

اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری

با رویکرد تحول سازمانی



مجموعه چکیده مقالات اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

برگزار کننده :

موسسه آموزش عالی زند شیراز

آبان ماه ۱۴۰۳

با همکاری:

صنایع الکترونیک شیراز
 سازمان مدیریت صنعتی (نمایندگی فارس)
 مجموعه تولیدی - بازرگانی تراست
 دانشگاه علوم پزشکی شیراز
 موسسه آموزش عالی آپادانا
 موسسه آموزش عالی پاسارگاد
 دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران
 دانشگاه شهید چمران اهواز
 پارک علم و فناوری فارس
 سیویلیکا
 بیمه البرز
 مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر شیراز
 موسسه استنادی پایش علم و فناوری جهان اسلام (ISC)

با رویکرد تحول سازمانی

معرفی اعضای کنفرانس:

رئیس کنفرانس: دکتر سید ابراهیم حسینی
 دبیران علمی کنفرانس: دکتر رحیم استوار / دکتر حمید محمودآبادی
 دبیر اجرایی کنفرانس: دکتر علی رمضانی قطب آبادی
 مدیر اجرایی کنفرانس: دکتر شیوا صدیقی
 دبیر کمیته دبیرخانه: دکتر رضا صفری نژاد
 دبیر کمیته پژوهش: دکتر نازنین مسعودی
 دبیر کمیته روابط عمومی: دکتر پیام فرهادی
 دبیر کمیته انفورماتیک: دکتر سعید توکلیان
 دبیر کمیته انتشارات: دکتر مرضیه فریدونی
 دبیر کمیته کارگاه و نمایشگاه: دکتر حجت شکوهیان
 دبیر کمیته مالی: دکتر غلامحسن زارع
 عضو کمیته روابط عمومی و کمیته کارگاه و نمایشگاه: دکتر کاظم نحاس

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
 با رویکرد تحول سازمانی

محورهای کنفرانس:

محورهای زمینه مدیریت

- مدیریت صنعتی (مدل سازی و حل مسئله با رویکرد سیستمی، بهینه سازی و ...)
- مدیریت مالی (استراتژی های سرمایه گذاری، بازارهای مالی، ارزشهای دیجیتال و ...)
- مدیریت منابع انسانی، بیمه، تکنولوژی و مدیریت گردشگری
- مدیریت بازاریابی و کسب و کار (مدیریت استراتژیک، بازاریابی و فروش، استراتژی های تحول گرا در سازمان، چابکی سازمان، حاکمیت شرکتی، بازاریابی تحول گرا در سازمان ها و ...)
- مدیریت ورزشی (مدیریت راهبردی ورزش، مدیریت فضا های ورزشی، بازاریابی ورزشی و ...)

محورهای زمینه حسابداری

- حسابداری (منابع انسانی، سرمایه فکری، محیط زیست، ارزشهای دیجیتال، دولتی، پاسخگویی و شفافیت اطلاعاتی، توسعه پایدار و حسابداری پایدار، جایگاه اخلاق در حسابداری و حسابرسی، قوانین و استانداردهای حسابداری و حسابرسی)

خلاصه سخنرانی ها

خلاصه سخن رئیس دانشگاه:

با درود و احترام ،

افتخار بزرگی است که به عنوان رییس موسسه آموزش عالی زند شیراز و رییس این کنفرانس، حضور پر شور پژوهشگران عزیز را در اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی گرامی بدارم و قدردان پژوهش‌های ارسالی شما عزیزان باشم. برگزاری این کنفرانس نشان‌دهنده تعهد ما به پژوهش‌های نوین و ایجاد بستری برای تبادل ایده‌ها و تجربیات میان اندیشمندان، پژوهشگران و صنعتگران در حوزه‌های مدیریت و حسابداری است.

امروزه، نیاز به مدیریت و حسابداری نوین بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. تحولات سازمانی و تغییرات سریع در محیط کسب‌وکار، ما را ملزم می‌کند تا از دیدگاه‌های تازه و ابتکاری بهره‌برداری کنیم. این کنفرانس فرصتی بی‌نظیر برای هم‌اندیشی و بررسی راهکارهای نوین در این زمینه فراهم می‌سازد.

امیدوارم، مباحث، مقاله‌ها و سخنرانی‌ها و کارگاه‌های ارائه شده در این کنفرانس برای رشد جامعه علمی کشور مفید باشد و این کنفرانس بستری برای پیشبرد دانش و تحقیقات در حوزه‌های مدیریت و حسابداری باشد.

بر خود لازم می‌دانم، از همکاران محترمی که در برگزاری این کنفرانس زحمات زیادی کشیدند تشکر کنم. تشکر ویژه دارم از دبیران محترم علمی کنفرانس، دکتر رحیم استوار و دکتر حمید محمودآبادی، دبیر محترم اجرایی کنفرانس، دکتر علی رمضانی قطب آبادی، مدیر محترم اجرایی کنفرانس، دکتر شیوا صدیقی، معاونت محترم پژوهشی موسسه زند و کادر تلاشگر ایشان در معاونت پژوهشی، دبیران کمیته‌های مختلف و همکاران خوبم در دانشکده مدیریت و حسابداری، دکتر رضا صفری نژاد، دکتر نازنین مسعودی، دکتر پیام فرهادی، دکتر سعید توکلیان، دکتر مرضیه فریدونی، دکتر حجت شکوهیان، دکتر کاظم نحاس و دکتر غلامحسین زارع. همچنین باید تشکر کنم از همکارانم در واحد‌های مختلف موسسه از جمله دکتر غلامعلی محمدی مدیر محترم واحد حراست و دکتر مسعود رضایی منفرد معاونت محترم اداری و مالی موسسه زند و تیم کاری اداری و مالی ایشان، که در برگزاری هرچه با شکوه‌تر این کنفرانس ما را یاری نمودند. این کنفرانس برگزار نمی‌شد مگر با همدلی و همراهی همه همکاران، پژوهشگران و دانشجویان خوب موسسه زند شیراز که با تلاش و همکاری‌شان این رویداد مهم را ممکن ساختند. قدردان زحمات تک تک عزیزان هستم.

با آرزوی توفیق و سربلندی،

دکتر سید ابراهیم حسینی

ریاست موسسه آموزش عالی زند شیراز

خلاصه سخن دبیران علمی:

با درود و احترام به همه پژوهشگران گرامی،

اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی، فرصتی ارزشمند برای تبادل دانش و تجربیات در حوزه حسابداری و مدیریت بود. افتخار داشتیم که به عنوان دبیر علمی زمینه حسابداری در این کنفرانس حضور یابیم و شاهد تلاش و همکاری بی‌نظیر پژوهشگران، اساتید و دانشجویان محترم باشیم.

در این کنفرانس، با ارائه مقالات، سخنرانی‌ها و کارگاه‌های علمی، به بررسی چالش‌ها و راهکارهای نوین در حوزه حسابداری پرداختیم. این مباحث علمی و تخصصی، به غنای دانش و بینش ما در این حوزه افزود و نشان‌دهنده تعهد جامعه علمی به پژوهش‌های نوین و ابتکاری بود.

این کنفرانس با حضور استادان مجرب در حرفه‌ی حسابداری و مدیریت از دانشگاه‌های معتبر و با همت موسسه آموزش عالی زند شیراز و همچنین حمایت مجموعه‌های مختلف از دانشگاه‌ها و موسسه‌های برجسته در زمینه حسابداری و مدیریت برگزار و مورد توجه صاحب نظران در حرفه حسابداری و مدیریت قرار گرفته و مباحث نوین در این زمینه‌ها ارائه و مورد بحث قرار گرفت.

امیدوارم که دستاوردهای این کنفرانس، زمینه‌ساز رشد و توسعه علمی، صنعتی و تجاری کشور باشد و به پیشبرد تحقیقات و دانش در حوزه‌های مدیریت و حسابداری کمک کند.

از همه همکاران، پژوهشگران و دانشجویان که با تلاش و همکاری‌شان این رویداد مهم را ممکن ساختند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌کنم.

دکتر حمید محمودآبادی

دبیر علمی اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

با سلام و احترام به پژوهشگران عزیز،
از حضور پژوهشگران، اندیشمندان محققان در اولین همایش کشوری دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی بسیار خرسند و مفتخر هستیم. این کنفرانس فرصت مهمی دیگر برای گردهم‌آیی اندیشمندان و متخصصان حوزه مدیریت و حسابداری بود و بستری را برای تبادل دانش و ایده‌های نوآورانه فراهم ساخت.
در این کنفرانس، تعداد ۱۹۶ مقاله از پژوهشگران مختلف دریافت گردید و با بررسی‌های داوران، ۱۴۳ مقاله مورد پذیرش قرار گرفت و ۵۳ مقاله تایید نگردید. همچنین ۱۱۷ مقاله در محورهای اصلی کنفرانس، توسط ۲۵۷ پژوهشگر پذیرفته و ارائه شد.
در طی این کنفرانس، شاهد ارائه مقالات و سخنرانی‌های برجسته‌ای بودیم که به تحلیل چالش‌های موجود در مدیریت و ارائه راهکارهای نوین برای مواجهه با آن‌ها پرداختند. این مباحث علمی، به‌ویژه در حوزه مدیریت، نقش مهمی در ارتقای سطح دانش و توانمندی‌های ما داشته و نشان‌دهنده تعهد جامعه علمی به پیشرفت و نوآوری است.
امیدوارم که این کنفرانس، زمینه‌ساز تحولات مثبت در حوزه مدیریت و حسابداری باشد و به رشد و توسعه مدیریت علمی کشور کمک کند. از تمامی عزیزانی که با تلاش و همکاری‌شان این رویداد مهم را رقم زدند، صمیمانه قدردانی می‌کنم.
دکتر رحیم استوار
دبیر علمی اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

خلاصه سخن دبیر اجرایی:

با درود و احترام،

حضور در این کنفرانس به عنوان دبیر اجرایی اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی، افتخاری بزرگ برای بنده بود و امیدوارم توانسته باشیم گامی هر چند کوچک در زمینه رشد و اعتلای جامعه علمی و صنعتی کشور برداریم. مفتخرم که شاهد حضور پرشور و همکاری بی‌نظیر پژوهشگران، اساتید و دانشجویان گرامی بوده‌ام. در این کنفرانس، با ارائه مقالات، سخنرانی‌ها و کارگاه‌های علمی، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های نوین در حوزه مدیریت و حسابداری پرداختیم. این رویداد علمی، بستری برای تبادل دانش و تجربیات میان اندیشمندان و صنعتگران فراهم ساخت و نشان‌دهنده تعهد جامعه علمی به پژوهش‌های نوین و خلاقانه بود.

برگزاری این کنفرانس جز با تلاش و حضور حمایت‌گراانه همه همکاران و دانشجویان در دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند شیراز و همکارانم در معاونت پژوهشی، ریاست و کلیه واحد‌ها اعم از اداری، مالی، حراست و انفورماتیک میسر نمی‌شد. قدردان زحمات همه ایشان هستم.

امیدوارم که این کنفرانس توانسته باشد گامی مثبت در جهت رشد و توسعه علمی و صنعتی کشور برداشته باشد و بتوانیم در سالهای آینده برگزاری این کنفرانس را تداوم بخشیم. همچنین از تمامی پژوهشگرانی که با ارسال مقاله‌های خود و حضور در این کنفرانس ما را همراهی نموده‌اند تشکر و قدردانی می‌کنم.

دکتر علی رضائی قطب آبادی

دبیر اجرایی اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

خلاصه سخن مدیر اجرایی:

اساتید معزز، پژوهشگران گران قدر، دانشجویان ارجمند و میهمانان گرامی، باعث افتخار و خرسندی است که اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری در جمع فرهیختگان، اندیشمندان و علاقه‌مندان حوزه مدیریت و حسابداری، برگزار شد. این رویداد علمی را می‌توان گامی مؤثر در مسیر گسترش دانش، تبادل افکار و ارائه دستاوردهای نوین پژوهشی دانست؛ اقدامی که بی‌تردید در راستای اعتلای جامعه دانشگاهی و علمی کشور خواهد بود. استقبال گسترده اساتید، پژوهشگران و دانشجویان از کنفرانس‌های علمی مؤسسه آموزش عالی زند شیراز، مایه دلگرمی و انگیزه‌ای مضاعف برای استمرار این مسیر ارزشمند است. بر خود لازم می‌دانم از تمامی پژوهشگرانی که با ارائه مقالات و دستاوردهای علمی خود، این رویداد را غنا بخشیده‌اند، صمیمانه قدردانی نمایم.

بی‌شک، موفقیت‌های چشمگیر مؤسسه آموزش عالی زند شیراز در عرصه علمی، نتیجه همدلی و همکاری تمامی دست‌اندرکاران این مجموعه است. ریاست محترم مؤسسه، اعضای محترم هیئت مؤسس، دبیران محترم علمی و اجرایی و اساتید برجسته دانشگاه، که هر یک نقشی ارزنده و تأثیرگذار در تحقق این اهداف دارند. برگزاری اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی نیز حاصل بیش از هجده ماه تلاش مستمر و اخذ مجوزهای لازم بوده است.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم از حامیان مالی و علمی این کنفرانس که با حمایت‌های ارزشمند خود زمینه‌ساز تحقق این رویداد شدند، صمیمانه سپاسگزاری نمایم. همان‌طور که همگان واقفند، کنفرانس‌های علمی بستری برای رشد، تعالی و توسعه جامعه علمی و اجرایی کشور محسوب می‌شوند. حضور و مشارکت گسترده پژوهشگران در این کنفرانس نیز گواهی بر اهمیت و جایگاه این رویداد است.

امید است که این کنفرانس بستری برای هم‌اندیشی، تعامل علمی و شکل‌گیری دیدگاه‌های نوین در عرصه مدیریت و حسابداری باشد و بتواند در مسیر توسعه علمی و اجرایی کشور، نقشی شایسته ایفا کند.

با آرزوی توفیق برای همگان

دکتر شیوا صدیقی

معاون پژوهش مؤسسه آموزش عالی زند شیراز و مدیر اجرایی اولین کنفرانس ملی دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
 با رویکرد تحول سازمانی

اطلاعات علمی و سخنرانی سخنرانان کلیدی:



جناب آقای پرفسور محمد نمازی

(استاد ممتاز رشته حسابداری دانشگاه شیراز)

عنوان سخنرانی: حسابداری مدیریت و تئوری های تحول در سازمان

مدرک تحصیلی: دکتری رشته حسابداری از دانشگاه لینکن نبراسکا در آمریکا

مرتبه علمی: استاد

سوابق اجرایی: اولین استاد ممتاز حسابداری در ایران

رئیس تحقیقات و مطالعات حسابداری صنعتی جامعه حسابداران صنعتی آمریکا- بخش مرکزی پنسیلوانیا،

نماینده دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا در کتابخانه دانشگاه

دستیار پژوهش، دستیار تدریس و مربی حسابداری دانشگاه لینکلن نبراسکا

استادیار حسابداری در دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا در شهر استیت کالج

نویسنده ۱۴ نسخه کتاب فارسی و لاتین و ...

هدایت پایان نامه های دانشجویی بعنوان استاد راهنما: بیش از ۹۰ مورد

ارائه مقاله در کنفرانس های داخلی و خارجی: بیش از ۵۷ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی: بیش از ۲۰۰ مورد

با رویکرد تحول سازمانی



جناب آقای دکتر آصف کریمی

(دانشیار و عضو هیات علمی رشته مدیریت دانشگاه تهران)

عنوان سخنرانی: دره ی استارت‌آپ ها

مدرک تحصیلی: دکتری مدیریت از دانشگاه تهران

مرتبه علمی: دانشیار

سوابق اجرایی: معاون پژوهش و فناوری دانشکده تجارت و مالیات دانشگاه تهران، معاون سابق توسعه فناوری پارک علم و فناوری دانشگاه

تهران، رئیس سابق شعبه مرکز رشد و نوآوری پردیس فارابی دانشگاه تهران

هدایت پروژه های تحقیقاتی: بیش از ۱۱۵ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی: بیش از ۹۵ مورد

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



جناب آقای دکتر اسماعیل مشیری

(دانشیار و هیات علمی رشته مدیریت دانشگاه الزهرا)

عنوان سخنرانی: تغییر و تحول در سازمان و مدیریت

مدرک تحصیلی: دکتری مدیریت

مرتبه علمی: دانشیار

سوابق اجرایی: رئیس پژوهشکده علوم و تکنولوژی، رئیس سازمان پژوهش های علمی فارس، معاون پژوهشی وزارت علوم و تحقیقات

قناوری، تالیف کتاب Industrial Profile of the Muslim Word برای سازمان ملل

هدایت پایان نامه های دانشجویی بعنوان استاد راهنما: بیش از ۸۰ مورد

داوری مقالات علمی - پژوهشی: بیش از ۷۰ مورد

ارائه مقاله در کنفرانس های داخلی و خارجی: بیش از ۲۰ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی : بیش از ۳۶ مورد

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



دانشگاه شیراز
موسسه آموزشی و پژوهشی
زندان شیراز
ایران - شیراز

جناب آقای دکتر حبیب الله رعنائی

(دانشیار رشته مدیریت دانشگاه شیراز)

عنوان سخنرانی: مدیریت تغییر: چرایی و چگونگی



مدرک تحصیلی: دکتری مدیریت دولتی

مرتبه علمی: دانشیار

سوابق اجرایی: رئیس بخش مدیریت دانشگاه شیراز

هدایت پایان نامه های دانشجویی بعنوان استاد راهنما: بیش از ۹۰ مورد

ارائه مقاله در کنفرانس های داخلی و خارجی: بیش از ۲۰ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی: بیش از ۷۵ مورد

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری

با رویکرد تحول سازمانی



TRUST





جناب آقای دکتر امین ناظمی

(عضو هیات علمی رشته حسابداری دانشگاه شیراز)

عنوان سخنرانی: تحولات هوش مصنوعی در حسابداری و حسابرسی

مدرک تحصیلی: دکتری حسابداری

مرتبه علمی: استادیار

سوابق اجرایی: عضو جامعه حسابداران رسمی ایران، عضو بنیاد ملی نخبگان، عضو کمیته حسابرسی شورای شهر، معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، سابقه عضویت در گروه کارشناسان کمیته تدوین استانداردهای حسابداری، عضو کمیته حسابرسی توانیر و ...

هدایت پایان نامه های دانشجویی بعنوان استاد راهنما: بیش از ۱۳۳ مورد

ارائه مقاله در کنفرانس های داخلی و خارجی: بیش از ۲۰ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی: بیش از ۴۵ مورد

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



جناب آقای دکتر محسن بیاتی

(دانشیار اقتصاد سلامت دانشگاه علوم پزشکی شیراز)

عنوان سخنرانی: Task shifting یا انتقال وظایف در بخش سلامت راهی برای تحول سازمانی در نظام سلامت

مدرک تحصیلی: دکتری اقتصاد در سلامت

مرتبه علمی: دانشیار

سوابق اجرایی: مدیر گروه رشته مدیریت و اقتصاد خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز، مدیر مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت دانشگاه علوم پزشکی شیراز، مدیر امور آموزشی مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت دانشگاه علوم پزشکی شیراز و ...

هدایت پایان نامه های دانشجویی بعنوان استاد راهنما: بیش از ۳۵ مورد

هدایت پروژه های تحقیقاتی: بیش از ۴۵ مورد

چاپ مقالات علمی پژوهشی داخلی و بین المللی: بیش از ۸۸ مورد

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه‌های برگزار شده در حاشیه کنفرانس:

۱. کارگاه کارکردهای سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت و نقش آن در تحول سازمان‌ها



موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می‌کند





اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

«کارکرد های سیستم های اطلاعاتی در مدیریت
و نقش آن در تحول سازمان ها»

محورهای اصلی کارگاه:

۱. معرفی سیستم های اطلاعاتی مدیریت و کاربردهای آن
۲. سطوح مدیریتی و کمک به تصمیم گیری در سازمان ها
۳. چالش های سازمان های نوین و نحوه ایفای نقش سیستم های اطلاعاتی در حل آن

مدرس: جناب آقای دکتر سعید توکلیان
عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زند شیراز

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت: ۸ الی ۱۰

مکان: دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند واقع در بلوار امیرکبیر




۲. کارگاه انواع الگوهای یادگیری حسابداری



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می‌کند



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
موسسه آموزش عالی
زند شیراز



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی
«انواع الگوهای یادگیری حسابداری»

محورهای اصلی کارگاه :

۱. مروری بر مکاتب یادگیری
۲. نقشه مفهومی
۳. یادگیری تیمی
۴. انگیزه یادگیری طبق مدل کلر

مدرس: جناب آقای دکتر کاظم نحاس
عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زند شیراز

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت ۸ الی ۱۰

مکان: سالن همایش دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند واقع در بلوار امیرکبیر

با ارائه گواهی معتبر

۳. کارگاه فرآیند راه اندازی کسب و کارهای نو پا (استارتاپ ها)



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می کند



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
موسسه آموزش عالی زند شیراز
(موسسه تخصصی مدیریت)



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

« فرایند راه اندازی کسب و کارهای نوپا »
(استارتاپ ها)

محورهای اصلی کارگاه:

۱. مفهوم کسب و کار و اهمیت راه اندازی و ایجاد کسب و کار
۲. فرایند راه اندازی کسب و کار
۳. توسعه ایده های کسب و کار موفق
۴. شناخت فرصت ها و تولید ایده های کسب و کار
۵. تحلیل امکان سنجی ایده های کسب و کار
۶. توسعه مدل کسب و کار برای ایده های کسب و کار
۷. طراحی طرح کسب و کار مناسب برای ایده های کسب و کار
۸. تدارک موارد اخلاقی و حقوقی ایجاد کسب و کار
۹. تدارک سرمایه و ارزیابی قدرت مالی سرمایه گذاران
۱۰. ایجاد و شکل تیم مناسب برای کسب و کار
۱۱. تامین مالی و بودجه کسب و کار
۱۲. مسائل بازاریابی و تحلیل بازار

مدرس: جناب آقای دکتر آصف کریمی
دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه تهران

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت: ۱۰ الی ۱۲

مکان: سالن همایش دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند واقع در بلوار امیرکبیر

۴. کارگاه سامانه مودیان، جرایم و مشوق های آن



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می کند



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
موسسه آموزش عالی
زند شیراز



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

«سامانه مودیان، جرایم و مشوق های آن»

محورهای اصلی کارگاه :

۱. آموزش مراحل ثبت نام و ورود به سامانه مودیان

۲. نحوه دریافت شناسه یکتای مالیاتی

۳. نحوه صدور صورتحساب الکترونیک در سامانه مودیان

۴. جرایم و مشوق های سامانه مودیان

مدرس: جناب آقای دکتر حجت شکوهیان
عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زند شیراز

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت ۱۲ الی ۱۴

مکان: سالن همایش دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند واقع در بلوار امیرکبیر

۵. کارگاه تازه های قوانین مالیاتی



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می کند



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
موسسه آموزش عالی
زند شیراز



اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

«تازه های قوانین مالیاتی»

محورهای اصلی کارگاه:

۱. آخرین تغییرات قانون مالیات‌های مستقیم
۲. قانون مالیات بر ارزش افزوده

با ارائه گواهی معتبر

مدرس: جناب آقای دکتر غلامحسین زارع
عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زند شیراز

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت ۱۴ الی ۱۶

مکان: سالن همایش دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زند واقع در بلوار امیرکبیر

۶. کارگاه مدیریت ارتباط با مشتری CRM و کاربرد آن در کسب و کار (همراه با آموزش نرم افزار)



موسسه آموزش عالی زنده شیراز برگزار می کند



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
موسسه آموزش عالی زنده شیراز
ایران - شیراز



اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

مدیریت ارتباط با مشتری CRM
و کاربرد عملی آن در کسب و کار (همراه با آموزش نرم افزار)

معمورهای اصلی کارگاه:

۴. آشنایی با مدل وفادارسازی مشتری و طراحی برنامه وفادارسازی

۵. آشنایی با اصول چرخه عمر مشتری CLV

۶. تیم سازی و سیستم سازی

۱. آشنایی با مفاهیم پایه CRM (مدیریت) ارتباط با مشتری

۲. آشنایی با مزایای استفاده از CRM در کسب کار

۳. آشنایی با مدل بومی در طراحی و استقرار CRM

مدرس: جناب آقای دکتر رضا صفری نژاد

عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زنده شیراز

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۸/۱۷ ساعت ۱۶ الی ۱۸

مکان: سالن همایش دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه زنده واقع در بلوار امیرکبیر



اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

1st National Conference on New Perspectives in Management and Accounting

with an Organizational Evolution Approach



۷. کارگاه تفکر استراتژیک و مدل‌های تصمیم‌گیری (ویژه مدیران صنایع الکترونیک شیراز و صنایع دفاع)



موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می‌کند





اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

ویژه مدیران صنایع الکترونیک شیراز

“Strategic Thinking and Decision Making Models”

مدرس: جناب آقای مهندس مهدی پایداری

معاون توانمندسازی موسسه آموزش عالی زند شیراز

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۰۸/۱۷ ساعت ۸ الی ۱۰

مکان: شیراز، بلوار ایمان جنوبی (همت)، کوچه ۱۲، موسسه آموزش عالی زند شیراز، دانشکده علوم انسانی، طبقه سوم، واحد توانمندسازی





اولین کنفرانسی ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

1st National Conference on New Perspectives in Management and Accounting with an Organizational Evolution Approach



۸. کارگاه هوش مالی مدیران و تحلیل صورت های مالی (ویژه مدیران صنایع الکترونیک شیراز و صنایع دفاع)



موسسه آموزش عالی زند شیراز برگزار می کند





اولین کنفرانسی ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی

کارگاه آموزشی

ویژه مدیران صنایع الکترونیک شیراز

"هوش مالی مدیران و تحلیل صورت های مالی"

مدرس: جناب آقای دکتر کاظم نحاس

عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی زند شیراز

با ارائه گواهی معتبر

زمان: پنج شنبه ۱۴۰۳/۰۸/۱۷ ساعت ۱۰:۳۰ الی ۱۲:۳۰

مکان: شیراز، بلوار ایمان جنوبی (همت)، کوچه ۱۷، موسسه آموزش عالی زند شیراز، دانشکده علوم انسانی، طبقه سوم، واحد توانمندسازی

چکیده مقالات

اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

تبیین رابطه رهبری اصیل و فضیلت سازمانی با رفتار سیاسی کارکنان در بیمارستان‌های تامین اجتماعی غرب استان مازندران

سپیده فرح مهر^۱، مهناز رحمتی^۲

۱ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش تحول، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، ایران (نویسنده مسئول)

farahmeh213@gmail.com

۲ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، ایران

mahnazrahmati400@gmail.com

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر تعیین رابطه رهبری اصیل و فضیلت سازمانی با رفتار سیاسی کارکنان در بیمارستان‌های تامین اجتماعی غرب استان مازندران می‌باشد. روش تحقیق در این مطالعه توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق کارکنان بیمارستان‌های تامین اجتماعی غرب استان مازندران می‌باشند که به کمک فرمول کوکران و از روش نمونه‌گیری تصادفی با تخصیص متناسب ۲۱۷ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، شامل پرسشنامه رهبری اصیل والومبا و همکاران (۲۰۰۸) با پایایی ۰/۸۶۹، پرسشنامه فضیلت سازمانی کمرون و همکاران (۲۰۰۴) با پایایی ۰/۸۲۳ و همچنین پرسشنامه رفتار سیاسی کارکنان بهرامی و همکاران (۱۳۹۵) با پایایی ۰/۸۷۶ می‌باشد. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از آمار استنباطی (شامل: آزمون کولموگروف-اسمیرنف و آزمون ضریب همبستگی پیرسون) به کمک نرم افزار SPSS انجام شد. یافته‌های تحقیق حاکی از این است که بین رهبری اصیل و سه مولفه آن (خودآگاهی، پردازش متوازن اطلاعات و چشم انداز اخلاقی درونی شده) با رفتار سیاسی کارکنان رابطه معکوس و معناداری وجود دارد و تنها بین شفافیت ارتباطی با رفتار سیاسی رابطه معناداری یافت نشد. همچنین بین فضیلت سازمانی و سه مولفه آن (خوش‌بینی، شفقت و بخشش) با رفتار سیاسی کارکنان رابطه معکوس و معناداری وجود داشت ولی بین اعتماد و صداقت با رفتار سیاسی رابطه معناداری یافت نشد.

واژه‌های کلیدی: رهبری اصیل، فضیلت سازمانی، رفتار سیاسی کارکنان.

Evaluating the Performance of Sharif University of Technology Faculties Using Data Envelopment Analysis

Mays Hussein Ameen Al-Ameedee ¹, Mohammad Reza Fathi ²

¹Phd Candidate of Business Management, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

²Associate Professor, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

reza.fathi@ut.ac.ir

Abstract

Ranking of companies and institutions is one of the most important tools for measuring the strengths and weaknesses of organizations. The number of employees in the teaching department, the number of employees in the research department, the number of students, the number of published articles and the number of awards won by members of the academic staff are the most important criteria that have the most impact in evaluating the performance of faculties and their ranking. In this regard, the best method for evaluating colleges and ranking them is the technique of data coverage analysis, which was used in this research, and the efficiency of colleges was calculated based on it. Based on the results obtained from solving the model, Faculty number ten has been assigned the first rank and Faculty number four has been an almost ineffective faculty among other faculties.

Keywords: Performance Evaluation, Data Envelopment Analysis, Ranking.

بررسی نقش سرمایه فکری و ابعاد آن در پایداری رشد مبتنی بر سود شرکت‌ها

نادیا احد نژاد^۱، پیمان ایمان زاده^۲، جواد قدیم پور^۳

۱ کارشناس ارشد حسابداری، مربی آموزشگاه‌های آزاد سازمان فنی و حرفه ای استان

www.nadia.ahad1371@gmail.com

۲ دکتری حسابداری، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تالش

۳ دکتری حسابداری، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

چکیده

شرکت‌هایی که در سرمایه فکری و تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کنند، قادر به نوآوری و ایجاد محصولات و خدمات جدیدی هستند که می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند و به رشد پایدار سود کمک کند. داشتن دانش و اطلاعات به‌روز و دقیق می‌تواند به بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری کمک کند. تصمیم‌گیری مبتنی بر داده‌ها و دانش می‌تواند منجر به انتخاب‌های بهتری شود که رشد پایدار را تقویت می‌کند. مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش سرمایه فکری و ابعاد آن در پایداری رشد مبتنی بر سود شرکت‌ها صورت پذیرفت. در انجام این بررسی، از نمونه ای متشکل از ۱۳۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۴۰۱ استفاده شده است. نتایج نشان داد که هم سرمایه فکری و هم ابعاد سرمایه فکری بر پایداری رشد مبتنی بر سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر مستقیم و معناداری دارد می‌توان استنباط کرد که سرمایه‌گذاری در سرمایه فکری می‌تواند به ایجاد یک پایه قوی برای رشد پایدار سود کمک کند. این سرمایه‌گذاری‌ها نه تنها به بهبود عملکرد کوتاه‌مدت سازمان کمک می‌کند، بلکه باعث تقویت موقعیت رقابتی آن در بلندمدت نیز می‌شود.

واژه های کلیدی: سرمایه فکری، پایداری رشد مبتنی بر سود.

مدیریت زنجیره تامین کالا در فضای ابری

رضا پارسایی^۱، امیررضا استخریان حقیقی^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد گروه فناوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران
reza.parsaie1998@gmail.com

۲ استادیار گروه فناوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران
Amir.estakhrian@iau.ac.ir

چکیده

استفاده از فضای ابری در مدیریت زنجیره تامین اهمیت بسیاری دارد؛ زیرا این فناوری امکان کاهش هزینه‌ها، افزایش انعطاف‌پذیری، بهبود شفافیت و ردیابی کالاها، و ارتقای کارایی در فرآیندهای زنجیره تأمین را فراهم می‌کند. بر این اساس، این تحقیق به بررسی مدیریت زنجیره تامین کالا در فضای ابری و تاثیرات آن بر بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها می‌پردازد. هدف اصلی تحقیق، تحلیل مزایا و چالش‌های استفاده از فضای ابری در مدیریت زنجیره تامین و ارائه راهکارهایی برای پیاده‌سازی موفق آن است. روش تحقیق توصیفی است و با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی مستندات علمی، به تحلیل موضوع پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از فضای ابری می‌تواند منجر به کاهش هزینه‌ها، افزایش کارایی، بهبود شفافیت و ردیابی کالاها، و افزایش سرعت و انعطاف‌پذیری عملیات شود. از سوی دیگر، چالش‌های امنیتی، وابستگی به اینترنت، و پیچیدگی‌های پیاده‌سازی از جمله موانع مهم هستند. این تحقیق در نهایت، توصیه‌هایی برای سازمان‌ها و کسب‌وکارها در جهت بهره‌برداری بهینه از فضای ابری در مدیریت زنجیره تامین ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: مدیریت زنجیره تامین، فضای ابری، تکتولوژی‌های نوین.

