

بازشناسی شاخص‌های کیفیت محصول در آیات قرآن کریم در چارچوب اقتصاد مقاومتی

نویسنده: مسعود غفاری^۱

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۱۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۵/۱۶

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیستم، شماره ۷۷، زمستان ۱۳۹۶

چکیده

ستون فقرات اقتصاد مقاومتی، تولید داخلی است. علی‌رغم جایگاه کلیدی تولید و کیفیت کالا و خدمات در اقتصاد مقاومتی، به‌طور شایسته و مناسب به این موضوع پرداخته نشده است. هدف این پژوهش بازشناسی شاخص‌های کیفیت محصول در آیات قرآن است. در این پژوهش ضمن بازخوانی شاخص‌ها و ابعاد کیفیت کالا و خدمات در ادبیات متعارف، به جستجوی مفهوم و شاخص‌های کیفیت محصول از منظر منابع دینی همچون قرآن کریم به شاخص‌های کیفیت محصول با روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم و با استفاده از رویکرد تفسیر قرآن به قرآن پرداخته است. هر چند در منابع دینی محدوده مشخصی تحت عنوان شاخص‌های کیفیت ذکر نشده است اما یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که می‌توان با استفاده از گزاره‌هایی به رهنمودهایی از شاخص‌های کیفیت دست یافت. شاخص‌های بیان شده در آیات قرآن کریم به دو دسته شاخص‌های ایجابی و شاخص‌های سلبی تقسیم می‌شوند. این شاخص‌ها دلالت بر مفاهیمی چون نیکویی و زیبایی، عدالت در توزیع و انصاف، سالم و طبع پذیر، استوار و قابل اطمینان در محدوده شاخص‌های ایجابی و کم‌نگذاشتن، نداشتن ضرر مالی، جانی و جسمی و در نهایت نقض نکردن عهد و پیمان در محدوده شاخص‌های سلبی دارد.

واژگان کلیدی:

کیفیت محصول، کیفیت کالا، کیفیت خدمات، اقتصاد مقاومتی، منابع دینی، آیات قرآن

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، masood.gh1370@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

بی تردید تولید در نظام های اقتصادی از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است، زیرا دوام و قوام امور اقتصادی در جوامع بشری به تولید داخلی وابسته است. حتی امروزه میزان ثبات و امنیت هر کشوری، با ظرفیت و توان تولیدی آن سنجیده می شود. بالا بودن سطح تولید در هر جامعه ای، از معیارهای سنجش پیشرفت اقتصادی آن جامعه به شمار می رود، لذا کشورهای پیشرفته، به آن دسته از کشورها اطلاق می شود که دارای سطح بسیار بالایی از تولیدات، اعم از کالا و خدمات هستند. در مقابل، از کشورهایی که از سطح تولیدات داخلی ناچیزی برخوردارند کشورهای عقب مانده یاد می شود. در بینش اسلام نیز تولید مهم ترین رکن اقتصاد اسلامی به شمار می رود و افزایش نرخ آن از اهداف اقتصادی جوامع اسلامی است و بسیار مورد تأکید و توصیه است (مکرم شیرازی، ۱۳۸۵، ص ۳۱۹-۳۲۰).

از سوی دیگر ستون فقرات اقتصاد مقاومتی تولید داخلی است. اقتصاد مقاومتی یک اقتصاد درون زا و برون گرا است. باید از درون رشد کند و بجوشد و در عین حال نگاه به بیرون داشته باشد. اقتصاد مقاومتی بازارهای جهانی را متعلق به خود می داند (خامنه ای، ۱۳۹۳). لذا اقتصاد مقاومتی هدف خود را تولید قرار می دهد. رونق تولید داخلی و کاستن از وارداتی که می تواند به افول و کم رونقی و توقف واحدهای تولیدی داخلی منجر شود، استقلال اقتصادی را در پی داشته و می تواند قطع وابستگی به خارج را به همراه داشته باشد (جلیلیان، ۱۳۹۵، ص ۱۷) در حال حاضر تولید کالاها و خدمات به دلیل هدر رفت از مرحله تبدیل مواد خام تا انتقال و توزیع به مصرف کننده، عدم رعایت ضوابط زیست محیطی در تولید، عدم برخورداری از فناوری تولید ناکارآمدی تولید را موجب شده است که در نتیجه آن موجب تضعیف اقتصاد مقاومتی خواهد شد (زیرک، ۱۳۹۴، ص ۵۳).

در سال های اخیر مشخصه های جدیدی به تولید اضافه شد. صنایع علاوه بر آن که بایستی به کمیت و تعداد محصول های خود توجه کنند، باید کیفیت و استانداردهای کالاهای خود را نیز مدنظر قرار می دادند. بروز تحولات در اوایل دهه ۱۹۸۰ در دنیای کسب و کار، مشتریان را قدرتمند ساخت و تقاضا برای محصولات و خدمات با کیفیت بالا و قیمت مناسب را شدت بخشید. امروزه وجود کالاهای تضمین شده و توقع پیشرفت مستمر کیفیت کالا از شرکت ها، امری عادی است. لیکن کیفیت همیشه به عنوان یک عامل با اهمیت در میان تولیدکنندگان مطرح نبوده است (کاظمی و کسایی، ۱۳۹۴، ص ۱۵۹). جهانی سازی تجارت نیز موجب شد تا محصولات با کیفیت و قیمت



مناسب در سراسر جهان در دسترس همگان قرار گیرد و همین امر سازمان‌ها را برای بهبود کالاها و خدماتشان تحت فشار قرار داد که نتیجه آن توسعه فناوری‌ها و روش‌شناسی‌هایی چون مدیریت کیفیت فراگیر بود (زنجیرچی و حاجی مرادی، ۱۳۹۰، ص ۲۶-۲۷).

نکته قابل تأمل پیروی متغیرها و شاخص‌های هر مدل از نظام معرفتی و ارزشی‌شان است. شاخص‌ها بر اساس ویژگی‌های بومی و ارزش‌های حاکم بر نظام هر کشوری شکل می‌گیرند. به عقیده محققان علوم انسانی شاخص‌ها، متغیرهای کمی ارزش‌ها هستند. در جامعه‌ای که به سوی اقتصاد مقاومتی در حال حرکت است، به کارگیری ابعاد و شاخص‌های کیفیت کالا و خدمات در مدیریت متعارف که مبتنی بر نظام‌ها و ارزش‌های کشورهای توسعه‌یافته است، سازگار نیست. از این روست که گفته می‌شود در اقتصاد مقاومتی بسیاری از شاخص‌های اقتصادی در نظام سرمایه‌داری باید تغییر کنند چراکه این شاخص‌ها بر مبنای دیدگاه الهی نیست.

