

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علوم اقتصادی و اداری

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد در رشته مدیریت صنعتی گرایش تولید و عملیات

موضوع:

یکپارچگی TQM و SCM (SCQM) و تاثیر آن بر عملکرد
سازمان با رویکرد فازی
(شاهد تجربی: صنعت ریخته گری قطعات خودرویی ایران)

استاد راهنما:

دکتر حسنی آقاجانی

استاد مشاور:

دکتر عبدالحمید صفائی قادیکلائی

نام دانشجو:

کاظم روانستان

بهمن ۱۳۹۰

سپاسگزاری:

بر خود لازم می دانم تا از مساعدت اساتید محترم راهنما و مشاور جناب آقای دکتر آفاجانی و جناب آقای دکتر صفائی قادیکلایی که در راستای تدوین این پایان نامه مرا یاری نموده اند بی نهایت تشکر و قدردانی نمایم. همچنین از سایر دوستان و همکاران گرامی که هر کدام به نحوی زمینه تدوین این پایان نامه را برای اینجانب فراهم کردند کمال تشکر و امتنان را دارم.

تقدیم به:

همسر مهربانم دریای بی کران مهرورزی، عطوفت و محبت، صبر و گذشت و دختر عزیزم به پاس عاطفه
سرشار و امید بخش وجودش که همواره مشوق و پشتیبان من بوده اند.

چکیده:

مدیریت کیفیت جامع در جهت دستیابی به رضایت مشتریان و برآورده ساختن نیاز آنها با رویکرد بهبود مستمر و بواسطه مشارکت کارکنان در عصر جدید مورد توجه محققان زیادی قرار گرفته است. بعلاوه مدیریت زنجیره تامین به منظور هماهنگ سازی اعضای زنجیره تامین کالا از تامین کننده اولیه تا مشتری نهایی دارای اهمیت ویژه ای می باشد. مدل مفهومی تحقیق حاضر از ادغام چندین مدل حاصل شده است. جامعه آماری این تحقیق نیز شرکت های تولید کننده قطعات خودرو به روش ریخته گری در ایران بوده که با تجزیه و تحلیل های آماری و استفاده از رویکرد فازی، فرضیه های مدل مفهومی مورد آزمایش قرار گرفتند. یافته های ناشی از این تحقیق نشان داد که رویکردهای مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین با یکدیگر دارای همبستگی مثبت بوده و هر یک نیز بر عملکرد سازمانی تاثیر گذار است. بنابراین سازمان ها باید در جهت دست یافتن به مزیت های رقابتی نسبت به رقبای خود این رویکردها را در سازمان مستقر نموده تا به منفعت های ناشی از آنها دست یابند.

واژه های کلیدی

مدیریت کیفیت جامع، مدیریت زنجیره تامین، مدیریت کیفیت زنجیره تامین، عملکرد سازمان.

فهرست مطالب

| صفحه | عنوان |
|--------|------------------------------|
| ۵ | چکیده |
| | فصل اول - کلیات |
| ۱-۱-۱ | مقدمه |
| ۲-۱ | اهمیت موضوع |
| ۳-۱ | بیان مسئله |
| ۴-۱ | مدل مفهومی |
| ۵-۱ | اهداف تحقیق |
| ۵-۱-۱ | هدف اصلی |
| ۵-۱-۲ | اهداف فرعی |
| ۵-۱-۳ | هدف کاربردی |
| ۶-۱ | فرضیات تحقیق |
| ۶-۱-۱ | فرضیه های اصلی |
| ۶-۱-۲ | فرضیه های فرعی |
| ۷-۱ | قلمرو تحقیق |
| ۷-۱-۱ | قلمرو موضوعی |
| ۷-۱-۲ | قلمرو زمانی |
| ۷-۱-۳ | قلمرو مکانی |
| ۸-۱ | تعریف واژه ها و اصطلاحات |
| ۸-۱-۱ | مدیریت کیفیت جامع |
| ۸-۱-۲ | مدیریت زنجیره تامین |
| ۸-۱-۳ | مدیریت کیفیت زنجیره تامین |
| ۸-۱-۴ | عملکرد سازمان |
| ۹-۱ | محدودیت های تحقیق |
| | فصل دوم - ادبیات نظری |
| ۱۱ | بخش اول - مبانی نظری |
| ۱۱-۱-۱ | مقدمه |
| ۱۱-۱-۲ | کیفیت |