تاثیر ابهام و تضاد نقش حسابرسان بر توانایی کشف تقلب: با توجه به نقش میانجی پیچیدگی شغلی

حانیه اقبالی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه (نویسنده مقاله)

torkashvandrahimeh@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تاثیر ابهام و تضاد نقش حسابرسان بر توانایی کشف تقلب: با توجه به نقش میانجی پیچیدگی شغلی است. روش پژوهش حاضر، توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه حسابرسان شاغل در سازمان حسابرسي (که همزمان عضو جامعه حسابداران رسمي نیز می‌باشند) و مؤسسه‌های حسابرسي عضو جامعه حسابداران رسمي ايران در سطح‌های (حسابرس، حسابرس ارشد، سرپرست، سرپرست ارشد، مدیر) (۶۳۹ حسابرس) است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با جامعه معلوم استفاده شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با جامعه معلوم ۲۴۱ نفر است. برای گردآوری داده‌های پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه‌ای) و برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار اسمارت پی ال اس نسخه سه استفاده شده است. برای تأیید روایی از روایی‌های صوری، سازه، همگرایی و واگرایی و برای تأیید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و ترکیبی استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که ابهام نقش حسابرسان بر توانایی کشف تقلب تأثیر دارد. تضاد نقش حسابرسان بر توانایی کشف تقلب تأثیر دارد. همچنین، نشان داد که پیچیدگی شغلی در رابطه بین ابهام نقش حسابرسان و توانایی کشف تقلب نقش میانجی دارد. پیچیدگی شغلی در رابطه بین تضاد نقش حسابرسان بر توانایی کشف تقلب نقش میانجی دارد.

واژه های کلیدی: ابهام نقش، تضاد نقش، توانایی کشف تقلب، پیچیدگی شغلی.

تاثیر فناوری آموزشی و هوش مصنوعی بر میزان رضایت از دروس دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری

سید احمد محمدی حسینی^۱، خدیجه سلطان نیک بین^۲

۱ سید احمد محمدی حسینی، استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران (نویسنده مسئول)

Sa.mohammadi@hsu.ac.ir

۲ خدیجه سلطان نیک بین، دانشجوی کارشناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه حکیم سبزواری، ایران

khadijehco@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر فناوری آموزشی و هوش مصنوعی بر میزان رضایت از دروس دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری است. پژوهش حاضر با توجه به چگونگی به دست آوردن داده های مورد نیاز، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری تشکیل می دهند که به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه های استاندارد تکنولوژی آموزشی سرمد و همکاران (۱۳۹۰)، پرسشنامه هوش مصنوعی مدیریت چن و همکاران (۲۰۲۲) و پرسشنامه رضایت دانشجویان باقری (۱۳۸۸) که با طیف ۵ گزینه ای لیکرت می باشد، استفاده و این پرسشنامه بین ۴۰۰ نفر از دانشجویان توزیع شد. روایی محتوایی و سازه پرسشنامه ها توسط تعدادی از صاحب نظران و متخصصین مورد قبول قرار گرفت. و پایایی آنها با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای سوالات متغیرها به ترتیب، ۰،۷۶، برای تکنولوژی آموزشی، ۰،۹۱، برای هوش مصنوعی و ۰،۸۱، برای رضایت بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده های پرسشنامه در بخش آمار استنباطی از آزمون های کولموگروف_اسمیرنوف، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون ویلکاکسون استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که فناوری آموزشی تاثیر مثبت و معناداری بر روی رضایت دانشجویان از دروس ارائه شده دارد. همچنین بین هوش مصنوعی و میزان رضایت از دروس دانشجویان رابطه ای معنادار و مثبت وجود دارد. به علاوه هانشان می دهد که وضعیت متغیرهای کلیدی این پژوهش در جامعه مورد مطالعه مناسب می باشد.

واژه های کلیدی: فناوری آموزشی، هوش مصنوعی، رضایت از دروس.

بررسی تحلیلی مدیریت تغییر سازمانی

محمد جواد رضایی

محمد جواد رضایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران
rezaei.work@yahoo.com

چکیده

علم مدیریت در حکم یک حوزه مدرن از معرفت بشری از مجموع عوامل مؤثر بر موفقیت سازمان، بر نقش مدیران و رهبران بسیار تأکید می‌ورزد. رهبری یکی از فرآیندهای اصلی هر سازمان محسوب می‌گردد و بهره‌وری سازمان به شیوه‌های رهبری مدیران آن متکی است. مطالعات متعدد حاکی از آن هستند که هر سازمان برای نیل به اهداف، شیوه خاصی از رهبری و مدیریت را لازم دارد. امروزه هرچه به سمت آینده حرکت می‌کنیم با توجه به تغییرات سریع و پیچیده‌تر شدن محیط و اداره سازمان‌ها و بنگاه‌ها، رهبران سازمان‌ها با مشکلات غیر قابل پیش‌بینی روبه‌رو شده‌اند که انعطاف‌پذیری بالای آنها را در رفع مشکلات و مواجهه با محیط پرتلاطم پیرامون سازمان‌ها می‌طلبد. انگیزش در سازمان و راه‌های ایجاد انگیزه در کارکنان برای منابع انسانی یا به عبارت بهتر سرمایه‌های انسانی از مهم‌ترین عوامل پیشرفت و ترقی در یک سازمان به شمار می‌رود. مدیران با بهره‌گیری از مهارت برنامه‌های اصولی برای ایجاد انگیزش در سازمان و با استفاده از دانش و سایر منابع سازمانی قادر به انگیزش کارکنان در جهت نیل به اهداف سازمانی در حرکت هستند و باید از چنین فاکتورهایی برای دستیابی به موفقیت و پیشرفت در سازمان استفاده کنند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت، سرمایه انسانی، تغییر سازمانی، رهبری، بهره‌وری سازمان.

نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت بهینه تعاونی‌ها با تاکید بر فرهنگ تعاون

زهره منوچهری

دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد زنجان

Manochehrim37@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال رهیافتی در جهت ریشه یابی عدم توفیق تعاونی‌ها در ایران می‌باشد. با عنایت به ویژگی‌ها و مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون بویژه در اشتغال، انباشت سرمایه‌های کوچک و گسترش اقتصاد مردم محور، گسترش عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه ثروت و همچنین کاهش و رفع فقر؛ مجمع عمومی سازمان ملل و با موافقت اعضا، سال ۲۰۲۵ میلادی را به عنوان سال جهانی تعاون نامگذاری نمود. لذا ضرورت بررسی موانع و مشکلات اصلی جهت توفیق، گسترش و توسعه بخش تعاون و ارائه راهکارها و پیشنهادهای اجرایی بیش از پیش آشکار می‌گردد. هدف از تبیین نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت تعاونی‌ها شناساندن این مقوله، به مدیران و تمامی افراد مرتبط با تعاونی‌ها و ایجاد راه کارهای مناسب برای حل مشکلات درون و برون تعاونی‌ها می‌باشد. لذا در این مقاله ضمن بررسی مفهومی فرهنگ سازمانی و تعاونی، به این موضوع از ابعاد، ویژگی‌ها، سطوح و نقشی که در تعاونی‌ها ایفاء می‌کند و نیز به آثاری که فرهنگ سازمانی در تعاونی می‌تواند داشته باشد، پرداخته شده است. در این مقاله با نگاه مثبت به فرهنگ سازمانی، آن مفهومی از فرهنگ مد نظر می‌باشد که در تعاونی‌ها وجه تمایز نسبت به سایر سازمان‌ها محسوب می‌گردد و آن فرهنگ تعاون، همکاری و همفکری است. مؤلفه‌ای مهم در تشکیل تعاونی‌ها که باید در مدیریت آن هم، به عنوان یک فرهنگ سازمانی مورد تثبیت و استفاده قرار گیرد. این مقاله در نهایت با ارائه مدلی از مدیریت تعاونی، در پرداخت به روش مطالعه کتابخانه‌ای انجام گرفته و ابزار گرد آوری آن فیش برداری می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، سازمان، فرهنگ سازمانی، مدیریت، تعاونی.

رابطه بین شایسته سالاری و انگیزه پیشرفت شغلی کارکنان

مریم مشیری

کارمند شهرداری، مشهد، ایران.

moshirii.maryam@gmail.com

چکیده

امروزه اهمیت عامل انسانی و نقش منحصر به فرد آن به منزله یک منبع استراتژیک و طراح و مجری نظام فراگردهای سازمانی جایگاهی به مراتب بالاتر از گذشته یافته است تا جایی که در تفکر سازمانی پیشرفته از انسان به مثابه مهم‌ترین منبع و دارایی برای سازمان یاد می‌شود. بدین لحاظ، امروزه سازمان‌ها برای بقا، انتظام و بالندگی خود می‌کوشند از طریق منابع انسانی فرهیخته در گستره جهانی به رشد سریع، بهبود مستمر، کارآمدی، سودبخشی، انعطاف پذیری، انطباق پذیری، آمادگی برای آینده و برخورداری از موقعیت ممتاز در عرصه فعالیت خود نائل شوند؛ بدون این کیفیت‌ها، سازمان‌ها واقعاً غیرممکن است که بتوانند در مواجهه با بهترین‌ها به صورت رقابتی و اثربخش عمل کنند. نیروی انسانی متخصص و شایسته به ویژه به دلیل اهمیت یافتن عامل فناوری، انقلاب اطلاعاتی و شتاب یافتن تغییرات محیطی، نقش پررنگتری پیدا کرده است؛ تا آنجا که امروزه با پدیده‌هایی در مدیریت رو به رو هستیم که به درستی آن را تحت عنوان شایسته سالاری نامیده‌اند.

تحقیق حاضر در نظر دارد تا با استفاده از روش فراتحلیل رابطه بین شایسته سالاری در انتصاب کارکنان با انگیزه ارتقاء و پیشرفت شغلی آن‌ها را بررسی نماید. با توجه به یافته‌ها و مطالعه تمام مقالات مرتبط در این حوزه می‌توان گفت بین شایسته سالاری در انتصاب کارکنان با انگیزه ارتقا و پیشرفت شغلی آن‌ها در اکثر مقالات رابطه معناداری وجود دارد بطوریکه اگر ادراک کارکنان از شایسته سالاری در انتصاب کارکنان مثبت باشد می‌تواند موجب افزایش انگیزه ارتقا و پیشرفت شغلی آن‌ها نیز باشد.

واژه‌های کلیدی: شایسته سالاری، انگیزه، ارتقا و پیشرفت شغلی، سازمان، مدیریت منابع انسانی.

مدیریت تغییر در اسلام

سیف اله تبریزی کوهی^۱، سید محمد حسن میردامادی تهرانی^۲، فاضل رمرودی^۳

۱ استادیار گروه حسابداری، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

Seifollah.tabrizikoochi@iauctb.ac.ir

۲ دانشجوی دکتری گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

h_mirdamadi@live.com

۳ دانشجوی دکتری گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

Fazzel.30@gmail.com

چکیده

از ابتدای حیات بشر تا کنون همواره تغییر و تحول بعنوان نقطه عطفی در جهت پیشرفت و توسعه جوامع بشری بوده است و آنچنان با اهمیت است که نمی توان آن را نادیده گرفت. همواره انسان ها با انتخاب های خود تغییر و تحول را به ارمغان آورده اند و سعی نموده اند تا این تغییرات را بطور ساختارمند و با اهداف مشخص انجام دهند تا از بروز حوادث و اتفاق های نامطلوب و غیر منتظره جلوگیری بعمل آورند. در این خصوص فلاسفه و بزرگان نکات و رهنمودهایی در این خصوص ارائه نموده اند و محققان سعی نموده اند این رهنمودها را به شکل سازمان یافته و آکادمیک ارائه نمایند. در تاریخ اسلام نیز جنبه هایی از تغییر و تحول مشاهده می گردد. در این مقاله می خواهیم مروری بر تغییر و تحول سازمان داشته باشیم و سپس دیدگاه اسلام در خصوص تغییر را بررسی نماییم. هدف از انجام این کار بررسی دیدگاه اسلام در این خصوص است. نتایج بررسی نشان می دهد که اگرچه مدیریت تحول در اسلام بصورت آکادمیک جمع آوری و مدون نشده است، اما اسلام در این خصوص نمونه های موفقی داشته است که می تواند رهنمود هایی را برای مدیران ارشد و میانی سازمان ها به ارمغان آورد. در این مقاله به نمونه هایی از تغییر و تحول در صدر اسلام اشاره کرده ایم.

واژه های کلیدی: مدیریت، اسلام، مدیریت تغییر، مدیریت تحول.

اخلاق و نقش مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها

ملک تاج ملکی اسکویی^۱، عباسعلی اسلامی^۲، مریم مرادی^۳

۱ گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

m_oskouei@iau-tnb.ac.ir

۲ دانشجوی دکتری حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران

Aeslami88@gmail.com

۳ دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Maryammoradi899@gmail.com

چکیده

نرخ بازدهی و عملکرد شرکت به عوامل گوناگونی وابسته است. این عوامل در طی زمان دستخوش تغییرات بسیاری گشته و نرخ تاثیرگذاری آن باتوجه به نیازهای زمانی و مکانی جامعه‌ای که شرکت در آن درحال فعالیت است افزایش و کاهش پیدا کرده است. مسئولیت اجتماعی درکنار تبلیغات محصولات نقش غیر قابل انکاری در برندسازی و ایجاد یک جامعه و خانواده مصرفی دارد. حتی در گزارش‌های جدید، جدا از بحث مالی، گزارش‌ها و افشای فعالیت‌های شرکت در زمینه فعالیت‌های محیطی و رفاه اجتماعی درخواست می‌شود. به جهت گزارش فعالیت‌های شرکت نقش اخلاق در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و غیر اقتصادی شرکت در شکل‌دهی به صورت و ظاهر شرکت در جامعه بیش از پیش اهمیت یافته و درآمدهای شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بنابراین، مسئولیت بنگاه‌های اقتصادی تنها محدود به سهامداران خود نیست بلکه طیف گسترده‌ای از افراد از جمله کارمندان خود بنگاه را دربر می‌گیرد لذا توجه و نهادینه‌سازی این امر در شرکت‌های داخلی باید بیش از پیش مورد توجه و نگاه مدیران و متولیان این امر قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، اخلاق، گزارشگری مالی.

شناسایی کارکردهای نوآوری‌های دیجیتال در فرایند‌های منابع انسانی

محمد طالاری^۱، ویدا تهرانی سرشت^۲

۱ استاد یار، گروه مدیریت، دانشگاه حضرت معصومه (س)، ایران (نویسنده مسئول)

m.talari@hmu.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه حضرت معصومه (س)، ایران

v.tehraniseresht84@gmail.com

چکیده

واحد‌های منابع انسانی از نقش بسزایی و حیاتی در موفقیت هر سازمان برخوردارند. با توجه به اینکه کارکنان اساسی‌ترین دارایی سازمان هستند، بهره‌وری و عملکرد موثر آنها بر کیفیت و عملکرد کلی سازمان تاثیر قابل توجهی دارد. از این رو، بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال در حوزه منابع انسانی که به تسهیل ارتباطات، بهبود فرآیندها، افزایش توانایی تصمیم‌گیری و افزایش بهره‌وری کارکنان کمک می‌کند، اهمیت بسیاری دارد. با استفاده از این فناوری‌ها، سازمان‌ها می‌توانند نیروی کار خود را بهتر مدیریت کرده و به رشد و توسعه پایدار دست یابند به گونه‌ای که با چالش‌ها و فرصت‌های روزافزون دنیای امروز مراحل همگام شوند و رقابت‌پذیری خود را تضمین کنند. در این مقاله به تحلیل نقش و اهمیت فناوری‌های دیجیتال در بهبود عملکرد و کارایی فرآیندهای منابع انسانی در سازمان‌ها می‌پردازیم. این فناوری‌ها از جمله هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، تحلیل داده‌ها و نرم افزارهای پیشرفته می‌توانند به شکل‌دهی مجدد به روندها، بهبود ارتباطات داخلی و خارجی، افزایش بهره‌وری کارکنان، بهبود فرآیندهای جذب و نگهداری نیروی کار و بهبود تصمیم‌گیری‌ها کمک کنند. در مقاله تاکید شده است که استفاده بهینه از این نوآوری‌ها می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا به رشد و پیشرفت مداوم دست یابند و به سرعت با نیازها و تغییرات مداوم بازار مطابقت داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: منابع انسانی، منابع انسانی دیجیتال، نوآوری‌های دیجیتال در منابع انسانی.

شناسایی عوامل موثر بر پایداری کسب و کار در حوزه اقتصاد اشتراکی

نازنین محمدی هارونیه

دانشجوی کارشناسی ارشد ، تجارت الکترونیکی ، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران
mnazi2891@gmail.com

چکیده

در دهه‌های اخیر، اقتصاد اشتراکی به عنوان یک مدل کسب و کار نوپای به سرعت در حال گسترش و توسعه بوده است. در این مدل اقتصادی، به جای مالکیت و استفاده شخصی، منابع و خدمات به صورت مشترک به اشتراک گذاشته می‌شوند و افراد بیشتر به دسترسی به خدمات تمرکز می‌کنند. پایداری کسب و کارها در حوزه اقتصاد اشتراکی از اهمیت بسیاری برخوردار است، زیرا این شرکت‌ها باید توانایی برقراری روابط موثر با مشتریان، شرکای تجاری و جامعه را داشته باشند تا بتوانند بر خلق ارزش و رضایت مشتریان تمرکز کرده و برای مدت طولانی‌تری در بازار باقی بمانند. هدف اصلی از ارائه این مقاله مروری بر شناخت و بررسی عوامل موثر بر پایداری کسب و کارها در حوزه اقتصاد اشتراکی می‌باشد. برای این منظور در این مقاله به بررسی مقالات مرتبط با پایداری کسب و کارها در این حوزه پرداخته شد. نتیجه حاصل از این بررسی، شناسایی عوامل موثر بر پایداری که شامل عوامل اقتصادی، محیطی و اجتماعی بود که این عوامل بهبود عملکرد و رشد پایدار کسب و کارهای در حوزه اقتصاد اشتراکی را تضمین می‌کند. با توجه به اهمیت این موضوع، کسب و کارهای اقتصاد اشتراکی می‌توانند بهبود یابند و در جامعه حضور گسترده‌تری داشته باشند.

واژگان کلیدی : اقتصاد اشتراکی ، پایداری ، مدل کسب و کار.

بررسی طرح استراتژیک و گرایش کارآفرینانه بر رشد شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط در استان فارس

رضا سلطانی نژادبان^۱، عبدالله احمدی^۲، محمود احمدی شریف^۳، فرزاد آسایش^۴

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی- مدیریت استراتژیک، دانشگاه آزاد واحد الکترونیک، تهران، ایران

Rezasoltaninezhadian38@yahoo.com

۲ استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، استان فارس، مرودشت، ایران

ebadahmadi@yahoo.com

۳ استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، استان تهران، ایران

sharif58@gmail.com

۴ استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

farzad.asayesh@gmail.com

چکیده

مدیریت استراتژی به عنوان یک مفهوم نوین در دو دهه گذشته مورد استقبال پژوهشگران، مدیران اجرایی و تحلیل گران کسب و کار قرار گرفته است. شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط نقش بسزای بر فعالیتهای اقتصادی کشورهای درحال توسعه را دارند. مهمترین دلیل ادامه حیات و حضور پر قدرت این شرکت در عرصه اقتصادی کشورها داشتن مدیریت استراتژیک، رویکرد کارآفرینانه و همچنین داشتن برنامه های منسجم و سازمان یافته می باشد. کارآفرینی به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش اساسی در روند توسعه جوامع دارد. کسب و کارهای کوچک بهترین پناهگاه امن برای فعالیتهای کارآفرینانه هستند و این مستلزم آن است که صاحبان مشاغل کوچک و کارمندان مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرینی داشته باشند.

هدف: بررسی نقش استراتژیک و جهت‌گیری کارآفرینی بر رشد شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط در استان فارس می باشد. نمونه آماری تحقیق حاضر شامل ۵۰ شرکت از شرکت‌های تولیدی کوچک در استان فارس است، که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمده است. روش‌ها: روش تحقیق از نوع توصیفی و همبستگی است و ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه می‌باشد. با توجه به نوع مطالعه و متغیرهای آن و با توجه به مسئولیت کارآفرینی و حجم اطلاعاتی که در اختیار مدیران ارشد قرار دارد، پرسشنامه‌ها به طور خاص در اختیار این مدیران قرار گرفته و اطلاعات مورد نیاز گردآوری شده است. پرسشنامه شامل ۱۵ سوال بوده و برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها در ابتدا سعی شد از پرسشنامه‌های استاندارد بهره گرفته و با استفاده از آن‌ها پرسشنامه‌ی ابتدایی تدوین شد و جهت تعیین پایایی پرسشنامه مذکور نیز از آلفای کرونباخ و روش ثبات درونی استفاده شد که میزان آلفای بدست آمده نشانگر پایایی مناسب بود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی می‌باشد. یافته‌ها: در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل و بررسی داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی و نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شده است. نتیجه گیری: نتایج نشان می‌دهد که بین طرح استراتژیک و جهت‌گیری کارآفرینی بر رشد شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد.

واژگان کلیدی: استراتژیک، گرایش کارآفرینانه، رشد شرکت‌های تولیدی.

Investigating the Effective Factors in the Implementation of Blockchain in Resilient Supply Chain

Suhad Khalid Hlail Al-Jaberi ¹, Mohammad Reza Fathi ²

¹ Phd Candidate of Business Management, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

² Associate Professor, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran
reza.fathi@ut.ac.ir

Abstract

The main purpose of this research is to investigate the factors affecting the implementation of blockchain in the resilience supply chain. To collect data, questionnaires and interviews with relevant experts were used, and the technique of mutual effects analysis was used for analysis. Questionnaires are completed by experts in the blockchain field and are used with the mutual effects analysis matrix method to check the influence of indicators on each other. The statistical population of this research includes blockchain experts. In this research, interviews and questionnaires were completed by eleven experts. Based on the results of the research, three factors that include Standardization, Access and Quality have the most influence on the implementation of blockchain in the resilience supply chain.

Keywords: Implementation, Indicators, Blockchai

Technology Selection based on Integration of Fuzzy Prioritization Method and COPRAS

Muayad Khazaal Habeeb Al-Majidi ¹, Mohammad Reza Fathi ²

¹ Phd Candidate of Business Management, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

² Associate Professor, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

reza.fathi@ut.ac.ir

Abstract

Technology Selection are specialized consulting services that assist organizations in identifying, selecting, and integrating the most suitable technologies to meet their specific business needs and objectives. The process of processing alternative information to arrive at a decision is indicated by the technology selection. The purpose of this paper is applying a new integrated method for Technology Selection. Proposed approach is based on Fuzzy Prioritization Method and COPRAS. Fuzzy Prioritization Method is used in determining the weights of the criteria by decision makers and then ranking of Technology are determined by COPRAS method. In this paper a numerical example demonstrates the application of the proposed method.

Keywords: Fuzzy Prioritization Method (FPM), COPRAS, Technology Selection.

نگرش سیستمی به مفهوم تعلق سازمانی پارامترهای مؤثر، پیامدها، مصادیق، چالش‌ها و راهکارها

امیرحسین اخروی^۱، معصومه پاسبان^۲

۱ عضو هیأت علمی گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی گناباد، گناباد، ایران

okhravi@gonabad.ac.ir

۲ کارشناسی مدیریت صنعتی، مجتمع آموزش عالی گناباد، گناباد، ایران (نویسنده مسئول)

psmasi8@gmail.com

چکیده

در سالیان اخیر تعلق خاطر کارکنان یکی از موضوعات مورد علاقه مشاوران و پژوهشگران حوزه رفتار سازمانی و منابع انسانی بوده است. این علاقمندی مرهون وجود یافته‌های علمی حاکی از تأثیرگذاری چشمگیر تعلق خاطر کاری بر نتایج عملکرد کسب و کار و در عین حال پایین بودن سطح تعلق خاطر کارکنان در سازمان بوده است. مدیریت سازمان‌ها دریافته‌اند که سرمایه انسانی بیشترین اهمیت را در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و بهره‌وری دارد. مدیران سازمان می‌توانند با ارزش قائل شدن برای همکاری کارکنان در جهت بهبود عملکردشان، قدردانی به موقع از تلاش‌های اضافی کارکنان، توجه به رفاه کلی کارکنان و توجه به رضایت همه جانبه آنها سطح حمایت ادراک شده را ارتقاء بخشد و از پیامدهای مثبت آن یعنی تعلق خاطر و وابستگی عاطفی و همچنین تمایل به ماندن در کار بهره‌مند شوند. هدف از این پژوهش شناسایی پیامدها، مصادیق، پارامترها، چالش‌ها و راهکارها برای تعلق سازمانی است. این پژوهش از نوع تحقیقات مطالعات کتابخانه‌ای می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: تعلق سازمانی، نگرش سیستمی.

بررسی رابطه بین ادراک مدیران و افشای سرمایه گذاری اختصاصی

بهنام کرماشاهی^۱، تابنده صالحی^۲، زینب اعظمی^۳

۱ استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

behnamkaramshahi@uk.ac.ir

۲ استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

ta.salehi@uk.ac.ir

۳ مربی گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

z.aazami@uk.ac.ir

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین ادراک مدیر و افشای سرمایه گذاری اختصاصی در شرکت ها بوده است. جامعه و نمونه آماری شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشند که از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۴۰۱ در بورس فعال بوده اند. در این پژوهش تعداد نمونه‌ی مورد مطالعه با استفاده از روش حذفی سیستماتیک انتخاب شده است. روش مورد نظر برای انجام این تحقیق از نوع شبه تجربی و همبستگی است و داده‌های تحقیق پس از انجام پردازش‌های اولیه در نرم افزار اکسل، توسط نرم افزار Eviews، مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون خطی چند متغیره بصورت داده‌های پانل استفاده شده است. برای آزمون فرضیات ابتدا با استفاده از آزمون چاو، درستی ادغام داده ها مورد آزمون قرار گرفته و سپس بر اساس نتایج آزمون هاسمن نوع روش آزمون (اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) تعیین گردیده و با توجه به نوع روش نسبت به برآورد مدل اقدام شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد بین ادراک مدیر و افشای سرمایه گذاری اختصاصی در شرکت ها رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: ادراک مدیر، افشاء سرمایه‌گذاری اختصاصی، بازار سرمایه.

شناسایی کارکنان نامرئی و تأثیرات آنها بر سازمان

امیرحسین اخروی^۱، فائزه چراغی^۲

۱ عضو هیأت علمی گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی گناباد، گناباد، ایران

okhravi@gonabad.ac.ir

۲ کارشناسی مدیریت صنعتی، مجتمع آموزش عالی گناباد، گناباد، ایران (نویسنده مسئول)

f.cheraghy77@gmail.com

چکیده

سازمانهای دولتی ایران، به رغم داشتن نیروی انسانی مازاد، کارآمدی لازم و توانایی تحقق بخشیدن به مأموریت های ذاتی خود را ندارند. به عبارت دیگر، کارکنان نامرئی به پدیده غالب سازمان های دولتی امروز تبدیل شده است. عوامل بسیار در عدم استفاده مؤثر از نیروی انسانی در اختیار سازمان دخیل است که از میان آنها میتوان به ترک خدمت مجازی، غفلت از کار، ریاکاری و طفره رفتن از کار اشاره کرد. نتایج نشان می دهد که کارکنان نامرئی و مؤلفه های آن یعنی: ترک خدمت مجازی، غفلت از کار، ریاکاری و طفره رفتن از کار بر تنبلی سازمانی دارای تأثیر معنی داری می باشند و نقش میانجی گری در نقش کارکنان نامرئی بر بی تفاوتی سازمانی و تنبلی و سکوت سازمانی دارا می باشد. بنابراین مشخص گردید که ایجاد راهکارهایی در مسیر مدیریت این مؤلفه ها می تواند مسیر کاهش بی تفاوتی سازمانی و تنبلی و سکوت سازمانی را تقویت نماید.

واژه های کلیدی: کارکنان نامرئی، سکوت سازمانی، تنبلی سازمانی.

بررسی اثر کیفیت حسابداری بر کیفیت کمیته حسابداری

بهنام کرماشاهی^۱، زینب اعظمی^۲، تابنده صالحی^۳

۱) استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

behnamkaramshahi@uk.ac.ir

۲) مربی گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

z.aazami@uk.ac.ir

۳) استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

ta.salehi@uk.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش بررسی اثر کیفیت حسابداری بر کیفیت کمیته حسابداری می‌باشد. داده‌های تحقیق از ۹۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ استخراج شده و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش حداقل مربعات تعمیم یافته استفاده شده است. در این تحقیق، کیفیت حسابداری به عنوان متغیر مستقل و کیفیت کمیته حسابداری به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. برای اندازه‌گیری کیفیت حسابداری از شاخص تخصص حسابرسان، دوره تصدی حسابرسان و اندازه حسابداری و برای اندازه‌گیری کیفیت کمیته حسابداری از تعداد جلسه‌های آن کمیته استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد تخصص حسابرسان باعث افزایش تقاضا برای تعداد جلسه‌های کمیته و در نتیجه افزایش کیفیت کمیته حسابداری می‌شود، دوره تصدی موسسات حسابداری باعث نمی‌شود که کمیته حسابداری جلسه‌های سال‌های اولیه را با همان تعداد کثیر تکرار کند اما اندازه موسسه حسابداری باعث افزایش جلسه‌های کمیته حسابداری می‌شود در نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری میان کیفیت حسابداری و کیفیت کمیته حسابداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: کیفیت حسابداری، کمیته حسابداری، تخصص حسابرسان، دوره تصدی حسابرسان، اندازه حسابداری.

بررسی تاثیر مدیریت سود واقعی بر ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌های خانوادگی

میثم واحیدیان

استادیار گروه حسابداری، واحد پردسکن، دانشگاه آزاد اسلامی، پردسکن، ایران
vahediyani@gmail.com

چکیده

صورت‌های مالی اطلاعاتی درباره‌ی وضعیت، عملکرد و انعطاف پذیری مالی را برای استفاده‌کنندگان در تصمیمات اقتصادی، فراهم می‌کند. اتکای بیش از اندازه به اطلاعات به ویژه سود، انگیزه‌های قدرتمندی را برای مدیران به وجود می‌آورد تا سود را به نفع خودشان دست‌کاری کنند. مطالعات نشان داده است که روش‌های مدیریت سود براساس انگیزه‌های شخصی مدیر می‌تواند اثرات بد و منفی داشته باشد؛ اما دیدگاهی را نیز ارائه می‌کند که افشای بهتر توسط مدیران می‌تواند ریسک عملیاتی را کاهش دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر مدیریت سود واقعی بر ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌های خانوادگی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام شد. برای این منظور اطلاعات ۱۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال‌های ۱۳۹۷-۱۴۰۱ جمع‌آوری و آزمون همبستگی و رگرسیون توسط نرم افزار Eviews10 انجام شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد: بین مدیریت سود واقعی و ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌های خانوادگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر این اساس نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه دوم نشان داد: بین مدیریت سود واقعی و ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌های خانوادگی پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران در شرایط عدم اطمینان نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت سود، ریسک سقوط قیمت سهام، شرکت‌های خانوادگی.

تأثیر ارتباطات سیاسی، اثربخشی هیات‌مدیره و کمیته حسابرسی بر حق الزحمه‌ی حسابرسی

قاسم قاسمی^۱، سارا اسحاقیان^۲

۱ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سبزوار، ایران

ghasem_ghasemi@iaus.ac.ir

۲ دانش آموخته، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سبزوار، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، تعیین تأثیر ارتباطات سیاسی، اثربخشی هیات‌مدیره و کمیته‌ی حسابرسی بر حق الزحمه‌ی حسابرسی در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. بررسی ابعاد مختلف حاکمیت شرکتی و تأثیر آن بر متغیرهای حسابداری از موضوعاتی است که توجه خاصی در ادبیات حسابداری به آن معطوف شده است. این پژوهش برای یک دوره‌ی ۵ ساله در ۱۴۲ شرکت بورسی با در نظر گرفتن محدودیت‌هایی بین سال‌های ۹۷ تا ۱۴۰۱ انجام شد. اطلاعات نمونه‌ی شرکت‌های مورد مطالعه پس از بررسی در دسترس بودن اطلاعات آن‌ها با جمع‌آوری به کمک نرم‌افزار اکسل طبقه‌بندی و به کمک نرم‌افزار ایویوز مورد آنالیز و تحلیل واقع شدند. نتایج پژوهش نشان داد؛ بین ارتباطات سیاسی، اثربخشی هیات‌مدیره و کمیته‌ی حسابرسی بر حق الزحمه‌ی حسابرسی تأثیر منفی و معناداری داشت. وجود تعداد بیش‌تر در هیات‌مدیره و کمیته‌ی حسابرسی باعث بهبود و مطلوبیت حاکمیت شرکتی و نظارت بیشتر در شرکت‌ها شده و این موضوع می‌تواند بر حق الزحمه‌ی حسابرسی تأثیر منفی داشته باشد و از طرفی ارتباطات سیاسی نیز باعث می‌شود که شرکت‌ها بتوانند شهرت بیشتری کسب نمایند و در نتیجه انتظار می‌رود تلاش نمایند، این شهرت را به سادگی از دست ندهند و کیفیت گزارشگری آن‌ها نیز بهتر گردد که این موضوع بر حق الزحمه‌ی حسابرسی تأثیر منفی دارد.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات سیاسی، اثربخشی هیات‌مدیره، کمیته‌ی حسابرسی، حق الزحمه‌ی حسابرسی.