این درحالی است که نگاه تأثیر ارزش‌ها و باورها بر شاخص‌ها، به طور محسوس در دوره‌های تطوّر مدیریت کیفیت مطرح شده است تا جایی که در مدیریت کیفیت جامع (TQM)، تأثیر و تأثرات مدیریت کیفیت را نه تنها در محصول بلکه در جای جای عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی سازمان می‌بیند. از این منظر مدیریت کیفیت ریشه در ارزش‌ها، باورها و نظام معرفتی جامعه دارد. به عبارت دیگر، مدیریت کیفیت جامع از دو جنبه عینی و ذهنی بهره می‌برد که جنبه عینی آن همان محصول و جنبه ذهنی آن ارزش‌ها و باورهای جامعه است.

بنابراین برای پیش‌برد اندیشه‌های اقتصاد مقاومتی در تولید، بازمینی و بازننگری در شاخص‌های کیفیت ضروری است؛ چراکه نیاز به شاخص‌ها و ابعادی در کیفیت محصول است که مبتنی بر نظام ارزش‌ها و باورهای اندیشه اسلامی باشد. لازم به ذکر است که بازشناسی شاخص‌های کیفیت در مقام تجویز امری دشوار است اما می‌توان به خطوط کلی شاخص‌های کیفیت از مهم‌ترین منبع دین اسلام یعنی کتاب مقدس قرآن رسید. حال سؤالاتی در این بین مطرح می‌شود که عبارتند از:

(۱) آیا در منابع دینی موضوعی تحت عنوان کیفیت مطرح شده است؟ آیا در منابع دینی به مسأله کیفیت پرداخته شده است؟

(۲) در صورت وجود و مطرح شدن مسأله کیفیت در منابع دینی، شاخص‌های مدیریت کیفیت از منظر اسلام چیست؟ آیا این شاخص‌ها با شاخص‌های مدیریت کیفیت در مدیریت متعارف تفاوتی دارد؟



ارائه کالا و خدمات با کیفیت بالا، عملی است که به طور ذاتی دارای ارزش، مورد مدح و ستایش است و خود خداوند نیز خود را به عنوان بهترین انجام‌دهنده کار ستایش می‌کند، آن‌جا که در خلق انسان خود را بهترین خلق کننده می‌نامد (سوره مؤمنون، آیه ۱۴). بحث کیفیت کالا یا خدمات ارائه شده به عنوان یک بحث مربوط به جامعه، نمی‌تواند از محدوده احکام و دستورات دینی خارج مانده باشد، اما نحوه پرداختن به این موضوع می‌تواند متفاوت باشد. با این وجود کیفیت کالا یا خدمتی که انجام می‌شود در منابع دینی در دسته‌بندی مشخص و جداگانه‌ای نیامده است و نمی‌توان بحثی را پیدا نمود که در آن به این مطلب پرداخته شده باشد که کالا یا خدمتی که ارائه می‌شود باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد یا چه شاخص‌هایی را باید در رابطه با آن رعایت نمود که از حداقل کیفیت برخوردار باشد (علامه حلی بی‌تا، ص ۱۱۸ به نقل از کاظمی، ۱۳۹۲، ص ۱۵۹-۱۶۰).

با توجه به مطالب فوق و با توجه به اصل جامعیت دین اسلام، روشن است که در منابع دینی به مسأله کیفیت پرداخته شده است. اما همان‌گونه که توضیح داده شد این مسأله در باب و یا فصل مشخصی به آن پرداخته نشده است. لذا هدف پژوهش حاضر بازشناسی شاخص‌های کیفیت از منظر اسلام می‌باشد که با توجه به گستردگی منابع و محدود بودن زمان و فرصت، تنها بر روی کتاب ارزشمند قرآن کریم و آیات آن تمرکز صورت می‌گیرد.

۲- ادبیات نظری و پیشینه پژوهشی

۲-۱- ادبیات نظری کیفیت

۲-۱-۱- مفهوم کیفیت

مدیریت کیفیت به عنوان ابزاری نوین در مدیریت، می‌تواند در بهبود عملکرد سازمان‌ها، به عنوان نماینده عامل رضایت مشتری مؤثر واقع شود و سازمان‌ها با توجه به محیط درونی (نقاط ضعف و قوت) و محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و به کارگیری یک استراتژی کلان پاسخگوی انتظارات مشتریان و بخش عمومی باشد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۴۹). گروهی کیفیت را این‌گونه تعریف کرده‌اند: به دست آوردن چیزی که به آن می‌پردازیم؛ گروهی دیگر کیفیت را به دست آوردن چیزی بیش از آن‌چه به آن می‌پردازیم. در لغت نامه آکسفورد کیفیت را درجه یا سطحی از برتری تعریف می‌کند. تعریف بیان شده از مؤسسه استاندارد ملی آمریکا و انجمن کیفیت چنین است: تمامی علائم و ویژگی‌های محصول یا خدمت که مربوط به توانایی ارضای نیازهای تعیین شده



است (جعفرنژاد، ۱۳۹۴، ص ۵۳۹). در تعاریفی دیگر مشتریان کیفیت را به صورت مختلف تعریف می‌کنند. در یک تعریف عمومی، کیفیت درجه ارضای توقعات مشتریان تعریف می‌گردد (کاظمی و کسای، ۱۳۹۴، ص ۳۳۷).

از جمله تعاریف جدیدی که امروزه از مفهوم کیفیت مطرح شده است، ارزش کالا و خدمات می‌باشد. ارزش از نگاه مشتری آن چیزی است که وی در قبال هزینه، به دست آورده است. این تعریف سطحی متعالی از مفهوم کیفیت ارائه می‌دهد که بیان‌کننده رضایت مشتری در ادامه آن خواهد بود. امروزه در بازار رقابت جهانی، مشتریان خواهان سطح بالایی از ارزش محصولات ارائه‌شده هستند. تعالی سازمان نتیجه ارائه کالا و خدمات ارزشمند و به صورت پیوسته است. بنابراین محصولی با کیفیت است که از دید مشتری ارزشمند تلقی شود. این نگاه نوین به مدیریت کیفیت ناشی از رویکرد مدیریت کیفیت جامع (TQM¹) است که در ادامه به آن اشاره خواهد شد (Goetsch & Davis, 2013, p. 2).

