارد فرضیات پژوهش مورد تأیید هستند. ارتباط بین متغیرها در کلیه فرضیات، معنی‌دار مشاهده می‌شود.



شکل ۲ - تحلیل الگوی ساختاری

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیم‌های منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین

کند. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه باید مد نظر قرار گیرد، این است که نخست اخلاق حرفه‌ای، دربرگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر دو فراتر رفته و به سازمان به مثابه یک مجموعه حقوقی ناظر است. دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای پیدا شده است و به همین دلیل مسئولیت معنوی شرکت به مدیران استراتژیست سپرده می‌شود؛ نه به واحد پرسنلی و نه حتی به مدیران اجرایی. سوم آنکه در حوزه اخلاق باید دو نوع رویکرد «فضیلت‌گرایانه و مسئله‌محور» را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً «فضیلت‌محور» است، نه «مسئله‌محور»؛ در حالی که آنچه از معضلات اخلاقی سازمانی گره‌گشایی می‌کند، رویکرد «مسئله‌محور» است، چون معضل اخلاقی، یک مسئله است و برای حل اثربخش آن، نیازمند کسب تخصص و مهارت هستیم. نکته اساسی این است که ما باید از تلویحی‌نگری درباره اخلاق حرفه‌ای پرهیز کنیم. چهارم آنکه اخلاق سازمانی لزوماً به فرد وابسته نیست؛ بلکه عوامل فردی، محیطی و سازمانی در آن تأثیر دارد. بنابراین، ما در پرداختن به اخلاق، نیازمند نگرش سیستمی هستیم. غفلت از این عوامل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی، تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در افراد مربوط به حوزه فردی بوده، اما وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام برمی‌داریم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید. برای نمونه چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه غیراخلاقی باشد، اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی عمل نمایند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موسسات داشته و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآ دانسته‌اند. در اخلاق حرفه‌ای مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالی که حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته و کارآ از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآست و این اصول موجب به‌وجود آمدن یک موسسه یا سازمان کارآ می‌شود.

حرفه حسابداری همانند سایر حرفه‌های فعال در جامعه، ملزم به رعایت اخلاق عمومی جامعه و آیین رفتار حرفه‌ای خود می‌باشد. عدم رعایت اخلاق و رفتار حرفه‌ای، می‌تواند موجب تضعیف فرهنگ و اخلاق کار و در نتیجه تضعیف حرفه حسابداری شود. اخلاق حرفه‌ای حاوی نظام ارزشی و باورهای جمعی صاحبان یک حرفه است که بر چگونگی رفتار، اعمال و مسئولیت‌های اعضای آن حرفه در مقابل جامعه، در مقابل یکدیگر و در مقابل اشخاصی که از خدمات شاغلین آن حرفه استفاده

۲۰ / تبیین ارتباط مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت مسابرداری...

می‌کنند، نظارت دارد. بررسی‌های کارشناسان مسائل اجتماعی ایران، مدیران، نخبگان فرهنگی و سیاسی و جامعه‌شناسان نشان می‌دهد که اخلاق و فرهنگ کار در ایران در مقایسه با کشورها و جوامع صنعتی در سطح پایین‌تری قرار دارد. این موضوع را می‌توان به عنوان یک معضل اقتصادی و اجتماعی تلقی نمود. ماکیاولیسم که آن را فرصت‌طلبی نیز می‌نامند، عبارت است از میزان نفوذ و سلطه یک شخص بر طرف مقابل خود که به موجب آن، طرف مقابل خود را به انجام خواسته‌های شخص متقاعد می‌نماید. با افزایش میزان نفوذ شخص بر طرف مقابل، دیگران در چنگ او در می‌آیند و آنچه را که او می‌خواهد انجام می‌دهند و آن می‌شود که او توقع داشته است. افراد با ویژگی ماکیاولی بالا تمایل به برد دارند و توجه اساسی آنها وظیفه و کاری است که باید انجام دهند و نه چیز دیگر. در این راستا، آنها برای انجام وظیفه خود از افراد تحت سلطه خود، برای رسیدن به هدف به عنوان یک ابزار استفاده می‌نمایند. در این پژوهش، رفتار ماکیاولی حسابدار بررسی گردید و بیان شد که عامل اخلاقی حسابدار، متأثر از شجاعت اخلاق حرفه‌ای می‌باشد. از سوی دیگر ارزش‌های متعدد، تحمل خطرات و فراتر رفتن از اطاعت حسابداران بر شجاعت اخلاق حرفه‌ای تأثیر می‌گذارد. طبق نتایج پژوهش، عامل اخلاقی حسابدار تأثیر قابل توجهی بر عملکرد وی دارد، این یافته پژوهش با نتایج الینا (۲۰۱۶)، اسماعیل (۲۰۱۸)، اوهایو (۲۰۱۵) همسان می‌باشد. اخلاق حرفه‌ای حسابدار منعکس‌کننده احساسات خوشایند و ناخوشایند او نسبت به انجام ارزش‌های متعدد است. طبق یافته‌های پژوهش، شجاعت اخلاق حرفه‌ای بر رفتار اخلاقی حسابدار تأثیر مثبت دارد. همچنین یکی دیگر از مولفه‌های مورد بررسی، ارزش‌های متعدد حسابدار می‌باشد. در این حالت حسابدار مجبور است ارزش‌های متعددی از طرف افراد مختلف را قبول سازد که ممکن است برخی موافق و برخی نیز مخالف خواسته‌ها باشند و احتمالاً نوع عملکرد وی به میزان زیادی به خواسته‌های افرادی که نفوذ قابل ملاحظه‌ای بر حسابدار دارند، بستگی خواهد داشت.

با توجه به موارد اشاره شده و در راستای توسعه الگوی پژوهش و افزایش کیفیت مسابرداری پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. طبق نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، به موسسات مسابرداری پیشنهاد می‌شود رفتارهای اخلاقی را در محیط کاری اعمال و با ایجاد الگوی مناسب و حمایت از آن، افزایش کیفیت مسابرداری را در موسسات فزونی نمایند.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۲۱

۲. در راستای تسهیل اتخاذ تصمیم مناسب از سوی سهامداران، سازمان بورس اوراق بهادار می‌تواند با استفاده از نتایج این پژوهش و سایر پژوهش‌های مشابه، اطلاعات جامع‌تری از کیفیت حسابداری را برای سهامداران انتشار دهد.

۳. توجه مشاوران بازار سرمایه و تحلیل‌گران سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار بر رفتار اخلاقی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای و رفتار ماکیاولیسمی در کنار تحلیل‌ها و تکنیک‌های معمولی که انجام می‌دهند، می‌تواند بر افزایش کیفیت حسابداری تاثیرگذار باشد.

۴. مجموعه‌های حسابداری در تعریف ارزش‌های اخلاقی که در ایجاد و حفظ استانداردهایی که بایدها و نبایدها را مشخص می‌کند، دقت کافی داشته باشد، تا رفتارهای اخلاقی افزایش یابد.

منابع

- Ajzen, I. (۲۰۱۲). "The theory of planned behavior," in Handbook of Theories of Social Psychology, vol ۱, eds P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski, and E. T. Higgins (London: Sage), ۴۳۸-۴۵۹.
- Devi, N. P. A., & Ramantha, I. W. (۲۰۱۷). Tekanan Anggaran Waktu, Locus of Control, Sifat Machiavellian, Pelatihan Auditor Sebagai Antecedent Perilaku Disfungsional Auditor. E-Jurnal Akuntansi, ۱۸, ۲۳۱۸-۲۳۴۵.
- Ghosh, D., & Crain, T. L. (۱۹۹۶). Experimental investigation of ethical standards and perceived probability of audit on intentional noncompliance. Behavioral Research in Accounting, ۸, ۲۱۹-۲۴۴.
- Gundry, L. C., & Liyanarachchi, G. A. (۲۰۰۷). Time budget pressure, auditors' personality type, and the incidence of reduced audit quality practices. Pacific Accounting Review. <https://doi.org/10.1108/01140580710819898>
- Ghosh, D., & Crain, T. L. (۱۹۹۶). Experimental investigation of ethical standards and perceived probability of audit on intentional noncompliance. Behavioral Research in Accounting, ۸, ۲۱۹-۲۴۴.
- Harms, P., & Spain, S. (۲۰۱۵). Beyond the bright side: Dark personality at work. Appl. Psychol., ۶۴, ۱۵-۲۴.
- Kelley, T., & Margheim, L. (۱۹۹۰). The impact of time-budget pressure, personality, and leadership variables on dysfunctional auditor behavior. Auditing: A Journal of Practice & Theory.
- Navabi Z S, Mazloomi Mahmoodabad S S, Ahmadi A, Askarishahi M. (۲۰۱۸). Investigating Theory of Planned Behavior Constructs in Predicting Intention and Behavior to lose Weight in Adolescents with Overweight and Obesity. TB; ۱۷ (۲):۲۴-۳۵
- Ningsih, A. P. R. C., & Yaniartha S., P. (۲۰۱۳). Pengaruh Kompetensi, Independensi, Dan Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Audit. E-Jurnal Akuntansi, ۴(۱), ۹۲-۱۰۹.

Explaining the relationship between the components of professional ethical courage and accounting quality with regard to the mediating role of Machiavellian behavior using the structural equation modeling method

Mostafa Notghi Taheri^۱, Habib Piri^۲, Reza sotoudeh^۳ and Jalil Bitari^۴

Abstract

Since the quality of accounting information directly affects the decision-making process of the users of financial statements of an economic enterprise, therefore, if the collected information does not have the expected quality and adequacy, it is considered a serious threat to the quality of accounting. The purpose of the current research is to investigate the relationship between the components of professional ethics courage on ethical behavior and also on accounting quality with regard to the mediating role of Machiavellian behavior using the structural equation modeling method. The sample size is ۸۷۰ senior accountants of companies admitted to the Tehran Stock Exchange, who were randomly selected based on gender, age, education level and work experience, and ۴۹۰ of them answered both questionnaires of courage and professional ethics. (Skerka, ۲۰۰۹) and the behavior of Machiavellianism (Christo Jes ۱۹۷۰) answered. Cronbach's alpha method and composite reliability coefficient (CR) were used to check the reliability of the research tool that the coefficient for all variables is higher than ۰,۷ and acceptable.

To measure the validity of the questionnaire, the average variance extracted (AVE) was also used, which was more than ۰,۴ and relatively acceptable. Also, to check the fit of the structural model, the criteria of significant coefficients, R_square Z, have been used, and the obtained results show the appropriate fit of the model. The obtained results support all the hypotheses of the research and show that the courage of professional ethics can have a significant and negative effect on Machiavellian behavior, and on the other hand, according to the outputs of the model, the courage of professional ethics has a direct and significant effect on the ethical behavior of accountants. Also, Machiavelli's behavior has a significant and negative effect on accounting quality.

Key words: Courage Professional Ethics, Machiavellian Behavior, Accounting Quality, Ethical Behavior.

^۱ Ph.D. Candidate in Accounting, Faculty of Humanities, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran.

^۲ Corresponding Author, Assistant Professor of Accounting, Faculty of Humanities, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran. Email Address: habibpiri^۱۴@Gmail.com.

^۳ Assistant Professor of Accounting, Faculty of Humanities, Nik Shahr Branch, Islamic Azad University, Nik Shahr, Iran.

^۴ Assistant Professor of Accounting, Faculty of Humanities, Gods City Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۲۵-۵۰

آزمون اثر مداخله‌گری رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی

(مطالعه موردی: بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی شمال کشور)

زهرا برقمی^۱، پرویز سعیدی^۲ و روح‌الله سمیعی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۹، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۱۸

چکیده

هدف اصلی این تحقیق ارائه الگوی کارآفرینی سازمانی با تاکید بر سرمایه اجتماعی در بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور است. این پژوهش با روش پیمایشی انجام شده و جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور می‌باشد که تعداد ۱۴۶ نفر از آنان به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. روایی محتوایی پرسش‌نامه با نظر کارشناسان و متخصصان تایید شد. همچنین به منظور تعیین قابلیت اعتماد ابزار تحقیق پیش آزمون انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای مقیاس‌های اصلی پرسش‌نامه در حد مناسب بود. داده‌های گردآوری شده با استفاده از تکنیک چندمتغیره مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی با توجه به نقش میانجی متغیرهای (مدیریت دانش، چابکی سازمانی، مدیریت استعداد، اخلاق کاری، کیفیت زندگی کاری، تعهد سازمانی، انگیزش شغلی، هویت سازمانی، سکوت سازمانی و هوش فرهنگی) در بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور رابطه معنی‌داری وجود دارد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی و تأمین اجتماعی.

^۱ - دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی‌آباد کتول، گلستان، ایران.

^۲ - نویسنده مسئول، دانشیار گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی‌آباد کتول، گلستان، ایران. آدرس پست

الکترونیکی: Dr.parvizsaedi@yahoo.com

^۳ - استادیار گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی‌آباد کتول، گلستان، ایران.

کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که به وسیله آن افراد فرصت‌های درون سازمان را بدون توجه به منابعی که در اختیار دارند، شناسایی و استفاده می‌کنند و مفهومی است که نوآوری‌ها را به عنوان ترکیبات اصلی می‌پذیرد که به گسترش یا فرمول‌بندی جدید محصولات، مهندسی مجدد یا کاهش هزینه فرآیند، جست‌وجوی بازارهای بکر و دست‌نخورده، کاربردهای جدید محصولات و خدمات موجود و جدید، سرمایه‌گذاری‌های جدید منجر می‌شود (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۵). در گذشته، به کارآفرینی در سازمان‌ها بهای چندانی داده نمی‌شد (هوگلاند^۱، ۲۰۱۱) و این گونه تصور می‌شد که ایجاد نوآوری و کارآفرینی در سازمان صرفاً از طریق ایجاد واحدهایی مجزا در خارج از سازمان امکان‌پذیر بود (کالیستو و سارکار^۲، ۲۰۱۷). اما، امروزه به طور عام پذیرفته شده است که فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند در یک چارچوب راهبردی مشابه در درون سازمان با هدایت مدیران ارشد سازمان انجام پذیرد. کارآفرینی سازمانی ناشی از فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط با هم با حضور چندین دست‌اندرکار در درون سازمان می‌باشد و می‌تواند منجر به بروز فرصت‌های مختلف در درون سازمان گردد (کالیستو و سارکار^۳، ۲۰۱۷). کارآفرینی فرآیندی اجتماعی - اقتصادی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است. اول اینکه کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی فعالیتی اجتماعی است و در نتیجه بود یا نبود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار تاثیر می‌گذارد (دو و ادموند^۳، ۲۰۱۱) از این رو، می‌توان ادعان کرد سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارد، زیرا همه فعالیت‌های کارآفرینی برای شروع حداقل دو سرمایه نیاز دارد: سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی؛ برای افزایش بهره‌وری نیازمند سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی است (اسدی و مرادی، ۱۳۹۲؛ رحمانی، ۱۳۸۶؛ علمی، ۱۳۸۴؛ شریفیان، ۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چندوجهی و بین‌رشته‌ای است که علی‌رغم تازگی و پیچیدگی، توجه بسیاری از صاحب‌نظران حوزه‌های یادشده را به خود جلب کرده (کریستینا^۴ و دیگران، ۲۰۱۵) و توانسته است از ابهامات و کاستی‌های نظری بحث‌های اقتصادی - اجتماعی تا حد زیادی بکاهد (منتظری و دیگران، ۱۳۹۵). امروزه که نیاز به کارآفرینی سازمانی احساس می‌شود،

^۱. Höglund

^۲. Calisto & Sarkar

^۳. Doh & Edmund

^۴. Cristina

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۲۷

سازمان‌ها باید درصدد یافتن راه‌هایی برای اعتلای آن باشند. یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی است. از بین سه بعد سرمایه اجتماعی-ساختاری، رابطه‌ای و شناختی- سرمایه ساختاری از سایر ابعاد مهمتر است. شرکت‌ها برای اینکه بتوانند روح کارآفرینی را در سازمان خود بیافرینند، ابتدا باید به ساختار مناسب کارآفرینی توجه کنند. بروکراسی و کارآفرینی در تقابل با یکدیگرند و باید به افراد سازمان آزادی‌های لازم داده شود. همچنین باید به روابط توأم با اعتماد که افراد در تعاملات خود ایجاد می‌کنند نیز توجه کرد. کارآفرینان افرادی هستند که با احتمال کمتری خود را با خط فکری موجود همانند می‌پندارند، در نتیجه خود را به ارزش‌ها، هنجارها و اعمال متعارف محدود نخواهند کرد. از سوی دیگر، رابطه مثبت و معنی‌دار بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی نیز به واسطه مطالعات آماری نشان داده شده است (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۵).

اهمیت سرمایه اجتماعی در سازمان از این جهت مد نظر قرار می‌گیرد که می‌تواند افراد را گرد هم آورده و به آنها کمک کند تا بتوانند فعالیت‌های تجاری خود را با موفقیت به انجام برسانند. افرادی که سرمایه اجتماعی بالاتری دارند می‌توانند به منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی داشته باشند و بدین ترتیب می‌توانند بر روی فرآیند تشکیل و بهبود یک کسب و کار موفق و حصول بازارهای جدید، تأثیر به‌سزایی داشته باشند (الستایر و اندرسون، ۲۰۰۳). در نتیجه، سرمایه اجتماعی تأثیر بسیار مهمی برای کارآفرینان دارد. همچنین، کارآفرینان در گروه‌های اجتماعی مستقل که سطح بالاتری از سرمایه اجتماعی را از خود نشان می‌دهند، وضعیت بهتری در شبکه‌های اجتماعی خواهند داشت و در نتیجه می‌توانند به راحتی فرصت‌های تجاری را شناسایی کرده و از آنها بهره ببرند. امروزه برای موفقیت و شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه، وجود دانش و اطلاعات به‌روز و کارآمد به عنوان سرمایه از اصول انکارناپذیر است. که این سرمایه در قالب یک سیستم به هم تنیده در تلاش است، ضمن خلق دانش و اطلاعات به عنوان مزیت رقابتی، با عملیاتی کردن آن در راستای رفع نیازهای سایر افراد ارزش‌آفرینی کند. ارتباط میان کارآفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه‌ای چندوجهی است که اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا در عصر حاضر که به عصر ارتباطات و اطلاعات مشهور است، در قالب شبکه اجتماعی سایر سرمایه‌ها تقویت می‌شود و به وسیله این سرمایه‌ها فعالیت کارآفرینانه معنا می‌یابد. از طرفی، کارآفرینی در پرورش صور گوناگون سرمایه سهیم است (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۵).

در سال‌های اخیر به علت افزایش فعالیت‌های کارآفرینی در سازمان‌ها جهت حفظ بقا و سودآوری و سهم بازار خود، مجبور به عرضه خدمات متنوع‌تر، باکیفیت‌تر شده‌اند. افزایش آگاهی کارکنان از کیفیت خدمات و عملکرد آنان، موجب عدم پذیرش هر نوع خدمتی از سوی آنان شده و زمینه تغییر را برای آن‌ها فراهم کرده است. در چنین وضعیتی بهترین راهبرد، انگیزش کارکنان در راستای عملکردی بهتر و اتخاذ رویکرد بهبود کیفیت و تنوع خدمات و به عبارتی دیگر تحقق کارآفرینی سازمانی است. این مهم، به‌طور عمده امروزه از طریق رویکردهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری انجام می‌گیرد. به واسطه ماهیت اجتماعی دانش و ضرورت خلق آن در بستر تعاملات اجتماعی، توجه به عامل تسهیل‌کننده این تعاملات یعنی سرمایه اجتماعی در اولویت توجه محققان و سازمان‌ها قرار گرفته است. بدین ترتیب سرمایه اجتماعی به تحقیقات کارآفرینی سازمانی وارد شده است. به علاوه آنکه سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد محیط و بستری مطلوب و توسعه تعاملات و پویایی گروه، موجبات انگیزش کارکنان را فراهم خواهد کرد. شایان ذکر است، اگرچه پژوهش‌های فراوانی در حوزه سرمایه اجتماعی انجام گرفته است (بولینو^۱ و دیگران، ۲۰۰۲؛ لین و یین‌می^۲، ۲۰۰۵؛ ناهاپیت و گوشال^۳، ۱۹۹۸؛ بنسون^۴، ۱۹۹۸؛ پنینگز^۵، ۱۹۹۸) و کارآفرینی سازمانی (آلپکان^۶ و دیگران، ۲۰۱۰؛ سیورا و تیراپاتوانگ^۷، ۲۰۱۰، زهرا و گراویس^۸، ۲۰۰۰؛ لامپکین و دس^۹، ۲۰۰۰؛ هاف و شپرز^{۱۰}، ۲۰۰۸). تاکنون پژوهش‌های تقریباً اندکی آثار کارآفرینی سازمانی بر سرمایه اجتماعی را بررسی کرده‌اند. بر این اساس و با توجه به مطالب اشاره شده، هدف اصلی این تحقیق بررسی رابطه میان کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی در بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی شمال کشور است.

^۱ . Bolino

^۲ . Lin & Yin-Mei

^۳ . Nahapiet & Ghoshal

^۴ . Pennings

^۵ . Benson

^۶ . Alpkan

^۷ . Sebor & Theerapatvong

^۸ . Zahra & Garvis

^۹ . Lumpkin & Dess

^{۱۰} . Hough & Scheepers

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی دربرگیرنده تلاش‌هایی کارآفرینانه است که به حمایت‌های سازمانی و اختصاص منابع برای اجرایی کردن فعالیت‌های نوآورانه در قالب نوآوری سازمانی و فرآیندی و تولیدی احتیاج دارد (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). به‌طورکلی، کارآفرینی دربرگیرنده یک فرآیند نوآوری فزاینده‌ای است که درنهایت موجب یک رخداد کارآفرینانه می‌شود (کاروانا و همکاران، ۲۰۰۲). محققان زیادی تلاش کرده‌اند که اهمیت کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان یک راهبرد رشد و به‌عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به مزایای رقابتی مطرح کنند (کوین، ۱۹۸۵) و تلاش‌هایی نیز انجام شده است تا از طریق مطالعات تجربی، عناصر اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت‌ها بررسی و شناسایی شوند (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). یافته‌های حاصل از چنین تحقیقاتی بیانگر این مطلب هستند که عوامل درونی سازمان با خلق یک فضای کارآفرینانه سازمانی ارتباط تنگاتنگی دارند (زهر، ۱۹۹۰).

کارآفرینی سازمانی را فعالیت‌های رسمی و غیررسمی برای ایجاد کسب و کار جدید و توسعه بازار از طریق نوآوری در فرآیند یا محصول می‌داند. این فعالیت‌ها در سطوح شرکت، بخش کسب‌وکار، کارکردها و پروژه‌ها انجام می‌شوند و هدف مشترک آنها ارتقای موقعیت رقابتی و عملکرد مالی شرکت است. کارآفرینی سازمانی موجب تغییرات ساختاری، به چالش کشیدن فرهنگ سازمان حاکم، تشکیل گروه‌های کارآفرینانه و ایجاد دیدگاه مشترک بین کارکنان و مدیران، برای رسیدن به آرمان سازمان و در نهایت کارآفرین شدن سازمان می‌شود (زهر، ۱۹۹۳).

کارآفرینی سازمانی به منزله مفهومی چندبعدی، ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد که می‌توان آنها را شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و مخاطره‌پذیری در نظر گرفت. در این زمینه، مخاطره‌پذیری شامل آمادگی سازمان برای استفاده از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و آغاز پروژه‌ها، بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است. نوسازی راهبردی سازمان، نیازمند تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازمان‌دهی مجدد و تغییرات گسترده در سیستم سازمانی است. پیشگامی، پیش‌بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جست‌وجو و به‌کارگیری فرصت‌هایی تعریف می‌شود که می‌تواند بر توسعه محصول یا بازار دلالت داشته باشد، در نهایت، نوآوری به تولید و خلاقیت محصولات، خدمات، فرآیندها، فن‌آوری‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار اشاره می‌کند (خیراندیش و جعفری، ۱۳۹۵).

سرمایه اجتماعی

بحث در زمینه سرمایه اجتماعی را هانی‌فان^۱ (۱۹۱۶) آغاز و اعلام کرد که سرمایه اجتماعی نه تنها دارای ارزشمند برای افزایش سطح زندگی است، بلکه روشی برای افزایش سطح رفاه اجتماعی در کل جامعه است (دیهیم‌پور، ۱۳۹۸).

گیسو^۲ و همکارانش (۲۰۰۴) سرمایه اجتماعی را سطح اعتماد متقابل و گرایش نوع‌دوستانه در یک جامعه تعریف می‌کنند (جها و کاکس^۳، ۲۰۱۵). سرمایه اجتماعی به منابع ناشی از روابط اجتماعی اشاره دارد (لو و لی^۴، ۲۰۱۵). سرمایه اجتماعی که ریشه‌ای جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و حوریه، ۱۳۹۰). با وجود اهمیت موضوع، یکی از مشکلات کنونی بیان تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. در این زمینه، ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع و ارزشی در نظر گرفته‌اند که داخل شبکه‌ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می‌گیرد. در تعریفی دیگر، سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات میان آنها می‌شود. از آنجا که سرمایه اجتماعی مرادده‌های میان اعضای سازمان را تسهیل می‌کند، منبع سازمانی از شرمندی محسوب می‌شود (رضایی و دریشی، ۱۳۹۲). پونتام (۱۹۹۳-۱۹۹۸) از نظریه پردازان اصلی سرمایه اجتماعی است. تحقیقات عمده وی در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی بر نهادهای سیاسی و دموکراتیک است. وی سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای اجتماع می‌شود و منافع متقابل و گاهی مشترک آنان را تأمین می‌کند. ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سه جنبه متمایز برای سرمایه اجتماعی مدنظر قرار دادند:

جنبه ساختاری شامل روابط شبکه‌ای، پیکره‌بندی روابط شبکه‌ای و سازمان مناسب، شامل الگوی پیوندهای میان اعضای گروه و ترکیب سازمان‌دهی این اعضاست. سلسله مراتب شبکه، تراکم و میزان همگنی گروه یا اعضای گروه از جمله شاخص‌های عمده بعد ساختاری هستند. جنبه شناختی شامل

^۱ . Hanifan

^۲ . Guiso

^۳ . Cox & Jha

^۴ . Lui & Lee

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۳۱

زبان و اسطوره‌های مشترک، این بعد کمتر قابل اندازه‌گیری است و می‌توان آن را از ارزش‌های مشترک در میان اعضای یک گروه دانست. سرمایه‌شناختی به ویژگی نرم‌افزاری سرمایه اجتماعی اشاره می‌کند. مانند هنجارها، ارزش‌های مشترک، نگرش، باورها، فرهنگ شهری و جز آن. جنبه ارتباطی شامل اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل و هویت مشترک (یدالهی و همکاران، ۱۳۸۸).

پیشینه پژوهش

نامدار جویمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش کارآفرینی با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری سازمانی (اعضای هیات علمی دانشگاه تهران) نشان دادند رابطه (سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینی) بعد ساختاری سرمایه اجتماعی (رابطه‌ای و شناختی) رابطه‌ای منفی و سایر ابعاد رابطه‌ای مثبت با گرایش کارآفرینی دارند. در این رابطه (سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینی) قابلیت‌های نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد. احمدی و علیرضایی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان مطالعه تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: فرماندهی پشتیبانی قرارگاه ستاد ناجا) نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تمامی ابعاد سرمایه اجتماعی بالاتر از میانگین هستند. هم‌چنین بین سرمایه اجتماعی شناختی، انسانی و ارتباطی با کارآفرینی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان می‌دهد که از بین متغیرهای مستقل پژوهش، متغیر سرمایه انسانی، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی به ترتیب دارای بیش‌ترین تأثیر بر متغیر وابسته هستند. میزان ضریب تعیین هم نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل در مجموع ۳۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل تبیین است. رجبی فرجاد و معدن کار (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد)، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌ی اصلی این پژوهش، حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری ظرفیت سازمانی بر کارآفرینی شرکت، تأثیر مثبت و معناداری دارد. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و بر ظرفیت سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری داشته و ظرفیت سازمانی نیز بر کارآفرینی سازمانی مؤثر است. طاهری زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری، نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی تأثیر مستقیم دارد و شدت این تأثیر به ترتیب ۰/۴۶ و ۰/۶۳ بوده است. هم‌چنین، سرمایه اجتماعی بر

۳۲ / آزمون اثر مدافله‌گری (رابطه بین کارآفرینی سازمانی با ...

عملکرد سازمانی تأثیر مستقیم برابر با ۰/۱۸ دارد، این تأثیر به صورت غیرمستقیم و به واسطه متغیر میانجی کارآفرینی سازمانی، شدت بیشتری می‌یابد و به ۰/۲۹ می‌رسد. میارکلانی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به مطالعه تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه فرآیند کارآفرینی سازمانی کارکنان ادارات پست استان مازندران پرداخته‌اند. یافته‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که ارتباط معنادار میان سرمایه اجتماعی ($b=0/95$) و مؤلفه‌های آن، سرمایه ساختاری ($b=0/49$)، سرمایه رابطه‌ای ($b=0/32$) و سرمایه شناختی ($b=0/52$) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که شاخص ساختار روابط بیش‌ترین تأثیر و شاخص ارتباطی کم‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی داشته‌اند و شاخص خلاقیت و استقلال (از کارآفرینی) تحت تأثیر هیچ یک از شاخص‌های سرمایه اجتماعی قرار ندارد. شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی می‌تواند فرصت تبدیل خلاقیت به کارآفرینی را دستخوش تغییر کنند. داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده، بالا بودن اعتماد و تبادل اطلاعات میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. بالا بردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه ارتقاء روحیه کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل با اعتماد، زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به حساب می‌آید. چای و تانگو^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان ترویج کارآفرینی با جمع‌آوری سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش انجام دادند و بر اهمیت مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی در گرایش به کارآفرینی فروشنده‌گان متوسط و کوچک تأکید کردند. همچنین، نتایج تحقیق آنان نشان داد سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی به‌طور کامل با مدیریت دانش رابطه دارد. الینگر^۲ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود دریافتند که سرمایه‌گذاری سازمان بر سرمایه اجتماعی به‌طور قابل توجهی بر بهبود رفتار شهروندی سازمانی، تعدد کارکنان عملکرد سازمان موثر بود. آوانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۰) در مالزی، شرکت‌های کوچک و متوسط را بررسی کردند و متوجه شدند که هر بعد کارآفرینی، به‌طور مستقل به بهبود عملکرد کمک می‌کند و نقش دارد.

^۱ . Chih & Tingko

^۲ . Ellinger

^۳ . Awang

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل کلیه کارشناسان حوزه‌های مدیریتی و اجرایی بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور می‌باشد. برای نمونه‌گیری، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده شده و حداقل حجم نمونه مورد نیاز در سطح اطمینان ۹۵٪، برابر با ۱۴۶ نفر محاسبه شد. داده‌های مورد نظر با استفاده از پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته گردآوری گردید که بر اساس پیشینه تحقیق تدوین شده و شامل سه بخش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان، کارآفرینی سازمانی (۲۵ گویه) و سرمایه اجتماعی (۲۰ گویه) بود که در قالب طیف لیکرت مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور سنجش روایی پرسش‌نامه از روایی صوری و روایی سازه‌ای و جهت سنجش پایایی و قابلیت اعتماد پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. روایی صوری پرسش‌نامه توسط اساتید محترم، نخبگان و متخصصان مورد بازنگری و تایید قرار گرفت و برای تعیین قابلیت اعتماد پرسش‌نامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که میزان آن برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه در جدول آمده است. همچنین برای هر سازه دو شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE^1) و پایایی ترکیبی (CR^2) به ترتیب برای اندازه‌گیری روایی و پایایی سازه‌ها محاسبه شد. شاخص AVE نشان می‌دهد که چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تاثیر نشانگرهای آن سازه بوده است. از شاخص AVE برای سنجش روایی سازه استفاده می‌شود و از آن تحت عنوان روایی همگرا^۳ نیز یاد می‌شود. محققان مقدار ۰/۵ به بالا را برای مناسب بودن این شاخص تعیین نموده‌اند. با توجه به شاخص میانگین واریانس استخراج شده، مقادیر بالاتر از ۰/۵ نشان از روایی مناسب سازه‌های مورد بررسی دارد. برای تعیین پایایی سازه‌ها در این تحقیق از روش پایایی مرکب (CR) استفاده شد که ضرایب آن برای سازه‌هایی که مقدار CR آنها بالاتر از مقدار ۰/۷ باشند، پایایی قابل قبولی را نشان می‌دهد و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، پایایی آن بیشتر است (شوماخر و لومکس، ۱۳۸۸). لذا شاخص‌های فوق به همراه بررسی معنی‌داری بارهای عاملی جهت تائید مناسبیت نشانگرهای سازه‌ها مورد استفاده قرار گرفتند. با توجه به نتایج جدول (۱) می‌توان گفت که پرسش‌نامه تحقیق از روایی و پایایی قابل قبولی

^۱. Average Variance extracted

^۲. Composite Reliability

^۳. Convergent Validity

۳۴ / آزمون اثر مدافله‌گری (رابطه بین کارآفرینی سازمانی با ...

برخوردار می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ و همچنین نرم‌افزار AMOS^{۲۰} با استفاده از الگوسازی معادلات ساختاری انجام شد. شایان ذکر است مدل‌سازی معادلات ساختاری به منزله روش کمی تلقی می‌شود که می‌توان آن را در محاسبه موارد گوناگونی همچون رگرسیون ساده، رگرسیون چند متغیره، تجزیه و تحلیل واریانس، تجزیه و تحلیل کواریانس، تحلیل گروه‌های چندگانه و تجزیه و تحلیل مولفه‌های اصلی به کار گرفت و از طریق آن، مدل‌های مختلف را آزمود.

جدول ۱- بررسی ثبات و سازگاری درونی سازه‌های تحقیق

بررسی سازگاری درونی (پایایی) مقیاس‌های تحقیق					بررسی ثبات سازه‌های مقیاس‌های تحقیق			مقیاس		
میانگین مجذور واریانس مشترک ASV	حداکثر مجذور واریانس مشترک MSV	میانگین واریانس استخراجی AVE	پایایی سازه CR	مقدار آلفای کزنباخ	آزمون t-z زوجی p-value	ضریب همبستگی درون‌خوشه‌ای ICC	ضریب همبستگی پرسون	تعداد سوالات	نام سازه	
۰,۴۲۹	۰,۵۶۳	۰,۷۸۰	۰,۹۳۴	۰/۹۳	۰/۴۵	۰/۸۲	۰/۸۹	۱۰	مالی Financial (FP)	عملکرد سازمانی
۰,۲۹۶	۰,۳۲۷	۰,۶۸۴	۰,۹۳۷	۰/۹۴	۰/۲۵	۰/۷۸	۰/۷۱	۸	غیرمالی Non-Financial (NFP)	Organizational performance (ORp)
					۰/۴۰	۰/۸۲	۰/۸۵	۱۸	کل	

ماخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۱- بررسی ثبات و سازگاری درونی سازه‌های تحقیق

بررسی سازگاری درونی (پایایی) مقیاس‌های تحقیق					بررسی ثبات سازه‌های مقیاس‌های تحقیق			مقیاس		
میانگین مجذور واریانس مشترک ASV	حداکثر مجذور واریانس مشترک MSV	میانگین واریانس استخراجی AVE	پایایی سازه CR	مقدار آلفای کرونباخ	p-value آزمون t-زوجی	ضریب همبستگی درون‌خوشه‌ای ICC	ضریب همبستگی پیروسون	تعداد سوالات	نام سازه	
۰,۵۶۲	۰,۵۸۷	۰,۹۶۶	۰,۹۹۵	۰/۹۸	۰/۳۲	۰/۸۲	۰/۸۵	۲۱	عوامل ساختاری (SC) (OE structural factors)	کارآفرینی سازمانی organizational entrepreneurship (OES)
۰,۵۶۴	۰,۵۹۱	۰,۹۱۶	۰,۹۸۵	۰/۹۸	۰/۲۲	۰/۷۵	۰/۷۹	۱۲	عوامل رفتاری (bc) (OE behavioral factors)	
۰,۵۸۷	۰,۶۰۵	۰,۹۳۲	۰,۹۸۶	۰/۹۹	۰/۳۱	۰/۷۹	۰/۸۱	۸	عوامل محیطی (ICO) (E environmental factors)	
					۰/۲۹	۰/۷۹	۰/۸۲	۴۱	کل	

ماخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۱- بررسی ثبات و سازگاری درونی سازه‌های تحقیق

بررسی سازگاری درونی (پایایی) مقیاس‌های تحقیق					بررسی ثبات سازه‌های مقیاس‌های تحقیق			مقیاس	
میانگین مجذور واریانس مشترک ASV	حداکثر مجذور واریانس مشترک MSV	میانگین واریانس استخراجی AVE	پایایی سازه CR	مقدار آلفای کربنخ	p-value آزمون t-زوجی	ضریب همبستگی درون‌سازه‌ای ICC	ضریب همبستگی پیروسون	تعداد سوالات	نام سازه
۰,۴۳۴	۰,۵۹۰	۰,۸۰۶	۰,۹۴۳	۰/۹۴	۰/۴۱	۰/۸۱	۰/۸۴	۲۶	سرمایه رابطه‌ای (RSC) relational capital
۰,۳۸۳	۰,۵۰۶	۰,۸۰۸	۰,۹۴۳	۰/۹۴	۰/۱۲	۰/۶۵	۰/۷۳	۶	سرمایه ساختاری (SSC) structural capital
۰,۴۳۴	۰,۵۹۰	۰,۸۰۶	۰,۹۴۳	۰/۹۴	۰/۳۸	۰/۸۱	۰/۸۵	۳	سرمایه شناختی (CSC) cognitive capital
					۰/۳۲	۰/۷۸	۰/۷۹	۳۵	کل

ماخذ: یافته‌های تحقیق

در پژوهش حاضر، برای بررسی میزان تاثیر کارآفرینی سازمانی و مولفه‌های آن بر متغیر وابسته سرمایه اجتماعی از مدل رگرسیونی استفاده شد. همچنین در بخش اصلی پژوهش، برای آزمون اثر مداخله‌گری (تعدیل‌کنندگی) متغیر جنسیت در رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی، تکنیک تحلیل گروه‌های چندگانه به کار گرفته شد. این تکنیک برخلاف روش‌های معمول مانند آزمون t که فقط امکان مقایسه گروه‌ها را بر حسب یک متغیر خاص فراهم می‌کند و به پژوهشگر

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۳۷

اجازه می‌دهد، ضمن بررسی رابطه بین دو متغیر، برای گروه‌های مختلف متغیر تعدیل‌گر به صورت جداگانه، روابط بین متغیرها بر اساس گروه‌بندی متغیر تعدیل‌گر را نیز مقایسه کند. در این روش، معمولاً دو مدل شامل: مدل اولیه که در آن همه پارامترها برای گروه‌های مختلف در نظر گرفته می‌شود (مدل غیریکسان یا مغایر)، و مدلی که فارغ از هرگونه محدودیت و کاملاً یکسان برای هر دو گروه در نظر گرفته می‌شود (مدل یکسانی) مبنای مقایسه قرار می‌گیرند، تفاوت در مقدار کای اسکویر ($\Delta\chi^2$) دو مدل، اساس اندازه‌گیری تفاوت در مدل‌های مختلف است، بدین نحو که در صورت معناداری تفاوت در کای اسکویر، نقش تعدیل‌کنندگی متغیر بررسی شده تایید می‌شود. در نهایت، برای آزمون درست بودن مدل‌ها و برازش آنها با داده‌های میدانی، از شاخص‌های مختلف برازش استفاده شد که در جدول ۲ به این شاخص‌ها و سطح قابل قبول آنها اشاره شده است.

جدول ۲- شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری تحقیق

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/10$

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج و بحث

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش نشان داد که، میانگین سنی نمونه مورد مطالعه ۳۷/۹ سال است. از نظر وضعیت تاهل ۶۹/۵ درصد از آنها متاهل و ۳۰/۵ درصد نیز مجرد بودند. از نظر سابقه کار نیز فقط ۲۳/۴ درصد افراد مورد مطالعه دارای سابقه کار بیش از ۱۵ سال بودند. همچنین ۲۶ درصد نمونه آماری دارای مدرک تحصیلی در مقطع دکترا، ۷۴ درصد نمونه آماری در مقطع کارشناسی ارشد و کارشناسی می‌باشند.

مدل ساختاری کلی

مدل ساختاری در واقع مدل کلی تحقیق است و روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را نشان می‌دهد. بر این اساس، در تحقیق حاضر مدل ساختاری بیانگر رابطه مستقیم متغیر کارآفرینی سازمانی با متغیر وابسته سرمایه اجتماعی است (شکل شماره ۲). یافته‌های تحقیق در خصوص برازش نیکویی

۳۸ / آزمون اثر مدافله‌گری (رابطه بین کارآفرینی سازمانی با ...

مدل نشان داد که هر چند مدل برآورد شده بر اساس شاخص کای اسکور از برازش نیکویی مناسبی برخوردار نیست، بر اساس سایر شاخص‌ها، برازش نیکویی قابل قبولی داشت (جدول ۳).

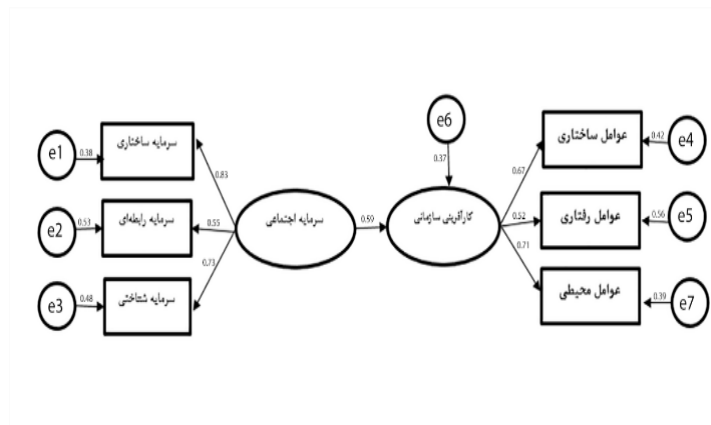
جدول ۳- ارزیابی شاخص‌های برازش نیکویی در مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	χ^2 (df, ρ)	$\frac{x^2}{df}$	IFI	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
مقادیر به دست آمده	۶۷/۵۹۷ (۰/۰۰۰, ۳۶)	۲/۰۵۹	۰/۹۵۷	۰/۹۶۱	۰/۹۷۶	۰/۹۴۶	۰/۰۶۳

ماخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که از شکل ۲ پیداست، متغیر سرمایه اجتماعی و سه مولفه آن حدود ۳۷ درصد از واریانس متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی را تبیین کرده‌اند.

شکل ۲- مدل ساختاری کلی پژوهش بر اساس ضرایب استاندارد



جدول ۴- نتایج و ضرایب رگرسیونی بر اساس مدل ساختاری

فرضیه تحقیق	مقدار غیر استاندارد	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
کارآفرینی سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰/۵۳۷	۰/۰۶۷	۰/۵۷۷	۸/۶۵۹	۰/۰۰۰

ماخذ: یافته‌های تحقیق

همان گونه که قبلا نیز اشاره شد، بر اساس مبانی تئوری و ادبیات پژوهش، فرضیه اصلی این پژوهش آزمون اثر مداخله گری در رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی بود. نتایج حاصل از تحلیل گروه‌های چندگانه نشان داد که متغیرهای مدیریت دانش ۳۰۳/، چابکی سازمانی ۳۰۷/، مدیریت استعداد ۳۰۸/، اخلاق کاری ۳۱۱/، کیفیت زندگی کاری ۳۱۴/، تعهد سازمانی ۳۲۴/، انگیزش شغلی ۳۵۶/، هویت سازمانی ۳۰۲/، سکوت سازمانی ۳۳۹/ و هوش فرهنگی ۳۰۵/ محاسبه شده است که با بررسی توسط آزمون سوبل می‌توان گفت میانجی‌گری متغیرهای مدیریت دانش، چابکی سازمانی، مدیریت استعداد، اخلاق کاری، کیفیت زندگی کاری، تعهد سازمانی، انگیزش شغلی، هویت سازمانی، سکوت سازمانی و هوش فرهنگی در رابطه بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی مورد تأیید قرار می‌گیرد ($t > 1/96$).

همچنین نتایج حاصل از تحلیل گروه‌های چندگانه نشان داد که مدل مبتنی بر فرض متفاوت بودن (مدل غیریکسانی) رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی در بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور از برازش نیکویی بهتری در مقایسه با مدل مبتنی بر فرض یکسان بودن (مدل یکسانی) رابطه برای دو گروه برخوردار است. نتایج به دست آمده در خصوص شاخص‌های برازش نیکویی برای مدل‌های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی روابط در میان دو گروه مطالعه شده در جدول ۵ نشان داده است. بر این اساس، هر چند مقدار کای اسکویر برای هر دو مدل معنادار است و هر دو مدل بر مبنای این شاخص برازش خوبی نداشتند، مدل مبتنی بر غیریکسان بودن روابط بین دو گروه دارای کای اسکویر کوچک‌تر و بر اساس سایر شاخص‌ها از برازش بهتری برخوردار بود (جدول ۵). همچنین با توجه به معنادار بودن تفاوت کای اسکویر برای دو مدل به دست آمده (۶۱،۸۷۸) با درجه آزادی ۲۱ (جدول ۵)، فرض مبتنی بر بهتر و مناسب بودن مدل غیریکسانی رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی در میان گروه مطالعه شده، تأیید شد. افزون بر این، کوچک بودن شاخص مقایسه مدل‌ها، یعنی معیار اطلاعات آکائیک (AIC)^۱، برای مدل غیریکسانی روابط در میان دو گروه (۲۰۹/۹۱۷) در برابر مقدار این شاخص برای مدل یکسانی رابطه (۲۲۹/۷۹۵) نشان‌دهنده برازش نیکویی بهتر مدل غیریکسانی روابط بود.

۱. Akaike Information Criterion

۴. / آزمون اثر مدافله‌گری (رابطه بین کارآفرینی سازمانی با ...

جدول ۵- خلاصه شاخص‌های برازش نیکویی برای مدل‌های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی رابطه

AIC	RMSE A	CFI	AGF I	GFI	IFI	$\frac{\chi^2}{df}$	$\chi^2 (df, p)$	مدل
۹۱۷ ۲۰۹	۰/۰۵۸	۰/۹۴۶	۰/۹۶۶	۰/۹۲۶	۰/۹۴۷	۱/۷۵۹	۱۳۵/۹۱۷ (۶۸) (۰/۰۰۰)	مدل غیر یکسان بودن رابطه
۷۹۵ ۲۲۹	۰/۰۶۷	۰/۸۸۲	۰/۹۲۶	۰/۸۹۳	۰/۹۱۱	۲/۰۸۴	۱۸۷/۷۹۵ (۸۹) (۰/۰۰۰)	مدل یکسان بودن رابطه

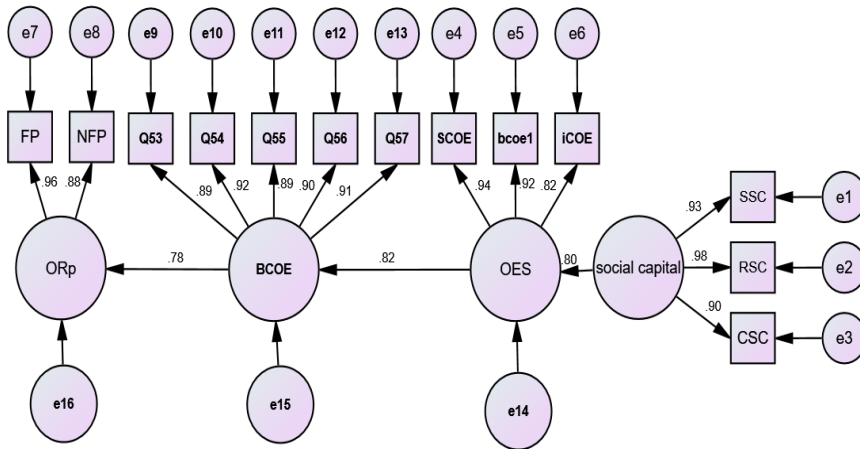
ماخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۶- مقایسه مدل‌ها (با فرض اصلی بهتر بودن مدل غیریکسانی رابطه برای دو گروه)

Sig	Df	χ^2	مدل
۰/۰۰۰	۲۱	- ۱۸۷/۷۹۵ ۱۳۵/۹۱۷=۶۱/۸۷۸	مدل یکسان بودن رابطه

ماخذ: یافته‌های تحقیق

همان گونه که در شکل ۳ و ۴ و جدول ۶ مشاهده می‌شود، یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه متغیر تعدیل‌گر و سرمایه اجتماعی برای بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور معنادار است (جدول ۶). بنابراین، براساس معیاری که هیر و همکاران (۲۰۱۰) پیشنهاد کردند، فرض اثر مداخله‌گری / تعدیل‌کنندگی متغیرها در رابطه بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی بخش درمان در این پژوهش تایید شد.



شکل ۳- مدل مفهومی تحقیق اجرا شده به همراه بارهای عاملی استاندارد

همچنین بررسی معنی داری ضرایب مسیر مربوط به اثرهای مستقیم با توجه به مدل مفهومی آزمون بوت استرپ نشان می دهد که اثر کل سه سازه سرمایه اجتماعی (SC)، کارآفرینی سازمانی (OES) و ایجاد کارآفرینی سازمانی (BCOE) بر سازه عملکرد سازمانی (ORp) معنی دار است ($p < 0/01$) و در بین این سه متغیر اثر سازه ایجاد کارآفرینی سازمانی (BCOE) بر عملکرد سازمانی بزرگترین و بعد از آن به ترتیب اثر سازه های کارآفرینی سازمانی (OES) و سرمایه اجتماعی (SC) بزرگترین اثرات معنی دار بر سازه عملکرد سازمانی را دارند.

جدول ۷- بررسی معنی داری ضرایب مسیر مربوط به اثرهای مستقیم، غیرمستقیم و کل با توجه به مدل مفهومی

P-value	خطای استاندارد برآورد	برآورد بار عاملی استاندارد	اثر			
			BCOE	---	ORp	
<0,01	0,052	0,784	BCOE	---	ORp	اثر مستقیم
<0,01	0,1	0,51	SC	---	ORp	
<0,01	0,085	0,642	OES	---	ORp	اثر غیرمستقیم
<0,01	0,052	0,784	BCOE	---	ORp	
<0,01	0,1	0,510	SC	---	ORp	اثر کل
<0,01	0,085	0,642	OES	---	ORp	

ماخذ: یافته های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

دنیای رقابتی و متغیر کنونی یکی از مهمترین اهداف سازمان، کسب مزیت رقابتی پایدار از طریق ایجاد جو نوآوری و کارآفرینی در سازمان است. کارآفرینی یک شاخصه درونی برای افراد است ولی تمام افرادی که دارای شخصیت کارآفرین هستند، نمی‌توانند در مرحله عملی کارآفرینان موفق شوند. موفقیت در کارآفرینی برای این افراد تنها زمانی رخ می‌دهد که دارای سرمایه اجتماعی بالای بوده و بتوانند با استفاده از سرمایه اجتماعی خود در تعاملات و کنش‌های اجتماعی به موفقیت شایانی در امر کارآفرینی نائل شوند. با وجود اینکه امروزه تحقیقات زیادی اهمیت کارآفرینی سازمانی را مورد توجه قرار داده‌اند. اما در عمل مشاهده می‌شود، بسیاری از سازمان‌ها برای ایجاد یک سازمان کارآفرین با موانع گوناگونی روبرو می‌شوند. یکی از این موانع سازمانی که کمتر مورد توجه قرار گرفته عدم توجه به سرمایه اجتماعی به عنوان یک تسهیل‌کننده و محرک برای ایجاد سازمان کارآفرین است. سازمان تأمین اجتماعی یکی از سازمان‌های بسیار مؤثر و پیچیده می‌باشد که توسعه پایدار در کشور بدون داشتن یک سازمان تأمین اجتماعی قدرتمند، به سختی ممکن می‌باشد. در این راستا، یکی از مهمترین عوامل که سرمایه‌های اصلی سازمان تأمین اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند و می‌توانند نقش به‌سزایی در بهره‌وری این سازمان ایفا کنند، منابع انسانی هستند. نظام تأمین اجتماعی و رفاه اجتماعی یکی از پیوندهای مهم عمودی میان دولت و جامعه و سرمایه اجتماعی بیانگر ارتباطات افقی در جامعه است. نظر به جایگاه و نقش سازمان تأمین اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین و بزرگترین نهاد بیمه‌گذار در کشور و به منزله مهم‌ترین ابزار و یکی از اهداف غایی سیاست‌گذاری توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره می‌باشد. در تأمین اجتماعی که هدف اصلی آن ارتقاء، اصلاح و بهبود مستقیم کیفیت، ارائه خدمات و استقرار نظام سلامت می‌باشد و با توجه به اینکه خلاقیت، آینده‌نگری، کارآفرینی و ریسک‌پذیری از جمله ویژگی‌های خاص مد نظر مدیران می‌باشد برای درک اهمیت موضوع سرمایه اجتماعی در حوزه تأمین اجتماعی باید به نقش و جایگاه تأمین اجتماعی در برنامه‌های توسعه کشور توجه کرد.

نتایج این تحقیق نشان داد بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی با توجه به نقش میانجی متغیرهای (مدیریت دانش، چابکی سازمانی، مدیریت استعداد، اخلاق کاری، کیفیت زندگی کاری، تعهد سازمانی، انگیزش شغلی، هویت سازمانی، سکوت سازمانی و هوش فرهنگی) در بخش درمان

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۴۳

سازمان تأمین اجتماعی در شمال کشور رابطه معنی‌داری وجود دارد که با نتایج سایر مطالعات از جمله (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۷، فرزانه، ۱۳۹۳، صمدی میارکلایی، ۱۳۹۵) همخوانی دارد.

افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان می‌تواند به توسعه اقتصادی کمک نماید و باعث به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روحیه تعاون (درون سازمانی، بین سازمانی و مشتریان و شرکا)، کاهش نرخ جا به جایی، کاهش هزینه‌های استخدام، کمک به آموزش، ابقای دانش سازمانی، کاهش تغییرات نیروی کار، افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمانی و درک مشتری و غیره می‌شود. کاهش نسبی اعتماد کارکنان نسبت به مسئولان باعث کاهش تشریک مساعی کارکنان و همچنین انصراف آنان از مشارکت با زیردستان و نتیجه آن بی تفاوتی و بی انگیزشی افراد و کارکنان می‌شود و این عدم همکاری‌های اداری، داوطلبانه و آگاهانه ناشی از پایین بودن سطح سرمایه اجتماعی می‌باشد. که این عدم اعتمادها باعث بالا رفتن هزینه تبادلات و تعاملات فی مابین می‌شود که اعتماد متقابل نقش زیادی در تسهیل فرآیندها می‌شود. علی‌رغم تلاش‌های صورت گرفته در راستای توسعه همه جانبه مراکز تابعه مدیریت درمان (تأمین اجتماعی، بیمارستان‌ها، درمانگاه‌ها و ...) و از طرفی نیازهای فراوان و نامحدود بیمه شدگان، بیماران و جامعه تحت پوشش سازمان باتوجه به دلایلی از قبیل محدودیت مالی، محدودیت سازمان، وجود رقبای قدرتمند وابسته به دولت، محدودیت منابع انسانی در پاسخ‌گویی به نیازهای فعلی و آتی مشتریان و تعهدات ایجادی توسط مراجع غیرسازمانی، همچنان با مشکلات فراوانی مواجه هستند که این امر به نوبه خود باعث برجسته شدن مشکلات در سازمان شده است و این نیز به مراتب باعث به وجود آمدن چالش‌های نوظهور گردیده است. بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی یکی از مهم‌ترین بخش‌های این سازمان است و دارای تنوع زیادی از لحاظ مسئولیت‌ها و کارهای قابل انجام می‌باشد. همچنین از آنجایی که سیل وسیعی از افراد مختلف با پیش زمینه‌های گوناگون در این بخش در حال تعامل هستند، لذا سرمایه اجتماعی می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای در بهبود عملکرد این بخش ایفا نماید. در عصر حاضر که تغییر و تحولات محیطی یکی از مهم‌ترین چالش‌های فراوری سازمان‌ها به‌شمار می‌رود، بهره‌گیری مناسب از استعدادها و توانایی‌های افراد در تدوین چارچوب‌ها و الگوهای فکری جدید، شناسایی نیازهای واقعی مشتریان و بهبود مستمر خدمات و فرآورده‌های تولیدی، اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. سازمانها برای مؤثر بودن، نیاز به افرادی آینده‌نگر دارند که بدانند چه کارهایی باید انجام شود تا بتوانند به راحتی با کسانی که گوش به زنگ تحولات هستند ارتباط برقرار کرده، خود و سازمانشان

را برای رویارویی با چالش‌های فردا آماده کنند. راه‌حل مشکلات آینده در استفاده از ابزارهایی نیست که به آنها عادت کرده‌ایم بلکه در ابزارهایی مانند تشویق و حمایت مدیریت عالی از فعالیت‌های خلاق و نوآور کارکنان است که تاکنون کمتر از آنها استفاده شده است.

سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و با اجرای چند طرح کارآفرینانه به رقبای چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینه خود فائق آیند، بلکه باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان از چنین روحیه کارآفرینانه‌ای بهره‌مند شده و بتوانند به راحتی و به‌طور فردی یا گروهی، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا در آورند. از این‌رو باید فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان‌ها ترویج داد و روحیه کارآفرینی را در تصمیم‌گیرندگان و کارکنان سازمان پرورش و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان حاکم گردانید. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرآیند کارآفرینی سازمانی است. بنابراین با استفاده از سرمایه اجتماعی می‌توانیم متوجه شویم که چرا یک سازمان یا مجموعه به صورت موفقیت‌آمیز حرکت می‌کند و چرا سازمانی در مسیر شکست قرار دارد. سرمایه اجتماعی بر همکاری و هماهنگی نیروهای انسانی سازمان و هنجارهایی که همکاری و هماهنگی در سازمان را افزایش می‌دهند، تأکید دارد.

پیشنهادهای

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی و اقتصاد، سرمایه اجتماعی نیز مورد توجه بسیار زیاد محققان علوم اجتماعی و انسانی قرار گرفت، سرمایه اجتماعی یا ابعاد معنوی و اجتماعی سلامت یک سازمان و جامعه می‌تواند از طریق تشویق افراد به همکاری و مشارکت در تعاملات اجتماعی و سازمانی، به حل آسیب‌های اجتماعی و سازمانی کمک شایانی کند و به حرکت روبه جلوی سازمان‌ها به سمت رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی شود. بر این اساس و از طرفی، همان‌طور که نتایج فرضیه‌ها نشان داد، میان کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد، یعنی می‌توان دریافت با افزایش میزان سرمایه اجتماعی در سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی نیز به همان نسبت افزایش می‌یابد. پس می‌توان با بهبود سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی را نیز بهبود بخشید، از این نظر به مدیران بخش درمان تأمین اجتماعی شمال کشور پیشنهاد می‌شود بیش از گذشته به تقویت و بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی در این بخش بپردازند.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۴۵

یکی از روش‌هایی که می‌توان سرمایه اجتماعی را تحت تاثیر قرار داد، افزایش فرآیند اعتمادسازی میان کارکنان است، پس مدیران سازمانی باید تلاش خود را برای اعتمادسازی میان کارکنان و واحدهای کاری افزایش دهند که این امر نیز در سایه ایجاد روابط مستمر و به تدریج می‌گیرد. مدیران سازمان‌ها می‌توانند با حمایت‌های مادی و معنوی خود برای افرادی که به صورت گروهی در امور مختلف حضوری فعالانه دارند، شرایط را برای توسعه کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی فراهم کنند، این شرایط می‌تواند با تقدیم تقدیرنامه‌ها از طرف مدیریت سازمان، تشویق در حضور همکاران یا در نظر گرفتن پاداش‌های مالی در قبال فعالیت‌های خارج از وظایف روزمره و رفتار شهروندی سازمانی آنان نیز انجام گیرد.

- Ahmadi, Ibrahim; Alirezaif Mohammad (۱۳۹۹). Study of the Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship (Case Study: NAJA Headquarters Support Command), Central Law Enforcement Science Quarterly, No. ۳۱, pp. ۱۱-۴۰. (persian)
- Ahmadi, Seyed Ali Akbar; Faizabadi, Houria (۱۳۹۰). Investigating the promotion of social capital on improving the performance of the organization (Case study: Tehran Municipality headquarters organizations), Public Management, ۳ (۶), ۳۵-۸۸. (persian)
- Ahmadpour, Amir; Arab, Fatima; Shahraki, Mohammad Reza (۱۳۹۸). Investigating the Effect of Social Capital Components on the Entrepreneurial Behavior of Women Members of Rural Cooperatives in Mazandaran Province, Rural Research and Planning, Volume ۸, Number ۳ (۲۶), ۴۵-۵۸. (persian)
- Asadi, Navid; Moradi, Aram (۱۳۹۲). Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth. Journal of Management and Physiology of Northern Sports, Volume ۱, Number ۲, pp. ۲۹-۴۳. (persian)
- Asadi, N; Moradi, A.; (۲۰۱۳) A Study of the Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth, Journal of North Sports Management and Physiology, ۱ (۲), ۲۹-۴۳. (persian)
- Khairandish, Mehdi; Jamshidi, Hamza (۱۳۹۵). The effect of social capital on organizational entrepreneurship mediated by job motivation, Scientific Journal of Social Capital Management, ۳ (۱), ۴۳-۶۸. (persian)
- Rahmani, Timur, Amiri, Meysam. (۱۳۸۶). Investigating the effect of trust on economic growth in Iranian provinces by spatial econometric method. Journal of Economic Research, ۴۲ (۱). (persian)
- Rajabi Farjad, Hajieh; Mining, Rozita. (۱۳۹۸). The effect of social capital on organizational entrepreneurship with the mediating role of organizational capacity (Case study: Quality and Standard Inspection Company). Standard and Quality Management, ۹ (Fall), ۲۳-۳۴. (persian)
- Samadi Miarkalai, Hossein; Samadi Miarkalai, Hamzeh; Bastami, Massoud; Gholami Awati, Ramadan (۲۰۱۵). The Impact of Social Capital on the Development of Organizational Entrepreneurship Process of - Mazandaran Post Office Employees. Social Capital Management, Volume ۳, Number ۳, pp. ۳۹۱-۴۱۳. (persian)
- Sharifian Thani Maryam. Social capital: main concepts and theoretical framework. Social Welfare, ۲۰۰۱; ۱ (۲): ۱۸-۵. (persian)
- Schumacher, Randalay; Lumax, Richardji (۱۳۸۸). Introduction to Structural Equation Modeling, translated by Vahid Ghasemi, Tehran, Sociologists (persian)
- Taherizadeh, Asia; Mirghfour, Habibollah; Naser Sadrabadi, Alireza (۱۳۹۷). The Relationship between Social Capital, Organizational Entrepreneurship and Organizational Performance Using Structural Equation Modeling Approach: Case Study, Health Management Quarterly, ۲۱ (۷۲): ۷۹-۷۷. (persian)
- Rabiee, Ali; Sadeghzadeh, Hakimeh (۲۰۱۱), A Study of the Relationship between Social Capital and Entrepreneurship, Social Welfare, ۱۱ (۴۱): ۲۲۲-۱۹۱. (persian)
- Rajabi Farjad, Hajieh; Mining, Rozita (۱۳۹۸). The Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship with the Mediating Role of Organizational Capacity (Case

- Study: Quality and Standard Inspection Company), Standard and Quality Management, 9 (Fall), ۲۳-۳۴. (persian)
- Rezaei, R.; Darshi, R; (۱۳۹۲). Investigating the Role of Social Capital Components in Entrepreneurship in Agricultural Jihad Organization, Public Management, ۵ (۳), ۶۲-۴۳. (persian)
 - Dihimpour, Mehdi (۱۳۹۸). The Impact of Organizational Transparency on Controversy-Outcome Management Mediated by Social Capital, Management Studies (Improvement and Transformation), ۲۸ (۹۴), ۳۹-۶۲. (persian)
 - Gholi pour, R; Madhoshi, M; Jafarian, Vahid (۱۳۸۷). Analysis of Relationship and the Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship, A Case Study in Sadid Industrial Group, Journal of Management Culture, Year ۶, No. ۱۷, ۱۱۱. (persian)
 - Namdar Joyimi, Ehsan; Ismailian, Hassan; Roshan, Seyed Aligholi (۱۳۹۹). The relationship between social capital and entrepreneurship with regard to the mediating role of organizational innovation capabilities (faculty members of the University of Tehran), Development Strategy, No. ۶۲, pp. ۱۰۰-۱۴۰. (persian)
 - Montazeri, Mohammad; Pasandipour, Neda; Alirezaei, Assadollah (۱۳۹۵). The Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Small and Medium Businesses of Sirjan Special Economic Zone), Scientific Journal of Social Capital Management, ۳ (۴), ۵۸۳-۶۰۵. (persian)
 - Yadolah Farsi, J; Dear pilgrim, a; Khastar, H. (۱۳۸۸). Investigating the Relationship between Organizational Structure and Organizational Entrepreneurship, Entrepreneurship Development, ۲ (۵), ۵۵-۸۰. (persian)
 - Awang A, Ariffin Ahmad Z, Said Asghar A & Anwar Subari K. Entrepreneurial orientation among bumiputera small and medium agrobased enterprises (BSMAEs) in West Malaysia: Policy implication in Malaysia. International Journal of Business and Management, ۲۰۱۰; ۵(۶): ۱۳۰-۴۳. (persian)
 - Alpkhan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G. & Kilic, K. (۲۰۱۰). Organizational support for entrepreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. Management Decision, ۴۸(۵), ۷۳۲-۷۵۵. (persian)
 - Benson, H. (۱۹۹۸). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican micro entrepreneurs. Business Venturing, ۱۳, ۲۷۱-۲۹۴. (persian)
 - Bolino, M., Turnley, W. & Bloodgood, J. (۲۰۰۲). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, ۲۷(۴), ۵۰۵- ۵۲۲. (persian)
 - Caruana, A., Ewing, T.M. and Ramaseshan, B (۲۰۰۲), "Effects of some environmental challenges and centralization on the entrepreneurial, Journal of Knowledge Management, ۲۰(۱), ۵۲۱-۵۳۵. (persian)
 - Calisto, Maria de Lurdes & Sarkar, Soumodip, ۲۰۱۷. "Organizations as biomes of entrepreneurial life: Towards a clarification of the corporate entrepreneurship process," Journal of Business Research, Elsevier, vol. ۷۰(C), pages ۴۴-۵۴. (persian)
 - Chih-Hsing ,L. & Tingko, L. (۲۰۱۵). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. International Journal of Hospitality Management, ۴۶(۳), ۱۳۸-۱۵۰. (persian)
 - Cristina, I., Cristina, A. & Lorea, N. (۲۰۱۵). How to foster shared innovation within SMEs' networks: Social capital and the role of intermediaries. European Management Journal, ۳۳(۵), ۱۰۴-۱۱۵. (persian)

- Doh, S. & Edmund, J. Z. (۲۰۱۱). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*, ۵(۱۲), ۴۹۶۱-۴۹۷۵. (persian)
- Ellinger A, Findley Musgrove C, Ellinger A, Bachrach D, Elmadağ Baş A, Wang Y. Influences of organizational investments in social capital on service employee commitment and performance. *Journal of Business Research*, ۲۰۱۳; ۶۶ (۸): ۱۱۲۴-۳۳. (persian)
- Höglund L. Entrepreneurship in established firms from a strategic entrepreneurship perspective. *Studies in industrial renewal*, ۲۰۱۱:۳۱۷.
- Hough, J. & Scheepers, R. (۲۰۰۸). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*, ۳(۱), ۱۷- ۲۵.
- Jha, A. & Cox, J (۲۰۱۵). "Corporate Social Responsibility and Social Capital", *Journal of Banking & Finance*, ۶۰, pp. ۲۵۲-۲۷۰.
- Lin, S. & Yin-Mei, H. (۲۰۰۵). The role of social capital in the relationship between human capital and career mobility. *Journal of Intellectual Capital*, ۶(۲), ۱۹۱- ۲۰۵.
- Lui, C. H. & Lee, T. (۲۰۱۵). "Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management", *International Journal of Hospitality Management*, ۴۶, pp. ۱۳۸-۱۵۰.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (۱۹۹۶). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, ۲۱, ۱۳۵-۱۷۲
- Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (۱۹۹۸). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, ۲۳(۲), ۲۴۲-۲۶۶.
- Pennings, J.M., Lee, K. & Van Witteloostuijn, A. (۱۹۹۸). Human capital, social capital, and firm dissolution. *Academy of Management Journal*, ۴۱, ۴۲۵-۴۴۰.
- Putnam, R. D. (۱۹۹۵). "Tuning in, Tuning out: The Strange disappearance of social Capital in America", *Political Science and Politics*, Vol. ۲۸, No. ۴.
- Quinn, J. B (۱۹۸۵), "Managing innovation: Controlled chaos", *Harvard Business Review*, ۶۳(۵), ۷۳-۸۴.
- Sebora, T.C. & Theerapatvong, T. (۲۰۱۰). Corporate entrepreneurship: A test of external and internal influences on managers' idea generation, risk taking, and proactiveness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۶ (۳), ۲۳۱-۲۵۰.
- Zahra, S (۱۹۹۳), "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach", *Journal of Business Venturing*, ۸(۴), ۳۱۹-۴۰.
- Zahra, S.A. & Garvis, D.M. (۲۰۰۰). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility. *Journal of Business Venturing*, ۱۵, ۴۶۹-۴۹۲.
- Zahra, S (۱۹۹۰), "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach", *Journal of Business Venturing*, Vol. ۸, No. ۴, pp. ۳۱۹-۴۰.

**Testing the effect of the intervention on the relationship between
organizational entrepreneurship and social capital
(Case study: Treatment Department of the Social
Security Organization of the North)**

Zahra Burgai^۱, Parviz Saeedi^۲ and Roohallah Samiee^۳

Abstract

The main purpose of this study is to provide an organizational entrepreneurship model with emphasis on social capital in the treatment department of the Social Security Organization in the north of the country. This research was conducted by survey method and the statistical population of the research includes experts in the treatment department of the Social Security Organization in the north of the country, of which ۱۴۶ people were selected as the research sample. A researcher-made questionnaire was used to collect data. The content validity of the questionnaire was confirmed by experts and specialists. Also, to determine the reliability of the research tool, a pre-test was performed in which the calculated Cronbach's alpha value was appropriate for the main scales of the questionnaire. The collected data were analyzed using the multivariate structural equation modeling technique. Findings showed that between social capital and organizational entrepreneurship due to the mediating role of variables (knowledge management, organizational agility, talent management, work ethic, quality of work-life, organizational commitment, job motivation, organizational identity, organizational silence, and cultural intelligence) There is a significant relationship in the treatment department of the Social Security Organization in the north of the country.

Keyword: Organizational Entrepreneurship, Social Capital and Social Security.

^۱Ph.D. Candidate of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Aliabad Katul Branch, Golestan, Iran.

^۲Corresponding Author, Associate Professor, Management and Accounting Group, Islamic Azad University, Aliabad Katul Branch, Golestan, Iran. Email Address: Dr.parvizsaeedi@yahoo.com.

^۳Assistant Professor, Management and Accounting Group, Islamic Azad University, , Aliabad Katul Branch, Golestan, Iran.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۵۱-۷۰

بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و تأثیرات اجتماعی بر قصد

استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه

فاطمه نصیرزاده^۱ و مسعود گودرزی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۱۹

چکیده

رشد فراگیر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تأثیر بسیار زیادی بر صنعت بانکداری داشته است. ارائه خدمات بانکی به مشتریان از طریق تلفن همراه یکی از جدیدترین این فن‌آوری‌هاست. بر این اساس در این پژوهش قصد بر این است تا تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و تأثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک در مشتریان بانک ملی مبارکه بررسی شود. جامعه آماری مشتریان بانک ملی مبارکه است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر که بر اساس روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور اندازه‌گیری متغیرها از پرسش‌نامه استاندارد استفاده شد. روایی پرسش‌نامه به صورت تشخیصی، همگرا و واگرا و پایایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS انجام گرفت. نتایج نشان داد که سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و تأثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک تأثیر مثبت و معناداری داشته است.

کلمات کلیدی: ریسک درک‌شده، سودمندی، تأثیرات اجتماعی و قصد خرید.

^۱ - نویسنده مسئول، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاداسلامی، اصفهان، ایران.

آدرس پست الکترونیکی: n.fati80@yahoo.com

^۲ - عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاداسلامی، اصفهان، ایران.

با رشد روزافزون فن‌آوری اطلاعات و بازار رقابتی موجود در حوزه بانکی ایران، مشاهده می‌شود که موضوع پذیرش موبایل بانک توسط مشتریان، مورد توجه بانک‌ها قرار گرفته است و تعداد زیادی از بانک‌های ایرانی شروع به ارائه خدمات اینترنتی بانکداری الکترونیک به مشتریان خود کرده‌اند؛ اما هنوز خدمات اینترنتی بانکداری الکترونیک یک مفهوم ناشناخته از دیدگاه مشتریان است. موبایل بانک یکی از شگفتی‌های تکنولوژیکی موبایل و یکی از نوآوری‌های اخیر در بخش خدمات مالی است و مشتریان را قادر می‌سازد تا دسترسی راحت به ارزش افزوده و خدمات بانکداری را حتی در کشورهایی با درآمد پایین کسب کنند (زینی، ۱۳۹۴).

گسترش بازارها و روند افزایش نیاز مشتریان به واسطه‌های مالی و افزایش سهم بازار و ارزش افزوده ارائه این خدمات برای بانک‌ها، همچنین با توجه به وجود رابطه مثبت بین طول رابطه مشتری با ادراک و پنداشتی که مشتری از میزان قابل اعتماد بودن دارد، لزوم شناخت ریسک ادراک شده توسط مشتریان و مدیریت بر آنها در جهت کاهش ریسک و جلب اطمینان هر چه بیشتر مشتریان، بیشتر احساس می‌گردد. تکنولوژی بانکداری تلفن همراه این توانایی را دارد تا کیفیت زندگی افراد را بهبود ببخشد و کارایی بانک‌ها را ارتقاء دهد. پذیرش و کاربرد بانکداری تلفن همراه، موضوعی در این رابطه می‌باشد. این تکنولوژی به افراد این امکان را می‌دهد تا بتوانند تراکنش‌های بانکی خود را در هر کجا و هر زمان به انجام برسانند (ژو^۱، ۲۰۲۰). بانکداری تلفن همراه به بانک‌ها از طریق ارتقای کارایی‌شان و بهبود کیفیت خدمات کمک می‌کند و به مشتریان نیز از طریق بهینه‌سازی زمان، اطلاعات فوری، اتصال سریع، راحتی و تعامل عالی منفعت می‌رساند (ضامنی، ۱۳۹۷).

در حال حاضر بهترین راه‌حل برای بهبود امر بانکداری استفاده از فناوری تلفن همراه می‌باشد. از طرفی بانکداری همراه به دلیل عدم استفاده از کابل می‌تواند در کشورهایی مانند ایران که فاقد زیرساخت ارتباطی منظم و منسجم می‌باشند، جایگزین تجارت الکترونیک که به ساختار منظم ارتباطی نیاز دارد، شود. در کشورهای در حال توسعه، بانک‌ها معمولاً با بررسی خدمات ارائه شده توسط سیستم بانکی کشورهای توسعه یافته اقدام به تقلید از آنها و ارائه خدمات می‌کنند و به دلیل عدم انجام تحقیقات و بررسی‌های مورد نیاز، این‌گونه خدمات را به صورت ناقص به مشتریان خود

^۱. Zhou

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۵۳

ارائه می‌کنند. در ایران تاکنون تحقیقات اندکی در این زمینه انجام پذیرفته است. رفتار مصرف‌کننده در ایران ممکن است با رفتار رایج در خارج از ایران متفاوت باشد؛ بنابراین انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه با در نظر گرفتن شرایط بومی ضروری است. با توجه به مباحث فوق هدف این مطالعه، بررسی تأثیر درک سهولت استفاده، سودمندی درک‌شده، ریسک درک‌شده، اعتماد و تأثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه است. با توجه موارد مطرح شده در این تحقیق عوامل موثر بر پذیرش قصد استفاده از موبایل بانک در گروه‌های مختلف مشتریان بانک ملی مورد مطالعه قرار گرفته می‌شود. به عبارت دیگر محققین گذشته در تحقیقات خود (سهولت، سودمندی، ریسک و اعتماد را بر استفاده مشتریان از موبایل بانک بررسی کردند) و به این نتیجه رسیده‌اند که سهولت کمتر، سودمندی بیشتر، ریسک کمتر و اعتماد بیشتر باعث استفاده مشتریان از موبایل بانک رسیده‌اند. اما هیچ کدام در تحقیقات خود نقش تأثیرات اجتماعی را در استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان مورد بررسی قرار نداد، بنابراین این تحقیق نقش تأثیرات اجتماعی بر استفاده از موبایل بانک به همراه سایر متغیرها مورد بررسی قرار می‌دهد.

هر چه استفاده از موبایل بانک آسان باشد و مشتریان سودمندی آن را درک کنند بیشتر به استفاده از آن تمایل پیدا می‌کنند. از طرفی مشتریان باید به این فن‌آوری اعتماد داشته باشند و ریسک کمتر برای آنها ریسک داشته باشد. هر اندازه این معیارها (سودمندی، سهولت، اعتماد و ریسک) برای مشتری مناسب باشد، باعث بهبود وجه اجتماعی موبایل بانک از طریق تأثیرات اجتماعی در بین مشتریان می‌شود. از این رو علاقه‌مندی بانک ملی به دانستن این موضوع که چه فاکتورها و عواملی باعث افزایش استفاده از خدماتی نظیر بانکداری مبتنی بر موبایل توسط مشتریان‌شان می‌شود، قابل توجه است. شناسایی عوامل تأثیرگذار بر پذیرش و استفاده از این خدمات، امکان برنامه‌ریزی مناسب‌تر جهت تسریع افزایش کاربران خدمات بانکداری مبتنی بر موبایل و بهره‌مندی سریع‌تر از مزایای این پدیده جدید را برای بانک‌ها و نیز کاربران این خدمات فراهم می‌آورد. استفاده فراگیر مردم از تلفن همراه برای بانک‌ها فرصتی را فراهم می‌کند تا با ارائه یکی از خدمات بانکداری الکترونیک بتوانند ضمن ارائه خدمتی جدید و در راستای نیازهای مشتریان و کاستن مشکلات ناشی از بانکداری سنتی، در یک فضای رقابتی مشتریان بالقوه را جذب کرده و در نتیجه بر سودآوری خود بیافزایند. علاوه بر این، به این دلیل که بیشتر مطالعات قبلی مربوط به درک سهولت استفاده، سودمندی درک‌شده، ریسک

درک‌شده و اعتماد بر قصد استفاده از موبایل بانک می‌باشد. این مطالعه با در نظر گرفتن تاثیرات اجتماعی تاکید دارد، بنابراین پرسش اصلی این تحقیق مربوط به درک سهولت استفاده، سودمندی درک‌شده، ریسک درک‌شده، اعتماد و تاثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه است. بنابراین هرچه مشتریان بتوانند آسان‌تر و با پیچیدگی کمتر از بانکداری الکترونیکی بانک ملی برای انجام امور بانکی خود استفاده کنند احتمال بیشتری وجود دارد که این نوع بانکداری را بپذیرند و آنرا جایگزین مراجعه به شعب سایر بانک‌ها نمایند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سهولت استفاده ادراک‌شده

سهولت استفاده ادراک‌شده درجه‌ای که فرد معتقد است استفاده از سیستم نیازمند تلاش فیزیکی و ذهنی کم یا هیچ می‌باشد (سیگل، ۱، ۲۰۱۸). سهولت استفاده ادراک‌شده یکی از عوامل مدل پذیرش تکنولوژی (موبایل بانک) می‌باشد (سرلک و همکاران، ۱۳۹۱). سهولت استفاده ادراک‌شده به ارزیابی کاربر از حدی اشاره دارد که یک سیستم خاص در درک، یادگیری و راه‌اندازی از تلاش جسمی و روحی بی‌نیاز خواهد بود؛ در حالی که سودمندی ادراک‌شده نشان‌دهنده انگیزه بیرونی با تمرکز بر نتایج (پاداش ملموس و غیرملموس) استفاده از یک سیستم است، راحتی استفاده ادراک‌شده مربوط به انگیزه درونی با پرداختن به فرآیند (تجربه سیستم خوشایند) است که رسیدن به نتایج مطلوب را تسهیل می‌کند (سیلک، ۲، ۲۰۱۹). به رغم مزایای موبایل بانک، مصرف‌کنندگان اگر در استفاده از آن مشکلی پیدا کنند، از این نوآوری استفاده نمی‌کنند. محققان قبلی گزارش کرده‌اند که یک رابطه مثبت بین درک سهولت استفاده و قصد استفاده از موبایل بانک وجود دارد (مهرداد و محمدی، ۳، ۲۰۱۷).

سودمندی درک‌شده

سودمندی درک‌شده به عنوان درجه‌ای که شخص معتقد است استفاده از یک سیستم خاص عملکرد شغلی وی را در سازمان ارتقاء می‌بخشد، تعریف می‌شود (رامایا و لو، ۴، ۲۰۱۹). سودمندی درک‌شده

-
۱. Siegel
 ۲. Celik
 ۳. Mehrad & Mohammadi
 ۴. Ramayah & Lo

مزیت نسبی درک شده‌ای که نسبت به گذشته ایجاد شده است، می‌باشد که ارتباط مستقیم با نگرش مشتریان دارد (مونوز و همکاران ۱، ۲۰۱۹). همچنین ونکاتش و دیویس ۲ (۲۰۱۸). بیان می‌کنند که استفاده و تمایل به ادامه استفاده ممکن است به اعتقادات شناختی درباره سودمندی ادراک شده وابسته باشد. گفن و استراب ۳ (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که سودمندی ادراک شده تمایل خریدار اینترنتی برای ادامه استفاده از یک وب سایت را تقویت می‌کند. با استفاده از موبایل بانک، انگیزه اصلی افراد برای استفاده از یک خدمت افزایش می‌یابد. تحقیقات قبلی تأثیر مثبت سودمندی درک شده بر قصد استفاده مصرف‌کنندگان از خدمات موبایل بانک را تأیید کردند (لارن و لین ۴، ۲۰۱۹).

اعتماد

اعتماد به عنوان یک فاکتور ضروری در معرفی یک محصول یا سرویس جدید در حیطه تکنولوژی اطلاعات (مثل بانکداری اینترنتی) مطرح می‌باشد، اعتماد در بانکداری اینترنتی انتظاراتی است که یک سرویس یا محصول بانکداری اینترنتی باید برآورده کند یا تعهداتی است که باید انجام دهد (غفاری آشتیانی و همکاران، ۱۳۹۱). اعتماد برای تمام ارتباطات کسب‌وکاری بسیار حیاتی می‌باشد و نقشی حیاتی، در تجارت مبتنی بر موبایل ایفا می‌کند، چرا که باعث کاهش عدم اطمینان می‌شود (گو و همکاران ۵، ۲۰۱۹). به همین طریق، ایجاد اعتماد اولیه در کاربران، برای ارائه دهندگان خدمات بانکداری تلفن همراه بسیار ضروری می‌باشد (ژو، ۲۰۱۸). اعتماد یک صافی برای تبادل روابط بین خریداران و فروشندگان می‌باشد. با توجه به میزان بالای عدم اطمینان و ریسک ادراک شده در عملیات تجارت الکترونیک، اعتماد به عاملی مهم برای افراد جهت تبادلات تبدیل شده است. مطالعات نشان دادند که، سطح اعتماد به یک شرکت بر تمایل مشتریان به استفاده از محصولات و خدمات آن تأثیرگذار می‌باشد (گفن و استراب، ۲۰۱۹). مطالعات متعدد نشان داد که اعتماد یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های قصد مشتری برای استفاده از نوآوری‌ها از جمله برنامه‌های موبایل بانک است (گو و سوح ۶، ۲۰۱۹). اعتماد مشتریان به بانک بیانگر این مساله است که مشتریان اعتقاد دارند گفته و تعهد بانک قابل اطمینان است.

۱. Munoz et al
۲. Venkatesh & Davis
۳. Gefen and Straub
۴. Luarn & Lin
۵. Gu et al
۶. Gu et al

ریسک ادراک شده

ریسک ادراک شده برای کاربران اینترنت به عنوان انتظار زیاد در یک معامله الکترونیکی خاص تعریف می‌گردد. ریسک ادراک شده دارای تاثیر فاحشی بر انتخاب کانال خرید دارند، زیرا می‌توانند مانعی بر سر راه اجرای معاملات بانکداری اینترنتی به حساب آیند (نصراللهی، ۱۳۹۰). ریسک ادراکی از پیشینه‌های قدیمی در ادبیات رفتار مصرف‌کننده برخوردار می‌باشد و بر طبق آن تایید می‌شود که ریسک ادراکی برای توضیح رفتار مصرف‌کنندگان متغیری قوی است، زیرا مصرف‌کنندگان غالباً می‌کوشند تا از اشتباهات پرهیز کنند (آندریوز و بویل ۱، ۲۰۰۸). ریسک ادراکی را می‌توان به عنوان ادراک از امکان رخداد پیامدهایی مغایر با پیامدهای مطلوب به دلیل استفاده از بانکداری اینترنتی در زمینه‌های روانی، اجتماعی، زمان، حریم شخصی، مالی و عملکردی تعریف نمود، در واقع ریسک ادراکی در بافت بانکداری اینترنتی به امنیت و قابلیت اعتماد معاملات و تبادلات از طریق اینترنت اشاره دارد (محمودی میمند و همکاران، ۱۳۸۸). در حوزه خدمات، خدمات مالی در مقایسه با انواع دیگر خدمات عمدتاً به خاطر پیچیدگی و غیر قابل مقایسه بودن با محصولات خدماتی و درجه بالایی از ریسک مربوط به تصمیم‌گیری برای خرید، خدمت منحصر به فردی در نظر گرفته می‌شود (کاظمی و مهرورزی، ۱۳۹۰). خطرات مرتبط با موبایل بانک شامل مواردی است که مربوط به امنیت معاملات بانکی، کلاهبرداری و خطرات مرتبط با حریم خصوصی اطلاعات، به‌ویژه برای حریم خصوصی مالی است (آشنا، ۲۰۱۷). تحقیقات قبلی نشان داد که ریسک ادراک‌شده با مصرف‌کنندگان در جلوگیری از نوآوری‌های جدید مرتبط است (مالاگایس و هوانگ ۳، ۲۰۱۶).

تأثیرات اجتماعی

تأثیرات اجتماعی با استفاده از هنجارهای ذهنی و وجهه اجتماعی مفهوم‌سازی می‌شود. وجهه اجتماعی ارزش اجتماعی مطلوبی است که فرد از طریق تعامل با دیگران ایجاد می‌کند (لوکانن ۴، ۲۰۲۰). همچنین، وجهه اجتماعی ادراک افراد از اینکه پذیرش موبایل تا چه حد موقعیت آنها را در سیستم اجتماعی ارتقا می‌دهد، تعریف شده است. تأثیرات اجتماعی به عنوان عامل مهمی در پذیرش موبایل بانک مورد توجه قرار گرفته است؛ زیرا افراد مایلند جهت مشورت و کاهش اضطراب ناشی

۱. Andrews & Boyle

۲. Ashta

۳. Malaquias and Hwang

۴. Laukkanen

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۵۷

از پذیرش موبایل بانک، با شبکه‌های اجتماعی تعامل برقرار کنند. شواهد تجربی نیز اثر تاثیرات اجتماعی را بر پذیرش موبایل بانک را تایید می‌کند. نتایج تحقیق‌ها نشان داده است که تاثیرات اجتماعی به طور مستقیم و همچنین غیرمستقیم از طریق مزیت نسبی ادراک شده بر پذیرش موبایل بانک تاثیر می‌گذارد. از طرفی دیگر، تاثیرات اجتماعی از طریق ارائه شواهدی مبنی بر معقول و مناسب بودن تصمیم پذیرش موبایل بانک، ریسک ادراک شده را کاهش می‌دهد (قادری، ۱۳۹۶).

قصد مشتریان

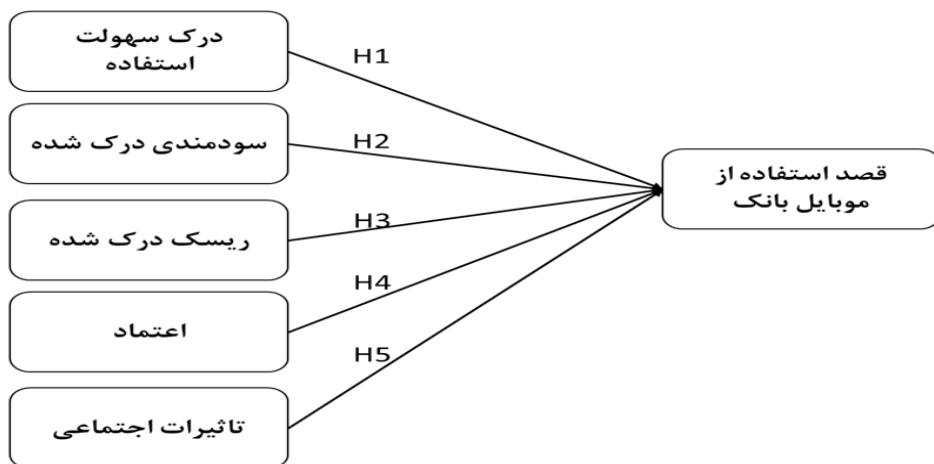
قصد مشتریان برای استفاده از بانکداری اینترنتی، علاقه شخصی فرد در استفاده از سیستم‌های ارائه شده برای تعاملات بانکی است (کاظمی و دیگران، ۱۳۸۹). به بیان دیگر انگیزه شخص در حسی از برنامه آگاهانه‌اش می‌باشد که کوشش می‌کند تا از خدمات، بانکداری اینترنتی استفاده کند (ژا او و همکاران، ۲۰۲۰). تعدادی از معاملات تجارت الکترونیک نشان می‌دهند که قصد مشتریان برای به کار گماردن تعاملات آنلاین یک پیش‌بینی‌کننده قوی انتظارات واقعی مشتریان در تعاملات تجارت الکترونیک می‌باشد (کاظمی و دیگران، ۱۳۸۹). در واقع تمایل رفتاری یا قصد استفاده، میزان احتمال به کارگیری سیستم توسط فرد است. زمانی که کانال ارتباطی سازمان با سبک زندگی و نیازهای مشتری تطابق نداشته باشد، احتمال موفقیت آن فعالیت ارتباطی در ارائه خدمات کاهش می‌یابد و مشتری از به کارگیری آن خدمت خودداری می‌کند. به عبارت دیگر، مشتری نمی‌تواند با آن خدمت ارتباط نزدیکی برقرار کند. زمانی که مشتریان تشخیص دهند خدمات بانکداری همراه با سبک زندگی و ترجیحات آنها سازگار است احتمال پذیرش بانکداری همراه افزایش می‌یابد (سان و همکاران، ۲۰۱۱).

فرضیه‌های پژوهش

توسعه فرضیات و الگوی مفهومی

در نهایت، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ نشان داده می‌شود.

-
۱. Zhao et al
 ۲. Sun et al



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش / منبع: (حسن و وود، ۲۰۲۰)

با توجه مدل مفهومی پژوهش سؤال زیر مطرح و محقق به دنبال پاسخ‌گویی به آن‌هاست.

- فرضیه ۱: درک سهولت استفاده بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه تأثیر معناداری دارد.
- فرضیه ۲: سودمندی درک‌شده بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه تأثیر معناداری دارد.
- فرضیه ۳: ریسک درک‌شده بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه تأثیر معناداری دارد.
- فرضیه ۴: اعتماد بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه تأثیر معناداری دارد.
- فرضیه ۵: تأثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی مبارکه تأثیر معناداری دارد.

روش‌شناسی پژوهش

رویکرد این پژوهش، کمی است، از منظر دسته‌بندی تحقیقات بر حسب هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها (طرح تحقیق)، توصیفی به شمار می‌رود. جامعه آماری این پژوهش ۷۰۰۰ نفر از مشتریان بانک ملی شهر مبارکه اصفهان می‌باشد. به منظور نمونه‌گیری آماری، پژوهشگران در

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۵۹

شعب بانک ملی در سطح شهر مبارکه، پرسش‌نامه را بین مشتریان به صورت حضوری توزیع و جمع‌آوری کردند. برای تدوین پرسش‌نامه، از حسن و وود (۲۰۲۰) استفاده شد که شامل ۲۵ سؤال با مقیاس پنج گزینه‌ای بود. بر مبنای جدول مورگان، حداقل حجم نمونه آماری پژوهش ۳۸۴ مشتری محاسبه شد؛ لذا ۳۸۴ پرسش‌نامه بین مشتریان توزیع شد و در نهایت ۳۸۰ پرسش‌نامه عودت داده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نسخه ۳ نرم افزار اسمارت پی ال اس (نسخه حرفه‌ای) استفاده شده است.

نتایج و بحث

یافته‌های توصیفی پژوهش

در بخش آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده از منظر جنسیت، سن، تحصیلات و تعداد دفعات استفاده از موبایل بانک بررسی قرار گرفته و نتایج به شکل زیر است.

جدول ۱- نتایج بخش آمار توصیفی

درصد فراوانی				شاخص
زن		مرد		جنسیت
۳۴,۲		۶۵,۸		
فوق لیسانس و بالاتر	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم و کمتر	تحصیلات
۲۸,۹	۵۵,۳	۱۳,۲	۲,۶	
۵۱ سال و بالاتر	۴۱-۵۰	۳۱-۴۰	۳۰ سال و کمتر	سن
۱۴,۵	۲۲,۴	۳۴,۲	۲۸,۹	
۴ دفعه و بیشتر	۳ دفعه	۲ دفعه	۱ دفعه	دفعات استفاده از موبایل بانک
۶۰,۸	۲۴,۷	۹,۲	۵,۳	

ماخذ: یافته‌های تحقیق

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

جهت بررسی توزیع داده‌های یک متغیر کمی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده می‌شود. در این آزمون فرض صفر نشان‌دهنده ادعای مطرح شده در مورد نرمال بودن توزیع داده‌ها است. جدول ۲ نشان‌دهنده نتایج این آزمون است.

۶۰ / بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و ...

جدول ۲- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	معناداری	میزان خطا	آماره S-K	نتیجه
درک سهولت استفاده	۰,۴۲۲	۰,۰۵	۲,۲۹	نرمال
سودمندی ادراک‌شده	۰,۱۸۶	۰,۰۵	۳,۱۶	نرمال
ریسک	۰,۹۷۲	۰,۰۵	۲,۷۷	نرمال
اعتماد	۰,۷۶۲	۰,۰۵	۲,۶۹	نرمال
اثرات اجتماعی	۰,۴۵۲	۰,۰۵	۲,۲۶	نرمال
قصد استفاده	۰,۶۵۲	۰,۰۵	۲,۱۸	نرمال

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج به‌دست آمده در جدول ۲ نشان می‌دهد که تمامی متغیرها از توزیع نرمال پیروی می‌کند؛ چرا که سطح معناداری این متغیرها بزرگتر از ۰,۰۵ است و فرض صفر برای آنها تایید می‌شود. بنابراین با توجه به نرم بودن توزیع تمامی متغیرها، به منظور اجرای روش‌های مرتبط به مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم افزار PLS استفاده شد.

سنجش روایی سازه، تشخیصی و همگرا و پایایی

در این پژوهش به منظور بررسی روایی پرسش‌نامه با توجه به اینکه متغیرهای پژوهش از چند بعد (مؤلفه) تشکیل شده‌اند، از آزمون تحلیل عاملی تاییدی بهره گرفته شده است. این شاخص در بازه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد نظر (اندازه نمونه) برای یک تحلیل عاملی مناسب هستند و گرنه نتایج تحلیل عاملی برار داده‌های مورد نظر چندان مناسب نیستن. خروجی این آزمون برای سؤالات پرسش‌نامه در جدول ۳ ارائه گردیده است.

جدول ۳- آزمون KMO و بارتلت

آزمون kMO		
۰,۷۸۴		
۶۴۵۱,۱۶۸	X^2	آزمون بارتلت
۲۸۸۴	درجه آزادی	
۰,۰۰۰	sig	

ماخذ: یافته‌های تحقیق

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۶۱

با توجه به جدول ۳؛ مقادیر مربوط به شاخص KMO و بارتلت و معناداری آن گزارش شده است. بر اساس این دو آزمون داده‌ها زمانی برای تحلیل عاملی مناسب هستند که شاخص KMO بیشتر از (۰,۶) و نزدیک به یک و sig آزمون بارتلت کمتر از (۰,۰۵) باشد. شاخص KMO در پژوهش حاضر، بالاتر از مقدار ۰,۶ است که رقم قابل قبولی است و حاکی از آن است که نمونه انتخابی برای اجرای تحلیل عاملی کافی می‌باشد.

قبل از ورود شدن به مرحله نتیجه فرضیه‌ها ابتدا لازم است نسبت به روایی و پایایی پرسش‌نامه اطمینان حاصل شود. روش معادلات ساختاری به منظور بررسی برازش مدل اندازه‌گیری بر چندین معیار شامل روایی سازه، روایی تشخیصی، روایی همگرا و پایایی مبتنی است. روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی تایید مورد آزمون قرار داده می‌شود؛ و پایایی پژوهش با ضریب آلفای کرونباخ می‌باشد. جدول ۴ نتایج این روش شامل مقادیر بار عاملی، وزن سؤالات، پایایی ترکیبی و جذر میانگین واریانس را نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج روایی تشخیصی، روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی

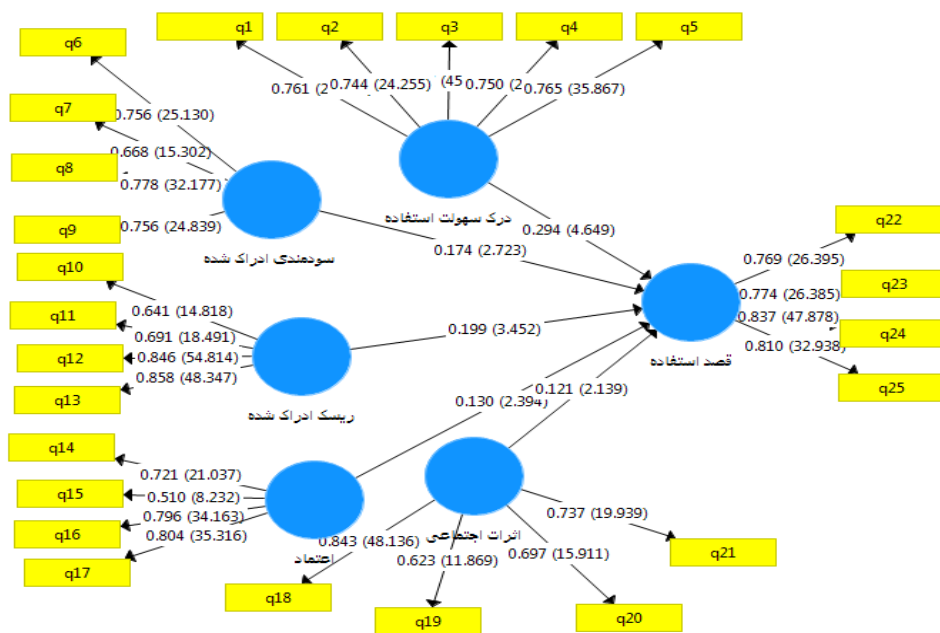
روایی واگرا		ضریب الفای کرونباخ	پایایی ترکیب (CR)	میانگین واریانس استخراج شده (AVA)	متغیر (سازه)
ASV	MSV				
۰,۶۳	۰,۵۱	۰,۷۸	۰,۹۰	۰,۸۲	درک سهولت استفاده
۰,۴۱	۰,۳۹	۰,۷۹	۰,۹۲	۰,۷۴	سودمندی ادراک شده
۰,۳۹	۰,۳۷	۰,۸۱	۰,۹۱	۰,۷۳	ریسک
۰,۶۵	۰,۵۳	۰,۷۹	۰,۸۵	۰,۷۶	اعتماد
۰,۷۲	۰,۶۹	۰,۸۹	۰,۸۹	۰,۷۴	اثرات اجتماعی
۰,۴۹	۰,۳۶	۰,۸۶	۰,۹۳	۰,۸۰	قصد استفاده

ماخذ: یافته‌های تحقیق

روایی تشخیصی در صورتی برقرار خواهد بود که مقدار میانگین واریانس استخراج شده بزرگتر از مقدار بحرانی ۰,۵ باشد. همچنین سه شرط لازم برای تحقق روایی همگرا وجود دارد که بدین شرح

۶۲ / بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و ...

است: ۱- مقدار ترکیبی بزرگتر از ۰,۷ باشد؛ ۲- مقدار میانگین واریانس استخراج شده بزرگتر از ۰,۵ باشد؛ و ۳- مقدار پایایی ترکیبی بزرگتر از میانگین واریانس استخراج شده باشد. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالاتر از ۰,۷ باشد، نشان‌دهنده پایداری دورنی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری است و مقدار ۰,۶ نیز بر عدم وجود پایای دلالت دارد. نهایتاً صاحب‌نظران مقدار استاندارد برای ضریب الفای کرونباخ را برابر با ۰,۷ در نظر گرفته‌اند. بنابراین با توجه به جدول ۵ و مقادیر استاندارد برای شاخص‌های مورد نظر می‌توان نتیجه گرفت که روایی همگرا از طریق برآورد میانگین واریانس ا تبیین شده بر قرار است. مقادیر AWE برای عامل‌های این پژوهش بین ۰,۷ تا ۰,۷۷ در نوسان است و بنابراین چون شاخص AWE از ۰,۵ بالاتر هستند، این پرسش‌نامه از همگرایی مطلوبی برخوردار است، برای بررسی واگرایی پرسش‌نامه صفات MSV و ASV اندازه‌گیری گردید. چون مقادیر MSV و ASV از AVE کمتر می‌باشد بنابراین؛ روایی واگرایی برای سؤالات پرسش‌نامه تایید می‌گردد.



شکل ۲- مدل تحقیق بر حسب ضرایب مسیر و مقدار t

جدول ۵- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

سطح معنی‌داری	نسبت بحرانی	ضرایب مسیر	پارامترها	
۰/۰۰۰	۴/۶۴۹	۰/۲۹۴	قصد استفاده	H۱: درک سهولت استفاده
۰/۰۰۰	۲/۷۲۳	۰/۱۷۴	قصد استفاده	H۲: سودمندی ادراک شده
۰/۰۰۰	۳/۴۵۲	۰/۱۹۹	قصد استفاده	H۳: ریسک ادراک شده
۰/۰۰۰	۲/۳۹۴	۰/۱۳۰	قصد استفاده	H۴: اعتماد
۰/۰۰۰	۲/۱۳۹	۰/۱۲۱	قصد استفاده	H۵: تاثیرات اجتماعی

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج به دست آمده نشان داد که درک سهولت استفاده بر قصد استفاده تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرضیه اول مورد تایید قرار می‌گیرد. سودمندی درک شده بر قصد استفاده تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرضیه دوم مورد تایید قرار می‌گیرد. ریسک درک شده بر قصد استفاده تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرضیه سوم مورد تایید قرار می‌گیرد. اعتماد بر قصد استفاده تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرضیه چهارم مورد تایید قرار می‌گیرد و تاثیرات اجتماعی بر قصد استفاده از موبایل بانک تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرضیه پنجم مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۶- مقایسه شاخص‌های برازش مدل با مقدار مجاز

نتیجه	مقدار مجاز	اعداد به دست آمده	شاخص	معیارهای برازش مدل
براز مناسب	کمتر از ۳	۲,۸۲	K^2/df	نسبت کای دو به درجه آزادی
براز مناسب	کمتر از ۱	۰,۰۶	RMSEA	ریشه میانگین مجذورات
براز مناسب	نزدیک به صفر	۰,۰۵	RMR	ریشه مجذور مانده‌ها
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۱	NFI	شاخص برازش هنجار شده
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۴	NNFI	شاخص نرم برازندگی
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۶	CFI	شاخص برازش تطبیقی
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۲	RFI	شاخص برازش نسبی
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۳	IFI	شاخص برازش اضافی
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۲	GFI	شاخص برازندگی
براز مناسب	بالاتر از ۰,۹	۰,۹۴	AGFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته

ماخذ: یافته‌های تحقیق

۶۴ / بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و ...

با توجه به مقدار شاخص و مقدار مطلوب در جدول، شاخص‌های دو نسبی برابر با $(2,82 < 3)$ ، ریشه میانگین مجذورات $(1 < 0,06)$ ، شاخص برازش هنجار شده $(9 < 0,91)$ ، شاخص نرم برازندگی $(9 < 0,94)$ ، شاخص برازش تطبیقی $(9 < 0,96)$ ، شاخص برازش نسبی $(9 < 0,92)$ ، شاخص برازش اضافی $(9 < 0,93)$ ، شاخص برازندگی $(9 < 0,92)$ ، و نهایتاً شاخص برازندگی تعدیل یافته $(9 < 0,94)$ می‌باشد که این بدین معنی است مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن قابل قبول است می‌باشد که این بدین معنی است مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن قابل قبول است به عبارت دیگر داده‌های حاصل از پژوهش، مدل نظری را حمایت و تایید می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هرچه استفاده از تکنولوژی موبایل بانک در بین مشتریان بانک ملی آسان‌تر باشد، در نتیجه مشتری آن را سودمندتر درک می‌کند، زیرا نیاز کمتری به صرف زمان و تلاش دارد. همچنین سهولت درک شده، بر نگرش مشتریان بانک ملی نیز به استفاده از آن تأثیر می‌گذارد و نگرش مثبتتری به استفاده از آن پیدا می‌کند. هر چه اطرافیان و افراد مهمی که در اطراف فرد قرار دارند (مثل دوستان و بستگان) وی را ترغیب و تشویق به استفاده از وب‌سایت کنند، نگرش فرد نیز به استفاده از وب‌سایت بانک ملی مثبت‌تر و تقویت می‌شود و بنابراین قصد استفاده مجدد وی از وب‌سایت بانک ملی افزایش و بهبود می‌یابد. از طرفی هرچه مشتریان بتوانند آسان‌تر و با پیچیدگی کمتر از بانکداری الکترونیکی بانک ملی برای انجام امور بانکی خود استفاده کنند احتمال بیشتری وجود دارد که این نوع بانکداری را بپذیرند و آنرا جایگزین مراجعه به شعب سنتی بانک‌ها نمایند. هرچه سودمندی و منفعت ادراک شده حاصل از استفاده از موبایل بانک ملی برای مشتریان بیشتر باشد (منافع از قبیل منافع اقتصادی، افزایش راحتی و رضایت و...) نگرش مثبت‌تری نسبت به استفاده از موبایل بانک ملی پیدا می‌کنند. از طرفی هرچه مشتریان بانک ملی احساس کند که بانکداری الکترونیکی مزایای بیشتری در مقایسه با بانکداری سنتی داشته باشد و استفاده از آن منجر به ارزش‌آفرینی برایشان شود، احتمال بیشتری وجود دارد که بانکداری اینترنتی بانک ملی را بپذیرند و آنرا جایگزین مراجعه به شعب سنتی بانک‌ها نمایند.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۶۵

مدیران بانک ملی باید در مورد انواع کلاه برداری‌ها در حوزه بانکداری اینترنتی به مشتریان اطلاع‌رسانی کنند و راهنمایی‌های لازم را جهت حفاظت از این گونه کلاه‌برداری‌ها در اختیار آنان قرار دهند تا منجر به کاهش ریسک ادراک شده توسط مشتری شود و هم این حس را در مشتری القا می‌کند که بانک ملی توانایی لازم و کافی در زمینه ارائه خدمات بانکداری اینترنتی را دارد. بنابراین مدیران بانک ملی با تدوین و اجرای استراتژی‌هایی در زمینه استفاده از موبایل بانک، اعتماد ادراک شده از سوی مشتریان را افزایش دهند و به موازات برنامه‌های اعتمادسازی با ایجاد بانه‌های تخصصی در شعب خود در جهت کاهش ریسک ادراکی مشتریان گام بردارند. هر چه اعتماد به وب سایت بانک ملی در بین مشتریان بیشتر باشد، احتمال استفاده مجدد وی از وب سایت افزایش می‌یابد. برنامه‌ها و فرآیندهای اعتمادسازی نقش مهمی در موفقیت در زمینه بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایفا می‌کنند. چنانچه مشتریان به موبایل بانک، بانک ملی اعتماد داشته باشند و به شعارها و برنامه‌های تبلیغاتی بانک ایمان داشته باشند، عدم اطمینان آنان به بانکداری الکترونیک بانک ملی کاهش یافته، منجر به کاهش ریسک ادراک شده آنان نیز می‌گردد. هرچه مشتریان اعتماد بیشتری به بانکداری الکترونیکی بانک ملی و سازکارهای آن داشته باشند احتمال بیشتری وجود دارد که این نوع بانکداری را بپذیرند و آنرا جایگزین مراجعه به شعب سنتی بانک‌ها نمایند. بنابراین مدیران بانک ملی در بانکداری اینترنتی به خاطر جدا سازی فیزیکی که بین مشتریان و بانک‌ها وجود دارد ریسک بیشتری احساس می‌شود، لذا عواملی از این قبیل ریسک ادراک شده توسط مشتری را افزایش می‌دهند و بر اعتماد مشتری اثر می‌گذارند. عدم اطمینان به سیستم‌های مجازی و الکترونیکی اساسا وجود دارد و جزئی از ماهیت فن‌آوری‌های الکترونیکی و محیط‌های مجازی به شمار می‌رود و خارج از کنترل بانک‌ها و مشتری می‌باشد. مدیران بانک ملی در مقایسه با سایر بانک‌ها از روش‌های مختلفی برای پرکردن شکاف امنیتی مانند رمزگذاری، امضاءهای الکترونیکی و استفاده از سیستم‌های امنیتی قوی استفاده کنند. عواملی چون تأثیر اجتماعی که در برگیرنده متغیرهای جمعیت شناختی مثل سن، جنسیت و سطح تحصیلات هستند، می‌توانند بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری قصد استفاده از موبایل بانک، بانک ملی را داشته باشند. پذیرش خدمات الکترونیک بانک ملی از طریق تأثیر اجتماعی مثل دوستان، اعضای خانواده، همسالان و رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی شدت و سرعت بیشتری دارد. استفاده

۶۶ / بررسی تأثیر سهولت، سودمندی و ریسک درک‌شده، اعتماد و ...

از انواع مسیرهای تبلیغات و پاداش‌های انگیزشی نیز می‌تواند زمینه شکل‌گیری و توسعه این استراتژی را فراهم نماید. بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که:

- مدیران بانک ملی خدمات قابل ارائه از طریق موبایل بانک را به گونه‌ای طراحی کنند که یادگیری استفاده از آن برای مشتریان آسان و استفاده از این خدمات از انعطاف‌پذیری بالایی برخوردار باشد؛ به عبارتی کاربرپسند باشد.

- ضعف‌های ساختاری در متمرکز کردن و مطلوبیت ارائه خدمات و توسعه متوازن این خدمات به طوری که مشتری به سهولت درک‌شده توجه ویژه کند.

- از تجهیزاتی استفاده کنند که کاربرپسندتر باشد و مشتریان آسان‌تر با آنها ارتباط برقرار نمایند.

- محدودیت زمان و مکان در ارائه خدمات بانکداری از طریق تلفن همراه را حذف کنند تا مشتریان بتوانند به شکل موثرتری از این خدمات استفاده کرده و از این مزیت‌ها بهره‌مند شوند.

- مزایای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی؛ نظیر انجام آسان‌تر، راحت‌تر، کم هزینه‌تر، سریع‌تر و مطمئن‌تر مبادلات مالی را مدنظر قرار دهند و همواره بر این مزایا به عنوان تأثیرگذارترین عامل بر نگرش افراد نسبت به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی تاکید شود.

- سریع‌ترین روش ارائه خدمات با امکانات و زیرساخت‌های موجود را در اختیار مشتریان قرار دهند، به گونه‌ای که باعث صرفه‌جویی قابل ملاحظه و ملموسی در وقت و هزینه آنها شود.

- اطلاعاتی خود را به جدیدترین سیستم‌های امنیتی و مجرب‌ترین پرسنل مجهز نمایند تا جلوی هرگونه سوءاستفاده و سرقت اطلاعات شخصی کاربران گرفته شود و از سوی دیگر ضریب وقوع اشتباه در زمان استفاده از کاربران از تکنولوژی را (چه این اشتباه از سوی بانک باشد و چه از سوی کاربران) به حداقل ممکن برسانند.

- سیستم پشتیبانی و پاسخگویی ۲۴ ساعته در جهت اطمینان مشتریان به این مسئله که هر ساعت از شبانه‌روز در انجام امور مالی خود از طریق اینترنت دچار مشکلی شوند ایجاد کنند و مرکزی برای حل مشکلات، رفع نقص و پاسخگویی به مشتریان قرار دهند...