بررسی تاثیر بکارگیری فناوری دیجیتال بر فرار مالیاتی

بهنام کرماشاهی^۱، تابنده صالحی^۲، زینب اعظمی^۳

۱ استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)
behnamkaramshahi@uk.ac.ir

۲ استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران
ta.salehi@uk.ac.ir

۳ مربی گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران
z.aazami@uk.ac.ir

چکیده

فرار مالیاتی آثار سویی بر اقتصاد داشته که می‌توان به اثرات آن بر روی رشد اقتصادی، توزیع درآمد، پس‌انداز بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری دولتی و غیره اشاره نمود. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر استفاده از فناوری دیجیتال بر فرار مالیاتی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان و کارشناسان رشته حسابداری با حداقل ۵ سال تجربه فعالیت حرفه‌ای در رشته حسابداری بوده است. در این پژوهش نمونه آماری به صورت هدفمند شناسایی شد و از رویکرد نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. در ابتدا با مراجعه به شرکت‌ها افراد اولیه شناسایی شدند. در مرحله بعد با پرسش از این افراد سایر افراد واجد شرایط شناسایی شدند. در این مطالعه جهت بررسی فرضیه‌ها داده‌ها به وسیله آزمون تحلیل رگرسیون خطی (جهت پیش بینی تغییرات متغیر ملاک توسط متغیر پیش بین) توسط نرم افزار spss نسخه ۲۶ تحلیل شد. تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش نشان داد رابطه مستقیم و معنی داری بین فناوری دیجیتال و فرار مالیاتی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: فناوری دیجیتال، فرار مالیاتی، ساختار مالیاتی.

تاثیر بازاریابی و بررسی بر ارزش ویژه برند و هویت برند

سیده مهسا گلستانه^۱، رضا صفری نژاد^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

mahsagolestaneh@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

safajnejad7@gmail.com

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تاثیر بازاریابی و بررسی بر ارزش ویژه برند و هویت برند طراحی و اجرا گردید. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع روش تحقیق اطلاعات توصیفی و از نوع مطالعات تحلیلی است که جمع آوری اطلاعات آن به صورت میدانی از طریق پرسش نامه انجام گردید. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان فروشگاه های ورزشی منتخب منتخب شهر شیراز می باشد. که با توجه به حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص تعداد ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد و به صورت تصادفی بین جامعه آماری پخش گردید. نمونه ی تحقیق با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شد. پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه های تحقیق تعداد ۳۷۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر پرسشنامه استاندارد بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده های تحقیق از آزمون معادلات ساختاری استفاده گردید. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده های تحقیق حاضر در نرم افزار SPSS و amos انجام شد. متغیر بازاریابی و بررسی با مقدار ۰/۶۲ بر هویت برند تاثیر گذار می باشد. همچنین ابعاد متغیر مولفه های بازاریابی و بررسی در مجموع ۵۹ درصد از واریانس متغیر ارزش ویژه برند را تبیین می کنند. متغیر بازاریابی و بررسی با مقدار ۰/۶۴ بر هویت برند تاثیر گذار می باشد. همچنین ابعاد متغیر مولفه های بازاریابی و بررسی در مجموع ۵۳ درصد از واریانس متغیر هویت برند را تبیین می کنند

کلمات کلیدی: بازاریابی و بررسی، ارزش ویژه برند، هویت برند.

رابطه بین هوش هیجانی و عملکرد معاملاتی سرمایه گذاران

لیلا خلیلی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد توپسرکان، دانشگاه آزاد اسلامی، توپسرکان، ایران
Leila.khalili.e@gmail.com

چکیده

این مطالعه به بررسی رابطه بین ویژگی‌های هوش هیجانی و عملکرد معاملاتی سرمایه‌گذاران می‌پردازد. همچنین بررسی می‌کند که آیا سوگیری‌های رفتاری مانند اعتماد به نفس بیش از حد و اثر گله‌مندی می‌توانند در این رابطه میانجی‌گری کنند. این مطالعه با استفاده از متغیرهای برون‌زا (ویژگی هوش هیجانی)، متغیرهای درون‌زا (عملکرد معاملاتی سرمایه‌گذاران) و متغیرهای میانجی (اعتماد به نفس بیش از حد و اثر گله‌مندی) به انجام پژوهش بنیادی می‌پردازد. نمونه‌ای از ۵۰۰ سرمایه‌گذار ایرانی با پرسشنامه‌ای با گزینه‌های پاسخ مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای مورد بررسی قرار گرفتند. برای سنجش میانجی‌گری از آزمون سوبل و برای آزمون فرضیه از مدل معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که ارتباطی بین هوش هیجانی و عملکرد معاملاتی سرمایه‌گذاران وجود ندارد. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که برخلاف اثر گله‌مندی، اعتماد به نفس بیش از حد تأثیر مثبت قابل توجهی بر قضاوت‌های معاملات سهام دارد. آزمون‌های میانجی‌گری نشان می‌دهند که سوگیری رفتاری اعتماد به نفس بیش از حد تا حدودی رابطه بین هوش هیجانی و عملکرد معاملاتی سرمایه‌گذاران را میانجی‌گری می‌کند. ارتباط بین هوش هیجانی و عملکرد معاملاتی سرمایه‌گذاران مستقل از اثر گله‌مندی شناخته شد. سرمایه‌گذاران می‌توانند به‌طور عمدی تأثیر این سوگیری‌ها را بر فرآیند تصمیم‌گیری خود کاهش دهند، خودآگاهی خود را بهبود بخشند و تصمیمات منطقی‌تری بگیرند. این امر می‌تواند منجر به برنامه‌های سرمایه‌گذاری آگاهانه‌تر و موفق‌تر شود.

واژگان کلیدی: سوگیری‌های رفتاری، هوش هیجانی، اثر گله، غرور و اعتماد به نفس بیش از حد، انتخاب‌های معاملات سهام، سرمایه‌گذاران.

بررسی نقش میانجی‌گری حمایت سازمانی ادراک شده در تاثیر بین رهبری اصیل و قصد ترک سازمان (مورد مطالعه : کادر اداری و درمانی بیمارستان پورسینا شهر آشنخانه)

ابراهیم قنبری فیروزآبادی^۱، حسینعلی بهرامزاده^۲، جلیل عباسی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی اشراق (نویسنده اول)

ebrahimghanbari23@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی اشراق (نویسنده مسئول)

bahramzadeh_hosein@yahoo.com

۳ استادیار، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی اشراق

jalilabbasi52@gmail.com

چکیده

در صد سال اخیر، پژوهشگران و محققان بسیاری تلاش کرده‌اند در قالب مکاتب و رویکردهای مختلفی به بررسی و ارائه یک سبک رهبری اثربخش پردازند. این الگوی رفتاری (رهبری)، ممکن است از سازمانی به سازمانی دیگر و از جامعه‌ای به جامعه‌ای دیگر، متفاوت باشد اما اساس آن همیشه ثابت و استوار بوده است چرا که رهبری یک مُد زودگذر نیست، بلکه یک حقیقت است. از این رو مطالعه حاضر به بررسی نقش میانجی‌گری حمایت سازمانی ادراک شده در تاثیر بین رهبری اصیل و قصد ترک سازمان می‌پردازد. این پژوهش از نظر روش و ماهیت توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی کارکنان کادر اداری و درمانی بیمارستان پورسینا شهر آشنخانه می‌باشد. جامعه آماری پژوهش محدود بوده و از تعداد ۱۹۰ نفر تشکیل شده و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران در جامعه آماری محدود نیز استفاده شده که تعداد ۱۲۷ نفر جهت نمونه و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده گردید. روایی پرسشنامه توسط اساتید مدیریت مورد تأیید قرار گرفت؛ برای سنجش پایایی پرسشنامه مذکور از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب مذکور برای متغیرهای، رهبری اصیل (۰/۹۲۵)، حمایت سازمانی ادراک شده (۰/۸۱۹) و قصد ترک سازمان (۰/۸۳۵) به دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها برای روش‌های آمار توصیفی از طریق نرم افزار Spss26 و آمار استنباطی به کمک نرم افزار Amos24 استفاده گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد: رهبری اصیل تاثیر منفی و معناداری بر قصد ترک سازمان دارد. رهبری اصیل بر حمایت سازمانی ادراک شده اثر مثبت و معناداری می‌گذارد. همچنین؛ حمایت سازمانی ادراک شده تاثیر منفی و معناداری بر قصد ترک سازمان دارد. و همچنین؛



1st National Conference on New Perspectives in Management and Accounting

with an Organizational Evolution Approach
واژه‌های کلیدی: رهبری، اصل، حمایت سازمانی ادراک شده،
قصدتک سازمان، بیمارستان پورسینا

بررسی تأثیر استدلال اخلاقی بر عملکرد شغلی حسابرسان با تأکید بر نقش تعدیل‌گر رضایت شغلی

حانیه اقبالی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه (نویسنده مقاله)
torkashvandrahimeh@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر استدلال اخلاقی بر عملکرد شغلی حسابرسان با توجه به نقش تعدیل‌گر رضایت شغلی است. روش پژوهش حاضر، توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه حسابرسان شاغل در سازمان حسابرسی (که همزمان عضو جامعه حسابداران رسمی می‌باشند) (۱۸۱ حسابرس) است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با جامعه معلوم استفاده شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با جامعه معلوم ۱۲۴ نفر است. برای گردآوری داده‌های پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه‌ای) و برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار اسمارت پی ال اس نسخه سه استفاده شده است. برای تأیید روایی از روایی‌های صوری، سازه، همگرایی و واگرایی و برای تأیید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و ترکیبی استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که استدلال اخلاقی بر عملکرد شغلی حسابرسان تأثیر دارد. همچنین نشان داد که رضایت شغلی در رابطه بین استدلال اخلاقی و عملکرد شغلی حسابرسان نقش تعدیل‌گر دارد.

واژگان کلیدی: استدلال اخلاقی، عملکرد شغلی حسابرسان، رضایت شغلی.





اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

بررسی تاثیر مدیریت دانش بر پایداری در سازمان‌ها و تحلیل نقش آن در توسعه پایدار: یک مرور سیستماتیک

علی خانی^۱، محسن شهریاری^۲، صبا صارمی‌نیا^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه صنعتی اصفهان، ایران

Mr.khani@in.iut.ac.ir

۲ استادیار و عضو هیئت علمی، دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه صنعتی اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

Shahriari@iut.ac.ir

۳ استادیار و عضو هیئت علمی، دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه صنعتی اصفهان، ایران

S.sareminia@iut.ac.ir

چکیده

مدیریت دانش، اگرچه در سازمان‌های دولتی و تجاری به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما کاربرد آن در حوزه پایداری کمتر مورد توجه قرار گرفته است. با وجود اهمیت بالای مدیریت دانش در دستیابی به پایداری، تحقیقات دانشگاهی در این زمینه بسیار محدود است. در این پژوهش، با استفاده از یک روش پژوهشی نظام‌مند، ادبیات موجود در حوزه مدیریت دانش و پایداری مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه مطالعات موجود به طور کلی بر نقش مثبت مدیریت دانش در ارتقای پایداری تأکید دارند، اما همچنان شکاف‌های پژوهشی قابل توجهی در این زمینه وجود دارد. مطالعات گذشته بیشتر بر ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی پایداری تمرکز داشته‌اند و کمتر به جنبه اجتماعی آن پرداخته‌اند. چنین، این مطالعات عمدتاً از روش‌های کمی و پرسشنامه‌محور استفاده کرده‌اند و کمتر به ابعاد کاربردی و عملیاتی مدیریت دانش در راستای دستیابی به پایداری پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که برای توسعه دانش در این حوزه، نیاز به مطالعاتی با رویکردی جامع‌تر و کاربردی‌تر است که به طور همزمان به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی پایداری توجه داشته باشند. همچنین، استفاده از روش‌های ترکیبی کمی و کیفی و تحلیل‌های پیشرفته‌تر می‌تواند به درک بهتر روابط پیچیده بین مدیریت دانش و پایداری کمک کند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند به پژوهشگران، سیاست‌گذاران و مدیران سازمان‌ها کمک کند تا اهمیت مدیریت دانش در حوزه پایداری را بهتر درک کنند و برنامه‌های تحقیقاتی و عملیاتی خود را در این زمینه بهبود بخشند.

اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد تحول سازمانی



دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی
مجلس شورای اسلامی

1st

National Conference on New Perspectives
in Management and Accounting

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، پایداری، مسئولیت اجتماعی، مزیت
استراتژیک، توسعه پایدار
with an Organizational Evolution Approach



اولین کنفرانس ملی

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری

با رویکرد تحول سازمانی



TRUST



Assessment and Impact by
CIVILICA



طراحی مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی جمهوری اسلامی ایران

غفار حسینی^۱، محمد رضا ربیعی مندجین^۲، حسن گیوریان^۳، احمد ودادی^۴

۱ دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

ghaffarhosseini@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران (نویسنده مسئول)

m.rabiee2012@yahoo.com

۳ دانشیار، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

givarian2022@gmail.com

۴ دانشیار، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

a.vedadi@gmail.com

چکیده

الگوهای مختلفی برای اجرای خط‌مشی‌ها وجود دارند که هر یک در محیط و زیست‌بوم خاص خود به وجود آمده است. در پژوهش حاضر قصد داریم به این موضوع بپردازیم که مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی چیست. روش تحقیق حاضر، اکتشافی و کیفی می‌باشد. در بخش کیفی روش تحلیل مضمون استفاده می‌شود. جامعه مورد مطالعه، خبرگان سازمان تبلیغات اسلامی می‌باشند. محقق بعد از انجام ۱۳ مصاحبه نیمه ساختار یافته از خبرگان و اساتید حوزه خط‌مشی‌گذاری سازمان تبلیغات اسلامی به اشباع نظری رسید. نتایج تحقیق نشان داد که این مدل شامل ۶ بعد بستر تمدن‌سازی، بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی، محرک‌های اجتماعی، خط‌مشی‌گذاری اثربخش، پیامدسنجی و غلبه بر موانع می‌باشد. بستر تمدن‌سازی شامل مدیران جهادی تمدن‌ساز، هسته‌های تمدنی، برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز است. بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی شامل مولفه‌های همگرایی ساختارمند و ظرفیت‌سازی رسانه‌ای می‌باشد. محرک‌های اجتماعی شامل اطمینان بخشی، ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی، و انگیزش بخشی می‌باشد. خط‌مشی‌گذاری اثربخش بر مبنای مولفه‌های برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری غیرمتمرکز و طراحی اثربخش خط‌مشی صورت می‌گیرد. مولفه‌های نتیجه محوری و بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت نیز زیرمجموعه بعد پیامدسنجی می‌باشد. در نهایت موانع سازمانی و ساختاری عدم مشارکت ذیل موانع می‌باشد. با وجود اهمیت مشارکت مردم در توسعه و تأکید برنامه‌ریزان و کارشناسان بر ضرورت بکارگیری آن، جلب مشارکت مردم همواره با مسائل و مشکلاتی روبرو است.

تحلیل تأثیرات اقتصادی سیستم‌های هوشمند بر توسعه پایدار در ایران:

بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها

امید علی عادل^۱، معصومه والی^۲

۱ دانشیار اقتصاد دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه قم ایران

Oa.adeli@qom.ac.ir

۲ دکتری اقتصاد بین الملل دانشگاه مفید قم ایران

Mandana.vali@yahoo.com

چکیده

توسعه فناوری هوش مصنوعی (AI) به عنوان یکی از محورهای اصلی تحول دیجیتال در قرن بیست و یکم، تأثیرات عمیقی بر اقتصاد و جامعه دارد. با این حال، تحقق کامل پتانسیل‌های AI در کشورها نیازمند برآورده شدن سه عامل اساسی است: داده‌های معتبر و در دسترس، نیروی انسانی متخصص، و زیرساخت‌های رایانه‌ای پیشرفته. در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، چالش‌های قابل توجهی در این زمینه‌ها وجود دارد که می‌تواند مانع از بهره‌برداری بهینه از این فناوری پیشرفته شود. اهمیت این تحقیق به ویژه در زمینه شناسایی و بررسی این چالش‌ها و ارائه راهکارهایی برای بهبود شرایط پیاده‌سازی AI در این کشورها مشهود است. این تحقیق از روش تحلیلی و ترکیبی استفاده کرده است. ابتدا با بررسی ادبیات موجود و تحلیل داده‌های کیفی، به شناسایی چالش‌های اصلی در پیاده‌سازی AI پرداخته شد. سپس، از داده‌های کمی برای ارزیابی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی سیستم‌های هوشمند در صنایع مختلف استفاده گردید. روش تحقیق شامل بررسی مطالعات موردی، تحلیل اسناد و گزارش‌های رسمی پیرامون فناوری اطلاعات و اقتصاد است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که چالش‌های عمده در مسیر توسعه AI شامل مشکلات مرتبط با دسترسی به داده‌ها، کمبود نیروی انسانی متخصص، و نقص‌های زیرساختی هستند. به ویژه، فرهنگ محرمانگی داده‌ها و محدودیت‌های مالی به عنوان موانع کلیدی شناسایی شدند. در حوزه اقتصادی، ناترازی در بازار کار و افزایش نابرابری‌ها از جمله چالش‌های جدی مطرح شدند. همچنین، چالش‌های اجتماعی و اخلاقی نظیر تبعیض الگوریتمی و عدم شفافیت در سیستم‌ها به عنوان دیگر چالش‌های عمده مطرح گردیدند. راهکارهای پیشنهادی شامل توسعه

زیرساخت‌های دیجیتال، بهبود دسترسی به داده‌ها، از طریق ایجاد مقررات شفاف، و سرمایه‌گذاری در آموزش و پرورش نیروی انسانی متخصص است. همچنین، پیش‌بینی‌های سود که سیاست‌گذاران بر روی ایجاد فرهنگ پذیرش و تغییر سازمانی برای تسهیل بهره‌برداری از AI تمرکز کنند.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، داده‌های کلان، نیروی انسانی متخصص، زیرساخت‌های رایانه‌ای، چالش‌های اقتصادی، توسعه پایدار، مدیریت منابع طبیعی، بهره‌وری، تکنولوژی‌های نوین

تجارت الکترونیک و شناخت انواع مدل‌های بازاریابی

عباس بابائی نژاد^۱، ایمان پورشیخعلی^۲، سهیلا شمس الدینی^۳

۱ استادیار، دانشکده ادبیات، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان - ایران (نویسنده مسئول)

Management7204020@yahoo.com

۲ دانشجوی دکتری مدیریت، دانشکده ادبیات، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان - ایران

iman_k_ir@yahoo.com

۳ استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران جنوب - ایران

Soheilashamsadini@yahoo.com

چکیده

تجارت الکترونیکی به عنوان یکی از مهمترین جنبه‌های نوآوری در انجام فرآیندهای کسب و کار، توسط سازمانها و شرکتهای زیادی در سطح جهان به کار گرفته شده است. سازمانهای کوچک و متوسط به عنوان بخش عمده اقتصادی هر کشوری، نقش اساسی در بهبود و ارتقا شاخص‌های اقتصادی دارند و به همین دلیل اتخاذ روشها و ابزارهای نوآورانه و نوین انجام فرآیندها و امور کسب و کار مانند تجارت الکترونیکی نقش مهمی در موفقیت این گونه سازمانها خواهد داشت. نتایج تحقیقات در زمینه ی تجارت الکترونیک نشان می دهد علی رغم توسعه روز افزون نقش و کاربرد تجارت الکترونیک مسائلی نیز در این زمینه وجود دارد که لازم است مورد توجه قرار گیرد. در این مقاله ابتدا به تعریفی از تجارت الکترونیک و انواع آن و همچنین مزایا و معایب تجارت الکترونیک پرداخته شده و سپس مدل‌هایی از بازاریابی الکترونیکی مطرح می شود.

تأثیر هوش مصنوعی و رباتیک بر بازار کار و اشتغال

امید علی عادل^۱، معصومه والی^۲

۱ دانشیار اقتصاد دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه قم ایران

Oa.adeli@qom.ac.ir

۲ دکتری اقتصاد بین الملل دانشگاه مفید قم ایران

Mandana.vali@yahoo.com

چکیده

این مطالعه به بررسی تأثیرات هوش مصنوعی و رباتیک بر اشتغال و بازار کار ایران می‌پردازد. هدف اصلی تحقیق تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مرتبط با این فناوری‌ها و ارزیابی اثرات آن‌ها بر نیروی کار و ساختار اشتغال کشور است. برای دستیابی به این هدف، روش‌شناسی تحقیق شامل استفاده از ماتریس سوات و تحلیل مقایسه‌ای با تجارب کشورهای مشابه صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هوش مصنوعی و رباتیک قادر به افزایش قابل توجه بهره‌وری و کارایی در صنایع مختلف بوده و به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های تخصصی مانند داده‌کاوی و توسعه نرم‌افزار منجر می‌شود. در عین حال، این فناوری‌ها به بیکاری تکنولوژیک و افزایش نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی نیز منجر می‌شوند. چالش‌هایی از قبیل هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه بالا و عدم تطابق مهارت‌های نیروی کار با نیازهای جدید شناسایی شده است. نتایج تحقیق بر ضرورت طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های حمایتی به منظور کاهش تأثیرات منفی فناوری‌های نوین و ارتقاء مهارت‌های نیروی کار تأکید دارد. بهره‌برداری از تجربیات موفق کشورهای پیشرفته و تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات می‌تواند به بهبود وضعیت اشتغال و کاهش نابرابری‌ها کمک کند. این تحقیق همچنین پیشنهاد می‌کند که مطالعات آینده باید به بررسی دقیق‌تر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی بلندمدت این فناوری‌ها و توسعه مدل‌های پیش‌بینی دقیق‌تر برای درک بهتر تغییرات در بازار کار بپردازند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هوش مصنوعی و رباتیک قادر به افزایش قابل توجه بهره‌وری و کارایی در صنایع مختلف بوده و به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های تخصصی مانند داده‌کاوی و توسعه نرم‌افزار منجر می‌شود. در عین حال، این فناوری‌ها به بیکاری تکنولوژیک و افزایش نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی نیز منجر می‌شوند. چالش‌هایی از قبیل هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه بالا و عدم تطابق مهارت‌های نیروی کار با نیازهای جدید شناسایی شده است.



نتایج تحقیق بر ضرورت طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های حمایتی به منظور کاهش تأثیرات منفی فناوری‌های نوین و ارتقاء مهارت‌های نیروی کار تأکید دارد. بهره‌برداری از تحولات موفق کشورهای پیشرفته و تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات می‌تواند به بهبود وضعیت اشتغال و کاهش نابرابری‌ها کمک کند. این تحقیق همچنین پیشنهاد می‌کند که مطالعات آینده باید به بررسی دقیق‌تر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی بلندمدت این فناوری‌ها و توسعه مدل‌های پیش‌بینی دقیق‌تر برای درک بهتر تغییرات در بازار کار بپردازند.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، اشتغال، بهره‌وری، نابرابری اقتصادی، ماتریس سوات.

هوش مصنوعی و اقتصاد دیجیتال: بررسی تعاملات و آینده پژوهی

امید علی عادل^۱، معصومه والی^۲

^۱ دانشیار اقتصاد دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه قم ایران

Oa.adeli@qom.ac.ir

^۲ دکتری اقتصاد بین الملل دانشگاه مفید قم ایران

Mandana.vali@yahoo.com

چکیده

تحولات فناوری دیجیتال، به‌ویژه در حوزه هوش مصنوعی، به سرعت در حال بازتعریف اقتصاد جهانی هستند. این مقاله به بررسی تأثیرات این فناوری‌ها بر اقتصاد دیجیتال، به ویژه در بنگلادش، پرداخته و چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی این کشور را در دوران انقلاب صنعتی چهارم تحلیل می‌کند. در این انقلاب، هوش مصنوعی با استفاده از داده‌های کلان و الگوریتم‌های پیچیده، توانسته است به تغییرات عمده‌ای در مدل‌های کسب‌وکار و بازارهای مالی منجر شود. این تحقیق به طبقه‌بندی انواع هوش مصنوعی و کاربردهای آن در بخش‌های مختلف، از جمله خدمات مالی و مدیریت زنجیره تأمین، می‌پردازد. همچنین، بررسی می‌کند که چگونه این فناوری می‌تواند به افزایش درآمد، کاهش هزینه‌ها و ریسک‌ها کمک کند، اما در عین حال با چالش‌هایی مانند امنیت سایبری و مسائل قانونی نیز همراه است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که هوش مصنوعی پتانسیل زیادی برای تحول در اقتصاد دیجیتال دارد، ولی برای بهره‌برداری کامل از آن، لازم است که به ملاحظات اخلاقی و قانونی توجه ویژه‌ای شود.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، اقتصاد دیجیتال، مدیریت زنجیره تأمین، خدمات مالی، امنیت سایبری.



تاثیر یکپارچگی حسابرِس بر کیفیت حسابرِس

محمدطالبی^۱، زهره زیودار^۲

۱ دانشجویارشد حسابرِس، گروه حسابداری، واحد دولت آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

۲ استادیار، گروه حسابداری، واحد دولت آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

zzivdar55@yahoo.com

چکیده

تئوری نمایندگی بر این اعتقاد شکل گرفته است که منافع مدیران و سایر ذینفعان همسو نبوده و باعث شکل گیری جنگ تضاد منافع بین ایشان می‌شود. حسابرسان را می‌توان قاضی میدان جنگ مدیران و سایر ذینفعان دانست و به هر میزان حسابرِس از مهارت، صداقت و دقت بالاتری برخوردار باشد، به نحو بهتری می‌تواند عدالت را برقرار نموده و رضایت طرفیت این جنگ را حاصل نماید. تحقق این مهم مستلزم این است که حسابرِس از کیفیت بالایی برخوردار باشد و بر این اساس پژوهشگران تلاش نموده تا عوامل و موانع کیفیت حسابرِس را شناسایی نمایند. در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی تاثیر یکپارچگی حسابرِس بر کیفیت حسابرِس پرداخته است. انجام تحلیل آماری با گردآوری پرسشنامه‌های استاندارد از ۱۱۵ نفر از حسابرسان شاغل در سازمان حسابرِس کشور در نرم افزار اس پی اس اس و اسمارت پی ال اس به ثمر رسیده و برای مدل سازی از روش معادلات ساختاری و رویکرد کمترین مربعات جزئی کمک گرفته شده است. پژوهش از منظر هدف، در گروه پژوهش‌های کاربردی جای گرفته و روش‌های توصیفی-همبستگی جهت تحلیل آماری و روش قیاسی برای تفسیر نتایج بکار بسته شده است. نتایج بیانگر این بوده است که یکپارچگی حسابرِس تاثیر مثبت و معناداری بر کیفیت حسابرِس دارد. علاوه بر این، تاثیر عامل اخلاقی و ارزش‌های متعدد بر کیفیت حسابرِس به صورت مثبت و معنادار گزارش شده است. همچنین نتایج نشان داد که بعد تحمل خطرات یا تهدیدها و بعد فراتر از اطاعت از یکپارچگی حسابرِس تاثیر مثبت و معناداری بر کیفیت حسابرِس داشته است. از سویی بعد اهداف اخلاقی از یکپارچگی حسابرِس نیز تاثیر مثبت و معناداری بر کیفیت حسابرِس داشته است.

واژگان کلیدی: کیفیت حسابرِس، یکپارچگی حسابرِس، صداقت حسابرِس.

چالش‌های مدیریت منابع انسانی داده‌محور و ارائه یک نقشه راه کاربردی برای شرکت‌های بزرگ

رسول سرائیان^۱، فاطمه گل‌آبادی^۲

۱ مشاور و مدرس تحول دیجیتال و مدیریت استراتژیک، دانشگاه امیرکبیر و دانشگاه شریف، مدیرعامل شرکت سیماترون، ایران (نویسنده مسئول)

Rasoul1341@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، ایران

کارشناس ارشد تحول دیجیتال و منابع انسانی، شرکت سیماترون

F.golabadi1997@gmail.com

چکیده

مدیریت منابع انسانی داده‌محور، رویکردی نوین در حوزه مدیریت منابع انسانی در عصر دیجیتال است که از داده برای تصمیم‌گیری بهینه استفاده می‌کند. این رویکرد، از تحلیل دقیق داده با استفاده از فناوری‌های تحول آفرین برای افزایش کارایی و کیفیت تصمیم‌گیری در فرایندهای مختلف منابع انسانی بهره می‌برد. مطالعات نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی اصلی‌ترین چالش کسب و کارهای بزرگ در سفر تحول دیجیتال سازمان‌ها است. لذا ضروریست سازمان‌ها نسبت به بازآمدسازی مدیریت منابع انسانی خود متناسب با الزامات عصر دیجیتال اقدام نمایند. با توجه به آنچه گفته شد، این سوال مطرح می‌شود که این بازآمدسازی چگونه، طی چه مراحل و با چه اقداماتی می‌بایستی صورت پذیرد؟ در این پژوهش با هدف پاسخگویی به سوال فوق، به شناسایی چالش‌های اصلی حوزه مدیریت منابع انسانی داده‌محور و روندهای آن در عصر دیجیتال بر اساس مطالعات موردی بین‌المللی پرداخته شده است. در نهایت به منظور تبیین چگونگی سفر تحول مدیریت منابع انسانی سازمان به سوی مدیریت منابع انسانی داده‌محور، یک نقشه راه کاربردی که تبیین‌کننده مراحل و اقدامات این سفر می‌باشد ارائه گردیده است.

واژه‌های کلیدی: تحول دیجیتال، مدیریت منابع انسانی دیجیتال، مدیریت منابع انسانی داده‌محور.

تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی، اجتناب مالیاتی و سررسید بدهی با کارایی سرمایه‌گذاری

نسترن دوستی^۱، کیومرث بیگلر^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رجا، ایران (نویسنده مسئول)

Dostinastaran7@gmail.com

۲ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رجا، ایران

Kumars.biglar@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی، اجتناب مالیاتی و سررسید بدهی با کارایی سرمایه‌گذاری پرداخته است. پژوهش حاضر تحقیق توصیفی و پژوهشی کاربردی است. با توجه به قلمرو مکانی و زمانی، جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ بوده و بدین ترتیب نمونه آماری بر اساس روش غربالگری در این پژوهش ۱۱۹ شرکت می‌باشد. جهت بررسی رابطه میان متغیرهای این پژوهش، کیفیت گزارشگری مالی، اجتناب مالیاتی و سررسید بدهی به عنوان متغیرهای مستقل، کارایی سرمایه‌گذاری، به عنوان متغیر وابسته و افشای مسئولیت اجتماعی به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده و رابطه هر یک از این شاخص‌ها با یکدیگر مورد بررسی قرار گرفت. به این ترتیب شش فرضیه تدوین شد و داده‌های مرتبط جمع‌آوری شد. جهت بررسی فرضیه‌ها در این پژوهش از نرم‌افزار Eviews10 استفاده شده است. با توجه به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده بر روی متغیرها و شاخص‌های آنها نشان داده شد که بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه‌گذاری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ بین اجتناب مالیاتی و کارایی سرمایه‌گذاری رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ بین سررسید بدهی و کارایی سرمایه‌گذاری رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه‌گذاری تأثیر معنادار ندارد؛ افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و کارایی سرمایه‌گذاری تأثیر معنادار ندارد و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر رابطه بین سررسید بدهی و کارایی سرمایه‌گذاری تأثیر منفی و معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی: کیفیت گزارشگری مالی، اجتناب مالیاتی، سررسید بدهی، کارایی سرمایه‌گذاری، افشای مسئولیت اجتماعی.