۲-۱-۲- تاریخچه مفهوم کیفیت

امروزه وجود محصولات تضمین‌شده و توقع پیشرفت مستمر کیفیت محصولات از شرکت‌ها امری عادی است. لیکن، کیفیت همیشه به عنوان یک عامل با اهمیت در میان تولیدکنندگان مطرح نبوده است. کالاهایی که در ژاپن در دهه‌های سال ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ ساخته می‌شدند دارای کیفیت بسیار نامرغوبی بودند. پس از جنگ جهانی دوم ژاپن خود را بازسازی نمود و با کمک مشاوران آمریکایی همچون دمی‌نگ، کیفیت را به عنوان یک سلاح رقابتی با اهمیت مطرح نمود. با شروع دهه ۱۹۸۰ تولیدکنندگان ژاپنی کیفیت محصولات خود را از وضعیتی بسیار نامرغوب به درجه استاندارد بین‌المللی تبدیل نمودند. اقتصاد دهه ۱۹۹۰ این موضوع را دیکته می‌نماید که شرکت‌ها و تولیدکنندگان لازم است مجموعه متنوعی از کالاها و خدمات را با کیفیت بالا عرضه نمایند (کاظمی و کسای، ۱۳۹۴، ص. ۳۳۶-۳۳۷). به طور کلی مدیریت کیفیت از بازرسی به مدیریت کیفیت فراگیر رسید و به ترتیب مسیر زیر را پیموده است:

(۱) بازبینی: بازبینی یا بازرسی شامل اندازه‌گیری، بررسی و آزمایش محصولات، فرآیندها و خدمات در برابر الزامات مشخص شده برای تعیین انطباق با استانداردهاست. ضروری است برای حصول اطمینان از این که محصول در پایان فرآیند تولید با مشخصات موردنظر مطابق باشد، یک بخش جداگانه متصدی بررسی محصولات تولید شده با مشخصات موردنظر باشد.

(۲) کنترل کیفیت: کنترل کیفیت به تشخیص و رفع مشکل در مسیر خط تولید و



جلوگیری از تولید محصول معیوب می‌گردد. نظریه‌های آماری نقش مهمی در این زمینه ایفا نمودند.

۳) تضمین کیفیت: تضمین کیفیت به پیش‌بینی خرابی محصول و نقص در مسیر خط تولید و فرآیند محصول توجه می‌کند. به عبارت دیگر در این رویکرد هدف جلوگیری از بروز نقص و خطا در فرآیند محصول است.

۴) مدیریت کیفیت فراگیر: از سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ مرحله جدیدی از کنترل کیفیت و مدیریت آغاز شد که آن را با نام مدیریت کیفیت جامع (TQM) می‌شناسند. تعریف مدیریت کیفیت فراگیر معمولاً با عباراتی مثل تمرکز بر مشتری، همکاری تمام کارکنان در کیفیت، بهبود مستمر و یکپارچه‌سازی کیفیت در تمام سطوح سازمان همراه است (کرباسیان، ۱۳۹۱، صص ۲۰-۲۴).

۲-۱-۳- اقسام کیفیت

امروزه سازمان‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند.

۱) سازمان‌های کالا محور: سازمان‌هایی که خروجی آن‌ها کالا می‌باشد. از جمله ویژگی‌های خروجی این سازمان‌ها فیزیکی و ملموس بودن آن‌هاست.

۲) سازمان‌های خدمات محور: سازمان‌هایی که به مشتریان خود خدمات ارائه می‌کنند. از جمله ویژگی‌های خروجی این سازمان‌ها غیر ملموس و متغیر بودن خروجی آن‌هاست.

۳) سازمان‌های خدمات و کالا محور: سازمان‌هایی که به مشتریان خود به طور همزمان کالا و خدمات ارائه می‌کنند (جعفرنژاد، ۱۳۹۴).

بر این اساس شاخص‌های کیفیت محصول به دو دسته کیفیت کالا و خدمات تقسیم می‌شوند که در ادامه به هریک اشاره می‌شود.

۲-۱-۴- کیفیت کالا

درباره کیفیت کالا تعاریف متعددی وجود دارد. از نظر پاراسورامان^۱، کیفیت به معنای به حداقل رساندن نرخ خطا می‌باشد. او معتقد است کیفیت یعنی توانایی تولید کالا به صورت کامل در وهله اول. تعریف کورسبی^۲ از کیفیت به معنای توانایی برآورده کردن انتظارات مشتری می‌باشد. تعریف مذکور به عنوان مبنا و پایه برای استاندارد ایزو ۹۰۰۱ قرار داده شده است. در تعریف دیگری که از کیفیت کالا ارائه شده است بر این نکته تأکید می‌شود که زمانی کیفیت کالا ادراک می‌شود که مشتری تصمیم بر خرید کالا می‌گیرد و شایسته بودن بودن کالا را لمس می‌کند (Suchánek et)

1. Parasuraman

2. Crosby



می‌نمایند همانی باشد که اعلام یا تبلیغ شده است. کیفیت کالاها ممکن است به صورت مشخصات دقیق فیزیکی کالا یا درجه عملکرد آن مطرح گردد (کازمی و کسای، ۱۳۹۴، ص ۳۳۷-۳۳۸).