- نهادهایی که امنیت و نشانه اعتماد در سایت‌ها اینترنتی را تایید نماید، استفاده کنند و در هنگام سوءاستفاده از اطلاعات شخصی مشتری، به شکایات آنها رسیدگی کند.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۶۷

- به صورت دوره ای آماری از نسبت تراکنش های ناموفق به کل تراکنشها را به مشتریان اطلاع رسانی کنند تا به صورت مستند این باور را در بین کاربران خود ایجاد کنند که بانک شایستگی لازم را جهت ارائه خدمات بانکداری اینترنتی دارد.

- مشتریانی که به امنیت سیستم موبایل بانک ملی اعتماد ندارند، ترجیح می دهند خدمات بانکی خود را از طریق حضور در شعبه دریافت نمایند و بنابراین پیشنهاد می شود بانکها علاوه بر افزایش امنیت این سیستم به تغییر نگرش مشتریان (ایجاد نگرش مثبت) اقدام نمایند.

- زیرساخت های تکنولوژیکی (تکنیک های رمزنگاری و رمزگشایی، دیوار آتش، امضای دیجیتالی و.... و چگونگی پشتیبانی این زیرساخت ها از مشتریان پردازند، در نتیجه گام موثری را در جلب اعتماد مشتریان بردارند.

- به این نکته توجه کنند که روش انجام امور بانکی افراد باهم تفاوت دارد، در جهت تمایز خدمات گام برداشته و خدمات بانکداری همراه، متناسب با سبک های زندگی مشتریان ارائه شود.

- با استفاده از رسانه های گروهی جهت آگاهی دادن مردم از خدمات بانکداری الکترونیکی بسترسازی مناسب تبلیغاتی به کار گیرند.

- آموزش و نظارت مستمر و کافی در زمینه نحوه رفتار و برخورد کارکنان و توجه به شخصیت مشتریان

منابع

- زینبی، ح. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سهولت و سودمندی ادراک‌شده، آگاهی مشتریان و اعتماد به همراه بانک بر تمایل به استفاده (قصد استفاده) از سیستم همراه بانک (مطالعه موردی مشتریان شعب بانک تجارت استان خوزستان)، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱، صص ۱۷-۱.
- سرلک، م؛ روستایی، م، مقدسیان، م. (۱۳۹۱). عوامل موثر بر پذیرش بانکداری از طریق تلفن همراه در ایران، چهارمین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی، دوره ۸۹ و ۸۷، صص ۲۱-۱.
- ضامنی، ف. (۱۳۹۷). ارزیابی عوامل مؤثر بر اعتماد به بانکداری تلفن همراه با تمایل مصرف‌کنندگان به استفاده از آن، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۶، صص ۳۲-۲۰.
- قادری، ه. (۱۳۹۶). بررسی اثر نوآور شخصی، تأثیرات اجتماعی و تبلیغات بر قصد پذیرش بانکداری همراه از دیدگاه چارچوب ارزش، راهبرد های بازرگانی، دوره ۲۴، شماره ۱۰، صص ۷۸-۶۳.
- کاظمی، م و مهر ورزی، م (۱۳۹۰). بررسی اعتماد و ریسک‌های ادراک شده مشتریان بانکداری اینترنتی، دومین همایش فناوری اطلاعات، حال، آینده، صص ۶-۱.
- محمودی میمند، م؛ فروزنده دهکردی، ل، احمدی نژاد، م. (۱۳۸۸). الگوی پذیرش بانکداری اینترنتی توسط مشتریان. کاوشهای مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۳۰-۱.
- Andrews, L. & Boyle, M. (۲۰۰۸). Consumers accounts of perceived risk online and the influence of communication sources, *Qualitative market Reaearch :An International Journal*, ۱۱ (۱), ۵۹-۷۵.
- Ashta, A. (۲۰۱۷). Evolution of mobile banking regulations: a case study on legislator's behavior. *Strategic Change*, ۲۶ (۱), ۳-۲۰.
- Celik, H. (۲۰۱۹). Influence of social norms, perceived playfulness and online shopping anxiety on customers adoption of online retail shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*, ۳۹(۶), ۳۹۰-۴۱۳.
- Gefen, D. and Straub, D. (۲۰۱۹). The relative importance of perceived easeof- use in IS adoption: a study of ecommerce adoption, *Journal of the Association for Information Systems*, ۱(۸). ۱-۲۰.
- Gu, J., Lee, S., Suh, Y. (۲۰۱۹). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Syst. Appl.* ۳۶ (۹), ۱۱۶۰۵-۱۱۶۱۶.
- Laukkanen, T. (۲۰۲۰). The role of information in mobile banking resistance, *International Journal of Bank Marketing*, ۲۸(۵). ۳۷۲ - ۳۸۸
- Luarn, P., Lin, H.H. (۲۰۱۹). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Comput. Hum. Behav.* ۲۱ (۶), ۸۷۳-۸۹۱.

- Malaquias, R.F., Hwang, Y. (۲۰۱۶). An empirical study on trust in mobile banking: a developing country perspective. *Comput. Hum. Behav.* ۵۴, ۴۵۳-۴۶۱.
- Mehrad, D., Mohammadi, S. (۲۰۱۷). Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics Inform.* ۳۴ (۷), ۱۳۵۱-۱۳۶۳.
- Munoz-Leiva, F. Hernández-Méndez, J. & Sánchez-Fernández, J. (۲۰۱۲). Generalising user behaviour in online travel sites through the Travel ۲,۰ website acceptance model. *Online Information Review*, ۳۶(۶), ۸۷۹-۹۰۲.
- Ramayah, T., Lo, M.C. (۲۰۱۹). Impact of shared beliefs on perceived usefulness and ease of use in the implementation of an enterprise resource planning system, *Management Research News*, ۳۰(۶). ۴۲۰ - ۴۳۱
- Siegel, D.M. (۲۰۱۸). Accepting technology and overcoming resistance to change using the motivation and acceptance model. Dssertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the Department of Educational Research, Technology, and Leadership in the College of Education at the University of Central Florida Orlando.
- Suh, B., & Han, I. (۲۰۰۲). Effect of trust on customer acceptance of internet banking, *Electronic Commerce Research and Applications*, ۱(۳-۴), ۲۴۷-۲۶۳.
- Sun, S.; Goh, T.; Fam, K. Sh. & Xue, Y.(۲۰۱۱). The influence of religion on Islamic mobile phone banking services adoption. *Journal of Islamic Marketing*, ۳(۱). ۸۱-۹۸.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D. (۲۰۰۳). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, ۲۷ (۳), ۴۲۵-۴۷۸.
- Zhao. A. L., Koenig, L.N., Hanmer, L.S. & Ward, P. (۲۰۲۰). Adoption of internet banking services in China: is it all about trust? International Journal of Bank Marketing, ۲۸ (۱). ۷-۲۶.

Investigating the effect of ease, usefulness and perceived risk, trust and social effects on the intention to use mobile banking among the customers of Melli Mubarakeh Bank

Fatemeh Nasirzadeh ^۱ and Masoud Godarzi^۲

Abstract

The pervasive growth of ICT has had a huge impact on the banking industry. Providing banking services to customers via mobile phone is one of the newest technologies. Accordingly, in this study, the intention is to investigate the effect of perceived convenience, usefulness and risk, trust and social effects on the intention to use mobile banking in the customers of Bank Melli Mobarakeh. The statistical population of customers of Bank Melli is Mobarakeh. Sample size was selected using Morgan table of ۳۸۴ people based on available sampling method. A standard questionnaire was used to measure the variables. The validity of the questionnaire was evaluated diagnostically, convergently and divergently and the reliability of the questionnaire was assessed using Cronbach's alpha coefficient. The research model was tested based on structural equation method and pls software. The results showed that perceived convenience, usefulness and risk, trust and social effects had a positive and significant effect on the intention to use mobile banking.

Key words: Perceived Risk, Utility, Social Impact and Purchase Intention.

^۱ Corresponding Author, M.Sc. Candidate, Faculty of Management, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. Email Address: n.fati^۱@yahoo.com.

^۲ Faculty Member of Management, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۷۱-۹۸

تبیین نقش مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایداری سازمان‌های دولتی

شهرام عشقی پیرایواتلو^۱، نوروز ایزدپناه^۲ و موسی رضوانی چمن زمین^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۳/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۸

چکیده

عملکرد پایداری هر سازمان برآیند خط‌مشی، نگرش و عملکرد سبز کارکنان آن نهاد می‌باشد. بررسی همه‌جانبه مدیریت منابع سبز و آرایه مدل مدیریتی متناسب با سازمان‌های دولتی خط‌مشی‌گذار جزو ضرورت‌های مطالعاتی بوده و از این رو مطالعه حاضر با هدف تعیین و تبیین موثرترین مولفه مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی سازمان‌ها انجام گرفت. داده‌های این پژوهش با توزیع ۳۰۰ پرسش‌نامه الکترونیکی بین مدیران ارشد منابع انسانی و پشتیبانی سازمان‌های دولتی در سال ۱۴۰۰ جمع‌آوری گردید. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که مدیریت منابع انسانی سبز بر پیامدهای فردی، سازمانی، فراسازمانی تأثیر مثبتی داشته و چالش‌ها و محدودیت‌های اعمال مدل آرایه شده نیز مورد بررسی قرار گرفت. روش آرایه‌شده می‌تواند در راستای تحقق عملکرد پایداری برآمده از پایدار نیروی انسانی برای سازمان موثر واقع گردد.

کلمات کلیدی: پایداری سازمانی، عملکرد سازمانی، مدیریت سبز، مدیریت منابع انسانی سبز و تجزیه مولفه‌های اصلی.

مقدمه

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.

^۲ نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران. آدرس پست الکترونیکی:

phd.eyzadpanahofficial@gmail.com

^۳ استادیار گروه مدیریت، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.

امروزه تخریب فزاینده‌ی محیط‌زیست و منابع طبیعی، یک چالش اساسی در زندگی بشر محسوب می‌شود. این چالش‌ها، پیامدها و نتایجی را در ابعاد و عرصه‌های مختلف زندگی بشر به همراه داشته است. در همین راستا از سازمان‌ها انتظار می‌رود تا در راستای مسئولیت اجتماعی خود افق تحقق سازمان سبز را برای خود ترسیم نمایند. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به پارادایم غالب در مدیریت شرکت‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت اجتماعی را جزئی از استراتژی‌های خود می‌بینند. سازمان سبز، سازمانی است که مأموریت‌ها، اهداف و وظایف خود را به نحوی محقق می‌سازد تا هم‌زمان نیازهای افراد، سازمان و آیندگان را از منابع محدود، مخدوش نسازد. برای تبدیل شدن به سازمان سبز، نیاز به مدیریت سبز است (بهمنیاری و همکاران، ۱۳۹۹).

فلسفه پیدایش سازمان‌ها، ایجاد رفاه از طریق ارائه خدمات به موقع و کافی بوده، لیکن الگوهای رفتاری نادرست بشر و کارکردهای نامناسب سازمان‌ها در هم‌زیستی با محیط‌زیست، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به تعادل: انسان، سازمان‌ها و طبیعت وارد کرده است. این مهم، سبب معطوف گشتن مطالعات محتوایی علوم مختلف به مباحث حفظ محیط‌زیست و توسعه پایدار گردیده است. بنابراین پارادایم حفاظت از محیط‌زیست از یک‌سو و توجه به نیروی انسانی به‌عنوان بازیگر بلامنازع در ایجاد این بحران و غایت سازمان‌ها، به عامل انسانی نقش دوگانه‌ای داده است (فرخی، ۱۳۹۶). مدیریت منابع انسانی سبز شامل تدوین و اجرای راهبردهایی برای آگاهی کارکنان و مدیران از اعمال سبز جهت ارتقا و پی‌گیری فعالیت‌های پایدار محیطی است که به سازمان‌ها در ایجاد یک سازمان سبز یاری می‌رساند. مدیریت منابع انسانی سبز عبارت است از: به‌کارگیری خط‌مشی‌های منابع انسانی جهت ارتقای استفاده پایدار از منابع سازمان و پشتیبانی از محیط‌زیست در راستای نهادینه سازی حساسیت زیست‌محیطی در کارکنان و آگاه کردن آنها در چگونگی تاثیر رفتارشان بر محیط‌زیست. (محمدنژاد شورکایی و همکاران، ۱۳۹۵)

تاکید این شاخه از علم مدیریت در بازطراحی یا مهندسی مجدد مولفه‌های پیشین مدیریت منابع انسانی است تا نسبت به قوانین، سیاست‌ها، منابع، درست مصرف کردن، و.. حساس شوند و بدین طریق موجب مصرف بهینه و هدفمند منابع و کاهش آلودگی محیط‌زیست فراهم گردد. این پژوهش باهدف پاسخ به سوال: پشتیبانی سبز مولفه‌های مدیریت منابع انسانی سبز چه تاثیری بر عملکرد زیست‌محیطی سازمان‌ها دارد؟ و کدام مولفه‌ها بیشترین تاثیر را در پشتیبانی سبز ایفا می‌کند؟ شکل

گرفت. با این پیش فرض که، مدیریت منابع انسانی سبز، به دنبال استفاده بهینه از منابع کمیاب محیطی است و تاکید آن بر اتخاذ خط‌مشی و فعالیت‌هایی است که سازمان‌ها را در رسیدن به هدف‌های سبز یاری می‌کند (محمدنژادشورکایی و همکاران، ۱۳۹۵). از آنجا که منابع انسانی سازمان متعهد به برنامه‌ریزی، هماهنگی و اجرای فعالیت‌های سبز هستند، مدیریت منابع انسانی سبز به عنوان مفهوم نوظهوری در ادبیات علم مدیریت تلقی می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به‌طور طبیعی، فعالیت‌های غیرمسئولانه کارکنان در محیط سازمان‌ها، باعث تخریب محیط‌زیست می‌شود. با این حال می‌توان از روش‌های مدیریت منابع انسانی سبز برای تحریک رفتار مسئولانه کارکنان برای حفظ محیط‌زیست استفاده کرد (Singh et al., ۲۰۲۰). درک روزافزونی وجود دارد که اثرات زیست‌محیطی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز باید در کل فرآیند در نظر گرفته شود، زیرا شیوه‌های مدیریت منابع انسانی به پیاده‌سازی و حفظ یک سیستم مدیریت زیست‌محیطی کمک می‌کند و در نتیجه به سازمان‌ها برای دستیابی به عملکرد پایدار محیطی می‌کند (Gilal et al., ۲۰۱۹; Yusoff et al., ۲۰۲۰). در واقع، مدیریت منابع انسانی سبز تضمین می‌کند سازمان‌ها به‌طور موثر توسعه و گسترش یافته و سازگارتر با محیط‌زیست شوند. اجرای مدیریت منابع انسانی سبز به دلایل مختلفی از جمله مزایای زیست‌محیطی، حفظ کارکنان و افزایش جذابیت شرکت برای مدیریت شرکت ضروری است. ادبیات مدیریت منابع انسانی قبلی بر تأثیر شیوه‌های فردی به جای مجموعه‌ای از شیوه‌های مدیریت منابع انسانی بر عملکرد شرکت تأکید داشت (Pham et al., ۲۰۲۰; Awan et al., ۲۰۲۲). هم‌راستا با این جریان، مدیریت منابع انسانی نیز نگاه خود را به کارآمدترین مدل‌های مدیریت منابع انسانی سبز متمایل ساخته است. به‌عنوان شاخه‌ای از مدیریت منابع انسانی پایدار، مدیریت منابع انسانی سبز موضوعی نوین در رشته مدیریت منابع انسانی است که بر هدف‌پایداری زیست‌محیطی تأکید دارد (محمدنژادشورکایی و همکاران، ۱۳۹۵). حصول عملکرد زیست‌محیطی برتر با شیوه‌های سبز بدون همراهی و خواست مدیریت ارشد قابل دستیابی نیست (Haldorai et al., ۲۰۲۲). شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز برای برآورد عملکرد زیست‌محیطی ضروری است، چرا که سبب‌سازی یک سازمان بر زنجیره تأمین کلی تأثیر می‌گذارد. فرهنگ، ارزش‌ها، استراتژی‌ها و رفتارهای کارکنان چند نمونه هستند که می‌توان به آنها اشاره کرد (Nisar et al., ۲۰۲۲).

مدیریت منابع انسانی با تمرکز بر سرمایه انسانی و برنامه های مدیریت محیط زیست و ادغام آن ها در فعالیت های خود، مدیریت منابع انسانی سبز را معرفی و امکانات و شرایط مناسبی را برای تمامی فعالان و سرمایه گذران فراهم می آورد تا با مشارکت در این برنامه ها ضمن بهبود عملکرد زیست محیطی سازمان و توجه به سیاست های توسعه پایدار رابطه ای سودمند را برای خود خلق نماید. به علت جوان و نوپا بودن مفهوم مدیریت منابع انسانی سبز، به ندرت می توان تعریفی از مدیریت منابع انسانی سبز در ادبیات نظری یافت. طبق مدل برگرفته از (Jabbour et al., ۲۰۱۱)، مدیریت منابع انسانی سبز دارای چهار بعد می باشد: جذب و استخدام سبز، آموزش و توسعه سبز، ارزیابی عملکرد سبز، جبران خدمت سبز (Renwick et al., ۲۰۱۲). بر این اساس می توان مولفه های مدیریت منابع انسانی سبز (پشتیبانی سبز) را به شرح زیر در نظر گرفت:

۱. آموزش و توسعه سبز^۲: آموزش و مهارت آموزی کارکنان به منظور افزایش آگاهی، مهارت و یکپارچگی آموزش برای ارتباط احساسی با مدیریت محیط زیست و مدیریت دانش سبز.
 ۲. پاداش و جبران خدمت سبز^۳: شامل پاداش به پیشنهاد های سبز کارکنان در زمینه مدیریت محیط زیست، مزایای سبز، کارت اعتباری خرید محصولات سبز و تعیین اهداف سبز برای پاداش مدیران ارشد.

۳. مشارکت و توانمند سازی سبز^۴: عملکردهای مدیریتی محیط زیست شامل: مجلات، طرح های پیشنهادی، گروه های حل مساله، تیم های واکنش سبز که موجب توانمند سازی و تعلق کارکنان می شود.
 ۴. مدیریت عملکرد و ارزیابی سبز^۵: شامل تعیین مسئولیت و اهداف سبز و تعیین اهداف عینی برای نتایج سبز و اقدام تنبیهی برای تدابیر و رفتارهای غیر مسئولانه نسبت به اهداف سبز.

۵. انتخاب و استخدام سبز^۶: قراردادن موضوعات سبز در شرح شغل، استفاده از معیارهای سبز در انتخاب، برند کارفرمایی سبز، انتخاب از بین داوطلبانی که آگاهی سبز دارند و اولویت دهی به مفاهیم سبز درون سازمان. همچنین اولویت بندی شغل ها بر اساس بیشترین تا کمترین نیازمندی به تفکر سبز.
 ۶. مدیریت سبز فرهنگ سازمانی^۷: مشارکت و وسیع تر کارکنان برای پیگیری فرهنگ دوستدار محیط زیستی به واسطه اتحادیه های مردم نهاد.

فلسفه وجودی سازمان ها ارائه خدمات دولتی بیشتر و بهتر، ایجاد ارزش افزوده و افزایش سود صاحبان سهام می باشد و ابزار ارزیابی آنها نه فرایند، بلکه تحقق اهداف سازمانی خواهد بود. از این رو می توان متذکر شد که برند شدن در صنعت یا پیشگام در استفاده از منابع سبز و حفاظت از

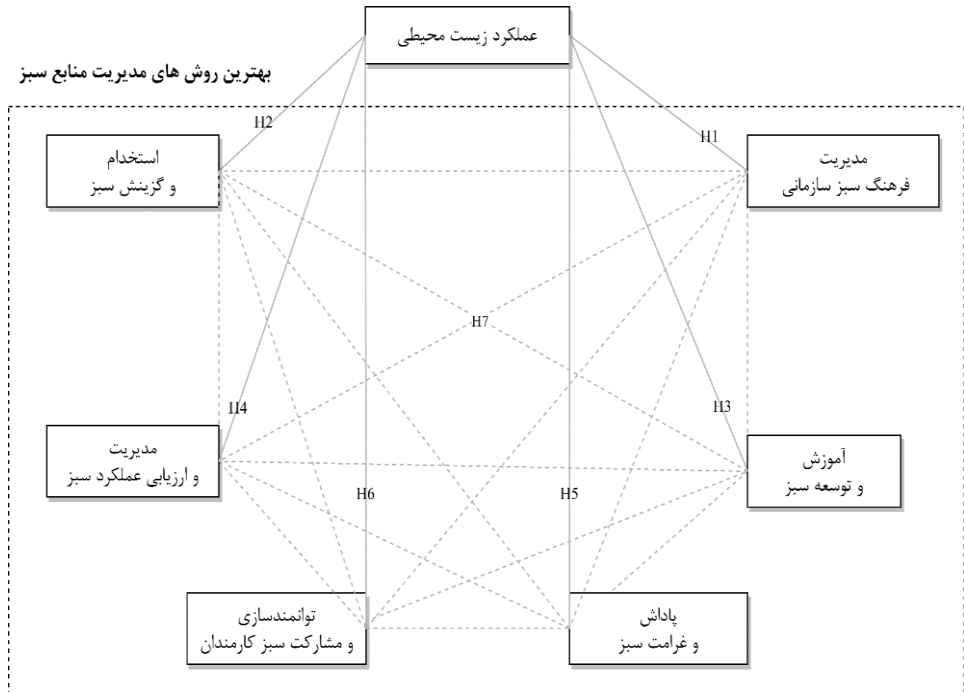
فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۷۵

محیط‌زیست و مسئولیت اجتماعی نیز در تبلیغات این سازمان‌ها تعیین‌کننده و گامی در نهاد شدن آنها تلقی می‌گردد. تحقق این امر در سازمان‌ها به تاسی از مدل‌های داخلی مدیریت سبز در زمینه‌های مختلف از جمله منابع انسانی و پشتیبانی سبز محقق می‌گردد که پژوهش‌های منتج به مدل بومی با فرهنگ و آموزه‌های ایرانی اسلامی می‌تواند اثربخش‌تر از مدل‌های خارجی باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی و از حیث روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی - همبستگی است. همچنین نوع داده‌های گردآوری شده از نوع کمی (پرسشنامه) است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را مدیران رده‌ی ارشد منابع انسانی و مدیران کنترل کیفی سازمان‌های دولتی به تعداد ۳۵۰۰ نفر تشکیل می‌دهد که به وسیله فرمول کوکران تعداد ۲۹۵ انتخاب شد و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی نسبتی توزیع شد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات، بیش از ۴۰۰ پرسشنامه‌ی الکترونیکی بین مدیران ارشد سازمان‌های دولتی، مدیران منابع انسانی و مدیران کیفیت سازمان‌های هدف در سال ۱۴۰۰ توزیع شد. از این تعداد، ۲۷۰ پرسشنامه پاسخ داده‌شده بود که ۲۶۴ مورد قابل استفاده بود. قبل از انجام تجزیه و تحلیل پرسشنامه، میزان پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ سنجش گردید. سپس تجزیه و تحلیل آماری از قبیل درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار برای تجزیه و تحلیل پاسخ‌های جمع‌آوری شده و رتبه‌بندی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز (GHRM)، محرک‌ها، موانع و نتایج مثبت موردانتظار انجام شد.

همچنین و برآورد همبستگی پیرسون جهت بررسی وجود رابطه و شدت ارتباط مولفه‌های مدیریت منابع انسانی سبز با عملکرد زیست‌محیطی و بین مولفه‌ها استفاده شد. چارچوبی علمی و نظری، برای انجام تحقیقات علمی و نظام مند مورد نیاز است. مدل مفهومی تحقیق، نشان‌دهنده‌ی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته است. در این تحقیق، با توجه به مبانی نظری پیشینه پژوهش مدل و فرضیه‌های ذیل ارائه شده است.



شکل ۱- شبکه آزمون فرضیه

فرضیه‌های برای روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش عبارتند از:

فرضیه H1: مدیریت فرهنگ سبز سازمانی بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H2: استخدام و گزینش سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H3: آموزش و توسعه سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H4: مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H5: پاداش و غرامت سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H6: توانمندسازی و مشارکت سبز کارمندان بر عملکرد زیست محیطی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه H7: متغیرهای مستقل بر روی یکدیگر تأثیر مثبت دارد.

همبستگی بین عملکرد زیست محیطی و شش گروه از اقدامات GHRM با فرضیه H1 تا H6 (با خط پر) و همبستگی بین شش گروه از اقدامات GHRM با H7 (با خط نقطه چین) نشان داده شده است. علاوه بر این، تجزیه واریانس (ANOVA) یک طرفه برای آزمون وجود اختلاف معنی دار بین گروه‌های مختلف انجام گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با نرم‌افزار SPSS ۷۲۳ انجام گرفت.

طراحی پرسشنامه

پرسشنامه به مجموعه‌ای از سوالات از پیش طراحی شده اطلاق می‌شود که پاسخ‌ها و ایده‌های مشارکت‌کننده‌ها را در زمینه‌های تعریف شده ثبت می‌کند. پرسشنامه به دلیل سادگی و سرعت، از پرکاربردترین روش‌های جمع‌آوری داده‌ها برای نمونه‌های بزرگ به‌شمار می‌رود (Saunders et al., ۲۰۰۹). پس از تشخیص متغیرها و روش تحقیق انتخاب مناسب‌ترین پرسشنامه صورت گرفت و سپس پاسخ‌دهندگان به صورت ناشناس به پرسشنامه‌های بسته پاسخ دادند، به این ترتیب تصمیم‌گیری برای پاسخ‌دهنده‌ها و کدگذاری اطلاعات برای محقق تسهیل شد (Creswell, ۲۰۱۲). پرسشنامه حاضر از نوع نیمه‌ساختاریافته است که در آن پژوهش‌گر فهرستی از موضوعات و سوالاتی را که دنبال پاسخ به آنها است، فراهم می‌کند (Masri et al., ۲۰۱۶). در این پرسشنامه از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت برای ارزیابی وجود برخی از شیوه‌ها در سازمان‌ها استفاده شد. مقیاس لیکرت یک مقیاس منظم و یک‌بعدی است که در آن مشارکت‌کنندگان گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که به بهترین وجه با دیدگاه آنها هم‌خوانی دارد. طرح تحقیق با بازیابی طرح‌های قبلی، مرور ادبیات دانشگاهی و بازنگری توسط کارشناسان انجام شد.

پرسشنامه‌ی حاضر شامل چهار بخش بود، در بخش اول آن با ۱۰ سوال، سعی شد اطلاعات کلی در مورد سازمان و پاسخ‌دهنده از قبیل جنسیت، بخش سازمانی، تعداد کارمند، تجربه و موقعیت پاسخ-دهندگان سازمان توصیف شود. بخش دوم آن با ۲۸ سوال، شامل شیوه‌های فعلی GHRM اتخاذشده توسط سازمان می‌باشد. این بخش برای سنجش میزان استفاده سازمان‌ها از شیوه‌های مدیریت منابع انسانی برای تشویق رفتار دوستدار محیط‌زیست استفاده می‌گردد. از پاسخ‌دهندگان این سوال پرسیده شد: "انتخاب کنید که سازمان شما تا چه اندازه از روش‌های زیر برای تشویق کارکنان به رفتار دوستدار محیط‌زیست استفاده می‌کند؟" گزینه‌های پاسخ در شش دسته به شرح زیر گروه‌بندی می‌شوند: (۱) مدیریت فرهنگ سازمانی، (۲) استخدام و انتخاب، (۳) آموزش و توسعه، (۴) مدیریت و ارزیابی عملکرد، (۵) پاداش و غرامت و (۶) توانمندسازی و مشارکت کارکنان. هر آیتم در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از ۱ (اصلاً) تا ۵ (بسیار زیاد) رتبه‌بندی شد. در بخش سوم با ۸ سوال، عملکرد زیست‌محیطی سازمان مورد پرسش قرار گرفت. در این بخش از نتایج مثبت خودگزارشی برای اندازه‌گیری تأثیر تعهد بر عملکرد زیست‌محیطی سازمان استفاده شد. از پاسخ‌دهندگان این سوال

پرسیده شد: "لطفا ارزیابی کنید که تا به امروز سازمان در راستای تعهد و الزام به پایداری محیط زیست چگونه عمل کرده است؟". هر آیتم در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از ۱ (بسیار بدتر) تا ۵ (بسیار بهتر) رتبه‌بندی شد. بخش چهارم با ۱۷ مورد برای جمع‌آوری اطلاعات در خصوص (۱) محرک‌ها، (۲) موانع و (۳) نتایج مثبت موردانتظار اتخاذ شیوه‌های GHM از دیدگاه پاسخ‌دهنده، ارائه شد. از پاسخ‌دهندگان پرسیده شد که "بر اساس نقطه‌نظر و تحلیل خودتان عوامل محرک، موانع، نتیجه مثبت مدیریت منابع انسانی سبز را رتبه‌بندی کنید". هر آیتم در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) رتبه‌بندی شد. این نظرسنجی با گروهی از متخصصان مورد بازبینی قرار گرفت تا اعتبار آن مورد قضاوت قرار بگیرد و اطمینان حاصل شود که اهداف اصلی تحقیق را برآورده می‌کند.

همان‌طور که اشاره شد، برای جمع‌آوری داده‌های کمی از پرسشنامه‌ها به منظور آزمون فرضیه تحقیق استفاده شد. پرسشنامه‌ها با استفاده از فرم‌های آنلاین طراحی و از طریق ایمیل توزیع شدند. به این منظور یک دوره سه ماهه در نظر گرفته شد. دعوت‌نامه‌های نظرسنجی که از طریق یک ایمیل ارسال می‌شد شامل ارسال یک مقدمه‌ی پوششی و پیوندی به فرم پرسشنامه نظرسنجی بود. تمام پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان به صورت ناشناس در پایگاه داده ذخیره شد تا فرایند تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها آسان‌تر شود. سپس متغیرهای آن کدگذاری و داده‌ها در محیط نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۲۳ تجزیه و تحلیل گردیدند.

نتایج و بحث

برای آزمون سازگاری درونی پرسشنامه از آماره‌ی آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان آماره‌ی آلفای کرونباخ برای مولفه‌ی موانع مدیریت منابع انسانی سبز بالاتر از ۰/۷۴۹ بود و برای سایر مولفه‌ها این آماره بالاتر از ۰/۸ به دست آمد (جدول ۱). لذا سازگاری درونی پرسشنامه برای اکثر مولفه‌های مورد بررسی خوب بود. همچنین برای مولفه‌های عملکرد زیست‌محیطی، نتیجه‌های مثبت مدیریت منابع انسانی سبز و کل مولفه‌ها، مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۹ بود (جدول ۱) که نشان‌دهنده‌ی پایداری درونی عالی برای این مولفه‌ها بود. بنابراین می‌توان گفت که پرسشنامه‌های فوق از اعتبار کافی برخوردار بوده و پاسخ‌های داده شده ناشی از شانس و تصادف نبوده، بلکه به خاطر اثر متغیری می‌باشد که مورد آزمون قرار گرفته است. برای تعیین روایی محتوایی نیز پرسشنامه به تایید استاد راهنما و تعدادی از اساتید مجرب در زمینه مدیریت و روش تحقیق جهت بررسی محتوای ارائه

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۷۹

گردید که با بررسی و تغییرات انجام شده کلیه آنها سؤالات تنظیم شده را مورد تایید قرار گرفت و از این طریق روایی محتوایی پرسشنامه‌ها تایید گردید. بنابراین پس از تایید روایی و پایایی پرسشنامه، تجزیه و تحلیل آماری مختلفی مانند فراوانی، میانگین، درصد، همبستگی پیرسون و آزمون ANOVA برای بررسی روابط بین مولفه‌های پرسشنامه استفاده گردید.

جدول ۱- آلفای کرونباخ اقدامات GHRM

آلفای کرونباخ	تعداد گزینه	آیتم
۰/۸۷۳	۵	مدیریت فرهنگ سازمانی
۰/۸۳۰	۴	استخدام و گزینش
۰/۸۱۰	۵	آموزش و توسعه
۰/۸۶۳	۵	مدیریت و ارزیابی عملکرد
۰/۸۰۳	۳	پاداش و غرامت سبز
۰/۸۹۶	۴	توانمندسازی و مشارکت سبز کارمندان
۰/۹۱۴	۸	عملکرد زیست‌محیطی
۰/۸۶۶	۶	محرك‌های مدیریت منابع انسانی سبز
۰/۷۴۹	۴	موانع مدیریت منابع انسانی سبز
۰/۹۱۴	۶	نتیجه‌های مثبت مدیریت منابع انسانی سبز
۰/۹۵۴	۵۰	کل

ماخذ: یافته‌های تحقیق

خصوصیات دموگرافیک جامعه مورد مطالعه

به‌منظور شناخت بیشتر جامعه‌ی مورد بررسی، تعدادی از ویژگی‌های جامعه‌ی مورد مطالعه از قبیل توزیع جنسیتی، تقسیم‌بندی سازمان‌ها بر اساس تعداد کارکنان، موقعیت اداری پاسخ‌دهنده در سازمان، میزان تحصیلات، اندازه‌ی سازمان و میزان سابقه‌ی افراد مورد بررسی قرار گرفت. بررسی توزیع

۸۰ / تبیین نقش مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایداری ...

جنسیتی مشارکت‌کنندگان مشخص نمود که مردان ۶۴ درصد و زنان ۳۶ درصد از مشارکت‌کنندگان را تشکیل دادند.

تقسیم‌بندی سازمان‌ها براساس تعداد کارکنان نیز حاکی از این بود که ۵۰ درصد از مشارکت‌کنندگان در سازمان‌هایی با بیش از ۲۵۰ کارمند مشغول به کار بودند. همچنین در حدود ۲۰ درصد افراد در سازمان‌های با ۱۰۰ تا ۲۴۹ پرسنل، ۵ درصد در سازمان‌های با ۵۰ تا ۹۹ پرسنل، ۱۱ درصد در سازمان‌های با ۲۰ تا ۴۹ کارمند، حدود ۹ درصد از آنها در سازمان‌های با ۱۰ تا ۱۹ پرسنل و ۵ درصد از مشارکت‌کنندگان در سازمان‌هایی با کمتر از ۹ کارمند شاغل بودند.

بررسی موقعیت اداری پاسخ‌دهنده در سازمان نشان داد که ۱۴ درصد از پاسخ‌دهندگان در واحد مدیریت منابع انسانی، ۴ درصد مدیر کیفیت، ۱۸ درصد مدیر کل/مدیرعامل و ۶۴ درصد از سایر ادارات بودند. همچنین میزان تحصیلات مشارکت‌کنندگان مشخص نمود که ۳۰ درصد از مشارکت‌کنندگان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۶۸ درصد کارشناسی ارشد یا بالاتر و ۲ درصد دیپلم یا پایین‌تر بودند.

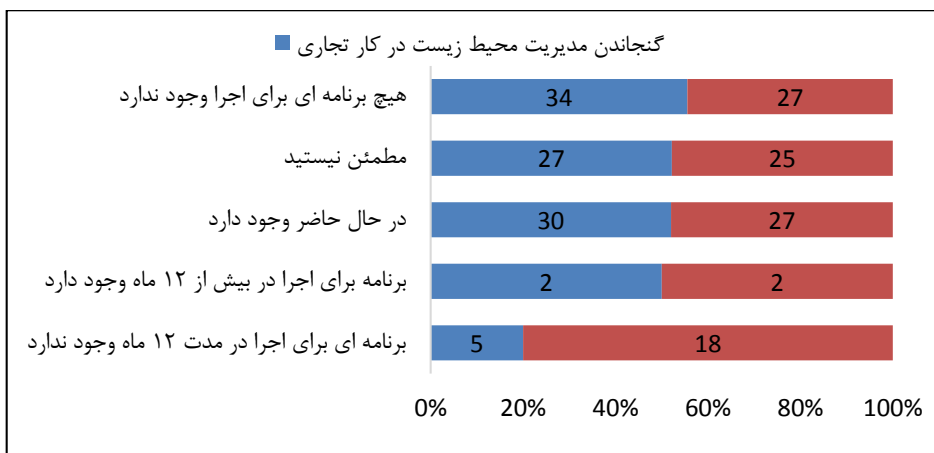
بر اساس الگوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD^۸)، سازمان‌های مورد بررسی به سه گروه کوچک، متوسط یا بزرگ تقسیم شدند. بر این اساس سازمان کوچک را سازمان‌های با ۱ تا ۴۹ کارمند، سازمان متوسط را با ۵۰ تا ۲۴۹ کارمند و سازمان بزرگ را با ۲۵۰ کارمند یا بیشتر تعریف کردند. در این بررسی، سازمان‌های کوچک، متوسط یا بزرگ به ترتیب ۲۵ درصد، ۲۵ درصد و ۵۰ درصد از مجموعه مورد مطالعه تشکیل دادند. علاوه بر این حدود ۲۵ درصد از مشارکت‌کنندگان تجربه‌ی کاری از ۶ تا کمتر از ۱۰ سال، حدود ۱۸ درصد از آنها تجربه‌ای به میزان ۲ تا کمتر از ۶ سال و ۱۴ درصدشان از ۱۱ تا کمتر از ۱۵ سال تجربه داشتند. همچنین ۳۶ درصد از مشارکت‌کنندگان بیش از ۱۵ سال تجربه و تنها ۷ درصد از آنها، کمتر از ۲ سال تجربه‌ی شغلی داشتند (جدول ارایه نشده است).

مدیریت محیط‌زیست

برای تعیین وضعیت مدیریت محیط‌زیست، از مشارکت‌کنندگان سوال شد که آیا مدیریت محیط‌زیست را در فعالیت تجاری روزانه‌ی خود مدنظر دارند و آیا برنامه‌ای رسمی برای انجام این کار دارند (مانند ISO ۱۴۰۰۱)؟ بر اساس نتایج، ۳۰ درصد از سازمان‌ها، مدیریت محیط‌زیست را در فعالیت تجاری خود وارد کرده‌اند درحالی‌که ۲ درصد یک برنامه‌ی رسمی برای انجام این کار دارند. در مقابل، ۳۴

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۸۱

درصد از سازمان‌ها برنامه‌ای برای مشارکت مدیریت محیط‌زیست در فعالیت‌های تجاری ندارند و ۵ درصد نیز برنامه‌ای برای استفاده از سیستم رسمی مدیریت محیط‌زیست ندارند. همچنین ۲۷ درصد پاسخ‌دهندگان از وضعیت مدیریت محیط‌زیست در سازمان‌شان مطمئن نبودند. براساس تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۷۰ درصد از پاسخ‌دهندگان معتقدند مدیریت منابع انسانی، دخالت و تأثیر مستقیم در فرهنگ سبز و مدیریت محیط‌زیست در سازمان دارد، درحالی‌که ۳۰ درصد مخالف این امر بودند (شکل ۱).



شکل ۱- بررسی وضعیت برنامه‌های مدیریت محیط‌زیست در سازمان‌های مورد مطالعه

روش‌های مدیریت منابع انسانی سبز (GHRM)

برای ارزیابی روش‌های GHRM در سازمان‌ها، از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا شیوه‌های بالقوه را در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت ارزیابی کنند که در آن عدد ۵ نشان‌دهنده‌ی "تا حد زیادی" و عدد ۱ نشانگر "به هیچ وجه" می‌باشد. برای شناسایی درجه‌ی هر مورد، پاسخ‌ها به پنج گروه طبقه‌بندی شدند. تقسیم‌بندی و درجه‌های مقیاس‌بندی مورد استفاده براساس فواصل ۵ تایی ۲۰ درصدی ارایه شد (کمتر از ۲۰ درصد: بسیار کم؛ تا بیشتر از ۸۰ درصد: بسیار زیاد). اقدامات و شیوه‌های GHRM در سازمان‌ها با استفاده از تجزیه و تحلیل توصیفی مورد بررسی قرار گرفت. از انحراف معیار و درصد برای شناسایی درجه‌ی اعتبار هر مورد استفاده شد (جدول ۲). براساس نتایج فوق، میزان اعمال کامل GHRM برابر با ۵/۱۰ درصد بود که به‌عنوان سطح بسیار کم در نظر گرفته می‌شود. به‌منظور اندازه‌گیری میزان استفاده سازمان‌ها، از روش‌های مختلف مدیریت منابع انسانی برای تشویق رفتارهای دوست‌دار

۸۲ / تبیین نقش مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایداری ...

محیط‌زیستی در کارکنان، شیوه‌های کاربردی GHRM انتخاب شدند. نتایج این مطالعه با نتایج (۲۰۱۶) Masri et al. سازگار می‌باشد. در مطالعه‌ی (۲۰۱۶) Masri et al. سه مورد از اقدامات GHRM که بیشترین میزان به‌کارگیری در سازمان‌های مورد مطالعه را داشتند شامل: مدیریت سبز فرهنگ سازمانی، مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز و استخدام و گزینش سبز بودند.

جدول ۲- درجه کاربرد برای بهترین شیوه‌های GHRM

رتبه‌بندی	اقدامات	انحراف معیار	درصد	درجه اعمال
۱	مدیریت فرهنگ سبز سازمانی	۰/۹۵۳۲	۱۰/۴	بسیار کم
۲	استخدام و گزینش سبز	۱/۰۳۹۷۴	۱۳/۰	بسیار کم
۳	آموزش و توسعه سبز	۰/۹۶۵۸۱	۱۱/۹	بسیار کم
۴	مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز	۱/۰۳۸۵۴	۱۳/۷	بسیار کم
۵	پاداش و غرامت سبز	۰/۸۹۶۶۳	۴/۶	بسیار کم
۶	توانمندسازی و مشارکت سبز کارمندان	۰/۹۹۱۵۳	۶/۸	بسیار کم
کل	-	۰/۹۹۷۶۵	۱۰/۵	بسیار کم

ماخذ: یافته‌های تحقیق

عوامل محرک، موانع و نتایج مثبت مورد انتظار GHRM

بر اساس مطالعات پیشین، عوامل متعددی بر اجرای شیوه‌های GHRM تأثیر گذارند. بنابراین، یکی از اهداف این تحقیق، ارائه تصویری واضح از متغیرهایی است که از دیدگاه سازمان‌ها بر پیش‌برد یا توقف اجرای GHRM اثرگذار هستند. بدین منظور از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا متغیرهای بالقوه را در مقیاس پنج‌درجه‌ای رتبه‌بندی کنند که عدد ۵ نشانگر "کاملاً موافقم" و عدد ۱ "کاملاً مخالفم" می‌باشد. خلاصه نتایج در جدول ۳ ارائه شده است.

در خصوص عوامل محرک، براساس پاسخ‌ها، "ملاحظات زیست‌محیطی" به‌عنوان مهم‌ترین گزینه‌ی این مولفه با ۷۹/۶ درصد در رتبه‌ی اول قرار گرفت. گزینه‌های "فشار جامعه" با ۷۲/۷ درصد در رتبه‌ی دوم، "ملاحظات اقتصادی" با ۶۵/۹ درصد در رتبه‌ی سوم، "فشار قانونی" با ۶۱/۳ درصد در رتبه‌ی چهارم قرار گرفتند. دو رتبه‌ی آخر مربوط به "مزیت رقابتی" و "کمک به جامعه" با ۵۹/۱ درصد بودند (جدول ۳).

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۸۳

بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها از مولفه‌های موانع GHRM، پاسخ‌دهندگان مهم‌ترین گزینه را "هزینه‌ی اجرای برنامه‌های GHRM" با ۶۳/۷ درصد انتخاب کردند که بیشترین نقش را در جلوگیری از اقدامات GHRM داشته است. گزینه‌های "عدم پشتیبانی مدیریت عالی" با ۶۳/۶، درصد "عدم درک سیاست‌های سبز" با ۶۱/۳ درصد و "پیچیدگی و دشواری پذیرش فن‌آوری سبز" با ۴۰/۹ درصد در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار گرفتند. پایین‌ترین رتبه نیز با ۳۴/۰ درصد مربوط به گزینه‌ی "مقاومت کارکنان" بود (جدول ۳).

در مورد نتیجه‌های مثبت مورد انتظار GHRM، پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که "عملکرد زیست-محیطی بهتر سازمان" با ۸۱/۹ درصد بیشترین سهم از نتیجه‌های مثبت برنامه‌های محیط‌زیستی سازمان‌شان را داشته باشد. رتبه‌ی دوم با ۶۳/۶ درصد به گزینه‌ی "افزایش وفاداری و نگهداشت کارکنان" و رتبه‌ی سوم با ۶۱/۴ درصد مربوط به گزینه‌های "جذب و حفظ استعدادها برتر سبز" و "ارتقای مسئولیت اجتماعی در قبال محیط‌زیست" بود. گزینه‌ی "افزایش سودآوری و کاهش هزینه" با ۵۴/۵ درصد در رتبه‌ی پنجم قرار گرفت (جدول ۳).

جدول ۳- عوامل محرک، موانع، نتایج مثبت مورد انتظار GHRM

ردیف	محرک‌های GHRM	درصد	انحراف معیار	رتبه‌بندی
۱	فشار جامعه بر سازمان‌ها برای مراقبت بیشتر از محیط‌زیست	۷۲/۷	۱/۱۱۱۳۵	۲
۲	ملاحظات زیست‌محیطی	۷۹/۶	۰/۹۳۳۵۳	۱
۳	ملاحظات اقتصادی	۶۵/۹	۱/۰۸۱۸۳	۳
۴	فشار قانونی	۶۱/۳	۱/۱۸۱۵۴	۴
۵	مزیت رقابتی	۵۹/۱	۱/۰۹۵۲۵	۵
۶	کمک به جامعه	۵۹/۱	۱/۰۸۱۸۲	۶

ماخذ: یافته‌های تحقیق

ادامه جدول ۳- عوامل محرک، موانع، نتایج مثبت مورد انتظار GHRM

ردیف	مانع‌های GHRM	درصد	انحراف معیار	رتبه‌بندی
۱	عدم درک سیاست‌های سبز	۶۱/۳	۰/۹۹۳۱۸	۳
۲	عدم پشتیبانی مدیریت	۶۳/۶	۰/۹۶۴۰۹	۲
۳	پیچیدگی و دشواری پذیرش فن‌آوری سبز	۴۰/۹	۱/۰۴۹۲۱	۴
۴	مقاومت کارکنان	۳۴/۰	۱/۰۴۶۴۶	۵
۵	هزینه‌ی اجرای برنامه	۶۳/۷	۰/۹۶۸۴۱	۱

ردیف	نتیجه‌های مثبت GHRM	درصد	انحراف معیار	رتبه‌بندی
۱	افزایش وفاداری و حفظ کارکنان	۶۳/۶	۱/۰۸۲۵۴	۲
۲	جذب و حفظ استعداد برتر سبز	۶۱/۴	۱/۰۶۱۳۴	۳
۳	ارتقای مسئولیت اجتماعی در قبال محیط‌زیست	۶۱/۴	۱/۲۰۳۲۳	۳
۴	افزایش سودآوری و کاهش هزینه	۵۴/۵	۱/۱۲۰۷۲	۵
۵	عملکرد بهتر زیست‌محیطی سازمان	۶۵/۹	۱/۰۸۴۰۶	۱

ماخذ: یافته‌های تحقیق

Masri et al. (۲۰۱۶) که به بررسی مدیریت منابع انسانی سبز در سازمان‌های مورد مطالعه پرداختند، به این نتیجه رسیدند که در میان گزینه‌های مولفه‌ی محرک‌های GHRM، "ملاحظات زیست‌محیطی" مهم‌ترین گزینه بوده که این مشابه با نتایج مطالعه‌ی حاضر بود. هرچند که گزینه‌ی "کمک به جامعه" دومین رتبه را در مطالعه‌ی Masri et al. (۲۰۱۶) داشت، با این حال، این گزینه در مطالعه‌ی حاضر آخرین رتبه‌ها را داشت. افزون بر این، در مورد مولفه‌ی مانع‌های GHRM، Masri et al. (۲۰۱۶) مشابه با نتیجه‌ی مطالعه‌ی حاضر، مهم‌ترین مانع را هزینه‌ی اجرای برنامه GHRM تعیین کردند. در میان گزینه‌های نتایج مثبت GHRM، در هر دو مطالعه‌ی Masri et al. (۲۰۱۶) و مطالعه‌ی حاضر پایین‌ترین رتبه به "افزایش سودآوری و کاهش هزینه" اختصاص داشت. حال آن‌که بالاترین رتبه در

بین نتایج مثبت، در مطالعه حاضر، "عملکرد بهتر زیست محیطی سازمان" در حالی که در مطالعه‌ی Masri et al. (۲۰۱۶)، "ارتقای مسئولیت اجتماعی در قبال محیط زیست" بوده است.

عملکرد زیست محیطی (EP)

عملکرد زیست محیطی، به نتایج مثبت سازمان‌ها در رابطه با محیط طبیعی مربوط می‌شود (Daily et al., ۲۰۱۲). برای سنجش وضعیت عملکرد زیست محیطی سازمان، از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا بر اساس تعهد به پایداری زیست محیطی، در ارزیابی با مقیاس پنج درجه‌ای، از درجه‌ی ۵ برای نشان دادن "تا حد زیادی" و از درجه‌ی ۱ برای نشان دادن "به هیچ وجه" از نظر عملکرد زیست محیطی استفاده کنند. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها (جدول ۴)، پاسخ‌دهندگان "کاهش پسماند و بازیافت مواد در طول فرایند تولید" را با ۴۵/۵۰ درصد به عنوان برترین گزینه‌ی عملکرد زیست محیطی نتیجه‌ی مثبت تعهد به پایداری زیست محیطی را انتخاب کردند. سپس گزینه‌های "کاهش مصرف انرژی الکتریکی"، با ۱۸/۴۳ درصد، بهبود عملکرد واحد سازمانی با ۴۰/۹۱ درصد، "کمک به شرکت در طراحی/توسعه بهتر محصولات" با ۳۸/۷۰ درصد، بهبود اعتبار شرکت با ۳۸/۶۴ درصد، "بهبود کیفیت محصول" با ۳۶/۳۶ درصد و "کاهش انتشار مواد شیمیایی سمی در هوا و آب" با ۳۰/۳۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. کمترین نتیجه‌ی مثبت زیست محیطی نیز با ۳۴/۰۹ درصد مربوط به گزینه‌ی "افزایش استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و سوخت‌های پایدار" بود. نتیجه‌ی این قسمت از تحقیق حاضر با نتایج مطالعه‌ی Masri et al. (۲۰۱۶) مطابقت داشت.

جدول ۴ - عملکرد زیست محیطی

ردیف	عملکرد زیست محیطی	درصد	انحراف معیار	رتبه
۱	بهبود عملکرد واحد سازمانی	۴۰/۹۱	۰/۹	۶
۲	بهبود کیفیت محصول	۳۶/۳۶	۰/۹۹	۳
۳	بهبود اعتبار شرکت	۳۸/۶۴	۰/۹۵	۴
۴	کاهش انتشار مواد شیمیایی سمی در هوا و آب	۳۰/۳۰	۱/۰۸	۲
۵	کاهش پسماند و بازیافت مواد در طول فرایند تولید	۴۵/۵۰	۱/۰۹	۸
۶	افزایش استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و سوخت‌های پایدار	۳۴/۰۹	۱/۰۸	۱
۷	کمک به شرکت در طراحی/تولید بهتر محصولات	۳۸/۷۰	۱/۱۷	۵
۸	کاهش در مصرف انرژی الکتریکی	۴۳/۱۸	۱/۱۶	۷

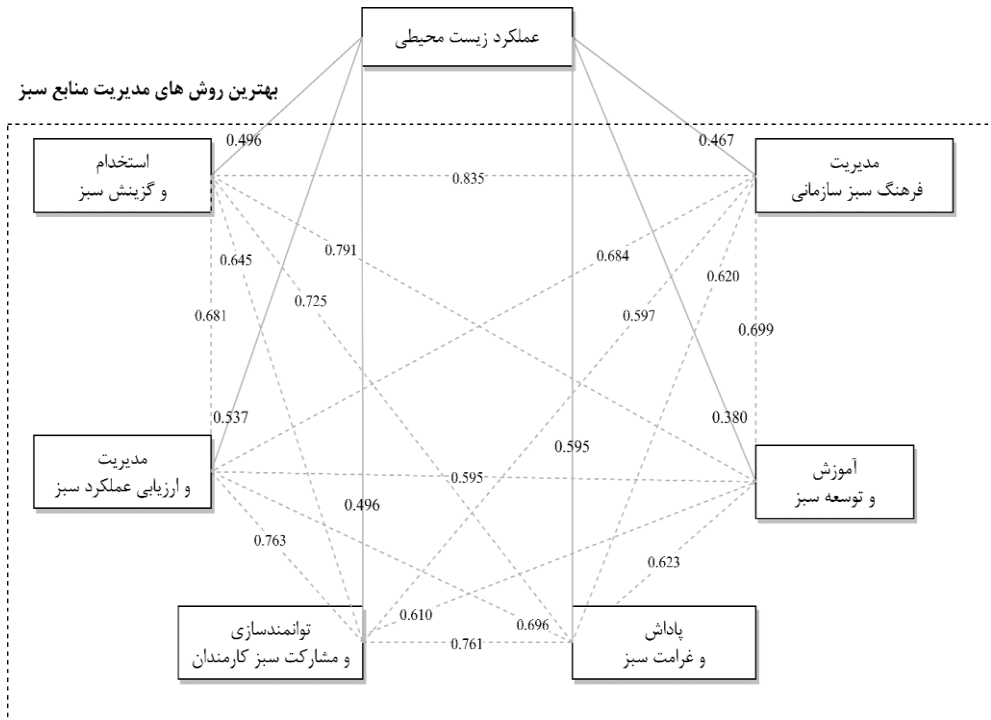
ماخذ: یافته‌های تحقیق

آزمون همبستگی بین شیوه‌های *GHRM* و عملکرد زیست‌محیطی

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش (فرضیه‌ها H1 تا H7)، از تحلیل همبستگی بین شش گروه از اقدامات *GHRM* (مدیریت فرهنگ سبز سازمانی، استخدام و گزینش سبز، آموزش و توسعه سبز، مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز، پاداش و غرامت سبز و توانمندسازی و مشارکت سبز کارکنان) با یکدیگر و عملکرد زیست‌محیطی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج در شکل ۲ آورده شده است. در این شکل همبستگی بین عملکرد زیست‌محیطی و شش گروه از اقدامات *GHRM* (با خط پر) و همبستگی بین شش گروه از اقدامات *GHRM* (با خط نقطه‌چین) نشان داده شده است.

بر اساس آزمون همبستگی، بین شش گروه از اقدامات *GHRM* و عملکرد زیست‌محیطی همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود داشت. به عبارت دیگر عملکرد زیست‌محیطی تحت تأثیر مثبت مولفه‌های مدیریت سبز فرهنگ سازمانی، استخدام و گزینش سبز، آموزش و توسعه سبز، مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز، پاداش و غرامت سبز و توانمندسازی و مشارکت کارکنان سبز قرار داشت. تمام مقادیر ضریب همبستگی پیرسون در سطح احتمال ۵ درصد معنی‌دار بود. با این حال براساس نتایج، از میان مولفه‌های مدیریت منابع انسانی سبز، مولفه‌ی مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز و مولفه‌ی پاداش و غرامت سبز به ترتیب با ضریب همبستگی ۰/۵۹۵ و ۰/۵۳۷ بیشترین تاثیر را بر پایداری عملکرد سبز سازمان‌ها داشتند (شکل ۲).

همچنین نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه‌ها نشان داد که اقدامات *GHRM* با یکدیگر دارای همبستگی معنی‌داری و مثبت هستند. قوی‌ترین رابطه بین مدیریت فرهنگ سازمانی سبز و استخدام و گزینش سبز ($\rho = 0/835$) بوده، از طرف دیگر ضعیف‌ترین ارتباط بین آموزش و توسعه سبز و مدیریت و ارزیابی عملکرد سبز ($\rho = 0/595$) مشاهده گردید (شکل ۲). به‌طورکلی، ضرایب همبستگی گزارش‌شده، نشان‌دهنده‌ی اهمیت اقدامات *GHRM* و عملکرد زیست‌محیطی است. نتیجه‌ی این قسمت از تحقیق حاضر نیز با نتایج مطالعه‌ی *Masri et al.* (۲۰۱۶) مطابقت کامل داشت.



شکل ۲. ضرایب همبستگی بین مدیریت محیط زیست و اقدامات GHRM

(تمام مقادیر همبستگی در سطح احتمال ۵ درصد، معنی دار هستند)

تجزیه و تحلیل دومتغیره‌ی محرک‌ها، موانع، نتایج مثبت GHRM از نظر موقعیت پاسخ‌دهندگان در سازمان و بخش‌های مختلف صنعتی

تفاوت‌های آماری بین سطوح مختلف دو متغیر کنترل (موقعیت پاسخ‌دهندگان در سازمان و بخش‌های مختلف صنعتی) از نظر محرک‌ها، موانع و نتایج مثبت اقدامات GHRM با تجزیه واریانس یک‌طرفه (ANOVA) مورد بررسی قرار گرفت.