سید محمد رضا داودی^۱، الهام غلامی^۲

۱ دانشیار گروه مدیریت، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

smrdaavoodi@ut.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مهندسی مالی و مدیریت ریسک واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

Alhamghlami763@gmail.com

چکیده

تحلیل پوششی داده‌ها به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای ارزیابی عملکرد واحدهای تصمیم‌گیرنده همگون با چند ورودی و چند خروجی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در پژوهش حاضر فرآیند تولید سود خالص در بانک‌ها، به‌عنوان یک ساختار دومارحله‌ای در نظر گرفته می‌شود که در مرحله اول ورودی‌های شامل مجموع دارایی‌ها، حقوق صاحبان سهام و هزینه‌های اداری و عمومی به محصولات میانی شامل سپرده‌ها، وام‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها تبدیل شده و در مرحله دوم محصولات میانی به‌عنوان ورودی مرحله دوم به خروجی سود خالص منجر می‌شود. کارایی به دو روش جعبه سیاه یعنی بدون در نظر گرفتن فرآیند واسطه و روش ارتباطی که از حاصل ضرب کارایی دو مرحله تولید محاسبه می‌شود. نتیجه تحقیق بر روی ۱۶ بانک و مؤسسه اعتباری از بورس اوراق بهادار تهران در بازه ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که با رویکرد بازده نسبت به مقیاس ثابت، میانگین کارایی بانک‌ها در رویکرد جعبه سیاه برابر ۰,۵۵ و با رویکرد ارتباطی برابر ۰,۲۸ می‌باشد و این در حالی است که همین مقادیر در رویکرد بازده نسبت به مقیاس متغیر، برابر ۰,۷۱ و ۰,۴۰ با کوارایانس کارایی مرحله اول و دوم منفی می‌باشد. بانک‌ها در مرحله اول تولید موفق‌تر بوده و در رویکرد ارتباطی تعداد واحدهای کارا کمتر می‌باشد. برای مقایسه کارایی روش جعبه سیاه و ارتباطی از دقت پیش‌بینی دو شبکه عصبی بر روی داده‌های تست استفاده گردید که نتیجه تحقیق نشان می‌دهد تولید سود به صورت دومارحله‌ای دقت پیش‌بینی شبکه عصبی را بالاتر می‌برد. همچنین با استفاده از شبکه عصبی آموزش‌دیده میزان سود مورد انتظار برای بانک‌ها با سود خالص منفی محاسبه گردید.

کلمات کلیدی: تحلیل پوششی داده‌ها، شبکه‌های عصبی، فرآیند تولید دومارحله‌ای، کارایی ارتباطی، بورس اوراق.

بررسی رابطه اثربخشی کنترل داخلی و مسئولیت اجتماعی شرکت با محافظه کاری مشروط

فاطمه نورمحمدی^۱، سالار مرادخانی^۲

۱ کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، ایران (نویسنده مسئول)

maede.shine1376@yahoo.com

۲ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، ایران

smoradkhanian@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر در راستای مبانی تئوریک به بررسی رابطه اثربخشی کنترل داخلی و مسئولیت اجتماعی شرکت با محافظه کاری مشروط پرداخته است. پژوهش حاضر تحقیق توصیفی و پژوهشی کاربردی است. با توجه به قلمرو مکانی و زمانی، جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ می‌باشد و بدین ترتیب نمونه آماری بر اساس روش غربالگری در این پژوهش ۱۱۹ شرکت می‌باشد. جهت بررسی رابطه میان متغیرهای این پژوهش، اثربخشی کنترل داخلی و مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان متغیرهای مستقل و محافظه کاری مشروط به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده و رابطه هر یک از این شاخص‌ها با یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد. به این ترتیب دو فرضیه تدوین شد و داده‌های مرتبط جمع‌آوری شد. جهت بررسی فرضیه‌ها در این پژوهش از نرم‌افزار Eviews10 استفاده شده است. با توجه به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده بر روی متغیرها و شاخص‌های آنها نشان داده شد که بین اثربخشی کنترل داخلی با محافظه کاری مشروط رابطه منفی و معنادار وجود دارد و بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با محافظه کاری مشروط رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: اثربخشی کنترل داخلی، مسئولیت اجتماعی شرکت، محافظه کاری مشروط.

تردید حرفه‌ای و کیفیت حسابرسی: با نقش تعدیل‌کنندگی ریسک حسابرسی

همایون رحمانی^۱، سمانه آفاکاظم شیرازی^۲، غزل السادات صدرايي^۳

۱ کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

۲ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

shirazi.sama20@usc.ac.ir

۳ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

چکیده

قضاوت و تصمیم‌گیری امری اجتناب‌ناپذیر در هرگونه فعالیت حسابرسی و ممیزی است که برحسب محتوای قضاوت و موضوع تصمیم‌گیری پیچیده‌تر می‌شود و بر همین اساس، تبیین عوامل مؤثر بر آن ضروری است. در بین این عوامل، تردید حرفه‌ای به‌عنوان نوعی نگرش، روی کیفیت قضاوت و تصمیم‌گیری نقش بسزایی دارد؛ اهمیت پژوهش حاضر از این جهت است که اولاً گروه‌هایی که تحت تأثیر قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری حسابداری قرار می‌گیرند، زیاد و متنوع هستند. همچنین این اثرها پیامدهای اقتصادی بااهمیتی دارند و در نهایت پاسخی برای چرایی قضاوت و تصمیم فراهم می‌آورند. بر همین اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تردید حرفه‌ای بر کیفیت حسابرسی با نقش تعدیل‌کنندگی خطر است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد کمی و به‌طور مشخص با رویکرد پیمایشی انجام شده است. در راستای هدف پژوهش داده‌ها از طریق توزیع پرسش‌نامه محقق‌ساخته بین ۱۲۰ نفر از شرکای موسسات حسابرسی و مدیران فنی موسسات حسابرسی سطح الف و ب گردآوری شدند. دوره زمانی گردآوری داده‌ها، فصل‌های پاییز و زمستان ۱۴۰۲ و بهار سال ۱۴۰۳ بوده است. تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و رگرسیون چند کتغیره انجام شده است. یافته‌ها نشان داد که تردید حرفه‌ای بر کیفیت حسابرسی اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر، با افزایش تردید حرفه‌ای، کیفیت حسابرسی بهبود می‌یابد. همچنین یافته‌ها نشان داد که خطر حسابرسی، ارتباط میان تردید حرفه‌ای و کیفیت حسابرسی را تعدیل می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: تردید حرفه‌ای، کیفیت حسابرسی، خطر حسابرسی.

ارزیابی مؤلفه‌های سازمانی و اجتماعی انگیزه‌ی خدمت عمومی در سازمان‌های عمومی

دکتر اردلان فیلی^۱، مهرپویا منصوری^۲، محمدحسن نجابت^۳

۱ استادیار گروه مدیریت، مؤسسه‌ی آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

feili@apadana.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده معماری، مؤسسه‌ی آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

mansouri.scientificactivity@gmail.com

۳ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده معماری، مؤسسه‌ی آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

m.hassn.nejabat@gmail.com

چکیده

مبحث خدمت‌رسانی از موضوعات یا به بیانی بهتر از مشکلات مورد بررسی سازمان‌های عمومی و دولتی بوده است. این گونه چالش ممکن است در زمانی اندک و یا میان مدت موجب گسترش عدم اعتماد و خدشه دار شدن اعتبار سازمان در جامعه و عامه‌ی مردم شود. لذا، جهت جلوگیری از این رخداد باید به کشف عوامل منفی جهت رفع و عوامل مثبت در جهت پیش‌برد سازمان پرداخته شود. غایت از این تفحص، تحلیل شکاف ۲۳ عامل جزئی که زیر مجموعه‌ی ۴ خوشه با عناوین "شایسته‌سالاری و عدالت"، "ویژگی‌های شغل"، "توجه به منافع عمومی" و "بهبود جایگاه اجتماعی" که در دو گروه اصلی مؤلفه‌های "سازمانی" و "اجتماعی" قرار دارند، می‌باشد. جهت جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای طراحی و توسط ۱۰ نفر از خبرگان شامل کارشناسان، پیمانکاران، مشاوران، اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل شرکت‌های مشاوره‌ای، عمرانی و معماری تکمیل شد. نتایج حاصل نشان می‌دهد "کمک به کاهش مشکلات دیگران" و "حیاتی و مهم بودن بخش عمومی" با شکاف صفر، کم‌ترین میزان شکاف را دارند و برای حفظ این شکاف و جلوگیری از خزش شکاف آن نیاز به برنامه‌ریزی بلندمدت است. بیشترین شکاف براساس ارزیابی‌های انجام شده به گزینه‌ی "پرداخت منصفانه‌ی حقوق کارمندان نسبت به مدیران" با عدد ۲،۱ اشاره دارد. پیشنهاد می‌شود جهت برطرف کردن این ناعدالتی به سازماندهی‌ها و برنامه‌های فوری روی آورده شود.

کلید واژه: تحلیل شکاف، خدمت‌رسانی، سازمان‌های عمومی، برنامه‌ریزی.

توانایی اعضای هیأت مدیره غیرموظف و کیفیت افشا

سمانه آقا کاظم شیرازی^۱، مریم صادقی^۲

۱ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

shirazi.sama20@usc.ac.ir

۲ کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

چکیده

با توجه به نقش کلیدی کیفیت افشا در سودمندی تصمیم‌گیری برای استفاده‌کنندگان و مسئولیت خطیر اعضای هیأت‌مدیره درباره این مهم، پژوهش حاضر به بررسی ارتباط توانایی اعضای هیأت مدیره غیرموظف و کیفیت افشا پرداخته است. در این راستا اطلاعات ۱۳۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سالهای ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفته است. برای اندازه‌گیری توانایی مدیران غیرموظف در مطالعه حاضر از معیار نوینی که بیانگر ارتباط میان توانایی مدیران و عملکرد می‌باشد، استفاده شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی تحلیلی-همبستگی است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل ضرایب رگرسیون استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر وجود ارتباط مثبت میان توانایی مدیران غیرموظف و کیفیت افشا و ارتباط منفی میان اندازه شرکت و توانایی مدیران غیرموظف است که تئوری‌های موجود را نیز تأیید می‌کند. نتایج بیانگر آن است که مدیران با توجه به بازار تخصص مدیریت، برای حفظ جایگاه و موقعیت خود، از حداکثر توانایی و توانایی‌هایشان برای بهبود کیفیت افشا بهره می‌گیرند.

واژه‌های کلیدی: توانایی مدیران غیرموظف، اعضای غیرموظف هیأت مدیره، کیفیت افشا.

بررسی نقش تعدیلی ناهمگونی هیات مدیره در مدل جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و توان پیش‌بینی شونددگی سود در بازار سرمایه ایران

مریم بخارایان خراسانی^۱، جمادوردی گرگانلی دوجی^۲، محجوبه پوراعتمادی^۳، پرویز سعیدی^۴

۱ گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

۲* گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)

Gorganli@aliabadiau.ac.ir

۳ گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

۴ گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

چکیده

شیوه‌های حاکمیت شرکتی مناسب و ویژگی‌های هیئت مدیره می‌تواند موجب از بین رفتن مشکلات نمایندگی شده و عملکرد شرکت‌ها را بهبود بخشد. سیستم حاکمیت شرکتی تضمینی را برای سهامداران و سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهد و در نتیجه هیئت مدیره خوب می‌تواند از طریق جلب اعتماد سرمایه‌گذاران، افزایش قیمت سهام را به همراه داشته باشد. هدف این پژوهش بررسی نقش تعدیلی ناهمگونی هیئت مدیره در مدل جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و قدرت پیش‌بینی شونددگی سود در بازار سرمایه ایران با استفاده از اطلاعات مالی مربوط به شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی دوره زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱ می‌باشد. برای این منظور از روش رگرسیون خطی چند متغیره مبتنی بر داده‌های پنلی و روش اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سود غیرمنتظره بر واکنش سرمایه‌گذاران و جلب اعتماد آنها تأثیری ندارد. همچنین نتایج حاصل از برآورد مدل اول پژوهش نشان می‌دهد که ناهمگونی هیئت مدیره تأثیر معناداری بر واکنش سرمایه‌گذاران و جلب اعتماد آنها دارد. نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان می‌دهد که نقش تعدیلی ناهمگونی هیئت مدیره در رابطه بین جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و سود غیرمنتظره معنادار نمی‌باشد. علاوه بر این، تجزیه و تحلیل فرضیه سوم پژوهش نشان می‌دهد که سود جاری تأثیر معناداری بر سود دوره آتی خواهد داشت. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ناهمگونی هیئت مدیره قدرت پیش‌بینی شونددگی سود جاری را تعدیل نخواهد کرد. به عبارتی دیگر، نقش تعدیلی ناهمگونی هیئت مدیره در رابطه بین سود جاری و سود آتی معنادار نمی‌باشد.

کلمات کلیدی: ناهمگونی هیئت مدیره، سود آتی، جلب اعتماد سرمایه‌گذاران.

بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین سرمایه گذاران نهادی و کیفیت پایداری گزارشگری مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

جلال اسپوکه

استادیار، گروه حسابداری، واحد مهاباد، دانشگاه آزاد اسلامی، مهاباد، ایران (نویسنده مسئول)
aspookeh@gmail.com

چکیده

شرکتها برای تقویت عملکرد خود اقدام به اتخاذ سیاست های متنوع جهت افزایش اعتماد و کاهش هرگونه سوءاستفاده های مدیریت می کنند. از جمله این اقدامات می توان به حضور سهامداران نهادی به عنوان نهاد ناظر در لیست مالکان اشاره کرد. از اینرو هدف این پژوهش بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین سرمایه گذاران نهادی و کیفیت پایداری گزارشگری مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. نمونه آماری پژوهش مشتمل بر ۹۳ شرکت در بین سال های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ می باشد که بوسیله روش حذفی سیستماتیک انتخاب شدند. روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی- همبستگی مبتنی بر داده های مالی می باشد که جهت بررسی فرضیه های پژوهش از رگرسیون چند متغیره استفاده شد. آزمون های آماری پژوهش با استفاده از نرم افزارهای اکسل و ایووز انجام شد. در پژوهش حاضر کیفیت پایداری گزارشگری مالی به عنوان متغیر وابسته انتخاب شدند. بررسی نتایج تحلیل فرضیه ها نشان داد که اولاً سرمایه گذاران نهادی بر کیفیت گزارشگری پایداری تاثیر مثبت دارد و ارتباطات سیاسی بر رابطه بین سرمایه گذاران نهادی و کیفیت پایداری گزارشگری مالی تاثیر مثبت دارد.

واژه های کلیدی: ارتباطات سیاسی، سرمایه گذاران نهادی، کیفیت پایداری، گزارشگری مالی.

نقش هوش مصنوعی در بهبود تجربه مشتری در بانکداری دیجیتال

آریا بکتاش^۱، رضا صفری نژاد^۲، سعید توکلیان^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

Aryabaktash@gmail.com

^۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Safarinejad7@gmail.com

^۳ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

S.tavakolian@zand.ac.ir

چکیده

این مقاله به بررسی نقش هوش مصنوعی (AI) در بهبود تجربه مشتری در بانکداری دیجیتال می‌پردازد. با توجه به پیشرفت‌های چشمگیر در تکنولوژی‌های هوش مصنوعی، بانک‌ها قادر به ارائه خدمات شخصی‌سازی شده، بهبود کارایی و افزایش رضایت مشتریان هستند. این مقاله به تشریح کاربردهای مختلف هوش مصنوعی در حوزه بانکداری، از جمله چت‌بات‌ها، سیستم‌های توصیه‌ای و تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده می‌پردازد و تأثیر آن‌ها را بر تعامل مشتری و وفاداری بررسی می‌کند. همچنین، چالش‌های موجود در پیاده‌سازی هوش مصنوعی، مانند نگرانی‌های حریم خصوصی و تبعیض در الگوریتم‌ها، مورد بحث قرار می‌گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که با استفاده مؤثر از هوش مصنوعی، بانک‌ها می‌توانند تجربه مشتری را بهبود بخشیده و روابط قوی‌تری با مشتریان خود برقرار کنند.

واژه‌های کلیدی: هوش مصنوعی، تجربه مشتری، بانکداری دیجیتال، چت‌بات‌ها، شخصی‌سازی، تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، چالش‌های بانکداری.

با رویکرد تحول سازمانی

بررسی استراتژی افزایش کیفیت مؤلفه‌های سازمانی بر عملکرد شغلی و رضایت کارکنان

سیدفرید موسوی^۱، آرزو گازی نیشابوری^۲، امیرحسین غلامپور^۳

۱) استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، ایران

mousavifarid@khu.ac.ir

۲) دکتری، دانشکده صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، ایران (نویسنده مسئول)

Arezoogazori.66@gmail.com

۳) کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، ایران

gholampour.amirhossein@gmail.com

چکیده

در دنیای رقابتی کسب‌وکار امروز، سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف خود و دستیابی به مزیت رقابتی به کارکنانی با عملکرد و رضایت شغلی بالا نیاز دارند؛ بنابراین برای داشتن کیفیت خدمات برتر و درنهایت رضایت مشتریان بیرونی، سازمان‌ها می‌بایستی کارکنان (مشتریان درونی) متعهد به اهداف و چشم‌اندازهای شرکت و دارای رفتارهای مشتری مدارانه داشته باشند. در این پژوهش سعی گردیده نقش استراتژی‌های اتخاذ شده در راستای افزایش کیفیت مؤلفه‌های سازمانی بر عملکرد و رضایت شغلی کارکنان با نقش میانجی تعهد سازمانی مورد آزمون قرار گیرد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی محسوب می‌گردد. در این تحقیق مؤلفه‌های سازمانی شامل اعتماد سازمانی، حمایت سازمانی و فرهنگ سازمانی می‌شود. در این مقاله ابتدا به بیان مبانی پشتوانه ارتباط مؤلفه‌های سازمانی با عملکرد و رضایت شغلی و تعهد سازمانی پرداخته و سپس تلاش شده است که اهمیت این متغیرها به‌ویژه نقش آن‌ها در کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمان‌ها موردبررسی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: استراتژی، مؤلفه‌های سازمانی، رضایت شغلی، عملکرد شغلی، تعهد سازمانی، رضایت کارکنان.

دو مرحله ای سازی مدل ریاضی با استفاده از الگوریتم آزاد سازی لاگرانژ

شهاب فروتن چهر^۱، سعید آقاسی^۲، سید محمدرضا داوودی^۳

۱ دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

shahab.fc774@gmail.com

۲ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد واحد دهقان

saeedaghasi2025@gmail.com

۳ دکتری مدیریت صنعتی گرایش تولید و عملیات، استادیار، مدیر گروه و عضو شورای پژوهشی و دانش بنیان واحد دهقان

smrdavoodi@ut.ac.ir

چکیده

بهینه سازی انتخاب سید سرمایه گذاری برای مدیریت ریسک و دستیابی به بازده رضایت بخش بسیار مهم است. ارزیابی دقیق و انتخاب دارایی های مالی درآمدزا برای سرمایه گذاران حیاتی است. عواملی مانند عدم سودآوری، پیچیدگی سهام و چالش های ناشی از واسطه های سرمایه گذاری، موانع مهمی در تصمیم گیری سرمایه گذاری هستند. هدف از این پژوهش ارائه مدل ریاضی دو مرحله ای ارزیابی و انتخاب سبد سهام بود. این مطالعه یک مدل ریاضی دو مرحله ای چندهدفه را برای بهینه سازی انتخاب اوراق بهادار سرمایه گذاری پیشنهاد کرد. برای پرداختن به عدم قطعیت در ارزیابی پورتفولیو، نظریه عدم قطعیت "پایداری برتسیماس و سیم" توسعه داده شد و در مدل ریاضی اعمال شد. علاوه بر این، به دلیل پیچیدگی مسئله NP-HARD، اعتبارسنجی مدل در مقیاس بزرگ تری با استفاده از الگوریتم های فراابتکاری MOPSO و NSGAII انجام شد. تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از دو الگوریتم نشان داد که زمان محاسباتی الگوریتم MOPSO از الگوریتم NSGAII پیشی می گیرد و میانگین توابع هدف اول و دوم MOPSO برتری آن را نسبت به NSGAII نشان می دهد. علاوه بر این، سایر پارامترهای تحلیلی مانند NPF، MSI و SM نشان دادند که الگوریتم NSGAII از الگوریتم MOPSO بهتر عمل می کند. در نهایت با استفاده از روش TOPSIS نشان داده شد که الگوریتم NSGAII با وزن ۰.۶۹۴۵ نسبت به MOPSO مطلوب تر است.

کلمات کلیدی: ارزیابی، سید اوراق بهادار، مدل ریاضی چند هدفه، الگوریتم فرا ابتکاری، عدم قطعی.

نظریه راحت‌طلبی، کارآفرینی مجرمانه و حاکمیت شرکتی

هوشنگ عاشقی اسکویی

استادیار گروه مدیریت دانشگاه قم، قم، ایران
h.oskooee@qom.ac.ir

چکیده

این مقاله به دنبال دستیابی به یک چارچوب مفهومی جدید برای پژوهش در مورد کارآفرینی مجرمانه و حاکمیت شرکتی است و سعی دارد یک موضوع بسیار مهم را در دستور کار پژوهش قرار دهد. راهبرد پژوهش بررسی ادبیات موجود در مورد موضوع و ترکیب آن‌ها برای دستیابی به یک چارچوب مفهومی جدید است. با استفاده از این رویکرد، ادبیات کارآفرینی مجرمانه، نظریه راحت‌طلبی، حاکمیت شرکتی و مسائل مرتبط به آن مرور شد. همه انواع کارآفرینی با ایجاد ثروت و ارزش مرتبط هستند. کارآفرینان افرادی سخت‌کوش هستند و به توسعه اقتصادی و رشد کشورها کمک می‌کنند و به همین دلیل مورد احترام و حمایت دولت‌ها؛ و اعتماد جامعه هستند. بر اساس نظریه راحت‌طلبی اکثر مردم ذاتاً به دنبال آسایش و راحتی هستند. این راحت‌طلبی ممکن است کارآفرینان را به سمت کارآفرینی مجرمانه سوق دهد. از آنجایی که همه کارآفرینان نوآور، ریسک‌پذیر و پیشگام هستند، اگر به کارآفرینی مجرمانه تمایل پیدا کنند می‌توانند فعالیت‌های مجرمانه بسیار نوآورانه‌ای انجام دهند. کارآفرینان مجرمانه با به دست آوردن پول بیشتر و آسان‌تر، می‌توانند افراد متخصص و نوآور بیشتری را جذب کنند و کسب‌وکار مجرمانه خود را گسترده‌تر و قوی‌تر کنند. از حاکمیت شرکتی می‌توان برای پیشگیری و کنترل کارآفرینی مجرمانه استفاده کرد. قانون تجارت یکی از عوامل مؤثر در حاکمیت شرکتی است. بنابراین یک سیستم حاکمیت شرکتی خوب و انجام مطالعات گسترده و مستمر در مورد کارآفرینی و نوآوری‌های مجرمانه می‌تواند فعالیت شرکت‌ها و مدیران آن‌ها را کنترل و از وقوع کارآفرینی مجرمانه جلوگیری کند. در نهایت، نتیجه‌گیری شد که برای جلوگیری از گسترش کارآفرینی مجرمانه و از بین بردن آن، باید قوانین و سیستم‌های قانون‌گذاری توسعه‌یافته‌ای برای اعمال کنترل بیشتر بر شرکت‌ها ایجاد شود. علاوه‌براین، پژوهش در مورد کارآفرینی مجرمانه به منظور درک بهتر ابعاد و تغییرات در فرآیند آن می‌تواند به ایجاد سیستم‌های موثرتر برای کنترل فعالیت‌های مجرمانه کارآفرینان کمک کند.

واژه‌های کلیدی: حاکمیت شرکتی، کارآفرینی مجرمانه، کارآفرینی غیرقانونی، نظریه راحت‌طلبی، جرم یقه‌سفید.

برند سازی شخصی در شبکه های اجتماعی

فرنوش حیدری^۱، رضا صفری نژاد^۲، نازنین مسعودی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Farnoosh.heydari816@gmail.com

۲ استادیار رشته مدیریت، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

۳ استادیار رشته مدیریت، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی عوامل موثر بر برند سازی شخصی در شبکه های اجتماعی در مدیران بازاریابی می باشد. این تحقیق از احاط هدف، یک پژوهش کاربردی و از بعد جمع آوری اطلاعات، مطالعه ای توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه برند سازی شخصی در شبکه های اجتماعی، کلیه مدیران بازاریابی شهر شیراز بودند، که با توجه به حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص تعداد ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد در این تحقیق از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد که در بخش اول، شامل مشخصات فردی (سن، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات و...) و بخش دوم آن را پرسش نامه عوامل موثر در برند سازی شخصی در شبکه های اجتماعی تشکیل داد. و در ۴ خرده مقیاس عوامل فرهنگ پذیری، عوامل منشا اثر بودن، عوامل افزایش اعتبار و عوامل افزایش درآمد دسته بندی شد. پرسش نامه بر اساس مقیاس ۷ ارزشی لیکرت تنظیم گردید. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی سوالات، از نظرات چندین نفر از اساتید مدیریت بازاریابی، که در زمینه تخصص داشتند، استفاده شد. همچنین اعتبار سازه پرسش نامه مذکور نیز توسط تحلیل عامل اکتشافی مورد تایید قرار گرفت و پایایی پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. نتایج نشان داد که عوامل فرهنگ پذیری با ضریب تاثیر ۰/۵۲۳ بیشترین تاثیر را در برند سازی شخصی در شبکه های اجتماعی می گذارد.

واژه های کلیدی: عوامل، برند سازی شخصی، شبکه های اجتماعی، مدیران بازاریابی.

حسابداری زیست محیطی و چالش‌های پیش روی آن در استان گلستان

هایده محمودی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی، کارمند دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان
Gemini.8575@gmail.com

چکیده

با تخریب جنگلها و منابع طبیعی در استان گلستان و گسترش اراضی مسکونی ناشی از آنها، حسابداری نیز باید نقش خود را در ممانعت یا حداقل، کاهش زیانهای وارده به طبیعت ایفا کند که این امر در مبحث جدیدی در حسابداری تحت عنوان حسابداری محیط زیست ظهور و نمود پیدا میکند. در این تحقیق به بررسی مفاهیم و بنیادهای کاربردها و اهداف حسابداری زیست محیطی پرداخته میشود. سپس به شرایط موجود در استان گلستان اشاره شده و در ادامه به تشریح نکاتی قابل توجه از حسابداری زیست محیطی پرداخته میشود و در پایان به لزوم وجود یک استاندارد حسابداری در استان اشاره میشود.

واژه‌های کلیدی: حسابداری، محیط زیست، منابع طبیعی، استان گلستان، ایران.

اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

تأثیر هوش مصنوعی بر بهینه‌سازی استراتژی‌های قیمت‌گذاری در بازارهای رقابتی

الهه امینی^۱، فاطمه ضیایی^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی-گرایش بازاریابی، دانشگاه غیرانتفاعی اپادانا شیراز
eli.am1372@gmail.com

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی-گرایش بازاریابی، دانشگاه غیرانتفاعی اپادانا شیراز
Shahla.ziaey@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: در بازارهای رقابتی، بهینه‌سازی استراتژی‌های قیمت‌گذاری به‌عنوان یک عامل کلیدی برای حفظ مزیت رقابتی و افزایش سودآوری مورد توجه قرار می‌گیرد. با رشد فناوری‌های نوین، استفاده از هوش مصنوعی (AI) به‌عنوان ابزاری پیشرفته، راهی برای بهینه‌سازی استراتژی‌های قیمت‌گذاری ارائه داده است. هدف این پژوهش بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر بهینه‌سازی استراتژی‌های قیمت‌گذاری در بازارهای رقابتی است.

روش: این تحقیق با استفاده از مدل سلسله‌مراتبی AHP و تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده از ۱۰ شرکت بزرگ در صنعت خرده‌فروشی و خدمات آنلاین، به ارزیابی تأثیر AI بر تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری پرداخته است. آزمون‌های آماری مانند آزمون‌های روابی و پایایی برای تأیید اعتبار داده‌ها و مدل استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که استفاده از هوش مصنوعی باعث بهبود پیش‌بینی تقاضا و افزایش شخصی‌سازی قیمت‌ها شده و شرکت‌ها را قادر به پاسخگویی سریع‌تر به تغییرات رقابتی کرده است.

نتیجه‌گیری AI: نقش مؤثری در بهینه‌سازی قیمت‌گذاری دارد، اما چالش‌هایی مانند هزینه‌های پیاده‌سازی و نیاز به تحلیل داده‌های بزرگ هنوز وجود دارد. پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها برای بهبود عملکرد خود از هوش مصنوعی و الگوریتم‌های یادگیری ماشین بهره‌برداری بیشتری کنند.

کلیدواژه‌ها: هوش مصنوعی (AI)، بهینه‌سازی قیمت‌گذاری، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، پیش‌بینی تقاضا، شخصی‌سازی قیمت‌ها، بازارهای رقابتی، الگوریتم‌های یادگیری ماشین، قیمت‌گذاری پویا، سودآوری، تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP).

جستاری نظری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (در راستای تحقق توسعه پایدار در کسب و کارها)

فاطمه رضازاده^۱، سیما رضازاده^۲

۱ دکتری مدیریت دولتی، رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، مؤسسه آموزش عالی زند، شیراز، ایران

f.rezazadeh@atu.ac.ir

۲ کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، استراتژیک، دانشگاه آزاد، شیراز، ایران

Sima.rezazadeh67@gmail.com

چکیده

پیچیده و گسترده شدن معضلات اجتماعی در جوامع امروزی لزوم توجه به کارآفرینی اجتماعی را بیش‌ازپیش مطرح ساخته و آن را به یکی از عوامل اساسی در راستای دستیابی به توسعه پایدار جوامع بدل کرده است. از آنجاکه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان راهکاری اثرگذار و پایدار در راه توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود، هرروزه توجه بخش‌های گسترده‌تری از جامعه را به خود جلب می‌کند. این مقاله با رویکرد توصیفی و روش کتابخانه‌ای و باهدف مرور مبانی نظری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی انجام‌شده است. نتایج مبین این مطلب است که شناسایی بازیگران اصلی کارآفرینی اجتماعی می‌تواند ابزار مؤثری در توسعه و بهبود فضای کارآفرینی اجتماعی شود. زیرا از یک‌سو توسعه کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که در آن کارآفرینان اجتماعی به‌عنوان بازیگران اصلی، با مهارت‌های خاص، به دنبال ایجاد ارزش اجتماعی هستند و از سوی دیگر زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی از بازیگران متنوعی تشکیل شده که دربرگیرنده مضامین فراگیری چون توسعه اجتماعی، توسعه قابلیت‌ها، قابلیت‌های تعاملی با محیط، حمایت‌کننده‌ها و توانمندسازی چندگانه هستند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، زیست‌بوم، انگیزش فردی، فرصت، بازیگران اصلی.

تعیین عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان دورکار و اولویت‌بندی عوامل با استفاده از روش AHP-GSA

راضیه دلپسند^۱، نازنین مسعودی^۲، ملیکا دوکوهکی^۳

۱ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

r.delpasand@zand.ac.ir

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

n.masoudi@zand.ac.ir

۳ دانشجوی کارشناسی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

melicadokuhaki@gmail.com

چکیده

در دهه ۱۹۷۰ مفهوم "دورکاری" توسط جک ام. نیلز مطرح شد. امروزه با رشد جمعیت و توسعه فناوری‌های نوین این مفهوم در تمام جوامع پذیرفته شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به اهمیت روزافزون دورکاری در دنیای امروز، شناسایی عواملی که می‌توانند بر عملکرد کارکنان تأثیر بگذارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این پژوهش، به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان در شرایط دورکاری پرداخته شده است. به این منظور، ابتدا با استفاده از مرور ادبیات و نظرات خبرگان و با بهره‌گیری از روش دلفی فازی، عوامل کلیدی مؤثر شناسایی شدند. سپس، برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی این عوامل، از روشی ترکیبی بر پایه تحلیل سلسله مراتبی و روش جستجوی گرانشی استفاده شد. استفاده از روش جستجوی گرانشی که یکی از روش‌های فراابتکاری است امکان یافتن وزن‌ها را به صورت بهینه فراهم می‌کند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عوامل مرتبط با فناوری، ارتباطات، حمایت سازمانی و تعادل کار-زندگی از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که بر عملکرد کارکنان در شرایط دورکاری تأثیر می‌گذارند. این یافته‌ها می‌توانند به سازمان‌ها کمک کنند تا با تمرکز بر بهبود این عوامل، بهره‌وری و عملکرد کارکنان خود را در شرایط دورکاری ارتقاء دهند.

واژه‌های کلیدی: دورکاری، عملکرد کارکنان، تحلیل سلسله مراتبی، الگوریتم جستجوی گرانشی.

