

تحلیل تأثیر مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط

Analysing the Impact of Total Quality Management and Entrepreneurial Orientation on Performance of SMEs

چکیده:

هدف پژوهش حاضر، تحلیل تأثیر مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط بود. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۴۶۰ شرکت کوچک و متوسط شهرک صنعتی جی اصفهان تشکیل می‌دادند. حجم نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان و به روش تصادفی ساده، ۲۱۰ شرکت تعیین گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های مدیریت کیفیت جامع جایارام (۲۰۱۰)، گرایش به کارآفرینی هیوگز و مورگان (۲۰۰۷) و عملکرد شرکت ساهو و یاداو (۲۰۱۷) استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها با بهره‌گیری از روایی محتوایی و روایی سازه تأیید شد و پایایی آن‌ها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۱۹، ۰/۸۲۲ و ۰/۸۸۶ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از مدلیابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار پیشرفته MPLUS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد شرکت‌ها دارند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی می‌توانند در جهت بهبود عملکرد در شرکت‌های کوچک و متوسط موثر واقع شوند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت کیفیت جامع، گرایش به کارآفرینی، عملکرد شرکت، شرکت‌های کوچک و متوسط

نوع مقاله: پژوهشی

احسان مسعودی*

کارشناسی ارشد، گروه پژوهش مدیریت کیفیت دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

ایمیل نویسندگان و عهده‌دار مکاتبات:

*ehsanma74@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۱/۲۳

۱- مقدمه

شرکت‌های کوچک و متوسط^۱ نقش مهمی را در رشد اقتصادی کشورهای جهان ایفا می‌کنند. از آنجایی که این شرکت‌ها به عنوان تأمین‌کنندگان سازمان‌های بزرگ کار می‌کنند و در حال تبدیل شدن به بخشی از زنجیره‌های تأمین شرکت‌های بزرگ‌تر هستند، کیفیت محصولاتشان نقش مهمی در بهبود رقابتشان دارد. در طول دو دهه گذشته، سازمان‌ها در هر اندازه‌ای، در حال تجربه تغییرات چشم‌گیری در محیط کسب و کارشان هستند که می‌توان به پدیده‌هایی نظیر افزایش آگاهی مصرف‌کننده از کیفیت، انتقال فناوری سریع، جهانی شدن و رقابت با هزینه کم اشاره کرد [۱]. بنابراین شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی که مایل به بهبود عملکرد کسب و کار خود و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار در بازارهای جهانی می‌باشند، نیاز به دنبال کردن الگوهای مدیریتی جدیدی هستند که منجر به پیشرفت واقعی در قابلیت تجاری خود می‌شوند [۲].

سازمان‌ها روش‌های مختلفی را برای ارتقاء عملکرد کسب و کار خود اتخاذ می‌کنند. مدیریت کیفیت جامع^۲ ابزار مهمی است که به‌طور گسترده توسط سازمان‌های تولیدی و خدماتی به‌عنوان رویکردی برای بهبود در عملکرد کسب و کار پذیرفته شده است [۳]. از سوی دیگر، گرایش به کارآفرینی^۳ در بهبود برتری در رقابت و عملکرد شرکت مهم و اساسی است. شرکت کارآفرین، در نوآوری محصول تعهد دارد تا حدودی مخاطرات پرریسک را قبول کرده و به‌طور فعال فعالیت کند تا اولین شرکت در ارائه محصولات، تکنولوژی‌ها و تکنیک‌های اجرایی جدید باشد [۴]. گرایش به کارآفرینی گاهی اوقات در مطالعات کارآفرینی به عنوان ذهنیت شرکت‌ها در پیگیری و به‌کارگیری فرصت‌ها توصیف می‌شود. تحقیق بر روی گرایش به کارآفرینی بر روی تعریف، ارزیابی و ارتباط با عملکرد شرکت‌ها متمرکز می‌باشد. به عبارت دقیق‌تر، مبحث تأثیر گرایش کارآفرینانه بر روی عملکرد در محیط‌های متفاوت و انواع متفاوتی از شرکت‌ها

یک موضوع تحقیقاتی مهم بوده است [۵].

شناخت عواملی که باعث می‌شود برخی از شرکت‌ها رقابتی‌تر از دیگران فعالیت کنند و در نتیجه سودآوری بیشتری نسبت به رقبای خود داشته باشند، موضوعی است که نه تنها برای دانشگاهیان بلکه برای مدیران نیز مهم است [۶].

پیاده‌سازی مدیریت کیفیت جامع توسط شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی، از طریق جنبه‌های کارآفرینی و رهبری اثربخش، نگرانی عمده برای همه شرکت‌ها به‌خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط شده است. بنابراین گرایش به کارآفرینی شرکت‌ها با اتخاذ ابتکارات بهبود کیفیت استراتژیک مانند مدیریت کیفیت جامع می‌تواند برای تبدیل شدن به موضوع تحقیقات حیاتی باشد؛ این که شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی چگونه از طریق چنین طرح‌های اجرایی استراتژی که مبتنی بر کارآفرینی است، می‌توانند با هدف دستیابی به یک فرصت در بازار بسیار رقابتی هدایت شوند [۷].

باتوجه به این که گرایش به کارآفرینی و توجه به فرهنگ کیفیت و مشتری مداری از شاخصه‌های اصلی سازمان‌های پیشرو در عصر حاضر می‌باشد و همچنین شرکت‌های کوچک و متوسط سطح بسزایی در اشتغال و توسعه اقتصادی کشورها دارند و محیط تولیدی فعلی، بیش از پیش رقابتی‌تر شده و اغلب شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل پیچیده‌تر شدن بازارها و تغییر نیازهای مشتری تحت فشار رقابتی شدیدی قرار دارند، در نتیجه این شرایط زمینه مناسبی را برای پژوهشگران در این حوزه ایجاد کرده است. شناخت عواملی که باعث می‌شود برخی شرکت‌ها عملکرد بهتری داشته باشند و بنابراین سهم بازار بیشتری را نصیب خود کرده و در نتیجه سودآوری بیشتری داشته باشند، موضوعی است که برای مدیران بسیار مهم است. بر همین اساس در پژوهش حاضر به موضوع تحلیل تأثیر مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی در بین مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی پرداخته شده است.

1. Small & Medium Enterprises size (SMEs) 2. Total Quality Management (TQM) 3. Entrepreneurial Orientation

۲- ادبیات موضوع

۱- ۲- شرکت‌های کوچک و متوسط

استخدام کرده، حجم معاملات آن‌ها بیش از ۵ میلیون یورو نبوده و ترازنامه سالیانه این شرکت‌ها از ۴۳ میلیون یورو تجاوز نمی‌کند. یک شرکت کوچک کمتر از ۵۰ نفر و یک شرکت متوسط کمتر از ۲۵۰ نفر کارمند دارد [۱۰].

برخی از مشخصه‌های مشترک که شرکت‌های کوچک و متوسط را از شرکت‌های بزرگ متمایز می‌کند در جدول ۱ نشان داده شده است [۱۱].

۲-۲- عملکرد شرکت

عملکرد یکی از سازه‌های مورد بحث در پژوهش‌های مدیریتی است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌ها به حساب می‌آید [۱۲]. تحلیل درباره عملکرد، اندازه‌گیری و مقایسه سطح واقعی دستیابی به اهدافی خاص است. این تحلیل بر روی عملکرد شرکت‌ها برای اندازه‌گیری اثربخشی تخصیص منابع و نتیجه اهداف شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. عملکرد شرکت‌ها به طور کلی می‌تواند به عنوان عملکردهای مالی و عملیاتی یا غیرمالی طبقه‌بندی شود [۱۳].