برای متغیر موقعیت پاسخ‌دهندگان (مدیر کل/مدیر عامل، مدیر منابع انسانی، مدیر کیفیت و سایر سطوح اداری)، این سوال مطرح شد که آیا افراد با موقعیت‌های مختلف در مورد محرک‌ها، موانع و نتایج مثبت اقدامات GHRM دیدگاه متفاوتی دارند یا نه؟ نتایج ANOVA یک‌طرفه نشان داد که تفاوت آماری معنی‌داری بین موقعیت‌های مختلف پاسخ‌دهندگان در اهمیت محرک‌ها و نتایج مثبت اقدامات GHRM در سطح احتمال ۱ درصد وجود داشت ($P\text{-value} < 0,01$). ولی از نظر موانع

GHRM تفاوت آماری معنی‌داری برای متغیر موقعیت پاسخ‌دهندگان مشاهده نگردید ($P\text{-value} > 0,05$) (جدول ۵). به عبارت دیگر افراد با هر موقعیت شغلی، نظر یکسانی در مورد موانع GHRM داشتند. در صورتی‌که در مورد اهمیت محرک‌ها و نتایج مثبت اقدامات GHRM افراد با موقعیت شغلی متفاوت، نظر متفاوتی داشتند. براساس متغیر موقعیت پاسخ‌دهندگان در خصوص محرک‌ها GHRM به ترتیب کارمندان سایر سطوح اداری با نمره‌ی ۳/۸۹، مدیر منابع انسانی با نمره‌ی ۳/۶۱، مدیر کل / مدیر عامل با نمره‌ی ۳/۲۹ و مدیر کیفیت با نمره‌ی ۲/۸۳ بیشترین اهمیت را به این مولفه دادند. در خصوص نتایج مثبت اقدامات GHRM نیز به ترتیب مدیر کل / مدیر عامل با نمره‌ی ۳/۶۵، کارمندان سایر سطوح اداری با نمره‌ی ۳/۶۲، مدیر منابع انسانی با نمره‌ی ۳/۰۷ و مدیر کیفیت با نمره‌ی ۲/۵۰ بیشترین اهمیت را به این مولفه دادند (جدول ۶).

برای متغیر بخش صنعتی (صنایع غذایی، صنایع شیمیایی، صنعت داروسازی و دیگر بخش‌ها)، این سوال مطرح شد که آیا افراد شاغل در بخش‌های مختلف در مورد محرک‌ها، موانع و نتایج مثبت اقدامات GHRM دیدگاه متفاوتی دارند یا نه؟ بر اساس نتایج آزمون ANOVA از نظر آماری تفاوت معنی‌داری از نظر نتایج مثبت اقدامات GHRM در بین بخش‌های مختلف صنعتی وجود نداشت ($P\text{-value} > 0,05$). اما برای متغیرهای وابسته‌ی محرک‌ها و موانع اقدامات GHRM تفاوت آماری معنی‌داری در سطح احتمال ۱ درصد در بین بخش‌های مختلف صنعتی مشاهده گردید ($P\text{-value} < 0,01$) (جدول ۵). مقایسه‌ی میانگین سطوح مختلف بخش‌های صنعتی از نظر محرک‌های GHRM نشان داد دیگر بخش‌ها با نمره‌ی ۴، صنعت داروسازی با نمره‌ی ۳/۸۱، صنایع شیمیایی با نمره‌ی ۳/۶۱ بالاترین و صنایع غذایی با نمره‌ی ۳/۰۳ پایین‌ترین رتبه داشتند. از نظر موانع GHRM نیز صنایع شیمیایی با نمره‌ی ۳/۹۳ بالاترین و صنایع غذایی با نمره‌ی ۳/۱۳ پایین‌ترین نمره را به خود اختصاص دادند. در خصوص نتایج مثبت GHRM، صنعت داروسازی با نمره‌ی ۴ بالاترین و صنایع غذایی با نمره‌ی ۳/۳۳ پایین‌ترین رتبه را کسب کردند (جدول ۶).

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۸۹

جدول ۵- تجزیه‌ی واریانس یک‌طرفه (ANOVA) بین سطوح مختلف موقعیت پاسخ‌دهندگان در سازمان و بخش‌های مختلف صنعتی از نظر محرک‌ها، موانع و نتایج مثبت اقدامات GHRM

بخش صنعتی		موقعیت پاسخ‌دهنده		ANOVA
معنی‌داری (P-value)	F	معنی‌داری (P-value)	F	عامل
۰/۰۰۰	۱۱/۴۲۸	۰/۰۰۰	۱۳/۸۵۳	محرک‌های GHRM
۰/۰۰۷	۴/۱۱۰	۰/۳۱۹	۱/۱۷۵	موانع GHRM
۰/۳۰۲	۱/۲۲۰	۰/۰۰۰	۱۰/۷۹۴	نتایج مثبت GHRM

ماخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۶- مقایسه‌ی میانگین سطوح مختلف موقعیت پاسخ‌دهنده در سازمان و بخش صنعتی از نظر

مولفه‌های محرک، موانع و نتایج مثبت اقدامات GHRM

بخش صنعتی				موقعیت پاسخ‌دهنده			
نتایج مثبت	موانع	محرک‌های	سطوح	نتایج مثبت	موانع	محرک‌های	سطوح
GHRM	GHRM	GHRM		GHRM	GHRM	GHRM	
b _{۳/۳۳}	b _{۳/۱۳}	b _{۳/۰۳}	صنایع غذایی	a _{۳/۶۵}	a _{۳/۳۸}	b _{۳/۲۹}	مدیر کل / مدیر عامل
ab _{۳/۶۰}	a _{۳/۹۳}	a _{۳/۶۱}	صنایع شیمیایی	b _{۳/۰۷}	a _{۳/۴۷}	ab _{۳/۶۱}	مدیر منابع انسانی
a _{۴/۰۰}	ab _{۳/۴۰}	a _{۳/۸۱}	صنعت داروسازی	c _{۲/۵۰}	a _{۳/۷۰}	c _{۲/۸۳}	مدیر کیفیت
ab _{۳/۵۱}	ab _{۳/۳۵}	a _{۴/۰۰}	دیگر بخش‌ها	a _{۳/۶۲}	a _{۳/۳۱}	a _{۳/۸۹}	سایر سطوح اداری

ماخذ: یافته‌های تحقیق (در هر ستون اختلاف بین سطوح مختلف با حروف مشابه از نظر آماری معنی‌دار نیست).

عملکرد زیست‌محیطی

برای بررسی اینکه آیا عملکرد زیست‌محیطی سازمان‌ها در بین بخش‌های مختلف صنعتی به‌طور قابل توجهی متفاوت است، آزمون ANOVA یک‌طرفه انجام شد. براساس نتایج آزمون ANOVA یک‌طرفه

۹۰ / تبیین نقش مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایداری ...

می‌توان نتیجه گرفت که از میان شاخص‌های عملکرد زیست‌محیطی، تفاوت بین بخش‌های مختلف صنعتی شاخص‌های بهبود عملکرد سازمان، کاهش انتشار مواد شیمیایی سمی در هوا و آب و کاهش ضایعات و بازیافت مواد در طول فرایند تولید از نظر آماری معنی‌دار نشد ($P\text{-value} > 0,05$). اما از نظر شاخص‌های بهبود کیفیت محصول، بهبود اعتبار شرکت، افزایش استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و سوخت‌های پایدار، کمک به شرکت در طراحی/تولید محصولات بهتر و کاهش مصرف انرژی الکتریکی بین بخش‌های مختلف صنعتی تفاوت آماری معنی‌داری مشاهده گردید ($P\text{-value} < 0,01$) (جدول ۷). بنابراین در بخش‌های مختلف صنعتی از نظر این شاخص‌ها اختلاف وجود دارد و روند یکسانی برای شاخص‌ها در بین بخش‌های مختلف صنعتی وجود نداشت.

جدول ۷- تجزیه‌ی واریانس یک‌طرفه (ANOVA) بین سطوح مختلف بخش‌های صنعتی برای مولفه‌های عملکرد زیست‌محیطی

شاخص عملکرد زیست‌محیطی	F	معنی‌داری (P-value)
بهبود عملکرد سازمان	۲/۴۹۴	۰/۰۶۵
بهبود کیفیت محصول	۶/۰۴۱	۰/۰۰۱
بهبود اعتبار شرکت	۳/۹۵۱	۰/۰۱۱
کاهش انتشار مواد شیمیایی سمی در هوا و آب	۱/۴۰۰	۰/۲۴۸
کاهش ضایعات و بازیافت مواد در طول فرایند تولید	۲/۰۲۷	۰/۱۱۶
افزایش استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و سوخت‌های پایدار	۳/۶۴۹	۰/۰۱۶
کمک به شرکت در طراحی/تولید محصولات بهتر	۵/۵۷۰	۰/۰۰۲
کاهش مصرف انرژی الکتریکی	۳/۶۳۸	۰/۰۱۶

ماخذ: یافته‌های تحقیق

تجزیه به مولفه‌های اصلی

به‌منظور تعیین با اهمیت‌ترین گزینه‌ی هر مولفه از آزمون آماری تجزیه به مولفه‌های اصلی استفاده گردید. جدول ۸، ارزش نسبی گزینه‌های مولفه‌ی مدیریت فرهنگ سازمانی براساس اقدامات GHRM را نشان می‌دهد. در میان شش گزینه‌ی مولفه‌ی مدیریت فرهنگ سازمانی، "پشتیبانی فعال از اقدامات

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۹۱

زیست محیطی توسط مدیریت عالی" با اهمیت ترین گزینه بود. در میان گزینه های مولفه ی استخدام و گزینش، "لحاظ معیارهای رفتاری/تعهد زیست محیطی در پیام های استخدامی" و در گزینه های مولفه-ی آموزش و توسعه، "اولویت دهی به آموزش زیست محیطی در مقایسه با سایر انواع آموزش ها در سازمان" با اهمیت بودند. در بین گزینه های مولفه ی مدیریت و ارزیابی عملکرد گزینه ی "ارزیابی و ثبت رفتار/ اهداف و مشارکت های زیست محیطی در مدیریت محیط زیست و لحاظ شاخص های عملکرد/ ارزیابی" و در گزینه های مولفه ی پاداش و غرامت "به رسمیت شناخته شدن عملکرد زیست محیطی (جوایز، شام، تبلیغات)" حایز اهمیت بودند. در میان گزینه های مولفه ی توانمندسازی و مشارکت کارکنان "فراهم آوردن فرصت هایی برای کارمند جهت مشارکت در طرح های پیشنهادی سبز و مشاوره های مشترک برای حل مشکلات زیست محیطی" اولویت دار بودند. لذا در مدیریت سبز باید مدیران ارشد سازمان ها توجه و تاکید بیشتری بر این گزینه ها در مقایسه با سایر گزینه ها داشته باشند (جدول ۸).

جدول ۸ - ارزش نسبی گزینه های مولفه ی مدیریت فرهنگ سازمانی براساس اقدامات GHRM

ضرایب	گزینه های مدیریت فرهنگ سازمانی
۶۵۴۰/	روشنگری اطلاعات و ارزش های مدیریت محیط زیست در کل سازمان توسط مدیریت عالی
۸۵۸۰/	اعمال سیستم مجازاتی برای عدم رعایت موارد زیست محیطی توسط مدیریت عالی
۸۸۳۰/	پشتیبانی فعال از اقدامات زیست محیطی توسط مدیریت عالی
۸۲۴۰/	پوشش تأثیرات زیست محیطی در بودجه های تیمی/دپارتمانی
۸۴۸۰/	لحاظ مسایل زیست محیطی در چشم انداز سازمانی/ بیانیه های ماموریتی
ضرایب	گزینه های استخدام و گزینش
۸۳۳۰/	لحاظ نگرانی های زیست محیطی در شرح شغل
۷۸۸۰/	تمرکز شغل های طراحی شده به طور انحصاری به جنبه های مدیریت زیست محیطی
۸۴۵۰/	لحاظ معیارهای رفتاری/تعهد زیست محیطی در پیام های استخدامی
۷۹۱۰/	انتخاب متقاضیان برای احراز شغل با آگاهی کافی از سبزسازی

ماخذ: یافته های تحقیق

ادامه جدول ۸ - ارزش نسبی گزینه‌های مولفه‌ی مدیریت فرهنگ سازمانی براساس اقدامات GHRM

گزینه‌های آموزش و توسعه	ضرایب
در نظر گرفتن مسائل زیست‌محیطی هنگام تدوین نیازمندی‌های آموزشی	۸۲۶۰/
اولویت‌دهی به آموزش زیست‌محیطی در مقایسه با سایر انواع آموزش‌ها در سازمان	۸۵۶۰/
دنبال کردن برنامه‌های القایی با تأکید بر مسائل/نگرانی‌های زیست‌محیطی	۸۵۰۰/
ارائه‌ی آموزش زیست‌محیطی به اعضای سازمان برای افزایش آگاهی حفاظت از محیط‌زیست	۷۵۳۰/
دسترسی آنلاین کارمندان به کلیه‌ی مطالب آموزشی برای کاهش مصرف و هزینه‌ی کاغذ	۵۳۰۰/
گزینه‌های مدیریت و ارزیابی عملکرد	ضرایب
ایجاد سیستم ارزیابی عملکرد سازمان بر اساس آماج و اهداف مدیریت زیست‌محیطی	۸۴۴۰/
آگاهی کارمندان از آماج، اهداف و مسئولیت‌های سبز خاص خود	۷۶۰۰/
ارزیابی رفتار/ اهداف و مشارکت‌های زیست‌محیطی در مدیریت محیط‌زیست و لحاظ شاخص‌های ارزیابی عملکرد	۸۵۲۰/
ارائه‌ی بازخورد منظم به کارمندان برای دستیابی به اهداف زیست‌محیطی یا بهبود عملکرد زیست‌محیطی آنها	۷۲۸۰/
نقش‌های مدیریت در دستیابی به نتایج سبز موجود در ارزیابی‌ها	۸۳۸۰/
گزینه‌های پاداش و دستمزد	ضرایب
به رسمیت شناخته شدن عملکرد زیست‌محیطی (جوایز، شام، تبلیغات)	۸۷۰۰/
ارائه‌ی پاداش‌های غیرپولی و پولی براساس دستاوردهای زیست‌محیطی (فرصت مطالعاتی، مرخصی، هدیه، پاداش، پول نقد، حق بیمه، ترفیع)	۸۶۴۰/
مرتبط‌سازی طرح‌های پیشنهادی به سیستم پاداش با معرفی برای ابتکار عمل/ عملکرد نوآورانه‌ی محیط‌زیست	۸۱۲۰/

ماخذ: یافته‌های تحقیق

با وجود اینکه گزینه‌های دارای بیشترین ضریب به‌عنوان مولفه‌ی اصلی در هر طبقه‌بندی انتخاب شدند، در بیشتر موارد ضرایب گزینه‌های اول و دوم بسیار نزدیک به هم بودند. شایان ذکر است که در بین تمام گزینه‌ها در طبقه‌بندی‌های مختلف، گزینه‌ی دسترسی آنلاین کارمندان به کلیه مطالب آموزشی برای کاهش مصرف و هزینه‌ی کاغذ (در بخش آموزش و توسعه) کمترین ضریب را به خود اختصاص داده است که برابر با ۰/۵۳۰ بود. از سوی دیگر، گزینه‌ی پشتیبانی فعال از اقدامات زیست‌محیطی توسط مدیریت عالی (در بخش مدیریت فرهنگ سازمانی) با ضریب ۰/۸۸۳ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داد. بنابراین با توجه به مقادیر این ضرایب نیز می‌توان به اهمیت بالای تمامی گزینه‌ها اشاره کرد و اینکه نحوه‌ی برخورد مدیریت عالی سازمان‌ها تا چه حد می‌تواند در اجرای موفق اقدامات GHRM موثر باشد (جدول ۸).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

خط‌مشی‌گذاری مدیریت منابع انسانی سبز به‌عنوان شاخه‌ای از مدیریت منابع انسانی پایدار، بر سرمایه‌ی انسانی و برنامه‌های مدیریت محیط‌زیست تمرکز دارد و سبب بهبود عملکرد پایدار سازمان می‌شود. برای درک بهتر و استفاده از ابعاد مختلف این موضوع نوین، مطالعات تجربی در رشته‌ی مدیریت منابع انسانی مورد نیاز است. در صورتی می‌توان پایداری سازمانی را به‌صورت موفقیت‌آمیز پیاده کرد که عوامل تاثیرگذار در لایه‌های مختلف در شرایط مناسبی باشند. در مطالعه‌ی حاضر، پایداری سازمانی در سازمان‌های دولتی مورد بررسی قرار گرفت. براساس تجزیه و تحلیل داده‌ها، رایج‌ترین روش GHRM، "مدیریت سبز فرهنگ سازمانی" است. به‌علاوه، این تحقیق وجود رابطه‌ی مثبت بین GHRM و عملکرد زیست‌محیطی را تأیید می‌کند. همچنین، موثرترین روش "استخدام و گزینش سبز" بود. نهایتاً، "ملاحظات زیست‌محیطی" به‌عنوان محرک برتر، "هزینه‌ی اجرای برنامه‌های GHRM" به‌عنوان اصلی‌ترین مانع و بالاترین نتیجه مثبت موردانتظار "ارتقای مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط‌زیست" به‌دست آمد. به‌منظور تعیین با اهمیت‌ترین گزینه‌ی مولفه‌های خط‌مشی‌گذاری سبز مدیریت منابع انسانی از آزمون آماری تجزیه به مولفه‌های اصلی استفاده گردید. در میان شش گزینه‌ی مولفه‌های مدیریت فرهنگ سازمانی، "پشتیبانی فعال از اقدامات زیست‌محیطی توسط مدیریت عالی" با اهمیت‌ترین گزینه بود. بین گزینه‌های مولفه‌ی استخدام و گزینش، "لحاظ معیارهای رفتاری/تعهد زیست‌محیطی در پیام‌های استخدامی" و در میان گزینه‌های

مولفه‌ی آموزش و توسعه، "اولویت‌دهی به آموزش زیست‌محیطی در مقایسه با سایر انواع آموزش‌ها در سازمان" با اهمیت بودند. در میان گزینه‌های مولفه‌ی مدیریت و ارزیابی عملکرد "ارزیابی و ثبت رفتار/اهداف و مشارکت‌های زیست‌محیطی در مدیریت محیط‌زیست و لحاظ شاخص‌های عملکرد/ارزیابی" و در میان گزینه‌های مولفه‌ی پاداش و غرامت "به رسمیت شناخته شدن عملکرد زیست‌محیطی (جوایز، شام، تبلیغات)" حایز اهمیت بودند. در میان گزینه‌های مولفه‌ی توانمندسازی و مشارکت کارمندان "فراهم آوردن فرصت‌هایی برای کارمند جهت مشارکت در طرح‌های پیشنهادی سبز و مشاوره‌های مشترک برای حل مشکلات زیست‌محیطی" اولویت‌دار بودند. لذا جهت تحقق پایداری در سازمان‌های دولتی باید مدیران ارشد سازمان‌ها توجه و تاکید بیشتری بر این گزینه‌ها در مقایسه با سایر موارد داشته باشند. روش ارایه‌شده در این پژوهش می‌تواند پایداری سازمانی در بخش دولتی را از طریق تغییر در خط‌مشی‌های بی‌اعتنا نسبت به مسایل محیط‌زیستی و اعمال اصول دوست‌دار محیط‌زیستی در قوانین و خط‌مشی‌های مدیریت دولتی در راستای پایداری سازمانی تحقق بخشد.

منابع

- اسکویی زاده نوزاد، آراد(۱۴۰۰). تقویت رفتار سبز در محل کار با تکیه بر رویکرد سبز در رهبری تحول آفرین و مدیریت منابع انسانی (مورد مطالعه: کارکنان شعبه مرکزی بیمه میهن). مطالعات رفتاری در مدیریت، سال دوازدهم بهار ۱۴۰۰ شماره ۲۵، ۶۹-۷۱.
- بهمنیاری، حمید، امیری، افلاطون، شکوه، نیک پور، امین و محمد باقری (۱۳۹۹). طراحی و تبیین مدل مدیریت منابع انسانی سبز با تاکید بر مسئولیت پذیری اجتماعی در دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله علوم پزشکی صدا، ۸(۴)، ۳۹۷-۴۱۸.
- توکلی، عبدالله؛ هاشمی، علیرضا؛ ثابت، عباس؛ رازقی، سعید (۱۳۹۷). ارائه مدل ساختاری مدیریت منابع انسانی سبز بر مبنای نظام‌های مدیریت منابع انسانی. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱۰(۱)، ۷۷-۱۰۴.
- جانعلی زاده قزوینی، مهدی؛ کفاش پور، آذر؛ رحیم پور، امیر و سامانیان، مصیب(۱۴۰۰). رتبه بندی مولفه‌های مدیریت منابع انسانی سبز موثر بر عملکرد محیطی شهرداری مشهد (رویکرد تحلیل سلسله مراتبی). خط‌مشی گذاری عمومی در مدیریت (رسالت مدیریت دولتی). ۱۲(۴۱)، ۱۶۳-۱۷۷.
- جمشیدیان، محمدمین و جمشیدیان، زهرا(۱۴۰۰). تاثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر نتایج منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی جو سازمانی در اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی. نخبگان علوم و مهندسی، ۱۶(۱)، ۸۴-۹۵.
- دوزنده کاکرودی، معین(۱۴۰۰). تدوین مدل مدیریت منابع انسانی سبز با رویکرد بولانوس مطالعه موردی: شرکت پگاه گیلان. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۲۲(۶۴)، ۲۲-۳۵.
- فرخی، مجتبی، ع، نصرافهانی، ع، صفری(۱۳۹۶). ارائه چارچوب مدیریت منابع انسانی سبز در صنعت فولاد. مجله مدیریت دولتی، ۹(۳۰)، ۱۷۹-۱۵۳.
- محمدنژاد شورکایی، مجتبی؛ سیدجوادین، سیدرضا؛ حسینی، محمدعلی شاه و حاج کریمی، عباسعلی (۱۳۹۵)، ارائه چارچوبی برای مدیریت منابع انسانی سبز، فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۸، شماره ۴، ۶۹۱-۷۱۰.
- وزیری، شمیم؛ فرهادی، محلی علی؛ (۱۳۹۷)، تأثیر سیاست های مدیریت منابع انسانی دانش محور بر عملکرد نوآوری و سرمایه فکری. خط‌مشی گذاری عمومی در مدیریت (رسالت مدیریت دولتی)، ۹(۳۱)، ۹۵-۱۱۲.

- Arulrajah, A.A, Opatha, H & Nawaratne, N.N.H. (۲۰۱۵), Green Human Resource Management Practices, A Review. Sri Lankan, Journal of Human Resource Management, ۵(۱):۱۲۰-۱۳۸.
- Awan, F. H., Dunnan, L., Jamil, K., Gul, R. F., Guangyu, Q., & Idrees, M. (۲۰۲۱). Impact of Role Conflict on Intention to leave Job with the moderating role of Job Embeddedness in Banking sector employees. *Frontiers in Psychology*, ۴۸۶۶.
- Creswell, J.W. ۲۰۱۲. Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. Boston, MA: Pearson.
- Daily, B. F., Bishop, J. W., & Massoud, J. A. (۲۰۱۲). The role of training and empowerment in environmental performance: A study of the Mexican maquiladora industry. *International Journal of Operations & Production Management*, ۳۲(۵), ۶۳۱-۶۴۷. <https://doi.org/10.1108/014433071211226024>.
- Gilal, F. G., Ashraf, Z., Gilal, N. G., Gilal, R. G., and Channa, N. A. (۲۰۱۹). Promoting Environmental Performance through Green Human Resource Management Practices in Higher Education Institutions: A Moderated Mediation Model. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, ۲۶ (۶), ۱۵۷۹-۱۵۹۰.
- Haldorai, K., Kim, W. G. & Garcia, R. F. (۲۰۲۲). Top management green commitment and green intellectual capital as enablers of hotel environmental performance: The mediating role of green human resource management. *Tourism Management*, ۸۸, ۱-۱۱.
- Jabbour. C. J. C. (۲۰۱۱). How green are HRM practices, organizational culture, learning and teamwork? A Brazilian study. *Industrial and commercial training*, ۴۳(۲), ۹۸-۱۰۵.
- Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (۲۰۱۹). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, ۷۶, ۸۳-۹۳.
- Masri, H. A., A, Jaaron (۲۰۱۷). Assessing green human resources management practices in Palestinian manufacturing context: An empirical study. *Journal of cleaner production*, (۱۴۳), ۴۷۴-۴۸۹.
- Nisar, Q.A., Haider, S., Ali, F., Jamshed, S., Ryu, K. & Gill, S. S. (۲۰۲۱). Green human resource management practices and environmental performance in Malaysian green hotels: The role of green intellectual capital and pro-environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, ۳۱۱, ۱-۱۱.
- Pham, N. T., Thanh, T. V., Tučková, Z., & Thuy, V. T. N. (۲۰۲۰). The role of green human resource management in driving hotel's environmental performance: Interaction and mediation analysis. *International Journal of Hospitality Management*, ۸۸, ۱۰۲۳۹۲.
- Renwick D.W.S., Redman T. & Maguire, S. (۲۰۱۲). Green Human Resource Management: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, ۱۵(۱), ۱-۱۴.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (۲۰۰۹). *Research methods for business students*. Pearson education
- Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (۲۰۲۰). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, ۱۵۰, ۱۱۹۷۶۲
- Yusoff, Y. M., Nejati, M., Kee, D. M. H., & Amran, A. (۲۰۲۰). Linking green human resource management practices to environmental performance in hotel industry. *Global Business Review*, ۲۱(۳), ۶۶۳-۶۸۰.

Explaining the Role of Green Human Resource Management on the Sustainable Performance of Governmental Organizations

Shahram Eshghi^۱, Norouz Eyzadpanah^۲ and Mousa Rezani Chamanzamin^۳

Abstract

Environmental sustainability in organizations depends on the extent of the performance of the employees of that organization and creating such a function in employees is highly dependent on creating an environmentally friendly attitude in managers. Therefore, a comprehensive study of green resource management and providing a management model appropriate to government organizations' policy transition is needed. Therefore, the present study was conducted to determine the most effective component of green human resource management on organizational sustainability performance. To determine the most effective components of green human resource management, more than ۳۰۰ electronic questionnaires were distributed. In addition to a descriptive study of components and component options, a multivariate statistical analysis of principal components analysis was used to identify the most effective options. The results of the study showed that green human resource management has a positive effect on individual, organizational and extra-organizational consequences, and the challenges and limitations of applying the proposed model were also examined. The proposed method can be effective in achieving sustainable human resource development for managers and operational staff.

Key words: Organizational Sustainability, Green Management, Green Human Resource Management and Principal Component Analysis.

^۱PhD Candidate, Department of Management, Astara Branch, Islamic Azad University, Astara, Iran.

^۲Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Management, Astara Branch, Islamic Azad University, Astara, Iran. Email Address: phd.eyzadpanahofficial@Gmail.com.

^۳Assistant Professor, Department of Management, Astara Branch, Islamic Azad University, Astara, Iran.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۹۹-۱۱۴

بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی

حامد نوریان^۱ و موسی رضوانی چمن رمین^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۱۴

چکیده

براساس یافته‌های علمی، مدیریت منابع انسانی در هر سازمان کلید اصلی دستیابی به اهداف تلقی می‌شود؛ چرا که ایده‌های جدید برای نوآوری و شکوفایی، دستیابی به تولیدات جدید محققان است. یک نظام جامع مدیریت منابع انسانی، عملکرد سازمانی را افزایش می‌دهد و نبود یا ضعف این مدیریت برای سازمان مشکلات عدیده‌ای را به وجود می‌آورد. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی در مجمع تشخیص مصلحت نظام انجام شده است. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد که با استفاده از روش میدانی و تکنیک پیمایش انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، کارکنان و مدیران بخش منابع انسانی مجمع تشخیص مصلحت نظام می‌باشند. با استفاده از فرمول کلاین تعداد ۲۰۰ عدد پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. به منظور نمونه‌گیری نیز از روش خوشه‌بندی ساده استفاده شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار لیزرل و آزمون معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان عوامل تکنولوژیکی با ضریب مسیر ۰,۵۴، عوامل سازمانی با ضریب مسیر ۰,۹۳، عوامل رفتاری با ضریب مسیر ۰,۶۳ و عوامل محیطی با ضریب مسیر ۰,۷۶ اثر معنادار و مستقیمی بر مدیریت منابع انسانی در مجمع تشخیص مصلحت نظام دارا می‌باشند. با توجه به نتایج به‌دست آمده از آزمون فریدمن مشخص شد متغیر عوامل رفتاری با میانگین ۳/۷۹ دارای بیشترین رتبه و متغیر عوامل محیطی با میانگین ۱/۹۰ دارای کمترین رتبه در اثرگذاری بر موفقیت مدیریت منابع انسانی می‌باشند.

کلمات کلیدی: مدیریت منابع انسانی، عوامل رفتاری، عوامل تکنولوژیکی، عوامل محیطی و عوامل سازمانی.

^۱ نویسنده مسئول، کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال، تهران، ایران.

آدرس پست الکترونیکی: Noorian.Hamed@gmail.com

^۲ استادیار، گروه مدیریت، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.

مقدمه

با توجه به تغییر و تحولات عصر حاضر و با ورود سازمان‌ها به اقتصاد دانش محور، امروزه نیروی انسانی به عنوان حیاتی‌ترین عنصر استراتژیک و اساسی‌ترین راه برای افزایش اثربخشی و کارایی سازمان محسوب می‌شود. از این رو، نیروی انسانی متعهد به اهداف و ارزش‌های سازمان، نه تنها عاملی برای برتری یک سازمان نسبت به سازمان دیگر، بلکه به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار برای بسیاری از سازمان‌ها تلقی می‌گردد (نایب‌پور، سعیدی، رئیسی، ۱۳۹۱: ۱۳۶). در این راستا، بهره‌مندی و به‌کارگیری مطلوب منابع انسانی در حیطه وظایف مدیران منابع انسانی سازمان بوده و سرمایه‌گذاری واقعی در سرمایه انسانی و اجرای اقدامات منابع انسانی ممکن است منجر به افزایش عملکرد و اثربخشی سازمان گردد. اخیراً یافته‌های مطالعات یاندت^۱، نشان داد که اقدامات منابع انسانی به طور مستقیم بر عملکرد سازمان تاثیرگذار نیست، بلکه این اقدامات به تقویت ویژگی‌هایی در سرمایه انسانی کمک کرده و نهایتاً منتهی به ایجاد ارزش در سازمان می‌شود. در همین جهت با توجه به اهمیت منابع انسانی در سازمان در پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر در موفقیت نیروی انسانی در سازمان پرداخته می‌شود.

مدیریت منابع انسانی، عبارت است از مدیریت و اداره‌ی راهبردی و پایدار با ارزش‌ترین دارایی‌های یک مجموعه؛ یعنی، کارکنانی که در آن جا کار می‌کنند و به طور منفرد در کنار هم در جهت دستیابی به اهداف کمک می‌کنند (هاشمی، امین زاده، ۱۳۹۰: ۵) مدیریت منابع انسانی یکی از حوزه‌های مطالعاتی قرن حاضر به حساب می‌آید. موفقیت‌های اقتصادی کشورها بعد جنگ جهانی دوم و حرکت‌های وسیع توسعه پاره‌ای از کشورهای خاور دور، در معرفی اهمیت منابع انسانی در پیشرفت سازمان‌ها و جوامع، نقشی کاملاً چشم‌گیر داشته است. لازم به ذکر است که در آغاز، وظایف مدیریت پرسنلی به اندازه امروز متنوع و گسترده نبوده، بلکه به استخدام، اخراج یا کنترل کارکنان منحصر می‌شده و معمولاً توسط سرپرستان اجرایی انجام می‌شده است. با توسعه واحدهای تولیدی و افزایش تعداد کارکنان، دیگر برای سرپرستان فرصت درگیر شدن با مسائل استخدام، پرداخت حقوق و رسیدگی به پرونده‌ها و سوابق کارکنان باقی نماند و به این ترتیب وظایف مربوط به امور کارکنان به کارمندانی محول شد که کار آن‌ها فقط رسیدگی به این امور بود. این گروه اولین متخصصین مدیریت

^۱ - Youndet

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۰۱

پرسنلی را تشکیل می‌دادند. جنبش رفاه کارگران که در اواخر سال ۱۸۰۰ میلادی آغاز شد، کارفرمایان را به این واقعیت آگاه کرد که باید به امور رفاهی کارکنان توجه کافی مبذول شود. این طرز تفکر باعث شد که شغلی با عنوان مسئول امور رفاهی کارکنان در بسیاری از سازمان‌ها به وجود آید. این شغل که سر آغاز ایجاد حرفه مدیریت پرسنلی به حساب می‌آید، مسئولیت امور فرهنگی، مسکن، بهداشت، درمان، آموزش و وسایل ورزش و تفریح کارکنان را به عهده داشت و معمولاً اشخاصی در مقام مسئول امور رفاهی انتخاب می‌شدند که سابقه کار در سازمان‌های خیریه و رفاه عمومی داشتند. بعد ها بسیاری از سازمان‌ها کلاس‌هایی تشکیل دادند تا اشخاصی را برای کار در مشاغل مربوط به امور رفاهی تربیت کنند (فارس‌یجانی و همکاران، ۱۳۹۰).

با این که بعضی از وظایف مربوط به مدیریت منابع انسانی توسط مسئولین امور رفاهی سازمان‌ها انجام می‌گرفت، اما تشکیل اداره یا دایره امور پرسنلی در قالب تخصص حرفه‌ای خود، در کادر ستاد سازمان‌ها آغاز شد. اولین کلاس دانشگاهی برای تربیت کادر امور استخدامی در سال ۱۹۱۵ در کالج دارت موث تشکیل شد. در ۱۹۱۹ حداقل ۱۲ کالج مختلف در امریکا دوره‌هایی در زمینه مدیریت نیروی انسانی ارائه می‌کردند (عابدی، ۱۳۹۴: ۳۳).

به طور کلی، از اوائل ۱۹۲۵ مدیریت نیروی انسانی به صورت یک تخصص حرفه‌ای مطرح شد و شرکت‌های بزرگ و ادارات مختلف دولت، دواير و تشکیلاتی با این عنوان دایر کردند. تلاش‌های اساتید دانشگاه و برقراری ارتباط با مدیران اجرایی از طریق نشر مقالات مفید در معرفی اهمیت و تکنیک‌های مدیریت نیروی انسانی، باعث شد این تخصص یک حرفه شناخته شود که این خود سبب گسترش فعالیت‌های مربوط به مدیریت منابع انسانی شد (میرسپاسی، ۱۳۸۹: ۷۶). سازمان‌های دولتی از جمله سازمان‌هایی هستند که مدیریت منابع انسانی می‌تواند سبب بهبود عملکرد آن‌ها گردد. امروزه سازمان‌های دولتی با بیشترین نیروی فعال، دارای کمترین بازدهی می‌باشند و در زمینه اجرایی با کمبودها و مشکلات بسیاری روبه رو می‌باشند. یکی از علل ناکارآمد بودن سازمان‌های دولتی، مدیریت نامناسب منابع انسانی می‌باشد. یکی از این سازمان‌ها، مجمع تشخیص مصلحت نظام می‌باشد. این سازمان، همانند بسیاری دیگر از سازمان‌های دولتی، در زمینه تقویت عملکرد نیروی انسانی با ضعف مواجه بوده است. در این سازمان، همانند بسیاری دیگر از سازمان‌ها، نقش مدیریت منابع انسانی کوچک انگاشته شده است و در حدی که گاه صرفاً وظیفه‌هایی مانند حضور و غیاب

۱۰۲ / بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی ...

کارکنان و تنظیم جدول‌های اضافه کاری و حقوق و دستمزد به آن‌ها واگذار شده است. در حالی که عملکرد مدیریت منابع انسانی می‌تواند در زمینه بهبود عملکرد کارمندان سازمان اقدامات موثرتری انجام دهد. در پژوهش حاضر مسئله اصلی شناسایی و بررسی اثرگذاری عوامل مختلف بر موفقیت مدیریت منابع انسانی در مجمع تشخیص مصلحت نظام است و این سوال مطرح می‌شود که با توجه به ویژگی‌های حاکم بر مجمع تشخیص مصلحت نظام، چه مدلی جهت بهینه‌سازی مدیریت منابع انسانی در این سازمان مناسب است؟ و این مدل دارای چه ابعاد و مولفه‌هایی می‌باشد؟ برای پاسخ به این سوال ضمن تبیین عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی به ارائه مدل مفهومی در این زمینه پرداخته شده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عابدی (۱۳۹۴) پایان‌نامه‌ای با عنوان " بررسی رابطه مدیریت منابع انسانی بر اثربخشی منابع انسانی در شهرداری تهران" انجام داده است. در این پایان‌نامه آمده است مروزه اکثر سازمان‌های دنیا در تلاشند تا فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی خود را با استفاده از ابزارهای مدیریت منابع انسانی وب محور به سمت رشد و تعالی هر چه بیشتر و افزایش راندمان و بهره‌وری کل سیستم سوق دهند. مدیریت منابع انسانی از سال ۱۹۹۰ تاکنون نقش پررنگی به خود گرفته است. هدف مقاله حاضر، بررسی میزان مفید بودن این مقوله در پیشبرد فعالیت‌های سازمان‌ها می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه، کارکنان و مدیران حوزه منابع انسانی شهرداری تهران است. این پژوهش از نوع کاربردی است. در این پژوهش، از روایی محتوا و روایی سازه برای سنجش روایی ابزار استفاده شده است. برای سنجش روایی سازه، از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. به منظور تأیید پایایی پرسش‌نامه از آزمون الفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن ۰/۹۶ است که نشان‌دهنده پایایی بالای آن است. پس از جمع‌آوری اطلاعات با ابزار پرسش‌نامه، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد مدیریت منابع انسانی با اثربخشی منابع انسانی از لحاظ فنی و استراتژیک رابطه مثبت و معناداری دارد.

تحقیقی با عنوان "ارائه مدلی برای توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران" توسط موسی‌خانی و دیگران در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. این پژوهش با هدف شناسایی مدلی برای توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران طراحی و اجرا شده است. بدین منظور در این تحقیق با بررسی پیشینه و مصاحبه با افراد متخصص و خبره، مدل اولیه

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۰۳

توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی طراحی و بر اساس آن ۶ فرضیه تعریف و برای آزمون آنها پرسش‌نامه‌ای طراحی و در اختیار جامعه آماری تحقیق قرار داده شد. نتایج نشان‌دهنده آن است که برای توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی در سازمان‌های دولتی لازم است ابتدا عوامل محیطی و سازمانی بررسی شده و بر اساس آن راهبری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات منابع انسانی سازمان تدوین و بر اساس آن مدیریت الکترونیک منابع انسانی شکل‌دهی شود.

تحقیقی با عنوان "رتبه‌بندی عوامل موثر بر اجرای مدیریت منابع انسانی جهت دستیابی به کلاس جهانی" توسط فارسیجانی و عارف نژاد در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. در این پژوهش به بررسی برخی از عوامل موثر در اجرای مدیریت منابع انسانی پرداخته شده است. این عوامل شامل عوامل کاری، عوامل فردی، عوامل محیطی، عوامل سازمانی و نوع‌آوری مدیریت منابع انسانی هستند. برای شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر اجرای مدیریت منابع انسانی با استفاده از رویکرد AHP از نظرات ۲۵ نفر از مدیران عالی و منابع انسانی سازمان‌های آب و برق در شهرستان خرم‌آباد استفاده شده است. با توجه به اطلاعات به‌دست آمده عوامل کاری، عوامل سازمانی، عوامل محیطی، عوامل فردی و نوع‌آوری مدیریت منابع انسانی به ترتیب دارای بیشترین تاثیر بر اجرای مدیریت منابع انسانی بوده‌اند.

تحقیقی با عنوان "شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر پذیرش منابع انسانی الکترونیک" توسط کلدی و خوش الحان در سال ۱۳۸۸ انجام شده است. در این پژوهش به بررسی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر پذیرش e-HRM با استفاده از روش تاسیس پرداختند، آن‌ها عوامل متعدد موثر بر پذیرش منابع انسانی الکترونیک را مورد بررسی قرار دادند. برخی از این عوامل شامل پیچیدگی e-HRM، سازگاری e-HRM، بلوغ سیستم‌های اطلاعاتی سازمان، حمایت مدیریت ارشد، منابع سازمانی، ساختار سازمانی، آشنایی افراد جامعه با مهارت‌های فن‌آوری اطلاعات می‌شدند. در پایان با استفاده از رویکرد تاسیس مشخص شد که عوامل حمایت مدیریت ارشد، اهمیت منابع برای سازمان و میزان آشنایی فرد با مهارت‌های فن‌آوری اطلاعات دارای بیشترین تاثیر را بر پذیرش و اثربخشی e-HRM دارند.

تحقیقی با عنوان "عوامل مهم اجرای مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های سهامی اردن" توسط رند^۱ در سال ۲۰۱۱ در کشور اردن صورت پذیرفت. هدف اصلی این تحقیق، مشخص کردن عوامل مهم اجرای مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های سهامی اردن بوده است. به این منظور محققین این عوامل را در چارچوب نظریه خود به دو دسته عوامل بیرونی و درونی تقسیم‌بندی کرده‌اند. جمع‌آوری اطلاعات از ۲۵۷ شرکت سهامی سرعت گرفته است. در این تحقیق هدف، مدیران منابع انسانی در شرکت‌های سهامی بودند و اطلاعات از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است. یافته‌های اصلی این تحقیق نشان می‌دهد که سطح اجرای مدیریت منابع انسانی معتدل در نظر گرفته شده است. ۶۰٪ از تغییرات سطح اجرای مدیریت منابع انسانی به وسیله عوامل خارجی و ۱۴٪ آن‌ها به وسیله عوامل داخلی تشریح شده است.

تحقیقی با عنوان "معاینه الکترونیکی HRM به عنوان وسیله‌ای برای افزایش ارزش عملکرد HR" توسط پری^۲ در سال ۲۰۱۱ انجام گرفت. این مقاله استفاده بالقوه از مدیریت منابع انسانی را به عنوان ابزاری برای افزایش ارزش نقش منابع انسانی در داخل یک چارچوب نگرشی منبع‌محور مورد بررسی قرار می‌دهد. مطالعات گذشته حاکی از آن است که مدیریت منابع انسانی ممکن است نقش منابع انسانی را کارآمدتر ساخته، انجام خدمات را بهبود بخشیده و منجر به اتخاذ یک نقش مهم در استراتژی کسب و کار شود. نتایج از یک مقیاس بزرگ حول ۱۲ کشور نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی ممکن است ارزش منابع انسانی را از طریق استراتژیک‌تر شدن افزایش دهد اما شواهدی دال بر صرفه‌جویی هزینه به دلیل کاهش در تعداد افراد منابع انسانی وجود ندارد.

تحقیقی با عنوان "سهام e-HRM در کارآیی HRMs" توسط روتل^۳ و همکاران در سال ۲۰۰۷ در کشور هلند انجام گرفت. این تحقیق به دنبال این بود تا به ایجاد منفعت برای سازمان‌ها از طریق مدیریت منابع انسانی کمک کند. نتایج نشان می‌دهد که ارزیابی‌های فردی از ابزارهای مدیریت منابع انسانی بر اثربخشی استراتژیک و فنی مدیریت منابع انسانی تاثیر می‌گذارند. این ارزیابی به‌ویژه در رابطه با کیفیت درک شده از محتوا و ساختار ابزارهای مدیریت منابع انسانی می‌باشد. که تاثیر چشم‌گیر و مثبتی بر اثربخشی استراتژیک و فنی مدیریت منابع انسانی دارد.

^۱ Rand

^۲ Parry

^۳ Ruel

اهداف تحقیق

هدف اصلی

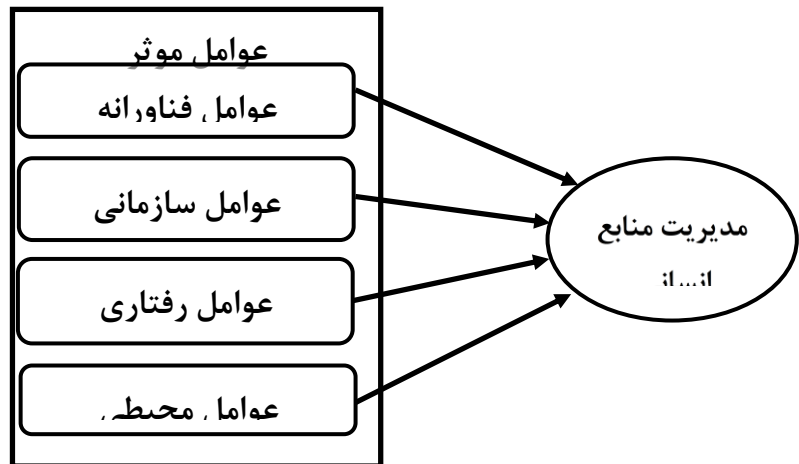
- بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی در مجمع تشخیص مصلحت نظام

اهداف فرعی

- بررسی اثر عوامل تکنولوژیکی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
- بررسی اثر عوامل سازمانی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
- بررسی اثر عوامل رفتاری بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
- بررسی اثر عوامل محیطی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
- تعیین ضریب اهمیت هریک از عوامل چهارگانه موثر در موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی

مدل تحقیق

مدل استفاده شده در این تحقیق، مدلی محقق ساخته است و رابطه میان عوامل فن‌آورانه، سازمانی، رفتاری و محیطی را با موفقیت مدیریت منابع انسانی، مورد بررسی قرار می‌دهد.



شکل ۱ - مدل مفهومی تحقیق (منبع: Babaei nivlouei, Fahimeh, ۲۰۱۴)

فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه ۱: عوامل تکنولوژیکی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی اثر دارد.
- فرضیه ۲: عوامل سازمانی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی اثر دارد.

۱۰۶ / بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی ...

فرضیه ۳: عوامل رفتاری بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی اثر دارد.

فرضیه ۴: عوامل محیطی بر موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی اثر دارد.

فرضیه ۵: ضریب اهمیت هریک از عوامل چهارگانه موثر در موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی تفاوت دارند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد که با استفاده از روش میدانی و تکنیک پیمایش انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، کارکنان و مدیران بخش منابع انسانی مجمع تشخیص مصلحت نظام می‌باشند. با استفاده از فرمول کلاین تعداد ۲۰۰ عدد پرسش‌نامه ۴۳ سوالی جمع‌آوری شد. به منظور نمونه‌گیری نیز از روش خوشه‌بندی ساده استفاده شد. در ارتباط با روایی، از روایی محتوایی و در ارتباط با پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. از آزمون کولموگروف جهت بررسی نرمال بودن و در ادامه از معادلات ساختاری و تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار لیزرل استفاده شد.

نتایج و بحث

آزمون کولموگروف جهت بررسی نرمال بودن

H. داده‌ها دارای توزیع نرمال نیستند.

H₁. داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند.

با توجه به جدول آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اگر سطح معنی‌داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح آزمون (۰,۰۵) باشد، توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

جدول ۱ - آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

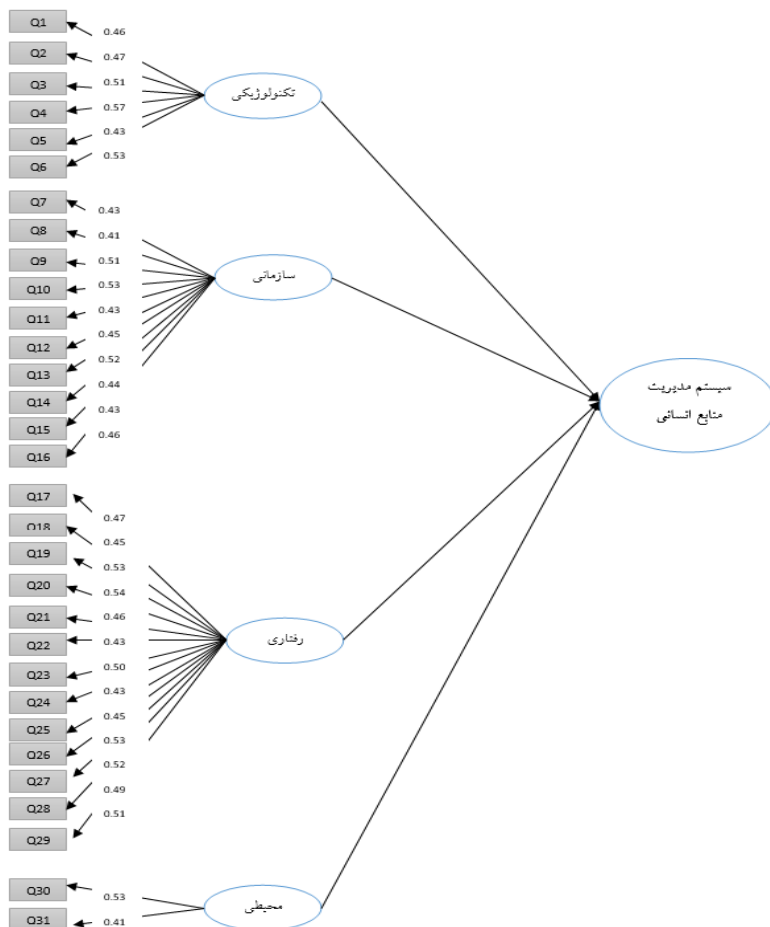
مقدار آزمون	متغیر
۰/۱۱۳	عوامل تکنولوژیکی
۰/۰۷۵	عوامل سازمانی
۰/۰۹۲	عوامل رفتاری
۰/۱۲۳	عوامل محیطی
۰/۱۵۷	سیستم‌های مدیریت منابع انسانی

ماخذ: یافته‌های تحقیق

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت...../ ۱۰۷

با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۰۵ است، پس فرض H_1 تایید می‌شود و نتیجه می‌گیریم که داده‌های جمع‌آوری شده برای متغیرهای تحقیق نرمال است. با توجه به نرمال بودن داده‌ها می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

ارزیابی بخش اندازه‌گیری مدل



شکل ۲ - ضرایب استاندارد مدل

جدول ۲ - ضرایب مسیر، آماره‌ی t و ضریب تعیین (متغیر وابسته: موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی)

متغیر پیش‌بین	ضریب مسیر (β)	آماره t	ضریب تعیین کل (R^2) تفکیک	ضریب تعیین کل (R^2)	نتیجه فرضیه
عوامل تکنولوژیکی	۰/۵۴	۱۶,۴***	۰/۲۹	۰/۸۵	تایید
عوامل سازمانی	۰/۹۳	۱۱/۴***	۰/۸۶		تایید
عوامل رفتاری	۰/۶۳	۱۲/۷***	۰/۳۹		تایید
عوامل محیطی	۰/۷۶	۸/۹***	۰/۵۷		تایید

ماخذ: یافته‌های تحقیق (** $p < 0.01$ * $p < 0.05$ $p < 0.1$)

برای اینکه مدل اندازه‌گیری تایید شود، اولاً باید شاخص‌های آن برازش مناسبی داشته و ثانياً مقادیر t-value ضرایب استاندارد آن معنادار باشد. در این تحقیق تمام مقادیر t برای آزمون فرضیات بزرگتر از ۱/۹۶ است که نشان می‌دهد رابطه معناداری بین متغیرها وجود دارد و برای برازش مدل مجموعه وسیعی از معیارها و شاخص‌های برازندگی وجود دارند که می‌توانند برای اندازه‌گیری برازش کل مدل مورد استفاده قرار گیرند. متأسفانه هیچ کدام از این‌ها در تمام جهات نسبت به بقیه برتری ندارند. زیرا یک شاخص برازندگی خاص بسته به حجم نمونه، روش تخمین، پیچیدگی مدل، مفروضات مربوط به نرمال بودن یا ترکیبی از شرایط فوق به طور متفاوت عمل می‌کند. از این رو افراد مختلف بسته به شرایط مدل ممکن است شاخص‌های مختلفی را برای برازش مدل مورد استفاده قرار دهند.

جدول ۳ - شاخص‌های برازش مدل مورد استفاده

مقدار به دست آمده	حد مجاز	نام شاخص
۲/۴۴	کمتر از ۳	آزادی درجه بر دو کای $\chi^2 df$
۰/۹۲	بالاتر از ۰/۹	GFI (نیکویی برازش)
۰/۰۷۳	کمتر از ۰/۰۸	RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)
۰/۹۴	بالاتر از ۰/۹	CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای - تعدیل یافته)
۰/۹۰	بالاتر از ۰/۹	AGFI (شاخص برازندگی تعدیل یافته)
۰/۹۰	بالاتر از ۰/۹	NFI (برازندگی نرم شده)
۰/۹۴	بالاتر از ۰/۹	NFI (برازندگی نرم نشده)

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از شرط‌های لازم برای رسیدن به نقش استراتژیک در بخش منابع انسانی سازمان‌های امروزی، استفاده از پناسیل بالقوه مدیریت منابع انسانی می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل چهارگانه موثر بر مدیریت منابع انسانی رابطه معناداری با موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی دارد. افزایش و بهبود کارایی اداری و استفاده از ابعاد گوناگون فناوری به مدیران منابع انسانی این اجازه را می‌دهد تا از پرسنل کمتری استفاده کرده و سهم و نقش ارزش‌زای بیشتری در سازمان خود ایفاء کنند. تکامل سریع سیستم‌های ارائه خدمات منابع انسانی سبب شده است تا اطلاعات، بیشتر به شکل مناسب‌تری در اختیار کارکنان و مدیران قرار گیرد و آن‌ها بتوانند از این اطلاعات در راستای منابع سازمان بهره بگیرند. مدیریت منابع انسانی در واقع با بهره‌گیری از فن‌آوری‌های پیشرفته و به همراه داشتن مطلوبیت‌های بسیار، حامی و پشتیبان مدیریت منابع انسانی است (Strohmeier, ۲۰۰۷).

با توجه به اینکه مدیریت منابع انسانی منجر به تعهد، شایستگی، تناسب و اثربخشی هزینه (۲۰۰۴ et Ruel al, می‌شود. اما باید توجه داشت که این خروجی‌ها منوط به اجرای موفقیت‌آمیز آن در

۱۱۰ / بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت منابع انسانی ...

سازمان می‌باشد و نیازمند این است که عوامل کلیدی در نظر گرفته شود و در صورت داشتن شرایط لازم، تصمیم به پیاده‌سازی مدیریت منابع انسانی گرفته شود.

پیشنهادات مبتنی بر نتایج تحقیق

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول و رابطه عوامل تکنولوژیکی و موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی پیشنهاد می‌شود که:

۱. قبل از پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت منابع انسانی، یک بررسی در رابطه با زیر ساخت‌های

IT موجود و مورد نیاز سازمان صورت گیرد و سعی شود این شکاف از بین برود.

۲. واژه‌ها و لغت‌های مورد استفاده در این سیستم‌ها را در صورت امکان می‌توان به صورت

یکپارچه درآورد (برای مثال زبان انگلیسی).

۳. امکان به روز کردن سیستم‌های مورد نظر همراه با به روز کردن دانش مورد نظر برای

کارکنان این حوزه فراهم باشد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه دوم و رابطه عوامل سازمانی موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی پیشنهاد می‌شود که:

۱. جذب حمایت مدیران ارشد سازمان در جهت فراهم آوردن منابع مالی کافی برای پیاده‌سازی

و به روز کردن سیستم‌های مدیریت منابع انسانی.

۲. انجام تحقیقاتی در جهت شناسایی نیازهای بخش منابع انسانی و ارائه سیستم‌های

سیستم‌های مدیریت منابع انسانی مرتبط برای رفع یا کاهش این نیازها.

۳. اطمینان دادن به کاربران و شرکت‌ها در جهت حفظ اطلاعات محرمانه و امنیت داده‌ها.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه سوم و رابطه عوامل رفتاری موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی پیشنهاد می‌شود که:

۱. برای ارتقای سطح یادگیری سازمان‌ها و شرکت‌ها در حوزه سیستم‌های، برنامه‌های آموزشی

کارکنان در سازمان به گونه‌ای طرح‌ریزی شود که به‌طور مداوم نیازهای آموزشی آنان در

این حوزه تشخیص داده شود و متناسب با این نیازها، دوره‌های آموزشی در نظر گرفته

شود.

۲. بستن قرارداد با سازمان‌های خبره در این حوزه و برون سپاری کردن فعالیت‌های آموزشی.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۱۱

۳. برگزاری کنفرانس‌هایی در سازمان به منظور آگاه ساختن مدیریت و کارمندان از مزایای سیستم‌های مدیریت منابع انسانی و جلب حمایت آنان.

۴. با استفاده از مشاوران داخلی و خارجی می‌توان عامل مقاومت بعضی از سطوح یا پست‌ها را در مقابل این سیستم‌ها پیدا کرده و بر آن‌ها غلبه کرد (برای مثال ممکن است شخصی به دلیل تهدید قدرت یا پست خود از سوی این سیستم‌ها از خود مقاومت نشان دهد).