نقش هیجانات، پیچیدگی کار و استرس نقش حسابرسان بر قضاوت حرفه ای حسابرسان

لادن پور اعتمادی

کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی فاطمیه، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)
ladanpouretemady@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی ارتباط هیجانات، پیچیدگی کار و استرس نقش حسابرسان با قضاوت حرفه ای حسابرسان می پردازد. تحقیق حاضر از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی- پیمایشی و همبستگی هست؛ جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه حسابرسان می باشند؛ براین اساس نمونه ای متشکل از ۳۸۴ نفر به روش غیر احتمالی در دسترس انتخاب گردید. جهت گردآوری اطلاعات پژوهش از پرسشنامه استفاده گردید؛ جهت آنالیز داده های پژوهش از نرم افزار اسمارت SPSS استفاده گردید، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ها نشان داد که هیجانات حسابرسان با قضاوت حرفه ای حسابرسان رابطه منفی و معناداری دارد. پیچیدگی کار حسابرسان با قضاوت حرفه ای حسابرسان رابطه منفی معناداری دارد. استرس نقش با قضاوت حرفه ای حسابرسان رابطه منفی و معناداری دارد. یافته‌های تحقیق ضمن پر کردن خلاء تحقیقاتی صورت گرفته در این حوزه می‌تواند برای سرمایه‌گذاران، قانون‌گذاران بازار سرمایه و سایر ذینفعان اطلاعات حسابداری و حسابرسان در امر تصمیم‌گیری راهگشا باشد.

واژه‌های کلیدی: هیجانات، پیچیدگی کار ، استرس نقش ، قضاوت حرفه ای حسابرسان.

تأثیر ارتباطات یکپارچه بازاریابی در ساخت ارزش ویژه برند

فاطمه حسینی نژاد^۱، رضا صفری نژاد فرد^۲، سعید توکلیان^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

fatemehosseinnezhad0251@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

safarinejad7@gmail.com

۳ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

s.tavakolian@zand.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر ارتباطات یکپارچه بازاریابی بر ساخت ارزش ویژه برند در صنایع غذایی انجام شده است. ارتباطات یکپارچه بازاریابی به عنوان یک استراتژی جامع بازاریابی می‌تواند بر ارزش ویژه برند تأثیرگذار باشد. روش تحقیق این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. جامعه آماری مشتریان شرکت‌های صنایع غذایی در شهر شیراز است و از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده استفاده شده است. تعداد نمونه مورد نیاز بر اساس فرمول کوکران تعیین شده و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم افزار SmartPLS استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که ارتباطات یکپارچه بازاریابی تأثیر مثبت و معناداری بر ارزش ویژه برند دارد و میان ابزارهای مختلف بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی بیشترین تأثیر را بر تقویت ارزش ویژه برند داشتند. در نهایت، این پژوهش به شرکت‌های فعال در صنایع غذایی توصیه می‌کند که با به کارگیری استراتژی‌های ارتباطات یکپارچه بازاریابی، هویت برند خود را تقویت کرده و از این طریق ارزش ویژه برند خود را ارتقا دهند.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات یکپارچه بازاریابی، ارزش ویژه برند، هویت برند.



اولین کنفرانس ملی

دیدهگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری

با رویکرد تحول سازمانی

بررسی تاثیر عوامل مدیریتی بر موفقیت برنامه ریزی استراتژیک در شهرداری گله دار

مرتضی چراغ چشم^۱، راحیل میمندپور^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک منابع انسانی، موسسه آموزش عالی پارس، مهر، ایران
morteza3090@gmail.com

۲ استادیار گروه مدیریت منابع انسانی، موسسه آموزش عالی پارس، مهر، ایران (نویسنده مسئول)
meymandpour.rahil@yahoo.com

چکیده

برنامه ریزی استراتژیک فرآیندی مداوم است که در آن یک سازمان مسیر آینده خود را با گرد هم آوردن همه ذینفعان برای بررسی واقعیت های فعلی و تعریف چشم انداز خود برای آینده تعیین می کند و نقاط قوت و ضعف، منابع موجود و فرصت های آن را بررسی می کند. از این رو تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر عوامل مدیریتی بر موفقیت برنامه ریزی استراتژیک در شهرداری گله دار انجام شده است. در این تحقیق که به شیوه توصیفی-پیمایشی انجام شده، از ابزار پرسشنامه به منظور شناسایی عوامل موثر بر موفقیت برنامه ریزی استراتژیک در شهرداری گله دار استفاده شده است. نمونه آماری شامل ۲۰ نفر از خبرگان و صاحب نظران در حوزه مدیریت استراتژیک و همچنین شهردار، شورای شهر و مسئولین واحدهای مختلف مدیریت شهری در شهرداری گله دار است که به شیوه نمونه گیری در دسترس انتخاب شده اند. در نهایت نتایج حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم افزار FCMAPPER و Pajek تحلیل و نقشه شناختی فازی تهیه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده عوامل جلوگیری از ایجاد فساد اداری (C25)، هماهنگی و نظم در ارتباطات درون سازمانی (C28)، مشارکت و تعامل شدید بین سازمان و شهروندان (C34)، تأمین نیروی انسانی مجرب و متعهد (C11) و تهیه ی قوانین مطابق استانداردهای بین المللی (C5) پنج عامل مهم از نظر مرکزیت هستند. همچنین عوامل ارتباطی (با میانگین رتبه ای ۸.۳۶) و عوامل هنجاری و رفتاری (با میانگین رتبه ای ۸.۲۳) بیشترین تاثیر را در بین عوامل موثر بر موفقیت برنامه ریزی استراتژیک شهرداری گله دار دارند.



اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی



نقش فناوری‌های MarTech و AdTech در تحول بازاریابی دیجیتال در کشورهای توسعه‌یافته: بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها

فرانک اقتداری^۱، دکتر نازنین مسعودی^۲، دکتر پیام فرهادی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
eghtedarifaranak@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
Masoudi1263@gmail.com

۳ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
Payamfarhadi88@gmail.com

چکیده

در این پژوهش، نقش فناوری‌های MarTech و AdTech در دگرگونی بازاریابی دیجیتال در کشورهای پیشرفته را بررسی کرده‌ایم. هدف این است که بدانیم چگونه این فناوری‌ها می‌توانند تجربه مشتری را بهبود بخشند و هزینه‌های تبلیغاتی را بهینه کنند. AdTech و MarTech، با بهره‌گیری از داده‌های بزرگ و هوش مصنوعی، به شرکت‌ها این امکان را داده‌اند تا تبلیغات هدفمند و شخصی‌سازی شده ارائه دهند و از طریق تحلیل دقیق‌تر رفتار مشتریان، ارتباطات قوی‌تری برقرار کنند. یافته‌ها نشان می‌دهند که این فناوری‌ها به‌طور قابل توجهی باعث کاهش هزینه‌های تبلیغات و افزایش نرخ بازگشت سرمایه شده‌اند؛ در حالی که چالش‌هایی نظیر حفظ حریم خصوصی و رعایت قوانین سخت‌گیرانه همچنان وجود دارند. با وجود این چالش‌ها، AdTech و MarTech نقشی اساسی در آینده بازاریابی دیجیتال ایفا خواهند کرد و ایجاد توازن بین استفاده از فناوری‌ها و رعایت حریم خصوصی ضروری است. این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌ها با بهره‌گیری هوشمندانه از این فناوری‌ها می‌توانند تجربه مشتریان خود را بهبود بخشیده و جایگاه رقابتی خود را تقویت کنند.

واژگان کلیدی: AdTech، MarTech، داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، بازاریابی دیجیتال.

بررسی آثار استرس کاری حسابرسان بر کیفیت حسابرسی

محمد صادق زاده مهارلوئی^{۱*}، غلامرضا رضایی^۲، رامین زارعت‌گری^۳

۱. استادیار حسابداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

Mohammad.sadeghzadeh@shirazu.ac.ir

۲. استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

rezaac.1990@acc.usb.ac.ir

۳. استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

ramin@acc.usb.ac.ir

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین استرس کاری حسابرسان و کیفیت حسابرسی با در نظر گرفتن حسابرسی نخستین در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. جامعه آماری این پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هستند و نمونه آماری شامل ۸۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که در طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفته است. از تحلیل آماری رگرسیون خطی چند متغیره برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان‌دهنده آن است که بین استرس کاری حسابرسان و کیفیت حسابرسی شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که شدت رابطه منفی بین استرس کاری حسابرسان و کیفیت حسابرسی در تعامل با حسابرسی نخستین افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: استرس کاری حسابرسان، کیفیت حسابرسی، حسابرسی نخستین.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

آثار تعهد سازمانی و سبک رهبری مدیران بر نگرش آنان در خصوص تعقل مالیاتی

رامین زارعت‌گری^{۱*}، محمد صادق‌زاده مهارلوئی^۲، غلامرضا رضایی^۳

۱. استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول)

ramin@acc.usb.ac.ir

۲. استادیار حسابداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

Mohammad.sadeghzadeh@shirazu.ac.ir

۳. استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

rezaac.1990@acc.usb.ac.ir

چکیده

بررسی رابطه تعهد سازمانی و سبک رهبری مدیران با نگرش آنان در خصوص تعقل مالیاتی هدف اساسی این مطالعه بوده است. روش پژوهش مورد استفاده توصیفی همبستگی، از نوع نظر سنجی است که از لحاظ زمانی یک پژوهش مقطعی به حساب می‌آید. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران شرکتهای تجاری فعال در استان فارس است. نمونه آماری پژوهش ۲۱۷ نفر به دست آمد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش‌های آماری تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS-22 استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین تعهد سازمانی و ابعاد آن (شامل تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری) با نگرش مدیران در خصوص تعقل مالیاتی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین سبک رهبری وظیفه‌مدار و نگرش مدیران در خصوص تعقل مالیاتی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد. اما بین سبک رهبری رابطه مدار و نگرش مدیران در خصوص تعقل مالیاتی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: تعهد سازمانی، سبک رهبری مدیران، تعقل مالیاتی.

بررسی راهکارهای ترویجی در نظام بازاریابی محصولات کشاورزی

سمیه پورحسن

هیات علمی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

porhasan@pnu.ac.ir

چکیده

بازاریابی در اقتصاد امروز جهان از جایگاه و اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و تحقیقات و بررسی‌های زیادی در بخش بازاریابی خصوصاً بازاریابی محصولات کشاورزی صورت می‌گیرد. ضرورت وجودی ترویج، ناشی از طبیعت کار کشاورزی و لزوم رشد و تحول و توسعه مستمر آن است و لذا نهاد ترویج نیز برای برخورداری از توان کافی در مواجهه با این تغییرات باید در نقاط دید و وظایف خود تجدید نظر نماید. تحولات فناورانه همراه با جهانی شدن بازارها و گسترش ارتباطات فرصت‌های زیادی را برای بهبود کیفیت زندگی در سراسر جهان فراهم آورده است. مبرهن است که نظام بازاریابی محصولات کشاورزی در کشور از وضعیت مناسبی برخوردار نیست و عوامل پیدا و پنهان زیادی در پیچیده کردن این سیستم تأثیر گذارند. در این مقاله ابتدا به بیان اهمیت بازاریابی و نقش اطلاعات و روش‌های جمع‌آوری آن پرداخته شده و با بررسی مشکلات بازاریابی، راهکارهایی را که ترویج برای آن ارائه داده، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی، ترویج بازاریابی، شبکه بازاریابی، نظام بازاریابی.

بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت با نقش تعدیل کننده محافظه کاری حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

دکتر غلامحسن زارع^۱، دکتر مرضیه فریدونی^۲، فاطمه امیری^۳

۱ استادیار بخش حسابداری، مؤسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Gh.zare@zand.ac.ir

۲ استادیار بخش حسابداری، مؤسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

fereyduni93@gmail.com

۳ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، مدیریت مؤسسه آموزش عالی زند، ایران

Minaamiri4900@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت با نقش تعدیل کننده محافظه کاری حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۱۵ شرکت برای سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ است که به روش حذف سیستماتیک انتخاب شدند. روش این پژوهش از نوع کاربردی مبتنی بر داده‌های واقعی مالی و برای فرضیه‌های آن از رگرسیون چندگانه استفاده شده است. آزمون‌های آماری با استفاده از نرم افزار ایویوز انجام شد. متغیر مستقل حاکمیت شرکتی است که اجزای آن عبارتند از: استقلال هیات مدیره، تخصص مالی هیات مدیره، استقلال کمیته حسابرسی، تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی و اندازه موسسه حسابرسی. متغیر وابسته نیز عملکرد مالی شرکت است و محافظه کاری حسابداری به عنوان متغیر تعدیل کننده استفاده شده است. نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش نشان داد که استقلال هیئت مدیره، تخصص مالی هیئت مدیره و اندازه موسسه حسابرسی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معنی داری دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد محافظه کاری حسابداری بر رابطه بین استقلال هیئت مدیره و عملکرد مالی، تخصص مالی هیئت مدیره و عملکرد مالی و نیز تخصص مالی کمیته حسابرسی و عملکرد مالی شرکت، نقش تعدیل کننده دارد.

واژگان کلیدی: حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، محافظه کاری حسابداری.

تأثیر مزیت رقابتی بر رابطه هزینه تحقیق و توسعه و عملکرد شرکت

نازنین زارع سعدآبادی^۱، رضا صفری نژاد فرد^۲، سعید توکلیان^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

nazaninzare714@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه زند شیراز، ایران

safarinejad7@gmail.com

۳ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه زند شیراز، ایران

s.tavakolian@zand.ac.ir

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر مزیت رقابتی شرکت بر رابطه بین هزینه تحقیق و توسعه و عملکرد شرکت در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. نمونه آماری تحقیق شامل ۱۰۰ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ بوده است. روش تحقیق از نوع توصیفی همبستگی با رویکرد کاربردی و روش تجزیه و تحلیل داده ها از طریق آزمون رگرسیون چندگانه است. نتایج تحقیق نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین هزینه تحقیق و توسعه شرکت و عملکرد بازار وجود دارد. و رابطه مثبت و معناداری بین مزیت رقابتی شرکت و عملکرد بازار شرکت وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد با افزایش مزیت رقابتی و تأثیر مثبت هزینه تحقیق و توسعه بر عملکرد بازار شرکت افزایش می یابد.

واژه‌های کلیدی: مزیت رقابتی شرکت، هزینه تحقیق و توسعه، عملکرد بازار.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

تاثیر اولیه: مروری بر ادبیات پژوهشی نقش آداب تجاری در جلسات مذاکره تجار ایرانی با کشورهای حوزه خلیج فارس (امارات متحده)

پردیس کوثری^۱، علیرضا حسینی^۲

۱ موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Pardiskowsari6@gmail.com

۲ دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی بهشتی تهران، ایران

ali3h40@gmail.com

چکیده

این تحقیق به بررسی نقش آداب تجاری و تأثیر آن‌ها در مذاکرات تجاری میان تجار ایرانی و اماراتی پرداخته است. امارات متحده عربی، با توجه به زیرساخت‌های پیشرفته، موقعیت جغرافیایی استراتژیک و سیاست‌های تجاری باز، مقصدی مهم برای تجار ایرانی محسوب می‌شود؛ اما تفاوت‌های فرهنگی میان دو کشور، تأثیر بسزایی بر روند مذاکرات دارد و در صورت نادیده گرفتن این تفاوت‌ها، ممکن است به سوءتفاهم‌ها و شکست مذاکرات منجر شود. در این پژوهش با بهره‌گیری از چارچوب‌های نظری مانند ابعاد فرهنگی هافستد و ترومپنارس، موضوعاتی چون فاصله قدرت، جمع‌گرایی، عدم اطمینان‌پذیری و مدیریت زمان بررسی شده‌اند تا عوامل مؤثر در بهبود تعاملات تجاری مشخص شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که در فرهنگ اماراتی، احترام به سلسله‌مراتب، ایجاد روابط شخصی، توجه به زمان و استفاده از زبان و ظاهر مناسب اهمیت بسیاری دارد. این اصول تجاری می‌توانند به افزایش اعتماد و درک متقابل بین دو طرف کمک کنند. همچنین، سبک ارتباطی غیرمستقیم و رفتارهای غیرکلامی از موارد مهمی هستند که تجار ایرانی باید به آن‌ها توجه کنند. بنابراین، شناخت و احترام به آداب و رسوم تجاری و فرهنگی امارات، در موفقیت مذاکرات تجاری و کاهش سوءتفاهم‌ها نقش کلیدی دارد. این شناخت می‌تواند تجار ایرانی را در بهبود رقابت‌پذیری و ایجاد روابط تجاری پایدار یاری کند. این تحقیق به تجار توصیه می‌کند که با درک عمیق از فرهنگ میزبان و تطبیق رفتارهای تجاری خود، شانس موفقیت خود را در مذاکرات افزایش دهند و روابط بلندمدتی را با شرکای اماراتی برقرار کنند.

کلید واژه: تجارت بین الملل، آداب تجاری، مذاکرات تجاری، تاثیر اولیه، مدیریت و ارتباطات.

موجودی مواد و کالای غیرعادی و عملکرد: نقش تعاملی پرداختنی‌های تجاری

حمید محمودآبادی^۱، سحر گودرزی^۲

^۱ دکترای حسابداری، مؤسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

ha.mahmoodabadi@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری مؤسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

s.goudarzi4124@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی موجودی مواد و کالای غیرعادی و عملکرد در شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران: نقش تعاملی پرداختنی‌های تجاری انجام گرفته است. نمونه آماری شامل ۱۴۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ است. در این پژوهش جهت آزمون فرضیه‌ها، از رگرسیون خطی و غیرخطی چندمتغیره استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده حاکی از مستقل بودن عملکرد شرکت‌های تولیدی از میزان و سطح بالای موجودی مواد و کالای غیرعادی، از یک سو و در مقابل، مثبت و معنادار بودن تأثیر موجودی مواد و کالای غیرعادی در سطوح پایین بر عملکرد شرکت‌های تولیدی است. به عبارت دیگر، بر مبنای الگوی رگرسیونی غیرخطی، عملکرد شرکت‌های تولیدی با افزایش سطوح پایین موجودی مواد و کالای غیرعادی رابطه مستقیم دارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر اثر تعاملی پرداختنی‌های تجاری در متغیر سطح پایین موجودی مواد و کالای غیرعادی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی معنادار نمی‌باشد. افزون بر این، نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سن شرکت و رشد فروش بر عملکرد شرکت‌های تولیدی است.

واژگان کلیدی: موجودی مواد و کالای غیرعادی، عملکرد، پرداختنی‌های تجاری، شرکت‌های تولیدی.

ارزیابی استراتژی‌ها و کانال‌های بازاریابی نوین بیمه با رویکرد توسعه شبکه‌های فروش بیمه

* امیر بهرامی^۱، مهشید آل حبیب^۲، مصطفی کاظمی کلیشمی^۳، محمد صولتی دیگه سرائی^۴، وحیدرضا امیرنگهبانی فراهانی^۵

۱ (نویسنده مسئول) کارشناس پژوهشی پژوهشگاه بیمه (دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت بازاریابی)

amir57phd@gmail.com

۲ کارشناس امور پژوهشی پژوهشگاه بیمه (کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت بیمه)

Mahshid.280@gmail.com

۳ کارشناس مسئول بودجه پژوهشگاه بیمه (کارشناسی ارشد حسابداری)

M.kazemi1989@gmail.com

۴ کارشناس فناوری اطلاعات پژوهشگاه بیمه (کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه)

Mohamad.solati67@gmail.com

۵ کارشناس مسئول شبکه پژوهشگاه بیمه (کارشناسی ارشد مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی)

vahid.farahani@outlook.com

چکیده

بسیاری از شرکت‌های بیمه تمایل به رشد فروش و کسب جایگاهی بالاتر در صنعت بیمه دارند، اما در رابطه با جذب بازار، به خصوص مشتریان سازمانی و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ موفق نبوده‌اند. برخی از شرکت‌های بیمه نیز پس از جذب مشتری و یک دوره همکاری، در حفظ و نگهداری مشتریان برای سال‌های بعد موفق نبوده‌اند. از این رو انتخاب استراتژی‌های مناسب و به طبع آن بهره‌گیری از کانال‌های بازاریابی مناسب و اثربخش منجر به افزایش تعداد مشتریان و سهم بازار شرکت‌های بیمه شود. هدف پژوهش حاضر بررسی استراتژی‌ها و کانال‌های بازاریابی نوین بیمه با رویکرد توسعه شبکه‌های فروش بیمه می‌باشد. روش تحقیق پژوهش حاضر از نوع فرا تحلیل بوده و از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی بشمار می‌آید.

استراتژی‌های مناسب فروش بیمه، یکی از عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های بیمه می‌باشد. این استراتژی‌ها می‌توانند شامل؛ استفاده از تکنولوژی‌های نوین، ارائه مشاوره‌های حرفه‌ای به مشتریان، و ایجاد برنامه‌های وفاداری مشتری باشد. شرکت‌های بیمه باید از روش‌های بازاریابی مناسب برای برقراری ارتباط با مخاطبان و جذب مشتریان جدید استفاده کنند. استفاده از روش‌های خلاقانه و جامع می‌تواند به شرکت‌های بیمه کمک کند تا در بازار رقابتی بیمه موفق شوند. نتایج حاصل از پژوهش حاضر منجر به، ارائه راهکارهای کاربردی جهت توسعه شبکه‌های فروش بیمه با رویکرد مشتری‌محوری در شرکت‌های بیمه، شرح ارزش و مزایای خدمات بیمه، بکارگیری فعالیت‌های تبلیغی، تقویت نام برند و افزایش آگاهی از برند،

تأثیر سرمایه فکری بر تحول سازمانی در شرکت راه آهن شهری تهران و حومه (مترو)

مجید فینی زاده

عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی جاسب، مرکزی، ایران

m.finizadeh@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی تأثیر سرمایه فکری بر تحول سازمانی در شرکت راه آهن شهری تهران و حومه (مترو) انجام گرفت. در این پژوهش از روش توصیفی با رویکرد همبستگی استفاده شده است. جامعه مورد پژوهش، متشکل از کارمندان شرکت راه آهن شهری تهران و حومه (مترو) که به صورت رسمی، قراردادی، پیمانی و پاره وقت در سال ۱۴۰۳ (۸۰۰ = N) مشغول به فعالیت بودند. که از این جامعه آماری براساس فرمول کوکران ۲۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه گیری تصادفی ساده و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد شده سرمایه فکری بونتیس (۲۰۰۱) و پرسشنامه تحول سازمانی بر اساس مدل جان گارتر و پیتراکراک استفاده شده است. جهت ارزیابی پایایی پرسشنامه، تعداد ۳۰ پرسشنامه در اختیار جامعه مورد نظر قرار گرفت. اطلاعات بدست آمده، با روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که ضریب اعتماد پرسشنامه پرسشنامه سرمایه فکری ۰٫۸۶۵ و تحول سازمانی ۰٫۹۵۷ بدست آمد. و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی (میانگین، جداول، نمودار و...) و استنباطی به منظور استنباط داده ها (برای سوالات از آزمون t تک متغیره و برای فرضیه‌ها از ضریب همبستگی اسپیرمن) استفاده گردید. نتایج به دست آمده از سوالات پژوهش نشان داد که سطح سرمایه فکری در شرکت راه آهن شهری تهران و حومه (مترو) بالاتر از حد متوسط است. و سطح تحول سازمانی در شرکت راه آهن شهری تهران و حومه (مترو) متوسط به بالاست. و نتایج در فرضیه ها نشان داد که بین سرمایه فکری و تحول سازمانی ارتباط مثبت و مستقیم وجود دارد. و نیز ارتباط بین هر یک از مولفه انسانی و مولفه مشتری با تحول سازمانی مثبت و مستقیم است. ولی ارتباط بین مولفه ساختاری و تحول سازمانی منفی و معکوس است.

کلید واژه ها: سرمایه فکری، تحول سازمانی، کارکنان





اولین کنفرانس ملی
دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

ابزارهای تحول آفرین نوآورانه؛ چهارچوبی مبتنی بر بازاریابی کارآفرینانه

رضا پاینده^۱، صادق انصاری مقدم^۲

۱ استادیار، گروه حکمرانی نوآوری و توسعه پایدار، دانشکده حکمرانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

reza.payandeh@ut.ac.ir

۲ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کسب و کار و بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران

s.ansari@isu.ac.ir

چکیده

بازاریابی کارآفرینانه با بهره‌گیری از مفاهیم کلیدی کارآفرینی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری، فرصت‌محوری و بهره‌وری از منابع، تلاش می‌کند تا رویکردی جدید و تحول‌آفرین برای مدیریت سازمان‌ها ارائه دهد. هدف اصلی این پژوهش، ارائه چارچوبی کاربردی برای پیاده‌سازی بازاریابی کارآفرینانه و معرفی ابزارهای مدیریتی مناسب است که بتوانند این رویکرد را به اقدامات عملیاتی و اثربخش تبدیل کنند. در این چارچوب، ابعاد مختلف بازاریابی کارآفرینانه مانند پیش‌دستی، توجه عمیق به مشتری، اهرم‌سازی منابع، نوآوری و ارزش‌آفرینی مورد توجه قرار گرفته‌اند و برای هر بعد، ابزارهای اجرایی و سنجش معرفی شده‌اند. این ابزارها، همچون تحلیل روند بازار، نقشه همدلی مشتریان، مدیریت ریسک و طراحی تجربه مشتری، به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا در محیطی پرچالش و با منابع محدود، بتوانند به فرصت‌های موجود در بازار پاسخ دهند و نوآوری‌های خود را به نحو موثرتری به بازار عرضه کنند. این پژوهش تلاش دارد تا نشان دهد که بازاریابی کارآفرینانه نه تنها یک رویکرد جدید به بازاریابی سازمان‌هاست، بلکه ابزاری برای تغییر و تحول سازمانی است. این رویکرد به شرکت‌ها، به‌ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط، کمک می‌کند تا در مواجهه با محدودیت منابع و شدت رقابت، رویکردهای خلاقانه و جسورانه‌ای را در پیش بگیرند و با استفاده از ترکیب نوآورانه منابع و ابزارهای بازاریابی، توانایی خود را برای رقابت و رشد در بازار بهبود بخشند.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی کارآفرینانه، تحول سازمانی، بازاریابی، ابزار، عملکرد.

تأثیر حسابداری خلاقانه بر سود هر سهم با نقش تعدیلگر کیفیت حسابداری

دکتر غلامحسن زارع^۱، مهناز ابراهیمی^۲

۱ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Hasanzare13@gmail.com

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Mahnaz.ebrahimi67@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر تأثیر حسابداری خلاقانه بر سود هر سهم را با توجه به متغیر تعدیلگر کیفیت حسابداری مورد بررسی قرار می‌دهد. این پژوهش دارای دو فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی است. این مطالعه از نوع پژوهش‌های کاربردی است. در این پژوهش داده‌های ۱۰۵ شرکت در یک بازه زمانی ۷ ساله، از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱ بررسی و نتایج به دست آمده تجزیه و تحلیل شده است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد با توجه به پذیرش هر دو فرضیه فرعی اول و دوم می‌توان گفت که فرضیه اصلی اول پژوهش، مبنی بر تأثیر معنادار حسابداری خلاقانه بر سود هر سهم پذیرفته می‌شود. همچنین کیفیت حسابداری، تأثیر مثبت و معناداری بر سود هر سهم دارد به این معنی که شرکت‌های دارای حسابداری با کیفیت، سود هر سهم بیشتری دارند.

واژه‌های کلیدی: حسابداری خلاقانه، مدیریت سود، هموارسازی سود، سود هر سهم، کیفیت حسابداری.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر جنون خرید آنلاین

نازنین مسعودی^۱، راضیه دلپسند^۲، مهسا نطق^۳

۱ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

n.masoudi@zand.ac.ir

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

r.delpasand@zand.ac.ir

۳ کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Mahsanattagh1997@gmail

چکیده

خریدهای اینترنتی امروزه به رویه‌ای پذیرفته شده تبدیل شده است و فضایی برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی به وجود آورده است. این پژوهش به شناسایی عوامل موثر بر جنون خرید آنلاین و رتبه‌بندی آن‌ها می‌پردازد. در این مطالعه بر روی جنبه‌های منفی رفتار مصرف‌کننده تمرکز شده است. این مطالعه از نوع آمیخته اکتشافی است و دارای رویکرد کیفی-کمی است. در این پژوهش به منظور شناسایی عوامل موثر بر جنون خرید از روش مرور مفهومی و برای رتبه‌بندی عوامل از روش دیمتل فازی استفاده شده است. جستجوی اولیه منجر به انتخاب ۱۰۳ مقاله شد که با بررسی‌های کلی ۲۳ مقاله دارای معیارهای ورود بودند. در قسمت دیمتل فازی از بین ۵۸ گویه تاثیرگذار شناسایی شده در نهایت ۱۰ گویه جهت بررسی با روش دیمتل فازی انتخاب شدند. هدف از این مطالعه شناسایی عوامل موثر بر جنون خرید آنلاین است. در نهایت ضمن تبیین مفهوم جنون خرید اینترنتی، استرس درک شده و مقابله منفی به عنوان پیشران‌های مهم اثرگذار تعیین شدند، ضمن اینکه نقش تعدیل‌گر عزت نفس به عنوان یک عامل روانشناختی تاثیرگذار بر این روابط تعیین شد.

واژه‌های کلیدی: خرید، خرید آنلاین، جنون خرید.

ترکیب مدل اقتصادسنجی و تکنیک فازی برای تحلیل عوامل تأثیرگذار بر بهبود فضای کسب‌وکار و تسریع رشد اقتصادی: رویکرد مطالعه موردی

سعیده فرج زاده بردجی^۱، شهلا یوسفی^۲

^۱ هیئت علمی، موسسه عالی غیر انتفاعی زند، شیراز، ایران

saeedehfarajzadeh@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکتری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

sh.yousefi@shirazu.ac.ir

چکیده

فضای کسب‌وکار یکی از عوامل حیاتی و مؤثر بر رشد اقتصادی کشورها محسوب می‌شود که بهبود آن می‌تواند نقش کلیدی در جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، توسعه فعالیت‌های تولیدی و افزایش اشتغال داشته باشد. وضعیت کنونی فضای کسب‌وکار در ایران به دلیل عدم شفافیت و رقابت‌پذیری کافی، مانع از ورود سرمایه‌ها به بخش‌های تولیدی شده و این مسئله باعث کاهش نرخ رشد اقتصادی و افزایش فعالیت‌های غیرمولد شده است. بررسی و تحلیل دقیق شاخص‌های فضای کسب‌وکار و شناسایی عوامل مؤثر بر آن می‌تواند راهگشای سیاست‌های اقتصادی برای بهبود شرایط موجود باشد.

این پژوهش با هدف تبیین عوامل مؤثر بر بهبود فضای کسب‌وکار و رشد اقتصادی، به مطالعه فضای کسب‌وکار در شهر شیراز پرداخته است. در این راستا، هشت متغیر نهادی، زیرساختی، استانی، بازار مالی، تجاری-مالیاتی، نوآوری-فناوری، آموزشی-بهداشتی، و کلان اقتصادی به‌عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر فضای کسب‌وکار شناسایی شدند. به‌منظور ارزیابی تأثیر این متغیرها بر فضای کسب‌وکار، از روش رگرسیون چندگانه استفاده شد. نتایج این تحلیل نشان داد که تمامی متغیرهای منتخب به‌طور معناداری بر بهبود یا کاهش کیفیت فضای کسب‌وکار اثرگذارند.

در مرحله بعد، برای رتبه‌بندی اهمیت هر یک از عوامل شناسایی‌شده، از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی فازی (FAHP) استفاده شد. این روش امکان تصمیم‌گیری دقیق‌تر در شرایط عدم قطعیت و ارزیابی نظرات خبرگان را فراهم می‌سازد. نتایج تحلیل فازی نشان داد که متغیرهای بازار مالی و زیرساختی بیشترین تأثیر را در بهبود فضای کسب‌وکار دارند.

همچنین، مشکلات اصلی تولیدکنندگان در محیط کسب‌وکار شهر شیراز شناسایی شد که شامل مواردی مانند بوروکراسی اداری پیچیده، نوسانات نرخ ارز و عدم ثبات در سیاست‌های مالی است. در پایان، عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با فضای کسب‌وکار از نظر تولیدکنندگان رتبه‌بندی شد و مشخص گردید که برخی دستگاه‌ها مانند شرکت‌های گاز و بانک‌های خصوصی بهترین عملکرد و برخی دیگر عملکرد ضعیف‌تری داشته‌اند.

این پژوهش با ارائه بینشی جامع از وضعیت کنونی فضای کسب‌وکار و پیشنهادهایی برای بهبود آن، می‌تواند به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی در جهت ارتقای رشد اقتصادی و بهبود فضای سرمایه‌گذاری کمک کند.

واژگان کلیدی: کسب و کار، رشد اقتصادی، رگرسیون چندگانه، تحلیل سلسله مراتب فازی (FAHP).

استفاده از تکنیک (Hesitant Fuzzy Topsis) در شناسایی و ارزیابی مهم‌ترین علل تاخیر در اجرای پروژه‌های عمرانی (پروژه‌های راه‌سازی شهر شیراز)

سعیده فرج زاده بردجی^۱، شهلا یوسفی^۲

۱ هیئت علمی، موسسه عالی غیر انتفاعی زند، شیراز، ایران

saeedehfarajzadeh@yahoo.com

۲ دانشجوی دکتری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

sh.yousefi@shirazu.ac.ir

چکیده

تأخیر در پروژه‌های عمرانی به‌ویژه پروژه‌های راه‌سازی یکی از مشکلات رایج است که می‌تواند منجر به افزایش هزینه‌ها، هدر رفت منابع و از دست رفتن فرصت‌ها شود. این پژوهش با هدف شناسایی و ارزیابی علل اصلی تأخیر در اجرای پروژه‌های راه‌سازی شهر شیراز انجام شده است. ابتدا، با بررسی پیشینه تحقیق در سطح ملی و بین‌المللی، مهم‌ترین عوامل تأخیر شناسایی شد. سپس با استفاده از رویکرد میدانی و جمع‌آوری داده‌ها از خبرگان حوزه عمرانی استان فارس، ۱۷ زیرشاخص مرتبط با چهار شاخص کلیدی (عوامل مربوط به قوانین و مقررات، کارفرما، مشاوران و پیمانکاران) استخراج گردید.

در این پژوهش، از تکنیک "تاپسیس فازی مردد (Hesitant Fuzzy Topsis)" برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل استفاده شده است. این تکنیک به‌دلیل قابلیت آن در مدلسازی عدم قطعیت و تردید در تصمیم‌گیری، مناسب تحلیل تأخیرات پیچیده در پروژه‌های عمرانی است. ابتدا داده‌های خام در قالب ماتریس تصمیم‌گیری فازی مردد جمع‌آوری شد و سپس با استفاده از روش حداکثر انحراف، وزن شاخص‌ها محاسبه گردید. در مرحله بعد، از روش تاپسیس فازی مردد برای رتبه‌بندی عوامل تأثیرگذار بر تأخیر استفاده گردید.

یافته‌های تحقیق نشان داد که "ضعف در مدیریت اجرایی پیمانکار" به‌عنوان مهم‌ترین عامل تأخیر در پروژه‌ها شناخته می‌شود. همچنین، "کمبود نیروی انسانی مجرب"، "عدم قیمت‌گذاری مناسب پیمانکاران برای برنده شدن در مناقصه" و "عدم تناسب ماشین‌آلات با نوع و حجم کار" نیز از عوامل مهم دیگر محسوب می‌شوند. در نهایت، راهکارهایی نظیر بهبود مدیریت پیمانکاران، ارزیابی دقیق‌تر پیمانکاران قبل از مناقصات و تأمین منابع مالی کافی در زمان مناسب پیشنهاد شد.

واژگان کلیدی: پروژه‌های عمرانی، تاپسیس فازی مردد، تأخیر پروژه‌ها.

بازاریابی رابطه مند در بخش خدمات بهداشتی و درمانی

علی رمضانی قطب آبادی^۱، سید عباس حسینی^۲، مجتبی درخشان^۳

۱. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
r.g.ali1981@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
hope.d.marketing@gmail.com

۳. فارغ التحصیل، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز
شیراز، ایران

چکیده

در سال های اخیر، مراجعین و نیازهایشان به بیمارستان ها پیچیده تر شده، و تنوع خدمات ارائه شده توسط بیمارستان ها افزایش یافته است. همچنین گسترش بیمارستان ها و مراکز درمانی خصوصی، بسیاری از بیمارستان های دولتی را با چالش حضور بیماران مواجه کرده است. در این فضای رقابتی بیمارستان ها باید بتوانند به شیوه ای خود را از سایر بیمارستان ها، متمایز سازند. بیمارستان امام مجتبی (ع) حسن شهر داراب به عنوان یکی از مهمترین مراکز ارائه خدمت به مردم، با وجود موفقیت هایی در حوزه ارائه خدمات بهداشتی-درمانی به مردم با توقعاتی که مردم دارند فاصله دارد. در زمان کنونی همه سازمان ها، بدون داشتن یک سیستم بازاریابی صحیح، به موفقیت نخواهند رسید. بازاریابی رابطه مند یکی از بهترین روش ها است و شناسایی و بررسی چالش های بازاریابی رابطه مند و ارائه راهکارهای موثر برای موفقیت بیشتر این مقوله در این بیمارستان می تواند در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های مسئولین نقش موثری ایفا نماید. بنابراین، هدف از این مطالعه، شناسایی چالش ها و راهکارهای پیاده سازی بازاریابی رابطه مند در بخش خدمات بهداشتی و درمانی می باشد. این پژوهش به صورت آمیخته صورت گرفت یعنی بخشی از آن به کمک روش دلفی صورت گرفت و بخشی به کمک روش کمی. جامعه مورد مطالعه این پژوهش (مجموعاً ۱۰۸۰ نفر) می باشد. در بخش کیفی با کمک روش دلفی، چالش ها شناسایی شدند که عبارت بودند از: چالش های کیفیت خدمات، منابع انسانی، بخش بندی بازار و... همچنین بخشی از آن به صورت کمی انجام شد که به کمک تحلیل عاملی اکتشافی مشخص شد که هریک از گویه ها و شاخص ها در چه طبقه بندی قرار می گیرند. نتایج پژوهش کمک می کند تا اهم چالش های بازاریابی رابطه مند شناخته شود و بر اساس این چالش ها برنامه ریزی های بازاریابی مناسب صورت گیرد.

واژه های کلیدی: بازاریابی رابطه مند، چالش، روش دلفی، بیمارستان امام حسن مجتبی (ع) شهر داراب، بهداشت و درمان.

(نقش واسطه‌ای خودکارآمدی در رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با عملکرد و انگیزش دبیران دوره متوسطه اول ناحیه ۳ شیراز)

حمیرا عمادی^۱، بهناز دستاران^۲

۱ کارشناسی ارشد، دانشکده تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران
homeriraemadi@gmail.com

۲ کارشناسی ارشد، دانشکده تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران
behnaz2512@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش واسطه‌ای خودکارآمدی در رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با عملکرد و انگیزش دبیران دوره متوسطه اول بود. پژوهش حاضر یک پژوهش همبستگی از نوع الگویابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دبیران دوره متوسطه اول ناحیه سه شهر شیراز در سال ۱۴۰۲-۱۴۰۳ می‌باشد که از این جامعه آماری، ۲۰۷ دبیر به‌عنوان نمونه با توجه به حجم جامعه آماری (۴۵۴ نفر) و بر اساس جدول کرجسی و مورگان به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از مقیاس باورهای کارآمد معلم (برجیان و بروجنی، ۱۳۹۰)، پرسشنامه سواد رسانه‌ای (الیزابت تامن، ۱۹۹۸)، پرسشنامه سواد اطلاعاتی (پاستون، ۱۹۲۲) و پرسشنامه انگیزش شغلی (آقاجاری، ۱۳۸۵) استفاده شد. در پژوهش حاضر، ارزیابی الگوی پیشنهادی با استفاده از الگویابی معادلات ساختاری انجام گرفت و جهت آزمون روابط غیر مستقیم از روش بوت استراب (نرم افزار AMOS-24) استفاده شد طبق نتایج و با توجه به شاخص برازندگی، الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر از ارزش قابل قبولی با داده‌ها برخوردار است و مسیرهای مستقیم سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با عملکرد و انگیزش دبیران، سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با خودکارآمدی دبیران و خودکارآمدی دبیران با عملکرد و انگیزش شغلی دبیران رابطه معنادار وجود دارد. علاوه بر این، نتایج دیگر پژوهش نشان داد خودکارآمدی در رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با عملکرد و انگیزش شغلی دبیران دوره متوسطه نقش واسطه‌ای و معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی: عملکرد دبیران، انگیزش دبیران، سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، خودکارآمدی.

بررسی‌های انجام شده پیرامون نقش احساسات، هیجان‌ها، نگرش سرمایه‌گذاران در معاملات سهام و تشکیل صف خرید و فروش

مهدی بهلولی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه شهید چمران اهواز، ایران (نویسنده مسئول)
Mahdibohlouli1996@gmail.com

چکیده

موضوع مالی رفتاری یک زمینه نسبتاً جدیدی است که در دو دهه گذشته توسط برخی متخصصان مالی مطرح گردید و به عنوان یک حوزه پویا و در حال توسعه، رویکردهای تازه‌ای به مسائل مالی ارائه می‌دهد. درک مالی رفتاری برای سرمایه‌گذاران، صاحب نظران و سیاست‌گذاران بسیار حائز اهمیت است، زیرا باعث تشخیص عوامل روانشناختی تأثیرگذار بر تصمیمات مالی شده، جایگاه عواطف و احساسات حاکم بر سرمایه‌گذار در مسیر بهبود کارایی بازار بسیار تعیین کننده خواهد بود. در دو دهه اخیر توجه از تحلیل‌های آماری اقتصادسنجی بر روی قیمت‌ها و سودها از چارچوب‌های عقلی و منطقی صرف به سمت فاکتورهای درونی افراد و نقش نگرش‌ها و روانشناسی بازار تغییر نموده و برای تبیین بازارهای مالی از فرضیات عینی‌تری استفاده می‌شود. هدف این تحقیق صحبت پیرامون بررسی‌های انجام شده پیرامون نقش احساسات، هیجان‌ها، نگرش سرمایه‌گذاران در معاملات سهام و تشکیل صف خرید و فروش است. در این تحقیق سعی شده تا پس از بیان نظریه‌ها و انواع مختلف سوگیری در بازارهای مالی که به روش‌های مختلف احساسات، هیجان‌ها و نگرش سرمایه‌گذاران در معاملات را وارد کرده و تأثیر مستقیم بر انتخاب و تصمیم‌گیری دارد، مهم‌ترین مطالعات در سال‌های اخیر را نیز بررسی کرده و در قسمت جمع بندی به مطالعه پایان می‌دهیم.

کلید واژه: مالی رفتاری، سرمایه‌گذار، احساسات، هیجان‌ها، نگرش.

با رویکرد تحول سازمانی

بررسی تأثیر سود حسابداری بر ریسک سیستماتیک در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران

مهدی ثقفی^۱، نیوشا رضوی^۲

۱. استادیار حسابداری، گروه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

saghafi.mahdi@pnu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران.

Razaviniusha194@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تعیین تأثیر سود حسابداری بر ریسک سیستماتیک در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران می‌باشد. پژوهش پیش رو از لحاظ هدف کاربردی و از بعد روش‌شناسی از نوع علی پس از وقوع می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هستند که با روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک ۱۳۳ شرکت در نمونه‌ی آماری این پژوهش قرار گرفته‌اند. دوره زمانی پژوهش سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تجزیه و تحلیل رگرسیون بهره‌گیری شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که سود حسابداری بر ریسک سیستماتیک تأثیری ندارد. این بدان معناست که با افزایش سود حسابداری، ریسک سیستماتیک شرکتها تأثیر پذیری معنیداری نخواهد داشت.

واژه‌های کلیدی: ریسک سیستماتیک، سود حسابداری، بورس اوراق بهادار تهران.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

تعیین معضلات ترافیکی شهر شیراز با استفاده از تکنیک دلفی

امیررضا حاجی وندی^۱، پیام فرهادی^۲

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

amirrezhajivandi@gmail.com

۲ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

payamfarhadi88@gmail.com

چکیده

ترافیک و مشکلات مرتبط با آن یکی از بزرگ‌ترین معضلات شهری در جهان مدرن محسوب می‌شود و شهر شیراز نیز از این قاعده مستثنی نیست. هدف از این پژوهش، شناسایی و تحلیل معضلات ترافیکی شهر شیراز با استفاده از تکنیک دلفی می‌باشد. در این مطالعه، ابتدا با بررسی مقالات و تحقیقات پیشین، ۴۰ معضل ترافیکی شناسایی شد. سپس با حذف موارد تکراری و غیرمرتبط، ۲۵ معضل مرتبط با شهر شیراز استخراج گردید. برای اولویت‌بندی و بومی‌سازی معضلات از روش دلفی استفاده شد که جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۵ نفر از خبرگان حوزه ترافیک، شامل کارشناسان سازمان ترافیک، دانشگاهیان و عوامل راهنمایی و رانندگی بود. پژوهش حاضر شامل دو راند از پرسشنامه‌های دلفی می‌باشد، که در نهایت ۱۳ معضل اصلی شناسایی و اولویت‌بندی شدند. این معضلات در چهار دسته کلی قرار گرفتند: دسته اول زیرساخت‌های حمل و نقل است، که شامل کمبود پارکینگ، عرض کم خیابان‌ها، خرابی راه‌ها و جاده‌ها، و عدم وجود زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی است. در دسته دوم مدیریت ترافیک و برنامه‌ریزی شهری مورد بررسی قرار گرفت که مواردی مانند ترافیک سنگین در ساعات اوج، نبود سیستم‌های هوشمند کنترل ترافیک، و فقدان راهکارهای مناسب برای مدیریت شرایط اضطراری را شامل می‌شود. دسته بندی مهم دیگر رفتار و فرهنگ رانندگی است. که به رانندگی نادرست، نقض قوانین ترافیکی، حضور بیش از حد خودروهای تک سرنشین و کمبود فرهنگ رانندگی صحیح اشاره دارد. و در آخر تأثیرات زیست‌محیطی و عوامل خارجی مورد بررسی قرار گرفته که شامل مصرف بالای سوخت ناشی از ترافیک، افزایش آلاینده‌ها و آلودگی هوا، و افزایش جمعیت و تراکم شهری می‌باشد. نتایج این پژوهش می‌تواند به تصمیم‌گیران و مدیران شهری کمک کند تا با استفاده از این تحلیل‌ها و اطلاعات بومی، به بهبود مدیریت ترافیک و کاهش معضلات مرتبط با آن در شهر شیراز بپردازند.

واژگان کلیدی: ترافیک شهری، حمل و نقل عمومی، شیراز، دلفی.

مرور نظام‌مند عوامل موثر بر اجرای استراتژی در سازمان

مجتبی زارع خلیلی

دکتری مدیریت آموزشی و مدرس موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران
m.mojtaba1381@gmail.com

چکیده

در حال حاضر؛ اجرا و پیاده‌سازی استراتژی‌ها به عنوان یکی از توانمندی‌های محوری سازمان‌ها در راستای دستیابی به موفقیت پایدار مطرح می‌باشد. سازمان‌ها بایستی زمینه اجرای استراتژی‌های تدوین شده را مهیا کنند، زیرا فرایند استراتژی در سازمان‌ها با اجرای اثربخش است که می‌تواند منجر به تحقق چشم اندازها، اهداف و استراتژی‌های تدوین شده گردد. پژوهش حاضر با هدف طراحی و تبیین مدل اجرای استراتژی در سازمان‌ها انجام گرفت. در این مطالعه؛ با استفاده از روش مرور نظام‌مند، مطالعات صورت گرفته در حوزه اجرای استراتژی در پایگاه‌های علمی معتبر با رویکرد هدفمند مورد بررسی قرار گرفته و تحلیل گردید. یافته‌های برآمده از مطالعه دوم نشان داد که ارتباطات، ساختار، مشارکت، فرهنگ سازمانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، برنامه‌ریزی، انسجام و همراستایی، خط‌مشی سازمان، جهت‌گیری سازمان، انعطاف‌پذیری در سازمان، سیستم ارزیابی و کنترل، زمینه و بافت استراتژیک، بودجه و منابع مالی، استراتژی، چشم انداز و اهداف سازمان، سیستم‌ها و فرایندها، سبک رهبری، حمایت و تعهد مدیریت، مدیریت جبران خدمات، تخصیص منابع، شرایط اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی-سیاسی، مقاومت در برابر تغییر، باور و ارزش‌ها، اعتماد، انگیزش، آمادگی برای تغییر، عملیات اجرایی، افراد، شایستگی کارکنان، پیچیدگی و توسعه نقش و وظیفه مولفه‌های اجرای استراتژی می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: اجرای استراتژی، سازمان، مرور نظام‌مند.

هوش مصنوعی ابزاری برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و پیشبرد حسابداری پایدار

میلاد رحیمی^۱، لیلا رضائی^۲

۱ دانشجوی دکتری، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

miladrahimi1989@yahoo.com

۲ دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه باهنر کرمان، ایران

leyla.rezaei88@gmail.com

چکیده

امروزه شرکت‌ها فقط در قبال سهامداران خود پاسخگو نیستند. بنابراین لازم است حوزه‌های مختلف گزارشگری مالی گسترش یابد. در این خصوص حسابداری پایدار، پاسخی به این نیاز اساسی می‌باشد. از طرفی هوش مصنوعی به عنوان یک شاخه جدید در بسیاری از رشته‌ها از جمله حسابداری در حال ظهور است که بررسی گسترده‌تر آن بر بخش‌های جامعه، مستلزم ارزیابی تأثیر آن بر توسعه پایدار می‌باشد. پژوهش حاضر با تمرکز بر پژوهش‌های منتشر شده در معتبرترین نشریه‌ها، به بررسی تأثیر هوش مصنوعی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و پیشبرد حسابداری پایدار پرداخته است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که بکارگیری فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در ابعاد پایدار، نقش موثری داشته و ابزاری قدرتمند برای دستیابی به تعداد زیادی از اهداف توسعه پایدار است. با استفاده از هوش مصنوعی می‌توانیم به طور موثرتری با چالش‌های جهانی مانند تغییرات آب و هوایی، کمبود منابع و نابرابری اجتماعی مقابله نموده و همچنین به اهداف اقتصادی توسعه پایدار دست یافت و به سمت آینده‌ای پایدارتر حرکت کرد. هوش مصنوعی با فعال نمودن فناوری‌های جدید، کارایی و بهره‌وری را بهبود می‌بخشد. ادغام هوش مصنوعی در حسابداری پایدار منجر به افزایش شفافیت و پاسخگویی و همچنین افزایش دقت، کارایی و جامعیت گزارشگری در گزارش‌های زیست محیطی و پایدار می‌شود. هوش مصنوعی، دیدگاه ارزشمندی را برای تسهیل تصمیم‌گیری ذینفعان ارائه می‌دهد و تجزیه و تحلیل و اشتراک‌گذاری داده‌های کارآمد را بین سازمان‌ها و کشورها تسهیل می‌کند و انتظار می‌رود همکاری جهانی را برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار از طریق حسابداری پایدار فراهم نماید.

واژه‌های کلیدی: هوش مصنوعی، توسعه پایدار، حسابداری پایدار.

بررسی تأثیر تعهد حرفه‌ای و تعهد به اخلاقیات بر توانایی کشف تقلب توسط حسابرس مستقل

حجت شکوهیان^{۱*}، نسرين مويدي^۲

۱ عضو هیات علمی گروه حسابداری موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

nasrinmoaydi123@yahoo.com

چکیده

کشف تقلب در محیط‌های مالی از اهمیت بالایی برخوردار است. حسابرسان به عنوان یکی از بازیگران اصلی در این حوزه، نقش مهمی در پیشگیری و کشف تقلب ایفا می‌کنند. با توجه به اهمیت این موضوع پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین تعهد حرفه‌ای، تعهد به اخلاقیات و توانایی حسابرسان در کشف تقلب می‌پردازد. این پژوهش بر روی حسابرسان مستقل عضو جامعه حسابداران رسمی ایران با روش کمی انجام شد. داده‌ها از طریق ۲۱۶ پرسشنامه که با استفاده از یک پیمایش مبتنی بر وب جمع‌آوری و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی در سال ۱۴۰۳ مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. بر اساس نتایج این تحقیق تعهد حرفه‌ای بر توانایی کشف تقلب، تأثیر مثبت و معنادار دارد اما تعهد به اخلاقیات بر توانایی کشف تقلب، تأثیرگذار نیست.

واژگان کلیدی: تعهد حرفه‌ای، تعهد به اخلاقیات، توانایی کشف تقلب و حسابرس.

بررسی چالش‌های بازیافت پسماندهای عفونی در بیمارستان‌های آموزشی شهر شیراز

اعظم سیاهکار زاده^۱، عباس یزدانپناه^۲، و نسرين مرادی^{۳*}

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۲ استادیار/گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی/مرودشت/ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

امروزه بخشی از پسماندهای تولیدی در مراکز پزشکی که تحت عنوان پسماندهای عفونی نامیده می‌شوند، خصوصاً در کشورهای در حال توسعه به عنوان یک عامل خطر جدی زیست محیطی مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ و بی‌توجهی به جمع‌آوری، حمل و نگهداری و همچنین دفع و بازیافت این پسماندها می‌تواند مشکلات خاصی را در کشور بوجود آورد که بازتاب آن تهدید جدی سلامتی و محیط زیست را به دنبال خواهد داشت. مطالعه حاضر بر آن شده است که به بررسی چالش‌های بازیافت پسماندهای عفونی در بیمارستان‌های آموزشی شهر شیراز سال بپردازد.

روش و اجرای تحقیق: این پژوهش به روش کیفی و با طرح اکتشافی انجام شد و پس از هماهنگی‌های اجرایی با دانشگاه علوم پزشکی شیراز و بیمارستان‌های آموزشی تابعه این دانشگاه؛ تعداد ۲۰ شرکت‌کننده با در نظر گرفتن حداکثر تنوع از نظر ویژگی‌های متفاوت جمعیت شناختی به روش نمونه‌گیری هدفمند به عنوان نمونه تحقیق انتخاب و مورد مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته قرار گرفتند. سپس داده‌های حاصل از انجام مصاحبه‌ها در نرم افزار Maxqda-10 ثبت و با استفاده از روش تحلیل مضمون ترکیبی جهت دار و تلخیصی تجزیه و تحلیل شد.

نتایج: بنابر نتایج این تحقیق بازیافت پسماندهای عفونی در بیمارستان‌های آموزشی شهر شیراز تحت تاثیر چهار نوع چالش متفاوت آگاهی (ضعف آگاهی و نگرش و ضعف آموزش)، قوانین (ضعف در قانون‌گذاری و سیاست‌های کلی و سیاست‌های زیست محیطی)، تجهیزاتی (موانع مربوط به تجهیزات ساختاری و تجهیزات محیطی) و اقتصادی (سرمایه‌گذاری و تأمین بودجه) قرار دارد.

بحث و نتیجه‌گیری: انتظار می‌رود مدیران و مسئولان بیمارستان‌های آموزشی شهر شیراز و سایر مراکز مشابه می‌توانند با رفع موانع آموزشی، قانونی، تجهیزاتی و اقتصادی پیش روی مدیریت بازیافت پسماندهای عفونی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های این صنعت، به توسعه پایدار زیست محیطی، بهداشتی، اقتصادی و اجتماعی استان کمک شایانی نمایند.

واژه‌های کلیدی: چالش، بازیافت، پسماند عفونی.

راهکارهای ارتقاء تأثیر اعتباربخشی در بخش‌های ویژه بیمارستان سلمان فارسی بوشهر

امید بهزادی^۱، عباس یزدانپناه^۲، نسرين مرادی^۳*

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

^۲ استادیار/گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی/مرودشت/ایران

abbas_yaz@yahoo.com

^۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

بخش‌های مراقبت ویژه همانند سایر بخش‌های بیمارستانی جهت ارتقاء کیفیت خدمات از استانداردهای اعتباربخشی تبعیت می‌نمایند در همین راستا مطالعه حاضر بر آن شده است که به بررسی راهکارهای اجرایی سازی استانداردهای اعتباربخشی بر کیفیت خدمات بخش‌های مراقبت ویژه بیمارستان سلمان فارسی بپردازد.

روش اجرای تحقیق: این مطالعه به صورت کیفی انجام پذیرفت. جامعه مطالعه شامل کلیه پرستاران شاغل و یا با سابقه اشتغال در بخش مراقبت‌های ویژه بیمارستان سلمان فارسی بوشهر بود. جهت انتخاب شرکت کنندگان در مطالعه از روش هدفمند استفاده شد و این امر تا اشباع داده‌ها ادامه یافت (۱۲ نفر). ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. جهت تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای و با استفاده از نرم افزار MAXQDA کد گذاری انجام شد.

نتایج: در مجموع ۱۲ شرکت کننده با میانگین سنی ۴۲/۹۱ سال و با ۱۰/۳۳ سال سابقه کار در مطالعه شرکت کردند. راهکارهای ارتقای تأثیر استاندارد‌های اعتباربخشی بر بخش‌های ویژه از دیدگاه مشارکت کنندگان شامل ۸ زیرطبقه بود که طبقات شامل "تأکید بر تخصیص بودجه، تأمین نیروی انسانی، تأکید بر شاخص‌های عملکردی، اولویت قراردادن اعتباربخشی، ارتقاء روایی سنج‌ها، ایجاد زیرساخت‌های مناسب ایجاد هماهنگی در پزشکان و در نهایت آموزش پرسنل" بود.

بحث و نتیجه‌گیری: راهکارهایی نظیر تخصیص بودجه کافی و برنامه ریزی دقیق در کنار تأکید بیشتر بر شاخص‌های عملکردی، اولویت گذاری اعتباربخشی و ایجاد روایی بیشتر در سنج‌ها جهت فهم بهتر آنها، ایجاد هماهنگی بیشتر درون بخشی، ارتقاء سیستم‌های پشتیبان فناوری اطلاعات، افزایش تعداد نیروی انسانی و برگزاری دوره‌های آموزشی می‌توانند باعث ارتقاء تأثیر این استانداردها بر عملکرد بخش‌های ویژه گردند. پیشنهاد می‌گردد دوره‌های آموزشی توانمند سازی نیروی انسانی در خصوص اجرای موثر سنج‌ها به صورت مداوم صورت بگیرد.

واژه‌های کلیدی: اعتباربخشی، بخش مراقبت ویژه، کیفیت خدمات.

بررسی وضعیت فرهنگ ایمنی بیمار از دیدگاه پرستاران بیمارستانهای آموزشی اصفهان

محمد جواد علیجانی^۱، عباس یزدانپناه^۲، نسرين مرادی^۳*

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

^۲ استادیار/گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی/مرودشت/ایران

abbas_yaz@yahoo.com

^۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

مقدمه: ایمنی بیمار و کیفیت قلب ارائه خدمات درمانی هستند، بهبود فرهنگ ایمنی بیمار در مراقبت های بهداشتی از اجزای ضروری برای جلوگیری از خطاها و بهبود مراقبت های بهداشتی است. در همین راستا مطالعه حاضر به بررسی نگرش پرستاران بیمارستان آموزشی اصفهان نسبت به فرهنگ ایمنی بیمار پرداخته است. روش اجرای تحقیق: پژوهش حاضر بصورت مقطعی انجام گرفت. نمونه پژوهش شامل ۲۹۰ نفر از پرستاران بیمارستان علوم پزشکی اصفهان بود. که جمع آوری داده از طریق پرسشنامه ارزیابی فرهنگ ایمنی بیمار در بیمارستانها انجام گرفت و در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج: امتیازات در ۷ بعد مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد وضعیت فرهنگ ایمنی بیمار در حد متوسط بود بعد شفافیت ارتباطات با ۴۹ درصد امتیازات کمترین امتیاز و بعد کار تیمی در بخش ها با ۸۱ درصد بیشترین امتیاز را کسب نمود.

بحث و نتیجه گیری: شواهد نشان دهنده این است که کار تیمی کیفیت خدمات را بهبود و هزینه ها را کاهش می دهد. باز خورد مناسب گزارش های حوزه ایمنی بیمار منجر به تغییر و ارتقا سیستم ها و روش های موجود می شود.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، ایمنی بیمار، پرستار.

بررسی هزینه و کیفیت دو شیوه پخت متمرکز و غیرمتمرکز در بیمارستان های منتخب

شیراز

ندا جابری^۱، نسرين مرادی^۲، خسرو کشاور^۳، زهرا کاووسی^۴*

۱. کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
neda.jaberi1395@gmail.com

۲. دکتری مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی، علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
Nasrin.moradi.2009@gmail.com

۳. دانشیار اقتصاد و مدیریت دارو، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی شیراز، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
khkeshavarz2007@gmail.com

۴. استاد، گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
zhr.kavosi@gmail.com: نویسنده مسئول

چکیده

زمینه و هدف: امروزه رقابت در صنعت مراقبت‌های بهداشتی همچون صنایع دیگر افزایش یافته و از آنجا که شکاف بین منابع قابل حصول و مورد نیاز روزه روز عمیق‌تر می‌گردد، سیاست دگرگونی هزینه‌ها و کاهش منابع مورد توجه بیش‌تر قرار گرفته است. دسترسی به مجموعه متنوعی از مواد غذایی امن و سالم از حقوق اساسی افراد بوده و کیفیت تغذیه و رژیم غذایی بیماران در ارائه خدمات بیمارستانی نیز در بهبود بیماران و کیفیت زندگی‌شان تاثیر به‌سزایی دارد. هدف این مطالعه بررسی هزینه و کیفیت دو شیوه پخت متمرکز و غیر متمرکز در بیمارستان‌های منتخب دانشگاه علوم پزشکی شیراز می‌باشد. روش پژوهش: این پژوهش یک مطالعه تحلیلی از نوع کاربردی می‌باشد که به شیوه گذشته نگر در سال ۱۳۹۶ انجام گرفت. داده‌های مالی مربوط به سال ۱۳۹۴ از بیمارستان‌های مورد بررسی جمع‌آوری شد و بهای تمام شده هر وعده غذایی با استفاده از تکنیک هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت محاسبه گردید. ابزار گردآوری داده‌های مربوط به کیفیت وضعیت غذا پرسشنامه رضایت پرسنل از وضعیت غذا بود که روایی و پایایی آن در مطالعات قبلی انجام شده بود. نمونه‌گیری به روش لایه‌ای بوده و حجم نمونه در بیمارستان‌های نمازی، شهید فقیهی، شهید رجایی به ترتیب ۳۳۵ نفر، ۲۸۵ نفر، ۲۷۸ نفر، انتخاب شد. داده‌ها در نرم افزار SPSS ۲۱ تحلیل گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد هزینه تامین غذا در بیمارستان شهید فقیهی (غیر متمرکز/ ۳۷,۱۵۵,۶۴۹,۵۵۹ ریال) به مراتب پایین‌تر از بیمارستان شهید رجایی (متمرکز/ ۱۲۸,۵۱۸,۵۹۵,۹۲۶ ریال) می‌باشد و میانگین رضایت در بیمارستان شهید رجایی (۱۰±۳۶,۳۲۹۷) بیشتر از بیمارستان شهید فقیهی (۱۰±۳۵,۹۴۴۱) بوده ولی تفاوت قابل توجهی با آن ندارد. نتیجه‌گیری: با توجه به اینکه کیفیت در دو بیمارستان تقریباً مشابه بوده است، راهبرد بیمارستان شهید فقیهی با هزینه ی تامین غذای پایین‌تر و شیوه ی پخت غیر متمرکز توصیه می‌شود.

واژگان کلیدی: بیمارستان، واحد تغذیه، هزینه، کیفیت.

بررسی رابطه مهارت‌های مدیران و سلامت سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد

نسرین مرادی^۱، فائزه زهابی^۲، حسن جعفری^۳

۱. گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه علوم پزشکی لرستان، لرستان، ایران

f.zahabi@yahoo.com. نویسنده مسئول

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید بهشتی

f.zahabi@yahoo.com

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی رابطه بین مهارت‌های (فنی، انسانی و ادراکی) مدیران و سلامت سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد انجام شده است. روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی بوده است و جامعه آماری را کلیه کارکنان مشغول به خدمت در حوزه‌های مختلف دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد تشکیل داده که تعداد آنها ۲۳۱ نفر بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۱۴۴ نفر از آنها به روش طبقه‌ای نسبی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد سلامت سازمانی لایندن و کلینگل و پرسشنامه محقق ساخته مهارت‌های مدیران استفاده شد. میزان پایایی پرسشنامه‌ها با در نظر گرفتن آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۶ و ۰/۹۷ محاسبه شد. داده‌های آماری با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد بین مهارت‌های سه‌گانه (فنی، انسانی و ادراکی) مدیران و سلامت سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و از بین مهارت‌های سه‌گانه مدیران، مهارت انسانی قابلیت پیش‌بینی سلامت سازمانی کارکنان را دارد، به گونه‌ای که با افزایش یک انحراف معیار تغییر در نمرات این متغیر، نمرات سلامت سازمانی ۰/۴۶ انحراف معیار افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: مهارت‌های مدیران، سلامت سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد.

بررسی میزان رضایتمندی بیماران از بخش‌های سرپایی بیمارستان‌های آموزشی شهر یزد

نسرين مرادی^۱، فائزه زهابی*^۲، زهرا فرج پور^۳

۱. گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه علوم پزشکی لرستان، لرستان/ایران نویسنده مسئول

f.zahabi@yahoo.com

۳. کارشناسی مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، علوم پزشکی یزد، یزد، ایران

f.zahabi@yahoo.com

چکیده

مقدمه: بیماران منبع بسیار خوبی برای جمع‌آوری اطلاعات و ارزیابی کیفیت مراقبت‌ها و خدمات می‌باشند و توجه به نقطه نظر آنان در هنگام برنامه‌ریزی و ارزشیابی خدمات حق آنان بوده، همچنین توجه به رضایت بیماران جهت بهبود و توسعه نظام سلامت و رسیدن به اهداف مهم فعالیت‌های گروه درمانی حائز اهمیت می‌باشد. لذا به دلیل اهمیت این موضوع این پژوهش بر آن شده است که رضایت بیماران بخش‌های سرپایی را از خدمات ارائه شده بررسی نماید. مواد و روش‌ها: این مطالعه یک مطالعه توصیفی - تحلیلی با نتایج کاربردی به صورت مقطعی می‌باشد. جامعه مورد پژوهش شامل بیماران مراجعه‌کننده به بخش‌های سرپایی بیمارستان‌های آموزشی شهر یزد می‌باشد. با توجه به روش نمونه‌گیری که به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای صورت گرفته حجم نمونه ۲۷۰ نفر تعیین و پرسشنامه‌ها بر اساس تعداد تخت فعال هر بیمارستان توزیع و جهت تجزیه تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss16 استفاده شده است. یافته‌ها: مطابق نتایج به دست آمده، رضایت به ترتیب در حیطه تسهیلات و امکانات در دسترس (۹۷٪)، نحوه عملکرد کارکنان (۹۶٪)، نحوه برخورد کارکنان (۹۳/۸٪) و از زمان دریافت خدمات (۹۱/۳٪) متوسط و خوب ارزیابی شد. نتیجه‌گیری: به طور کلی رضایت بیماران در سطح خوبی ارزیابی شد اما این بدان معنا نیست که دست از تلاش بیشتر جهت بالابردن رضایت بیماران برداشته شود، لذا مانیتورینگ و بهبود دائم وضعیت ارائه خدمات امری لازم و ضروری می‌باشد تا بتوانیم به هر چه بهتر شدن وضعیت و بالابردن رضایت بیماران کمک کرد.

واژه‌های کلیدی: رضایتمندی، بیمارستان آموزشی، بخش‌های سرپایی، بیماران.

الزامات و پیش نیازهای اجرای منطقه بندی خدمات بیمارستانی در ایران: یک مطالعه کیفی

زهرا زارع^{۱*}، محدثه قنبری جهرمی^۲، فریده سادات جلالی^۳، سمیه نوری حکمت^۴

۱* دانشجوی دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران.

zahra.zare1993@gmail.com

۲ دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی جهرم، ایران، (نویسنده مسئول)

mohadese.ghanbari2020@gmail.com

۳ دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران.

fs.jalali@yahoo.com

۴ دکترای مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، ایران.

snhekmat2@gmail.com

چکیده

هزینه‌های نظام سلامت در سراسر جهان رو به افزایش قرار گرفته است و این روند افزایشی سبب شده است که کشورهای مختلف استفاده از سیاست‌هایی در جهت دستیابی به اهداف اصلی نظام سلامت را مدنظر قرار دهند. منطقه‌بندی خدمات سلامت از جمله سیاست‌هایی محسوب می‌شود که با چیدمان خاص واحدهای تأمین‌کننده خدمات درمانی به کنترل هزینه و افزایش کیفیت خدمات درمانی می‌پردازد. مطالعه حاضر با هدف شناسایی پیش‌نیازها و الزاماتی که منجر به پیاده‌سازی موفق منطقه‌بندی خدمات سلامت می‌شوند، انجام گرفته است. پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی می‌باشد که به روش تحلیل محتوا انجام شد. جامعه پژوهش افرادی با سابقه مدیریت یا سیاست‌گذاری در نظام سلامت و حوزه‌ی بیمارستان و سابقه پژوهش‌های معتبر در زمینه منطقه‌بندی خدمات سلامت بودند؛ که در نهایت ۲۱ نفر با استفاده از روش هدفمند انتخاب شدند. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، از روش تحلیل محتوای کیفی با استفاده از نرم افزار MAXQDA 10 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید. مصاحبه‌شوندگان به ۴ گروه اعضای هیات علمی، مدیر و رئیس بیمارستان، مدیر اجرایی بخش بهداشت و درمان و افراد با سابقه انجام مطالعه منطقه‌بندی تقسیم شدند. ۸۰/۹ درصد آن‌ها مرد (۱۷ نفر) و ۱۹/۰۴ درصد آن‌ها زن بودند. یافته‌های حاصل از تحلیل محتوا پنج مضمون اصلی تعریف منطقه‌بندی، نقش‌آفرینان منطقه‌بندی، راهبردهای منطقه‌بندی، فرصت‌ها و محدودیت‌های منطقه‌بندی را بدست آورد. شواهد حاکی از آن است که در اغلب موارد پیاده‌سازی سیاست منطقه‌بندی خدمات بیمارستانی منجر به کاهش هزینه‌های درمان می‌شود. با این حال ضروریست سیاستگذاران نظام سلامت ایران در هنگام پیاده سازی این سیاست، پیش‌بینی‌های لازم را برای جلوگیری از کاهش دسترسی گروه‌های مختلف به خدمات انجام دهند.

کلمات کلیدی: منطقه‌بندی، خدمات درمانی، هزینه خدمات، کیفیت خدمات.

مروری سیستماتیک بر میزان مصرف طب مکمل در بیماران ایرانی

محمدصادق نعمت‌الهی^۱، فریده سادات جلالی^{۲*}، زهرا زارع^۳ و محدثه قنبری جهرمی^۴

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت و سیاست‌گذاری سلامت، دانشکده ایمنی و بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید

بهداشتی، تهران، ایران.

muhsadne@gmail.com

۲* دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران، (نویسنده مسئول)

fs.jalali@yahoo.com

۳ دانشجوی دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران.

zahra.zare1993@gmail.com

۴ دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی جهرم، ایران.

mohadese.ghanbari2020@gmail.com

چکیده

امروزه با پیشرفت علوم پزشکی و افزایش آگاهی مردم نسبت به انواع طب مکمل، مصرف این نوع روش‌های درمانی جایگزین رو به فزونی گذاشته و قسمت اعظمی از خدمات درمانی را در دنیا و از جمله کشور ایران تشکیل می‌دهد. لذا هدف از این مطالعه، بررسی میزان مصرف طب مکمل در بیماران ایرانی طی یک مرور نظام‌مند بود. در این مطالعه، یک جستجوی ادبیات با کلمات کلیدی مرتبط با مصرف طب مکمل در پایگاه‌های اطلاعاتی Scopus, PubMed, Web of Science, Science Direct, SID, Magiran و PRISMA-SCR (موارد ترجیحی در گزارش مقالات مروری و فراتحلیل) تا جولای ۲۰۲۴ انجام شد. مقالات نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی به نرم‌افزار اندنوت انتقال پیدا کردند. انتخاب مقالات بر اساس معیارهای ورود هم‌چون حداقل چکیده به زبان فارسی و یا انگلیسی صورت پذیرفت. پس از حذف موارد تکراری، بررسی عناوین، چکیده و متن کامل، اطلاعات مرتبط با میزان مصرف هر یک از انواع طب‌های مکمل (عنوان، سال انتشار، کشور و جامعه مورد مطالعه، روش انجام کار، یافته‌های اصلی) در فرم استخراج داده وارد شد. نتایج حاصل از بررسی ۴۳ مطالعه نشان داد ۱۹ نوع طب مکمل شامل انرژی درمانی با میانگین مصرف (۲۱,۶۵ درصد)، دعدارمانی (۴۳,۶۹ درصد)، ورزش (۵۳,۸۵ درصد)، مراقبه (۱۷,۵ درصد)، طب سوزنی (۷,۱۵ درصد)، طب گیاهی (۶۵,۴۷ درصد)، رژیم درمانی (۱۶ درصد)، روغن‌های مالشی (۲۶,۶ درصد)، ماساژ درمانی (۱۰,۸۵ درصد)، آب درمانی (۵ درصد)، حجامت (۲۱,۶۲ درصد)، ویتامین‌ها (۴۱,۷۲ درصد)، مولتی ویتامین‌ها (۲۹,۳ درصد)، زالودرمانی (۹,۴ درصد)، مکمل‌های غذایی (۶۵,۱ درصد)، مکمل‌های معدنی (۳۵,۶ درصد)، نماز خواندن (۶۲,۵۵ درصد)، مسافرت (۲,۲ درصد) و مواد طبیعی (۵۹,۱ درصد) توسط افراد گروه‌های بیماری مختلف در کشور ایران مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد اغلب بیماران در کشور ایران به طور میانگین از طب‌های مکمل گیاهی و دعدارمانی بیشتر استفاده می‌کنند. بنابراین باید کنترل و نظارت لازم بر مصرف طب گیاهی به طور ویژه‌ای از سوی مراجع درمانی انجام پذیرد.

واژه‌های کلیدی: مصرف خدمات، طب مکمل، طب سنتی، طب جایگزین، بیمار، ایران.

مروری بر عوامل مرتبط با هزینه بیماری سرطان پروستات

فریده سادات جلالی^{۱*}، محمدصادق نعمت‌الهی، زهرا زارع^۲ و محدثه قنبری جهرمی^۴

*دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران، (نویسنده مسئول)

fs.jalali@yahoo.com

۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت و سیاست‌گذاری سلامت، دانشکده ایمنی و بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، تهران، ایران.

muhsadne@gmail.com

۳دانشجوی دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران.

zahra.zare1993@gmail.com

۴دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی جهرم، ایران.

mohadesse.ghanbari2020@gmail.com

چکیده

سرطان پروستات، چهارمین شایع در جهان است و هزینه‌های اقتصادی قابل توجهی برای بیماران و جوامع به همراه دارد. از آنجایی که اطلاعات مربوط به هزینه این بیماری و شناسایی عوامل موثر بر آن، نگرش‌های تازه‌ای را برای طراحی مداخلات مؤثر و کاهش هزینه‌ها ارائه می‌دهد، بنابراین، مطالعه حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر هزینه بیماری سرطان پروستات انجام شد. در این مطالعه، یک جستجوی ادبیات با کلمات کلیدی مرتبط با هزینه بیماری سرطان پروستات در پایگاه‌های اطلاعاتی PubMed، Web of Science، Scopus و Pro-Quest براساس PRISMA-SCR (موارد ترجیحی در گزارش مقالات مروری و فراتحلیل) انجام شد. مقالات نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی به نرم‌افزار اندنوت انتقال پیدا کردند. پس از حذف موارد تکراری، بررسی عناوین، چکیده و متن کامل، اطلاعات مرتبط با هزینه بیماری سرطان پروستات (عنوان، سال انتشار، کشور و جامعه مورد مطالعه، روش انجام کار، یافته‌های اصلی) در فرم استخراج داده وارد شد. نتایج حاصل از بررسی هشت مطالعه نشان داد عوامل مرتبط با هزینه بیماری سرطان پروستات در چهار دسته عوامل بالینی (گرید بیماری، رادیوتراپی، داروها و موادمصرفی، عمل جراحی، شیمی درمانی و عوارض جانبی آن، عودت‌مور، روزهای بستری، هزینه ویزیت، هورمون‌درمانی) فردی (بیمه تکمیلی، پرداخت از جیب، ناتوانی بیمار به دلیل سرطان، زمان غیبت از محل کار)، محیطی (مدت اقامت، دسترسی به مراقبت، رفت و آمد برای درمان، زمان تشخیص، نوع مرکز درمانی، هزینه مراقبت از کودک، اسکان، مرگ‌زودرس) و دموگرافیک (وضعیت تأهل، سن، درآمد) جای گرفتند. بر اساس نتایج، تشویق افراد به غربالگری سالانه، اجرای سیستم‌های غربالگری کم‌هزینه مناسب برای تشخیص به‌موقع بیماری و درمان موثر آن در تمامی سطوح درآمدی و هدایت طرح هدفمندی یارانه‌ها به سمت اعطای یارانه به بخش سلامت و به‌ویژه بیماران کم‌درآمد می‌تواند به کاهش هزینه بیماران سرطان پروستات کمک کنند.

واژه‌های کلیدی: عوامل موثر، هزینه بیماری، بار اقتصادی، سرطان پروستات، هزینه مستقیم.

مروری بر عوامل مرتبط با هزینه بیماری سرطان پوست

فریده سادات جلالی^{۱*}، محدثه قنبری جهرمی^۲ و زهرا زارع^۳

*دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران، (نویسنده مسئول)

fs.jalali@yahoo.com

۲دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی جهرم، ایران.

mohadese.ghanbari2020@gmail.com

۳دانشجوی دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران.

zahra.zare1993@gmail.com

چکیده

سرطان پوست یک مشکل بهداشت عمومی مهم و یکی از سرطان‌های شایع در سراسر جهان است که هزینه‌های اقتصادی بالایی را به جامعه تحمیل می‌کند. بنابراین، مطالعه حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر هزینه بیماری سرطان پوست انجام شد. در این مطالعه، یک جستجوی ادبیات با کلمات کلیدی مرتبط با هزینه بیماری سرطان پوست در پایگاه‌های اطلاعاتی اسکوپوس، وب‌آوساینس، پابمد و پروکوئست براساس دستورالعمل‌های پریزما انجام شد. مقالات نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی به نرم‌افزار اندنوت انتقال پیدا کردند. پس از حذف موارد تکراری، بررسی عناوین، چکیده و متن کامل، اطلاعات مرتبط با عوامل موثر بر هزینه بیماری سرطان پوست در فرم استخراج داده وارد شد. نتایج حاصل از بررسی مطالعات نشان داد عوامل مرتبط با هزینه بیماری سرطان پوست در چهار دسته عوامل دموگرافیک (جنسیت، تحصیلات، تاهل، درآمد، بیمه تکمیلی، سن)، بالینی (سرما درمانی، پرتودرمانی، جراحی، عمل ترمیمی، استیج بالا، محل، نوع و اندازه تومور، زمان تشخیص اولیه، عود تومور)، فردی (مدت زمان قرار گرفتن در معرض نور خورشید، سیگار کشیدن، بیماری اکتسابی و زمینه‌ای، وجود زگیل و مرگ بیمار) و محیطی (دولتی/خصوصی بودن مرکز گیرنده خدمات، فاصله تا نزدیک‌ترین مرکز، روزهای بستری) قرار گرفتند. بر اساس یافته‌ها، خودآزمایی پوست بمنظور بررسی علائم اولیه سرطان پوست و درمان زودهنگام و جلوگیری از وقوع مرگ بیمار، محافظت از پوست در برابر نور خورشید و آفتاب‌سوختگی می‌تواند خطر ابتلا به نوع توده ملانوم و به دنبال آن مرگ را کاهش دهد. بهره‌مندی از ارائه خدمات تشخیصی و درمانی تخصصی و روز دنیا، برای بیماران در شهرستان‌های با شیوع بالای سرطان و استفاده از تلمددسین می‌تواند نقش به‌سزایی در کاهش روزهای بستری و بهبود سلامت بیماران و کاهش هزینه‌های آنان داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: عوامل موثر، هزینه بیماری، بار اقتصادی، سرطان پوست، هزینه مستقیم.

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل ریسک شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی با روش بهترین-بدترین فازی (مطالعه موردی: شرکت شاتل)

زهره قاسم خانی^۱، سعید توکلیان^۲، پیام فرهادی^۳

۱ کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، شیراز، ایران؛

zahra.ghasemkhanii0@gmail.com

۲ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، شیراز، ایران؛ (نویسنده مسئول)

s.tavakolian@zand.ac.ir

۳ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، شیراز، ایران؛

payamfarhadi88@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی عوامل ریسک شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است. این تحقیق از لحاظ نوع هدف کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی است. کمیته خبرگی پژوهش را مدیران با تجربه شرکت شاتل تشکیل دادند که از طریق روش نمونه‌گیری گلوله برفی تعیین شدند. در ابتدا عوامل ریسک استخراج شده از ادبیات پژوهش از طریق روش دلفی فازی در پنج حوزه سیاسی و حقوقی، فنی، مالی، امنیتی و آموزشی دسته‌بندی و اعتباریابی شدند. سپس با استفاده از روش بهترین-بدترین فازی اولویت‌نهایی عوامل ریسک نتیجه گردید. نتایج تحلیل حاکی از آن است که «بالا نبودن قابلیت اطمینان و امنیت نگهداری داده‌ها»، «سرقت اطلاعات» و «سرمایه‌گذاری نامناسب» به ترتیب با ضرایب وزنی ۰,۰۷۷، ۰,۰۶۲ و ۰,۰۷۷ مهم‌ترین عوامل ریسک در شرکت شاتل معرفی شدند که نیازمند این است مدیران راهکارهایی را جهت غلبه بر آن‌ها تعبیه نمایند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت ریسک، شرکت‌های عبرا.

بررسی اثربخشی آموزش‌های رفتار سازمانی بر بهبود عملکرد و رضایت شغلی کارکنان

ابراهیم افشاری فر

دانشجوی مقطع دکترای مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

چکیده

این مطالعه اثربخشی آموزش رفتار سازمانی (OB) را بر عملکرد کارکنان و رضایت شغلی بررسی می‌کند. با استفاده از یک روش جامع تحقیق کتابخانه‌ای، این مطالعه یافته‌های ادبیات اخیر را برای شناسایی تأثیرات آموزش OB بر پیامدهای کلیدی کارکنان ترکیب می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی OB که به خوبی ساختار یافته‌اند، با تجهیز کارکنان به مهارت‌ها و دانش‌های ضروری، عملکرد کارکنان را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهند. علاوه بر این، نشان داده شده است که آموزش OB رضایت شغلی را به طور قابل توجهی بهبود می‌بخشد، زیرا کارکنان سرمایه‌گذاری سازمانی در توسعه خود را مثبت می‌دانند. این مطالعه بر اهمیت عوامل میانجی مانند رفتار شهروندی سازمانی (OCB) و تعهد سازمانی در تبدیل مزایای آموزشی به بهبود عملکرد و رضایت تأکید می‌کند. توصیه‌های عملی برای سازمان‌ها شامل طراحی برنامه‌های آموزشی جامع، ایجاد محیط‌های کاری حمایت‌کننده و اطمینان از ارزیابی مستمر اثربخشی آموزش است. این تحقیق به درک نظری از تأثیر آموزش OB کمک می‌کند و بینش‌های عملی را برای شیوه‌های منابع انسانی با هدف توسعه نیروی کار متعهد، راضی و با عملکرد بالا ارائه می‌دهد.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

مطالعه پدیدارشناسی تجربه اساتید خبره از آموزش مجازی حسابداری در دوران کرونا

یونس بادآورنهندي*^۱، رویا پیشه زاری^۲

۱ دانشیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران؛

badavarnahandi@iaut.ac.ir.ac.ir

۲ کارشناس ارشد، گروه حسابداری، واحد ایلخچی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلخچی، ایران؛

roya_6928@yahoo.com

چکیده

دوران کرونا موجب تحول شیوه‌های آموزشی تمام رشته‌ها از جمله رشته حسابداری گردید. همانند هر بحران که پیامدها و تجاربی برای زندگی بشر دارد، شیوه آموزش مجازی نیز از این قاعده مستثنی نیست. هدف این پژوهش، مطالعه تجربه اساتید خبره آموزشی کشور از آموزش مجازی رشته حسابداری در دانشگاه‌ها در دوران کرونا است. پژوهش حاضر از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، میدانی به صورت مصاحبه‌ای و از نظر ماهیت، پدیدارشناسی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اساتید خبره و افتخارات علمی کشور دانش حسابداری و حسابرسي می‌باشند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع داده‌ها، به ۴۰ نفر رسید. یافته‌های پژوهش به ۳ مقوله اصلی مزایا، معایب و پیشنهادها در اساتید و ۱۲ تم فرعی از جنبه اساتید، دانشجویان، دانشگاه و جامعه تقسیم‌بندی شد. مزایایی از جمله صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها، پوشش آموزشی دانشجویان در سراسر کشور و امکان مرور مطالب را به همراه داشته است. عدم اعتبار ارزیابی‌ها و عدم سودمندی دروس عملی رشته حسابداری از معایب آموزش مجازی می‌باشند. ارتقاء فرهنگ برگزاری کلاس‌ها و آزمون‌ها بصورت مجازی، فراهم نمودن امکانات آموزش مجازی برای واحدهای دانشگاهی برای جذب دانشجو، ترکیب آموزش مجازی و حضوری و طراحی برنامه‌های تحصیلی موجب اثربخشی آموزش مجازی حسابداری در دانشگاه‌های کشور می‌شود.

واژگان کلیدی: پدیدارشناسی، تجربه اساتید خبره، آموزش مجازی حسابداری، دوران کرونا.

تأثیر کانال‌های ارتباطی در بازاریابی اجتماعی (تجهیزات پزشکی) با تمرکز بر تحلیل رفتار مصرف‌کننده و وفاداری مشتری

محمد صالح محمودی^۱، دکتر سعید توکلیان^۲، دکتر رضا صفری نژاد^۳

دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Salehmahmodi۰۵۱@gmail.com

استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

S.tavakolian@zand.ac.ir

استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Safarinejad۷@gmail.com

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیر کانال‌های ارتباطی در بازاریابی اجتماعی، با تمرکز بر تحلیل رفتار مصرف‌کننده و وفاداری مشتری می‌پردازد. در دنیای مدرن، بازاریابی اجتماعی به عنوان ابزاری مهم برای ارتقای سلامت عمومی و بهبود کیفیت زندگی افراد مطرح است. تجهیزات پزشکی، به دلیل اهمیت بالایی که در سلامت افراد دارند، نیازمند استراتژی‌های بازاریابی دقیق و مؤثر هستند. انتخاب و استفاده از کانال‌های ارتباطی مناسب می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر رفتار مصرف‌کنندگان و همچنین ایجاد وفاداری به برند داشته باشد. این تحقیق با توجه به چالش‌های موجود در بازار ایران، به تحلیل این موضوع می‌پردازد که چگونه کانال‌های ارتباطی مختلف مانند رسانه‌های سنتی (تلویزیون، رادیو) و رسانه‌های دیجیتال (وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی) می‌توانند در بازاریابی تجهیزات پزشکی تأثیرگذار باشند. کانال‌های ارتباطی نقش بسیار مهمی در بازاریابی اجتماعی ایفا می‌کنند و تحقیقات مختلف به تأثیر مستقیم و غیرمستقیم این کانال‌ها بر تصمیم‌گیری مصرف‌کننده و ایجاد وفاداری به برند پرداخته‌اند. برای مثال، مطالعات نشان داده‌اند که تعاملات مثبت در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به ایجاد وفاداری مشتریان شود و بازاریابی محتوا می‌تواند اعتماد مصرف‌کنندگان به برند را تقویت کند. همچنین، تأثیرگذاری کانال‌های دیجیتال در بهبود تجربه مشتریان و ایجاد ارتباط مستمر با آن‌ها به‌ویژه در دوران پسایندمی مورد توجه قرار گرفته است. روش تحقیق این مقاله از نوع کاربردی و به صورت توصیفی-تحلیلی است. ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات شامل پرسشنامه‌های استاندارد و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته است. پرسشنامه‌ها بر اساس مدل‌های معتبر رفتار مصرف‌کننده و وفاداری به برند طراحی شده‌اند و به صورت مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای نظرات مصرف‌کنندگان را اندازه‌گیری می‌کنند. مصاحبه‌ها نیز به منظور دریافت دیدگاه‌های عمیق‌تر از تجربیات و نگرش‌های مصرف‌کنندگان انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل مشتریان تجهیزات پزشکی در بازار ایران است که به‌طور تصادفی و بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انتخاب شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS و AMOS تحلیل می‌گردند. برای تحلیل روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته، از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده می‌شود. این تحقیق به شرکت‌های فعال در حوزه تجهیزات پزشکی کمک می‌کند تا با شناخت بهتر از رفتار مصرف‌کننده و استفاده از کانال‌های ارتباطی مناسب، استراتژی‌های بازاریابی خود را بهبود بخشند. از نتایج این تحقیق می‌توان برای بهبود ارتباطات با مشتریان، افزایش وفاداری به برند و افزایش بهره‌وری کمپین‌های بازاریابی استفاده کرد. در نهایت، این پژوهش با تأکید بر تغییرات سریع رفتار مصرف‌کنندگان و پیشرفت‌های تکنولوژیک، نشان می‌دهد که انتخاب مناسب کانال‌های ارتباطی می‌تواند به موفقیت استراتژی‌های بازاریابی اجتماعی در صنعت تجهیزات پزشکی منجر شود و سطح سلامت جامعه را ارتقا دهد.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی اجتماعی، کانال‌های ارتباطی، رفتار مصرف‌کننده، وفاداری برند.

بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی مدیران مبتنی بر سرمایه معنوی

رضا سلطانی^۱، حسن زارعی متین^۲، محمدپارسیان^۳

۱ دانشجوی دکتری تخصصی، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

Rez.soltani@bankmallat.ir

۲ گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

matin@ut.ac.ir

۳ استادیار، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

pasebani@iaut.ac.ir

چکیده

از جمله مسائل بسیار مهم در توانمندسازی مدیران توجه به هوش معنوی و اثر آن بر تعهد سازمانی و بهره‌وری پروژه‌های سازمان می‌باشد در این مقاله سعی شده است نسبت به طراحی یک مدل توانمندسازی مدیران مبتنی بر سرمایه معنوی اقدام گردد. پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی پیمایشی با رویکرد کیفی است. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان خبره و فرهیختگان دانشگاهی و مدیران شعب بانک هستند. نمونه آماری تعداد ۱۰ نفر از خبرگان هستند. روش نمونه‌گیری، غیرتصادفی هدفمند با استفاده از تکنیک گلوله برفی است. ابزارهای تحلیل اسناد و مصاحبه برای گردآوری داده به کار گرفته شده است. داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد بررسی و ارزیابی گرفته است. طبق مدل اولیه، برگرفته از مطالعه مقالات مرتبط و سپس توسعه آن بر اساس یافته‌های مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان و کدگذاری یافته‌های پژوهش، توانمندسازی مدیران در چهار بُعد روانشناختی، مدیریتی، فردی و سازمانی بر پایه شاخصه‌های ۱۲ گانه سرمایه معنوی قابل تبیین می‌باشد. به‌منظور دست یابی به بیشینه توانمندی مدیران بر مبنای سرمایه معنوی می‌بایست توجه به ابعاد و مولفه‌های فوق در دوره‌های ارتقا و بازآموزی را مدنظر قرار داد.

واژه‌های کلیدی: توانمندسازی، توانمندی، سرمایه معنوی، رهبری، سازمان، سرمایه فکری.

تأثیر مؤثر قصد خرید کالاهای تقلبی لوکس در جامعه امروزی

رضیه جعفری^۱، سید محمد منصور پور مولا^۲، امیر زارعی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

Razieh.jafari1393@yahoo.com

۲ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران

Pormolla121@gmail.com

۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش مالی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران

Amir_zarei67@ymail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر قصد خرید کالاهای تقلبی لوکس انجام شده است. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش گردآوری داده‌ها توصیفی همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی شیراز که بر اساس اطلاعات به دست آمده تعداد آنها ۵۰۰ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۷ نفر از طریق نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات میدانی در این پژوهش، پرسشنامه می‌باشد که از پرسشنامه استاندارد کوآی (۲۰۱۸) استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات استاد راهنما و تعدادی از خبرگان این حوزه مورد تایید قرار گرفت و برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید.

واژه‌های کلیدی: قصد خرید، کالاهای لوکس تقلبی، جامعه امروزی.

بررسی نقش بکارگیری بودجه‌ریزی عملیاتی بر ایجاد مازاد بودجه‌ای در سازمان‌های غیرانتفاعی

غلامرضا رضائی^۱، رامین زراعت‌گری^۲، محمد صادق زاده مهارلوئی^۳

۱ استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران؛
rezaac.1990@acc.usb.ac.ir

۲ استادیار حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران؛
ramin@acc.usb.ac.ir

۳ استادیار حسابداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران؛
Mohammad.sadeghzadeh@shirazu.ac.ir

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر بکارگیری بودجه‌ریزی عملیاتی بر ایجاد مازاد بودجه‌ای در مؤسسات غیرانتفاعی است. روش پژوهش مورد استفاده توصیفی همبستگی، از نوع نظرسنجی است که از لحاظ زمانی یک پژوهش مقطعی به حساب می‌آید. جهت گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه استفاده شده است. کلیه مدیران و کارکنانی که در دانشگاه علوم پزشکی شیراز و بیمارستان‌های دولتی شیراز به هر نحوی می‌توانند در بودجه‌ریزی شرکت داشته باشند، جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. نمونه آماری پژوهش ۱۷۸ نفر به دست آمد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش‌های آماری تحلیل همبستگی و مدل‌بندی معادلات ساختاری با بکارگیری نرم‌افزارهای آماری SPSS نسخه ۲۲ و PLS استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل‌های آماری نشان داد که بین نقش‌های اطلاعاتی، نظارتی و تخصیصی بودجه‌ریزی عملیاتی با مازاد بودجه‌ای رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: مازاد بودجه‌ای، بودجه‌ریزی عملیاتی، نقش اطلاعاتی بودجه‌ریزی عملیاتی، نقش نظارتی بودجه‌ریزی عملیاتی.

(تحلیل هزینه خدمات بهداشتی درمانی در مراکز خدمات جامع سلامت)

عبداله فصیح نیا^۱، عباس یزدانپناه^۲، و نسرين مرادی^۳*

- ۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.
ab_fasihnia@yahoo.com
- ۲ استادیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.
Abbas_yaz@yahoo.com
- ۳ دکتری مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی، علوم پزشکی شیراز. نویسنده مسئول
Nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

امروزه در برخی از مراکز منابع محدود به صورت ناکارآمد مصرف می شوند. اعتبار عمومی صرف خدماتی می شود که تناسب و اثربخشی لازم را ندارند. در مطالعه حاضر به تحلیل هزینه مراکز خدمات جامع سلامت شهری و روستایی در شهرستان بندر لنگه پرداخته شده است.

مواد و روش: مطالعه حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که به صورت مقطعی بر روی داده های سال ۱۳۹۶ شبکه بهداشت و درمان شهرستان بندر لنگه انجام یافته است. داده ها از شش مرکز خدمات جامع سلامت که به صورت تصادفی از بین مراکز شهرستان مورد مطالعه انتخاب شده بودند، با استفاده از چک لیستی جمع آوری گردید و در نرم افزار SPSS و Excel و با بهره گیری از شاخص هزینه-خدمت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته ها: در حوزه خدمات دندانپزشکی ۳۵/۴۴ درصد خدمات مربوط به معاینه، در حوزه ویزیت ۶۲/۴۹ درصد مربوط به ویزیت پزشک، در حوزه خدمات سلامت خانواده ۵۶/۹۴ درصد خدمات مربوط به مراقبت مادر و کودک و در حوزه خدمات سلامت محیط ۶۲/۱۱ درصد خدمات مربوط به کلرسنجی بود. نتایج نشان داد حقوق و دستمزد ۶۲/۸۶ درصد کل هزینه ها را به خود اختصاص داده بود. در بین خدمات، خدمات مربوط به سلامت محیط در تمام مراکز ناکارترین و خدمات ویزیت کارترین شاخص را از نظر شاخص هزینه-خدمت داشتند.

نتیجه گیری: نتایج مطالعه حاضر نشان داد که سهم عمده ای از هزینه های مراکز جامع سلامت متعلق به مراکز شهری است ولی با این حال کارایی مراکز شهری با توجه به شاخص هزینه-خدمت بالاتر از مراکز روستایی می باشد که یکی از دلایل آن صرفه جویی به مقیاس می باشد. لذا لازم است برنامه ریزی و سیاستگذاری مناسبی جهت رفع اشکالات صورت گیرد.

واژه های کلیدی: مرکز جامع سلامت، روستایی و شهری، تحلیل هزینه، شاخص هزینه-خدمت.

پیش بینی مدیریت سود بر اساس سازه های سیستم ارزیابی متوازن با استفاده از الگوریتم های ژنتیک و درختان تصمیم رگرسیونی

مجید داودی نصر^۱، اشرف اسدی^۲

۱ استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، ایران

M_davodi85@yahoo.com

۲ کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، ایران

Ashrafasadi18@gmail.com

چکیده

هدف این تحقیق پیش بینی مدیریت سود بر اساس سازه های سیستم ارزیابی متوازن با استفاده از الگوریتم های ژنتیک و درختان تصمیم رگرسیونی بوده است. قلمرو مکانی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی سال های بین ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱ بوده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی بوده و در حوزه مطالعات پس رویدادی (استفاده از اطلاعات گذشته) قرار می گیرد و مبتنی بر اطلاعات واقعی است که با روش استقرایی به کل جامعه آماری قابل تعمیم خواهد بود؛ در این پژوهش برای جمع آوری داده ها و اطلاعات، از روش کتابخانه ای استفاده شد. در این راستا بر اساس روش نمونه گیری حذف سیستماتیک تعداد ۱۴۷ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید؛ به منظور توصیف و تلخیص داده های جمع آوری شده از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزارهای متلب ۲۰۱۹، کوکا ۳،۹؛ اس پی اس اس ۲۰۱۹ و اکسل ۲۰۱۶ بهره گرفته شده است. در این پژوهش به منظور پیش بینی مدیریت سود از سازه های سیستم ارزیابی متوازن شامل بازده فروش؛ بازده حقوق صاحبان سهام؛ سهم از بازار (پروکسی اول)؛ سهم از بازار (پروکسی دوم)؛ سهم از بازار (پروکسی سوم)؛ نسبت فروش به هزینه بازاریابی؛ نسبت فروش به تعداد کارکنان؛ نسبت سود به تعداد کارکنان و نسبت هزینه تحقیق و توسعه به هزینه بازاریابی به عنوان متغیرهای پیش بین موثر استفاده گردید؛ نتایج بدست آمده از پژوهش، حاکی از آن است که بر اساس الگوریتم ژنتیک و الگوریتم درخت تصمیم گیری میتوان مدیریت سود را با قدرت نسبتاً بالا پیش بینی کرد، به علاوه قدرت پیش بینی مدیریت سود بر اساس سازه های سیستم ارزیابی متوازن و الگوریتم ژنتیک، بالاتر از الگوریتم درختان تصمیم رگرسیونی است.

واژه های کلیدی: پیش بینی مدیریت سود، سازه های سیستم ارزیابی متوازن، الگوریتم های ژنتیک، رویکرد درخت تصمیم.

تاثیر فعالیتهای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر آگاهی از برند، تصویر برند و وفاداری به برند

زهرا محمدزاده^۱، فاطمه کشاورز^{۲*} (نویسنده مسئول)

^۱ کارشناسی ارشد، نرم افزار کامپیوتر، دانشکده مهندسی، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Zahra_mohammadzadeh91@yahoo.com

^۲ کارشناسی، حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

Fatemehkeshavarz422@gmail.com

چیکده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر فعالیتهای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر آگاهی از برند، تصویر برند و وفاداری به برند می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع روش توصیفی و از نوع مطالعات تحلیلی است که جمع آوری اطلاعات آن به صورت میدانی از طریق پرسش نامه انجام گردید. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان پوشاک ورزشی شهر شیراز می باشد. که با توجه به حجم جامعه آماری، تعداد نمونه ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد ابزار جمع آوری در این تحقیق پرسش نامه پرسش نامه استاندارد بیلگین استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۰ گویه بسته پاسخ بر اساس طیف پنج درجه ای لیکرت می باشد، این پرسش نامه در طیف لیکرت ۵ درجه ای (خیلی زیاد، زیاد، نظری ندارم، کم، خیلی کم) به ترتیب (۱، ۲، ۳، ۴، ۵) امتیاز گذاری کرده است. از آلفای کرونباخ جهت محاسبه ضرایب پایایی و از آزمون کلوموگروف اسمیرنوف برای نرمال بودن داده ها و معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین فعالیتهای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی با آگاهی از برند، تصویر برند و وفاداری به برند ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، آگاهی از برند، تصویر برند، وفاداری به برند.

رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد فردی و سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش (مطالعه موردی: شرکت گلستان)

ناصر جمالی

دکتری مدیریت بازرگانی بین‌الملل گرایش بازاریابی
Naser.jamali.75@gmail.com

چکیده

هدف تحقیق شناخت رابطه سرمایه فکری با عملکرد فردی و سازمانی با میانجی مدیریت دانش در شرکت گلستان است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها چهار پرسش‌نامه استاندارد سرمایه فکری، مدیریت دانش، عملکرد فردی و عملکرد سازمانی بوده است. پس از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ و مشخص شدن پایایی پرسش‌نامه‌ها، آزمون نرمال بودن داده‌ها با آزمون کولموگراف - اسمیرنوف اجرا شده است. متغیرهای تحقیق دارای توزیعی منطبق بر توزیع نرمال هستند. نتایج نشان می‌دهد که بین سرمایه فکری و عملکرد فردی و سازمانی همبستگی وجود دارد. بین عوامل سرمایه فکری یعنی سرمایه‌های انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی با عملکرد فردی و سازمانی رابطه مستقیم و همبستگی کمی را نشان می‌دهد. میزان همبستگی مدیریت دانش با عملکرد فردی و سازمانی کارشناسان و مدیران شرکت گلستان مثبت است، با مدل میانجی چندمتغیره AMOS در این پژوهش متغیر سرمایه فکری با واسطه متغیر مدیریت دانش روی عملکرد فردی و سازمانی تأثیر غیرمستقیم دارد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، مدیریت دانش، عملکرد فردی، عملکرد سازمانی.

آمادگی فناوری شرکت‌های B2B و قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی برای افزایش عملکرد پایداری اجتماعی

فاطمه خانجهرانی^۱، شادی ادیبی فرد^۲، و منصور ترکیان تبار^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

khanjahanifateme@gmail.com

۲ گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Shadi.adibi@gmail.com

۳ گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

torkiantabar@yahoo.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی آمادگی فناوری شرکت‌های تجارت به تجارت و قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی برای افزایش عملکرد پایداری اجتماعی به روش توصیفی پیمایشی به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران، کارکنان و متخصصان و کارشناسان گروه صنعتی مپنا در سطح استان تهران به تعداد ۷۵۰ نفر می‌باشد که حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۲۵۶ نفر برآورد شد. نمونه‌های مورد مطالعه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. پایایی این پرسشنامه بر اساس فرمول آلفای کرونباخ ۰/۸۴ تعیین شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش مدلسازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS26 و SMART-PLS استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که آمادگی فناوری شرکت‌های تجارت به تجارت رابطه مثبتی با قابلیت فناوری اطلاعات و ارتباطات دارد. آمادگی فناوری و قابلیت فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت‌های تجارت به تجارت رابطه مثبتی با قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی دارد. قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری بر هوش مصنوعی رابطه مثبتی با عملکرد روابط شرکت‌های تجارت به تجارت دارد. آمادگی فناوری شرکت‌های تجارت به تجارت بر قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی با میانجیگری قابلیت فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه مثبتی دارد. با این وجود، نتایج نشان داد که عملکرد روابط شرکت‌های تجارت به تجارت رابطه مثبتی با عملکرد پایداری اجتماعی ندارد و نقش تعدیلگری پویایی صنعت رابطه بین قابلیت فناوری اطلاعات و ارتباطات و قابلیت مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی در این مطالعه مورد تایید قرار نگرفته است.

واژه‌های کلیدی: آمادگی فناوری، شرکت‌های B2B، مدیریت ارتباط با مشتری، هوش مصنوعی، پایداری اجتماعی.

واکاوی نقش فناوری‌های هوشمند در مدیریت زنجیره تأمین دارو

فاطمه آبادی^۱، غلامرضا جمالی^۲ و احمد قربان‌پور^۳

۱ دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده کسب و کار و اقتصاد، دانشگاه خلیج فارس، ایران

fatemeh.abadi@gmail.com

۲ دانشیار، دانشکده کسب و کار و اقتصاد، دانشگاه خلیج فارس، ایران (نویسنده مسئول)

gjamali@pgu.ac.ir

۳ استادیار، دانشکده کسب و کار و اقتصاد، دانشگاه خلیج فارس، ایران

ghorbanpur@pgu.ac.ir

چکیده

زنجیره‌های تأمین در شرایط کنونی با پیچیدگی‌های گوناگونی مواجه هستند. به منظور غلبه بر مشکلات و با توجه به پیشرفت چشمگیر فناوری‌های نوین، زنجیره‌های تأمین باید هوشمند عمل کنند تا فرآیندهایشان خودکار شده و بهینه شوند. هدف اصلی این مطالعه بررسی فناوری‌های هوشمند و کاربردی که در زنجیره تأمین خصوصا در صنعت توزیع دارویی دارند بوده است. صنعت توزیع دارو در ایران دارای اهمیت استراتژیک بالایی است و پیچیدگی‌ها و مخاطرات خاص خودش را دارا است؛ بنابراین استفاده از فناوری‌های هوشمند در زنجیره توزیع دارویی نقش بسیار مهمی در کارایی و اثربخشی هر چه بیشتر این زنجیره خواهد داشت. پس به دلیل اهمیت استراتژیک نظام توزیع دارو در این پژوهش تأثیر توانمندسازی زنجیره توزیع دارویی از طریق فناوری‌های نوین صنعت ۴،۰ مورد بررسی قرار گرفته و نتیجه گرفته می‌شود که دیجیتالی شدن در صنعت دارویی می‌تواند مزایای متعددی مانند کاهش هزینه‌ها، بهبود کیفیت محصول، کاهش محدودیت‌های ظرفیت، بهبود فرآیندها، جمع‌آوری داده‌ها، به اشتراک‌گذاری اطلاعات در زمان واقعی، افزایش سود، بهبود محیط زیست، افزایش رضایت مشتری و جلوگیری از تقلب در صنعت دارویی را به همراه داشته باشد.

با رویکرد تحول سازمانی

نقش سازمان حسابرسی در ساختار قانونی نظارت و بازرسی کشور

محمد حسین امینی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته ی مدیریت نظارت و بازرسی، دانشگاه علوم قضایی تهران
mohamadhoseinamini1378@gmail.com

چکیده

رشد روزافزون سازمان ها در بخش خصوصی و دولتی، نیاز به حسابرسی را روزافزون نموده است. از طرفی، تنها حسابرسی مالی، کافی به نظر نرسیده و می بایست، از نظر عملکرد و مدیریت نیز، سازمان ها را مورد حسابرسی قرار داد (حسابرسی عملکرد)؛ تا این مطلب، آشکار شود که مدیریت، در جهت اهداف سازمانی حرکت نموده است یا خیر. غلبه بر عدم کارایی و اثربخشی، یکی از شعارهای دولت های مقتدر است. شناخت علایم مربوط به بی نظمی، به منظور جلوگیری از از هم گسیختگی سیستم ها، ضروری است. ارزیابی عملکرد، این مهم را برای ما، محقق می کند. ایجاد این سیستم های کنترلی، ما را در جهت تقویت بهره وری سازمانی و جلوگیری از فساد و ناکارآمدی، یاری می دهد. در این مقاله، مفاهیم اولیه ی حسابرسی، انواع حسابرسی، جایگاه سازمان حسابرسی در نظام اداری کشور، نحوه ی حسابرسی سازمان حسابرسی، موانع و مشکلات و چالش های پیش روی فرآیند حسابرسی در کشور و همچنین ارائه ی راهکارهایی به منظور مقابله با این چالش ها و ارتقای فرآیند و نظام حسابرسی در کشور، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. باشد که توجه بیشتر مسئولین امر حسابرسی، به امثال این کار پژوهشی، موجب مبارزه ی هر چه بیشتر و موثرتر با فساد و ناکارآمدی در کشور گردد.

کلمات کلیدی: حسابرسی، حسابرسی عملیاتی، حسابرسی عملکرد، حسابرسی مالی، نظارت و بازرسی، سازمان حسابرسی، بهره وری.

بررسی چالش‌های پیاده‌سازی بیمارستان سبز در شهرستان ارسنجان

ساناز اسکندری^۱، عباس یزدانپناه^۲، نسرين مرادی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۲ استادیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

مراقبت از سلامت و بخصوص بیمارستان‌ها تاثیر عظیمی بر روی محیط زیست دارند که اغلب به آن توجهی نمی‌کنند. بیمارستان‌ها دومین صنعت آلوده کننده محیط زیست می‌باشند. استانداردهای بیمارستان سبز، تلاشی سازمان یافته و هماهنگ در جهت وارد کردن برنامه‌های حفاظت از محیط زیست در داخل یک سازمان می‌باشد. در این راستا مطالعه حاضر بر آن شده تا به شناخت چالش‌های پیاده‌سازی بیمارستان سبز در شهرستان ارسنجان بپردازد. روش کار: پژوهش حاضر یک پژوهش توصیفی- کیفی با رویکرد پدیدار شناختی بوده که در بیمارستان شهرستان ارسنجان از طریق مصاحبه نیم ساختار یافته با تعداد ۶ نفر از مسئولین این بیمارستان صورت پذیرفته است. نتایج: در تحلیل مصاحبه‌ها ۱۲۰ کد به دست آمده که بعد از حذف و ادغام کدهای مشابه در ۴ گروه مولفه‌های اصلی که شامل چالش‌های آگاهی، اقتصادی، زیست محیطی و فنی در قالب ۸ طبقه و ۱۱ زیر طبقه قرار گرفتند. بحث و نتیجه‌گیری: نتایج حاصل از پژوهش فوق در جهت شناسایی موانع پیاده‌سازی بیمارستان سبز در شهرستان ارسنجان به دلیل تجربه علمی و عملی مصاحبه‌شوندگان در سیستم درمانی می‌تواند راهنمای مناسب برای سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران نظام سلامت قرار بگیرد. تا با ایجاد ساختارهای مناسب اقتصادی، فنی بتوانند در جهت پیاده‌سازی بیمارستان سبز گام موثری در ارائه خدمات درمانی هم‌سو با حفاظت محیط زیست برداشته شود. واژه‌های کلیدی: بیمارستان سبز، چالش، اقتصادی، فنی، محیط زیست

بررسی تاثیر اجرای استانداردهای اعتباربخشی بر ارتقا کیفیت خدمات درمانی در بخش های ویژه بیمارستان سلمان فارسی بوشهر

امید بهزادی^۱، عباس یزدانپناه^۲، نسرين مرادی^۳*

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۲ استادیار/گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی/مرودشت/ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

بخش های مراقبت ویژه همانند سایر بخش های بیمارستانی جهت ارتقا کیفیت خدمات از استانداردهای اعتباربخشی تبعیت می نمایند در همین راستا مطالعه حاضر بر آن شده است که به بررسی تأثیر اجرائی سازی استانداردهای اعتباربخشی بر کیفیت خدمات بخش های مراقبت ویژه بیمارستان سلمان فارسی بپردازد. روش اجرای تحقیق: این مطالعه به صورت کیفی انجام پذیرفت. جامعه مطالعه شامل کلیه پرستاران شاغل و یا با سابقه اشتغال در بخش مراقبت های ویژه بیمارستان سلمان فارسی بوشهر بود. جهت انتخاب شرکت کنندگان در مطالعه از روش هدفمند غیرتصادفی استفاده شد و این امر تا اشباع داده ها ادامه یافت (۱۲ نفر). ابزار گردآوری داده ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. جهت تحلیل داده ها از روش تحلیل محتوای و با استفاده از نرم افزار MAXQDA کد گذاری انجام شد.

نتایج: در مجموع ۱۲ شرکت کننده با میانگین سنی ۴۲/۹۱ سال و با ۱۰/۳۳ سال سابقه کار در مطالعه شرکت کردند. تأثیر اعتباربخشی بر بخش های ویژه از دیدگاه مشارکت کنندگان شامل ۵ طبقه و ۱۱ زیرطبقه بود که طبقات شامل "تأثیر اعتباربخشی بر ارتقاء و بروزرسانی کیفیت خدمات، تأثیر اعتباربخشی بر شاخص های مشتری مداری، تأثیر اعتباربخشی بر شاخص های عملکردی، تأثیر اعتباربخشی بر انگیزه پرسنل، تأثیر اعتباربخشی بر حجم کار و سازماندهی بخش های ویژه" بود.

بحث و نتیجه گیری: بنابر نتایج مطالعه ارزیابی کلی از تأثیرات اعتباربخشی بر ارتقاء کیفیت خدمات در بخش های مراقبت ویژه مناسب بود و یکسری نقاط ضعف و کاستی وجود داشت که می بایست با راهکارهایی نظیر تخصیص منابع و نیروی انسانی بهینه، تغییر نگرش نسبت به اعتباربخشی، فراهم سازی زیرساخت های تجهیزاتی، فناوری و در نهایت با تدوین دوره های آموزشی بیشتر کیفیت خدمات را ارتقا داد.

واژه های کلیدی: اعتباربخشی، بخش مراقبت ویژه، کیفیت خدمات.

بررسی وضعیت مدیریت ایمنی بیمار در بیمارستان ایرانیان دبی

ابراهیم سرخوش پور^۱، عباس یزدانپناه^۲، نسرين مرادی^۳*

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۲ استادیار/گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه آزاد اسلامی/مرودشت/ایران

abbas_yaz@yahoo.com

۳ گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

nasrin.moradi.2009@gmail.com

چکیده

ایمنی بیمار برای همه نظام مراقبت سلامتی که در پی تضمین و بهبود کیفیت مراقبت است در اولویت می باشد بخصوص در اتاق عمل ها. ایمنی بیمار، جزء بسیار مهم و ضروری شناخته شده است. هدف از این پژوهش شناسایی وضعیت مدیریت ایمنی بیمار در اتاق عمل بیمارستان ایرانیان دبی بوده است.

روش اجرای تحقیق: این مطالعه به روش کیفی در اتاق عمل بیمارستان ایرانیان دبی انجام پذیرفت. جامعه مطالعه شامل پزشکان، پرستاران و پرسنل اتاق عمل بیمارستان ایرانیان دبی بود. از ۱۱ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۵ نفر پزشک جراح و ۳ نفر کارشناس بیهوشی و ۳ نفر کارشناس اتاق عمل بیمارستان بود. جهت انتخاب شرکت کنندگان در مطالعه از روش هدفمند غیر تصادفی استفاده شد و این امر تا اشیاع داده‌ها ادامه یافت. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. جهت تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای نهفته استفاده گردید

نتایج: یافته‌ها منجر به استخراج چهار طبقه اصلی وضعیت کنونی ایمنی بیمار (اهمیت ایمنی بیمار، مشکلات تکنیکی و فنی و ابزارسنجی) وضعیت کنترل بیمار (گزارش خطا) استراتژی‌ها ایمنی بیمار (برنامه‌ها، کنترل عفونت، خطاهای دارویی) آموزش (برنامه‌های آموزشی، آموزش کیفیت) گردید.

بحث و نتیجه گیری: نتایج نشان داد که مهمترین عوامل موثر بر ایمنی بیمار در اتاق عمل مربوط به آموزش، مشکلات فنی و تکنیکی؛ استراتژی‌ها و نحوه کنترل مدیریت می باشند همچنین پیشنهاد می گردد مدیران بیمارستان‌ها و سیاست گذاران وزارت بهداشت زیر ساخت‌های فرهنگی و اجتماعی و توجه به تجهیزات ایمن در کنار آموزش‌های مفید با متدهای روز به پرسنل توجه نمایند و در برنامه‌های استراتژیک بلند مدت برای ارتقای ایمنی بیمار در اتاق عمل در دستور کار قرار دهند.

واژه‌های کلیدی: ایمنی بیمار، اتاق عمل، مدیریت ایمنی.

بررسی کیفیت خدمات بیمارستانی در تعطیلات عید نوروز از دیدگاه پرستاران: یک مطالعه کیفی

محدثه قنبری جهرمی^{۱*}، زهرا زارع^۲، فریده سادات جلالی^۳، محمدرضا امیراسماعیلی^۴

* ۱دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی جهرم، ایران، (نویسنده

مسئول)

mohadese.ghanbari2020@gmail.com

۲ دانشجوی دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران،

zahra.zare1993@gmail.com

۳ دکترای مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات منابع انسانی سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، ایران،

fs.jalali@yahoo.com

۴ گروه مدیریت سلامت، سیاست و اقتصاد، دانشکده مدیریت و انفورماتیک پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران،

Mohammadreza.amiresmaili@gmail.com

چکیده

مقدمه: سال نو با تعطیلات متوالی طولانی، اگرچه جشن گرفته می‌شود و از آن لذت می‌برند، ممکن است بر کیفیت خدمات ارائه شده توسط بیمارستان‌ها تأثیر بگذارد. مطالعه حاضر به بررسی کیفیت خدمات بیمارستانی در تعطیلات سال نو می‌پردازد. این مطالعه از نوع کیفی بود. برای جمع آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته هدفمند با ۲۷ پرستار شاغل در بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی کرمان بر اساس معیارهای ورود استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوا با رویکرد ۷ مرحله‌ای کلایزی استفاده شد. هشت موضوع فرعی تحت سه موضوع افزایش تعداد بیماران (افزایش بیماران بدحال و افزایش بیماران با رفتارهای پرخطر)، عوامل مرتبط با نیروی انسانی (کمبود منابع انسانی، عدم دسترسی به پزشکان متبحر و کمبود کارکنان باتجربه) و عوامل بیمارستانی (کمبود تجهیزات بیمارستانی، در دسترس نبودن خدمات تشخیصی و نظارت ناکافی و برنامه ریزی نادرست مسئولین) برای ارزیابی وضعیت خدمات بیمارستانی در تعطیلات سال نو استفاده شد. در طول تعطیلات طولانی، بیمارستان‌ها با کاهش نیروی انسانی و افزایش حجم کار مواجه می‌شوند که در کنار عدم نظارت کافی اغلب منجر به افزایش خطاهای پزشکی می‌شود. بنابراین، تعطیلات طولانی می‌تواند به عنوان یک عامل خطر برای مرگ و میر و عوارض بیمارستانی در نظر گرفته شود. مدیران بیمارستان‌ها در سراسر جهان باید اقداماتی را برای کاهش اثرات ترتیب دهند.

واژه‌های کلیدی: عید نوروز، بیمارستان، کیفیت خدمات، مطالعه کیفی.

بررسی رابطه سبک مدیریت تفویضی و مکانیسم‌های تشویق سازمانی با سرمایه روانی کارکنان در سازمان‌ها مطالعه موردی: یکی از موسسات آموزش عالی در شیراز

حدیث درویشی

دانشجو کارشناسی ارشد ناپیوسته، رشته مدیریت آموزشی، دانشکده تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران.
hadisdrv@gmail.com

چکیده

سرمایه روانشناختی منبع ارزشمندی در سازمان است این منبع شامل ظرفیت‌های روانشناختی امید، تاب‌آوری، خوش‌بینی و خودکارآمدیست که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. هدف این پژوهش بررسی رابطه سبک مدیریت تفویضی و مکانیسم‌های تشویق سازمانی با سرمایه روانی کارکنان یکی از موسسات آموزش عالی در شیراز می‌باشد. جامعه آماری کارکنان موسسات آموزش عالی شیراز است که ۶۰ نفر از کارکنان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. برای گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه سرمایه روانشناختی لوتانز، پرسشنامه نظام پاداش و تنبیه، خانزاده و پرسشنامه هرسی و بلانچارد که ضریب پایایی آن‌ها با روش ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده است، می‌باشد. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های کلموگروف-اسمیرنف استفاده شده و با نمودار احتمال Q-Q نشان داده شده است. آزمون آماری این پژوهش تحلیل واریانس ANOVA و تحلیل رگرسیون می‌باشد که از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش، نشان داد که آزمون تحلیل واریانس، متغیرهای پیش‌بین توانسته‌اند به طور معنی‌داری تغییرات متغیر ملاک را پیش‌بینی کنند همچنین با ضریب رگرسیونی و مشاهده سطح معنی‌داری حاصل شده می‌توان گفت که این دو متغیر، مکانیسم‌های تشویق سازمانی و سبک مدیریت تفویضی بر سرمایه روانشناختی تأثیر گذار هستند.

کلمات کلیدی: مدیریت تفویضی، مکانیسم‌های تشویق، سرمایه روانی، کارکنان، سازمان.

ارزیابی تأثیر چت‌بات‌های هوش مصنوعی در صنعت آموزش

رضا صفری نژاد فرد^۱، رزیتا سعادتمند^۲

۱. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند شیرازف ایران (نویسنده مسئول)

Reza.Safarinejad@zand.ac.ir

۲. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی حافظ شیراز، ایران

Rozita.Saadatmand@gmail.com

چکیده

چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، مدتی است که با پتانسیل خود برای متحول کردن سیستم‌های آموزشی به روش‌های مختلف، جهان را تکان داده‌اند. چت‌بات‌های هوش مصنوعی می‌توانند پشتیبانی فوری با پاسخگویی به سوالات، ارائه توضیحات و منابع اضافی ارائه دهند. این چت‌بات‌ها همچنین می‌توانند به عنوان دستیاران مجازی تدریس عمل کرده و از اساتید به شیوه‌های مختلف حمایت کنند. در این مقاله سعی شده تا مزایای کامل چت‌بات‌های هوش مصنوعی در آموزش، فرصت‌ها، چالش‌ها، محدودیت‌های احتمالی، نگرانی‌ها و چشم‌اندازهای استفاده از چت‌بات‌های هوش مصنوعی در محیط‌های آموزشی مورد بررسی قرار گیرد. در این پژوهش یک جستجوی گسترده در پایگاه‌های داده علمی انجام دادیم و پس از اعمال معیارهای از پیش تعریف شده، مجموعه‌ای نهایی از ۶۷ مطالعه مرتبط را برای بررسی انتخاب کردیم. یافته‌های تحقیق بر بسیاری از مزایای ادغام چت‌بات‌های هوش مصنوعی در آموزش، هم از منظر دانشجویان و هم اساتید، تاکید می‌کند. ما دریافتیم که دانشجویان در سه حوزه کلیدی از چت‌بات‌های هوشمند بهره می‌برند: کمک به تکالیف و مطالعه، تجربه یادگیری شخصی‌سازی شده، و توسعه مهارت‌های گوناگون. برای اساتید، مزایای اصلی شامل پشتیبانی زمان‌بر و بهبود روش‌های تدریس است. با این حال، تحقیقات ما همچنین بر چالش‌های مهم و عواملی کلیدی که اساتید باید با دقت مدیریت کنند، تاکید دارد. این موارد شامل نگرانی‌هایی مرتبط با کاربردهای هوش مصنوعی نظیر قابلیت اعتماد، دقت و ملاحظات اخلاقی است.

واژه‌های کلیدی: مرور نظام‌مند ادبیات، هوش مصنوعی، چت‌بات‌های هوش مصنوعی، چت‌بات‌ها در آموزش.

بررسی رابطه بین اندازه بانک ها و عملکرد مالی آن ها با نقش میانجی کنترل داخلی

بهاره قدیمی کوهنجانی^۱، حمید محمودآبادی^۲

^۱ کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه غیر انتفاعی زند شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

Bahar.ghadimi67@gmail.com

^۲ استادیار گروه حسابداری، دانشگاه شیراز، ایران

Hamid_mahmoodabadi@yahoo.com

چکیده

توسعه اقتصادی هر کشوری تا حد زیادی به ثبات صنعت بانکداری کشور بستگی دارد، زیرا این صنعت فرهنگ پس‌انداز عمومی را ترویج می‌کند، به تامین مالی کمک می‌کند، سیاست‌های پولی یک کشور را اجرا می‌کند و تسهیل تجارت بین‌المللی را ترویج می‌کند. بنابراین این پژوهش تأثیر اندازه بانک را بر عملکرد مالی بانک‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران بررسی کرد. همچنین، این پژوهش اثر میانجی کیفیت کنترل داخلی را بر رابطه بین اندازه بانک و عملکرد مالی مورد بررسی قرار داد. این پژوهش یک طرح تحقیقاتی آشکار را اتخاذ کرد، زیرا داده‌های ثانویه از گزارش‌های سالانه منتشر شده در یک دوره ۸ ساله از سال ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۱ استخراج شد. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل رگرسیون چندگانه) تجزیه و تحلیل شدند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نشان داد که اندازه بانک بر بازده دارایی برای عملکرد مالی اثر داشتند. همچنین، کنترل داخلی به عنوان متغیر میانجی، اثر اندازه بانک را بر عملکرد مالی افزایش داد.

واژه‌های کلیدی: کنترل داخلی، اندازه بانک ها، عملکرد مالی.

دیدگاه‌های نوین در مدیریت و حسابداری
با رویکرد تحول سازمانی

(نقش میانجی شاخص های رفتار اخلاقی در رابطه تصمیم‌گیری مشارکتی با رضایت شغلی آموزگاران دوره ابتدایی ناحیه یک شیراز)

بهناز دستاران^۱، حمیرا عمادی^۲

۱ کارشناسی ارشد، دانشکده تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران
Behnaz2012@gmail.com

۲ دانشکده تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران، کارشناسی ارشد
Homeriraemadi@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش میانجی شاخص های رفتار اخلاقی در رابطه تصمیم گیری مشارکتی با رضایت شغلی آموزگاران دوره ابتدایی بود. پژوهش حاضر یک پژوهش همبستگی از نوع الگویابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری میباشد که از این جامعه ۱۴۰۳-۱۴۰۲ پژوهش حاضر شامل کلیه آموزگاران دوره ابتدایی ناحیه یک شهر شیراز در سال (نفر) و بر اساس جدول کرجسی و مورگان به روش ۱۰۵۸ (آموزگار به عنوان نمونه با توجه به حجم جامعه آماری ۲۸۰ آماری، نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شد. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه رفتار اخلاقی (ثابت و همکاران،) استفاده شد. در ۱۳۹۸) و پرسشنامه تصمیم‌گیری مشارکتی (اصگران نبی، ۲۰۲۲)، پرسشنامه رضایت شغلی (ساتور، ۱۳۹۴ پژوهش حاضر ارزیابی الگوی پیشنهادی با استفاده از الگویابی معادلات ساختاری انجام گرفت و جهت آزمون روابط مستقیم از AMOS روش بوت استراب (نرم افزار -) استفاده شد طبق نتایج و با توجه به شاخص برازندگی، الگوی پیشنهادی پژوهش ۲۴، حاضر از ارزش قابل قبولی با داده‌ها برخوردار است و مسیرهای مستقیم تصمیم‌گیری مشارکتی و رضایت شغلی آموزگاران شاخصهای رفتار اخلاقی با رضایت شغلی آموزگاران و تصمیم‌گیری مشارکتی با شاخصهای رفتار اخلاقی آموزگاران از لحاظ آماری معنادار است و همچنین مسیرهای غیرمستقیم شاخصهای رفتار اخلاقی، تصمیم‌گیری مشارکتی و رضایت شغلی آموزگاران از لحاظ آماری معنادار بود. همچنین نتایج دیگر پژوهش نشان داد شاخصهای رفتار اخلاقی در رابطه تصمیم‌گیری مشارکتی با رضایت شغلی آموزگاران دوره ابتدایی نقش واسطه‌ای و معنادار دارد.

واژه های کلیدی :رضایت شغلی آموزگاران، تصمیم گیری مشارکتی، شاخص های رفتار اخلاقی

معرفی موسسه آموزش عالی زند شیراز

موسسه آموزش عالی غیردولتی غیر انتفاعی زند شیراز در سال ۱۳۸۴ با کسب مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در جهت کمک به ارتقا سطح فرهنگ و دانش جامعه و مشارکت در تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کشور، فعالیت خود را در عرصه آموزش عالی و پژوهش آغاز نموده. در حال حاضر این موسسه در مقاطع کارشناسی ارشد، کارشناسی و کاردانی فعالیت آموزشی دارد.

از اهم افتخارات موسسه می توان به کسب مقام اول در بین موسسات غیر انتفاعی استان فارس از حیث تعداد و درصد پذیرفته شدگان فارغ التحصیلان این موسسه در آزمون کارشناسی ارشد (دانشگاه های دولتی)، انتخاب موسسه زند به عنوان موسسه آموزش عالی نمونه استان و همچنین مقام های متعدد تیم های ورزشی و فرهنگی دانشجویان این موسسه اشاره نمود.

توجه به کیفیت آموزشی، رعایت نسبت استاد به دانشجو، تامین هیئت علمی مجرب، تامین فضا آموزشی متناسب، تلاش در کاهش وابستگی موسسه به شهریه، ایجاد نشاط بین دانشجویان از طریق برنامه های فرهنگی و ورزشی از جمله مواردی می باشند که مدیریت و سایر دست اندرکاران موسسه بر آن تاکید دارند.

تنوع رشته ها و مقاطع تحصیلی، استفاده از اساتید مجرب دانشگاه شیراز اتصال، کتابخانه مرکزی موسسه به مرکز منطقه ای اطلاع رسانی علوم و فناوری، وجود اینترنت بی سیم در کلیه ساختمانهای موسسه، دارا بودن خوابگاه برای دانشجویان دختر، پرداخت وام های قرض الحسنه به دانشجویان، کارگاه های مجهز و بروز، اتصال به بازار های شغلی معتبر در سطح کشور و... از دیگر مزایای موسسه آموزش عالی زند می باشند.