عملکرد در لغت یعنی حالت یا کیفیت کارکرد. معروف‌ترین تعریف عملکرد از سوی نیلی و همکاران^۲ (۲۰۰۲) ارائه شده است:

شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل سهم قابل توجه خود در اقتصاد، توجه روزافزونی را در بین پژوهشگران و سیاست‌گذاران دارند. شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان اساس یک سیستم اقتصادی در کشور شناخته می‌شوند. زیرا آن‌ها اشتغال ایجاد می‌کنند، سطح درآمد را افزایش می‌دهند و به تولید ناخالص داخلی کمک می‌کنند [۸]. به طور مثال، در اروپا شرکت‌های کوچک و متوسط بیش از ۸۰ درصد از کل تعداد شرکت‌ها را در بخش تولید تشکیل می‌دهند که حدود ۶۰ درصد از اشتغال را دربر می‌گیرند. بنابراین اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی برای رشد اقتصاد، اشتغال و ایجاد ثروت به طور گسترده‌ای پذیرفته شده است [۹].

شرکت‌های کوچک و متوسط در هر دو اقتصاد توسعه‌یافته و در حال توسعه با تعدادی از عوامل و معیارها مانند مکان، اندازه، سن، ساختار، تعداد کارکنان، حجم فروش، ارزش دارایی‌ها، مالکیت از طریق نوآوری و فناوری تعریف شده‌اند. کمیسیون اروپا^۱ (۲۰۰۵) بیان می‌کند که هم شرکت‌های خیلی کوچک و هم شرکت‌های کوچک و متوسط، شرکت‌هایی هستند که کمتر از ۲۵۰ نفر را

جدول ۱- مشخصه‌های شرکت‌های کوچک و متوسط

مشخصه	از لحاظ...
۱- ساختار تخت با چند لایه از مدیریت؛ ۲- درجه اعمال نفوذ از سوی مدیران فردی؛ ۳- استراتژی‌های غیررسمی ۴- مکان تک مقره؛ ۵- پتانسیل واکنش‌های سریع به تغییرات بیرونی؛ ۶- درجه پایین تخصص؛ ۷- فرهنگ یکپارچه و ۸- منابع مالی محدود	ساختار
۱- فعالیت در بازارهای محدود با یک پایگاه مشتری کوچک ۲- مخاطبین بیرونی محدود	ارتباط
۱- فرآیندهای انعطاف‌پذیر؛ ۲- درجه پایین استانداردسازی؛ ۳- ذهنیت واکنشی و عکس‌العملی و ۴- نتیجه‌گرا بودن	فرآیندها
۱- کمال سرمایه انسانی و دانش؛ ۲- کاتالیزورهای تغییر داخلی بسیار کمی هستند؛ ۳- افراد می‌توانند نتیجه تلاش‌های خود را ببینند و ۴- وقوع کم اتحادیه‌سازی	افراد

1. European Commission 2. Nili et al.

فراگیر بسط مفهوم فلسفه‌ای است که اعتقاد دارد خدمات و کالاها، همواره با کیفیتی بهتر در دسترس مشتریان درونی و بیرونی سازمان گذاشته شود و بر آن است که با در نظر گرفتن بازخورد از همین مشتریان، مشخصات کیفی هر تولید یا خدمتی را تعیین کند [۱۶].

از لحاظ قدمت، پژوهش‌های درباره مدیریت کیفیت، عمدتاً بر روی شرکت‌های بزرگ متمرکز شده‌اند. در حالی که شرکت‌های بزرگ مهم هستند، شرکت‌های کوچک و متوسط برای اقتصاد ملی بسیار مهم هستند و اکثریت شرکت‌ها و مشاغل را تشکیل می‌دهند. این امر مستلزم توجه ویژه‌ای به شرایط شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. اگرچه دیدگاه‌های متفاوتی در خصوص ویژگی‌های متمایزکننده شرکت‌های کوچک و متوسط وجود دارد، یک دیدگاه مشترک این است که این شرکت‌ها متفاوت از شرکت‌های بزرگ فعالیت می‌کنند.

بر اساس پژوهش جایارام و همکاران (۲۰۱۰) مدیریت کیفیت جامع از پنج بعد طراحی محصول با عملکرد متقابل، مدیریت کیفیت فرآیند، توانمندسازی کیفیت، آموزش کارکنان و کاربرد اطلاعات کیفیت تشکیل شده است. طراحی محصول با عملکرد متقابل به دخیل بودن مدیریت، کارکنان و تأمین‌کنندگان در فرآیند برنامه‌ریزی در بهبود کیفیت محصولات اشاره دارد. مدیریت کیفیت فرآیند به علل پیدایش ضایعات و دوباره‌کاری‌ها و اقدامات اصلاحی در جهت رفع مشکل کیفیتی محصولات اشاره دارد. توانمندسازی کیفیت به وجود تیم‌های شناسایی‌کننده نقص و خطا در تولید و بهبود در کیفیت اشاره دارد. آموزش کارکنان به برنامه‌های منابع انسانی در جهت آموزش و مهارت در حوزه کیفیت و بهبود در حرفه کارکنان اشاره داد و در نهایت کاربرد اطلاعات کیفیت به استفاده از اطلاعات درباره عملکرد و کیفیت محصول به منظور شناسایی علل ریشه‌ای مشکلات در شرکت‌ها اشاره دارد [۱۷].

عملکرد یعنی فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته. طبق این تعریف، عملکرد به دو جزء تقسیم می‌شود: ۱. کارایی: که توصیف‌کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع در تولید خدمات یا محصولات است، یعنی رابطه بین ترکیب واقعی و مطلوب درون‌دادها برای تولید بروندادهای معین و ۲. اثربخشی: که توصیف‌کننده درجه نیل به اهداف سازمانی است [۱۴].

بر اساس پژوهش ساهو و یاداو^۱ (۲۰۱۷) عملکرد شرکت از چهار بعد عملکرد طراحی، کیفیت فرآیند، کیفیت محصول و رضایت مشتری تشکیل شده است. عملکرد طراحی به میزان زمان تولید، تعداد مولفه‌های مورد استفاده در تولید و میزان سهم بازار از تولید محصولات جدید اشاره دارد. کیفیت فرآیند به میزان کاهش ضایعات، دوباره‌کاری‌ها و موجودی شرکت اشاره دارد. کیفیت محصول به میزان کاهش در برگشت محصولات، کاهش تعداد ادعاهای ضمانت، کاهش تعداد شکایات و برنامه بهبود کیفیت محصولات اشاره دارد و در نهایت رضایت مشتری به بهبود در میزان رضایت مشتریان از محصولات و افزایش سهم بازار از طریق برنامه بهبود کیفیت اشاره دارد.

۳-۲- مدیریت کیفیت جامع

مدیریت کیفیت فراگیر (جامع) برای اولین بار در اواسط دهه ۱۹۲۰ در کارخانه وسترن الکتریک^۲، برای طراحی یک سیستم زنگ تلفن مطرح شد. منشأ و مبدأ مدیریت کیفیت جامع را می‌توان نظریه‌ها و فعالیت‌های بزرگانی چون دمینگ^۳، جوران^۴، فیگنباوم^۵، ایشی کاوا^۶ و کرازبی^۷ دانست، که موجب غلبه صنعت خودروی ژاپن بر بازار دنیا شده است [۱۵].

مدیریت کیفیت فراگیر، یک سیستم مدیریت کیفیت است که بر بهبود مستمر کلیه فعالیت‌های یک سازمان تأکید می‌کند. هدف نهایی مدیریت کیفیت فراگیر، بهبود کیفیت محصولات و خدمات از طریق بهبود منابع انسانی، فرآیندها و تجهیزات موجود و به موازات آن کاهش هزینه‌های حوزه عملیاتی است. مدیریت کیفیت

1. Sahoo & Yadav 2. Western Electric 3. Deming 4. Juran 5. Feigenbaum 6. Ishikawa 7. Crosby

۴-۲- گرایش به کارآفرینی

مفهوم گرایش به کارآفرینی بیش از ۳۰ سال پیش شکل گرفته است [۱۸]. نیمه اول قرن بیستم به تعریف مفهوم کارآفرینی و شناسایی نقش آن در توسعه اقتصادی کشورها اختصاص داده شد. طی سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰ مطالعاتی بر روی عوامل موثر بر کارآفرینی انجام گرفته است. بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ محققان به شناسایی ابعاد گرایش به کارآفرینی پرداختند [۱۹].