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه چهارم و رابطه محیطی رفتاری موفقیت سیستم‌های مدیریت منابع انسانی پیشنهاد می‌شود که:

سازمان‌های مورد نظر پیشنهاد می‌شود تا سعی کنند به نتایج تحقیقات انجام پذیرفته در رابطه با فرهنگ کشور توجه نمایند.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه پنجم، از آنجایی که عوامل رفتاری مهم‌ترین نقش را در موفقیت سیستم‌های HRM ایفاء می‌کنند، به شرکت‌های مورد نظر پیشنهاد می‌شود تا هنگام پیاده‌سازی و اجرای این سیستم‌ها حداکثر تلاش خود را در وهله اول بر روی این عوامل (رفتاری) و سپس به ترتیب بر روی عوامل سازمانی، فن‌آورانه و محیطی متمرکز کنند. از سوی دیگر باید توجه داشت که در بین اهمیت شاخص‌های این عوامل تفاوت وجود دارد. در بین عوامل رفتاری بالاترین اهمیت به ترتیب مربوط به شاخص‌های "حمایت مدیریت عالی"، "فرهنگ سازمان" و در بین عوامل سازمانی بالاترین اهمیت به ترتیب مربوط به شاخص‌های "منابع مالی"، "وضوح برنامه‌ریزی و اهداف مدیریت منابع انسانی" در بین عوامل فن‌آورانه بالاترین اهمیت به ترتیب مربوط به شاخص‌های "زیرساخت‌های IT"، "سهولت تجربه شده در استفاده از سیستم" و در بین عوامل محیطی بالاترین اهمیت مربوط به "وضعیت اقتصادی کشور" می‌باشد، پس باید به این شاخص‌ها اهمیت بیشتری داده شود. برای مثال اگر حمایت مدیریت عالی جذب شود شاید بتوان به طریق بهتری منابع مالی کافی را در جهت حمایت از حوزه سیستم‌های مدیریت منابع انسانی تامین کرد. اما باید توجه داشت که این بدان معنی نیست که باید عوامل رفتاری به طور صد در صد برطرف شود تا به عوامل دیگر پرداخته شود، چون ممکن است بعضی از شاخص‌ها برای مثال "زیرساخت‌های IT" پیش‌نیازی برای تمام شاخص‌های دیگر باشد. هم‌چنین، هر چند که در این تحقیق بر شاخص‌های متعددی اشاره داشتیم که از این شاخص‌ها در ادبیات به عنوان "عوامل موثر بر موفقیت سیستم‌های HRM" یاد شده است (چه عوامل مثبت و چه عواملی که به عنوان مانع عمل می‌کردند) اما به چگونگی رفع این موانع پرداخته نشد و این موضوع خوبی برای تحقیقات آتی می‌تواند باشد.

منابع

- نایب‌پور، محمد؛ سعیدی، فرید؛ رئیسی نافچی، سمانه، (۱۳۹۱)، «شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای اخلاقی در مدیریت منابع انسانی، به روش تحلیل سلسله مراتبی گروهی با رویکرد فازی»، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۱۶۵-۱۳۵.
- هاشمی، حامد، پور امین زاده، سعیده، (۱۳۹۰)، «چالش‌های فرآوری توسعه منابع انسانی و راهکاری برای رفع آن»، فصلنامه کار و جامعه، شماره ۱۳۶، صص ۵-۲۱.
- فارسیجانی، حسن، عارف‌نژاد، محسن (۱۳۹۰)، رتبه‌بندی عوامل موثر بر اجرای مدیریت منابع انسانی جهت دستیابی به کلاس جهانی، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۶، صص ۷۵-۹۴.
- عابدی، مهدی (۱۳۹۴)، " بررسی رابطه مدیریت منابع انسانی بر اثربخشی منابع انسانی در شهرداری تهران"، پایان‌نامه غیردولتی - دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود - دانشکده ادبیات و علوم انسانی. ۱۳۹۴. کارشناسی ارشد.
- میرسپاسی، ناصر (۱۳۸۹)، " مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار". تهران.
- موسی‌خانی و دیگران (۱۳۹۰)، " ارائه مدلی برای توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران " پژوهش‌های مدیریت سال چهارم زمستان ۱۳۹۰، شماره ۱۴.
- کلدی و خوش‌الحان (۱۳۸۸) "شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر پذیرش منابع انسانی الکترونیک"، ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، شماره ۶، صص ۷۵-۹۴.
- Babaei nivlouei, Fahimeh (۲۰۱۴) Explanation of electronic synergistic applications of human resource management according to the e-HRM system. International Journal of Human Resources Management (IJHRM), Vol. ۳, Issue ۱, ۳۷-۵۰.
- Rand H. Al-Dmour and Rifat O. Shannak. (۲۰۱۱), " Determination of the implementation level of electronic human resources management (e-HRM). European Scientific Journal, vol. ۸, No. ۱۷.
- Parry, E. (۲۰۱۱). An examination of e-HRM as a means to increase the value of the HR function. The International Journal of Human Resource Management, ۲۲(۵), ۱۱۴۶-۱۱۶۲.
- Bondarouk, T. & Ruel, H.J.M. (۲۰۰۶, June). Does e-HRM contribute to HRM Effectiveness? Results from a quantitative study in a Dutch Ministry. Paper presented at the ۴th International Conference of the Dutchs HRM Network: The Netherlands.

Examining the Factors Affecting the Success of Human Resource Management

Hamed Noorian^۱ and Mousa Rezani Chamanzamin^۲

Abstract

Based on scientific findings, human resource management in each organization is considered to be the key to achieving the goals, because new ideas for innovation and prosperity are the achievement of new researchers' products. A comprehensive human resources management system, organizational performance the lack or weakness of this management creates problems for the organization. In this regard, the present study was conducted to investigate the factors affecting the success of human resources management in the organization of expediency. The present research is an applied research that is carried out using field method and scanning technique. The statistical population of the research, the staff and managers of the HR department of the organization are expedient. Using the Klein formula, ۲۰۰ questionnaires were collected. A Simple clustering method was used for sampling. A researcher-made questionnaire was used to collect data. The collected data were analyzed using the LISREL software and the structural equation test. The results of hypothesis testing show the technological factors with path coefficient of ۰,۵۴, organizational factors with path coefficient ۰,۹۳, behavioral factors with path coefficient ۰,۶۳, and environmental factors with path coefficient ۰,۷۶, have a significant and direct effect on human resources management in the organization of expediency. According to the results of Friedman test, it was found that behavioral factors with a mean of ۳,۷۹ have the highest rank and the environmental variables with an average of ۱,۹۰ have the lowest rank in influencing the success of HRM.

Keywords: Human Resource Management, Behavioral Factors, Technological Factors, Environmental Factors and Organizational Factors.

^۱ Master of Public Administration - Organizations and Methods, Department of Management, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email Address: Noorian.Hamed@gmail.com.

^۲ Assistant Professor, Department of Management, Astara Branch, Islamic Azad University, Astara, Iran.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۱۱۵-۱۳۴

طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های دانشگاهی با تأکید بر مؤلفه‌های

مدیریت دانش

مهروز نیمروز^۱ و ستاره حبیبی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۲/۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۱۹

چکیده

هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های دانشگاهی با تأکید بر مولفه‌های مدیریت دانش بود. پژوهش حاضر از نظر تقسیم‌بندی بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها روش ترکیبی، پیمایشی و دلفی است. در روش دلفی، از نظرهای ۲۵ نفر خبرگان دانشگاهی و مدیران و کارشناسان ارشد سازمان استفاده شده است. پس از گردآوری داده‌ها، به منظور تجزیه و تحلیل آماری، از روشهای معادلات ساختاری و آزمون فریدمن با به کاربردن نرم‌افزار آماری SPSS و PLS بهره‌گرفته شد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن، ۷۹ شاخص عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش تفاوت معناداری دارند. یافته‌ها نشان دادند عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش در سازمان به ترتیب اولویت، عبارتند از: رهبری و حمایت مدیریت ارشد، فرهنگ سازمانی، آموزش و بازآموزی، مستندسازی، استراتژی مدیریت دانش، مخازن دانش، پاداش‌دهی و ایجاد انگیزه، مدیریت منابع انسانی، فن‌آوری اطلاعات، مدیریت زیرساخت‌های سازمانی، فرآیندها و فعالیت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد، رفع محدودیت منابع، الگوبرداری از بهترین‌ها.

کلمات کلیدی: سیستم اطلاع‌رسانی، کتابخانه‌های دانشگاهی و مدیریت دانش.

^۱ کارشناس ارشد گروه مدیریت دولتی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران.

^۲ نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری گروه نرم‌افزار کامپیوتر، سازمان فاوا شهرداری کرمانشاه، کرمانشاه، ایران. آدرس پست الکترونیکی: center.office۲۲۳@gmail.com.

اقتصاد دانشی، اقتصاد مبتنی بر دانش است. در واقع در دوره اقتصاد دانش، مدیریت به شناسایی، کسب، توسعه، تجربه، به‌کارگیری، ذخیره و اشتراک دانش؛ ایجاد نگرش برای تبدیل و اشتراک دانش ضمنی و دانش صریح و افزایش امکانات پیشرفت و ترقی با استفاده از خرد جمعی اشاره دارد. از هنگامی که دانش، نیروی کارساز برای توسعه اجتماعی بوده است، توجه جامعه به اطلاعات و دانش در حال پیشرفت است و تقاضاهای افراد برای اطلاعات و دانش مرحله به مرحله در حال افزایش است. این شرایط محیط مناسبی را برای توسعه کتابخانه فراهم کرده است. علاوه بر این، اطلاعات و دانش یک عامل سودمند با اهمیت در نظام اقتصادی مدرن شده است. جامعه به‌طور اجتناب‌ناپذیری به تقویت مدیریت اطلاعات و دانش نیاز خواهد داشت. به هر ترتیب مهار دانش، موضوع مهم در پیش روی کتابخانه‌ها در آینده نزدیک خواهد بود. مدیریت دانش در کتابخانه‌ها می‌باید بر پژوهش و توسعه دانش، ایجاد پایگاه دانش، مبادله و اشتراک دانش بین کارکنان کتابخانه (از جمله کاربران)، آموزش کارکنان کتابخانه، تسریع پردازش صریح از دانش غیر صریح و تحقق اشتراک آن تمرکز کنند. مدیریت دانش به عنوان یکی از دستاوردهای عصر دانش و اطلاعات، با ورود به قلمرو علوم مختلف، جایگاه خود را مستحکم نموده است. امروزه سازمان‌های موفق با در اختیار گرفتن ابزارهای لازم با رویکرد مدیریت دانش، فرصت‌های مناسبی برای بهینه‌سازی منابع انسانی و سازمانی خود به‌وجود می‌آورند. دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها، از کانون‌های اصلی تولید و ذخیره دانش محسوب می‌شوند، بنابراین هدف از مطالعه حاضر، طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های دانشگاهی با تاکید بر مولفه‌های مدیریت دانش است.

نقش مدیریت دانش در کتابخانه‌ها همراه با توسعه اقتصاد دانش بیش از پیش با اهمیت خواهد بود. مدیریت دانش شیوه جدید مدیریتی است، برتری‌هایی که در زیر می‌آید، اولویت‌ها و ویژگی‌های غیر قابل مقایسه با مدیریت سنتی را بیان می‌کنند:

مدیریت منابع انسانی مهم‌ترین بخش مدیریت دانش در کتابخانه‌ها است. مهم‌ترین منبع در نظام اقتصاد دانش، استعداد‌های افرادی است که قدرت درک دانش را دارند. رقابت افراد با استعداد موضوع اصلی رقابت بازار در دوره اقتصاد دانش بوده است. در دوره اقتصاد دانش، کتابخانه‌ها به آموزش حرفه‌ای و آموزش مداوم کارکنان کتابخانه برای افزایش دانش علمی و توانایی کسب و

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۱۷

ابداع دانش اهمیت قائل خواهند بود. همچنین آنها کاملاً به ارزش انسان علاقه و توجه دارند، تحت تاثیر توانایی های خرد کارکنان کتابخانه قرار می گیرند، توسعه منابع دانش را در ذهن کارکنان کتابخانه به عنوان روشی مهم در افزایش اثربخشی کار تلقی می کنند. بهبود همه جانبه کیفیت کارکنان کتابخانه و ارزش جایگاه انسان اهداف مهم مدیریت دانش در کتابخانه ها خواهد بود (آنتونینو، ۲۰۱۹).

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هدف مدیریت دانش در کتابخانه ها ترویج و پیشرفت دانش است: پیشرفت دانش مهمترین بخش جامعه اقتصاد دانش است. کتابخانه ها در حکم شالوده ای برای گردآوری، پردازش، ذخیره سازی، و توزیع دانش و اطلاعات؛ یک حلقه ارتباطی ضروری در زنجیره نظام علمی و حلقه ارتباطی مهم در پیشرفت دانش را بر عهده دارند. دواماً، کتابخانه ها مستقیماً در فرآیند پژوهش علمی مشارکت دارند. کار کتابخانه بخشی از پیشرفت دانش است. سوماً، کتابخانه ها باید به اشاعه و تبدیل دانش توجه نمایند. آنها به عنوان پلی برای گردش نتایج پیشرفت دانش در درون گروه های سودمند انجام وظیفه می کنند. مدیریت دانش در کتابخانه ها باعث ترویج ارتباط درون و بین کتابخانه ها، بین کتابخانه و کاربر؛ تقویت اتصال بین شبکه ای دانش و به حرکت در آوردن جریان دانش هستند (بیرلی و دلی، ۲۰۱۹). در دوره اقتصاد دانش، کتابخانه ها پژوهش هایی درباره توسعه و کاربرد دانش، ساخت کتابخانه های مجازی، حفاظت از حقوق مالکیت معنوی در عصر الکترونیک و غیره به اجرا در خواهند آورد، بدین نحو پایه ای برای پیشرفت دانش در حال بنیان گذاری است.

فن آوری اطلاعات ابزاری برای مدیریت دانش در کتابخانه ها است: گردآوری دانش نقطه شروع مدیریت دانش در کتابخانه ها است. کاربرد فن آوری های اطلاعات، دامنه گردآوری دانش را افزایش می دهد، سرعت گردآوری دانش را افزایش می دهد و هزینه گردآوری دانش را کاهش می دهد. در این جامعه مدرن که با تغییرات هر روز دانش همراه است، انجام وظایف مهم تنها توسط ذهن بشر غیرممکن است. پیوند تنگاتنگ منابع دانش و کارکنان دانش توسط شبکه های رایانه ای ممکن خواهد بود، بدین ترتیب ایجاد شبکه های دانش در کتابخانه ها بر پایه تحقق اطلاعاتی کردن استوار است (کاشن، ۲۰۱۷). کسب دانش باید از درون انبار دانش کتابخانه ها گردآوری و تبدیل شود. برتری فن آوری های اطلاعات در حوزه ذخیره دانش، نه تنها در توصیف کمی بلکه در بازیابی، ذخیره و امنیت دانش را تأمین

می‌کند. همچنین فن‌آوری اطلاعات در کاربرد و مبادله دانش و حوزه‌های دیگر ضروری است و به عنوان منبع و ابزاری برای پیشرفت دانش به کار می‌رود (نوکاتا و تاکوچی، ۲۰۱۸).

محتویات مدیریت دانش در کتابخانه‌ها: مدیریت دانش در کتابخانه‌ها، به عنوان یک روش کاملاً جدید مدیریت، تمایل بسیار به ترک نظام نظری خود دارد. به عقیده من، مدیریت دانش در کتابخانه‌ها باید ملاحظات زیر را مدنظر قرار دهد:

مدیریت پیشرفت دانش: مدیریت پیشرفت دانش در کتابخانه‌ها به مدیریت تولید، اشاعه و انتقال دانش علاوه بر نظام‌های شبکه ساختاری از طریق ارتباط موسسات و سازمان‌ها اشاره دارد. مدیریت پیشرفت دانش سه جنبه را در برمی‌گیرد، بدین معنی که، مدیریت پیشرفت نظری دانش، مدیریت پیشرفت فنی و مدیریت پیشرفت سازمانی. (زاک، ۲۰۲۰). مدیریت پیشرفت نظری دانش به توسعه و افزایش حوزه‌های پژوهش نظری و عملی کتابداری و اطلاع‌رسانی از طریق تعقیب آخرین روندهای توسعه در علم کتابداری در سراسر جهان است. مدیریت پیشرفت فنی اداره نظام‌های شبکه ساختاری توسط مؤسسات و سازمان‌هایی که در ارتباط کامل با جریان پیشرفت فنی هستند، است. در تحول آنها از کتابخانه‌های سنتی تا کتابخانه‌های الکترونیکی یا کتابخانه‌های رقمی، کتابخانه‌ها را به پیشرفت‌های فنی و بهبود و تدارک امکانات فنی به منظور پشتیبانی از مدیریت دانش وادار می‌سازد. مدیریت پیشرفت سازمانی به ایجاد مجموعه‌ای مؤثر از نظام‌های مدیریت سازمانی قابل انعطاف در شرایط عصر کتابخانه الکترونیکی به منظور پشتیبانی و تقویت فعالیت‌های مدیریت دانش، از طریق بهینه‌سازی بخش‌های کارکردی و شیوه‌های عملیاتی کتابخانه‌ها است. (نوکاتا و تاکوچی، ۲۰۱۸).

اولاً در این نظام‌ها، به رهبرانی نیاز دارند که مسئولیت فعالیت‌های مدیریت دانش را به منظور تنظیم برنامه‌های مدیریت و هماهنگی تمام فعالیت‌های مربوط به مدیریت دانش را بر عهده دارند. دوماً، آنها به ایجاد گروه‌های تخصصی رهبری جریان دانش برای انجام تمام وظایف مربوط به فعالیت‌های مدیریت دانش نیاز دارند. کمیته‌های منابع الکترونیکی متشکل از انواع متخصصان با مسئولیت ارزیابی، تهیه و ایجاد منابع الکترونیکی از یک سو و هماهنگی فعالیت‌های بخش‌های سازمانی و ایجاد انگیزه برای همکاری نزدیک همچون حوزه‌هایی مانند تهیه و سازمان‌دهی منابع الکترونیکی علاوه بر فراهم‌آوری خدمات از سوی دیگر، تاسیس می‌شوند (مک دونت، ۲۰۱۹).

مدیریت اشاعه دانش: اشاعه دانش اهمیت برابری در مقایسه با پیشرفت دانش دارد. تولیدکنندگان دانش زمان و نیروی زیادی برای جستجوی کاربران دانش صرف نمی‌کنند. به رغم این که یک گروه

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۱۹/

از کاربران دانش هستند، کسب دانشی که واقعاً در ذهن تولیدکننده دانش به صورت محرمانه با هدف و شرایط ذهنی متنوع وجود دارد، بسیار مشکل است. بنابراین کتابخانه‌ها، با استفاده از رسانه‌ها و مجرای‌های گوناگون برای اشاعه متنوع دانش جدید، به عنوان بخشی از پرتاب کننده دانش عمل می‌کنند.

در قرن بیست و یکم، اینترنت، با اطلاعات فراگیر و محتویات گسترده خود، برای افراد راهبردی اصلی برای جستجوی دانش و کسب اطلاعات فراهم خواهد کرد. اگر چه در حال حاضر، اطلاعات بی‌معنی، غیرمجاز و بی‌نزاکت در نتیجه جستجو در آن برای سودهای تجاری و اهداف سیاسی روی شبکه به دست می‌آید (نوکاتا و تاکوچی، ۲۰۱۵).

مدیریت کاربرد دانش: همچنین در قرن بیست و یکم کتابخانه‌ها می‌باید برای فراهم‌آوری خدمات برای افراد به منظور کسب دانش و نائل شدن به حداکثر عملکردها و بهره‌وری از اطلاعات دانش‌های مهمی قائل شوند. بنابراین خدمات دانش بر پایه شبکه‌های اطلاعاتی سریع می‌باید به اجرا در آید، از طریق:

- ایجاد کتابخانه‌های مجازی و مراکز اطلاعاتی برای نهادها، دولت‌ها، سازمان‌های دولتی و مؤسسات تحقیقاتی علمی. به کارگیری نیروی انسانی، منابع مادی و مالی کافی برای گردآوری، سازمان‌دهی و گسترش اطلاعات برای یک نهاد یا یک سازمان اجتماعی دشوار است، به علاوه صرف مقدار زیادی از سرمایه‌ها به منابع اطلاعاتی برای استفاده خود سازمان غیرممکن و غیرضروری است. کتابخانه‌ها می‌توانند کتابخانه‌های مجازی یا مراکز اطلاعاتی را برای این تشکیلات جدا از هم، براساس پیش‌نیازهای اطلاعاتی خاص آنان با استفاده از منابع اطلاعاتی فراوان توسط شبکه‌های اطلاعاتی سریع ایجاد نمایند (میلز و همکاران، ۲۰۱۹).

- ایجاد خدمات دانش دیجیتال که عملاً روند توسعه کتابخانه‌ها در قرن بیست و یکم است. این بر این فرض استوار است: ایجاد مرحله به مرحله نظام‌های خدمات اطلاعاتی مبتنی بر کاربران مانند اشاعه اطلاعات، جستجوی اطلاعات و عرضه تخصصی اطلاعات؛ تسریع ایجاد کتابخانه‌های دیجیتال؛ مطالعه روش‌ها، ابزارها و فنون توزیع اطلاعات و جستجو در اینترنت همانند فن جستجو در پایگاه اطلاعاتی و وب مهم‌ترین بخش است (نوکاتا و تاکوچی، ۲۰۱۸).

۱۲۰ / طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های ...

- دیجیتالی کردن منابع کتابخانه‌ها. کتابخانه‌های الکترونیکی یا کتابخانه‌های دیجیتالی، شیوه‌های فنی و روندهای توسعه کتابخانه‌ها در دوره اقتصاد دانش هستند. در آینده خدمات دانش کتابخانه‌ها با ایجاد پایگاه‌های اطلاعات، متشکل از مجلات و کتاب‌های الکترونیکی در زبان‌های مختلف که دارای ویژگی‌های رشته علمی هستند و می‌توانند در شبکه‌های اطلاعاتی سریع عمل کنند، آغاز خواهند شد. برای تبدیل تمام منابع اطلاعاتی غیرالکترونیکی موجود به صورت اطلاعات الکترونیکی و یکپارچه کردن آنها در قالب کتابخانه‌های الکترونیکی، تلاش‌های بسیار می‌باید صورت گیرد.

مدیریت منابع انسانی: مدیریت منابع انسانی به عنوان نقطه شروع مهم به منظور آموزش کیفیت استعدادها، تخصصی افراد و تقویت تعهد کتابخانه به کار می‌رود. در عمل، ما می‌باید به نیازهای گوناگون و متنوع کارکنان کتابخانه، تقویت مدیریت مختلف کارکنان کتابخانه از طریق رویکرد مدیریت احتمالی (اقتضایی) توجه کاملی نماییم. به دلیل آنکه، برخی افراد روش مدیریت جدی را به کار می‌برند، نظارت دقیق و کنترل تحمیل شده و شرایط کمی و کیفی کار بر اساس مقررات و آیین نامه‌ها به وضوح مشخص می‌شود. مابقی افراد، شیوه مدیریت بسیار انعطاف‌پذیر را به منظور فراهم کردن مشارکت در تصمیم‌گیری، مشورت و تعهد شغلی بیشتر، به کار می‌برند تا اینکه کاملاً توانایی‌های مدیریت به مرحله اجرا در آید و اهداف سازمانی و فردی تحقق یابد. به منظور انجام درست در آموزش مداوم مهندسی کارکنان تخصصی، می‌باید نه تنها بر نظریه علم کتابداری و رشته‌های وابسته تمرکز شود، بلکه می‌باید به جدیدترین دانش فنی و تقویت آموزش اخلاق حرفه‌ای مجهز گردد (انتونیو، ۲۰۱۹).

فن‌آوری‌ها برای تحقق مدیریت دانش کتابخانه‌ها: یکی از اهداف مدیریت دانش در کتابخانه‌ها تشویق مبادله دانش در میان کارکنان کتابخانه، تقویت خودآگاهی و توانایی‌ها، افزایش اشتیاق و مهارت برای یادگیری در کارکنان کتابخانه، ایجاد دانش کاربردی برای فعالیت‌های سازمان کتابخانه به طور اثربخش، بازسازی کتابخانه‌ها به شکل یک سازمان یادگیری است. بنابراین پروراندن اندیشه در تحقق مدیریت دانش در کتابخانه‌ها، یک طرح منطقی از ساختار سازمانی و آیین‌نامه‌های سازمانی کتابخانه‌ها و ترویج فرهنگی، به علاوه پشتیبانی اطلاعاتی نوگرا شده، تا ایجاد یک محیط و ساز و کار محرک برای پیشرفت، مبادله، مطالعه و کاربرد دانش است.

نتایج مطالعات فروتن‌راد (۱۴۰۰) تأثیر مثبت و معنادار به‌کارگیری مؤلفه‌های مدیریت دانش با متغیرهای مهم در دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها را نشان می‌دهد. رضوی (۱۳۹۸) نتایج به دست آمده خود

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۲۱

را حاکی از این می‌داند که زیرساخت‌های سیستم‌های اطلاعاتی با میانگین ۴/۱۵ بالاترین عامل جهت موفقیت و جهت‌گیری دانایی محور با میانگین ۳/۸۴ پایین‌ترین عامل در موفقیت پیاده‌سازی مدیریت دانش در کتابخانه‌های عمومی استان گیلان از نظر پاسخ‌دهندگان می‌باشند. یافته‌های به‌دست آمده از پژوهش محسنی و غفاری (۱۳۹۴) نشان داد مدیریت دانش می‌تواند به کارکنان کمک کند تا خروجی‌هایی تولید کنند که در حوزه مهارت‌ها، استعدادها، افکار و نظرات‌شان باشد و تصمیم‌گیری در مسائل استراتژیک، رقبا، مشتریان، کانال‌های توزیع، محصولات و خدمات را بهبود بخشد. کتابخانه‌های دانشگاهی سازمان‌های یادگیرنده نیز هستند. پارسائیان و ریاحی‌نیا (۱۳۹۳) نشان دادند، با توجه به اهمیت و جایگاه ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی در پیشبرد اهداف آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها و نقشی که مدیریت دانش در رسیدن به اهداف مذکور دارد، چندان مطلوب نمی‌باشد که این مسأله لزوم توجه و برنامه‌ریزی بیشتر از سوی مسئولین را بیش از پیش آشکار می‌سازد. «وانگ و اسپین‌وال» (۲۰۲۰) عوامل مؤثر بر روند پیاده‌سازی موفق مدیریت دانش شامل ۱۱ مورد را بیان کردند که به ترتیب اهمیت عبارتند از: رهبری و حمایت مدیران، فرهنگ، اهداف و راهبرد، منابع، فعالیت‌ها و فرآیندهای سازمانی، آموزش، مدیریت منابع انسانی، فن‌آوری اطلاعات، مشوق‌ها، زیرساخت‌های سازمانی و ارزیابی لین و تزنگ (۲۰۱۹)، با شناسایی ۵ شکاف در سیستم مدیریت دانش در ۶۸ سازمان بزرگ در تایوان، تأثیر این شکاف‌ها بر عملکرد سازمان بررسی شد. شاخص‌های عملکرد در این مطالعه، درجه بهره‌وری، کاهش هزینه، رقابت‌پذیری، سهم بازار، رشد فروش، سودآوری و نوآوری در مقایسه با رقبا بود. در این تحقیق، سازمان‌های مورد بررسی به دو دسته تقسیم شدند؛ دسته اول دارای شکاف زیادی در مدیریت دانش بوده و دسته دوم شکاف کمتری داشتند. نتایج این تحقیق نشان داد سازمان‌های دارای شکاف کمتر در مدیریت دانش، عملکرد بالاتری داشته‌اند. در پژوهش تزنگ (۲۰۱۸) فعالیت‌های مدیریت دانش به سه دسته راهبردها، برنامه‌ها و اقدام‌های مدیریت دانش، تقسیم شد. پس از آن، شاخص عملکرد مدیریت دانش محاسبه و همبستگی این شاخص با عملکردهای مالی و غیرمالی شرکت‌ها آزموده شد. نتایج این پژوهش نشان داد بین این عملکردها و فعالیت‌های مدیریت دانش سازمان، همبستگی معناداری وجود دارد. در مطالعه مشابه دیگری، نتایج تحقیقات دوراچ (۲۰۱۷) حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین فعالیت‌های مدیریت دانش در سازمان و عملکرد و نوآوری سازمان است.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر تقسیم‌بندی بر مبنای هدف، از نوع کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها روش ترکیبی پیمایشی و دلفی است. در این پژوهش ۲۵ نفر توسط محقق و یا از طریق افراد آگاه به روش نمونه‌گیری هدف‌دار یا قضاوتی و نمونه‌گیری زنجیره‌ای شناسایی و به عنوان خبره انتخاب شده‌اند (علاوه بر بهره‌گیری از صاحب‌نظران برون‌سازمانی از جمله اعضای هیئت‌های علمی دانشگاه آزاد اسلامی کرج و علوم و تحقیقات؛ از نظرهای مدیران و کارشناسان دانشی درون سازمانی که سابقه تدریس داشته، دارای مقاله بوده‌اند و یا آشنا و درگیر با مباحث و فعالیت‌های مرتبط در حوزه مدیریت دانش بوده‌اند، بهره گرفته شده است). بدین منظور، ابتدا دوازده عامل مهم موفقیت مدیریت دانش با استفاده از پیشینه تحقیق برای خبرگان منتخب ارسال و پس از اعمال اصلاحات و اضافه کردن موارد جدید پیشنهاد شده، در مرحله دوم، چهارده عامل مهم موفقیت مدیریت دانش مورد اتفاق نظر خبرگان واقع و درجه اهمیت و اولویت آنها نیز با استفاده از آزمون فریدمن مشخص گردید. شاخص‌های هر یک از عوامل نیز ابتدا با بهره‌گیری از تحقیقات سایر پژوهش‌گران تعیین و بین خبرگان توزیع گردید و پس از جمع‌آوری نظرهای خبرگان و انجام اصلاحات مورد نظر ایشان و حذف موارد غیرمرتبط و اضافه کردن شاخص‌های جدید پیشنهادی؛ در طی مرحله چهارم پژوهش - چهارمین مرحله توزیع پرسشنامه - تعداد ۷۹ گویه، مؤلفه‌های مهم موفقیت مدیریت دانش مشخص و تثبیت گردید و با استفاده از آزمون فریدمن، گویه‌ها نیز اولویت‌بندی شد.

نتایج و بحث

در این تحقیق، عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش با استفاده از تحقیقات و مقالات سایر پژوهش‌گران جمع‌آوری و پس از ارائه به خبرگان و کسب نظر آنان در مرحله دوم، تعداد عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش به تعداد ۱۴ عامل تعیین و تثبیت گردید. این عوامل عبارتند از: رهبری و حمایت مدیریت ارشد، فرهنگ سازمانی، آموزش و بازآموزی، مستندسازی، استراتژی مدیریت دانش، مخازن دانش، پاداش‌دهی و ایجاد انگیزه، مدیریت منابع انسانی، فن‌آوری اطلاعات، مدیریت زیرساخت‌های سازمانی، فرایندها و فعالیت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد، رفع محدودیت منابع، الگوبرداری از بهترین‌ها. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن، عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش در سازمان تفاوت معنادار دارند ($p < 0/01$)، بنابراین با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده، عوامل مذکور از نظر خبرگان به شرح جدول زیر اولویت‌بندی گردیده است.

جدول ۱ - اولویت بندی عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش از نظر خبرگان

اولویت	عنوان عامل	میانگین رتبه‌ها (آزمون فریدمن)
۱	رهبری و حمایت مدیریت ارشد	۱۰/۳۸
۲	فرهنگ سازمانی	۱۰/۱۷
۳	آموزش و بازآموزی	۸/۵۴
۴	مستندسازی	۸/۲۵
۵	استراتژی مدیریت دانش	۸
۶	مخازن دانش	۷/۷۹
۷	پاداش دهی و ایجاد انگیزه	۷/۶۸
۸	مدیریت منابع انسانی	۷/۳۱
۹	فن‌آوری اطلاعات	۷/۲۷
۱۰	مدیریت زیرساخت‌های سازمانی	۷/۰۸
۱۱	فرآیندها و فعالیت‌ها	۶/۶۵
۱۲	اندازه‌گیری عملکرد	۵/۷۵
۱۳	رفع محدودیت منابع	۵/۴۸
۱۴	الگوبرداری از بهترین‌ها	۴/۶۵
	متوسط میانگین رتبه‌ها	۷/۵

ماخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول (۱)، تفاوت بین اولویت بندی عوامل مختلف در سطح خطای ۵٪ معنادار است ($P < ۰/۰۰۱$). بنابراین، مشاهده می‌شود که متوسط میانگین رتبه مؤلفه‌های عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش از دیدگاه خبرگان ۷/۵ می‌باشد. رتبه داده شده توسط خبرگان به رهبری و حمایت مدیریت ارشد، فرهنگ سازمانی، آموزش و بازآموزی، مستندسازی، استراتژی مدیریت دانش، مخازن دانش، پاداش دهی و ایجاد انگیزه بیشتر از متوسط میانگین رتبه‌های عوامل موفقیت مدیریت دانش است. بنابراین، از دیدگاه صاحب نظران بسیار مهم هستند. سایر عوامل شامل مدیریت منابع انسانی، فن‌آوری اطلاعات، مدیریت زیرساخت‌های سازمانی، فرآیندها و فعالیت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد، رفع محدودیت منابع، الگوبرداری از بهترین‌ها، نیز با توجه به رتبه اختصاص

۱۲۴ / طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های ...

داده شده که میانگین رتبه آنها پایین‌تر از متوسط میانگین رتبه‌های عوامل مهم مدیریت دانش قرار دارند، از نظر خبرگان به ترتیب ذکر شده اهمیت کمتری دارند.

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن، ۷۹ شاخص عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش تفاوت معناداری دارند. بنابراین، با عنایت به میانگین رتبه‌های به دست آمده، عوامل مذکور از نظر خبرگان تعیین و به شرح جدول زیر اولویت‌بندی گردیده است.

جدول ۲- اولویت‌بندی شاخص‌ها (گویه‌ها)ی عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش

مؤلفه‌ها	P-مقدار	میانگین رتبه‌ها	شاخص‌ها
رهبری و حمایت مدیریت ارشد	۰/۰۰۱ <	۵,۴۰	تعهد و حمایت مدیریت ارشد نسبت به اجرای مدیریت دانش
		۵,۳۸	مدیران به عنوان تسهیل‌کننده اجرای مدیریت دانش عمل می‌نمایند
		۴,۹۰	درک اهمیت اجرای مدیریت دانش برای موفقیت در کارها
		۴,۱۷	تشویق مدیران به خلق و تسهیم و استفاده از دانش
		۲,۹۵	فراهم آوردن شرایط مورد نیاز برای اجرای مدیریت دانش توسط مدیریت ارشد
		۲,۶۷	ارائه رفتارمطلوب و مناسب از سوی مدیریت در قالب نقشهای ارتباطی، اطلاعاتی و تصمیم‌گیری
		۲,۵۲	مدیریت تغییر سازمانی جهت پذیرش اجرای مدیریت دانش از سوی کارکنان
فرهنگ سازمانی	۰/۰۰۶ <	۵,۱۰	برخوردراری از سطح بالایی از اعتماد و اطمینان در بین کارکنان به منظور تسهیم دانش
		۴,۶۰	برخوردراری از فرهنگی که جستجوی دانش و حل مسئله را ارزش محسوب نماید
		۴,۴۵	تشویق به انجام کارهای تیمی در بین کارکنان
		۳,۹۰	تلقى تسهیم دانش از سوی کارکنان، به عنوان ارزش و نقطه قوت
		۳,۴۵	گسترش مشارکت در بین کارکنان
		۳,۴۰	توانمندسازی کارکنان در جهت تجزیه و تحلیل مسائل و شناسایی و پیدا کردن راه‌حلهای جدید
		۳,۱۰	سهمی شدن آشکار کارکنان و بدون ترس از مجازات و تنبیه شدن درخصوص اشتباهات صورت گرفته
فن‌آوری اطلاعات	۰/۰۰۴ <	۵,۴۰	به کارگیری ساختاری استاندارد و مناسب برای طبقه‌بندی و ذخیره‌سازی اطلاعات
		۵,۱۹	ایجاد شبکه امن، مطمئن برای دسترسی به اطلاعات و همچنین ورود اطلاعات از نقاط مختلف
		۵,۱۷	به کارگیری اینترنت و اینترنت به منظور دسترسی به منابع اطلاعاتی
		۴,۹۳	کاربرد ابزارهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مانند موتورهای جستجو، پست الکترونیک، نرم‌افزارهای ثبت و سازماندهی اطلاعات، سرورها، شبکه‌های مورد نیاز و نظایر آن
		۴,۳۱	سهولت استفاده از فن‌آوریهای در دسترس

ماخذ: یافته‌های پژوهش

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۲۵/

ادامه جدول ۲- اولویت بندی شاخص‌ها (گویه‌های عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش

مؤلفه‌ها	P-مقدار	میانگین رتبه‌ها	شاخص‌ها
فن‌آوری اطلاعات	۰<۰/۰۰۴	۳,۸۶	به کارگیری نرم‌افزارهای خاص برای اطلاع‌رسانی و تبادل گزارش‌های مورد نیاز
		۳,۶۰	پشتیبانی و نظارت از سیستم‌های سخت افزاری و نرم افزاری به منظور جلوگیری از اختلال در مجموعه سیستمها
		۳,۵۵	به کارگیری نرم افزارهای اختصاصی مدیریت دانش متناسب با نیازهای کاربران
استراتژی مدیریت دانش	۰<۰/۰۰۱	۴,۱۰	برخورداري از یک چشم انداز مشترک که توسط تمامی کارکنان سازمان حمایت و پشتیبانی شود
		۳,۵۲	برخورداري از اهداف بلند مدت و کوتاه مدت شفاف برای مدیریت دانش
		۳,۲۶	همسوسازی استراتژی مدیریت دانش با استراتژی سازمان
		۲,۶۴	میزان حمایت و پشتیبانی استراتژی مدیریت دانش از مسائل حیاتی سازمان
اندازه‌گیری عملکرد	۰<۰/۰۲۹	۱,۴۸	استفاده از استراتژی کدگذاری و شخص سازی در مدیریت دانش
		۲,۷۶	اندازه‌گیری مزایای حاصل از پیاده‌سازی پروژه مدیریت دانش
		۲,۷۱	ارزیابی تاثیر اجرای مدیریت دانش بر رشد فردی و سازمانی
		۲,۵۷	تدوین و ابلاغ شاخص‌های عملکردی در حوزه مدیریت دانش و تعیین هدف مشخص برای هرکدام
مدیریت زیرساخت‌های سازمانی	۰<۰/۲۰۴	۱,۹۵	پیگیری و پایش میزان پیشرفت اجرای مدیریت دانش
		۲,۷۱	تشکیل یک تیم یا گروه دانش
		۲,۰۷	تعیین و به کارگماری یک فرد به عنوان مسئول یا مدیر دانش
		۲,۶۴	تدارک زیرساخت‌های ساختاری که همکاری دانش کاران را تسهیل کند
فرآیندها و فعالیت‌ها	۰<۰/۰۰۱	۲,۵۷	تعیین نقشها و مسئولیت‌های ویژه برای انجام وظایف مدیریت دانش
		۶,۰۷	تشویق به یادگیری مستمر در تمامی سطوح سازمان
		۵,۰۵	تعیین شاخص‌هایی برای محتوای دانش مورد نیاز سازمان
		۵,۰۰	حصول اطمینان از اعتبار و مرتبط بودن دانش مورد استفاده و تولید شده سازمان

۱۲۶ / طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های ...

وجود ارتباطات اثر بخش در بین کارکنان	۴,۹۸		
چارچوبها و فرآیندها برای ایجاد و خلق ایده‌ها و دانش جدید	۳,۹۵		
وجود فرآیندهایی برای به‌کارگیری بهترین دانش بر روی محصولات و خدمات	۳,۸۸		
وجود فرآیندهایی برای تسهیم دانش با استفاده از هر دو رویکرد الکترونیکی و رو در رو	۳,۸۱		
وجود فرآیندهای کارا برای پیدا کردن دانش مورد نیاز	۳,۲۶		
انگیزش کارکنان به منظور کسب دانش	۲,۹۵	۰,۰۰۱ <	پاداش‌دهی و ایجاد انگیزه
اعطای جوایز به کارکنان بر اساس عملکرد گروهی آنان	۲,۷۱		
فراهم آوردن مشوقهائی در جهت تشویق رفتارهای مطلوب برای اجرای مدیریت دانش	۲,۶۴		
اعطای آشکار جوایز به کارکنانی که دانش را مستقیم استفاده می‌کنند	۱,۶۹		

ماخذ: یافته‌های پژوهش

ادامه جدول ۲- اولویت‌بندی شاخص‌ها (گویه‌ها)ی عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش

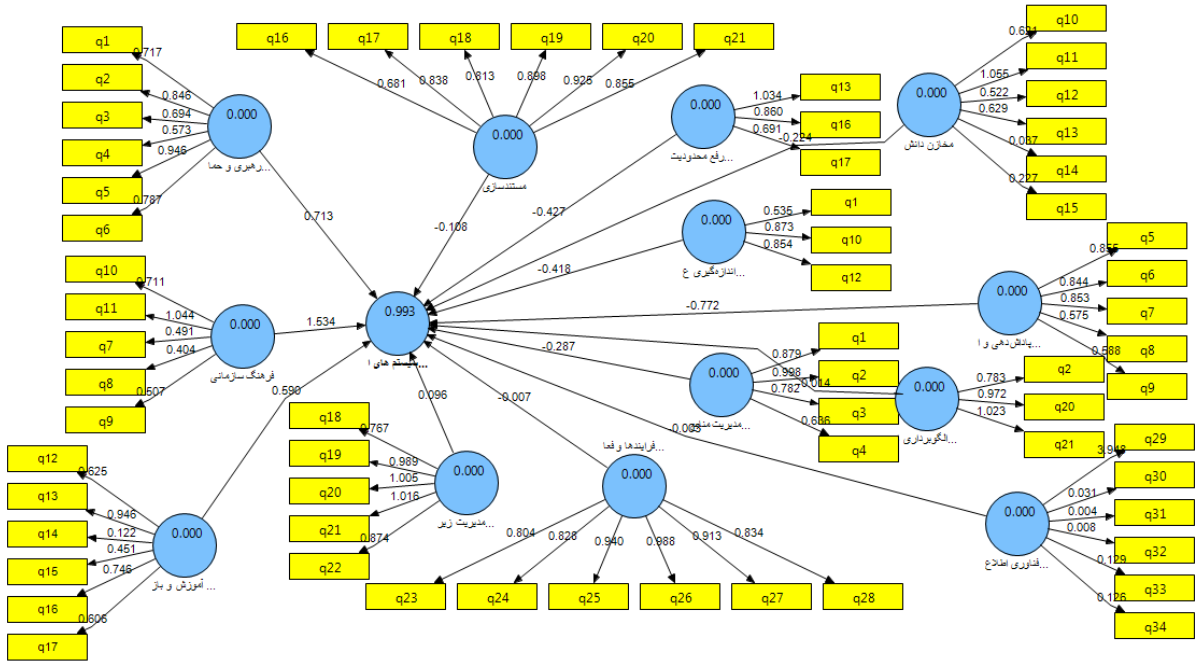
شاخص‌ها	میانگین رتبه‌ها	P-مقدار	مؤلفه‌ها
بودجه‌بندی مناسب و تخصیص منابع برای اجرای مدیریت دانش	۳,۵۷	۰,۰۲۲ <	رفع محدودیت منابع
برخورداری از منابع انسانی مورد نیاز برای پشتیبانی از اقدام‌های مدیریت دانش	۳,۴۳		
برخورداری کارکنان از زمان کافی به منظور فعالیت‌های دانشی	۲,۷۹		
در نظر گرفتن میزان منابع در دسترس به هنگام سرمایه‌گذاری در اجرای مدیریت دانش	۲,۶۷		
برخورداری از منابع کافی برای ایجاد سیستم‌های فن‌آوری	۲,۵۵		
تشویق کارکنان برای شرکت در فرصتهای یادگیری درون و برون سازمانی از قبیل کنفرانسها و...	۴,۰۰	۰,۰۰۱ <	آموزش و بازآموزی
آموزش پایه و اطلاع‌رسانی عمومی و بازآموزی مفاهیم دانش و مدیریت دانش	۳,۳۵		
ایجاد آگاهی در خصوص اهمیت مدیریت دانش از طریق آموزش در بین کارکنان	۲,۸۸		
آموزش و بازآموزی در خصوص استفاده از ابزارها و سیستم مدیریت دانش	۲,۶۵		
ارائه آموزش به کارکنان برای بهبود مهارتهایی از قبیل تفکر خلاق، حل‌مشکل، ارتباطات.	۲,۱۳		
توجه به فرآیند ارتقای کارکنان دانشی	۲,۸۸	۰,۰۰۱ <	
فراهم آوردن زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیریهای مربوط به حوزه‌های تخصصی خودشان	۲,۵۸		

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۲۷

بهبود ترکیب نیروی انسانی مؤثر در چرخه مدیریت دانش	۲,۶۸		مدیریت
فراهم آوردن فرصتهای مطالعاتی و فعالیتهای پیشرفت شغلی و توسعه حرفه‌ای برای کارکنان	۱,۶۰		منابع انسانی
الگوبرداری از نمونه‌های موفق خارجی و بهترین عملیات و تجارب دیگر سازمان‌ها	۲,۲۸	۰<۰/۰۰۹۱	الگوبرداری از بهترین‌ها
همکاری در برقراری الگوبرداری داخلی	۱,۹۵		
وجود دستورالعمل برای عملیاتی نمودن الگوبرداری	۱,۷۸		
اشتراک با مخازن دانش سایر مراکز علمی و تحقیقاتی داخل و خارج کشور (از بعد منابع علمی)	۳,۹۸	۰<۰/۰۳۴	مخازن دانش
تجهیز مخازن دانش به توانمندیهایی چون طبقه‌بندی، بازیابی و تحلیل محتوا و کاوش اطلاعات ذخیره شده	۳,۸۰		
ایجاد و امکان دسترسی سریع و ساده به مخازن برای دانش‌کاران	۳,۷۰	۰<۰/۰۰۲	پایگاه دانش
توجه به حفاظت از اطلاعات طبقه‌بندی شده و امنیت شبکه	۲,۸۵		
لزوم طراحی و استقرار آرشیوهای دیجیتال جهت اسناد و مدارک تخصصی	۲,۷۳		
مستندسازی دانش کلیدی که توسط کارکنان فراگرفته می‌شود	۶,۷۵	۰<۰/۰۰۲	مستندسازی
تدوین و ابلاغ استانداردهای مبنا در مستندسازی فعالیت علمی - پژوهشی	۵,۸۸		
اجباری نمودن تولید مستندات پروژه‌ها برای حمایت از آنها و ادامه کار	۵,۴۸		
ثبت تجارب دانش‌کاران در حال بازنشستگی و بازنشسته	۵,۰۵		
ثبت و ذخیره‌سازی تجارب شکست و موفقیت در پروژه‌ها	۴,۷۵		
منوط کردن اتمام پروژه‌ها به مستندسازی	۴,۷۰		
ارائه تشویقهای مادی و معنوی به مستندات برتر جهت ایجاد فضای رقابتی در مستندسازی	۴,۳۸		
اعتبار اختصاصی برای فرآیند مستندسازی	۴,۳۰		
در اختیار قرار دادن تجهیزات مستندسازی و آشنا کردن دانش‌کاران با لوازم آن	۳,۷۳		

ماخذ: یافته‌های پژوهش

در مدل کلی تحقیق که در شکل (۱) ترسیم شده است مدل اندازه‌گیری (رابطه هر یک از متغیرهای قابل مشاهده به متغیر پنهان) و مدل مسیر (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با تکنیک بوت استرپینگ محاسبه شده است که در شکل (۲) ارائه شده است. آزمون فرضیات تحقیق بر اساس روابط هر یک از متغیرها نیز ارائه شده است.



شکل ۱- تکنیک معادلات ساختاری جزئی مدل کلی پژوهش

زمانی که همبستگی متغیرها شناسایی گردید باید آزمون معناداری صورت گیرد. جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آماره آزمون t یا همان t -value استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای ۰/۰۵ بررسی می‌شود بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t -value از ۱/۹۶ کوچک‌تر محاسبه شود، رابطه معنادار نیست. همان‌طور که در شکل (۲) مشخص است، کلیه مقادیر t بیشتر از ۱,۹۶ بوده؛ بنابراین رابطه بین متغیرهای مورد بررسی معنادار است.

۱۳۰ / طراحی الگوی مدیریت سیستم اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های ...

عامل معرفی شده از جانب «وانگ و اسپین وال» (۲۰۲۰) به عنوان عوامل کلیدی موفقیت مدیریت داشته، صحنه گذاشته است. افزون بر آن، سه عامل شامل الگوبرداری از بهترین‌ها، مستندسازی و مخازن دانش را نیز به عنوان عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش در سازمان معرفی کرده است. جدول ۲ اولویت عوامل مهم موفقیت دانش در تحقیق حاضر و پژوهش وانگ و اسپین وال را نشان می‌دهد. رهبری و حمایت مدیریت ارشد و فرهنگ سازمانی در هر دو پژوهش، از بیشترین اولویت برخوردار است و اندازه‌گیری عملکرد در اولویت‌های آخر قرار دارد.

دوازده عامل از چهارده عامل این تحقیق - به استثنای مستندسازی و مخازن دانش - همانند پژوهش لین و تزنگ (۲۰۱۹) به عنوان عوامل مهم موفقیت مدیریت دانش شناسایی شده‌اند. در هر دو پژوهش، رهبری و حمایت مدیریت ارشد و فرهنگ سازمانی عوامل اصلی موفقیت معرفی گردیده و الگوبرداری از بهترین‌ها (بهینه‌کاوی) کمترین میزان اهمیت و پایین‌ترین رتبه را داشته است. در پژوهش «والمحمدی» پاداش‌دهی و ایجاد انگیزه نیز جزو اولویت‌های آخر معرفی شد، ولی در این تحقیق به عنوان اولویت هفتم معرفی شده است. یا توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادی زیر ارایه می‌گردند:

- مدیران ارشد نسبت به اجرای مدیریت دانش متعهد باشند و با فراهم آوردن شرایط مورد نیاز، اجرای آن را آسان نمایند.
- فرهنگ اعتماد و اطمینان و جستجوی دانش و حل مسئله بین کارکنان افزایش یابد و کارکنان به مشارکت و انجام کارهای تیمی سوق داده شوند.
- ضمن ایجاد شبکه امن و مطمئن برای دسترسی به اطلاعات، ساختاری استاندارد و مناسب برای طبقه‌بندی و ذخیره اطلاعات تدوین شود.
- اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت شفاف برای مدیریت دانش در راستای چشم‌انداز سازمان تدوین و استراتژی مدیریت دانش با استراتژی سازمان همسو شود.
- اهداف و شاخص‌های عملکردی در حوزه مدیریت دانش تهیه شود تا زمینه اندازه‌گیری مزایای حاصل از پیاده‌سازی پروژه‌های مدیریت دانش و تأثیر آن بر رشد فردی و سازمانی فراهم گردد.
- تدارک زیرساخت‌های ساختاری و تشکیل تیم برای انجام وظایف مدیریت دانش.
- تدوین شاخص‌هایی برای محتوای دانش مورد استفاده و تولید شده در سازمان.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۳۱

- فراهم آوردن مشوق‌هایی در جهت تشویق رفتارهای مطلوب برای اجرای مدیریت دانش و عملکرد گروهی کارکنان.
- بودجه‌بندی مناسب به منظور تأمین منابع مورد نیاز برای اجرای مدیریت دانش و فراهم آوردن فرصت فعالیت‌های دانشی برای کارکنان.
- ارائه آموزش‌های پایه و اطلاع‌رسانی عمومی و بازآموزی مفاهیم دانش و مدیریت دانش، همچنین تشویق کارکنان برای شرکت در فرصت‌های یادگیری درون و برون سازمانی از قبیل کنفرانس‌ها، سمینارهای آموزشی، دوره‌های دانشگاهی و مجامع علمی داخلی و خارجی.
- بهبود ترکیب نیروی انسانی مؤثر در چرخه مدیریت دانش، فراهم آوردن زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حوزه تخصصی خودشان و توجه به فرآیند ارتقای کارکنان دانشی.
- الگوبرداری از نمونه‌های موفق خارجی و بهترین عملیات و تجارب دیگر سازمان‌ها.
- توسعه کتابخانه‌های دیجیتال، ایجاد و امکان دسترسی سریع و ساده به مخازن برای دانش‌کاران، اشتراک با مخازن دانش سایر مراکز علمی و تحقیقاتی داخل و خارج کشور، تجهیز مخازن دانش به توانمندی‌هایی چون طبقه‌بندی، بازیابی و تحلیل محتوا و کاوش اطلاعات ذخیره شده.
- تدوین و ابلاغ استانداردهای مبنا در مستندسازی فعالیت‌های علمی - پژوهشی و دانش کلیدی کارکنان، اجباری نمودن تولید مستندات پروژه‌ها برای حمایت از آنها و ادامه کار.
- عدم همکاری به موقع و مطلوب برخی از کارکنان سازمان‌های مورد مطالعه به دلیل مشغله کاری و اعزام به ماموریت در هنگام پاسخگویی به سوال‌های پرسشنامه و برخی متغیرهای مزاحم و کنترل نیز ممکن است بتوانند نتایج را تحت شعاع قرار دهند : مانند : فضای سازمانی، رضایت شغلی و.... از مهم‌ترین محدودیت‌های تحقیق بود. از آنجایی که از روش پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است، پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات بعدی از روش مصاحبه عمیق جهت گردآوری داده استفاده گردد.

- پارسائیان، مریم و ریاحی‌نیا، نصرت (۱۳۹۳). سنجش میزان تأثیر عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاهی استان یزد. علم کتابداری. ۱۲(۹):۳۴-۶۵.
- رضوی، اصغر (۱۳۹۸). بررسی عوامل اساسی موفقیت در پیاده‌سازی مدیریت دانش در کتابخانه‌های عمومی استان گیلان. دانش‌شناسی. ۱۲(۴۶):۱۵-۲۷.
- فروتن‌راد، لاله (۱۴۰۰). مروری بر فرآیند مدیریت دانش و چگونگی پیاده‌سازی آن در سازمان‌ها. نظام معنایی. ۱۲(۹۱):۴۵-۶۶.
- محسنی، مهناز و غفاری، سعید، (۱۳۹۴). پیاده‌سازی و استقرار مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاهی، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت چالش‌ها و راه‌کارها، شیراز. ۵۶-۷۷.
- Antoine Jetter, Jeroen Kraaijenbrink, (۲۰۱۹), Hans-Horst Schröder and Fons Wijnhoven, Knowledge integration, Physica Verlage.
- Bierly, P. & p. Daly (۲۰۱۹), The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge, Edited by: chan Wie choo & Bontis, N. Oxford university press.
- Darroch, J, (۲۰۱۷). Developing a measure of knowledge management behaviors and practices. Journal of knowledge management, ۷(۵), ۱-۵۴.
- Kasten, J. (۲۰۱۷), Knowledge strategy and its influence on knowledge organization, Proceeding of The North American Symposium on Knowledge Organization, ۱۹(۱). ۴۵-۶۷
- Lin, C., Tseng, S.M. (۲۰۱۹), The implementation gaps for the knowledge management system. Industrial Management & Data Systems, ۱۰۵(۲), ۲۰۸-۲۲۲.
- McDermott Consulting Firm (۲۰۱۹), Knowledge Strategies, Internet
- Miles G., Miles R.E., Perrone, V., Edvinsson, L. (۲۰۱۹), "Some conceptual and research barriers to the utilization of knowledge"; California Management Review, ۴۰(۳). ۵۶-۸۸.
- Nonaka H., Takeuchi H. (۲۰۱۵), Hitotsubashi on knowledge management; John Wiley and Sons(asia).
- Nonaka, I. & H. Takeuchi (۲۰۱۸), The knowledge-creating company, Oxford University Press. Oxford.
- Tseng, S.M. (۲۰۱۸). Knowledge management system performance measure index. Expert Systems with Applications, ۳۴, ۷۳۴-۷۴۵.
- Wong, kuan yew & Aspinwall, elaine, (۲۰۰۵), An empirical study of the important factors for knowledge - management adoption in the SME sector, Malaysia, journal of knowledge management. ۹(۳). ۶۴-۸۲.
- Zack, M. H. (۲۰۲۰), "Developing Knowledge strategy", California Management Review, ۴۱(۳). ۱۲۵-۱۴۵.