استیونسون^۱ (۲۰۰۷) به نقل از گاروین^۲ ۸ بعد برای کیفیت کالا بیان می‌کند که از قرار زیر می‌باشد:

- (۱) عملکرد: ویژگی اصلی و بارز یک کالا عملکرد و خاصیت اجرایی آن کالا می‌باشد.
- (۲) زیبایی: این بعد اشاره به ظاهر، طعم، بو و حس خوبی که مشتری باید نسبت به کالا و کالا داشته باشد را در برمی‌گیرد.
- (۳) خصوصیت: خاصیت متمایزکننده‌ای که در کالا وجود داشته به گونه‌ای که در سایر محصولات وجود نداشته باشد.
- (۴) انطباق: کالا به چه میزانی با استانداردها و شاخصه‌ها مطابق می‌باشد.
- (۵) اطمینان: این بعد اشاره به جنبه استحکام و پایداری در عملکرد کالا را دارد.
- (۶) کیفیت ادراک‌شده: کیفیت کالا باید به گونه‌ای باشد که قابل حس و درک باشد. این بعد به صورت غیرمستقیم بر ارزیابی کیفیت می‌پردازد.
- (۷) دوام: عمر مفیدی که کالا و کالا می‌تواند داشته باشد.
- (۸) قابلیت تعمیر: کالا و کالا باید این قابلیت را داشته باشند که بتوان در صورت خرابی آن‌ها را تعمیر و اصلاح نمود (Stevenson, 2007).



شکل شماره ۱- ابعاد هشتگانه کیفیت کالا

1. Stevenson
2. Garvin

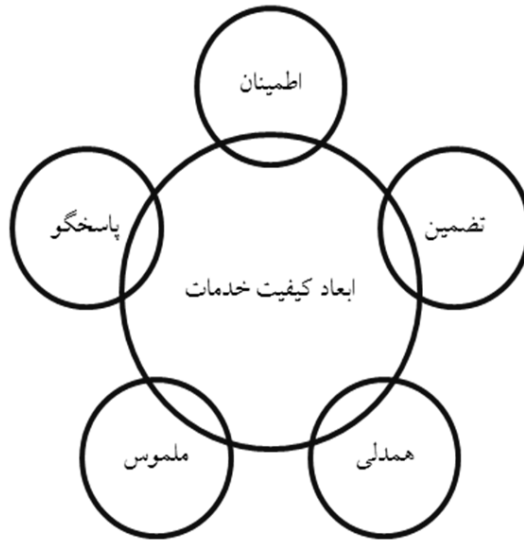


۲-۱-۵- کیفیت خدمات

کیفیت خدمات به تفاوت بین انتظارات مشتری از خدمت و تصور از عملکرد آن خدمت اشاره دارد. زمانی که انتظارات مشتری برآورده نمی‌شوند، مشتریان از کیفیت خدمات ناراضی هستند. تعریف و سنجش کیفیت کالاها به جهت ماهیت فیزیکی بودن آن مشکل نیست و می‌توان با استانداردهای کمی، کیفیت آنها را ارزیابی نمود. طرح کردن کیفیت در بخش خدمات کاری بس دشواری است (رحیمی کلور، ۱۳۹۴، ص ۱۲۷). چرا که خدمات ویژگی‌های ملموسی ندارند، لیکن تطبیق با مشخصات حتی برای خدمات نیز مطرح است. در خدمات، کیفیت ممکن است به صورت تحویل بموقع خدمات یا مدت زمان مورد نیاز برای ارائه خدمات تعریف گردد. مدل کیفیت خدمات پارسورامان برای ارزیابی کیفیت خدمات در سازمان‌ها می‌باشد. او این مدل را بر اساس این پیش فرض تدوین کردند که رضایت‌مندی در وضعیتی حاصل می‌شود که انتظارات مشتریان در دیدگاه کیفیت خدمات در نظر گرفته شوند. بر اساس این مدل، خدمات ارائه شده توسط سازمان‌ها در قالب پنج بعد به شرح ذیل مورد اندازه‌گیری قرار می‌گیرد:

- ۱) اطمینان به معنای توانایی انجام خدمت به شکلی مطمئن و قابل اطمینان (عمل به تعهدات) می‌باشد. مشتری باید احساس کند که وعده‌های داده شده هم قابل اطمینان هستند و هم از دقت کافی برخوردار هستند.
- ۲) پاسخ‌گویی یعنی کارکنان، تمایل به همکاری و کمک به مشتری داشته باشند. به عبارت دیگر، اشتیاق برای کمک به مشتری و ارائه خدمات وجود داشته باشد.
- ۳) ضمانت و تضمین به معنی شایستگی و توانایی کارکنان سازمان برای القای حس اعتماد است. کارکنان در برخورد با مشتریان از ادب و آگاهی لازم برخوردار باشند.
- ۴) همدلی یعنی با توجه به روحیه افراد، با هر کدام از آن‌ها برخورد ویژه‌ای شود، به طوری که مشتریان قانع شوند که سازمان آن‌ها را درک کرده است. کارکنان باید احساسات خوشایند خود را به مشتریان منتقل کنند.
- ۵) فیزیکی و ملموس به معنای آن است که شرایط و فضای فیزیکی محیط جهت ارائه خدمات از جمله تسهیلات، تجهیزات، کارکنان و کانال‌های ارتباطی مهیا باشد. پارسورامان بیان کرده است که منظور از بعد فیزیکی و ملموس، قابل رؤیت بودن سطح امکانات، تجهیزات و سایر ابزارهای ارتباطی است (Parasuraman et al., 1998, p 23).





شکل شماره ۲- ابعاد کیفیت خدمات بر اساس مدل پاراماسورامان

با توجه به مباحث مطرح شده چنین استنباط می‌شود که کیفیت را مشتری تعیین می‌کند و وجه مشترک تعاریف، سازگاری کالا یا خدمت با نیازها و خواسته‌های مشتری است؛ به عبارت دیگر کیفیت در یک سازمان دولتی و غیر دولتی وقتی به دست می‌آید که تولیدات یا خدمات آن سازمان هماهنگ با خواسته‌های مشتریان باشد و رضایت آن‌ها را جلب کند. بنابراین آنچه کیفیت کالا یا خدمتی را تعیین می‌کند، میزان انطباق آن با نیازهای مشتری است (کشتکار و همت، ۱۳۹۰، ص ۷۵).

لازم به ذکر است که برای اطمینان از این که محصولات و خدمات، کیفیت طراحی شده را دارا هستند، تعهدی کیفی در سراسر سازمان لازم است. این نگرش به مدیریت کیفیت، در کل سازمان به شکل آن چه مدیریت کیفیت جامع (TQM) نامیده می‌شود، ظاهر می‌شود. مدیریت کیفیت جامع همان اصول اولیه تضمین کیفیت، کنترل کیفیت جامع و کنترل کیفیت در سراسر شرکت را متصور می‌کند. مدیریت کیفیت جامع مجموعه‌ای از اصول مدیریت را که بر بهبود کیفیت تمرکز دارند، به عنوان نیروی محرکه در همه بخش‌های وظیفه‌ای و در تمام سطوح شرکت ارائه می‌کند (جعفرنژاد، ۱۳۹۴، ص ۵۵۴-۵۵).