گرایش به کارآفرینی یک مزیت راهبردی است که در بررسی فرصت‌های شرکت محقق شده است تا این امور را به منظور امکان استفاده از این فرصت‌ها سازماندهی کند. عوامل گرایش به کارآفرینی اغلب با هم فعالیت می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را بهبود دهند [۲۰]. گرایش به کارآفرینی تمایل یک شرکت برای جلوتر ماندن از رقبا و به دست آوردن فرصت‌های جدید برای مشارکت در نوآوری در یک محیط متغیر را تعیین می‌کند [۲۱].

بر اساس پژوهش هیوگز و مورگان (۲۰۰۷) گرایش به کارآفرینی از ۵ بعد نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، رقابت‌تهاجمی و استقلال تشکیل شده است. نوآوری به تمایل شرکت به ایده‌های جدید، تحقیق و توسعه و فرآیندهای خلاق می‌باشد، که نتیجه آن ممکن است محصولات، خدمات و یا فرآیندهای تکنولوژیکی جدید باشد. پیشگامی به گرایش شرکت‌ها در ارائه ایده‌ها، خدمات و محصولات جدید نسبت به رقبا اشاره دارد. ریسک‌پذیری به فعالیت‌های شرکت در راستای اکتشافات و آزمایش بر روی فرصت‌ها و تأمین سریع منابع اشاره دارد. رقابت‌تهاجمی به تمایل شرکت‌ها به چالش‌های سخت و مستقیم با رقبا برای بهبود بازار خودشان اشاره دارد. استقلال اشاره به فعالیت‌های مستقل کارکنان و تیم‌ها در ایجاد ایده و اجرای آن‌ها اشاره دارد [۲۲].

۵-۲- رابطه مدیریت کیفیت جامع و عملکرد شرکت

در ادبیات مدیریت عملیات، عملکرد شرکت توانایی و قابلیت یک سیستم عملیاتی برای پشتیبانی از اولویت‌های رقابتی انتخاب شده

یک سازمان مثل قیمت محصول یا خدمات، کیفیت و زمان تحویل را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، مدیریت کیفیت جامع فلسفه‌ای است که عمدتاً تحت سلطه شرکت‌های بزرگ است، اما ترس از دست دادن قراردادها از شرکت‌های بزرگ باعث می‌شود که شرکت‌های کوچک و متوسط کیفیت را به سیستم خود بیاورند.

ارتباط بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد توسط دانشمندان متعددی مورد بررسی قرار گرفته است. در حالی که دانش پژوهان رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد را بررسی می‌کنند، آنان از انواع گوناگون عملکردها استفاده کرده اند مانند: مالی، نوآوری، عملیاتی عملکرد کیفی، اگرچه اثرات مدیریت کیفیت جامع بر انواع عملکردها با هم سازگار نیست، ولی عملکرد به طور کلی رابطه‌ای قوی و مثبت با آن داشته است [۲۳].

دیانتی دیلمی و پورچنگیز (۱۳۹۳) و نصراللهی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که اجرای مدیریت کیفیت جامع باعث بهبود عملکرد شرکت‌ها شده است. صادق اغلو و زهیر^۱ (۲۰۱۰) و تای و جی^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت‌ها تأثیرگذار است.

۶-۲- رابطه گرایش به کارآفرینی و عملکرد شرکت

محققان اغلب گرایش به کارآفرینی را به عنوان یک متغیر مستقل در نظر می‌گیرند که عملکرد شرکت را ایجاد یا حفظ می‌کند. به طور خاص، نوآوری، شرکت‌ها را جلوتر از رقبا نگه می‌دارد تا مزایای رقابتی کسب کنند. فعال بودن به شرکت‌ها توانایی ارائه محصولات و خدمات جدید به بازار، پیش از رقبا را می‌دهد و استراتژی‌های پر ریسک منجر به میانگین عملکردی بالاتر در بلندمدت می‌شوند [۲۴].

گرایش به کارآفرینی یک شرکت و موقعیت استراتژیک آن نسبت به نوآوری، به شرکت این امکان را می‌دهد تا فعالیت‌هایی تاحدودی ریسک‌پذیر را تقبل کرده و رقبا را شکست دهند. اهمیت نهفته

1. Sadikoglu & Zehir 2. Thai & Jie

شرکت‌های کوچک و متوسط به‌طور ویژه به دنبال بررسی دو فرضیه می‌باشد:

۱. مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.
۲. گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

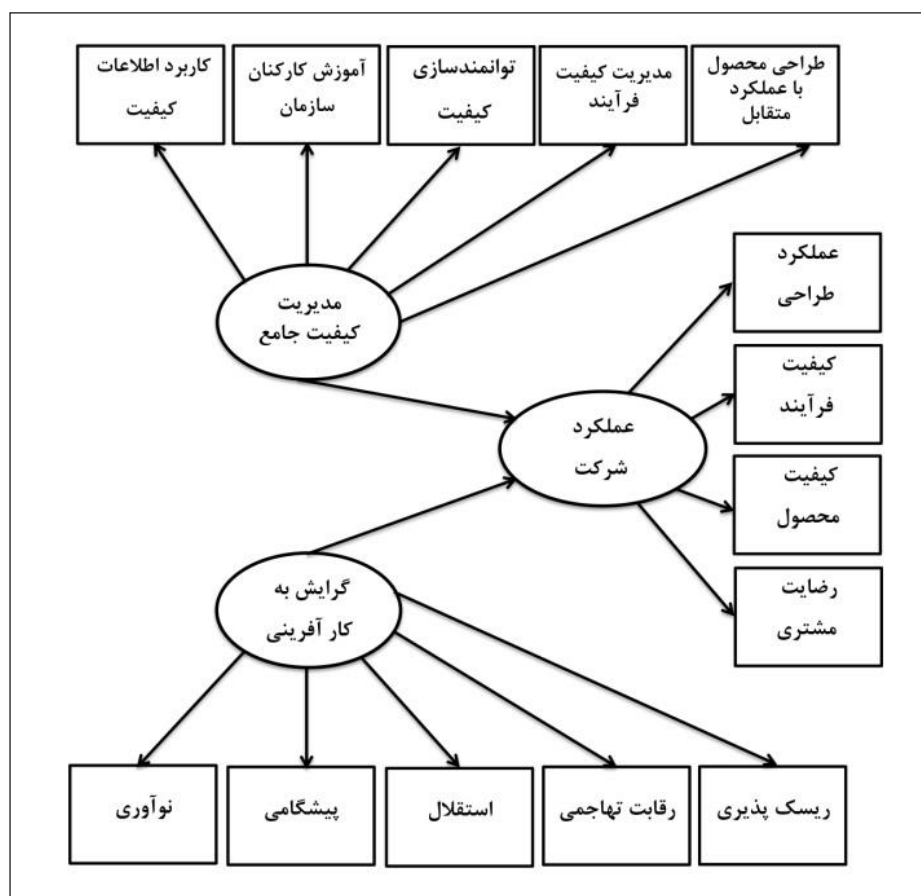
۳- روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، جزء پژوهش‌های کاربردی و از نظر روش پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است که در آن، رابطه میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می‌شود و به‌طور مشخص، مبتنی بر معادلات ساختاری است. این پژوهش در یک مقطع زمانی سه‌ماهه در پاییز سال ۱۳۹۸ انجام گرفته‌است. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات

گرایش کارآفرینانه در ارتباط قوی آن با عملکرد شرکت است [۲۵]. مبارکی و همکاران (۱۳۹۱)، حسینی مقدم و حجازی (۱۳۹۳)، کریمی و رحمانی (۱۳۹۴) و جعفری‌نیا و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند گرایش به کارآفرینی تأثیر مثبت بر عملکرد شرکت داشته‌است. الجفری و السویدی^۱ (۲۰۱۶) و رضایی و اورت^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد تأثیرگذار می‌باشد.

مدل مفهومی پژوهش، مبتنی بر روابط نظری میان متغیرهای اثرگذار بر موضوع پژوهش است که در شکل ۱ نمایش داده شده‌است.