| | |
|----|---|
| ۱۳ | ۳-۱-۲ مدیریت کیفیت جامع |
| ۱۶ | ۴-۱-۲ مدیریت زنجیره تامین |
| ۱۹ | ۵-۱-۲ مدیریت کیفیت زنجیره تامین |
| ۲۳ | ۶-۱-۲ عملکرد سازمان |
| ۲۴ | ۷-۱-۲ مدل مفهومی تحقیق |
| ۲۵ | ۱-۷-۱-۲ کارکردهای مدیریت کیفیت جامع |
| ۲۵ | ۱-۱-۷-۱-۲ رهبری مدیریت ارشد |
| ۲۷ | ۲-۱-۷-۱-۲ تمرکز روی مشتری |
| ۲۹ | ۳-۱-۷-۱-۲ بهبود مستمر |
| ۳۰ | ۴-۱-۷-۱-۲ آموزش |
| ۳۱ | ۵-۱-۷-۱-۲ داده و گزارش کیفیت |
| ۳۱ | ۶-۱-۷-۱-۲ مشارکت کارکنان |
| ۳۲ | ۷-۱-۷-۱-۲ مدیریت فرآیند |
| ۳۳ | ۸-۱-۷-۱-۲ مدیریت کیفیت تامین کننده |
| ۳۵ | ۹-۱-۷-۱-۲ طراحی محصول / خدمت |
| ۳۵ | ۲-۷-۱-۲ مولفه های مدیریت زنجیره تامین |
| ۳۵ | ۱-۲-۷-۱-۲ مشارکت تامین کننده |
| ۳۷ | ۲-۲-۷-۱-۲ انتخاب تامین کننده |
| ۳۸ | ۳-۲-۷-۱-۲ توسعه تامین کننده |
| ۳۸ | ۴-۲-۷-۱-۲ مشارکت مشتری |
| ۳۹ | ۳-۷-۱-۲ فرضیات مدل تحقیق |
| ۴۸ | ۸-۱-۲ عناصر و متغیرهای مدل مفهومی |
| ۴۸ | ۹-۱-۲ خلاصه بخش اول |
| ۵۰ | بخش دوم - پیشینه تحقیق |
| ۵۰ | ۱-۲-۲ مقدمه |
| ۵۱ | ۲-۲-۲ سابقه تحقیقات مشابه |
| ۵۸ | ۳-۲-۲ خلاصه بخش دوم |
| | فصل سوم - روش شناسی تحقیق |
| ۶۰ | ۱-۳ مقدمه |
| ۶۱ | ۲-۳ روش تحقیق |

| | |
|----|--|
| ۶۲ | ۳-۳- جامعه آماری |
| ۶۲ | ۳-۴- نمونه آماری و روش انتخاب آنها |
| ۶۲ | ۳-۵- ابزار و مقیاس اندازه گیری داده ها |
| ۶۳ | ۳-۶- روش جمع آوری داده ها |
| ۶۳ | ۳-۷- روش تجزیه و تحلیل داده ها |
| ۶۳ | ۳-۸- روایی یا اعتبار |
| ۶۴ | ۳-۹- پایایی یا قابلیت اعتماد |
| ۶۴ | ۳-۱۰- نحوه استفاده از منطق فازی |
| ۶۴ | ۳-۱۰-۱- تعاریف |
| ۶۵ | ۳-۱۰-۲- برخی روابط در محیط فازی |
| ۶۶ | ۳-۱۰-۳- فازی نمودن پرسشنامه |
| ۶۷ | ۳-۱۱- خلاصه فصل سوم |