۲-۲- پیشینه پژوهشی

نکته‌ای که در ابتدا ذکر می‌شود، آن است که بحث مدیریت کیفیت در منابع دینی مورد غفلت محققان و پژوهشگران علوم انسانی اسلامی واقع شده است. با بررسی‌های صورت گرفته، پژوهش مدونی در زمینه‌های کیفیت از منظر اسلام، کیفیت از دیدگاه



منابع دینی چون قرآن کریم و احادیث معصومین علیهم السلام، شاخص‌های کیفیت از منظر اسلام و... صورت نگرفته است تا در قسمت پیشینه تجربی ذکر شود. لذا در این قسمت با محوریت موضوعاتی همچون مدیریت کیفیت، شاخص‌های کیفیت محصول، شاخص‌های کیفیت خدمات و همچنین مدیریت تولید از منظر اسلام به بیان پژوهش‌های مرتبط پرداخته می‌شود.

جدول شماره ۱- پیشینه تجربی پژوهش

پژوهشگران (سال) - روش	هدف پژوهش	یافته‌های پژوهش
حر (۱۳۹۳) - کتابخانه‌ای	بررسی اخلاق در تولید از منظر قرآن و روایات	ایجاد زمینه‌های پیشرفت و اشتغال با عمل به دستورات الهی
رازینی و همکاران (۱۳۸۹) - نظریه داده بنیاد	طراحی و تبیین مدل جامع تعالی سازمانی بر اساس رویکرد اسلامی	شناسایی حق‌مداری به عنوان مقوله محوری تعالی سازمانی
میر جلیلی و یوسفی (۱۳۹۳) - توصیفی - تحلیلی	استفاده از آیات و احادیث معصومین در معرفی اولویت‌های تولید از دیدگاه اسلام	اولویت داشتن صنعت کشاورزی
رضایی و همکاران (۱۳۹۳) - پیمایش میدانی	سنجش شاخص‌های ذهنی و رضایتمندی از کیفیت محیط در شهر جدید پردرد	پایین بودن شاخص‌های کیفیت محیط سکونت
ریاین و همکاران (۲۰۱۵) - کتابخانه‌ای و دلفی	توصیف جامع شاخص‌های کیفیت در خدمات پزشکی	اثربخشی شاخص‌های کیفیت خدمات پزشکی احصاء شده

از بررسی پژوهش‌های فوق این نتیجه حاصل می‌شود که هرچند در پژوهش‌ها به مسائلی همچون تولید و یا تعالی از منظر منابع دینی پرداخته شده اما به مسأله شاخص‌های کیفیت محصول با رویکرد اسلامی پرداخته نشده است و این مسأله مورد غفلت واقع شده است. ضمن آن که ادبیات این مسأله به غناء و اشباع لازم نرسیده و پژوهشگران اسلامی باید به آن توجه ویژه کنند. لذا در پژوهش حاضر با رویکرد تفسیر قرآن به قرآن نسبت به احصاء شاخص‌های کیفیت محصول اقدام می‌شود.

۳- روش‌شناسی

۳-۱- رویکرد تفسیر قرآن به قرآن

یکی از خلأهای موجود در مسیر تولید علوم انسانی اسلامی را می‌توان فقدان روش‌های تحقیق کاربردی دانست که از مبانی صحیحی برخوردار باشند. با توجه به این که یکی از منابع مهم نقل پژوهی در حوزه مطالعات میان رشته‌ای، قرآن کریم می‌باشد لازم است روش پژوهش برای تحقیقات موضوعی در قرآن تبیین شود (مسعودی پور و سپهری، ۱۳۹۶، ص. ۱). از سوی دیگر بررسی اجمالی محققان، مبین آن است که پژوهش‌های



قرآنی در مدیریت نیز با یک راهبرد و روش، انجام نشده است (لطیفی، ۱۳۹۰، ص ۳۸) روش تحقیق موضوعی قرآن کریم، از جمله شناخته‌شده‌ترین روش تحقیق پژوهش‌های قرآن کریم است. این روش از آن‌جا که محقق را خالصانه در محضر پرنور قرآن می‌نشانند و انس و ارتباط مستقیم محقق را با قرآن، بسیار فزون می‌کند. علاوه بر آن این روش در پی آن است که باب تدبر و تحقیق در قرآن را که به تعبیر امام (ره) قرن هاست به روی بیشتر مردم مسدود شده است، تا جای ممکن به روی همگان بگشاید (لسانی فشارکی و مرادی زنجانی، ۱۳۹۳، ص. ۱۶-۱۸).

امادر پژوهش حاضر از رویکرد توسعه و ارتقاء یافته روش تحقیق موضوعی قرآن کریم استفاده شده است. در این پژوهش از روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم بارویکرد تفسیر قرآن به قرآن استفاده شده است. این روش بر مبنای دو روش تفسیری قرآن به قرآن و روش تفسیر موضوعی قرآن کریم است. در این روش ابتدا آیاتی که تناسب موضوعی با مسأله مورد نظر دارند، احصاء می‌شوند و در غالب موضوع دسته‌بندی می‌شوند (پاکتچی، ۱۳۹۰، ص ۲۶۱-۲۶۲ نقل شده توسط (مسعودی پور و سپهری، ۱۳۹۴، ص ۱۴-۱۵). اما محور دوم این روش تحقیق که باید به آن پرداخت، تفسیر قرآن به قرآن به عنوان رویکرد مورد نظر برای تحقیق موضوعی است. بنابر نظر علامه طباطبایی بهترین نوع تفسیر، تفسیر قرآن به قرآن است به عبارت دیگر فهم آیاتی از قرآن کریم به وسیله سایر آیات قرآن کریم صورت می‌پذیرد. لازم به ذکر است که علامه طباطبایی بر همین مبنا کتاب گران قدر تفسیر المیزان را نگاشته است که با توجه به آن، تفسیر آیاتی که در ادامه می‌آیند برگرفته از این کتاب می‌باشد (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱، ص. ۲۰).