بر اساس مدل مفهومی فوق، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه علی مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

خیلی موافقم) استفاده شده است. لازم به توضیح است که شهرک صنعتی جی اصفهان دارای ۴۶۰ واحد تولیدی فعال می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این مطالعه به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان تعداد ۲۱۰ نمونه محاسبه شد. در ادامه این تعداد پرسش‌نامه بین مدیران توزیع شد. پرسش‌نامه این پژوهش شامل دو بخش است: بخش اول مربوط به پرسش‌های جمعیت‌شناختی و شامل تعداد کارکنان (کمتر از ۵۰، ۵۰ الی ۱۰۰، ۱۰۱ الی ۱۵۰، ۱۵۱ الی ۲۰۰ و ۲۰۱ الی ۲۵۰ نفر)؛ سن (کمتر از ۳۰، ۳۰ الی ۴۰، ۴۰ الی ۵۰، ۵۱ الی ۶۰ و بالای ۶۰ سال) و میزان تحصیلات (فوق دیپلم و پائین تر، کارشناسی، کارشناسی ارشد و بالاتر) است. بخش دوم شامل پرسش‌های تخصصی است که برای متغیر مدیریت کیفیت جامع از پژوهش جایارام (۲۰۱۰)، برای متغیر گرایش به کارآفرینی از پژوهش هیوگز و مورگان (۲۰۰۷) و برای متغیر عملکرد شرکت از پژوهش ساهو و یاداو (۲۰۱۷) استفاده گردید.

در این پرسشنامه متغیر مدیریت کیفیت جامع حاوی ۲۶ پرسش با ابعاد (کاربرد اطلاعات کیفیت، آموزش کارکنان سازمان، توانمندسازی کیفیت، مدیریت کیفیت فرآیند و طراحی محصول با عملکرد متقابل) و گرایش به کارآفرینی با ۱۸ پرسش با ابعاد (نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، رقابت تهاجمی و استقلال) به‌عنوان متغیرهای مستقل به‌کار گرفته شدند و در نهایت ۱۶ پرسش برای سنجش متغیر عملکرد شرکت با ابعاد (عملکرد طراحی، کیفیت فرآیند، کیفیت محصول و رضایت مشتری) که به‌عنوان متغیر وابسته بکار گرفته شد.

برای دستیابی به اعتبار پرسش‌نامه از روایی محتوا استفاده شده است. ابتدا با مطالعه ادبیات متغیرهای پژوهش از منابع مختلف داخلی و خارجی پرسش‌نامه مقدماتی تهیه شد. سپس پرسش‌نامه از سوی افراد صاحب نظر و خبره (چند نفر از اساتید و مدیران شرکت‌ها) بررسی و بعد از اعمال نظرهای اصلاحی، سرانجام پرسش‌نامه نهایی تهیه و تدوین شد و در اختیار نمونه آماری قرار

موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات و نیز از پایگاه‌های اطلاعات علمی و مجله‌های الکترونیکی استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش میدانی به کمک پرسشنامه استفاده شد. در پایان برای سنجش و مدل‌سازی روابط میان متغیرها از مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار پیشرفته MPLUS ورژن 7.4 استفاده شد.

نرم افزار آماری MPLUS یک نرم‌افزار مدل‌سازی معادلات ساختاری از خانواده نرم‌افزارهای کوواریانس محور مثل لیزرل، ایموس و EQS می‌باشد که در سال ۱۹۹۸ اولین نسخه آن توسط سازندگان به نام‌های لیندا موتن^۱ و بنگت موتن^۲ به بازار عرضه گردید. این نرم‌افزار در واقع مجموعه کاملی از ابزارهای تحلیل آماری برای استفاده در مواجهه با انواع نیازهای تحلیلی از مدل‌های بسیار ساده مثل رگرسیون خطی تا مدل‌های پیچیده که دارای متغیرهای آشکار و پنهان هستند، می‌باشد [۲۶].

MPLUS نرم‌افزاری است که براساس تخمین رگرسیون، تحلیل مسیر، تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی، مدل‌سازی معادلات ساختاری و مدل‌های سری زمانی و با حضور متغیرهای آشکاری که می‌توانند کمی (پیوسته)، باینری (دو وجهی)، ترتیبی و همچنین ترکیبی از متغیرها باشند اجرا می‌گردد. همچنین نرم‌افزار MPLUS تحلیل‌هایی مثل خوشه‌بندی داده‌ها، تعاملی و غیرخطی را توسط روش مشهور حداکثر نمایی انجام می‌دهد. از دیگر کاربردهای این نرم‌افزار می‌توان به تحلیل مدل‌های آمیخته، تحلیل چندسطحی و تحلیل بیزین اشاره کرد [۲۷].

با توجه به این که مدیران آگاهی بیشتری نسبت به دیگر افراد سازمان به وضعیت سازمان دارند، مدیران عامل شرکت‌های کوچک و متوسط واقع در شهرک صنعتی جی اصفهان جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند.

در پژوهش حاضر، برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌ای حاوی ۶۰ پرسش با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (از خیلی مخالفم تا

1. Linda Muthen 2. Bengt Muthen

گرفت. برای ارزیابی پایایی متغیرهای پرسش‌نامه و ابعاد متغیرها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. شاخص آلفای کرونباخ به متغیرهای مربوط به اندازه‌گیری یک سازه وزن یکسانی می‌دهد که همبستگی سوالات هر متغیر را نشان می‌دهد. اگر این عدد بالاتر از ۰/۷ باشد نشان‌دهنده همبستگی خوب سوالات هر متغیر می‌باشد. همچنین در پژوهش حاضر برای به‌دست آوردن ضریب آلفای کرونباخ، میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها و ابعادشان از نرم افزار SPSS24 استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ گزارش شده است.

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود ضریب آلفای کرونباخ هر سه متغیر اصلی پژوهش به همراه ابعادشان بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی خوب سوالات هر متغیر می‌باشد. همچنین همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین کلیه متغیرها در

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود ضریب آلفای کرونباخ هر سه متغیر اصلی پژوهش به همراه ابعادشان بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی خوب سوالات هر متغیر می‌باشد. همچنین همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین کلیه متغیرها در

۴- یافته‌ها

بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده، از نظر تعداد کارکنان، شرکت‌های با تعداد کارکنان کمتر از ۵۰ نفر با ۵۱/۹٪ معادل

جدول ۲- نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش و آلفای کرونباخ

متغیرهای پژوهش	آلفای کرونباخ	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
کاربرد اطلاعات کیفیت	۰/۸۳۳	۳/۴۶۵	۰/۶۵۲	-۱/۱۳۲	۰/۷۳۶
آموزش کارکنان سازمان	۰/۷۰۱	۳/۷۱۷	۰/۸۴۹	-۱/۰۷۳	۱/۵۹۵
توانمندسازی کیفیت	۰/۷۳۵	۳/۳۶۴	۰/۶۷۵	-۰/۳۴۶	۱/۱۲۵
مدیریت کیفیت فرآیند	۰/۷۲۲	۳/۵۰۸	۰/۶۷۱	-۰/۳۴۰	۰/۷۰۰
طراحی محصول با عملکرد متقابل	۰/۷۹۰	۳/۴۳۴	۰/۶۵۷	-۰/۷۵۵	۱/۹۸۸
مدیریت کیفیت جامع	۰/۸۱۹	۳/۴۹۰	۰/۶۲۸	-۱/۵۰۸	۲/۹۸۷
نوآوری	۰/۷۵۵	۳/۵۹۹	۰/۶۹۲	-۰/۷۹۷	۱/۱۹۸
پیشگامی	۰/۷۹۸	۳/۶۰۴	۰/۶۱	-۰/۷۸۶	۰/۰۴۴
استقلال	۰/۷۸۹	۳/۵۲۵	۰/۵۹۳	-۰/۷۴۸	۰/۰۸۰
رقابت تهاجمی	۰/۸۲۲	۳/۴۵۲	۰/۶۷۷	-۰/۵۲۵	۰/۰۲۱
ریسک پذیری	۰/۷۴۱	۳/۰۰۸	۰/۷۵۳	-۰/۱۲۶	۰/۲۹۲
گرایش به کارآفرینی	۰/۸۲۲	۳/۴۵۲	۰/۷۴۵	-۰/۱۶۵	۱/۵۰۷
عملکرد طراحی	۰/۷۰۱	۳/۲۷۵	۰/۶۹۲	-۰/۵۸۶	۰/۵۶۳
کیفیت فرآیند	۰/۷۶۲	۳/۸۷۰	۰/۵۷۹	-۰/۲۵۰	۰/۹۲۷
کیفیت محصول	۰/۷۳۲	۳/۲۹۸	۰/۶۷۶	-۰/۶۵۹	-۰/۲۰۷
رضایت مشتری	۰/۷۹۲	۳/۵۴۷	۰/۵۹۴	-۰/۷۵۵	۰/۳۰۶
عملکرد شرکت	۰/۸۱۶	۳/۵۱۵	۰/۵۸۵	-۱/۳۵۱	۱/۷۳۶

اندازه‌گیری قابل قبول است. جدول ۳ نتایج مربوط به معادلات اندازه‌گیری در حالت معناداری ضرایب متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است تمامی سوالات متغیرهای پژوهش مقدار بازه بحرانی آن‌ها (□-□□□□□) خارج از بازه (+۱/۹۶ و -۱/۹۶) می‌باشند، بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ ضرایب بحرانی سوالات معنادار است یعنی همگی آن‌ها شرط اول لازم را برای ماندن در مدل دارند. خوشبختانه در شرط دوم لازم برای برقراری روایی و پایایی سازه، کلیه سوالات مقدار بار عاملی آن‌ها بالای عدد ۰/۵ است، بنابراین شرط دوم لازم را نیز دارا هستند پس هیچ یک از سوالات متغیرها از مدل پژوهش حذف نمی‌شوند و این نشان‌دهنده انتخاب پرسشنامه مناسب برای اندازه‌گیری این متغیرها می‌باشد و مدل روایی و پایایی سازه آن برقرار می‌باشد. مدل مشاهده شده در نمونه پژوهش که با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده از عملیات میدانی بدست آمده است باید با مدل مورد انتظار در جامعه واقعی تطابق و مشابهت داشته‌باشد.

۱۰۹ شرکت دارای بیشترین فراوانی و شرکت‌های با تعداد کارکنان بالای ۲۰۱ نفر با ۲/۳۹٪ معادل ۵ شرکت دارای کمترین فراوانی بودند. از نظر سن، بیشتر پاسخ دهندگان بین ۴۱ تا ۵۰ سال با درصد فراوانی ۳۵/۷۱٪ معادل ۷۵ نفر از مدیران بودند و مدیران بالای ۶۰ سال با ۸/۵۸٪ معادل ۱۸ نفر کمترین مقدار فراوانی را داشتند. از لحاظ مدرک تحصیلی بیشتر مدیران دارای مدرک تحصیلی کارشناسی با درصد فراوانی ۴۵/۲۴٪ معادل ۹۵ نفر و دارندگان مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر ۱۵/۷۲٪ معادل ۳۳ نفر کمترین مقدار فراوانی را در نمونه آماری داشتند.

داده‌ها ابتدا در قالب مدل اندازه‌گیری در نرم‌افزار MPLUS برای بررسی رابطه متغیرهای مکنون و سوالات اندازه‌گیری کننده متغیرها که فرآیند تحلیل عاملی تأییدی است و بدنبال بررسی برقراری روایی و پایایی متغیرها است اجرا گردید. پایایی با سنجش بارهای عاملی از طریق مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که در MPLUS اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۵ باشد، مؤید این است که پایایی در مورد آن مدل

جدول ۳- معادلات اندازه‌گیری در حالت معناداری ضرایب متغیرهای پژوهش

متغیر (سازه)	ابعاد	تعداد سوال	بار عاملی (min-max)	T-Value (min-max)
مدیریت کیفیت جامع	کاربرد اطلاعات کیفیت	۵	(۰/۰-۶۰/۸۰)	(۱۰/۱۹-۶۲/۰۶)
	آموزش کارکنان سازمان	۴	(۰/۰-۶۵/۷۶)	(۱۲/۱۸-۹۲/۰۸)
	توانمندسازی کیفیت	۴	(۰/۰-۷۱/۸۳)	(۱۷/۲۶-۱۱/۳۴)
	مدیریت کیفیت فرآیند	۷	(۰/۰-۷۰/۸۷)	(۱۷/۳۷-۴۰/۴۹)
	طراحی محصول با عملکرد متقابل	۶	(۰/۰-۷۲/۸۵)	(۱۸/۳۱-۶۰/۰۵)
گرایش به کارآفرینی	نوآوری	۵	(۰/۰-۶۵/۸۳)	(۱۴/۲۹-۰۰/۳۳)
	پیشگامی	۳	(۰/۰-۸۹/۹۲)	(۴۸/۵۹-۰۳/۷۷)
	استقلال	۴	(۰/۰-۸۳/۸۵)	(۱۳/۱۳-۰۳/۴۶)
	رقابت تهاجمی	۳	(۰/۰-۶۵/۸۵)	(۱۳/۲۶-۸۲/۶۷)
عملکرد شرکت	ریسک‌پذیری	۳	(۰/۰-۷۶/۸۸)	(۲۱/۳۳-۴۰/۴۱)
	عملکرد طراحی	۳	(۰/۰-۷۸/۹۱)	(۲۴/۳۷-۰۰/۹۸)
	کیفیت فرآیند	۴	(۰/۰-۷۳/۸۸)	(۱۹/۳۳-۰۵/۴۳)
	کیفیت محصول	۴	(۰/۰-۷۶/۸۵)	(۱۹/۲۸-۹۳/۲۶)
	رضایت مشتری	۵	(۰/۰-۷۴/۸۷)	(۲۰/۳۸-۸۵/۸۲)

آن در جدول ۵ گزارش شده است. همان‌طور که در جدول ۵ قابل مشاهده است خوشبختانه کلیه CRها بالای ۰/۷ می‌باشند پس مدل دارای پایایی سازه می‌باشد. همچنین کلیه ضرایب AVE بالای ۰/۵ است و کلیه مقادیر CR هر متغیر بزرگ‌تر از AVE متناظر خود می‌باشد، بنابراین شرط روایی برقرار است. از طرفی ضرایب AVE از ضرایب MSV و ASV متناظر خود بزرگ‌تر هستند، بنابراین می‌توان ادعا کرد هیچ یک از سوالات متغیرهای پژوهش با سوالات متغیرهای دیگر هم‌پوشانی یا هم‌خطی ندارند. بنابراین مدل پژوهش دارای روایی و پایایی سازه است و محقق می‌تواند به آزمون فرضیات برای تشخیص رد یا تأیید آن‌ها در قالب مدل ساختاری برود. مدل‌های ساختاری پژوهش در حالت‌های تخمین ضرایب غیراستاندارد و استاندارد در شکل‌های ۲ و ۳ نشان داده شده‌است. همچنین نتایج مربوط به فرضیات پژوهش در جدول ۶ گزارش شده‌است.

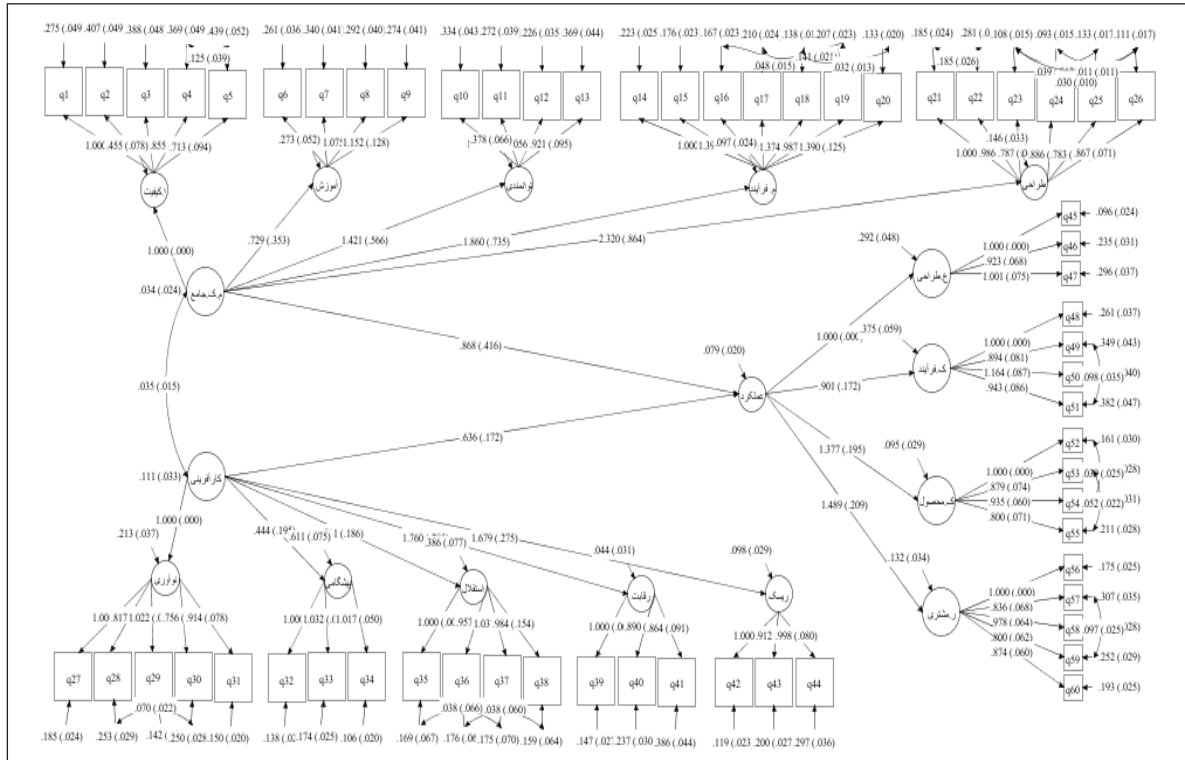
برای این منظور در MPLUS از پنج شاخص برازشی استفاده می‌گردد که نتایج آن در جدول ۴ آورده شده است. همان‌طور که در جدول ۴ مشخص است متأسفانه مدل اولیه اندازه‌گیری پژوهش به جز شاخص برازش X^2/df که به حد مجاز خود رسیده است بقیه شاخص‌های برازش به حد مجاز خود نرسیده‌اند. بنابراین محقق برای رفع این مشکل که مربوط به انطباق مشاهدات با مدل مورد انتظار در جامعه است، پیشنهادات برآمده از نرم‌افزار را مبنای اصلاحات خود قرار داده‌است. بنابراین بار دیگر و با اعمال پیشنهادات نرم‌افزار، مدل در نرم‌افزار MPLUS اجرا گردید. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌های برازشی به حد مجاز خود رسیده‌اند بنابراین نیکویی برازش مورد تأیید قرار می‌گیرد و محقق به صورت قاطع می‌تواند ادعا کند که مدل پژوهش و مشاهدات او در نمونه با مدل مورد انتظار در جامعه انطباق دارد. اکنون محقق به سراغ وظیفه اصلی مدل اندازه‌گیری یعنی بررسی روایی و پایایی سازه می‌رود که نتایج

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری در حالت‌های اولیه و اصلاح شده

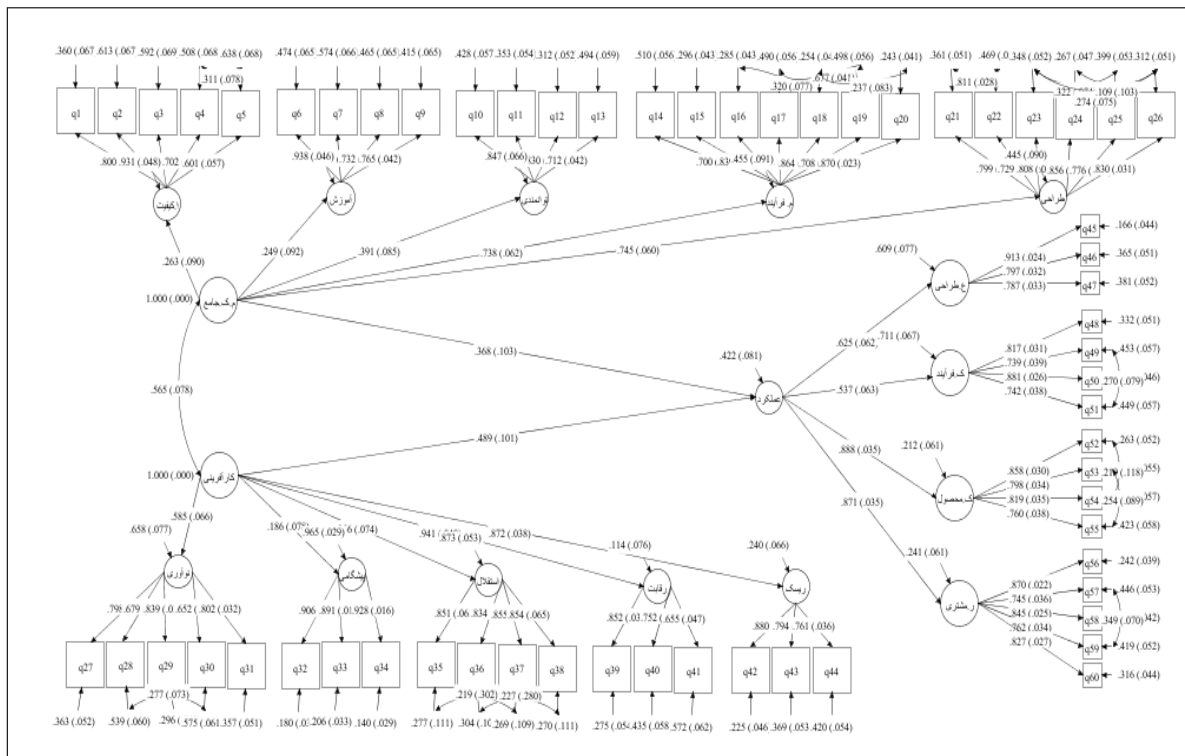
شاخص‌های برازش	حد مجاز	مقدار بدست آمده در حالت اولیه	مقدار بدست آمده در حالت اصلاح شده
X^2/df	کمتر از ۳	۲/۸۵۱	۲/۵۳۴
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۸۱	۰/۰۷۶
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۹۷	۰/۹۱۴
TLI	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۹۲	۰/۹۱۱
SRMR	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۸۳	۰/۰۷۸

جدول ۵: بررسی روایی و پایایی سازه

متغیرها	CR	AVE	MSV	ASV
مدیریت کیفیت جامع	۰/۸۲۷	۰/۵۰۸	۰/۴۴۵	۰/۳۰۸
گرایش به کارآفرینی	۰/۸۷۵	۰/۶۱۱	۰/۱۵۷	۰/۰۸۱
عملکرد شرکت	۰/۸۲۹	۰/۵۱۲	۰/۲۷۶	۰/۲۰۵



شکل ۲- مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب غیراستاندارد



شکل ۳- مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد

جدول ۶- نتایج آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه آزمون	Pvalue (sig)	خطای استاندارد	Tvalue	ضریب مسیر	فرضیه‌های پژوهش
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۱۰۳	۳/۵۷۲	۰/۳۶۸	مدیریت کیفیت جامع ← عملکرد شرکت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۱۰۱	۴/۸۴۳	۰/۴۸۹	گرایش به کارآفرینی ← عملکرد شرکت

فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت می‌باشد. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود با توجه به مقدار Tvalue یا همان نسبت بحرانی که ۳/۵۷۲ بدست آمده‌است و این مقدار خارج از بازه (+۱/۹۶ و -۱/۹۶) می‌باشد و نیز مقدار sig (سطح معناداری) که ۰/۰۰۰ بدست آمده‌است و کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد در سطح اطمینان ۹۹٪ این فرضیه تأیید می‌شود یعنی مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت تأثیر دارد. حال به سراغ جهت و معنادار بودن این فرضیه می‌رویم. با توجه به علامت مسیر در فرضیه و نیز شدت مدیریت کیفیت جامع به اندازه ۰/۳۶۸ بر روی عملکرد شرکت، شدت تأثیر و نیز علامت تأثیر مثبت می‌باشد. بنابراین مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت می‌باشد. با توجه به مقدار Tvalue که ۴/۸۴۳ بدست آمده‌است و این مقدار خارج از بازه (+۱/۹۶ و -۱/۹۶) می‌باشد و نیز مقدار sig که ۰/۰۰۰ بدست آمده‌است و کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد در سطح اطمینان ۹۹٪ این فرضیه تأیید می‌شود یعنی گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد. از سوی دیگر با توجه به علامت مسیر در فرضیه و نیز شدت گرایش به کارآفرینی به اندازه ۰/۴۸۹ بر روی عملکرد شرکت، شدت تأثیر و نیز علامت تأثیر مثبت می‌باشد. بنابراین گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

تأیید این فرضیه نشان‌دهنده این است که مدیریت کیفیت جامع به یک سیستم مفید برای بهبود در عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط و رضایت کلی مشتریان تبدیل شده‌است. مدیریت کیفیت

مدیریت کیفیت جامع ← عملکرد شرکت
گرایش به کارآفرینی ← عملکرد شرکت

۵- بحث و نتیجه گیری

امروزه ظهور بازارهای رقابتی و لزوم بر رشد و توسعه اقتصادی شرکت‌ها موجب توجه خاص جوامع بر عملکرد شرکت‌ها شده‌است.

این پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌ها باید همیشه توجه داشته‌باشند که قبل از برنامه‌ریزی برای اجرای هر استراتژی یا شیوه‌های جدید، آن‌ها باید فرهنگ حمایت‌کنندگی را توسعه داده و مورد توجه قرار دهند. بدون یک فرهنگ حمایتی، هرگونه تغییر سازمانی می‌تواند یک شکست منجر شود. در محیط کسب و کار جهانی امروز، هر استراتژی که می‌خواهد اجرایی شود، باید با هدف اصلی خود یعنی رضایت مشتریان تطابق داشته‌باشد. در مقایسه با سازمان‌های بزرگ، شرکت‌های کوچک و متوسط دارای ساختار سازمانی تخت و با حداقل بوروکراسی هستند که این امر تأثیر مثبتی بر انعطاف‌پذیری، سازگاری و سرعت در پاسخ دادن به تغییرات محیطی و ایجاد یک فرهنگ حمایتی دارد. علاوه بر این، روابط بین مدیریت کیفیت، استراتژی کارآفرینی و عملکرد می‌تواند در طول زمان تغییر و تکامل یابد، به‌ویژه هنگامی که این پویایی شامل مجموعه وسیعی از عوامل رفتاری، سازمانی و محیطی است که ممکن است همه آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. گرایش به کارآفرینی به همراه مدیریت کیفیت جامع، شرکت‌های کوچک و متوسط را قادر می‌سازد تا الگوهای مختلف کسب و کار و شرایط و چشم‌اندازهای رشد را کشف کنند که منجر به ایجاد طرح‌های استراتژی جدیدی شده و منجر به تولید مزایای رقابتی گردیده و موقعیت سازمان‌ها را برای رقابت حفظ کرده و در نهایت منجر به عملکرد بهتر شرکت‌ها می‌گردد. در مجموع می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که مدیریت کیفیت جامع و گرایش به کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط برای بهبود عملکرد ضروری هستند.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای ذیل را به مدیران می‌توان ارائه کرد:

۱. انتخاب مدیرانی با مشخصات کارآفرینی که در ایجاد نوآوری ریسک‌پذیر هستند و همچنین مدیریت کیفیت را اتخاذ کنند.
۲. از طریق دوره‌های آموزشی، مدیران با مبانی نظری گرایش به کارآفرینی و استراتژی مدیریت کیفیت جامع بیشتر آشنا شوند.

جامع به عنوان مفهومی مشتری‌گرا است که ارتباط مستحکمی با عملکرد شرکت‌ها برقرار می‌کند چرا که عملکرد نیز دارای بعدی مهم به اسم رضایت مشتری است که در نهایت هدف آن به دنبال رقابت‌پذیری و عملکرد بهتر می‌باشد. در واقع در صورتی که دو مقوله مدیریت کیفیت جامع و عملکرد در کنار هم مورد توجه قرار گیرند با افزایش کیفیت محصولات، خدمات و فرآیندها در سازمان، توان رقابتی دائمی و رو به بهبود مستمری را بوجود می‌آورد.

یافته‌های حاصل از بررسی فرضیه دوم پژوهش نشان داد که گرایش به کارآفرینی با ضریب مسیر ۰/۴۸۹ تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش‌های مبارکی و همکاران (۱۳۹۱)، حسینی مقدم و حجازی (۱۳۹۳)، کریمی و رحمانی (۱۳۹۴)، جعفری‌نیا و همکاران (۱۳۹۸)، الجفیری و السویدی (۲۰۱۶) و رضایی و اورت (۲۰۱۸) هماهنگ و هم‌سو است. نتایج پژوهش‌های مذکور نیز نشان‌دهنده این بود که گرایش به کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد.

تأیید این فرضیه نشان‌دهنده این است که شرکت‌ها نیازمند سیستمی هستند که گرایش به کارآفرینی را پشتیبانی کند. به عبارت دیگر، اگر گرایش به کارآفرینی به سمت توسعه توانایی‌های نوآورانه فعالیت کند و از سوی دیگر این که شرکت‌های کوچک و متوسط شرکت‌های کارآفرین محسوب می‌گردند، این شرکت‌ها باید منابع خود را به سمت ابعاد کارآفرینی مثل نوآوری، پیشگامی، استقلال، رقابت تهاجمی و ریسک‌پذیری هدایت کنند تا از این طریق عملکرد شرکت‌ها ارتقاء یابد.

در واقع نتایج این پژوهش می‌تواند به متخصصین، مدیران و تصمیم‌گیرندگان کمک کند تا عملکرد شرکت خود را از طریق اجرای مدیریت کیفیت جامع به عنوان یک نتیجه از ویژگی‌های کارآفرینی افزایش دهند. به عبارت ساده‌تر، مدیریت کیفیت جامع می‌تواند به شرکت‌های با گرایش به کارآفرینی کمک کند تا مزیت رقابتی بدست آورند و سازمان را از رقبای خود متمایز کند و موقعیت بازار خود را ارتقاء ببخشند. مهم‌تر این که یافته‌های

۳. باید به افزایش ارتباط بین دانشگاه و صنعت از طریق انتقال دانش از مزایای گرایش به کارآفرینی برای ایجاد نوآوری استفاده کرد. دانشگاهیان می‌توانند ابتکارات مختلفی را برای ارتقاء یک نگرش کارآفرینانه در کارکنان و شرکت‌ها اتخاذ کنند.
۴. پژوهش حاضر را می‌توان در سازمان‌های خدماتی نیز پیاده‌سازی کرد.
۵. این پژوهش در بین شرکت‌های کوچک و متوسط صورت گرفته‌است و می‌تواند در آینده بر روی شرکت‌های بزرگ صنعتی انجام گیرد.
۶. از لحاظ مورد مطالعه در بین شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توان این پژوهش را روی یک صنعت خاص مثلاً مواد غذایی یا الکترونیک انجام داد.
۷. به محققان آتی پیشنهاد می‌گردد که با توجه به وجود ادبیات پژوهش در ارتباط بین گرایش به کارآفرینی و مدیریت کیفیت جامع، تأثیر گرایش به کارآفرینی بر مدیریت کیفیت جامع را مورد تحلیل قرار دهند.

سپاسگزاری

IRM ...