Designing a Management Model for the Information System of University Libraries with Emphasis on Knowledge Management Components

Mahrouz Nimrouz^۱ and Setareh Habibi^۲

Abstract

The purpose of this study was to design a management model of university library information system with emphasis on knowledge management components. The present study is an applied type in terms of purpose-based segmentation and a combined method, survey and Delphi in terms of data collection method. In Delphi method, the opinions of ۲۰ academic experts, managers and senior experts of the organization have been used. After collecting data, for statistical analysis, structural equation methods and Friedman test using SPSS and PLS statistical software were used. According to the results of Friedman test, ۷۹ indicators of important factors for knowledge management success are significantly different. The findings showed that the important factors for the success of knowledge management in the organization in order of priority are: leadership and support of senior management, organizational culture, training and retraining, documentation, knowledge management strategy, knowledge repositories, rewarding and motivation Human resource management, information technology, management of organizational infrastructure, processes and activities, performance measurement, elimination of resource constraints, modeling of the best.

Keywords: Information System, University Libraries and Knowledge Management.

^۱ Master of Public Administration, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran.

^۲ Corresponding Author, PhD student in Computer Software Department, ICT Organization of Kermanshah Municipality, Kermanshah, Iran. Email Address: center.office۲۲۳@gmail.com.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۳، شماره یک، بهار ۱۴۰۱، صص ۱۳۵-۱۷۶

طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج

صنعت خودروسازی با رویکرد تاپسیس

نقیسه چرستانی^۱ و سینا ابویی مهریزی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۲/۱۹

چکیده

هدف این مقاله طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج در صنعت خودروسازی با رویکرد تاپسیس فازی می‌باشد. آنچه این مقاله را از سایر مقالات در حوزه شبکه تأمین لارج متمایز می‌کند، شناسایی ابعاد و شاخص‌ها با تکنیک غربالگری فازی، ارزیابی شبکه تأمین لارج در شرکت سایپا یدک با رویکرد کارت امتیازی متوازن و تکنیک تاپسیس فازی، همچنین طراحی کارت امتیازی متوازن و ارائه راهبرد عملیاتی جهت ارزیابی شبکه تأمین لارج که این نوآوری در پژوهش‌های شبکه تأمین بسیار جذاب است. جامعه آماری ۱۰ نفر از خبرگان شرکت سایپا یدک می‌باشد. روش نمونه‌گیری تمام شماری است. یعنی از نظرات تمامی خبرگان شرکت سایپا یدک که حداقل دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و سابقه کار ده ساله در شرکت سایپا یدک را دارند استفاده شده است. پس از مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش ۴ بعد و ۱۷ شاخص شناسایی و با تکنیکی غربالگری فازی انتخاب شدند. بهره‌مندی از رویکرد کارت امتیازی متوازن و ترکیب آن با پارادایم لارج توانسته دید جامع‌تری را در ارزیابی شبکه تأمین لارج ارائه نماید. نتایج حاصل از تکنیک تاپسیس فازی در اولویت‌بندی ابعاد نشان می‌دهد، ابعاد ارزیابی سنجش شبکه تأمین لارج بعد ذینفعان رتبه اول و ابعاد مالی، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری به ترتیب رتبه‌های دوم تا چهارم را کسب نمودند.

کلمات کلیدی: شبکه تأمین لارج، کارت امتیازی متوازن، غربالگری فازی و تاپسیس فازی.

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، واحد صفادشت، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ نویسنده مسئول، استادیار مدیریت صنعتی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. آدرس پست

الکترونیکی: abouie.phd@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر اندازه‌گیری عملکرد از جمله بهترین راه‌های به دست آوردن اطلاعات برای تصمیم‌گیری در سازمان‌ها است و نقش حیاتی در موفقیت آن‌ها ایفا می‌کند. با این حال تعداد زیادی از سازمان‌ها، فرآیندهای رسمی برای ارزیابی عملکرد خود را توسعه نداده و به کار نگرفته‌اند. در اندازه‌گیری عملکرد، مدیران همواره به دنبال آن بوده‌اند تا عملکرد سازمان خود را به واسطه اندازه‌های مختلف ارزیابی نمایند. ابعاد مالی به طور سنتی برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها به کار می‌رفته است [۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳].

در زنجیره تأمین سازمان‌های تولیدی کشور از قبیل سازمان‌های تولیدی در صنعت خودروسازی مشکلات عدیده‌ای از قبیل وجود فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده، عدم پاسخ‌گویی سریع به نیاز مشتری، منعطف نبودن در هنگام بروز مشکلات و مشکلات زیست‌محیطی وجود دارد که با استفاده از نتایج تحقیق حاضر، یعنی ارائه مدل ارزیابی شاخص‌های لارج در زنجیره تأمین شرکت سایپا یدک، می‌توان این مشکلات زنجیره تأمین شناسایی نمود و برای آن‌ها ارائه طریق کرد [۱۴].

در یک اقتصاد جهانی با زنجیره‌های تأمینی که از چندین کشور و قاره عبور می‌کنند، حتی وقایعی که در یک مکان بسیار دور رخ می‌دهند می‌توانند اختلالاتی در مقیاس بسیار بزرگ ایجاد کنند. این اختلالات در سراسر زنجیره‌ی تأمین پخش می‌شوند، اثرات منفی شدیدی در زنجیره‌های تأمین ایجاد می‌کنند و منجر به عدم تحویل سفارش‌ها می‌شوند؛ بنابراین به نظر می‌رسد از این دیدگاه آنچه به لحاظ رقابتی می‌تواند خوب باشد، می‌تواند باعث یک فاجعه در شرایط بحرانی شود و اگر سازمان‌ها برای بازیابی این خدشه و زیان به اندازه کافی ارتجاعی (تاب‌آور) و قوی نباشند، این فاجعه بسیار بدتر می‌شود. در بازار رقابت واقعی لازم است که زنجیره‌های تأمین نسبت به حوادث مخرب، تاب‌آورتر شوند [۱].

سایر مسائل مدیریت زنجیره‌ی تأمین با پایداری زیست‌محیطی سروکار دارند. مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز یک فلسفه‌ی سازمانی مهم برای رسیدن به اهداف سود و سهم بازار شرکت‌های بزرگ با کاهش اثرات و خطرات زیست‌محیطی با بهبود بهره‌وری اکولوژیکی این سازمان‌ها و شرکایشان است. همچنین سازمان‌های چابک با ارائه دقیق آنچه مشتریان نیاز دارند و واکنش سریع به تغییرات بازار، سود را افزایش می‌دهند. امروزه در بازارهای جهانی تلاش می‌شود که از یک ترکیب مناسب از این پارادایم‌ها استفاده شود که باعث ایجاد مزیت رقابتی شده و به زنجیره‌ی تأمین برای کارآمدی، پایداری و مؤثرتر شدن کمک می‌کند [۲].

ناب، چابک، تاب آور و سبز^۱ راهبردهای کنونی مدیریت زنجیره تأمین‌اند که ممکن است با شیوه‌های موجود، به زنجیره تأمین برای بهبود عملکرد و همچنین افزایش کارایی و اثربخشی یاری رانند. توانایی ادغام این چهار رویکرد مدیریتی متفاوت در زنجیره تأمین، از نظر راهبرد اهمیت بسیاری دارد، اما موضوعی چالش‌برانگیز است، زیرا هر یک از این راهبردها رویکردها و شیوه‌های متفاوتی را برای عملکرد بهتر زنجیره تأمین دارند [۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸].

در مدیریت زنجیره تأمین ناب، تلاش بر این است تا اتلاف‌ها به حداقل میزان خود برسد و مدیریت زنجیره تأمین چابک، هدف خود را بر پاسخ فوری به مشتری و بازار می‌گذارد. مدیریت زنجیره تأمین ارتجاعی در پی حفاظت از زنجیره تأمین در زمان بروز سوانح و چالش‌های پیش‌بینی نشده است و به این سبب ارتجاعی نامیده می‌شود که پس از بروز اختلالات، قابلیت بازگشت و رجوع به حالت پیشین را دارد. در نهایت رویکرد سبز به دنبال حفاظت از طبیعت و محیط‌زیست در مقابل ضایعات مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد [۹].

^۱ Lean, Agile, Resilience, Green (LARG)

با توجه به این که در روش BSC از نظرات خبرگان و کارشناسان به صورت کیفی و در قالب عبارات کلامی استفاده می‌شود؛ بنابراین سنجش جمع‌آوری نظرات جامعه آماری قید شده توسط شیوه‌های قطعی و غیرفازی می‌تواند به دو دلیل نادیده گرفتن ابهام و قضاوت ذهنی مورد انتقاد قرار گیرد. با بهره‌گیری از مفاهیم فازی، مانند تاپسیس فازی می‌توان عبارات کلامی را به صورت عباراتی با زبان طبیعی محاوره‌ای برای ارزیابی شاخص‌های ارزیابی عملکرد به کار برد و با مرتبط ساختن این عبارات با توابع عضویت مناسب، تحلیل‌های مناسب‌تر و دقیق‌تری را بر روی امتیازات شاخص‌ها اعمال کرد [۱۵]. در سال ۱۹۸۳ پروفیسور کاپلان، کنترل مدیریت سنتی را به صورت عام و اندازه‌گیری عملکرد را به طور خاص مورد انتقاد قرار داد. این تفکرات ادامه داشت تا در سال ۱۹۹۲ پروفیسور کاپلان به همراه دکترینورتون در مقاله‌ای تحت عنوان "کارت امتیازی متوازن اندازه‌هایی که عملکرد را هدایت می‌کنند" چهارچوب کارت امتیازی متوازن را معرفی نمودند. این شیوه آن چنان تاثیری در سازمان‌ها داشت که در سال ۱۹۹۶ عنوان شد، BSC بزرگ‌ترین توسعه کسب و کار در طول ۷۵ سال گذشته است. بر اساس یافته‌های کاپلان و نورتون در سال ۱۹۹۶ از مطالعه ۱۰۰ شرکت بزرگ و معروف آمریکا در صنایع مختلف، ارزیابی متوازن به عنوان "یک سیستم مدیریت استراتژیک" مطرح گردید. از سال ۲۰۰۱ کاربرد ارزیابی متوازن باز هم فراتر رفت و به عنوان چارچوبی جهت تغییرات سازمان نیز مورد بهره‌برداری قرار گرفت [۱۵].

مسئله اصلی تحقیق حاضر؛ شناخت کم در خصوص ابعاد و شاخص‌های سنجش شبکه تأمین لارج در صنایع خودروسازی (خصوصاً شرکت سایپا یدک) می‌باشد. تاکنون پژوهش‌های فراوانی به مباحث زنجیره تأمین لارج و ارزیابی آن پرداخته شده است از جمله : [۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ...]، اما تحقیق که به سنجش شبکه تأمین لارج در صنایع خودروسازی و راهکار ارتقاء زنجیره تأمین شرکت سایپا یدک با رویکرد کارت امتیازی

متوازن پرداخته شده باشد، صورت نپذیرفته است؛ که همین امر مشوق محقق به انجام پژوهش حاضر شد. سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که؛ چگونه می توان با استفاده از کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج در صنعت خودروسازی با رویکرد تاپسیس فازی پرداخت؟ در ادامه پس از مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش های زنجیره تأمین لارج، به معرفی روش تحقیق، مدل اجرایی پژوهش، مدل مفهومی و بیان مورد مطالعه در کارخانه سایپا یدک پرداخته شده است.

پیشینه پژوهش

زنجیره تأمین روز به روز در حال گسترش بوده و مفاهیم جدیدی بدان افزوده می گردد. در میان این مفاهیم، چهار عبارت بیش از سایر عبارات به گوش می رسند. در اختصار به این چهار مفهوم، LARG گفته می شود. L بیانگر ناب بودن^۱، A چابکی^۲، R تاب آور^۳ و G سبز^۴ می باشد [۱۰].

زنجیره تأمین ناب زنجیره ای است که تلاش هایی برای بهبود مستمر را به کار گیرد به نحوی که این تلاش ها بر حذف ضایعات یا مراحل فاقد ارزش افزوده در طول زنجیره تأمین متمرکز باشند. مدیریت زنجیره تأمین ناب شامل دیدگاه هایی است که در جهت ایجاد یکپارچگی بین تأمین کنندگان، سازندگان و فروشندگان به کار می رود و هدف آن حداکثر نمودن رضایت مشتری است. از سوی دیگر فرآیند ناب سازی با تکیه بر ۵ اصل تفکر ناب انجام می گیرد و هدف آن ایجاد جریان ارزش، حذف موداها^۵ و ضایعات، حداکثر نمودن جریان ارزش فرآیند و ایجاد انعطاف پذیری در عملیات است [۱۱]. از رویکرد ناب، این گونه انتظار می رود که در زمانی که حجم بالا، تنوع پایین و تقاضا پیش بینی پذیر است، بهتر می تواند پاسخگو باشد [۱۲]. این در حالی است که در حالت تولید کمتر، زنجیره های تأمین بسیار فرار و غیرقابل پیش بینی، در جایی که نیازهای مشتری را نمی توان از پیش حدس زد و ظرفیت ها و خلاقیت های خاص تأمین کنندگان در کنترل نیست، رویکرد چابک و پاسخگو وارد میدان می شود و دیگر تولید ناب معنا نخواهد داشت [۱۳].

^۱ Lean

^۲ Agile

^۳ Resilient

^۴ Green

^۵ Muda

زنجیره تأمین چابک، ترکیبی یکپارچه از شرکای تجاری است که شایستگی‌های جدیدی را جهت پاسخ سریع به بازارهای متغیر و چند بخشی به کار می‌گیرند. زنجیره تأمین چابک، حساس به بازار است، یعنی قادر به خواندن و پاسخ دادن به موقع به تقاضای واقعی مشتریان است [۱۴]. هدف زنجیره تأمین، رساندن محصول درست، در اندازه صحیح، در شرایط مناسب، به محل درست، در زمان معین و قیمتی منطقی است. از آنجایی که نیازهای مشتری بطور مداوم در حال تغییر است، زنجیره تأمین بایستی با تغییرات آتی سازگار باشد تا بتواند پاسخگویی مناسبی به نیازهای بازار داشته باشد. در زنجیره تأمین ناب تمرکز بر حذف ضایعات بود اما در زنجیره تأمین چابک تمرکز بر توانایی درک و پاسخ صحیح به تغییرات سریع بازار است [۱۵]. زنجیره تأمین چابک برای بازارهای متلاطم^۱ و غیر قابل پیش‌بینی مورد نیاز است و البته امروزه نیز با توجه به کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و نیروهای محیطی که عدم قطعیت بالایی را به زنجیره تأمین وارد نموده‌اند، این گونه بازارها عادی شده‌اند [۱۶].

زنجیره تأمین تاب‌آور زنجیره‌ای است که قابلیت تطابق با محیط نامطمئن کسب و کار را دارد. تاب‌آوری به توانایی زنجیره تأمین به سازگاری با اختلالات غیر منتظره اشاره دارد. زنجیره تأمین تاب‌آور به توانایی سیستم در بازگشت به وضعیت اصلی یا وضعیت مطلوب‌تر پس از سپری شدن اختلالات و اجتناب از وقوع حالات خرابی و شکست اشاره دارد [۱۷]. مفهوم تاب‌آور بودن زنجیره تأمین، اشاره به این قابلیت زنجیره تأمین دارد که در مواجهه با حوادث طبیعی یا غیرطبیعی ناگوار یا شرایط بحرانی خاص، سازمان به سرعت منعطف و برگشت‌پذیر بوده و قادر باشد تا شرایط رقابت‌پذیری خود را همچنان حفظ نماید [۱۸]. ویژگی بارز بازارهای جهانی امروز، ناپایداری و تلاطم و آشفتگی دائم است. در نتیجه زنجیره تأمین بیش از پیش آسیب‌پذیر بوده و در نهایت ریسک کسب و کار روز به روز در حال افزایش است. در حالی که در گذشته هدف اصلی زنجیره تأمین کاهش هزینه‌ها و بهینه‌سازی خدمات بوده است، تاکید امروزی این زنجیره بر قابلیت برگشت‌پذیری است. مدیریت زنجیره تأمین تاب‌آور ممکن است که کم هزینه‌ترین زنجیره تأمین نباشد اما قادر به مقابله و از عهده بر آمدن شرایط کسب و کار نامطمئن امروزی می‌باشد [۱۹].

زنجیره تأمین سبز به عنوان یک فلسفه سازمانی جهت دستیابی به اهداف سود و سهم بازار از طریق کاهش ریسک و آثار زیست‌محیطی که کارایی زیست‌محیطی سازمان‌ها و شرکای آن‌ها را افزایش

^۱ Turbulent Markets

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۴۱

می‌دهد، مطرح گردیده است. از منظر زیست‌محیطی، مدیریت زنجیره تأمین سبز به عنوان فلسفه سازمانی در جهت دستیابی به سود بیشتر سهام و سهم بیشتر بازار با هدف کاهش تأثیرات مخرب و ریسک‌های زیست‌محیطی معرفی شد و بدین منظور بهبود کارایی بوم‌شناختی سازمان مذکور و تمام شرکای آن در دستور کار قرار گرفت. در مقاله خود در سال (۲۰۱۴)، این ۴ مفهوم را به صورت مفصل قیاس نموده‌اند. نتیجه نهایی این مقایسه و مدل ارائه شده توسط این سه پژوهش‌گر در جدول (۱)، نشان داده شده است.

جدول ۱ - مقایسه مفهوم LARG در مدیریت زنجیره تأمین

توضیح و تأثیر بر کارایی زنجیره تأمین	پارادایم های مدیریت زنجیره تأمین	
زمان بندی تولیدی بدین مفهوم است که تمامی مواد خام، کار در فرآیند و نیز محصولات نهایی دقیقاً در زمان احتیاج در دسترس باشند. این امر استفاده از حداقل موجودی مواد خام، کار در فرآیند و محصولات نهایی را بهبود می‌بخشد.	تولید به هنگام	ناب
این امر به توسعه پارک‌های تأمین کنندگان ^۱ در مناطقی نزدیک به کارخانه مرتبط است، جایی که از تولید با بسته‌های کوچک و تحویل‌های مداوم حمایت می‌شود. این موضوع همچنین اعتماد بین شرکت‌ها را ارتقا داده و می‌تواند کارایی زنجیره تأمین را در زمینه حجم و تنوع، سطح موجودی و زمان تدارک ^۲ بهبود بخشد.	تمرکز جغرافیایی با تأمین کنندگان	
این موضوع با توسعه ماژولاری و عمومیت محصول ^۳ آن مرتبط است، جایی که انواع مختلف محصول در منابع و دارایی یکسان سهم هستند. این امر منجر به برنامه ریزی و زمان بندی ساده، هزینه‌های نگهداری و راه اندازی کمتر، ذخیره ایمنی کمتر ^۴ و کاهش عدم قطعیت زمان تدارک تأمین کننده می‌گردد.	سیستم‌های تولید چند محصوله	چابک
به منظور مقابله با نیروهای بازار و کاهش زمان رسیدن به بازار، اغلب شرکت‌ها این روش را برای پشتیبانی از تأمین به هنگام و تحویل اجزا و بخش‌های محصولاتشان به‌کار می‌بندند.	حمل و نقل به هنگام شده با تولید	

^۱ Supplier Park

^۲ Lead Time

^۳ Product Modularity and Commonality

^۴ Safety Stock

توضیح و تأثیر بر کارایی زنجیره تأمین	پارادایم های مدیریت زنجیره تأمین	
این مورد به عنوان واسطه بین نوسان تقاضا و یا تنوع محصول و خروجی تولید روان ^۱ استفاده می شود. این موضوع منجر به غلبه بر کمبود ظرفیت و موادی که به دلیل حوادث غیرقابل پیش بینی شده در زنجیره تأمین رخ داده می گردد و نیز باعث کاهش نسبت کمبود موجودی و افزایش سطح خدمات می شود.	استراتژی ذخیره	تاب آور
این امر شامل تغییر سریع نوع حمل و نقل، حمل و نقل چند نوعی ^۲ و یا استفاده از مسیرهای چندگانه می باشد. این موضوع باعث تضمین جریان پیوسته ای از مواد شده و کارایی زنجیره تأمین را در زمان های انقطاع (جریان) پایدار نگه می دارد.	حمل و نقل منعطف	
این مورد به عنوان رویکردی سیستماتیک به منظور کاهش تأثیرات منفی زیست محیطی شرکت ها استفاده می گردد و می تواند به شکل غیر مستقیم روی تمامی شرکا در اتخاذ روش های دوستدار محیط زیست تأثیر بگذارد. این امر باعث کاهش استفاده و اتلاف منابع شده و همچنین سبب ارتقای کیفی می گردد.	گواهی نامه ISO ۱۴۰۰۱	سبز
این عبارت در معانی گسترده ای استفاده می شود تا مفاهیمی همچون قابلیت استفاده مجدد، قابلیت برگشت مجدد، قابلیت تجزیه و یا بازیافت آسان مواد به کار رفته در بسته بندی (جعبه ها، کیسه ها، قوطی ها و ...) شامل گردد. انتظار می رود که این امر سبب کاهش هزینه های زیست محیطی و اتلاف های موجود در کنار بهبود رضایت مشتری شود.	بسته بندی دوستدار طبیعت	

ماخذ: یافته های تحقیق

رابرت کاپلان و دیوید نورتون در سال ۱۹۹۰ تحقیقی را در مورد روش ها و معیارهای سنجش عملکرد ۱۲ شرکت برتر آمریکایی آغاز کردند. نتیجه تحقیق نشان داد که اکثر شرکت های موفق، اهداف استراتژیک خود را در چهار مقوله مالی، مشتری، فرآیندها و رشد و یادگیری تعیین می کنند و عملکرد خود را از این چهار منظر ارزیابی می کنند. پس از سال ها مشاوره در شرکت ها در زمینه ارزیابی عملکرد، اولین کتاب با موضوع کارت امتیازی متوازن در سال ۱۹۹۶ منتشر شد و به این ترتیب روش ارزیابی متوازن به عنوان ابزار مدیریتی نوین برای ارزیابی عملکرد معرفی گردید.

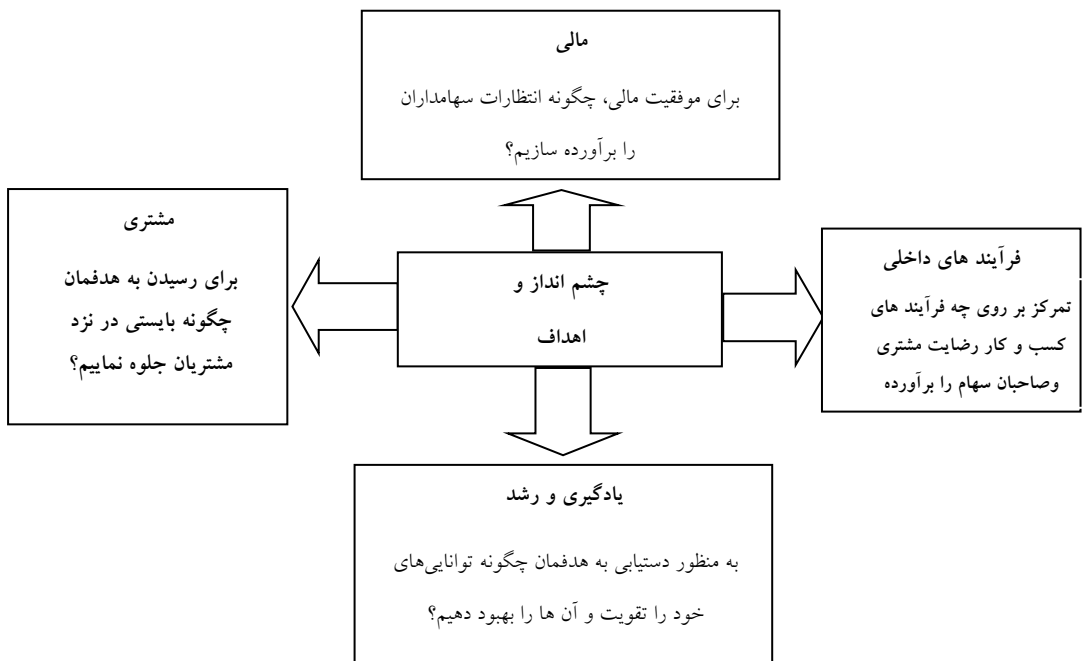
اما به تدریج کاربرد کارت امتیازی متوازن توسط شرکت ها از فن ارزیابی عملیات فراتر رفت و بر اساس یافته های کاپلان و نورتون در سال ۱۹۹۶ از مطالعه ۱۰۰ شرکت بزرگ و معروف آمریکا در صنایع مختلف، ارزیابی متوازن به عنوان "یک سیستم مدیریت استراتژیک" مطرح گردید. از سال

^۱ Smooth production output

^۲ Multimodal transportation

۲۰۰۱ کاربرد ارزیابی متوازن باز هم فراتر رفت و به عنوان چارچوبی جهت تغییرات سازمان نیز مورد بهره برداری قرار گرفت.

باید بر این نکته تاکید کرد که کارت امتیازی متوازن صرفاً در نقش یک سیستم کنترلی نیست، معیارهای آن فقط برای عملکرد گذشته به کار نمی‌روند؛ بلکه این معیارها ابزاری برای تبیین و انتقال استراتژی سازمان خواهند بود، همچنین این معیارها برای کمک به تنظیم و همراستا کردن ابتکارات در سطح افراد، واحدهای مختلف و کل سازمان طراحی می‌شوند تا دستیابی به اهداف مشترک را ممکن کنند؛ بنابراین با به کارگیری کارت امتیازی متوازن نه تنها به روشنی از عملکرد گذشته آگاه می‌شوند، بلکه در می‌یابند که اکنون در کجای مسیر قرار دارند و چگونه می‌توانند با چالش‌های آینده رو به رو شوند. چارچوب کارت امتیازی متوازن در شکل (۱) نمایش داده شده است.



شکل ۱ - چارچوب کارت امتیازی متوازن

در ادامه به برخی از مهم ترین پژوهش های صورت گرفته در خصوص شبکه تأمین لارج پرداخته شده است. دیوسالار و همکاران (۱۳۹۶)، در رساله دکتری با عنوان "یکپارچه سازی شبکه زنجیره تأمین مبتنی بر پارادایم ترکیبی لارج (مورد مطالعه: شرکت سوزن و سرنگ آواپزشک" پرداختند. در این پژوهش پس از مطالعه ادبیات تحقیق و جمع آوری اقدامات مربوط به پارادایم های چهارگانه و بومی سازی اقدامات لازم بر اساس نظرات خبرگان، اقدام به تشکیل مدل مفهومی بهبود عملکرد زنجیره تأمین لارج نمودند، سپس جهت تجزیه تحلیل مدل پیشنهادی ابتدا از روش های تصمیم گیری چندشاخصه در فضای فازی تردیدی استفاده نمودند و اوزان ابعاد و عناصر مربوط به هر بعد را با استفاده از روش IVHF-DANP محاسبه نمودند. از بین عناصر مدل پیشنهادی پارادایم چابک دارای بیشترین وزن است و پس از آن، پاسخگویی، قابلیت اطمینان، پارادایم ناب و چابکی در رتبه های دوم تا پنجم قرار دارند. با مشخص شدن رتبه گزینه ها بر اساس روش ویکور، مشتری در جایگاه اول قرار گرفت. مومن زاده، پیله وری و عسگری (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان "ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین بر اساس مدل بومی یکپارچه لارج" پرداختند. هدف پژوهش

مذکور شناسایی مشخصه‌ها و شاخص‌های عملکردی مدیریت زنجیره تأمین یکپارچه لارج را با استفاده از ادبیات تحقیق و روش دلفی و تأثیر اقدامات زنجیره تأمین لارج بر عملکرد زنجیره را از طریق تأثیر بر مشخصه‌های آن موردبررسی و از همین طریق، عملکرد زنجیره تأمین صنعت خودروسازی را ارزیابی نماید. به همین منظور، پرسش‌نامه حالات مطلوب و موجود، بین کارشناسان تأمین صنعت خودرو توزیع گردید و پس از انجام تحلیل عاملی بر روی اقدامات، مشخصه‌ها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد و سپس تحلیل عاملی کلی مدل اندازه‌گیری، تأثیر اقدامات بر عملکرد از طریق مشخصه‌ها با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری، موردبررسی قرار گرفت. طلوعی و الوندی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان "ارزیابی و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان بر اساس دو رویکرد یکپارچه لارج و پایدار با یک روش ترکیبی تصمیم‌گیری (مورد مطالعه: شرکت سازه‌گستر سایپا)" پرداختند. ابتدا به‌منظور شناسایی معیارهای اولیه تحقیق از روش مرور ادبیات و مصاحبه با کارشناسان استفاده گردید. سپس معیارهای نهایی تحقیق با استفاده از روش دلفی شناسایی گردید. سپس به‌منظور تعیین روابط درونی و بیرونی رویکردهای لارج و پایدار از روش دیمتل استفاده شد. سپس به‌منظور تعیین اولویت‌ها از روش ANP استفاده شد. سرانجام روش ویکور فازی بر اساس معیارهای انتخاب‌شده برای رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان به کار رفت. صفایی قادیکلایی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان "تبیین مدل مفهومی اولویت‌بندی تأمین‌کنندگان زنجیره تأمین در پارادایم لارج" پرداختند. در ابتدا مروری بر هر یک از مکاتب چهارگانه زنجیره تأمین لارج انجام داده و سپس به معرفی شاخص‌های ارزیابی تأمین‌کنندگان بر اساس ادبیات موضوع لارج پرداختند. شیروانی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان "ارزیابی عملکرد یکپارچگی زنجیره تأمین لارج با رویکرد پویایی سیستم به طراحی مدلی پویا برای شبیه‌سازی عملکرد در زنجیره تأمین لارج در صنعت خودروسازی" پرداختند. در این مدل روابط بین متغیرها با استفاده از رویکرد پویایی سیستم در قالب یک مدل پویا طراحی شده و با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری روابط کمی میان متغیرها مشخص گردید. قاضی‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان "تجزیه و تحلیل مدیریت زنجیره تأمین با استفاده از تکنیک دیمتل" ابتدا به مروری در خصوص رویکردهای چهارگانه زنجیره تأمین ناب، چابک، ارتجاعی و سبز پرداخته و سپس به یکپارچه‌سازی رویکردهای چهارگانه مدیریت زنجیره تأمین با استفاده از تکنیک دیمتل پرداختند. آفاجانی و اکبرزاده (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان "مطالعه تطبیقی استراتژی‌های زنجیره

تأمین ناب، چابک "ضمن مرور ادبیات موضوعی مربوط به دو رویکرد زنجیره تأمین ناب و چابک به استخراج شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها پرداخته شده است. شباهت‌های این دو استراتژی زنجیره تأمین عبارت است از زنجیره تأمین یکپارچه، تراکم زمان انتظار و کیفیت محصول تفاوت‌های آن‌ها شامل هدف، حذف ضایعات، برنامه‌ریزی تولید، اتحادها، بازار، محرک‌های مشتری می‌باشد. عالم تبریز، مؤتمنی و فیروزی (۱۳۹۳)، در پایان‌نامه‌ای با عنوان: "ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین بر اساس مدل بومی یکپارچه لارج (مورد مطالعه: صنعت خودروسازی)" پرداختند. هدف پژوهش مذکور شناسایی شاخص‌های عملکردی مدیریت زنجیره تأمین لارج با استفاده از ادبیات تحقیق و روش دلفی و ارزیابی زنجیره تأمین صنعت خودروسازی مطرح شد. به همین منظور پرسش‌نامه حالات مطلوب و موجود، بین کارشناسان تأمین صنعت خودرو توزیع گردید و پس از انجام تحلیل عاملی بر روی اقدامات، مشخصه‌ها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج ارزیابی نشان داد، که به دلیل وجود اختلال در زنجیره‌های تأمین صنعت خودرو، اقدامات مدیریت زنجیره تأمین ارتجاعي، دارای بیشترین تأثیر بر روی مشخصه‌ها و شاخص‌های عملکردی زنجیره تأمین هستند درحالی‌که اقدامات مدیریت زنجیره تأمین سبز، دارای کم‌ترین تأثیر بر موارد ذکر شده هستند. عجم زاده و انوری (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان "مروری بر طراحی مدل ترکیبی زنجیره تأمین لارج و پایدار" به شناسایی مدل ترکیبی لارج و پایدار در تحقق مدیریت زنجیره تأمین پرداختند. در این مطالعه، نیازمندی‌های اساسی، شاخص‌های کلید و پارامترهای اجرایی شدن زنجیره تأمین با ایجاد مزیت رقابتی، تعیین گردید. خوش رضا و همکاران (۱۳۹۲)، تحقیقی با عنوان "بررسی اثرات مقایسه‌ای رویکردهای زنجیره تأمین ناب و چابک (مطالعه موردی: مجتمع صنعتی شام شام)" انجام دادند. معیارهای اندازه‌گیری عبارت‌اند از: تحویل به موقع، برآورده کردن کامل سفارش، زمان پاسخ‌گویی زنجیره تأمین، هزینه مدیریت تولید. در این پژوهش جامعه آماری شامل کلیه کارکنان، مدیران و کارکنان شرکت شام شام شیراز می‌باشد. کل جامعه آماری بالغ بر ۲۲۰ نفر می‌باشد که با استفاده از جدول مورگان تعداد نمونه ۱۳۶ نفر محاسبه گردید. نتایج پژوهش نشان داد که رویکرد زنجیره تأمین ناب بر بهبود زمان پاسخ‌گویی به مشتریان و کارایی تولید شرکت مؤثر می‌باشد. همچنین پژوهش نشان می‌دهد که استراتژی زنجیره تأمین چابک بر بهبود زمان پاسخ‌گویی به مشتریان و کارایی تولید شرکت مؤثر می‌باشد.

راجش (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان: "قابلیت فن آوری و زنجیره تأمین تاب آور در کارخانه‌های: با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری جامع"، پرداخت. محققین به بررسی ابعاد قابلیت فن آوری پس از بررسی ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق با متغیرهای: قابلیت تغییر در طرح زنجیره تأمین، قابلیت‌های انعطاف‌پذیری در زنجیره تأمین، قابلیت‌های پیشرفت در ظرفیت‌های زنجیره تأمین، درجه استانداردسازی، قابلیت‌های چابکی، قابلیت‌های همکاری، قابلیت به تعویق انداختن، قابلیت‌های موجودی، قابلیت‌های تجدیدپذیری در تولید، قابلیت‌های قیمت‌گذاری، قابلیت‌های برنامه‌ریزی، پرداختند. نتایج پژوهش ایشان نشان داد که متغیرهای موردبررسی در ارتقاء و بهبود زنجیره تأمین تاب‌آوری نتایج مثبت و معنی‌داری را می‌گذارد. آژودو و همکارانش (۲۰۱۵)، در مقاله‌ای با عنوان "پیشنهاد یک مدل مفهومی برای تحلیل تأثیر فعالیت‌های زنجیره تأمین لارج در عملکرد زنجیره تأمین تولید" به ارائه یک مدل مفهومی در خصوص تأثیر زنجیره تأمین ناب، چابک، تاب آور و سبز بر عملکرد زنجیره تأمین از نظر عملیاتی، اقتصادی و محیطی پرداختند. آن‌ها در تحقیق خود ارتباط داخلی بین زیر شاخص‌های کیفی پارادایم سبز را نشان دادند. این مدل بر پایه‌ی ادبیات موجود در خصوصی پارادایم‌های چهارگانه زنجیره تأمین و همچنین سیستم اندازه‌گیری عملکرد می‌باشد، که به درک عمیق‌تری از زنجیره تأمین یکپارچه (لارج) می‌انجامد. آن‌ها در پایان بیان می‌کنند که از بین فعالیت‌های زنجیره تأمین لارج تولید به‌هنگام و روابط تأمین‌کنندگان بیشترین تأثیر را در عملکرد زنجیره تأمین دارند که این دو فعالیت به‌طور مستقیم در خصوصی پارادایم ناب مطرح شده است. کابراو و همکاران (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان "مدل‌های تصمیم‌گیری برای هماهنگی زنجیره‌های تأمین ناب، چابک، تاب آور و سبز" به اهمیت مدیریت زنجیره تأمین در بازارهای جهانی پرداختند و ایجاد مدیریت زنجیره تأمین را فعالیتی حائز اهمیت توصیف کردند، آن‌ها همچنین بیان کردند رویکردهای مدیریت زنجیره تأمین همچون ناب، چابک، تاب آور و سبز به‌عنوان فلسفه‌های مدیریتی جداگانه در نظر گرفته شده‌اند، درحالی‌که چالش امروزی صنایع ایجاد یک زنجیره تأمین رقابتی است که توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان را در محیط متغیر داشته و هم‌زمان فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده را حذف کرده و مطابق با الزامات محیطی باشد. بر این اساس سازمان‌ها باید مهم‌ترین فعالیت‌ها را در جهت دستیابی به زنجیره تأمین لارج شناسایی کنند. در این پژوهش از رویکرد تصمیم‌گیری چندمعیاره فرایند تحلیل شبکه‌ای برای انتخاب بهترین فعالیت‌های زنجیره تأمین لارج جهت دستیابی به زنجیره تأمین رقابتی استفاده شده و در پایان مدل تحلیل سلسله مراتبی برای

رتبه‌بندی آن‌ها به کار گرفته شده است. کابرال و همکارانش (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای با عنوان "مدل‌سازی مدیریت زنجیره تأمین ناب، چابک، تاب آور و سبز" به ارائه یک مدل اطلاعاتی مدیریت زنجیره تأمین برای حمایت از رویکرد یکپارچه لارج پرداختند. آن‌ها بیان کردند طراحی یک زنجیره تأمین لارج یک استراتژی به سمت بازارهای جهانی است که نیازمند تصمیم‌گیری درست است و بیان می‌دارد که تسهیم و نشر اطلاعات از طریق تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات نقش بسیار مهمی در مدیریت زنجیره تأمین دارد؛ اما بسیار واضح است که استفاده از ابزارهای تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات به‌خودی‌خود برای آگاهی از میزان سود ناشی از تسهیم اطلاعات کافی نیست. سونی جین و کامر (۲۰۱۴)، در پژوهشی به "اندازه‌گیری زنجیره تأمین تاب آور با استفاده از رویکرد مدل‌سازی قطعی"، پرداختند. محققین به بررسی ابعاد تاب‌آوری زنجیره تأمین با متغیرهای چابکی، همکاری، اشتراک اطلاعات، پایداری، قابلیت تطبیق‌پذیری، اعتماد، قابل مشاهده بودن، فرهنگ مدیریت ریسک و ساختار سازمانی، پرداختند. نتایج پژوهش ایشان نشان داد که هر یک از متغیرهای مذکور می‌توانند در اندازه‌گیری و ارزیابی تاب‌آوری زنجیره تأمین نقش کلیدی را ایفا نمایند. کاروالهو و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهشی با عنوان "سازگاری و ناسازگاری میان پارادایم‌های ناب، چابک، تاب آور و سبز" به بررسی امکان یکپارچه‌سازی پارادایم‌های لارج در مدیریت زنجیره تأمین پرداخته و عنوان کردند این چهار الگو دارای یک هدف کلی واحد می‌باشند و آن دستیابی به رضایت مشتریان با کمترین هزینه می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به این‌که هدف تحقیق حاضر شناسایی ابعاد و شاخص‌های سنجش بلوغ شبکه تأمین لارج در صنایع خودروسازی، است. پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی است. این پژوهش از حیث هدف کاربردی می‌باشد. زیرا نتایج آن جهت کارخانه سایپا یدک مفید است. جامعه آماری ۱۰ نفر از خبرگان شرکت سایپا یدک می‌باشد. روش نمونه‌گیری تمام شماری است. یعنی از نظرات تمامی خبرگان شرکت سایپا یدک که حداقل دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و سابقه کار ده ساله در شرکت سایپا یدک را دارند استفاده شده است.

روش تاپسیس، اولین بار توسط هوانگ و یون (۱۹۸۱) ارائه شد. در این روش بهترین گزینه، گزینه‌ای است که نزدیک‌ترین فاصله را به راه حل ایده‌آل مثبت و در عین حال دورترین فاصله را از راه حل ایده‌آل منفی داشته باشد. در این روش خبرگان ابتدا اهمیت نسبی معیارها و زیر معیارها را مشخص کرده و سپس عملکرد هر گزینه را نیز نسبت به هر معیار می‌سنجند. اما تفکرات انسان و بیان ارزیابی‌ها همراه با عدم قطعیت است و این عدم قطعیت در تصمیم‌گیری تاثیرگذار است جهت رفع این مشکل از روش‌های تصمیم‌گیری فازی استفاده می‌گردد، در این حالت عناصر ماتریس تصمیم‌گیری، یا اهمیت گزینه‌ها نسبت به معیارها و نیز اهمیت معیارها (در پژوهش حاضر) به صورت فازی و با اعداد فازی بیان می‌گردند. گام‌های لازم برای انجام پیاده‌سازی روش تاپسیس فازی به صورت زیر است. گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم فازی و ماتریس اهمیت نسبی معیارها با توجه به مقیاس‌های کلامی.

فرض کنید m گزینه، n معیار و k تصمیم‌گیرنده داشته باشیم. در این صورت مسأله تصمیم‌گیری گروهی چندمعیاره فازی می‌تواند به صورت ماتریس زیر بیان شود:

$$C_1 \dots C_j \dots C_n$$

$$\tilde{D} = \begin{matrix} A_1 \\ A_i \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{1j} & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{i1} & \tilde{x}_{ij} & \tilde{x}_{in} \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{mj} & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}$$

$$i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n$$

که در آن A_1, A_2, \dots, A_m گزینه‌هایی هستند که باید انتخاب شده یا اولویت‌بندی گردند، C_1, C_2, \dots, C_n شاخص‌ها یا معیارهای ارزیابی هستند. A_i را نسبت به معیار یا شاخص C_j توسط فرد خبره K نشان می‌دهد. به منظور یکپارچه نمودن امتیاز عملکرد فازی، K فرد خبره از روش میانگین رابطه (۱) طه (۱) استفاده می‌شود:

$$\tilde{X}_{ij} = \frac{1}{k} (\tilde{X}_{ij}^1 + \tilde{X}_{ij}^2 + \dots + \tilde{X}_{ij}^k)$$

گام دوم: نرمال کردن ماتریس تصمیم فازی و محاسبه ماتریس تصمیم فازی نرمال شده وزنی در این گام با توجه به این که داده‌های خام به دست آمده برای حذف واحدهای ناهمگون و مقیاس‌های اندازه‌گیری مختلف در مسائل تصمیم‌گیری چند معیاره باید نرمال شوند، از نرمال‌سازی خطی استفاده می‌شود. اگر ماتریس تصمیم فازی نرمال شده باشد، داریم: (رابطه‌ی ۲ و ۳)

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n}, i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j}, \frac{b_{ij}}{c_j}, \frac{c_{ij}}{c_j} \right) \quad \text{رابطه (۲)} \quad \in B$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j}{c_{ij}}, \frac{a_j}{b_{ij}}, \frac{a_j}{a_{ij}} \right) \quad \text{رابطه (۳)} \quad \in C$$

که در آن به ترتیب مجموعه B و C یعنی مجموعه معیارهای مثبت و منفی. بادر نظر گرفتن وزن‌های مختلف برای هر زیرمعیار، ماتریس تصمیم نرمال شده وزنی نیز از ضرب اهمیت وزن معیارها در ماتریس تصمیم فازی نرمال شده محاسبه می‌شود. ماتریس تصمیم نرمال شده وزنی به صورت رابطه‌ی (۴) (تعریف می‌شود که در آن وزن معیار J ام است:

$$\tilde{V} = [\tilde{V}_{ij}]_{m \times n}, i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n$$

$$\tilde{V}_{ij} = \tilde{r}_{ij} \otimes \tilde{w}_j \quad \text{رابطه (۴)}$$

گام سوم: تعیین راه حل ایده‌آل مثبت فازی \tilde{v}_j^* (A⁺ FPIS) و راه حل ایده‌آل منفی فازی (A⁻ FNIS)

$$\tilde{v}_j^-$$

تعیین راه حل ایده‌آل مثبت (A⁺) رابطه‌ی (۵) و راه حل ایده‌آل منفی (A⁻) رابطه‌ی (۶)، به صورت

زیر تعریف می‌شوند:

$$A^+ = (\tilde{V}_1^+, \tilde{V}_2^+, \dots, \tilde{V}_n^+)$$

$$A^- = (\tilde{V}_1^-, \tilde{V}_2^-, \dots, \tilde{V}_n^-)$$

$$A^+ = \{(\max \tilde{V}_{ij} \mid j \in J), (\min \tilde{V}_{ij} \mid j \in J') \mid i = 1, 2, \dots, m\} = \{\tilde{V}_1^+, \tilde{V}_2^+, \dots, \tilde{V}_j^+, \dots, \tilde{V}_n^+\} \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$A^- = \{(\max \tilde{V}_{ij} \mid j \in J), (\min \tilde{V}_{ij} \mid j \in J') \mid i = 1, 2, \dots, m\} = \{\tilde{V}_1^-, \tilde{V}_2^-, \dots, \tilde{V}_j^-, \dots, \tilde{V}_n^-\} \quad \text{رابطه (۶)}$$

$$J = \{j = 1, 2, \dots, n\} \text{ : ج های مربوط به معیارهای منفی}$$

$$J' = \{j = 1, 2, \dots, n\} \text{ : ج های مربوط به معیارهای مثبت}$$

گام چهارم: محاسبه اندازه فاصله‌ای هر کدام از گزینه‌ها از مقادیر ایده‌آل فازی مثبت و منفی فاصله

هر گزینه با راه حل ایده‌آل مثبت و راه حل ایده‌آل منفی فازی به صورت روابط (۷) و (۸)، محاسبه

می‌شود.

$$d_i^+ = \sum_{j=1}^n d(\tilde{V}_{ij}, \tilde{V}_j^+), i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه (۷)}$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{V}_{ij}, \tilde{V}_j^-), i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه (۸)}$$

که در آن نشان‌دهنده اندازه‌گیری فاصله‌ای میان دو عدد فازی است، و نشان‌دهنده فاصله گزینه \dot{I} از

راه حل ایده‌آل مثبت و نشان‌دهنده فاصله گزینه \dot{I} از راه‌حل ایده منفی است. اگر دو عدد فازی مثلثی

۱ Fuzzy Positive Ideal Solution (FPIS)

۲ Fuzzy Negative Ideal Solution (FNIS)

۱۵۲ / طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لاج صنعت فودروسازی ...

$M (m^1, m^2, m^3)$ و $N (n^1, n^2, n^3)$ را داشته باشیم، آن‌گاه فاصله فازی بین این دو عدد به

صورت رابطه ی (۹) محاسبه می‌شود:

$$d(M, N) = \sqrt{\frac{1}{3} [(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]} \quad \text{رابطه (۹)}$$

گام پنجم: محاسبه ضرایب نزدیکی و اولویت‌بندی گزینه‌ها

با تعیین ضریب نزدیکی، گام نهایی برای رتبه‌بندی تمامی گزینه‌ها می‌تواند آغاز شود و

تصمیم‌گیرندگان می‌توانند بهترین گزینه را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند. ضریب نزدیکی

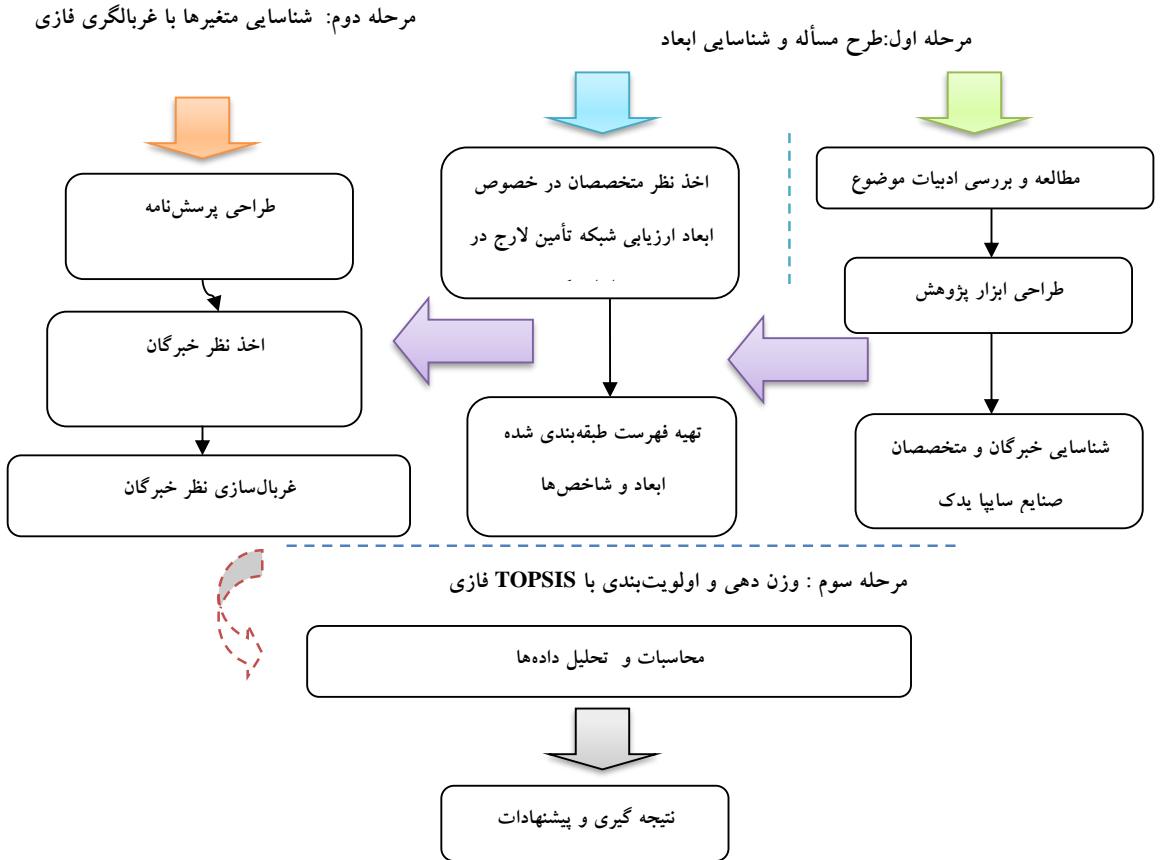
هر گزینه به صورت رابطه ی (۱۰)، محاسبه می‌شود:

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^+ + d_i^-} \quad \text{رابطه (۱۰)}$$

شاخص CC_i نزدیک به عدد یک، میزان نزدیکی گزینه را به راه حل ایده‌آل مثبت و دوری از راه

حل ایده‌آل منفی را نشان می‌دهد. بنابراین مقدار بزرگتر CC_i نشان‌دهنده عملکرد بهتر گزینه A_i

خواهد بود. شکل (۲) مدل اجرایی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۲ - مدل اجرایی پژوهش (منبع: محقق ساخته)

مدل مفهومی پژوهش

پس از مطالعه ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش با استفاده از نظر خبرگان شرکت سایپا یدک و اساتید دانشگاهی مسلط به حوزه شبکه تأمین لارج و کارت امتیازی متوازن و روش غربالگری فازی،

۱۵۴ / طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج صنعت فودروسازی ...

شاخص‌های سنجش شبکه تأمین لارج در چهار بُعد مالی، مشتریان (ذی‌نفعان)، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری که یکی از اهداف تحقیق است مطابق جدول (۲)، جانمایی شد.

جدول ۲ - مدل مفهومی پژوهش جهت سنجش شبکه تأمین لارج با رویکرد BSC در سایپا یدک

سبز	تاب‌آور	چابک	ناب	پارادایم‌ها ابعاد BSC
میزان سرمایه‌گذاری در فن‌آوری‌های پاک	میزان مدیریت هزینه در منبع‌یابی انعطاف‌پذیر	میزان کاهش هزینه‌های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل	مالی
میزان افزایش رضایت ذی‌نفعان با کاهش زباله‌های مرتبط با تجهیزات تولیدی	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب‌آوری	میزان ارائه محصولات جدید و به روز	میزان افزایش انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به ذی‌نفعان تعداد تحویل به موقع محصولات به مشتری	مشتریان (ذی‌نفعان)
میزان بهینه‌سازی مصرف مواد و انرژی	میزان استفاده از روش‌های کابزن	میزان بهبود در سرعت‌العمل	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام	فرآیندهای داخلی
میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط‌زیست	تربیت نیروی کار چندمهارته	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام	رشد و یادگیری

ماخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول (۲)، نتایج حاصل از جانمایی شاخص‌های لارج در چهار بُعد کارت امتیازی متوازن جهت سنجش بلوغ شبکه تأمین لارج سایپا یدک نشان می‌دهد، ۱۷ مؤلفه لارج در چهار بعد BSC مورد تایید و جانمایی قرار گرفته است.

نتایج و بحث

پس از تایید پرسش‌نامه تحقیق (روایی و پایایی)، بین ۱۰ نفر از خبرگان شبکه تأمین و اساتید دانشگاهی توزیع شد که پس از تجمیع قضاوت‌ها با استفاده از رابطه (۱۱)، نتایج حاصل از به دست آوردن میانگین اهمیت فازی ابعاد و شاخص‌های ارزیابی لارج شبکه تأمین شرکت سایپا یدک به صورت جدول (۳ و ۴)، می‌باشد.

$$\tilde{w}_{ij} = \frac{1}{k} (\tilde{w}_{ij}^1 + \tilde{w}_{ij}^2 + \dots + \tilde{w}_{ij}^k) \quad \text{رابطه (۱۱)}$$

جدول ۳ - میانگین اهمیت فازی ابعاد سنجش لارج از نظر خبرگان

میانگین اهمیت فازی			ابعاد
۰/۱۸	۰/۲۵	۰/۳۸	مالی
۰/۲۵	۰/۴۷	۰/۵۷	ذی‌نفعان
۰/۱۴	۰/۱۶	۰/۱۹	فراآیندهای داخلی
۰/۱	۰/۱۴	۰/۱۷	رشد و یادگیری

ماخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴ - میانگین اهمیت فازی هر زیرمعیار از نظر خبرگان

میانگین اهمیت فازی			شاخص‌ها
۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام
۰/۰۰۸	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	میزان تحویل به موقع به مشتری
۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	میزان افزایش انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به ذی‌نفعان
۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل
۰/۰۲۵	۰/۰۳۱	۰/۰۴۷	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام
۰/۰۲۳	۰/۰۴۷	۰/۰۶۹	میزان بهبود در سرعت العمل
۰/۰۰۶	۰/۰۰۸	۰/۰۰۹	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D
۰/۲	۰/۳	۰/۰۴۵	میزان ارائه محصولات جدید و به روز
۰/۰۰۹	۰/۰۱۸	۰/۰۲۶	میزان کاهش هزینه‌های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time
۰/۰۰۳	۰/۰۰۸	۰/۰۰۹	میزان استفاده از روش‌های کایزن
۰/۰۳۹	۰/۰۴۷	۰/۰۰۵	تربیت نیروی کار چند مهارته
۰/۱	۰/۱۳	۰/۳۶	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب‌آوری
۰/۱	۰/۱۸	۰/۰۲۵	میزان مدیریت هزینه در منبع‌یابی انعطاف‌پذیر
۰/۰۰۵	۰/۰۱۱	۰/۰۲۳	میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط‌زیست
۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۲۹	میزان افزایش رضایت ذی‌نفعان با کاهش زباله‌های مرتبط با تجهیزات تولیدی
۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	۰/۰۲۱	میزان بهینه‌سازی مصرف مواد و انرژی
۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸	میزان سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک

ماخذ: یافته‌های تحقیق

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت / ۱۵۷

پس از به دست آوردن میانگین اوزان فازی ابعاد و شاخص‌ها باید اعداد فازی را دیفازی (قطعی) نماییم. روش‌های گوناگونی برای قطعی‌سازی اعداد فازی وجود دارد از جمله: روش میانگین و مرکز ناحیه. در پژوهش حاضر از روش مرکز ناحیه جهت دی فازی کردن اعداد فازی بهره برده ایم. اگر عدد فازی مثلثی به صورت، $M=(a,b,c)$ رابطه ی (۱۲)، طریقه ی محاسبه ی اعداد فازی به قطعی را نشان می دهد:

$$CA = \frac{(c-a)+(b-a)}{3} + a \quad \text{رابطه (۱۲)}$$

جداول (۵ و ۶)، نتایج حاصل از محاسبه ی میانگین اهمیت قطعی (دیفازی) ابعاد و شاخص‌های سنجش شبکه تأمین لارج شرکت سایپا یدک را با استفاده از روش مرکز ناحیه نشان می دهد.