از جمله مزیت‌های روش تحقیق موضوعی قرآن کریم بارویکرد تفسیر قرآن به قرآن نسبت به روش تحقیق موضوعی قرآن کریم از قرار زیر می‌باشد:

۱) روش تحقیق موضوعی قرآن کریم تنها به موضوعاتی می‌پردازد که معادل مفهومی آن در قرآن کریم وجود دارد. در حالی که روش تحقیق موضوعی قرآن کریم بارویکرد تفسیر قرآن به قرآن می‌تواند با مراجعه به خبرگان دینی و بین‌رشته‌ای نسبت به واژگان مترادف و مرتبط به جستجو بپردازد. به عنوان مثال در پژوهش حاضر به دلیل عدم وجود مفهومی معادل مفهوم کیفیت در قرآن کریم استفاده از روش تحقیق موضوعی قرآن کریم کاربرد چندانی ندارد.

۲) در روش تحقیق موضوعی قرآن کریم، محقق خود به تدبر می‌پردازد که این امر امکان التقاط و یا تحمیل اندیشه‌ها بر آیات قرآن را در پی خواهد داشت. در حالی که در رویکرد تفسیر قرآن به قرآن، به دلیل مراجعه به تفسیر، محقق در هرم نظام معنایی قرآن کریم قرار می‌گیرد که می‌تواند از التقاط و تحمیل اندیشه‌ها بر آیات قرآن کریم



جلوگیری کند. لازم به ذکر است که به دلیل تدبیر اولیه محقق، رجوع به تفاسیر مانع خلاقیت و نوآوری او نمی‌شود.

۳) رویکرد ناظر به روش تحقیق موضوعی قرآن کریم تدبری است در حالی که رویکرد ناظر به روش تحقیق تفسیر قرآن به قرآن تدبری-تفسیری است که محقق میان تفسیر و تدبیر چندین مرحله رفت و برگشت انجام می‌دهد تا به انسجام نظری برسد (مسعودی پور و سپهری، ۱۳۹۴)

گام‌های روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم با استفاده از رویکرد تفسیر قرآن به قرآن بیان می‌شود. خلاصه این گام‌ها عبارت است از:

- ۱) تحدید و مشخص نمودن موضوع تحقیق؛
 - ۲) مشخص نمودن کلیدواژه‌های مناسب برای احصای اولیه آیات؛
 - ۳) احصای آیات از ریشه مدنظر و تعیین سیاق آن‌ها (در ادامه به مفهوم و مراد از سیاق اشاره خواهد شد)؛
 - ۴) قرائت مکرر آیات احصاء و یادداشت برداری نکات تدبری و یا سؤالات پیش آمده در رابطه با آیه؛
 - ۵) مطالعه آیات در روکعاتشان و تصحیح یا اضافه نمودن نکات (لازم به ذکر است که در این مرحله علاوه بر سیاق خود آیه، سیاق آیات بعدی و قبلی نیز مورد بررسی قرار گیرند)؛
 - ۶) شکل‌گیری مدل اولیه؛
 - ۷) مراجعه به تفاسیر معتبر و عرضه نکات برای اصلاح یا اضافه نمودن نکات جدید؛
 - ۸) طراحی مدل نهایی از منظر قرآن کریم (مسعودی پور و سپهری، ۱۳۹۴، ص ۱۵-۱۸).
- همان گونه که مشاهده می‌شود گام‌های روش تحقیق موضوعی قرآن کریم با استفاده از رویکرد تفسیری قرآن به قرآن به صورت سلسله مراتبی و با رعایت اصل تقدم و تأخر می‌باشد بدان گونه، تا زمانی که مرحله ۱ انجام نشود نمی‌توان به سراغ مرحله ۲ رفت و به همین ترتیب این اصل در سایر مراحل اجرا می‌شود.

۳-۲- روش تجزیه و تحلیل

در گام نخست می‌بایست محدوده و موضوع محوری مقاله مشخص شود. هدف پژوهش حاضر احصاء شاخص‌های کیفیت محصول از منظر قرآن کریم می‌باشد. به همین منظور با مراجعه به ۱۰ نفر از خبرگان دانشگاهی که در حوزه‌های میان رشته‌ای مدیریت و مدیریت اسلامی سرآمد بودند (ضمن آن که مورد تأیید جامعه علمی بودند)، ضمن توضیح و مروری اجمالی بر مفهوم مدیریت کیفیت از آنان خواسته شد مفاهیمی از قرآن کریم که



قرابت مفهومی با موضوع کیفیت دارند و از جمله شاخص‌های کیفیت می‌باشند را معرفی نمایند. کلید واژگان احصاء شده در جدول شماره ۱ قابل مشاهده می‌باشند. لازم به ذکر است که پس از مصاحبه با خبرگان کلیدواژه‌ها به اشباع نظری رسیدند.

جدول شماره ۲- کلیدواژگان محوری، مستخرج از مصاحبه با خبرگان

کلیدواژه	معنا	آیات حاوی کلیدواژه
حُسن	زیبایی و شایسته	۱۳۴ آل عمران؛ ۱۹۵ بقره؛ ۱۸ کهف؛ ۲ ملک
تقن	محکم کاری	۸۸ نمل
قسط؛ قوم	اندازه‌گیری صحیح	۳۵ اسراء؛ ۱۸۲ شعراء
طیب	شرعی و پاک بودن	۱۶۸ بقره
خسر	ضرر و خسارت زدن	۱۸۱ شعراء
بخس	کم گذاشتن	۱۸۳ شعراء
نکث	ناقص کردن	۹۲ نحل

لازم به ذکر است که برای هر یک از کلیدواژگان فوق معناهای متعددی متصور است و در پژوهش حاضر به آن معنایی که قرابت مفهومی با موضوع کیفیت دارد و یا به ابعدی از شاخص‌های کیفیت اشاره دارد، اشاره شده است. همچنین مرحله دوم یعنی احصاء کلید واژگان با استفاده از روش خبره محور صورت گرفته است. در ادامه با توجه به کلیدواژه‌های مذکور به آیات مرتبط با آن‌ها در قرآن کریم مراجعه شد. طی این مرحله که با استفاده از نرم افزارهای قرآنی صورت گرفته، به جستجوی آیات در قرآن پرداخته شد. سپس با تدبیر و تفقه در آیات قرآن کریم و دریافت سیاق آیه مورد نظر و علاوه بر آن سیاق آیات قبل و بعد، به جمع‌آوری نکات مرتبط در حیطه شاخص‌های مدیریت کیفیت محصول پرداخته شد تا در گام بعدی مدل اولیه حاصل شود. سپس با مراجعه به کتب تفسیری به اصلاح و تعدیل آن‌ها اقدام شد. لازم به ذکر که با توجه به اعتبار بالای تفسیر المیزان و استفاده نگارنده آن از روش تفسیری قرآن به قرآن از این کتاب تفسیری استفاده گردیده است. نهایتاً در مرحله آخر به طراحی مدل مطلوب از منظر قرآن کریم پرداخته شده است.