فصل چهارم- تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات

| | |
|----|---|
| ۶۸ | ۴-۱- مقدمه |
| ۶۹ | ۴-۲- اطلاعات جمعیت شناختی در نمونه مورد بررسی |
| ۶۹ | ۴-۲-۱- مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر جنسیت |
| ۷۰ | ۴-۲-۲- مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر تحصیلات |
| ۷۱ | ۴-۲-۳- مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر سن |
| ۷۲ | ۴-۲-۴- مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر سابقه کار |
| ۷۳ | ۴-۳- اعتبار و قابلیت اعتماد (روایی و پایایی) ابزار اندازه گیری (پرسشنامه) |
| ۷۶ | ۴-۴- آزمون ضریب همبستگی متغیرها و رگرسیون چند متغیره با روش معادلات ساختاری |
| ۷۸ | ۴-۴-۱- شاخص های برازش مدل |
| ۸۰ | ۴-۴-۲- آزمون فرضیه های پژوهشی |
| ۸۸ | ۴-۴-۳- آزمون اثرات متغیرهای مشاهده شده بر متغیرهای پنهان در مدل ساختاری |
| ۸۹ | ۴-۵- خلاصه فصل چهارم |

فصل پنجم- یافته ها، بحث و نتیجه گیری

| | |
|----|---|
| ۹۰ | ۵-۱- مقدمه |
| ۹۱ | ۵-۲- مرور مختصر مسأله، اهداف و چگونگی اجرای تحقیق |
| ۹۲ | ۵-۳- یافته ها |
| ۹۳ | ۵-۴- بحث |

| | |
|-----|---|
| ۹۷ | ۵-۵- نتیجه گیری |
| ۹۸ | ۵-۶- برای تحقیقات آینده |
| ۱۰۰ | منابع و مأخذ |
| ۱۱۲ | پیوستها |
| ۱۱۳ | پیوست شماره یک- ابزار جمع آوری داده ها (پرسشنامه) |
| ۱۲۷ | پیوست شماره دو- خروجی نرم افزارهای SPSS و Amos |

فهرست شکل ها

| شکل | صفحه |
|--|------|
| شکل ۱-۱- مدل مفهومی پژوهش..... | ۶ |
| شکل ۱-۲- مدل مفهومی پژوهش..... | ۲۵ |
| شکل ۱-۳- منطق فازی مثلثی..... | ۶۵ |
| شکل ۲-۳- منطق فازی ذوزنقه ای..... | ۶۵ |
| شکل ۱-۴- مدل معادلات ساختاری در فضای Amos..... | ۷۷ |

فهرست جدول ها

| صفحه | جدول |
|------|--|
| ۴۸ | جدول ۱-۲- عناصر و متغیرهای مدل مفهومی..... |
| ۵۸ | جدول ۲-۲- شرح مختصر از تحقیقات انجام شده..... |
| ۶۶ | جدول ۱-۳- شکستن طیف سوالات پرسش نامه بر اساس منطق فازی..... |
| ۶۹ | جدول ۱-۴- توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان..... |
| ۷۰ | جدول ۲-۴- توزیع فراوانی مربوط به سطوح تحصیلات پاسخ دهندگان..... |
| ۷۱ | جدول ۳-۴- توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان..... |
| ۷۲ | جدول ۴-۴- توزیع فراوانی مربوط به سابقه کار پاسخ دهندگان..... |
| ۷۷ | جدول ۵-۴- معرفی متغیرها در مدل معادلات ساختاری..... |
| ۷۹ | جدول ۶-۴- خروجی نرم افزار آموس- وزن های استاندارد رگرسیون..... |
| ۸۳ | جدول ۷-۴- خروجی نرم افزار آموس- همبستگی..... |
| ۸۸ | جدول ۸-۴- خروجی نرم افزار آموس- اثرات متغیرهای مشاهده شده بر متغیرهای پنهان..... |
| ۹۴ | جدول ۱-۵- مقایسه (تفاوتها و شباهتها) تحقیق حاضر با پژوهشهای قبلی انجام شده..... |

فهرست طیف ها و نمودارها

| نمودار | صفحه |
|---|------|
| نمودار ۴-۱- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر جنسیت پاسخ دهندگان..... | ۷۰ |
| نمودار ۴-۲- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر سطوح تحصیلات پاسخ دهندگان..... | ۷۱ |
| نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر سن پاسخ دهندگان..... | ۷۲ |
| نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر سابقه کار پاسخ دهندگان..... | ۷۳ |