جدول ۵ - میانگین اهمیت قطعی ابعاد ارزیابی شبکه تأمین لارج

رتبه	میانگین اهمیت قطعی (دیفازی)	میانگین اهمیت فازی خیرگان			ابعاد
		a	b	C	
۲	۰/۲۷۰	۰/۱۸	۰/۲۵	۰/۳۸	مالی
۱	۰/۴۳۰	۰/۲۵	۰/۴۷	۰/۵۷	ذی نفعان
۳	۰/۱۶۳	۰/۱۴	۰/۱۶	۰/۱۹	فرآیندهای داخلی
۴	۰/۱۳۷	۰/۱	۰/۱۴	۰/۱۷	رشد و یادگیری
	۱	مجموع اوزان			ماخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول (۵)، از نظر اهمیت پس از دیفازی سازی اوزان ابعاد ارزیابی سنجش شبکه تأمین لارج بُعد ذی نفعان رتبه اول و ابعاد مالی، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری به ترتیب رتبه‌های دوم تا چهارم را کسب نمودند.

جدول ۶ - میانگین اهمیت قطعی ابعاد ارزیابی سنجش بلوغ شبکه تأمین لاجر

رتبه	میانگین اهمیت قطعی (دیفازی)	میانگین اهمیت فازی			شاخصها
۱۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام
۱۲	۰/۰۱۱	۰/۰۰۸	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	میزان تحویل به موقع به مشتری
۵	۰/۰۰۸	۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	میزان افزایش انعطاف پذیری در پاسخگویی به ذی نفعان
۱۵	۰/۰۰۱	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل
۸	۰/۰۳۴	۰/۰۲۵	۰/۰۳۱	۰/۰۴۷	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام

ادامه جدول ۶ - میانگین اهمیت قطعی ابعاد ارزیابی سنجش بلوغ شبکه تأمین لاجر

رتبه	میانگین اهمیت قطعی (دیفازی)	میانگین اهمیت فازی			شاخصها
۶	۰/۰۴۶	۰/۰۲۳	۰/۰۴۷	۰/۰۶۹	میزان بهبود در سرعت العمل
۱۳	۰/۰۰۸	۰/۰۰۶	۰/۰۰۸	۰/۰۰۹	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D
۱	۰/۳۱۷	۰/۲	۰/۳	۰/۰۴۵	میزان ارائه محصولات جدید و به روز

۹	۰/۰۱۸	۰/۰۰۹	۰/۰۱۸	۰/۰۲۶	میزان کاهش هزینه های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time
۱۴	۰/۰۰۷	۰/۰۰۳	۰/۰۰۸	۰/۰۰۹	میزان استفاده از روش های کایزن
۷	۰/۰۴۵	۰/۰۳۹	۰/۰۴۷	۰/۰۰۵	تربیت نیروی کار چند مهارته
۲	۰/۱۹۷	۰/۱	۰/۱۳	۰/۳۶	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب آوری
۳	۰/۱۰۲	۰/۱	۰/۱۸	۰/۰۲۵	میزان مدیریت هزینه در منبع یابی انعطاف پذیر
۱۱	۰/۰۱۳	۰/۰۰۵	۰/۰۱۱	۰/۰۲۳	میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط زیست
۴	۰/۰۹۸	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۲۹	میزان افزایش رضایت ذی نفعان با کاهش زباله های مرتبط با تجهیزات تولیدی
۱۰	۰/۰۱۶	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	۰/۰۲۱	میزان بهینه سازی مصرف مواد و انرژی
۱۴	۰/۰۰۷	۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸	میزان سرمایه گذاری در فناوری های پاک
	۱	مجموع اوزان			ماخذ: یافته های تحقیق

اولویت‌بندی واحدهای سایپا یدک از نظر سنجش شبکه تأمین لارج با FTOPSIS

پس از مشخص شدن اهمیت ابعاد و شاخص‌های ارزیابی سنجش شبکه تأمین لارج شرکت سایپا یدک و اوزان فازی آن‌ها نوبت به توزیع پرسش‌نامه شماره دو بخش دوم یعنی مشخص نمودن اولویت هریک از واحدهای شرکت سایپا یدک یعنی سه گزینه: واحد A، واحد B و واحد C رسید. پرسش‌نامه‌ها پس از جمع‌آوری داده‌های حاصل از نظر خبرگان، وارد نرم‌افزار EXCEL ۲۰۱۰ شد و از نظر خبرگان میانگین وزنی گرفته شد. نتایج حاصل از آن به صورت جدول (۷)، که ماتریس تصمیم‌گیری گروهی فازی را نشان می‌دهد، می‌باشد. در پژوهش حاضر تمامی شاخص‌های از جنس سود و مثبت هستند.

جدول ۷ - ماتریس تصمیم‌گیری گروهی فازی خبرگان

واحد C			واحد B			واحد A			گزینه‌ها
									شاخص‌ها
۴۹	/۴۹	۰/۷۱	۰/۰۰۱	۰/۰۲۶	۱	۰/۷۵	۰/۸	۰/۹	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام
۳۲	/۵۷	۰/۶	۰/۰۱۸	۰/۰۲۹	۰/۰۴۵	۰/۱۵	۰/۲۸	۰/۳۹	میزان تحویل به موقع به مشتری
۳۳	/۴۳	۰/۶۴	۰/۰۲۲	۰/۰۴۹	۰/۰۹۳	۰/۲۹	۰/۳۵	۰/۴۱	میزان افزایش انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به ذی‌نفعان
۳۹	/۴۳	۰/۷۹	۰/۰۲۵	۰/۰۹۲	۰/۰۸۸	۰/۲۸	۰/۳۹	۰/۵۶	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل
۳۱	/۵۴	۰/۶۸	۰/۰۲۶	۰/۰۳۵	۱	۰/۱۴	۰/۲۸	۰/۴۷	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام
۳۳	/۴۸	۰/۶۹	۰/۰۲۷	۰/۰۳۳	۰/۰۵۱	۰/۵۹	۰/۷۱	۰/۸۲	میزان بهبود در سرعت العمل
۱۵	/۳۴	۰/۸۲	۰/۰۲۴	۰/۰۵	۰/۰۷۴	۰/۴۳	۰/۵۷	۰/۶۶	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D
۳۱	۰/۴	۰/۴۷	۰/۰۳۹	۰/۰۵۷	۰/۰۷۹	۰/۳۵	۰/۴۸	۰/۵۹	میزان ارائه محصولات جدید و به روز

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت / ۱۶۱

۲۹	۳۹	۰/۶۱	۰/۰۳	۰/۰۴۵	۰/۰۴۸	۰/۱۸	۰/۲۱	۰/۳۶	میزان کاهش هزینه های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time
۰/	۰								
۷۳	۷۴	۰/۸۲	۰/۰۳۶	۰/۰۵۸	۱	۰/۵۷	۰/۶۹	۰/۷۲	میزان استفاده از روش های کایزن
۰/	۰								
۳۵	۷۲	۰/۹۶	۰/۰۳۴	۰/۰۳۲	۰/۰۸۴	۰/۲۸	۰/۳۸	۰/۴۷	تربیت نیروی کار چند مهارته
۰/	۰								
۴۵	۵۱	۰/۸۱	۰/۰۱۳	۰/۰۳۳	۰/۰۶۳	۰/۲۵	۰/۴۵	۰/۷۵	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب آوری
۰/	۰								
۲۵	۳۲	۰/۶۹	۰/۰۱۵	۰/۰۳۶	۰/۰۶۶	۰/۲۸	۰/۵۵	۰/۷۶	میزان مدیریت هزینه در منبع یابی انعطاف پذیر
۰/	۰								
۳۲	۴۷	۰/۵۴	۰/۰۱۹	۰/۰۳۷	۰/۰۷۶	۰/۲۹	۰/۴۵	۰/۷۹	میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط زیست
۰/	۰								
۲۷	۴۹	۰/۷۶	۰/۰۲۹	۰/۰۵۹	۱	۰/۳۱	۰/۴۸	۰/۸۶	میزان افزایش رضایت ذی نفعان با کاهش زباله های مرتبط با تجهیزات تولیدی
۰/	۰								
۲۷	۳۹	۰/۴۷	۰/۲۵	۰/۴۵	۰/۹	۰/۳۰	۰/۵۲	۰/۸	میزان بهینه سازی مصرف مواد و انرژی
۰/	۰								
۲۸	۵۹	۰/۸۹	۰/۲۲	۰/۴۱	۰/۷۵	۰/۲۶	۰/۴۸	۰/۸۲	میزان سرمایه گذاری در فناوری های پاک
۰/	۰								

ماخذ: یافته های تحقیق

۱۶۲ / طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لاج صنعت فودروسازی ...

مقادیر w_j از جدول (۸)، اوزان فازی ابعاد شبکه تأمین لاج استخراج می‌شود.

جدول ۸ - فاصله شاخص‌ها از راه حل ایده‌آل مثبت نسبت به هر گزینه

واحد C	واحد B	واحد A	گزینه‌ها شاخص‌ها
۰.۱۳۴	۰.۰۳۵	۰.۱۱۷	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام
۰.۱۵۴	۰.۲۱۱	۰.۲۷۵	میزان تحویل به موقع به مشتری
۰.۱۵۴	۰.۲۰۰	۰.۲۶۱	میزان افزایش انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به ذی‌نفعان
۰.۱۲۴	۰.۲۰۱	۰.۲۳۰	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل
۰.۱۳۹	۰.۰۲۳	۰.۲۶۲	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام
۰.۰۴۶	۰.۲۰۴	۰.۰۰۰	میزان بهبود در سرعت العمل
۰.۰۵۵	۰.۱۹۶	۰.۰۷۶	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D
۰.۱۲۲	۰.۱۹۴	۰.۱۱۵	میزان ارائه محصولات جدید و به روز
۰.۰۷۸	۰.۲۰۴	۰.۲۳۴	میزان کاهش هزینه‌های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time
۰.۱۹۷	۰.۱۱۴	۰.۲۵۸	میزان استفاده از روش‌های کایزن
۰.۱۸۶	۰.۲۱۲	۰.۳۰۶	تربیت نیروی کار چند مهارته
۰.۲۰۸	۰.۲۱۴	۰.۲۷۶	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب‌آوری
۰.۲۳۰	۰.۱۵۰	۰.۲۶۸	میزان مدیریت هزینه در منبع‌یابی انعطاف‌پذیر
۰.۲۴۸	۰.۲۱۴	۰.۲۸۴	میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط‌زیست
۰.۲۲۸	۰.۱۲۵	۰.۲۷۷	میزان افزایش رضایت ذی‌نفعان با کاهش زباله‌های مرتبط با تجهیزات تولیدی
۰.۲۵۷	۰.۱۳۰	۰.۲۷۹	میزان بهینه‌سازی مصرف مواد و انرژی
۰.۲۱۲	۰.۱۴۵	۰.۲۸۱	میزان سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک
۱.۳۸۳	۰.۹۸۰	۱.۶۶۵	مجموع فواصل $\sum dj$

ماخذ: یافته‌های تحقیق

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۶۳

جدول ۹: فاصله زیرمعیارها از راه حل ایده آل منفی نسبت به هر گزینه

شاخصها	گزینه‌ها	واحد A	واحد B	واحد C
میزان حرکت به سمت تولید به هنگام	۰.۱۲۷	۰.۲۱۱	۰.۱۹۷	
میزان تحویل به موقع به مشتری	۰.۱۰۶	۰.۰۰۴	۰.۰۳۸	
میزان افزایش انعطاف پذیری در پاسخگویی به ذی نفعان	۰.۱۰۵	۰.۰۱۴	۰.۰۴۹	
میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل	۰.۱۳۸	۰.۰۱۶	۰.۰۸۴	
میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام	۰.۱۱۹	۰.۲۱۱	۰.۰۵۷	
میزان بهبود در سرعت العمل	۰.۲۱۷	۰.۰۱۲	۰.۳۰۸	
تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D	۰.۲۴۱	۰.۰۲۱	۰.۲۳۲	
میزان ارائه محصولات جدید و به روز	۰.۱۴۲	۰.۰۲۳	۰.۱۹۴	
میزان کاهش هزینه های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time	۰.۱۸۱	۰.۰۱۳	۰.۰۷۹	
میزان استفاده از روش های کایزن	۰.۰۷۶	۰.۱۰۲	۰.۰۵۶	
تربیت نیروی کار چند مهارته	۰.۰۷۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۹	
میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب آوری	۰.۰۵۲	۰.۰۰۱	۰.۰۳۵	
میزان مدیریت هزینه در منبع یابی انعطاف پذیر	۰.۰۳۱	۰.۰۶۵	۰.۰۴۰	
میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط زیست	۰.۰۱۲	۰.۰۰۱	۰.۰۰۰	
میزان افزایش رضایت ذی نفعان با کاهش زباله های مرتبط با تجهیزات تولیدی	۰.۰۳۱	۰.۰۹۱	۰.۰۰۰	
میزان بهینه سازی مصرف مواد و انرژی	۰.۰۰۲	۰.۰۸۹	۰.۰۳۱	
میزان سرمایه گذاری در فناوری های پاک	۰.۰۴۷	۰.۰۷۴	۰.۰۳۲	
مجموع فواصل $\sum dj$	۰.۱۷۵	۰.۳۲۱	۰.۱۳۹	

ماخذ: یافته های تحقیق

۱۶۴ / طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لارج صنعت فودروسازی ...

با تعیین ضریب نزدیکی، گام نهایی برای رتبه‌بندی تمامی گزینه‌ها می‌تواند آغاز شود و تصمیم گیرندگان می‌توانند بهترین واحد از نظر پیاده‌سازی شبکه تأمین لارج را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند. جدول (۱۰)، نتایج حاصل از محاسبه‌ی ضرایب نزدیکی رتبه‌بندی گزینه‌های تحقیق را نمایش می‌دهد. به عنوان مثال ضریب نزدیکی واحد A به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$CC_1 = \frac{0.175}{(0.175 + 1.665)} = 0.097$$

جدول ۱۰ - ضرایب نزدیکی واحدهای ارزیابی شده شبکه تأمین لارج

رتبه	ضریب نزدیکی به ایده‌آل مثبت (CCi)	FNIS	FPIS	گزینه‌ها
۳	۰/۰۷۷	۰/۱۷۵	۱/۶۶۵	واحد A
۱	۰/۲۴۷	۰/۳۲۱	۰/۹۸	واحد B
۲	۰/۱۱۲	۰/۱۷۵	۱/۳۸۳	واحد C

ماخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول (۱۰)، واحد B بهترین قسمت از نظر پیاده‌سازی شبکه تأمین لارج در شرکت سایپا یدک با استفاده از تکنیک TOPSIS فازی شناخته شد و به ترتیب: واحدهای C و A رتبه‌های دوم و سوم را کسب نمودند.

طراحی کارت امتیازی متوازن

برای تهیه‌ی کارت امتیازی متوازن می‌بایست؛ اهداف کمی برای هر شاخص تعیین گردد. این اهداف باید به گونه‌ای تعیین شوند که قابل تحقق و دست یافتنی باشند. همچنین، برای دستیابی به هر کدام از این اهداف کمی و به منظور ارزیابی سازمان، دوره‌های زمانی مشخصی برای هر کدام از این اهداف تعیین می‌شود. یک هدف کمی می‌تواند نمایانگر کمی سنج‌های عملکرد، در نقطه‌ای در آینده (یعنی سطح عملکرد مطلوب ما در آینده) باشد. لغت آینده، کلیدی برای مفهوم اهداف کمی است. در زمان توسعه‌ی اهداف کمی، می‌توانیم انتخاب کنیم که عملکرد را در برابر هدفی برای این ماه، فصل یا سال ارزیابی کنیم. می‌توانیم یک هدف بلندمدت‌تر را که نیاز به عملکرد و تلاش بیش‌تری دارد توسعه دهیم. برای هر منظر به صورت خاص یک کارت امتیازی تعریف می‌شود. این کارت امتیازی متوازن

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۶۵

شامل: استراتژی‌ها، اهداف و شاخص‌ها می‌باشد. سپس برای هر شاخص در جلسه‌ای با حضور مدیران ارشد سازمان اهداف کمی تعریف می‌شود و برای تحقق هر کدام برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. این برنامه‌ریزی شامل، مشخص کردن وظایف هر یک از کارگروه‌ها و بازه زمانی انجام این وظایف می‌باشد.

ارزیابی از شاخص‌ها در ابتدای هر برنامه و سپس در انتهای برنامه نیز انجام می‌شود تا درصد پیشرفت کار در هر یک از آیتم‌ها مشخص شوند. کارت‌های امتیازی به وسیله سه دسته از کاربران استفاده و پشتیبانی می‌شوند:

۱- Viewerها: کاربرانی که از BSC به منظور نظارت و مشاهده عملکرد استفاده می‌نمایند.

۲- Designerها: کسانی که مسئول ایجاد کارت‌های امتیازی هستند.

۳- Administrator: کسانی که مسئول تنظیم نرم‌افزار و نگهداری ساختار داده‌ها هستند.

طراحی کارت امتیازی متوازن شبکه تأمین لاج شرکت سایپا یدک

برای طراحی کارت امتیازی متوازن باید از دانستن اهداف، مأموریت‌ها و چشم‌اندازهای شرکت سایپا یدک ضروری است. لذا ابتدا هر یک از موارد مذکور را بررسی و استخراج می‌نماییم.

اهداف شرکت سایپا یدک

۱- رشد و بهره‌وری مستمر در حوزه‌های مالی و داخلی. ۲- سوددهی و ارائه خدمات مناسب به مشتریان.

۳- شناخت نیازها و دسته‌بندی مشتریان و فرآیندهای مربوط به سود. ۴- آموزش‌های استراتژی محور. ۵- بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین تولید و همسوسازی اهداف فردی.

مأموریت شرکت سایپا یدک: پایش و انطباق کلیه فعالیت‌ها، محصولات و خدمات با قوانین و الزامات محیط‌زیستی

چشم‌انداز شرکت سایپا یدک: مدیریت سبز و تولید پاک

استراتژی‌های شرکت سایپا یدک

۱- تغییر چهره بیرونی و داخلی تولید، تغییر پوشش و رفتار کارکنان متناسب با هویت جدید سازمان (ارزش‌افزایی برای مشتریان)

۲- متنوع‌سازی و گسترش کانال‌های درآمدی شرکت (سرآمدی عملیات)

۳- یکپارچه‌سازی و سرعت بخشیدن به تولید و تحویل محصولات حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (سرآمدی عملیات)

۴- سهولت و سادگی فرآیندهای ارتباط با تأمین‌کنندگان (ارزش‌افزایی برای مشتریان).
توسعه زیرساخت‌های محیط‌زیستی با رویکرد مصرف بهینه منابع و انرژی و اقدامات سازگار با محیط‌زیست در سه حوزه: الف- زنجیره تأمین ب- فرآیندهای تولید و پشتیبانی تولید ج- محصولات و خدمات پس از فروش (ارزش‌افزایی برای مشتریان)

۵- توسعه ارتباطات درون و برون سازمانی با ذی‌نفعان و سازمان‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر (سرآمدی عملیات)

۶- ارتقاء جایگاه برند محیط‌زیستی سایپا و ایجاد تصور مثبت در جامعه از منظر اقدامات محیط‌زیستی (ارزش‌افزایی برای مشتریان).

پس از جلسات کارشناسی با خبرگان شرکت سایپا یدک، نتایج به صورت جداول (۱۱؛ ۱۲؛ ۱۳؛ ۱۴) کارت امتیازی متوازن برای شرکت سایپا یدک در چهار بُعد (مالی، مشتریان، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری) نشان می‌دهند.

جدول ۱۱ - کارت امتیازی متوازن بُعد مالی

برنامه زمانی	اهداف کمی	شاخص‌ها	اهداف	استراتژی
هر شش ماه	۵ درصد افزایش	میزان کاهش هزینه و زمان حمل و نقل	افزایش اعتماد	ارزش‌افزایی برای مشتریان
هر سه ماه	۵ درصد افزایش	میزان کاهش هزینه‌های تأخیر در تولید با کاهش Lead Time	سودآوری	
سالانه	۶ درصد افزایش	میزان مدیریت هزینه در منبع‌یابی انعطاف‌پذیر		
هر شش ماه	۵ درصد افزایش	میزان سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک	بهره‌وری	سرمایه‌ی عملیاتی
هر سه ماه	۵ درصد افزایش			

ماخذ: یافته‌های تحقیق

۱۶۸ / طراحی کارت امتیازی متوازن در شبکه تأمین لاج صنعت فودروسازی ...

جدول ۱۲ - کارت امتیازی متوازن بُعد مشتریان

برنامه زمانی	اهداف کمی	شاخص ها	اهداف	استراتژی
هر سه ماه	۵ درصد افزایش	میزان افزایش انعطاف پذیری در پاسخگویی به ذی نفعان تعداد تحویل به موقع محصولات به مشتری	ارائه خدمات مناسب	ارزش افزایی برای مشتریان و سرآمدی عملیاتی
هر سه ماه	۱۲ درصد افزایش	میزان ارائه محصولات جدید و به روز	شناخت نیازهای مشتریان	
سالانه	۸ درصد افزایش	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتریان در شرایط فشار و تحریم و افزایش تاب آوری	مشتریان	
هر شش ماه	۵ درصد افزایش	میزان افزایش رضایت ذی نفعان با کاهش زباله های مرتبط با تجهیزات تولیدی	سود آوری	

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۱۳ - کارت امتیازی متوازن بُعد فرآیندهای داخلی

برنامه زمانی	اهداف کمی	شاخص ها	اهداف	استراتژی
هر ماه	۵ درصد افزایش	میزان حرکت به سمت تولید به هنگام	همسو سازی کارکنان	سرآمدی عملیاتی
هر سه ماه	۵ درصد افزایش	میزان بهبود در سرعت العمل	استفاده از ایده ها و نظرات	
هر شش ماه	۱۰ درصد افزایش	میزان استفاده از روش های کایزن	نظرات	
هر سه ماه	۵ درصد کاهش	میزان بهینه سازی مصرف مواد و انرژی	افزایش رضایت مشتریان	ارزش افزایی برای مشتریان

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۱۴ - کارت امتیازی متوازن بُعد رشد و یادگیری

برنامه زمانی	اهداف کمی	شاخص‌ها	اهداف	استراتژی
هر سه ماه	۷ درصد افزایش	میزان آموزش کارگران و سرپرستان در حرکت به سمت تولید به هنگام	رشد نیروی انسانی	سرمادی عملیاتی و ارزش افزایی برای مشتریان
هر سه ماه	۱۰ درصد افزایش	تعداد ساعات آموزش ضمن خدمت در پرورش خلاقیت و نوآوری واحد R&D	انسانی	
هر سه ماه	۱۰ درصد افزایش	تربیت نیروی کار چند مهارته	آموزش استراتژی محور	
هر سه ماه	۸ درصد افزایش	میزان آموزش طراحی، فروش و خرید سبز مواد اولیه سازگار با محیط زیست	توسعه خدمات	

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تاکنون پژوهش‌های مختلفی به موضوع شبکه تأمین لاج پرداخته‌اند. از جمله: دیوسالار و همکاران(۱۳۹۶)، در رساله دکتری با عنوان "یکپارچه‌سازی شبکه زنجیره تأمین مبتنی بر پارادایم ترکیبی لاج (مورد مطالعه: شرکت سوزن و سرنگ آواپزشک" پرداختند. مومن‌زاده، پیله‌وری و عسگری(۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان "ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین بر اساس مدل بومی یکپارچه لاج" پرداختند. در این قسمت به بررسی و مقایسه نتایج پژوهش حاضر با تحقیقات مذکور می‌پردازیم. دیوسالار و همکاران(۱۳۹۶)، با روش دلفی قطعی به شناسایی عوامل زنجیره تأمین لاج پرداختند. اما پژوهش حاضر با استفاده از طیف‌های فازی و غربالگری فازی به شناسایی ابعاد و شاخص‌های شبکه تأمین لاج پرداخته است. پژوهش مذکور به روش آمار توصیفی به تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده پرداخته بود در حالی که پژوهش حاضر مدل غربال شده را با تکنیک مدلسازی آماری و نرم افزار اسمارت پی ال اس مورد برازش قرار داده و ضمن مشخص نمودن مهم‌ترین بعد و شاخص در ارزیابی شبکه تأمین لاج به محققین آتی و پژوهش‌گران علاقه‌مند به حوزه شبکه تأمین روشی جهت ارزیابی و اولویت‌بندی و انتخاب مناسب‌ترین واحد در سنجش شبکه تأمین لاج با روش تاپسیس فازی ارائه نموده است. از جمله نقاط قوت پژوهش حاضر نسبت به پژوهش دیوسالار و همکاران، بهره‌گیری از مفاهیم فازی که به ذهن انسان نزدیکتر است و نتایج حاصل از انتخاب ابعاد و شاخص‌ها رو نیز به واقعیت نزدیکتر می‌نماید، همچنین بهره‌مندی از روش تصمیم‌گیری چند شاخص فازی در وزن‌دهی و اولویت‌بندی شاخص‌ها که متخصص شبکه تأمین در توجه نمودن دقیق به معیار و زیرمعیار با ضریب اهمیت بالا هدایت می‌نماید تا بتواند نتایج مطلوب‌تری حاصل آید. مومن‌زاده، پیله‌وری و عسگری(۱۳۹۶)، تنها به شناسایی ابعاد و شاخص‌های با استفاده از بررسی پیشینه پژوهش اکتفا نموده اما در پژوهش حاضر علاوه بر پیشینه تحقیق با تکنیک غربالگری فازی به بررسی و برازش مدل تحت محیط نرم‌افزاری اسمارت پی ال اس و بررسی روایی و پایایی الگوی

شناسایی شده از سنجش شبکه تأمین لارج پرداخته شده در صورتی که مومن زاده، پيله وری و عسگری تنها به آزمون فرضیات با استفاده از تکنیکی مدل سازی معادلات ساختاری پرداخته اند، اما در پژوهش حاضر به وزن دهی و و انتخاب مناسب ترین واحد در سنجش شبکه تأمین لارج با روش تاپسیس فازی پرداخته شده است. در این قسمت جهت پژوهش محققین پیشنهاداتی ارائه می گردد.

۱- بهره گیری از تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره مانند FAHP و FANP و FVIKOR در شناسایی معیارها و زیرمعیارهای سنجش شبکه تأمین لارج و وزن دهی و اولویت بندی آن ها و بررسی شدت روابط بین متغیرها با تکنیک ANP-DEMATEL فازی.

۲- سنجش شبکه تأمین لارج در صنعت فولاد مبارکه اصفهان با تکنیک SWOT--FTOPSIS BSC.

۳- سنجش شبکه تأمین لارج با تکنیک ANP فازی.

۴- طراحی مدل ساختاری تفسیری (ISM)، جهت سنجش شبکه تأمین لارج.

- [۱] Ambulkar, S., Blackhurst, J. & Grawe, S. (۲۰۱۵). Firm's resilience to supply chain disruptions: Scale development and empirical examination. *Journal of Operations Management*, ۳۳-۳۴, ۱۱۱-۱۲۲.
- [۲] Awasthi, A. & Kannan, G. (۲۰۱۶). Green supplier development program selection using NGT and VIKOR under fuzzy environment. *Computers & Industrial Engineering*, ۹۱, ۱۰۰-۱۰۸.
- [۳] Azevedo, S.G., Govindan, K., Carvalho, H. & Cruz-Machado, V. (۲۰۱۳). Ecosilient Index to assess the greenness and resilience of the upstream automotive supply chain. *Journal of Cleaner Production*, ۵۶, ۱۳۱-۱۴۶.
- [۴] Broman, Göran Ingvar; & Robèrt, Karl-Henrik. (۲۰۱۷). A framework for strategic sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, ۱۴۰, ۱۷-۳۱.
- [۵] Büyüközkan, G. & Çifçi, G. (۲۰۱۲). A novel hybrid MCDM approach based on fuzzy DEMATEL, fuzzy ANP and fuzzy TOPSIS to evaluate green suppliers. *Expert Systems with Applications*, ۳۹ (۳), ۳۰۰-۳۰۱۱.
- [۶] Benitez, R.R., López, C., & C. Real, J. (۲۰۱۷), "Environmental benefits of lean, green and resilient supply chain management: The case of the aerospace sector". *Journal of Cleaner Production*. ۱۶۷, ۸۵۰-۸۶۲.
- [۷] Carvalho, H., Barroso, A.P., Machado, V.H., Azevedo, S. & Cruz-Machado, V. (۲۰۱۲). Supply chain redesign for resilience using simulation. *Computers & Industrial Engineering*, ۶۲ (۱), ۳۲۹-۳۴۱.
- [۸] Carvalho, H., Govindan, K., Azevedo, S.G. & Cruz-Machado, V. (۲۰۱۷). Modelling green and lean supply chains: An eco-efficiency perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, ۱۲۰, ۷۵-۸۷.
- [۹] Cabrita, M.R., S. Duarte., Carvalho, H. & Cruz-Machado, V. (۲۰۱۶). "Integration of Lean, Agile, Resilient and Green Paradigms in a Business Model". *IFAC-PapersOnLine*. ۱۳۰۶-۱۳۱۱.
- [۱۰] Chowdhury, M.M.H. & Quaddus, M. (۲۰۱۷). Supply chain resilience: Conceptualization and scale development using dynamic capability theory. *International Journal of Production Economics*, ۱۸۸, ۱۸۵-۲۰۴.
- [۱۱] Dobos, I., & Vörösmarty, G. (۲۰۱۸). Evaluating green suppliers: improving supplier performance with DEA in the presence of incomplete data. *Central European Journal of Operations Research*.
- [۱۲] Dobos, I. & Vörösmarty, G. (۲۰۱۸). Inventory-related costs in green supplier selection problems with Data Envelopment Analysis (DEA). *International Journal of Production Economics*.
- [۱۳] Dües, Christina Maria; Tan, Kim Hua; & Lim, Ming. (۲۰۱۳). Green as the new Lean: how to use Lean practices as a catalyst to greening your supply chain. *Journal of Cleaner Production*, ۴۰, ۹۳-۱۰۰.
- Ghasemiyeh, R., Jamali, G., Karimi Asl, E. (۲۰۱۵). Analysis of LARG Supply Chain Management Dimensions in Cement Industry (An Integrated Multi-Criteria Decision Making Approach). *Industrial Management Journal*, ۷(۴), ۸۱۳-۸۳۶. (In Persian)

- [۱۴] Fu, X., Zhu, Q. & Sarkis, J. (۲۰۱۲). Evaluating green supplier development programs at a telecommunications systems provider. *International Journal of Production Economics*, ۱۴۰ (۱), ۳۵۷-۳۶۷.
- [۱۵] Fallah Lajimi PhD, H., Arab, A., bahramzadeh, H. (۲۰۱۷). Investigate the barriers of implement green supply chain in Mazandaran steel industry with a combined approach BSC / BWM. *Industrial Management Journal*, ۸(۴), ۶۵۳-۶۸۴. (In Persian)
- [۱۶] Gandhi, S., Mangla, S.K., Kumar, P. & Kumar, D. (۲۰۱۶). A combined approach using AHP and DEMATEL for evaluating success factors in implementation of green supply chain management in Indian manufacturing industries. *International Journal of Logistics Research and Applications*, ۱۹ (۶), ۵۳۷-۵۶۱.
- [۱۷] Gligor, D.M., Esmark, C.L. & Holcomb, M.C. (۲۰۱۵). Performance outcomes of supply chain agility: When should you be agile? *Journal of Operations Management*, ۳۳-۳۴, ۷۱-۸۲.
- [۱۸] Govindan, K., Rajendran, S., Sarkis, J. & Murugesan, P. (۲۰۱۵). Multi criteria decision making approaches for green supplier evaluation and selection: a literature review. *Journal of Cleaner Production*, ۹۸, ۶۶-۸۳.
- Ghazizadeh, M., Safari, S., Norowzzadeh, F. & Heydari, Gh. (۲۰۱۵). Integration of supply chain management approaches in the form of LARG supply chain using Multi Attribute Decision Making Techniques in Saipa company. *Journal of Executive Management*, ۷ (۱۴), ۱۱۳-۱۳۴.
- [۱۹] Holden, E., Linnerud, K. & Banister, D. (۲۰۱۷). The Imperatives of Sustainable Development: The Imperatives of Sustainable Development. *Sustainable Development*, ۲۵ (۳), ۲۱۳-۲۲۶.
- [۲۰] Kamalahmadi, M. & Parast, M.M. (۲۰۱۶). A review of the literature on the principles of enterprise and supply chain resilience: Major findings and directions for future research. *International Journal of Production Economics*, ۱۷۱, ۱۱۶-۱۳۳.
- [۲۱] Kannan, D., Govindan, K. & Rajendran, S. (۲۰۱۵). Fuzzy Axiomatic Design approach based green supplier selection: a case study from Singapore. *Journal of Cleaner Production*, ۹۶, ۱۹۴-۲۰۸.
- [۲۲] Kannan, D., Jabbour, A.B.S. & Jabbour, C.J.C. (۲۰۱۴). Selecting green suppliers based on GSCM practices: Using fuzzy TOPSIS applied to a Brazilian electronics company. *European Journal of Operational Research*, ۲۳۳ (۲), ۴۳۲-۴۴۷.
- [۲۳] Kuo, R.J., Wang, Y.C. & Tien, F.C. (۲۰۱۰). Integration of artificial neural network and MADA methods for green supplier selection. *Journal of Cleaner Production*, ۱۸ (۱۲), ۱۱۶۱-۱۱۷۰.
- [۲۴] Kumar, S., Luthra, S. & Haleem, A. (۲۰۱۴). Critical success factors of customer involvement in greening the supply chain: an empirical study. *International Journal of Logistics Systems and Management*, ۱۹ (۳), ۲۸۳-۳۱۰.
- [۲۵] Liu, C.L., Shang, K.C., Lirn, T.C., Lai, K.H., & Lun, Y.H.V. (۲۰۱۷). Supply chain resilience, firm performance, and management policies in the liner shipping industry. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*.
- [۲۶] Luthra, S., Garg, D. & Haleem, A. (۲۰۱۵). An analysis of interactions among critical success factors to implement green supply chain management towards sustainability: An Indian perspective. *Resources Policy*, ۴۶, ۳۷-۵۰. ۰۶

- [۲۷] Luthra, S., Garg, D., & Haleem, A. (۲۰۱۶). The impacts of critical success factors for implementing green supply chain management towards sustainability: an empirical investigation of Indian automobile industry. *Journal of Cleaner Production*, ۱۲۱, ۱۴۲-۱۵۸.
- [۲۸] Madan Shankar, K., Kannan, D. & Udhaya Kumar, P. (۲۰۱۷). Analyzing sustainable manufacturing practices – A case study in Indian context. *Journal of Cleaner Production*, ۱۶۴, ۱۳۳۲-۱۳۴۳.
- [۲۹] Mehralian, G., Zarenezhad, F. & Rajabzadeh Ghatari, (۲۰۱۵). Developing a model for an agile supply chain in pharmaceutical industry. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, ۹ (۱), ۷۴-۹۱.
- [۳۰] Mohammaddust, F., Rezapour, S., Farahani, R.Z., Mofidfar, M. & Hill, A. (۲۰۱۷). Developing lean and responsive supply chains: A robust model for alternative risk mitigation strategies in supply chain designs. *International Journal of Production Economics*, ۱۸۳, ۶۳۲-۶۵۳.
- [۳۱] Maria do Rosário Cabrita, S.D. & Helena Carvalho, V.C.M. (۲۰۱۶). Integration of Lean, Agile, Resilient and Green Paradigms in a Business Model". *IFAC-PapersOnLine*. ۴۹-۱۲, ۱۳۰۶-۱۳۱۱.
- [۳۲] Rajesh, R. (۲۰۱۶). Forecasting supply chain resilience performance using grey prediction. *Electronic Commerce Research and Applications*, ۲۰, ۴۲-۵۸.
- [۳۳] Reyes Levalle, R., & Nof, S.Y. (۲۰۱۷). Resilience in supply networks: Definition, dimensions, and levels. *Annual Reviews in Control*, ۴۳, ۲۲۴-۲۳۶.
- [۳۴] Rezapour, S., Farahani, R.Z. & Pourakbar, M. (۲۰۱۷). Resilient supply chain network design under competition: A case study. *European Journal of Operational Research*, ۲۵۹ (۳), ۱۰۱۷-۱۰۳۵.
- [۳۵] Rehman ،Minhaj Ahemad A ،Aneyrao, Tushar A ،Shrivastava ،R. L. (۲۰۱۵). Identification of critical success factors in Indian automobile industry: a GSCM approach. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, ۵ (۲), ۲۲۹-۲۴۵.
- [۳۶] Rocio Ruiz Benitez, C.L. & Juan C. R. (۲۰۱۷), "Environmental benefits of lean, green and resilient supply chain management: The case of the aerospace sector". *Journal of Cleaner Production*. Volume ۱۶۷, ۲۰ November ۲۰۱۷, ۸۵۰-۸۶۲.

Designing a balanced scorecard in the supply network of the automotive industry with fuzzy TOPSIS approach

Nafiseh Charestani^۱ and Sina Abouei Mehrizi^۲

Abstract

The purpose of this paper is to design a balanced scorecard (BSC) in the LARG supply network (LSN) in the automotive industry with Fuzzy TOPSIS (FTOPSIS) approach. What distinguishes this paper from other articles in the field of LSN is identifying dimensions and indicators with Fuzzy Screening (FS), evaluating the LSN in Saipa Yadak company with BSC approach and FTOPSIS, Also, designing a Matuzan scorecard and providing an operational strategy for evaluating the large supply network, which this innovation is very attractive in supply network researches. The statistical population is ۱۰ experts of Saipa Yadak Company. The sampling method is a number of people. This means that the opinions of all experts of Saipa Yadak Company who have at least a master's degree and a ten-year work experience in Saipa Yadak Company have been used. After reviewing the theoretical foundations and research background, ۴ dimensions and ۱۷ indicators were identified and selected by FS. Utilizing the BSC approach and combining it with the LARG paradigm has been able to provide a more comprehensive view in evaluating the larg supply network. The results of FTOPSIS in prioritizing dimensions show that the dimensions of evaluation of the assessment of the supply network of the mains of the beneficiaries ranked first and the financial dimensions, internal processes and growth and learning ranked second to fourth, respectively.

Keywords: Large Supply Network (LSN), Balanced Scorecard (BSC), Fuzzy Screening (FS) and Fuzzy TOPSIS (FTOPSIS).

^۱Master Science of Industrial Management, Safadasht Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

^۲Corresponding Author, Asistant Professor of Industrial Management, Firouzkoh Branch, Tehran, Iran. Email Address: abouie.phd@gmail.com.

شفافیت اقتصادی در پرتو حاکمیت قانون

با تأکید بر ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی

لاله شهبازی^۱، احمد مرکز مالگیری^۲، عرفان شمس^۳ و عبدالرضا برزگر^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۹/۳۰

چکیده

مقاله حاضر، با هدف شرح وضعیت شفاف‌سازی و چگونگی ارائه و افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به سازمان بورس و اوراق بهادار (در راستای تکالیف قانونی موضوع ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸ مجلس شورای اسلامی) و اصلاحیه‌های متعدد در سال‌های ۱۳۹۳، ۱۳۹۵، ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸، به عنوان یکی از شاخص‌های حاکمیت قانون انجام شده است.

افشاء و ارائه دقیق، شفاف و به موقع اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به سازمان بورس و اوراق بهادار می‌تواند فضای رقابتی سالم و منصفانه در جامعه فراهم سازد زیرا هر جا که شفافیت اطلاعاتی، نظارت عمومی و پاسخگویی کافی وجود نداشته باشد، احتمال بروز تقلب، تبعیض، رانت، بی‌اعتمادی، فساد و سوءمدیریت بیشتر می‌شود. در مقیاس کلان نیز شفاف‌سازی می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی و اقتصادی، تقویت حاکمیت قانون و حکمرانی خوب شود.

در پژوهش حاضر، چگونگی کارآمدی قوانین و مقررات، ابزارهای قانونی و ضمانت‌های اجرایی در زمینه شفاف‌سازی و ارائه درست و به موقع اطلاعات مالی نهادها و بنگاه‌های اقتصادی، از طریق مطالعات اسنادی مورد مطالعه قرار داده و راه‌حلهایی را برای برون‌رفت از موانع موجود ارائه دهد.

کلمات کلیدی: شفاف‌سازی، ارائه اطلاعات مالی، بورس، حاکمیت قانون و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی.

^۱ دانشجوی دکتری حقوق عمومی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

^۲ نویسنده مسئول، دکترای حقوق عمومی، استادیار پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران، ایران. آدرس پست

الکترونیکی: a.markaz@majles.ir

^۳ دکترای حقوق عمومی، هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

^۴ دکترای حقوق عمومی، واحد میبد، هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

امروزه با طرح مفاهیمی همچون حکمرانی خوب به مثابه یکی از الزامات اساسی توسعه پایدار، بحث نظارت و پاسخ‌گویی سازمان‌های متصدی امور عمومی، اهمیتی روز افزون یافته است. مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی نیز به عنوان یکی از ارکان حکمرانی از این نظر مستثنی نمی‌باشند و نظارت مالی بر این‌گونه مؤسسات می‌تواند از ابزارهای مؤثر در پاسخ‌گویی این نهادها قلمداد گردد. برای اثربخش و کارآمد بودن نظارت مالی، انتشار منظم اطلاعات، شفافیت مالی، بیان جنبه‌های عملیاتی برنامه‌ها و نظارت توسط سازمان‌های مسئول از ضروریات است که این عوامل در سیستم نظارت مالی بر مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی بسیار ضعیف و ناکافی هستند (رستمی و حسین‌پور، ۱۳۸۸: ۱۹۱).

در نظارت مالی بر مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی که امروزه براساس دکترین «اداره خوب» به عنوان یک رویکرد جدید، بسیاری از مفاهیم و نهادهای حقوق عمومی معاصر را تحت تأثیر قرار داده است؛ نظارت مالی، محدود به اطمینان خاطر از اینکه مبالغ مندرج در بودجه هزینه شده‌اند نیست بلکه سنجش عملکرد برنامه‌ای، کارآمدی، اثربخشی، مصرف بهینه وجوه عمومی و حفظ تعادل مالی جامعه، بخش تفکیک‌ناپذیری از نظارت مالی را تشکیل می‌دهند.

درخصوص نظارت مالی بر مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، موانعی همچون عدم شمول مجامع نظارتی نظیر دیوان محاسبات، وزارت امور اقتصادی و دارایی بر بخشی از بودجه این مؤسسات، عدم شفافیت بودجه و امور مالی برخی از مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، عدم توجه به اقدامات و نتایج به‌دست آمده، توسعه نیافتن حسابرسی و نظارت مالی بر این مؤسسات را با چالش اساسی روبه‌رو کرده است (رستمی و حسین‌پور، ۱۳۸۸: ۲۱۰).

در دنیای کنونی شفافیت اطلاعات و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از مهم‌ترین ابزارهای کنترل فساد، جلوگیری از تقلب و کلاه‌برداری، نظارت بر حسن عملکرد شرکت‌ها و مؤسسات اقتصادی است. این مهم، نه تنها برای تسهیل فرآیند تأمین مالی بلکه در راستای کارکرد درست بازارها نقش تعیین‌کننده دارد. اگر برخی از بازارها و بنگاه‌ها ناکارآمدند، نقص یا عدم تقارن اطلاعات در آن‌ها نقش مؤثری دارد. علاوه بر این، اطلاعات مالی اشخاص حقوقی و حقیقی از ابزارهای کلیدی حاکمیت در مدیریت اقتصاد، جمع‌آوری مالیات و پیش‌گیری از ریسک‌های نظام‌مند است. حکومت به کمک اطلاعات می‌تواند بر جریان مالی نظارت کند و مانعی برای پیدایش بدهکاران بزرگ در اقتصاد باشد و فضای

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۷۹/

پولشویی، گردش مالی، مبادلات و قاچاق، کنترل و نظارت داشته باشد و از طریق شفاف‌سازی اطلاعات ضمن ایجاد فضای رقابتی سالم در بخش خصوصی و مؤسسات عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی، زمینه‌های شکل‌گیری نظام مالیاتی عادلانه و کارآمد را فراهم سازد (نصیری‌اقدم و قودجانی: ۱۳۹۲).

از آنجا که یکی از اصول حکمرانی خوب؛ حاکمیت قانون، رعایت حقوق شهروندی و شفافیت مالی می‌باشد، شایسته است وضعیت افشاء اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی از جمله مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی نزد سازمان بورس و اوراق بهادار در راستای تکالیف قانونی موضوع ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی که موضوع پژوهش حاضر است مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

بیان مسأله

شفافیت و افشاگری صحیح، همواره دو رکن مهم در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی فعالان حوزه‌های اقتصادی و بازار محسوب می‌شوند. نشر اطلاعات با شفافیت کمتر یا عدم انتشار اطلاعات شفاف، موجب سردرگمی و انحراف در تصمیم‌گیری و انتخاب نامناسب می‌شود. با ارائه دقیق و به‌موقع اطلاعات است که اعتماد افراد به سرمایه‌گذاری جلب شده و در مقیاس کلان از فساد جلوگیری می‌شود.

در گزارش اخیر «سازمان شفافیت بین‌الملل» که سالانه شاخص فساد اداری و اقتصادی همه کشورها را بررسی می‌کند، در گزارش سال ۲۰۱۹ خود در میان ۱۸۰ کشور دنیا، رتبه ایران را ۱۴۶ ارزیابی کرده است که بیانگر وجود ناکارآمدی در سطح اطلاع‌رسانی و شفافیت در بنگاه‌های اقتصادی کشور است.

از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های بازار اوراق بهادار کارآ، انتشار هرگونه اطلاعات مربوط به ورقه بهادار است که در قیمت اوراق بهادار و تصمیم سرمایه‌گذاران موثر است (صفاریان، ۱۳۸۱: ۱۷). اجرای رسالت بهبود جریان اطلاعات اقتصادی کشور درخصوص بنگاه‌ها و شرکت‌ها برعهده سازمان بورس و اوراق بهادار است. موضوع انتشار اطلاعات اقتصادی همه نهادهای زیرمجموعه حاکمیت و ارائه اطلاعات کامل مالی نهادها و بنگاه‌های عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی شامل مشخصات کامل شرکت یا مؤسسه، صورت‌های مالی سالانه و صورت‌های مالی تلفیقی سالانه به همراه گزارش حسابرسی و

بازرسی قانونی (مطابق استانداردها و ضوابط گزارش‌گری مالی، گزارش فعالیت مدیران به سهامداران یا مالکین، جزئیات ترکیب مالکیتی، آخرین اساس‌نامه یا شرکت‌نامه ثبت شده و سایر مواردی که حسب مورد توسط هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار تعیین می‌گردد) به سازمان بورس و اوراق بهادار در راستای تکالیف قانونی موضوع ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۰۸ و اصلاحیه‌های ۱۳۹۳، ۱۳۹۵، ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نشانگر عزم جدی حاکمیت برای شفافیت اقتصادی می‌باشد. هدف قانونگذار از مصوبات مذکور، اجرایی کردن و بسترسازی برای دسترسی به اطلاعات شفاف و ایجاد فضای رقابتی مناسب و از سوی دیگر، امکان نظارت بر فعالیت این قبیل مؤسسات و نهادها و بررسی نقاط ضعف و قوت آن‌ها بوده است.

مسأله شفافیت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی همواره یکی از دغدغه‌های اقتصادی کشور بوده است. سواي شرکت‌های پذیرفته‌شده در سازمان بورس و اوراق بهادار، شرکت‌های دیگری نیز وجود دارند که اطلاعات مالی آن‌ها به روشنی بر نهادهای ناظر و قانونگذار مشخص نیست. پیرو ابلاغیه سیاست‌های کلی اصلی ۴۴ قانون اساسی و تصویب قانون اجرای آن، با توجه به اینکه اجازه واگذاری شرکت‌های دولتی به نهادهای عمومی غیردولتی داده شد، این دغدغه مطرح شد که چگونه نهادهای نظارتی می‌توانند بر فعالیت‌های اقتصادی این نهادها نظارت داشته باشند و چه ملاحظاتی باید در زمینه فعالیت‌های اقتصادی نهادهای غیردولتی در نظر گرفته شود تا سهم بهینه بخش خصوصی در کنار بخش دولتی و بخش عمومی غیردولتی حفظ شود.

بی‌تردید، یکی از چالش‌های اصلی در مورد اجرای صحیح سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، نبود بخش خصوصی کارآمد در ایران و وجود فضای ابهام‌آلود و نامطمئن به سبب فقدان اطلاعات دقیق و شفاف در مورد شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی از جمله نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی است که توان و انگیزه بخش خصوصی واقعی را برای ورود به فعالیت‌های اقتصادی تضعیف کرده است. نگاهی به نابسامانی‌های صندوق‌های بازنشستگی و برخی از سوءمدیریت‌ها و سوءاستفاده‌ها در شرکت‌های وابسته به برخی نهادها، گویای آنست که هرچا شفافیت اطلاعاتی، نظارت عمومی و پاسخ‌گویی کافی نباشد، احتمال بروز فساد و سوءمدیریت بیشتر است. بنابراین می‌توان گفت که در نظارت مالی بر شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی که امروزه بر اساس دکترین «اداره خوب» به‌عنوان یک رویکرد جدید، بسیاری از مفاهیم و نهادهای حقوق عمومی معاصر را تحت‌تأثیر قرار داده است. نظارت مالی، محدود به اطمینان خاطر از اینکه مبالغ مندرج در بودجه هزینه شده‌اند نمی‌باشد بلکه

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۸۱

سنجش عملکرد برنامه‌ای، کارآمدی، اثربخشی، مصرف بهینه وجوه عمومی و حفظ تعادل مالی جامعه، بخش تفکیک‌ناپذیری از نظارت مالی را تشکیل می‌دهند.

در خصوص نظارت مالی بر شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به‌ویژه مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، موانعی همچون عدم شمول مراجع نظارتی نظیر دیوان محاسبات، وزارت امور اقتصادی و دارایی بر بخشی از بودجه این مؤسسات، عدم شفافیت بودجه و امور مالی برخی از مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، عدم توجه به اقدامات و نتایج به‌دست‌آمده، توسعه نیافتن حسابرسی و نظارت مالی بر این مؤسسات را با چالش جدی مواجه کرده است (رستمی و حسین‌پور، ۱۳۸۸: ۲۱۰).

در دنیای کنونی، شفافیت اطلاعات و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از مهم‌ترین ابزارهای کنترل فساد، جلوگیری از تقلب و کلاهبرداری و نظارت بر حسن عملکرد شرکت‌ها و مؤسسات اقتصادی است. این مهم نه‌تنها برای تسهیل فرایند تأمین مالی، بلکه در راستای کارکرد درست بازارها نقش تعیین‌کننده دارد. اگر برخی از بازارها و بنگاه‌ها ناکارآمد هستند، نقص یا عدم تقارن اطلاعات در آن‌ها نقش مؤثری دارد.

علاوه بر این، اطلاعات مالی اشخاص حقوقی و حقیقی از ابزارهای کلیدی حاکمیت در مدیریت اقتصاد، جمع‌آوری مالیات و پیشگیری از ریسک‌های نظام‌مند است. حکومت به کمک اطلاعات می‌تواند بر جریان مالی نظارت کند و مانعی برای پیدایش بدهکاران بزرگ در اقتصاد باشد به فضای پولشویی، گردش مالی، مبادلات و قاچاق کنترل، نظارت داشته باشد و از طریق شفاف‌سازی اطلاعات ضمن ایجاد فضای رقابتی سالم در بخش خصوصی و مؤسسات عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی، زمینه‌های شکل‌گیری نظام مالیاتی عادلانه و کارآمد را فراهم سازد (نصیری‌اقدم و قودجانی، ۱۳۹۲). با توجه به موارد مذکور و به‌منظور شفاف‌سازی اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و در راستای تکالیف قانونی موضوع ماده ۶ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۰۸ و اصلاحیه‌های آن، تمامی بنگاه‌ها و شرکت‌های زیر مکلف شده‌اند که اطلاعات کامل مالی خود را به سازمان بورس و اوراق بهادار ارائه کنند:

الف) مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی موضوع ماده ۵ قانون محاسبات عمومی؛

ب) نهادهای نظامی و انتظامی کشور؛

ج) سازمان‌ها و مؤسسات خیریه کشور؛

ه) کلیه صندوق‌های بازنشستگی اعم از کشوری و لشگری، نظیر صندوق‌های بازنشستگی وابسته به دستگاه‌های اجرایی و وابسته به دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آن‌ها مستلزم ذکر یا تصریح نام است؛
و) نهادهای انقلاب اسلامی.

تشکیل این قبیل بانک‌های اطلاعاتی (حقوقی - اقتصادی) و تنظیم سیستم جامعی در این موارد، پیچیدگی‌های نهادی و حقوقی خاصی دارد که باید مورد توجه قرار گیرد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

اقتصاددانان کلاسیک بر این باورند که لازمه عملکرد صحیح حوزه‌های اقتصادی و بازار، حکومت قانون است. با استقرار حاکمیت قانون، رفتارهای دیگران، به خصوص دولت در قبال بازار قابل شناسایی است. اگر حکومت قانون نباشد، نمی‌توان رفتار هیچ‌یک از بازیگران بازار را پیش‌بینی کرد. البته منظور از حکومت قانون به معنای اراده نامحدود اکثریت پارلمانی و حکومتی نیست بلکه اراده اکثریت، در چهارچوب یک قانون اساسی محدودکننده، مدنظر است. با این وصف اراده تمام دولت در مداخلات اقتصادی از طرق مختلف قانونگذاری که از مشخصات بارز دوره حقوق عمومی اقتصادی کلاسیک که برگشت به دوره بعد از جنگ جهانی دوم تا دهه هشتاد میلادی بوده است، در حال تغییر اساسی است و این تغییر در بازگشت به نظام اصول‌محور و کنترل قانونگذاری در اقتصاد، براساس اصول اساسی است. از این‌رو در حال حاضر، پرداختن به اصول اساسی از مهم‌ترین موضوعات حقوق عمومی اقتصادی تلقی می‌شود (مؤذنی، ۱۳۹۳: ۷).

با توجه به روند بین‌المللی شدن بازارهای مالی، توسعه روز افزون تجارت و پیشرفتهای تکنولوژی اطلاعات، بیش از پیش سرعت گرفته است. بی‌تردید امروزه بیشترین مقدار سرمایه از طریق بازارهای بورس در تمام جهان مبادله می‌شود. اقتصادهای ملی به شدت متأثر از عملکرد بورس اوراق بهادار است. به‌علاوه بورس به عنوان یک ابزار سرمایه‌گذاری در دسترس، هم برای سرمایه‌گذاران کلان و هم برای عموم مردم شده است (فلیحی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۹).

امروزه حاکمیت قانون یکی از موضوعاتی است که بیشترین توجه حقوقدانان و دیگر اندیشمندان در زمینه‌های سیاست و اقتصاد را به خود جلب کرده و این دیدگاه به ادعایی قابل قبول تبدیل شده است

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۸۳

که تا وقتی حاکمیت قانون در یک کشور برقرار نشده و مورد شناسایی و احترام قرار نگرفته است، آن نظام، نظامی حقوقی به معنای امروزی محسوب نمی‌شود. از این روست که سرآغاز هر سخنی راجع به دموکراسی و نهادهای دموکراتیک، حاکمیت قانون است. از سوی دیگر، از آنجا که مهم‌ترین کارکرد قانون، تنظیم روابط میان دولت و شهروندان از طرفی و شهروندان با یکدیگر از طرف دیگر است، با پیچیده‌تر شدن دو نوع تعاملات یاد شده، نقش قانون و بالطبع مفهوم حاکمیت قانون، برجسته‌تر و قابل ملاحظه‌تر شده است. امروزه این اعتقاد فراگیر شده است که توسعه اقتصادی و اجتماعی از حکومتی «خوب» ناشی می‌شود که مطابق با اصول مشارکت دموکراتیک، قدرت نهادینه شده را به نحو مشروع اعمال نماید و بر اساس قانون حکومت کند (مرکزالمیری، ۱۳۸۵: ۱۳).

مؤسسات عمومی غیردولتی، بخش مهمی از سازمان‌های عمومی هستند که بر اساس عدم تمرکز فنی، اصل تخصص و دیگر اقتضانات اداری و اجرایی به منظور انجام پاره‌ای از خدمات عمومی خاصی ایجاد شده‌اند (حسینی‌پور اردکانی، ۱۳۸۹: ۶ و ۱۶). انجام وظایف خدمات عمومی در وهله اول برعهده دولت می‌باشد، اما حسب ضرورت‌هایی که به وجود می‌آید برخی از این وظایف به بخش‌های غیردولتی واگذار می‌شود و عموماً سازمان‌های عمومی غیردولتی عهده‌دار انجام این وظایف می‌شوند، حقوقدانان این اقدام را در راستای عدم تمرکز و اداره امور عمومی و تخصصی کردن انجام وظایف دولتی دانسته‌اند (حسینی‌پور، ۱۳۸۹: ۱۹۲ و ۱۹۳) که نتیجه آن می‌تواند ارائه بهتر خدمات عمومی به آحاد جامعه باشد. قانونگذار نیز در ماده ۵ قانون محاسبات عمومی (مصوب ۱۳۶۶/۶/۱) در تعریف این سازمان‌ها مقرر داشته است: مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی به منظور انجام وظایف خدماتی که جنبه عمومی دارد، تشکیل شده یا می‌شوند. همچنین در ماده ۳ از قانون مدیریت خدمات کشوری (مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۱۸) آمده است: «مؤسسه یا نهادهای عمومی غیردولتی عهده‌دار وظایف و خدماتی است که جنبه عمومی دارد». بنابراین مؤسسات عمومی غیردولتی، در حقیقت دولت را در انجام وظایف و خدمات عمومی یاری می‌کنند و به نحوی کارگزاری دولت در این زمینه‌ها تلقی می‌شوند (خانی، داود، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۸۸/۸/۲).