مراجع

1. Singh, R.K. (2011). Analyzing the interaction of factors for success of total quality management in SMEs. *Asian Journal on Quality*, 12(1), 6-19.
2. Ribeiro, F. L. & Fernandes, M. T. (2010). Exploring agile methods in construction small and medium enterprises: a case study. *Journal of Enterprise Information Management*, 23(2), 161-180.
3. Bajaj, SH., Garg, R. & Sethi, M. (2018). Total quality management: A critical literature review using Pareto analysis. *The Journal of Productivity and Performance Management*, 67(1), 128-154.
4. Altinay, L. & Wang, C. The influence of an entrepreneur's socio cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(4), 673-694.
5. Fayolle, A., Basso, O. & Bouchard, V. (2010). Three levels of culture and firms Entrepreneurial orientation: A research agenda. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 22(7-8), 707-730.
6. Fernandez, E., Antelo, S., Lopez, V., Rey, M. & Jardon, C.M. (2018). Firm and industry effects on small, medium-sized and large firm performance. *Business Research Quarterly*, 21(4), 1-11.
7. Sahoo, S. & Yadav, S. (2017). Entrepreneurial orientation of SMEs, total quality management and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology*, 28(7), 892-912.
8. Rasheed, M.A., Shahzad, KH., Conroy, CH., Nadeem, S. & Siddique, M.U. (2017). Exploring the role of employee voice between high-performance work system and organizational innovation in small and medium enterprises.

- Journal of Small Business and Enterprise Development, 24(4), 670-688.
9. Soto-Acosta, P., Popa, S. & Palacios-Marques, D. (2016). E-Business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: an empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*, 22(6), 885-904.
10. Makanyeza, CH. & Dzvukeye, G. (2015). The influence of innovation on the performance of small and medium enterprises in Zimbabwe. *Journal of African Business*, 16(1-2), 198-214.
11. Assarlind, M. & Gremyr, I. (2014). Critical factors for quality management initiatives in small- and medium- sized enterprises. *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(4), 397-411.
۱۲. نکوئی زاده، م. و گل محمدی، ع. (۱۳۹۵). رابطه قابلیت های بازاریابی و عملکرد شرکت های بیمه شهر ایلام با توجه به نقش میانجی کیفیت خدمات. مدیریت استاندارد و کیفیت. سال ۶، شماره ۲، ۷۰-۸۲.
13. Lu, CH. & Yang, CH. (2010). Logistics service capabilities and firm performance of international distribution center operators. *The Service Industrial Journal*, 30(2), 281-298.
۱۴. مهدی زاده، م. و طالقانی، م. (۱۳۹۴). قابلیت محوری، راهبرد رقابتی و عملکرد شرکت های کوچک و متوسط ساختمانی. فرآیند مدیریت و توسعه، دوره ۲۸، شماره ۴، ۱۰۹-۱۳۸.
۱۵. مروتی شریف آبادی، ع. زنجیرچی، س. م. و اسدیان اردکانی، ف. (۱۳۹۳). مدیریت کیفیت و بهره وری. چاپ کنکاش، انتشارات دانشگاه یزد.
۱۶. شاهین، آ. (۱۳۹۵). مدیریت کیفیت فراگیر. چاپ نگار، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
17. Jayaram, J., Ahire, S.L. & Dreyfus, P. (2010). Contingency relationships of firm size, TQM duration, unionization and industry context on TQM implementation – a focus on total effects. *Journal of Operations Management*, 28(4), 345-356.
18. Shirkova, G., Bogatyreva, K., Beliaeva, T. & Puffer, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in different environmental settings: Contingency and configurational approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 703-727.
۱۹. اتقی زاده، ر. و فکرت، م. (۱۳۹۵). تأثیر گرایش به کارآفرینی و عملکرد مالی بنگاه های کوچک و متوسط استان آذربایجان غربی. فصلنامه مجلس و راهبرد، سال ۲۳، شماره ۸۸، ۲۳۱-۲۵۲.
۲۰. زارعی، ع. و شعبانی، ع. (۱۳۹۵). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار منتج از ظرفیت جذب و آشفستگی بازار. دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ۸، شماره ۱۵، ۱۰۹-۱۳۱.
21. Chen, H.L. & Hsu, CH. (2013). Entrepreneurial orientation and firm performance in non-profit service organizations: contingent effect of market orientation. *The Service Industries Journal*, 33(5), 445-466.
22. Hughes, M. & Morgan, R.E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651-661.
۲۳. عسگری، م. ر. و دادرسی، ع. ر. (۱۳۹۷). اثر کارکردهای مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری.

مدیریت استاندارد و کیفیت، سال ۸، شماره ۲، ۲۷-۳۰.

24. Lee, T. & Chu, W. (2017). The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance: Influence of family governance. *Journal of Family Business Strategy*, 8(4), 213-223.
25. Au, E., Qin, X. & Zhang, Z. (2017). Beyond personal control: When and how executives beliefs in negotiable fate foster entrepreneurial orientation and firm performance. *Organizational Behavior and Human Decision*, Vol.143, 69-84.
26. Vendenberg, R. J. (2006). Software Review: Mplus 3.0. *Organizational Research Methods*, 9(3), 408-412.
۲۷. جعفری نیا، س.، نورعلی، م.ر. و رزم آور، ت. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و قابلیت های پویا بر عملکرد شرکت با نقش میانجی گری دوسوتوانی. مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، سال ۲، شماره ۳، ۱۱۹-۱۴۲.
۲۸. حسینی مقدم، م. ر. و حجازی، ر. (۱۳۹۳). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد بانک ها با متغیر میانجی بازارگرایی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۲، ۲۱۱-۲۲۹.
۲۹. دیانتهی دبلمی، ز. و پورچنگیز، م. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر بکارگیری مدل مدیریت کیفیت جامع بر روند عملکرد مالی شرکت. پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۸، شماره ۳، ۱۱۳-۱۳۱.
۳۰. کریمی، آ. و رحمانی، س. (۱۳۹۴). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارها با میانجی گری فرآیند خلق دانش. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۵، شماره ۳، ۱۷۱-۱۴۳.
۳۱. مبارکی، م.ح.، زالی، م.ر.، عبدالوهاب، س. و مقیمی اسفندیاری، ح. (۱۳۹۱). اثر گرایش کارآفرینانه بر اساس مدل لامپکین و دس بر عملکرد شرکت های بیمه خصوصی در ایران. پژوهشنامه بیمه، سال ۲۷، شماره ۳، ۷۱-۹۵.
۳۲. نصراللهی، م.، فتحی، م.ر. و نظری، ح. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد مالی شرکت های صنعتی البرز استان قزوین: نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری. بررسی های بازرگانی، دوره ۱۴، شماره ۸۱، ۴۳-۶۲.
33. Al-Dhaafri, H.S. & Al-Swidi, A. (2016). The impact of total quality management and entrepreneurial orientation on organizational performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(5), 597-614.
34. Muthe'n, L. K., & Muthe'n, B. O. (1998–2017). *Mplus user's guide* (8th ed.). Los Angeles, CA: Author.
35. Rezaei, J. & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, 41(7), 878-900.
36. Sadikoglu, E. & Zehir, C. (2010). Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 127(1), 13-26.
37. Thai, V. & Jie, F. (2018). "The impact of total quality management and supply chain integration on firm performance of container shipping companies in Singapore". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(3), 605-626.



Analysing the Impact of Total Quality Management and Entrepreneurial Orientation on Performance of SMEs

E. Masoudi

1. M.Sc., Department of Quality Management Research, University of Isfahan, Isfahan, Iran

*Corresponding author Email: ehsanma74@yahoo.com

Abstract: The purpose of present research was to consider analysing the impact of Total Quality Management and Entrepreneurial Orientation on Performance of SMEs. This Practical research was done by using descriptive- correlation method. The statistical population of the study consisted of 460 managers of SMEs in Jay Isfahan industrial town. 210 managers determined randomly as the sample size by Krejcie and Morgan Table. To collect data, three questionnaires of Total Quality Management of Jayaram(2010), Entrepreneurial Orientation of Hughes and Morgan(2007),and Firm Performance of Sahoo and Yadav(2017) were used. The validity of the questionnaires was confirmed by the content validity and validity of the structure and its reliability was achieved by cronbach'salpha method of 0/819,0/822,and0/886, respectively. The data was analyzed by structural equation modeling in MPLUS advanced software. The research findings showed that total quality management and Entrepreneurial Orientation have a positive and meaningful effect on Firm Performance. According to the results, Total Quality Management and Entrepreneurial Orientation has a great influence to improve the performance in SMEs.

Keywords: Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation, Firm Performance, SMEs