فصل اول - کلیات

۱-۱- مقدمه

مدیریت کیفیت جامع^۱ یکی از مشهورترین و پایدارترین مفهومی مدیریت مدرن است. این جایگاه در توسعه آن در طول زمان شکل گرفته است که از سال ۱۹۲۰ مراحل کنترل کیفیت، تضمین کیفیت و کنترل کیفیت جامع را پیموده است (قبادیان و گالیر^۲، ۲۰۰۱). تحقیق در مورد مدیریت کیفیت اغلب بر روی دیدگاه های داخلی کیفیت در مقابل دیدگاه های خارجی آن صورت گرفته است. دیدگاه های داخلی تمرکز بر روی فرآیند می کند و دیدگاه خارجی بر روی مشتری تمرکز می کند (فستر^۳، ۲۰۰۸). به طور سنتی، تمرکز زنجیره تامین روی عوامل خاص نظیر خرید، تولید و ارسال برای پشتیبانی عملیات لجستیک بود. محیط رقابتی قرن ۲۱ به کاهش هزینه، افزایش کارایی، سطوح بالای خدمت دهی، پاسخگویی سریع و کیفیت بالای محصولات و خدمات نیاز دارد (لین^۴ و همکاران، ۲۰۰۵).

مدیریت کیفیت جامع یک برنامه تولیدی در جهت بهبود مستمر و حفظ کیفیت محصولات و فرآیندها به وسیله تاکید کردن روی درگیری مدیریت، نیروی کار، تامین کنندگان و مشتریان در جهت برآورده کردن انتظارات زیاد

¹Total Quality Management (TQM)

²Ghobadian and Gallear

³Foster

⁴Lin

مشتریان است (دین و باون^۵؛ هاگمن و واگمن^۶؛ پاول^۷، ۱۹۹۵). در واقعیت رقابت سخت جهانی، اصول و تکنولوژی های مدیریت زنجیره تامین^۸ به عنوان یک ابزار برای دستیابی به تعالی کسب و کار در مرکز قرار گرفته است. این جنبش مدیریت زنجیره تامین شامل ابتکارات مدیریت کیفیت به علاوه پشتیبانی این مفهوم می شود که کیفیت محصول فقط یک جنبه از برنامه های بهبود کیفیت مستمر کیفیت گرا است که منجر به رهبری رقابتی می شود (راینسون و مالهورتر^۹، ۲۰۰۵).

در این فصل از تحقیق، به بیان اهمیت موضوع تحت پژوهش، مساله اصلی تحقیق و ضرورت انجام آن، مدل مفهومی تحقیق، اهداف تحقیق، فرضیه ها و متغیرهای مطرح شده در تحقیق، قلمرو تحقیق، واژه ها و اصطلاحات فنی و عملیاتی و محدودیت های تحقیق پرداخته می شود.

۱-۲- اهمیت موضوع

تحقیقات علمی در رابطه با مدیریت کیفیت بیش از ۲۰ سال است که مطرح شده است. این تحقیقات کارکردهای مدیریت کیفیت را تعریف و اندازه گیری کرده اند. مطالعات متعددی نیز روابط بین کارکردهای مدیریت کیفیت را با جنبه های مختلف عملکرد شرکت مورد بررسی قرار داده است. به طور کلی دو کارکرد مدیریت کیفیت یعنی مدیریت کیفیت تامین کننده و تمرکز روی مشتری، مدیریت کیفیت را به زنجیره تامین توسعه می دهند (کاپناک و هارتلی^{۱۰}، ۲۰۰۸). به طور سنتی، تمرکز زنجیره تامین روی عوامل خاص نظیر خرید، تولید و ارسال برای پشتیبانی عملیات لجستیک بود. محیط رقابتی قرن ۲۱ به کاهش هزینه، افزایش کارایی، سطوح بالای خدمت دهی، پاسخگویی سریع و کیفیت بالای محصولات و خدمات نیاز دارد (لین و همکاران، ۲۰۰۵). تحقیق در مورد مدیریت کیفیت اغلب روی دیدگاه های داخلی کیفیت در مقابل دیدگاه های خارجی آن صورت گرفته است. دیدگاه های داخلی تمرکز بر روی فرآیند می کند و دیدگاه خارجی بر روی مشتری تمرکز می کند (فستر، ۲۰۰۸). رقابت تجاری اکنون به صورت زنجیره های تامین وجود دارد که سعی می شود تا مزایایی بیش از رقابت در زنجیره های تامین بدست آید. این سطح از رقابت به سطح بیشتری از همکاری در میان زنجیره ها، شبکه های تامین کنندگان، توزیع کنندگان و مشتریان نیاز دارد (فاوست^{۱۱} و همکاران،

⁵Dean and Bowen

⁶Hackman and Wageman

⁷Powell

⁸Supply chain management (SCM)

⁹Robinson and Malhotra

¹⁰Kaynak and Hartley

¹¹Fawcett et al.

۲۰۰۶). مدیریت زنجیره تامین شامل همکاری شرکت ها برای بهبود کارایی عملیاتی می شود (باورسکس^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۷). مدیریت کیفیت زنجیره تامین^{۱۳} نیز به عنوان یک رویکرد سیستمی تعریف می شود که حاصل یکپارچگی یا به عبارت دیگر استقرار همزمان مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین است و برای بهبود عملکرد سازمان ها فرصت های ایجاد شده به وسیله ارتباطات پایین دست و بالادست با تامین کنندگان و مشتریان را اعمال می کند (فستر، ۲۰۰۸).

۱-۳- بیان مسئله

سابقاً تمرکز زنجیره های تامین، روی عواملی نظیر خرید، تولید و ارسال برای پشتیبانی عملیات لجستیک بود. محیط رقابتی قرن ۲۱ نیاز دارد به تحویل هزینه، کارایی، سطوح خدمات بالا، پاسخ سریع و کیفیت بالای محصولات و خدمات. مدیریت موثر تکنولوژی و کیفیت کلیدی است برای افزایش کیفیت و ارتقاء موقعیت رقابتی در محیط جهانی امروزی (لین و همکاران، ۲۰۰۵). یک اشتراکی بین مدیریت زنجیره تامین و کارکردهای مدیریت کیفیت وجود دارد (کانان و تان^{۱۴}، ۲۰۰۵؛ رابینسون و مالهوترا، ۲۰۰۵؛ کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸) به طوری که دو کارکرد مدیریت کیفیت یعنی مدیریت کیفیت تامین کننده و تمرکز مشتری، مدیریت کیفیت را به زنجیره تامین گسترش دادند (کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸). برنامه های سنتی کیفیت بر روی رویکردهایی نظیر مدیریت کیفیت جامع، جایزه کیفیت ملی مالکوم بالدريج^{۱۵} و ISO 9001 (استاندارد سیستم مدیریت کیفیت بین المللی) تمرکز می کند و باید در حال حاضر به شکل زنجیره تامین تغییر شکل دهد تا در یک زمان روابط شرکاء زنجیره تامین مورد استفاده قرار گیرد (رابینسون و مالهوترا، ۲۰۰۵). کوئی و مادو^{۱۶} (۲۰۰۱) اظهار داشتند که تمرکز الگوی مبتنی بر کیفیت، از زمینه سنتی متمرکز بر شرکت به سیستم های زنجیره تامین کامل انتقال یافته است. در الگوی سنتی، شرکت ها در ارتباط با مباحث متمرکز بر شرکت نظیر قیمت، کیفیت محصول و زمان تحویل نگران بودند اما در الگوهای جدید کیفیت زنجیره تامین، روابط تامین کننده- مشتری و ایجاد محصولات با کیفیت به عنوان مباحث اصلی مورد نظر قرار می گیرند.

¹²Bowersox et al.

¹³Supply chain quality management (SCQM)

¹⁴Kannan and Tan

¹⁵MBNQA

¹⁶Kuei and Madu

همه اعضاء سازمان باید فرآیندهای کاری خود را درک کنند، اینکه مشتریانشان چه کسانی هستند، نیازها و انتظارات مشتریانشان چیست و چطور آن نیازها و انتظارات را با تامین کنندگان خود مرتبط سازند (آیو و چوی^{۱۷}، ۱۹۹۹). رضایت مشتریان نهایی نیز فقط زمانی می تواند حاصل گردد که کل زنجیره تامین متعهد، یکپارچه و هماهنگ شود تا کارکردهای منسجم و نوآور را دنبال نماید (سیمچی-لوی و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۰؛ رایینسون و مالهورا، ۲۰۰۵). کایناک و هارتلی اظهار داشتند که مدیران باید چشم انداز خودشان را آنسوی شرکت خودشان به سوی زنجیره تامین گسترش دهند تا کیفیت را مدیریت کنند. به هر حال برای اینکه این اتفاق بیفتد باید هر یک از شرکت های درون زنجیره تامین کارکردهای ارتباطی که بر اساس همکاری، ارتباطات و یکپارچگی مشارکتی است را توسعه دهند. این شامل فرآیندهای بهبود کیفیت رو به بالا و رو به پایین که باید یکپارچه شده می شود تا کیفیت خدمت و محصول برای مشتریان فراهم کند (کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸).

زنجیره سازندگان زنجیره مشتریان نیز تلقی می شود. هر مشتری به یک سازنده نیاز دارد و باید بتواند به طور دوجانبه و مستقیم با وی مذاکره کند. اگر دو طرف بتوانند مستقیماً با هم کار کنند این شانس وجود دارد که نیازها برآورده شوند. اگر هر مشتری زنجیره بتواند اطلاعاتی از سازنده دریافت کند که فراتر از انتظارات مشتری باشد مشتریان نهایی محصولاتی با کیفیت بالا دریافت خواهند کرد. مفهوم زنجیره مشتری کیفیت را به واقعیتی فردی برای همه تبدیل کرده است در ضمن کیفیت بدون برقراری رابطه ای منطقی با سازندگان ایجاد نمی شود زیرا سازنده بخشی از خط تولید است. تاکید بر کیفیت شامل دیگر شرکت های خارجی زنجیره نیز می شود استواری هر زنجیره ای به استحکام ضعیف ترین حلقه اتصال خود است. تامین کنندگان می بایستی با رعایت کیفیت، مواد مناسب را به موقع تحویل دهند تا هزینه نگهداری موجودی بیش از اندازه در انبارها ایجاد نشود (ویل^{۱۹}، ۱۳۸۱).

روابط قوی با تامین کنندگان بر پایه تعهد، همکاری و ارتباطات است (زو و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۰). بنابراین مدیریت روابط با تامین کنندگان کلیدی برای مدیریت زنجیره تامین ضروری است (ویکری و همکاران^{۲۱}، ۲۰۰۳؛ رایینسون و مالهورا، ۲۰۰۵؛ کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸). همکاری با تامین کنندگان عامل موفقیت بسیاری از ابتکارات کیفی که با مدیریت زنجیره تامین درگیر است، به شمار می رود. ویژگی های تامین کنندگان می تواند بر میزانی که این جو همکاری حاصل می شود تاثیر بگذارد (گونزالز-بنیتو و همکاران^{۲۲}، ۲۰۰۳).

¹⁷Au and Choi

¹⁸Simchi-Levi et al.

¹⁹Will

²⁰Zu et al.

²¹Vickery et al.

²²Gonzalez-Benito

محققان در مطالعات مختلف شاخص های عملکردی متنوعی را برای سازمان در نظر گرفته اند مانند شاخص عملکرد کیفیت، شاخص هزینه، تحویل، بهره وری و غیره. به عنوان مثال کاربرد گسترده ابزارها و تکنیک های کیفیت به عملکرد بهبود یافته کیفیت و کارایی و بهره وری بیشتر و در نتیجه عملکرد مالی و کسب و کار بهتر و رضایت بیشتر مشتری و مزیت رقابتی منجر شده است (زو و همکاران، ۲۰۱۰؛ کایناک، ۲۰۰۳؛ فلین و همکاران^{۲۳}، ۱۹۹۵؛ هندریکس و سینقال^{۲۴}، ۲۰۰۱).

بر اساس مدیریت استراتژیک، بازاریابی و ادبیات مدیریت عملیات، کایناک (۱۹۹۷) سه بعد از عملکرد شرکت را شناسایی و معتبرسازی نمود. شاخص های عملکرد مالی و تجاری شامل برگشت سرمایه، رشد فروش، رشد سودآوری، سهم بازار و رشد سهم بازار. شاخص ها برای عملکرد کیفیت، کیفیت محصول / خدمت، بهره وری، هزینه برگشتی و دوباره کاری، زمان سفارش تا تحویل مواد خریداری شده و زمان تحویل محصولات / خدمات تمام شده (نهایی) به مشتری هستند. دو شاخص عملکرد مدیریت موجودی گردش مواد خریداری شده و گردش کل موجودی است. عملکرد کیفیت عملکرد مالی و تجاری را بهبود می دهد و ادبیات چندین تفسیر برای این اثرات ارائه کرده است. اول اینکه شرکت برای تحویل محصولات و خدمات با کیفیت صاحب شهرت و خوشنامی می شود و کسب تقاضا می تواند کاهش یابد که این به نوبه خود می تواند شرکت را قادر سازد قیمت های بالاتری را ارائه داده و سودآوری بالاتری را بدست آورد (شتی^{۲۵}، ۱۹۸۸). دوم اینکه بهبود کیفیت محصول بوسیله کاهش ضایعات و بهبود کارایی بازگشت دارایی ها را افزایش می دهد (هندفاید و همکاران^{۲۶}، ۱۹۹۸). که سودآوری را افزایش می دهد (کایناک، ۲۰۰۳). سوم اینکه کاهش دوباره کاری، برگشتی کمتر و بهبود بهره وری ساختار هزینه یک شرکت را کاهش می دهد و شرکت را قادر می سازد تا قیمت های پایین تری را برای محصولات و خدمات بدون ضربه خوردن به حاشیه سود ارائه نماید (کایناک، ۲۰۰۳). قیمت های پایین تر می تواند سهم بازار و فروش را افزایش دهد (کایناک، ۲۰۰۳؛ دمنینگ^{۲۷}، ۱۹۸۶؛ مانی و همکاران^{۲۸}، ۱۹۹۴؛ رید و همکاران^{۲۹}، ۱۹۹۶). در نهایت اینکه بهبود در کیفیت منجر به مشتریان راضی تر با وفاداری بالاتری می شود و فروش را افزایش می دهد (چوی و ابوچ^{۳۰}، ۱۹۹۸؛ کایناک، ۲۰۰۳؛ آهایر و دریفیوس^{۳۱}، ۲۰۰۰، ۲۰۰۱؛ هندفاید و همکاران، ۱۹۹۸) و وضعیت رقابتی را ارتقاء می دهد (کایناک، ۲۰۰۳؛ آکر و جکوبسون^{۳۲}،

²³Flynn et al.

²⁴Hendricks and Singhal

²⁵Shetty

²⁶Handfield et al.

²⁷Deming

²⁸Maani et al.

²⁹Reedet al.

³⁰Choi and Eboch

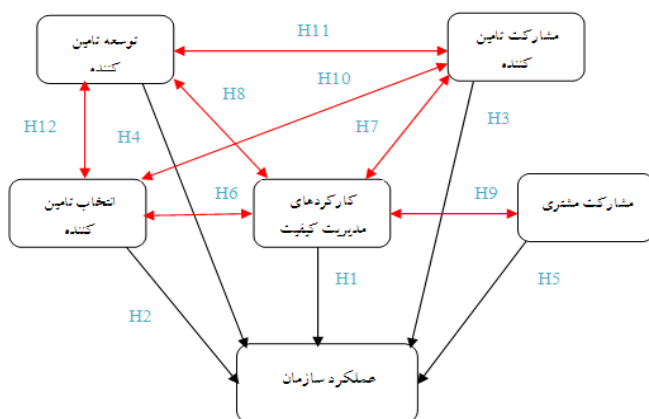
³¹Ahire and Dreyfus

³²Aaker and Jacobson

۱۹۹۴؛ فورنل و همکاران^{۳۳}، ۱۹۹۶). عملکرد کیفیت مرتبط با عملکرد مالی و تجاری بالاتر است. کیفیت می تواند رضایت مشتری را افزایش دهد، هزینه ها را کاهش دهد و منجر به حاشیه سود بیشتری شود (کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸؛ کایناک، ۲۰۰۳).

۱-۴- مدل مفهومی

پژوهش هایی که در زمینه مدیریت کیفیت زنجیره تامین انجام شده اند، از مدل ها و معیارهای مختلفی استفاده کرده اند (کایناک و هارتلی، ۲۰۰۸؛ سروف و کارکوچ^{۳۴}، ۲۰۰۸؛ پراجوگو و سوهال^{۳۵}، ۲۰۰۶؛ لین و همکاران، ۲۰۰۵؛ رابینسون و مالهورا، ۲۰۰۵؛ یونگ و همکاران^{۳۶}، ۲۰۰۳؛ ساراف و همکاران^{۳۷}، ۱۹۸۹؛ زو و همکاران، ۲۰۱۰؛ چوی و ابوچ، ۱۹۹۸؛ کایناک، ۲۰۰۳؛ سدیکلو و زهیر^{۳۸}، ۲۰۱۰؛ کانان و تان، ۲۰۰۵؛ آذر و احمدی کهن، ۱۳۸۲). برای انجام پژوهش حاضر، از یک مدل حاصل از ترکیب عناصر چند مدل استفاده شده است. در این مدل مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین به صورت همزمان در سازمان های مورد بررسی استقرار یافته است. این مدل، در شکل ۱-۱ نشان داده شده است.



شکل شماره ۱-۱- مدل مفهومی پژوهش

³³Fornell et al.

³⁴Sroufe and Curkovic

³⁵Prajogo and Sohal

³⁶Yeung et al.

³⁷Saraph et al.

³⁸Sadikoglu and Zehir

۱-۵- اهداف تحقیق

۱-۵-۱- هدف اصلی:

بررسی تاثیر یکپارچگی مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین بر عملکرد صنعت ریخته گری قطعات خودرو در ایران و تعیین اینکه آیا اگر مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین در سازمان ها مستقر گردند می توانند همزمان به ارتقاء انواع شاخص های عملکردی سازمان منجر شوند یا خیر.

۱-۵-۲- اهداف فرعی:

- و بررسی تاثیر اجزاء مدیریت کیفیت و زنجیره تامین بر عملکرد صنعت ریخته گری قطعات خودرو در ایران و تعیین اینکه آیا هر یک از اجزای مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین بر عملکرد سازمان موثرند یا خیر.
- و بررسی همبستگی بین اجزاء مدیریت کیفیت و زنجیره تامین در صنعت ریخته گری قطعات خودرو در ایران و تعیین نوع ارتباط آنها (مثبت یا منفی) و میزان همبستگی آنها.

۱-۵-۳- هدف کاربردی:

ارائه چارچوبی برای ارتقاء عملکرد سازمان با رویکرد مدیریت کیفیت زنجیره تامین برای صنعت ریخته گری قطعات خودرو که بسیاری از اجزاء آن قابل تعمیم به سایر صنایع و سازمان ها می باشد.

۱-۶- فرضیات تحقیق

۱-۶-۱- فرضیات اصلی:

H1: کارکردهای مدیریت کیفیت اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی دارد.

H2: انتخاب تامین کننده اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی دارد.

H3: مشارکت تامین کننده اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی دارد.

H4: توسعه تامین کننده اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی دارد.

H5: مشارکت مشتری اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی دارد.

۱-۶-۲- فرضیات فرعی:

H6: کارکردهای مدیریت کیفیت و انتخاب تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H7: کارکردهای مدیریت کیفیت و مشارکت تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H8: کارکردهای مدیریت کیفیت و توسعه تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H9: کارکردهای مدیریت کیفیت و مشارکت مشتری با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H10: انتخاب تامین کننده و مشارکت تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H11: مشارکت تامین کننده و توسعه تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

H12: انتخاب تامین کننده و توسعه تامین کننده با هم همبستگی مثبت معناداری دارند.

۱-۷-۲- قلمرو تحقیق

۱-۷-۱- قلمرو موضوعی

قلمرو موضوعی این تحقیق شامل کارکردهای مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین و استفاده از سیستمی مبتنی بر یکپارچگی این دو مقوله و تاثیر آن بر انواع شاخص های عملکردی سازمان در صنایع ریخته گری می باشد.

۱-۷-۲- قلمرو زمانی

داده های این تحقیق مربوط به سال ۱۳۹۰ هستند.