الزام به ارائه اطلاعات، همیشه یکی از سرفصل‌های اصلی مقررات راجع به اوراق بهادار بوده است. با توجه به منافی که ارائه عمومی و خصوصی اطلاعات دارد قوانینی راجع به منع مدیران از سوءاستفاده از اطلاعات شرکت‌ها، ارائه اطلاعات و ساختار بازارهای مالی وضع گردیده‌اند. با این

۱۸۴ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

حال، ارائه اطلاعات می‌تواند به رقابت نیز کمک نماید و می‌تواند راهکار فرعی اجرای سیاست‌های حقوق رقابت تلقی گردد. در بازارهای با شفافیت بیشتر احتمال تحقق اهداف حقوق رقابت بیشتر است. یکی از شرایط اصلی برای داشتن رقابتی مؤثر این است که اطلاعات در سطح وسیع و با کمترین هزینه فراهم باشد زیرا عدم وجود اطلاعات، فعالیت عادی بازار را به مخاطره می‌اندازد (بورد ات ال، ۲۰۰۲: ۱۱). از طرف دیگر یکی از کارکردهای اصلی بخش خدمات مالی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات است. اطلاعات در بازارهای مالی و بازارهای اوراق بهادار نقشی مهم‌تر نیز دارد زیرا این بازارها بیشتر از بازارهای کالاهای عینی در معرض ریسک اطلاعات غلط و گمراه‌کننده قرار دارند. ویژگی منحصر به فرد بازارهای مالی که همان اطلاعات محوری آن‌ها، معضل اطلاعات نامتقارن و متعارض و مسایل و مشکلات دلالی در بازار است سبب گردیده که شفافیت در این بازارها اهمیتی بسیار زیادتر در مقایسه با سایر بازارها داشته باشد (باقری و سیدی، ۱۳۸۷: ۷۴-۷۳). نهایتاً بازارهای مالی به اطلاعات و ارائه به‌موقع و مؤثر آن‌ها وابسته‌اند. شفافیت در بازارهای مالی سبب می‌گردد بازارهای مالی مستقل، فاقد ارتباط فیزیکی و حتی دور از هم از نظر جغرافیایی به منافع ناشی از تمرکز در بازارهای مالی دست یابند.

پیشرفت فناوری در کنار مقررات جدید تأثیر زیادی بر تولید و مهیا بودن اطلاعات در بازارهای اوراق بهادار داشته و سبب تغییر ماهیت رقابت در این بازارها شده است البته فواید دسترسی به اطلاعات به توانایی تجزیه و تحلیل آن‌ها بستگی دارد. بر اساس سیاست‌های رقابتی شفافیت به امکان نوسان بیشتر درآمد و سود منتهی می‌شود. زمانی که بازارهای سرمایه در ابتدای سال ۲۰۰۰ به اوج خود رسیدند، ورشکستگی و رسوایی پاره‌ای از شرکت‌ها به تدریج اعتماد سرمایه‌گذاران را نسبت به مسئولیت گزارش‌دهی اطلاعات ضعیف کرد و موضوع اعتماد عمومی به کیفیت اطلاعات گزارش شده مطرح گردید. به دلیل کاهش اعتماد عمومی، نیاز به اطلاعات بیشتر و بهتر افزایش یافته و منجر به تقاضای موكد در خصوص شفافیت بیشتر اطلاع‌رسانی شرکت‌ها شده است (نوبخت، ۱۳۸۵).

مجموعه مقررات بازارهای اوراق بهادار باید با فراهم آوردن چهارچوبی پویا، تمامی شیوه‌های مقرراتی، نظارتی و قوانین داخلی بازارها را بکار گیرد. با این وجود هسته اصلی و پایه‌ای این مقررات الزام به شفاف‌سازی است. به طور کلی می‌توان گفت که مقررات اوراق بهادار، ارائه کامل اطلاعات و از بین بردن کلاهبرداری و سوءاستفاده از اطلاعات را در اولویت خود قرار داده‌اند (باقری، ۱۳۸۷: ۷۴-۷۳).

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۸۵

تغییر و تحولات سریع جهان امروز، تنها به واسطه پشتوانه‌های اطلاعاتی افراد، سازمان‌ها و بازارها قابل کنترل است. این چالش‌های فرا روی مدیران امروزی در تصمیم‌گیری‌ها، باعث توجه اساسی آن‌ها به صحت و شفافیت اطلاعات مربوط به موضوع شده است. نیاز به اطلاعات صحیح و به‌موقع جهت تصمیم‌گیری و انتخاب استراتژی‌های مناسب، روند رو به رشدی را در پیدایش شکل‌های مختلف جریان‌های ارتباطی و شبکه اطلاعاتی در تمامی سازمان‌ها و بازارها داشته است (ابراهیمی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۲ به نقل از: مدهاوان و دیگران، ۲۰۰۵). در واقع ایجاد شفافیت اطلاعاتی در سازمان‌ها و بازارها، عنصر بسیار مهمی جهت تصمیم‌گیری و کنترل جریان صحیح داده‌ها می‌باشد. در میان بازارها، بازاری که نیاز به شفافیت اطلاعاتی جهت تصمیم‌گیری افراد و سازمان‌ها را بیشتر در خود احساس می‌کند، بازار سرمایه است. بازار سرمایه به مثابه بخشی از بازارهای مالی، نقش مهمی را در اقتصاد بازی می‌نماید. از طریق چنین بازارهایی است که پس‌اندازهای افراد و سازمان‌ها در بخش‌های مختلف اقتصاد ملی، برای سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف به شرکت‌ها منتقل می‌شود. به علاوه، بازارهای مالی چشم‌انداز آتی بنگاه‌های اقتصادی را ارائه می‌کند. در این بازار، اطلاعات یکی از منابع با ارزش و اصلی است و در یکپارچه‌سازی و رقابتی کردن بازار، به طوری که اطلاعات در زمینه قیمت، حجم معامله و غیره به طور شفاف و به‌موقع در اختیار همگان قرار داده شود، نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. بنابراین ایجاد شفافیت در بورس اوراق بهادار می‌تواند اطلاعات را با سرعت و فوریت و با کمترین هزینه در اختیار همگان قرار دهد و جهت بازار را به سمت بازاری کارآمد پیش برد (عباسی و ابزری، ۱۳۸۸: ۳ و ۲).

اهداف تحقیق

بررسی الزامات حقوقی - اقتصادی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در زمینه ارائه اطلاعات مالی به سازمان بورس و اوراق بهادار (موضوع ماده ۶ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و اصلاحیه‌های آن) در راستای افشای اطلاعات و شفاف‌سازی مالی این مؤسسات که به‌عنوان یکی از اصول حکمرانی خوب، حاکمیت قانون و حقوق شهروندی محسوب می‌شود و بررسی چرایی و چگونگی موضوع افشای اطلاعات این مؤسسات، موانع، چالش‌های پیش‌رو، نقاط ضعف و قوت و آثار و نتایج حاصل از آن. اهداف فرعی این تحقیق به شرح زیر است:

۱۸۶ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

۱. بررسی آثار اقتصادی و حقوقی ارائه درست و کامل اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در ایجاد فضای رقابتی سالم و منصفانه، کاهش تبعیض، بی‌اعتمادی و بهبود نظارت عمومی و افزایش سرمایه اجتماعی و اقتصادی.
۲. بررسی کارآمدی قوانین و مقررات (نظام حقوقی) حاکم بر ابعاد نظارتی مرتبط با ارائه اطلاعات مالی و شفاف‌سازی مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار.
۳. بررسی ضمانت‌های اجرایی مصوب و قابلیت اجرایی آن‌ها در برخورد با نهادها و مؤسساتی که از ارائه اطلاعات مالی در زمان مقرر به سازمان بورس و اوراق بهادار استنکاف نموده و در افشای اطلاعات خود با سازمان بورس و اوراق بهادار همکاری نمی‌کنند.
۴. شناسایی چالش‌ها و موانع پیش‌روی سازمان بورس و اوراق بهادار در اجرای ماده قانونی مورد بحث و دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده در قانون و دستورالعمل‌های اجرایی و ارائه پیشنهادات کاربردی.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در نگارش و تدوین پژوهش حاضر، از روش اسنادی و گردآوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (فیش‌برداری از منابع علمی و معتبر داخلی و خارجی اعم از کتاب، مطبوعات و نشریات، متون حقوقی، قوانین و مقررات، مقاله‌های علمی و پژوهشی، شبکه‌ها و سایت‌های اینترنتی و غیره) استفاده شده است.

مروری بر تحقیقات پیشین

الف - صادقی، مقدم و نوروزی، محمد (۱۳۸۹)، تحقیقی تحت عنوان «نقد و بررسی نظام افشای اطلاعات در بورس ایران» انجام داده‌اند که نتایج حاصل از پژوهش بیانگر این است که در نظام افشای اطلاعات، قانونگذاران بیشترین تأکید خود را بر انتشار اطلاعات مهم دارند و صورت‌های مالی که در واقع جمع‌بندی و مروری در اطلاعات مهم شرکت در یک دوره مالی معین می‌باشد، بیانگر وضعیت مالی شرکت است که باید تحت معیارهای واحد حسابداری و حسابرسی که به‌وسیله سازمان بورس و اوراق بهادار تعیین می‌شود افشا شوند.

ب - ابراهیمی‌نژاد، مهدی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «بررسی روش‌های افزایش شفافیت اطلاعاتی بازار سرمایه ایران و انتخاب روشی بهینه با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی» به این

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... / ۱۸۷

نتایج دست یافته‌اند: روش افزایش آگاهی از دید سرمایه‌گذاران، کارگزاران و کارشناسان به‌عنوان روشی بهینه در شفاف‌سازی بورس شناخته می‌شود و روش‌های وضع و اجرای قوانین و خصوصی‌سازی به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

ج - سینایی، حسین علی و داودی عبدالله (۱۳۸۸)، پژوهشی با عنوان «بررسی روابط شفاف‌سازی اطلاعات مالی و رفتار سرمایه‌گذاران در بررسی اوراق بهادار تهران» به این نتایج دست یافته‌اند که ابعاد سه‌گانه شفافیت یعنی افشای اطلاعات مالی و شفافیت ساختار مالکیت و شفافیت ساختار هیأت مدیره بر رفتار سرمایه‌گذاران در بورس تأثیرگذار است، البته بیش از هر چیز، سرمایه‌گذاران به افشای اطلاعات مالی اهمیت می‌دهند.

د - باقری، محمود و سیدی، جواد (۱۳۸۷)، تحقیقی با عنوان «همگرایی و رقابت در بازارهای بورس: تعارض حقوق رقابت و حقوق بازار بورس» انجام داده‌اند که نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که از دیدگاه هنجاری الزام به ارائه اطلاعات، همیشه به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم مقررات اوراق بهادار بوده است که به همان اندازه نیز می‌تواند به افزایش رقابت در بازار کمک کند. مسأله اساسی در اینجا، ناسازگاری اهداف حقوق رقابت از یک طرف و اهداف مقررات بازارهای بورس در زمینه حمایت از برخی بخش‌ها و ایجاد ثبات است که هدف یکی، داشتن رقابت بیشتر و دیگری داشتن بازاری باثبات با نقدینگی بیشتر است که انتخاب هر کدام از این‌ها دشوار است و پیدا کردن راه‌حلی که هر دو هدف را تأمین کند دشوارتر است. از نظر نویسندگان، بهترین راه‌حل قابل تصور برای این اهداف قانونی متعارض، ترکیب هنجارهای مختلف در یک بسته چندگانه، نظارت و نظم خاص بازار و اجازه وجود هم‌زمان این اهداف است که نهایتاً باید در یک چهارچوب حل شود و امکان همکاری و تهاثر را بین اهداف مختلف و شکل‌گیری راه‌حل مطلوب از طریق چرخش به سمت سیستم قانونی یکپارچه و پویا که بیشتر مبتنی بر ارائه اطلاعات تا ایجاد قوانین ماهوی باشد، صورت گیرد. چنین سیستم قانونی نه‌تنها به اوضاع و احوال اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی و اداری وابستگی دارد بلکه به نحوه سازماندهی راهکارهای قانونی مختلف نیز بستگی دارد. با کنار رفتن سیستم مقرراتی سابق، به نظر می‌رسد نظام قانونی که کمتر مداخله نماید و بتواند اهداف قانونی و نظارت قانونی را یکپارچه و متوازن کند، طراحی گردد.

مبانی مفهومی و نظری

حاکمیت قانون و پیامدهای اقتصادی آن

حاکمیت قانون منجر به برقراری نظم حقوقی می‌گردد که یکی از مؤلفه‌های اصلی برقراری نظم اجتماعی و سیاسی است. در این نظم حقوقی، شکل‌گیری و فعالیت‌های نهادها و مؤسسات حکومتی امکان‌پذیر گردیده و تعاملات و روابط آن‌ها با شهروندان نهادینه شده و سامان می‌یابد. مهم‌ترین هدف حقوق، جایگزین ساختن پیروی صلح‌جویانه از قواعد مشترک، به‌جای اطاعت از این قوانین با زور و اجبار است. تفاوت حکومت‌های مبتنی بر حاکمیت قانون با حکومت‌های مبتنی بر اصول و هنجارهای غیر از حاکمیت قانون نیز، نظم حقوقی متفاوت در هر یک از آن حکومت‌هاست. بر این مبناست که می‌توان گفت «حاکمیت قانون مبین موقعیتی است که در آن شهروندان و مقامات، رفتار خود را با قواعد شناخته شده عمومی که پذیرفته شده و بر همگان الزام‌آور است، تنظیم و کنترل می‌نمایند.

از مهم‌ترین پیامدهای حقوقی حاکمیت قانون، پیش‌بینی‌پذیر ساختن اوضاع و احوال است که به فرد امکان می‌دهد تا با اطلاع از قوانین و مقررات موجود و برخوردار از آگاهی کلی نسبت به عواقب اعمال خویش، بتواند برنامه‌ریزی کرده و اهداف و برنامه‌هایش را دنبال کند، که در این زمینه ویژگی‌های مختلف قانون که از مهم‌ترین مؤلفه‌های نظریه حاکمیت قانون شمرده می‌شود، تأثیرگذار می‌باشد، تا آنجا که از دیدگاه برخی از صاحب‌نظران می‌توان نظریه حاکمیت قانون را تنها به وسیله ویژگی‌های قانون تعریف نمود. پنج مورد از ویژگی‌های قانون، در پیش‌بینی پذیر ساختن اوضاع و احوال، نقشی عمده ایفاء می‌کنند که عبارت‌اند از: عام بودن، معطوف به آینده بودن، منتشر شدن یا در دسترس همگان قرار گرفتن، واضح بودن و بالاخره ثبات نسبی قانون.

یکی از مهم‌ترین پیامدهای اقتصادی حاکمیت قانون، فراهم شدن زمینه برای رقابت برابر اقتصادی است، چنانچه «ماکس وبر»^۱ نیز معتقد است، در جامعه‌ای که در آن امکان رقابت وجود دارد، حاکمیت قانون ضروری است، چرا که فرض بر این است چنین جامعه‌ای، متشکل از عده زیادی سرمایه‌گذار است که به لحاظ قدرت اقتصادی، کم و بیش برابرند. در نظامی که حاکمیت قانون به رسمیت شناخته شده باشد، فرصت‌های جذاب برای فعالیت‌های اقتصادی به نحو برابر برای همگان وجود دارد و

^۱. Max weber

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۸۹/

تبعیض ناروا به جهت ارائه اطلاعات یا جانبداری یا تخصیص منابع به افراد یا گروه خاص، مغایر با اصول حاکمیت قانون است.

از سوی دیگر حاکمیت قانون تأثیرات به‌سزایی بر سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف از جمله سیاست‌های پولی، سیاست‌های مربوط به خصوصی سازی، مسائل مربوط به بودجه و به‌طور کلی، مدیریت مالی شفاف و غیره دارد. صندوق بین‌المللی پول در بند ۱-۲ «مجموعه تجربیات مفید صندوق در زمینه شفافیت مالی^۱، لازمه مدیریت مالی را چهارچوب روشن حقوقی و اداری بیان کرده و سه عامل اصلی در چهارچوب حقوق بدین شرح برشمرده شده است:

۱. چهارچوبی جامع برای فعالیت‌های بودجه‌ای و فرابودجه‌ای؛

۲. پایگاه قانونی برای وضع مالیات؛

۳. شاخص‌های رفتاری برای حمایت از شفافیت مدیریت.

بدین ترتیب، آموزه‌های حاکمیت قانون از طرفی پیش‌نیاز مدیریت شفاف و نظام‌مند مالی محسوب می‌شوند و از طرف دیگر، حاکمیت قانون وضعیتی است که با رعایت اصول و مقررات مالی و بودجه استقرار می‌یابد.

بسیاری از تحلیل‌گران بر این باورند که یکی از مهم‌ترین مولفه‌های نظام مناسب برای سرمایه‌گذاری، وجود حاکمیت قانون است. به نظر مدیرعامل پیشین صندوق بین‌المللی پول، رعایت اصل حاکمیت قانون و برخورداری از یک نظام حقوقی که به حق مالکیت احترام گذارد و قراردادها را محترم شمارد، مبنای بنیادین قضایی برای سرمایه‌گذاری است (ونیود، توماس و همکاران، ۲۰۰۰: ۳۵۳-۳۵۱).

طیف دیگری از پیامدهای اقتصادی حاکمیت قانون، به تأثیر حاکمیت قانون بر اعمال مؤثر سیاست‌ها و ابزارهای نظارتی و کنترلی در امور دولت و بخش خصوصی و کاهش فساد مالی مربوط است. شفافیت قوانین و مقررات مربوط به فعالیت‌های شرکت‌ها و مؤسسات اقتصادی، و عملکرد مناسب دادگاه‌ها در اعمال منصفانه قوانین از اسباب تحقق پیامدهای پیش‌گفته به شمار می‌رود. طبق یک بررسی صورت گرفته در ۱۶۶ کشور (براساس داده‌های جمع‌آوری شده در دوره زمانی ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸)، اهمیت عملکرد دادگاه‌ها در تحقق حاکمیت قانون به روشنی نشان داده شده است. برخی

^۱. code of Good Practices on Fiscal Trans Patency

۱۹۰ / شفافیت اقتصادی در پرتو حاکمیت قانون با تأکید بر ...

نتایج به دست آمده در این بررسی بیانگر آن است که در کشورهایمانند استونی و مجارستان، عملکرد قابل اعتماد، منصفانه و شرافتمندانه دادگاهها منجر به رونق اقتصادی و کاهش فساد مالی گردیده و بالعکس در کشورهایی چون روسیه و اوکراین، دادگاهها عملکرد بسیار غیرمنصفانه و مغرضانه داشته‌اند و به‌جای این که در خدمت تحقق حاکمیت قانون باشند، از موانع اصلی حاکمیت قانون شمرده می‌شوند. حاکمیت قانون امروزه یکی از اجزای ضروری آنچه که به‌زعم برخی از نهادهای بین‌المللی و صاحب‌نظران «حکمرانی خوب» خوانده می‌شود، تبدیل شده است (ونیو، توماس و همکاران، ۲۰۰۰: ۳۲۵ - ۳۲۴).

حکمرانی خوب

حکمرانی به مفهوم فرآیندی است که سازمان‌ها و نهادهای عمومی و حکومتی، امور عمومی را به انجام می‌رسانند، منابع عمومی را اداره می‌کنند و تحقق حقوق بشر و حقوق شهروندی را تضمین می‌نمایند. حکمرانی خوب اهداف فوق را از طریق نفی سوءاستفاده و فسادهای سیاسی و اداری و با رعایت حاکمیت قانون محقق می‌سازد (زارعی، ۱۳۸۳: ۱۵۹). امروزه با طرح مفاهیمی همچون حکمرانی خوب به مثابه یکی از الزامات اساسی توسعه پایدار، بحث نظارت و پاسخ‌گویی سازمان‌های متصدی امور عمومی، اهمیتی روزافزون یافته است (رستمی و حسین‌پور، ۱۳۸۸: ۱۹۱).

کمیسیون حقوق بشر سازمان ملل طی قطعنامه‌ای ویژگی‌های اساسی حکمرانی خوب را در این موارد خلاصه نموده است شفافیت؛ مسئولیت؛ پاسخ‌گویی؛ مشارکت؛ حاکمیت قانون؛ انعطاف‌پذیری (زارعی، ۱۳۸۳: ۱۶۲). هر اندازه ویژگی‌های مثبت مانند حاکمیت قانون، پاسخ‌گویی و اثربخشی دولت در یک جامعه بیشتر و فساد، مقررات اضافی و بی‌ثباتی سیاسی و خشونت کمتر باشد، حکمرانی در آن جامعه برای نیل به توسعه اقتصادی مناسب‌تر خواهد بود (میدری، ۱۳۸۳: ۲۵۹-۲۵۷).

شفافیت به مثابه یکی از مؤلفه‌های حکمرانی خوب

الزام شرکت‌ها و بنگاه‌ها به ارائه اطلاعات مالی خود به سازمان بورس و اوراق بهادار می‌تواند در پرتو اصل شفافیت مورد توجه قرار گیرد. در آثار بسیاری از صاحب‌نظران، شفافیت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های نظریه «حکمرانی خوب»، تبیین شده است. توضیح اینکه از اواخر دهه ۹۰، نهادهای بین‌المللی سیاست‌گذاری اقتصادی همچون بانک جهانی، برنامه عمران سازمان ملل و تا حدودی صندوق بین‌المللی پول، سیاستی با عنوان «حکمرانی خوب» را به‌عنوان کلید معماری توسعه مطرح کردند. براساس تعریف برنامه عمران سازمان ملل، «حکمرانی خوب» عبارتست از مدیریت امور

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۹۱/

عمومی براساس حاکمیت قانون، دستگاه‌های قضایی کارآمد و عادلانه و مشارکت گسترده مردم در فرایند حکومتداری، به عبارت دیگر هر اندازه حاکمیت قانون بیشتر و دستگاه قضایی کارآمدتر و عادلانه‌تر و میزان مشارکت در یک کشور بیشتر باشد، حکمرانی در آن کشور بهتر است (مرکزالمیری، ۱۳۹۷: ۱۱-۲۵).

پاسخ‌گویی به‌نوبه خود نیازمند شفافیت، کنترل قدرت و تقویت جامعه مدنی بوده تا طرف‌های هم‌سود از عملکرد تصمیم‌گیران مطلع و قدرت مهار آن‌ها را داشته باشند. از طرف دیگر، نارسایی‌های بازار مانند بحران‌های مالی، نتیجه عدم شفافیت در بازارهای سهام و نظام حسابداری شرکت‌های خصوصی است.

برخلاف تصور اولیه، شفافیت پدیده‌ای نیست که همه خواهان آن باشند. شفافیت نیازمند اقدامات دولت برای استانداردسازی نظام‌های پولی، بانکی، آماری، حسابداری و حسابرسی است. همچنین باید با ابزار تشویقی و تنبیهی، مقاومت در برابر شفافیت را شکست و انگیزه ایجاد کرد. هر چند شفافیت راه‌حل انواع مشکلات مانند نوسانات بازارهای مالی، تخریب محیط زیست، پولشویی و فساد شناخته می‌شود اما شفافیت مخالفان بسیاری نیز دارد. به ویژه کسانی که مورد نظارت و بازرسی قرار می‌گیرند، انگیزه قوی برای خودداری از ارائه اطلاعات دارند. بنابراین کلید افزایش شفافیت، ایجاد انگیزه برای دولت‌ها و شرکت‌هاست تا اطلاعات را ارائه کنند (فلورینی، ۱۳۸۳: ۵۲۴).

شفافیت رابطه نزدیکی با پاسخ‌گویی دارد، بنابراین، هدف از فراخوانی برای شفافیت این است که به شهروندان، بازارها یا دولت‌ها اجازه دهد تا سایرین را در قبال تصمیمات و عملکردشان پاسخگو نگهدارند. توالی اعمال اصل شفافیت تا نیل به حکمرانی خوب را می‌توان به ترتیب ذیل نشان داد: شفافیت؛ تقویت جامعه مدنی؛ کنترل اختیارات؛ پاسخ‌گویی؛ و حکمرانی خوب.

شفافیت، نقش بسیار سودمندی در بازارها و حکمرانی ایفاء می‌کند که سزاوار توجه بیشتر بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول است. به نظر می‌رسد که شفافیت کارائی و عملکرد بازارها را افزایش می‌دهد و احتمال بحران‌های مالی را کاهش می‌دهد. بنابراین، چنانچه صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی بخواهند برای مدیریت نظام مالی بین‌المللی رویکردهای کارآمدی ایجاد کنند، یکی از سودمندترین کمک‌های این مؤسسات می‌تواند ترویج فرهنگ شفافیت باشد (فلورینی، ۱۳۸۳: ۵۲۷-۵۲۵).

۱۹۲ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

پرداخت‌کنندگان مالیات و شهروندان که کاربران گزارش‌های مالی دولت و بنگاه‌های دولتی محسوب می‌شوند، علاقه‌مندند که مقامات دولتی پاسخگو باشند و اطلاعاتی که دریافت می‌کنند، به‌موقع و برای تصمیم‌گیری مفید باشد. در مقیاس گسترده، تهیه گزارش‌های مالی به‌موقع و در خور اتکا، به ایجاد اعتماد و اطمینان به دولت کمک می‌کند؛ گزارش‌های دیرنگام، مفیدبودن و مربوط بودن اطلاعات گزارش‌شده را کاهش می‌دهد و اعتماد شهروندان به دولت را از بین می‌برد (شمس، ۱۳۹۳: ۱۰۸).

به‌عنوان جمع‌بندی می‌توان گفت در الگوی رشدی که بر مبنای نظریه حکمرانی خوب صورت‌بندی شده است، رویکردهای نوین شفافیت عملکردها، پاسخ‌گویی دولت‌ها، حاکمیت قانون، کیفیت قوانین، کنترل و مقابله با فساد و رانت و ارتقای کارآمدی دولت‌ها مطرح است. به‌طوری‌که شواهد تجربی نیز نشان داده، خصوصی‌سازی و ایجاد دولت حداقل، به‌تنهایی نمی‌تواند الزامات رشد و توسعه اقتصادی را به‌همراه داشته باشد و ضروری است که در کنار کوچک‌سازی حجم فعالیت‌های دولت و گذر از اقتصاد دولتی به خصوصی، برخی از الزامات و سیاست‌ها از قبیل شفاف‌سازی و پاسخ‌گویی دولت، ارتقای کارآمدی، کنترل فساد و رانت، ثبات سیاسی و اقتصادی، مقررات‌زدایی و حاکمیت قانون در کنار سیاست کوچک‌سازی دولت اتخاذ شود.

نقش شفافیت مالی در بازار سرمایه

بازار سرمایه از اجزاء تشکیل‌دهنده بازار مالی است و در واقع یکی از شریان‌های اصلی تأمین مالی در یک اقتصاد محسوب می‌گردد. تأثیر بازار سرمایه در حرکت جریان نقدینگی و منجر شدن به رشد و توسعه اقتصادی، مسئله‌ای مهمی است که اخیراً با نگاه به رشد مساعد بازار سرمایه در ایران مورد توجه قرار گرفته است. چنانچه رابطه منطقی بین بازار مالی و سایر بخش‌های اقتصادی وجود نداشته باشد، احتمال بروز اختلالات و نقصان‌هایی در ساز و کار اقتصاد وجود دارد. بازار سرمایه به سبب نقش اساسی در گردآوری منابع از طریق پس‌اندازها، بهینه‌سازی گردش منابع مالی و هدایت آن‌ها به سوی مصارف و نیازهای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مولد اقتصادی تأثیر زیادی در رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند به‌طوری‌که برخی اقتصاددانان بر این عقیده‌اند که تفاوت اقتصادهای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته، نه در تکنولوژی پیشرفته توسعه‌یافته‌ها بلکه در وجود بازار سرمایه یکپارچه فعال و گسترده است (فرمان‌آرا و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۹).

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۹۳/

شفافیت گزارش‌گری مالی «دسترسی گسترده به اطلاعات مربوط و قابل استناد در مورد عملکرد دوره، موقعیت مالی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، راهبری، ارزش و ریسک شرکت‌هایی که مورد مبادله عموم قرار می‌گیرند» است (به نقل از: یوسفی‌اصل و دیگران، ۱۳۹۳: ۴).

شفافیت و افشای اطلاعات مالی، یکی از مؤلفه‌های اساسی مدیریت شرکت‌هاست. زیرا آن‌ها اساس تصمیم‌گیری آگاهانه سهامداران، ذینفعان و سرمایه‌گذاران بالقوه در رابطه با تخصیص سرمایه، معاملات شرکت‌ها و نظارت بر عملکرد مالی هستند. تنظیم‌کنندگان بازار اهمیت شفافیت را به رسمیت شناخته‌اند، در نتیجه قوانین و مقررات متعددی برای اطمینان از افشای به موقع و مطمئن اطلاعات مالی، به وجود آمده و استانداردهایی را ایجاد می‌کند که شرکت‌ها باید به آن پایبند باشند. افشای جامع و پیشگیرانه اطلاعات، به جای انتشار جزئیات حاکمیت شرکت‌ها یا خط‌مشی‌ها مدنظر است (بنجامین فانگ^۱، ۲۰۱۴: ۳).

برخی محققان بر تأثیر شفافیت تمرکز می‌کنند که منجر به اعتماد و مشارکت بیشتر می‌شود و مدیریت کارآمدتر (پاسکویه^۲، ۲۰۱۴: ۲۲) و فساد کمتر ایجاد می‌کند (کاستد و ویگ^۳، ۲۰۰۹: ۱۷).

اطلاعات در چهارچوب مفاهیم گفته‌شده، مایه حیات بازار سرمایه است. اساس بازار سرمایه، شفافیت و اطلاعات است از این‌رو، پذیرش ریسک توسط سرمایه‌گذاران، زمانی توجیح دارد که اطلاعات نشر شده در این بازار قابل اتکا بوده و در ضمن، این بازار بر اساس اصل شفافیت عمل کرده باشد. به‌منظور بقای بازارهای سرمایه، لازم است سرمایه‌گذاران اطلاعات شرکت‌ها را صحیح، کامل، قابل اطمینان و به‌موقع بدانند. از سوی دیگر، بورس اوراق بهادار به عنوان بخشی از بازار سرمایه، نقش بسیار مهمی در هدایت پس‌انداز به بخش‌های تولید اقتصادی در همه کشورها ایفا می‌نماید، بورس آیینة اقتصاد کشور است (عباسی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۳۴).

مبنای اصلی تحمیل الزامات قانونی مربوط به افشای اطلاعات برای ناشران اوراق بهادار نیز ایجاد امکان تصمیم‌گیری آگاهانه برای سرمایه‌گذاران است، اگر ناشر اطلاعات را نادرست منتشر کند یا از افشای برخی اطلاعات با اهمیت که اثر قابل‌توجهی بر تصمیم سرمایه‌گذاران و قیمت اوراق بهادار دارد خودداری کند، سرمایه‌گذاران از دو جهت متضرر خواهند شد: از یک‌سو، امکان تصمیم‌گیری

^۱. Benjamin Fung

^۲. Pasquier

^۳. Kolstad and Wiig

۱۹۴ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

آگاهانه از سرمایه‌گذاران سلب می‌شود و از سوی دیگر آن‌ها مجبور به معامله با قیمتی غیرواقعی خواهند شد (شمس‌الهی، ۱۳۹۸: ۱۴۵).

این امر دارای آنچنان اهمیتی است که برخی نظام‌های حقوقی، برای جبران زیان‌های ناشی از نقض این الزامات، مسئولیت مدنی در نظر گرفته‌اند. برای نمونه در ایالات متحده آمریکا در سال‌های ۱۹۳۳ و ۱۹۳۴ عناوین خاص مسئولیت مدنی پیش‌بینی شده است (شمس‌الهی، ۱۳۹۸: ۱۴۶). در هر صورت شفافیت و افشای کامل و صادقانه اطلاعات عاملی کلیدی در کارکرد مطلوب یک بازار کارای سرمایه می‌باشند (عباس‌زاده، ۱۳۹۵: ۵۰) به نقل از: (حساس‌یگانه و همکاران، ۱۳۸۵).

ضرورت شفاف‌سازی اقتصادی

بدون تردید یکی از چالش‌های اصلی در زمینه اجرای صحیح سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، نبود بخش خصوصی کارآمد در ایران و فضای ابهام‌آلود و نامطمئن در کشور به سبب فقدان اطلاعات دقیق و شفاف در مورد نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی است که توان و انگیزه بخش خصوصی واقعی را برای ورود به فعالیت‌های اقتصادی تضعیف کرده است. نگاهی به عملکرد صندوق‌های بازنشستگی و برخی از سوءاستفاده‌ها در شرکت‌ها و البته به برخی نهادها، گویای آنست که هرچا شفافیت اطلاعاتی، نظارت عمومی و پاسخ‌گویی کافی نباشد احتمال بروز فساد و سوءمدیریت بیشتر است.

در راستای تکالیف قانونی موضوع ماده ۶ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۰۸ و اصلاحیه‌های پس از آن مبنی بر ارائه اطلاعات کامل مالی نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی به سازمان بورس، علی‌رغم در نظر گرفتن ضمانت‌های اجرایی لازم، به نظر می‌رسد اشکالاتی در این زمینه وجود دارد. بنابراین ضرورت دارد که از سوی سازمان بورس در این زمینه آسیب‌شناسی لازم صورت گیرد و پیشنهادهای کاربردی و راهبردی لازم به دولت و مجلس جهت تسریع در اجرای قانون ارائه شود. از طرفی دیگر، تصور می‌شود سازمان بورس علی‌رغم پیش‌بینی مواردی به عنوان ضمانت اجرای این ابلاغیه (طبق قانون) از ابزارهای قانونی کافی برای مکلف کردن نهادها و شرکت‌های عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی در جهت افشای اطلاعات‌شان برخوردار نیست که شایسته است مورد توجه و بررسی بیشتر قرار گیرد.

مسئله شفافیت بنگاه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی، همواره یکی از دغدغه‌های اقتصادی کشور بوده است. پیرو ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و تصویب قانون مربوطه در

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۹۵/

سال ۱۳۸۷ با توجه به اینکه اجازه واگذاری شرکت‌های دولتی به نهادهای عمومی غیردولتی داده شد، این دغدغه به وجود آمد که چگونه نهادهای نظارتی می‌توانند بر فعالیت‌های اقتصادی در این نهادها رصد داشته باشند؛ باید چه ملاحظاتی در زمینه فعالیت‌های اقتصادی نهادهای عمومی غیردولتی در نظر گرفته شود تا سهم بهینه بخش خصوصی در کنار بخش دولتی و بخش عمومی غیردولتی حفظ شود. با توجه به اینکه بر اساس قانون اجازه داده شده بود نهادهای عمومی غیردولتی در کنار بخش خصوصی تا ۴۰ درصد سهم بازار را در اختیار داشته باشند.

البته یکی از مشکلات، نبود تقسیم‌بندی مناسب در زمینه فعالیت نهادهای عمومی غیردولتی و مشخص نبودن جایگاه نهاد نظارتی برای فعالیت این نهادهاست. البته در قانون مدیریت خدمات کشوری، تعریفی در این زمینه ارائه شد؛ نگاه مصداقی که تا قبل از این وجود داشته تفکیک و تقسیم‌بندی نهادهای غیردولتی عمومی را با مشکل مواجه کرده است. به طور مثال برخی نهادهای عمومی غیردولتی که فعالیت کاملاً فرهنگی دارند اما با توجه به تعریف فعالیت اقتصادی نهادهای عمومی غیردولتی می‌توانند فعالیت اقتصادی داشته باشند. اما مسئله این بود که فعالیت این نوع گروه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی قابل انطباق با نظام اقتصادی کشور نبود. از طرف دیگر این سؤالات به طور جدی در مورد فعالیت اقتصادی نهادهای عمومی غیردولتی با توجه به اینکه قانون، ۴۰ درصد بازار را در اختیار قرار داده مطرح شد که این نهادها در چه زمینه‌هایی می‌توانند سرمایه‌گذاری کنند؟ چارچوب و ملاحظات فعالیت‌های اقتصادی این گونه نهادها چیست؟ چه نهادی مسئول نظارت بر فعالیت اقتصادی نهادهای عمومی غیردولتی است؟ به همین منظور در جهت نظم بخشیدن، شفاف‌سازی و سامان دادن به فعالیت نهادهای عمومی غیردولتی و تقسیم‌بندی مناسب این گروه‌ها در نظام اقتصادی به تدریج گام‌هایی از سوی دولت و مجلس برداشته شد. در مرحله اول، کمیسیون اصل ۴۴ مجلس در سال ۱۳۹۳ اولین اصلاحیه را در ماده اصل ۶ اصل ۴۴ قانون اساسی انجام داد و نهادهای عمومی غیردولتی را ملزم کرد اطلاعات و گزارش فعالیت‌های مالکیت مستقیم و غیرمستقیم‌شان را به شورای رقابت بدهند و باید مکلف به رعایت سقف ۴۰ درصد در بنگاهداری باشند.

اولین قدم در جهت شفاف‌سازی فعالیت نهادهای عمومی غیر دولتی در همان اصلاحیه ماده ۶ قانون اساسی برداشته شد و به‌طور کلی در زمینه نظارت و کنترل فعالیت‌های اقتصادی نهادهای عمومی

۱۹۶ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

غیردولتی ملاحظاتی در نظر گرفته شد اما این امر به تنهایی نمی‌توانست زمینه شفافیت فعالیت اقتصادی این‌گونه نهادها را فراهم کند. به همین جهت در سال ۱۳۹۵ دولت و مجلس در جهت تسریع در این امر، قانون را برای تمامی گروه‌ها و نهادهای دولتی و عمومی غیردولتی که اطلاعات‌شان را افشا نمی‌کردند، چون نهادهای نظامی، انتظامی، سازمان‌ها و مؤسسات خیریه، نهادهای وقفی، بقاع متبرکه، کلیه صندوق‌های بازنشستگی اعم از لشگری و کشوری و نهادهای انقلاب اسلامی لازم‌الاجرا کرد.

به‌رغم اینکه قانون در این زمینه اجرایی شده است اما همان‌طور که اشاره شد متأسفانه، بیشتر نهادهای مربوطه خود را مکلف به پاسخ‌گویی نمی‌دانند. به نظر می‌رسد ابزارهای قانونی در این زمینه کامل نیستند. البته در قانون مربوطه، ضمانت اجرایی هم در نظر گرفته شده و مجازات‌هایی نیز پیش‌بینی شده است اگر این نهادها شفاف‌سازی انجام ندهند و اطلاعات‌شان را نزد سازمان بورس افشا نکنند، اما به نظر می‌رسد این نوع تمهیدات نمی‌تواند باعث مکلف شدن این نهادها به افشای اطلاعات‌شان شود. اگر دولت و مجلس می‌خواهند در فعالیتهای نهادهای خاص و نهادهای عمومی غیردولتی نظم و سامان ایجاد کنند باید بسیار جدی با نهادها و سازمان‌هایی که اطلاعات نمی‌دهند، برخورد کنند. اگرچه در قانون، ضمانت اجرایی در نظر گرفته شده است اما به نظر می‌رسد اشکالاتی در این زمینه وجود دارد که مانع شده است تا سازمان بورس بتواند به وظیفه خود در این زمینه عمل کند. به همین جهت لازم است که سازمان بورس در این زمینه آسیب‌شناسی انجام دهد و پیشنهادهای لازم را به دولت و مجلس در جهت تسریع در اجرای قانون ارائه کند.

به‌طور مثال یکی از ضمانت‌های اجرایی تأکید دارد سازمان ثبت شرکت‌ها به موجب قانون مربوطه اجازه ندارد اسناد مالی نهادهای عمومی غیردولتی را که از سازمان بورس مجوز ندارند ثبت کند. سازمان بورس فقط در شرایطی مجاز است به این شرکت‌ها مجوز بدهد که این شرکت‌ها از قبل گزارش‌های مالی‌شان را منتشر کرده باشند. اما اشکال حقوقی دیگری در این زمینه ایجاد می‌شود زیرا قانون تجارت، قوانین دیگری دارد و با استناد به قانون تجارت این نهادها می‌توانند از این مانع عبور کنند.

صرف تصویب یک قانون در این زمینه نمی‌تواند باعث شود تا سیاستگذار به هدف اصلی خود در تصویب و اجرای قانون مربوطه دست پیدا کند. لذا باید فرایندهای اجرایی تعریف و ضمانت‌های اجرایی لازم بر اطمینان از اجرای قانون هم به جد در نظر گرفته شود. با توجه به اینکه دو سال از

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۹۷/

زمان اصلاح بند ۶ اصل ۴۴ قانون اساسی می‌گذرد، باید حتماً در این زمینه شورای رقابت و سازمان بورس آسیب‌شناسی انجام دهند تا مشخص شود علت عدم موفقیت در این زمینه چیست یا اگر سازمان بورس و شورای رقابت، توانایی لازم در این زمینه ندارند باید رسماً این موضوع را اعلام کنند تا در این زمینه دولت و مجلس و قوه قضائیه تمهیدات و ضمانت اجرایی جدی‌تری را در نظر بگیرند.

براساس ضمانت اجرایی دیگر این قانون، بانک مرکزی و بانک‌های کشور، باید حساب‌های بانکی شرکت‌هایی را که گزارش‌های مالی‌شان را منتشر نکرده‌اند، مسدود کنند.

مسدود کردن حساب‌های بانکی به حکم قضایی احتیاج دارد و از آن مهم‌تر باید ترتیب عدم اجرا و عدم اقدام مشخص شود و مثلاً اگر نهادهای شبه‌دولتی اطلاعات خود را ندهند در کدام دسته‌بندی این سه نوع ضمانت اجرایی قرار می‌گیرد که در مقابل، قوه قضائیه بتواند حکمی صادر کند.

سازمان بورس اعلام کرده است بالغ بر ۱۹ هزار شرکت شبه‌دولتی در اقتصاد ایران فعالیت می‌کنند. با توجه به این موضوع شفاف‌سازی مالی این حجم بزرگ از شرکت‌های شبه‌دولتی چه الزامات و پیش نیازهایی لازم دارد؟ ضروری است فهرست شرکت‌های شبه‌دولتی به‌طور شفاف تهیه شود و در اختیار نهادهای نظارتی قرار گیرد تا بر اساس آن بتوان پیگیری لازم برای افشای اطلاعات نهادهای عمومی غیردولتی را انجام داد. به هر حال ۱۹ هزار شرکت شبه‌دولتی که سازمان بورس اعلام کرده است، در اقتصاد کشور فعالیت می‌کنند باید در جایی به ثبت رسیده باشند. این امر یکی از الزامات و پیش نیازها در نظم و سامان بخشیدن به فعالیت اقتصادی نهادهای عمومی غیردولتی است و به تسریع روند افشای اطلاعات این شرکت‌ها کمک می‌کند.

چندی پیش رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس درباره علت عدم افشای اطلاعات نهادهای شبه‌دولتی گفته بود وقتی از شش وزیر دولت پیگیری کردیم که چرا شرکت‌های شبه‌دولتی و زیر مجموعه‌هایشان اطلاعات مالی‌شان را افشا نمی‌کنند، گفته‌اند قانون قبلی از ضمانت اجرایی لازم برخوردار نبود یا اینکه اطلاعات، محرمانه است و نمی‌توانند این نهادها را ملزم به پاسخ‌گویی کنند. با توجه به این امر آیا این نهادها به صرف اینکه اطلاعات محرمانه هستند، می‌توانند از افشای اطلاعات‌شان طفره بروند؟ طبقه‌بندی اطلاعات، تعریف دارد و دامنه اطلاعات محرمانه، مشخص است. اما به این نکته نیز توجه کنید در قوانین و مقررات مربوطه تأکید نشده است که اطلاعاتی که سازمان بورس و شورای رقابت

از نهادهای شبه‌دولتی دریافت می‌کنند، باید حتماً در دسترس عموم قرار گیرد. ظاهراً محرمانه تلقی کردن اطلاعات و طفره رفتن از پاسخ‌گویی به این معنی است که این نهاد نمی‌خواهد اطلاعاتشان را در اختیار سازمان بورس و شورای رقابت قرار دهد.

با توجه به اینکه دامنه اطلاعات محرمانه، طبق قانون مشخص است، حتی می‌توان از تجربه کشورهای موفق در این زمینه استفاده کرده و مشخص نمود کدام اطلاعات برای اعلام عمومی قابل انتشار است و کدام اطلاعات باید محرمانه باشد. به هر شکل عنوان کردن این‌گونه نقل قول‌ها نشان می‌دهد که در زمینه اجرای قانون مربوط، مشکلاتی وجود دارد باید بازنگری‌های لازم صورت گیرد.

یکی از نکات مهم در اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بحث شفاف‌سازی، رقابت‌پذیری و ایجاد فضای رقابتی است. بنابراین وقتی می‌بینیم فضای عادلانه در دسترس عمومی به منابع و اطلاعات فراهم نشده است، این امر نشان می‌دهد ما هنوز نتوانسته‌ایم به اهداف سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی دست پیدا کنیم. نتیجه آن نیز در عدم موفقیت خصوصی‌سازی پدیدار شده است که باید در این زمینه بازنگری شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که مسأله شفافیت و افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی همواره یکی از دغدغه‌های اقتصادی کشور بوده است. یکی از چالش‌های اصلی در زمینه اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، نبود بخش خصوصی کارآمد در ایران و فضای ابهام‌آلود سرمایه‌گذاری در کشور به سبب فقدان اطلاعات دقیق و شفاف در مورد بنگاه‌های اقتصادی از جمله نهادهای عمومی غیردولتی و شبه‌دولتی است.

- شفاف‌سازی و افشای اطلاعات به عنوان یکی از شاخص‌های حاکمیت قانون تلقی می‌گردد و عدم همکاری شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در افشاء اطلاعاتشان می‌تواند به نقض اصل بنیادین حاکمیت قانون بیانجامد.

- اجرای صحیح و دقیق شفاف‌سازی و افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی نزد سازمان بورس (تکالیف قانونی ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و اصلاحیه‌های آن، می‌تواند سبب شکل‌گیری فضای رقابتی سالم و منصفانه شده و از گسترش رانت،

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۱۹۹۷

فساد، تقلب، انحصار و غیره جلوگیری کرده و موجب افزایش نظارت و پاسخ‌گویی و سرمایه اجتماعی گردد.

- به نظر می‌رسد سازمان بورس برای مکلف کردن شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به ارائه و افشای اطلاعات مالی‌شان از سازوکارها و ابزارهای قانونی اجرایی و نظارتی کافی برخوردار نیست.

- صرف مقررات‌گذاری برای ارائه اطلاعات مالی صحیح و به موقع کافی نیست و اعمال اصلاحات نهادی و ساختاری، فرهنگ‌سازی و ایجاد سیستم انگیزشی مناسب ضروری است.

۱- جوادى، شيما؛ نداى نيا، رضا و منصور فيضى (۱۳۸۸)، نکاتی برای مدیریت ریسک مخاطرات برای کارکنان آزمایشگاه‌ها، نشریه علمی- پژوهشی همای سعادت، شماره سی و سوم، بهمن و اسفند ۱۳۸۸، ص: ۲۱.

۲- دهدشتی، علیرضا، حافظی، رودابه (۱۳۹۴)، ارزیابی ریسک بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست در آزمایشگاه دانشگاهی: یک مطالعه موردی، سلامت کار در ایران، دوره ۲۱، شماره ۲، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۲، ص: ۶۶-۸۶.

۳- مجتبابی، محمد (۱۳۹۱)، مدیریت حفاظت و ایمنی در آزمایشگاه، www.fpp.ir.

۴- مجلسی، منیره؛ خالویی، علی و مهدی پور رابری، محسن (۱۳۹۴)، بررسی وضعیت رعایت استانداردهای ایمنی در آزمایشگاه‌های تشخیص طبی شهر کرمان در سال ۱۳۹۳، مجله ارتقای ایمنی و پیشگیری از مصدومیت، دوره ۳، شماره ۲ (۱۳۹۴)، ص: ۹۰-۸۳.

۵- نمازی، مینو، صادقی‌فرد، ناصر (۱۳۸۴)، سیستم مدیریت ایمنی، نشر مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، شماره ۲۰۴، اردیبهشت ۸۸، ص: ۶۶-۶۳.

۶- British Standards Group/Occupational Health and Safety Assessment Series (OHSAS ۱۸۰۰۱), (۲۰۰۷). London W4 4AL, UK.

۷- Chiarini A (۲۰۱۳) "Relationships between total quality management and Six Sigma inside European manufacturing companies: a dedicated survey". International journal of productivity and quality management. ۲۰۱۳; ۱۱(۲): ۱۷۹-۹۴

۸- Elmholt KL, Sondrup A. Sustainable Enterprise Excellence from a SME Perspective. Master's thesis. Aarhus University, Business and Social Sciences, Department of Business Administration. ۲۰۱۳, Pages ۱-۹۲.

۹- Katherine Marsden. Evaluating errors in the laboratory identification of von Willebrand disease in the real world, Thrombosis Research, Volume ۱۳۴, Issue ۲, August ۲۰۱۴, Pages ۳۹۳-۴۰۳.

۱۰- Fatma Lestari, Budiawan, Meily L. Kurniawidjaja, Budi Hartono (۲۰۱۵). Baseline survey on the implementation of laboratory chemical safety, health and security within health faculties laboratories at Universitas Indonesia, Journal of Chemical Health and Safety, Volume ۲۳, Issue ۴, July-August ۲۰۱۶, Pages ۳۸-۴۳.

۱۱- Fleischer M, Troege M. Organising Product Stewardship in Large Chemical Companies. Journal of Business Chemistry. ۲۰۰۴; ۱(۲): ۲۳-۲۷.

۱۲- Ghahramani. Abolfazl (۲۰۱۶). Factors that influence the maintenance and improvement of OHSAS ۱۸۰۰۱ in adopting companies: A qualitative study Journal of Cleaner Production, Volume ۱۳۷, ۲۰ November ۲۰۱۶, Pages ۲۸۳-۲۹۰.

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت..... ۲۰۱۱ /

- ۱۳- Kean Eng Koo, M.D. Ahmad Nurulazam, M.Z. Siti Rohaida, Tang Ghee Teo, Zulhisyam Salleh (۲۰۱۴). Examining the Potential of Safety Knowledge as Extension Construct for Theory of Planned Behaviour: Explaining Safety Practices of Young Adults at Engineering Laboratories and Workshops, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume ۱۱۶, ۲۱ February ۲۰۱۴, Pages ۱۵۱۳-۱۵۱۸.
- ۱۴- Khwanjai Wangkahat, Somboon Nookhai, Vallerut Pobkeeree, (۲۰۱۲) "Public health laboratory quality management in a developing country", *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. ۲۵ Iss: ۲, pp.۱۵۰ - ۱۶۰.
- ۱۵- Lafuente Abad J, E, Vilajosana J. An assessment of the OHSAS ۱۸۰۰۱ certification process: Objective drivers and consequences on safety performance and labour productivity. *Safety science*. ۲۰۱۳; ۶۰(۱): ۴۷-۵۶.
- ۱۶- Lina Y-H, Chenb C-Y, Luoa J-L. Gender and age distribution of occupational fatalities in Taiwan. *Accident Analysis and Prevention* ۲۰۰۸; ۴۰ ۱۶۰۴-۱۰.
- ۱۷- Lindroos O, Burström L. Accident rates and types among self-employed private forest owners. *Accident Analysis and Prevention* ۲۰۱۰; ۴۲ ۱۷۲۹-۳۵. ۱۷.
- ۱۸- Valenstein PN, Raab SS, Walsh MK. Identification errors involving clinical laboratories. *Arch Pathol Lab Med*. ۲۰۰۶; ۱۳۰(۸): ۱۱۰۶-۱۳.

قوانین و مقررات

- «آیین‌نامه نظام راهبری شرکتی بورس اوراق بهادار تهران» (مصوب ۱۳۸۶/۸/۱۱ بورس اوراق بهادار تهران).
- «آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۴ قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید (به‌منظور تسهیل اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی)» (مصوب ۱۳۹۰/۸/۱ هیأت وزیران).
- «آیین‌نامه اجرایی قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران» (مصوب ۱۳۸۶/۴/۳ هیأت وزیران).
- «دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان» (مصوب ۱۳۸۶/۵/۳ هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار).
- دستورالعمل الزامات افشای اطلاعات و تصویب معاملات اشخاص وابسته ناشران بورسی و فرابورسی» (مصوب ۱۳۹۰/۱۰/۳ هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار).
- «دستورالعمل انضباطی ناشران پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» (مصوب ۱۳۸۷/۱۱/۱۲ هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار).
- «دستورالعمل تأیید صلاحیت حرفه‌ای مدیران نهادهای مالی» (مصوب ۱۳۹۰/۷/۱۱ شورای عالی بورس و اوراق بهادار).

۲۰۲ / شفافیت اقتصادی در پرتو ماکمیت قانون با تأکید بر ...

- «دستورالعمل توثیق اوراق بهادار» (مصوب ۱۳۸۹/۳/۲۹ هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار).
- «دستورالعمل حاکمیت شرکتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران» (مصوب ۱۳۹۷/۴/۲۷ هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار).
- «قانون اصلاح بند (۵) ماده (۶) و ماده (۲۱) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۹۸/۳/۲۸).
- «قانون اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۹۷/۳/۲۲).
- «قانون اصلاح مواد (۳)، (۶) و (۲۴) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۹۵/۶/۷).
- «قانون اصلاح مواد (۱)، (۶) و (۷) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۹۳/۴/۱).
- «قانون اصلاح قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۸۹/۱۲/۱۱).
- «قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸).
- «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» (مصوب ۱۳۸۷/۱۱/۶).
- «قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران» (مصوب ۱۳۸۴/۹/۲).
- «قانون تأسیس بورس اوراق بهادار» (مصوب ۱۳۴۵/۲/۲۷).
- «قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی» (مصوب ۱۳۸۰/۱۲/۱۹).
- «قانون تنظیم بازار غیرمتشکل پولی» (مصوب ۱۳۸۳/۱۰/۲۲).
- «قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید به منظور تسهیل اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی» (مصوب ۱۳۸۸/۹/۲۵).
- «قانون فهرست نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی» (مصوب ۱۳۷۳/۴/۱۹).
- «قانون محاسبات عمومی کشور» (مصوب ۱۳۶۶/۶/۱).
- «قانون مدیریت خدمات کشوری» (مصوب ۱۳۸۶/۷/۱۸).

Economic Transparency and the Rule of Law Emphasizing Article (۶) of the Law on the Implementation of General Policies, Article ۴۴ of the Constitution

Laleh Shahbazi^۱, Ahmad Markazmalmiri^۲, Erfan Shams^۳ and Abdolreza Barzegar^۴

Abstract

This article aims to describe the state of clarification and how to present and disclose financial information of companies and economic enterprises Securities and Exchange Organization (in line with the legal duties of Article (۶) of the Law on the Implementation of General Policies, Article ۴۴ of the Constitution)

Islamic Republic of Iran (approved by the Islamic Council on ۲۰۰۸/۰۱/۲۸) and numerous amendments in ۲۰۱۴, ۲۰۱۶, ۲۰۱۸ and ۲۰۱۹, as one of the indicators of the rule of law.

Disclosure and presentation of accurate, transparent and timely financial information of companies and economic enterprises to the stock exchange organization It can provide a healthy and fair competitive environment in the society because wherever there is information transparency, public supervision and accountability If there is not enough, the possibility of fraud, discrimination, rent, mistrust, corruption and mismanagement increases. On a macro scale Also, transparency can increase social and economic capital, strengthen the rule of law and good governance.

In the current research, how the laws and regulations, legal tools and enforcement guarantees are effective in the field Clarifying and providing correct and timely financial information of economic institutions and enterprises, studied through documentary studies data and provide solutions to overcome existing obstacles.

Keywords: Clarification, Presentation of Financial Information, Stock Exchange, Rule of Law and Law on the Implementation of General Policies of Article ۴۴ of the Constitution.

^۱Ph.D. Student, Department of Pubic Law, Meybod Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran.

^۲Corresponding Author, Research Assistant Professor of Majles Research Center (MRC), Tehran, Iran. Email: a.markaz@majles.ir.

^۳Assistant Professor, Department of Pubic Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

^۴Assistant Professor, Department of Pubic Law, Meybod Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran.