



### نقش مدیریت تولید ناب در عملکرد مالی شرکت ها

دکتر مهران مولوی<sup>۱\*</sup>، رضا مهدی زاده<sup>۲</sup>

<sup>۱\*</sup>استادیار و عضو هیات علمی تمام وقت دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، dr\_molavi1967@yahoo.com

<sup>۲</sup>دانش آموخته گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مهاباد

#### چکیده

هدف از این تحقیق تاثیر تولید ناب در عملکرد مالی شرکت های تولیدی بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران و معاونین شرکت های تولیدی شهر ارومیه بود که تعداد آنها برابر ۵۴۱۲ نفر بود، تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۸ نفر به دست آمد که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه تولید ناب مقیمی و رمضان (۱۳۹۰) و از پرسشنامه عملکرد مالی قرانفله و دیگران (۲۰۱۴) استفاده گردید. به منظور تحلیل داده ها از آزمون کلموگروف اسمیرونوف، همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد. نتایج نشان داد که تولید ناب بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی تاثیر دارد.

**واژگان کلیدی:** تولید ناب، عملکرد مالی، شرکت های تولیدی.

#### مقدمه

همچنین، تولید ناب یک فلسفه و نگرش جدید در تولید است که خاستگاه و زادگاه آن شرکت تویوتا ژاپن می باشد، این رویکرد توسط ای جی تویوتا و تایچی اوهنوا<sup>۱</sup> در دهه ۱۹۳۰ ابداع شد که بعدها در اروپا و آمریکا رواج یافت و مورد استقبال بسیاری از کارخانجات تولیدی قرار گرفت. در این روش تلاش می شود که اتلاف به حداقل برسد و بیشترین بهره وری از تمام امکانات، نیروی انسانی و سرمایه به عمل آید. تولید ناب، مزایای تولید دستی و تولید انبوه را با یکدیگر تلفیق کرده و از قیمت بالای اولی و انعطاف ناپذیری دومی اجتناب می کند (نیک رنجبر و دیگران، ۱۳۹۳). سید حسینی و بیات ترک (۱۳۸۳) که سازماندهی و رهبری در تولید ناب اهمیت بسیار زیاد دارد و عوامل دیگر

از قبیل تکنولوژی اطلاعات و سیستم اطلاعات مدیریت، منابع انسانی و مدیریت زنجیره تامین کنندگان به ترتیب از دیگر عوامل مهم در دستیابی به تولید ناب هستند. نتایج تحقیقات مختلف تاثیرات مثبت تولید ناب را به اثبات رسانده است. مشکی (۱۳۹۱) نشان دادند که بازدهی، سودآوری و ارزش شرکت های با ویژگی تولید ناب بیشتر از سایر شرکت ها می باشد. فیلی و دیگران (۱۳۹۲) نشان دادند که توسعه و پیاده سازی فرایند ناب سازی موجب افزایش بهره وری و ارتقا عملکرد سیستم تولیدی شده و پیامد آن افزایش توان رقابتی تر محصولات و ارائه خدمات متنوعی را در بازارهای داخلی و خارجی بدنبال خواهد داشت.

از سویی دیگر، تحلیل های مالی، اطلاعات گرانبهایی را در خصوص روند ها، همبستگی ها، کیفیت سود و درآمد هر سهم و در نهایت نقاط قوت و ضعف شرکت ها و چگونگی وضعیت مالی آن ها را ارائه می کند (قدرتبان کاشان، انواری رستمی، ۱۳۸۳). پژوهش های بسیاری در ارتباط با عملکرد مالی شرکت ها و عوامل موثر بر آن انجام گرفته است. الماسی (۱۳۸۱) به این نتیجه دست یافت که اجرای سیاست خصوصی سازی قادر به دستیابی به اهداف آن یعنی بهبود کارایی و بهره وری شرکت ها نبوده است. مهدی زاده (۱۳۸۷) حاکی از آن بود که توجه به مسئولیت اجتماعی باعث ارتقای عملکرد بازاریابی از سه بعد افزایش سهم بازار، اعتلای مارک تجاری و کسب مزیت رقابتی می شود. بنی مهد و دیگران (۱۳۸۸) نشان دادند که شاخص عملکرد زیست محیطی ارتباط معنی داری با شاخص عملکرد مالی ندارند. اما اندازه شرکت، نسبت هزینه تبلیغات به کل فروش، نسبت فروش صادراتی به کل فروش، نسبت اهرم مالی و نسبت فروش به کل داراییها با عملکرد مالی رابطه معنی دار