نکته‌ای که در پایان به آن اشاره می‌شود، مفهوم و مراد از سیاق آیات می‌باشد. سیاق یک مفهوم اساسی هنگام تفکر برای تکلم است که ابتداءً در ذهن شکل می‌گیرد و بر اساس آن، معانی و مفاهیم نظم می‌یابند و سپس آن معانی برای انتقال به مخاطب در قالب الفاظ ظهور می‌یابد. شهید صدر نیز سیاق را هر گونه دال و نشانه‌ای می‌داند که با لفظی (که فهم آن مقصود است) همراه باشد، خواه آن دال و نشانه، لفظی باشد به گونه‌ای



که آن دال لفظی با لفظ مورد نظر، کلامی یکپارچه و مرتبط را تشکیل دهند، یا آن دال و نشانه، حالی (غیر لفظی) باشد. به عبارت دیگر سیاق عبارت است از: قرآینی که مفسر در شناساندن معنای لفظ یاری می‌دهد. قرآن یاد شده، گاه همراه با لفظ بوده و قرآین لفظی محسوب می‌شود و گاه از بیرون در رساندن معنا نقش ایفا می‌کند. بنابراین تعریف سیاق عبارت است از ساختار کلامی که لفظ مورد مورد بحث در آن قرار دارد. اما منظور از سیاق آیات در سوره، مجموعه‌ای از آیات در یک سوره است که اتحاد نزول داشته باشند. لازم به ذکر تفسیر المیزان که در آن رویکرد تفسیر قرآن به قرآن وجود دارد، بهره‌برداری گسترده‌ای از نقش سیاق در تفسیر آیات نموده است (ایزدی و زندیه، ۱۳۹۱، صص ۶-۷).

۳-۳- مثال مراحل تحقیق

کلیه مراحل مذکور در روش تحقیق برای کلیه کلیدواژگان احصاء شده طی شده است؛ لذا من باب ارائه یک نمونه به مراحل کلید واژه نکت اشاره می‌شود:

- ۱) کلیدواژه نکت که از مصاحبه با خبرگان احصاء شده است، از ریشه ن-ک-ث بوده و به معنای ایجاد نقص و شکاف پس از محکم کاری می‌باشد.
- ۲) با جستجو و پایش صورت گرفته از ریشه نکت در آیات قرآن کریم و همچنین مشتقات ریشه این کلیدواژه، آیات زیر احصاء شده‌اند.

جدول شماره ۳- آیات محتوی کلیدواژه «نکت»

سوره و شماره آیه	آیه
اعراف/آیه ۱۳۵	فَلَمَّا كَشَفْنَا عَنْهُمْ الرِّجَالَ إِلَىٰ أَحْلَىٰ أَسْبَلْنَا لَهُمْ إِذَا هُمْ يَنْكُتُونَ
توبه/آیه ۱۲	وَإِنْ نَكَتُوا أَيْمَانَهُمْ مِنْ بَعْدِ عَهْدِهِمْ وَطَعْنَا فِي دِينِكُمْ فَفَاتِلُوا أُمَّةَ الْكُفْرِ إِنَّهُمْ لَا أَيْمَانَ لَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَنْتَهُونَ
نحل/۹۲	أَلَا تَتْلُونَ قَوْمًا نَكَتُوا أَيْمَانَهُمْ وَهُمْ يُبَايِعُونَ الرِّسُولَ وَهُمْ بِدُوكُمْ أَوْلَىٰ مَرَّةً أَنْ تَخْشَوْنَهُمْ فَاللَّهُ أَحَقُّ أَنْ تَخْشَوْهُ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ
زخرف/۵۰	وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَقَضَتْ غَزْلَهُمَا مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ أَنْكَانَا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخْلًا بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَىٰ مِنْ أُمَّةٍ إِنَّمَا يَبْلُوكُمْ اللَّهُ بِهِ وَ لِيُبَيِّنَ لَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ
فتح/۱۰	إِنَّ الَّذِينَ يُبَايِعُونَكَ إِنَّمَا يُبَايِعُونَ اللَّهَ يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ فَمَنْ نَكَتَ فَإِنَّمَا يَنْكُتُ عَلَىٰ نَفْسِهِ وَ مَنْ أَوْفَىٰ بِمَا عَاهَدَ عَلَيْهِ اللَّهُ فَسَيُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

- ۳) با بررسی تفسیر، ترجمه و همچنین سیاق آیات مورد نظر این نتیجه حاصل می‌شود که تنها آیه ۹۲ سوره نحل مرتبط با بحث شاخص‌های کیفیت محصول می‌باشد. به دلیل جلوگیری از اطناب پژوهش از ذکر سیاق و تفسیر سایر آیات صرف نظر شده است.
- ۴) با مراجعه به تفاسیر من جمله تفسیر المیزان در آیه ۹۲ سوره نحل دریافت می‌شود



که در این آیه نهی از نقض، شکستن و فساد امری که بعدی محکم کاری صورت گرفته، شده است. در ترجمه و تفسیر این آیه آمده است: از آن جا که مسأله وفای به عهد، یکی از مهم‌ترین پیشتوانه‌ها برای ثبات هر جامعه است در این آیه نیز با لحن توأم با نوعی سرزنش و ملامت آن را تعقیب کرده، می‌گوید و شما همانند آن زن (سبک مغز) نباشید که پشم‌های تابیده خود را پس از استحکام و امی تابد.

(۵) سیاق آیه ۹۲ سوره نحل در برگیرنده احکامی است که مایه اصلاح حال عمومی جامعه است مانند نهی از فحشاء، منکر و ستم و همچنین نهی از شکستن عهد و سوگند است.

(۶) با تدبر در آیات حاصل شده، سؤالات و محورهای زیر مطرح می‌شود:

- در صنایع امروز مصادیق نقص عهد و پیمان چیست؟
- آیا تخطی از محدوده استاندارد محصول از مصادیق نقص عهد و پیمان محسوب می‌شود؟

• صنایع چگونه مصالح و قوانینی که مناسب حال جامعه است، زیر پا می‌گذارند؟

• ارتباط شکستن و تضعیف کردن بعد از محکم کاری چیست؟

(۷) با مراجعه مجدد به تفاسیر و آیات مورد نظر، به سیاق آیات قبل و بعد نیز مراجعه می‌شود. سیاق آیات قبل در برگیرنده وحدانیت خدای تعالی در ربوبیت و بعثت در قیامت و همچنین سیاق آیات بعد نیز تهدید شدید کفار به دلیل کفر بعد از ایمانشان می‌باشد.

(۸) از جمع‌بندی و مرور محورهای ذکر شده این نتیجه حاصل می‌شود که از جمله شاخص‌های کیفیت از دیدگاه آیات قرآن کریم نقض پیمان است. تولیدکننده هنگام معرفی محصولات، خود را ملزم به اجرای تعهداتی می‌کند یا در تولیدات اولیه محصولات خود، آیت‌هایی را بر محصول قرار می‌دهد. اما مشتری آن و مراجعین سازمان مورد نظر با محصولی غیر از محصول معرفی شده، مواجهه می‌شوند. این از جمله موارد نقض عهد، پیمان و شکست بعد از محکم کاری می‌باشد. همچنین ارائه کالا و خدمات پایین‌تر از حد استاندارد نیز از جمله موارد دیگر می‌باشد.

لازم به ذکر است که در بررسی آیات از کلیدواژه‌گان حاصل شده، تنها آن آیاتی مورد بررسی قرار گرفته‌اند که در نسبت و قرابت معنایی با مفهوم و شاخص‌های کیفیت قرار داشتند و از ذکر دیگر آیات خوداری به عمل آمده است.

۴- یافته‌ها

با توجه به توضیحات فوق در هر کلید واژه و مفهوم به چهار محور اشاره می‌شود؛ در مرحله اول تعریفی از مفهوم کلید واژه بر اساس کتب لغت ارائه شده است. در مرحله دوم آیات محتوی کلید واژه ذکر شده و در مرحله سوم به بیان تفسیر آیه مورد نظر بر اساس تفسیر



المیزان و ترجمه آیات با در نظر گرفتن سیاق آیات شده است. در مرحله چهارم و آخر اقدام به برداشت و تفسیر مدیریتی کلیدواژه شده است. لازم به ذکر است که در ضمن واکاوی هر کلیدواژه اگر روایت و حدیثی به کلیدواژه مورد نظر اشاره کرده باشد، ذکر گردیده است.

۴-۱- مفهوم حُسن

حُسن در لغت به معنای زیبایی و نیکویی می باشد (قرشی، ۱۳۷۱، ج ۲، ص ۱۳۴). در آیه ۱۳۴ سوره آل عمران می فرماید: **وَاللّٰهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ** خداوند نیکو انجام دهندگان را دوست دارد (طالقانی، ۱۳۶۲، ج ۵، ص ۳۳۶).

علامه طباطبایی در تفسیر آیه ۱۹۵ سوره بقره: **وَ اَحْسِنُوا** إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ "و احسان کنید که خدا نیکوکاران را دوست دارد" بیان می کنند که منظور از احسان خودداری و امتناع ورزیدن از قتال و یارافت و مهربانی کردن با دشمنان دین و امثال این معانی نیست، بلکه منظور از احسان این است که هر عملی که انجام می دهند خوب انجام دهند، اگر قتال می کنند به بهترین وجه قتال کنند، و اگر دست از جنگ برمی دارند، باز به بهترین وجه دست بردارند، و اگر به شدت یورش می برند و یا سخت گیری می کنند، باز به بهترین وجهش باشد و اگر عفو می کنند به بهترین وجهش باشد (موسوی همدانی، ۱۳۷۴).

در تفسیر نمونه ذیل تفسیر آیه ۷ سوره کهف می فرماید: **اِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلٰى الْاَرْضِ زِينَةً لِّهَا، لِنَبْلُوَهُمْ اَيُّهُمْ اَحْسَنُ عَمَلًا** ما چیزهایی را که روی زمین وجود دارد، آرایش آن کرده ایم تا ایشان را بیازماییم که کدامشان از جهت عمل بهترند (بیان شده است که منظور از **اَحْسَنُ عَمَلًا** اشاره به این دارد که آن چه که نزد خدا ارزش دارد حسن عمل و کیفیت عالی آن است، نه فزونی و کثرت و کمیت و تعداد آن. در این قسمت هشدار می دهیم همه انسان ها داده می شود که در میدان آزمایش الهی به جای فریب ظواهر، به حسن عمل بیندیشند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۳، ص ۲۶). همچنین **اَحْسَنُ عَمَلًا** اشاره به کار عاقلانه و همراه با تقواست که دخیره قیامت نیز می باشد (قرآنی، ج ۷، ص ۱۴۲). در تفسیر آیه ۲ سوره ملک می فرماید **الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ اَيُّكُمْ اَحْسَنُ عَمَلًا وَ هُوَ الْعَزِيزُ الْعَفُوْرُ** بیان شده است که معیار ارزشیابی عمل انسان کمیت اعمال او نیست، به عبارت دیگر هنگام سنجش اعمال او، تعداد اعمال صالح او در معیار و ملاک نمی باشد. بلکه اسلام به کیفیت اعمال انسان می نگرد. مهم آن است که عمل خالصانه و برای خدا مفید و جامع باشد، هر چند از نظر کمیت کم باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲۴، ص ۳۱).

از بررسی آیات و تفاسیر پیرامون مفهوم حُسن این نکته حاصل می شود که آن چه



در پیشگاه عدل الهی اهمیت دارد کمیت نیست بلکه کیفیت به عنوان عامل مهم در ترازوی سنجش اعمال محسوب می‌باشد. همان‌گونه که ملاحظه شد کیفیت عمل یعنی به بهترین وجه انجام دادن، می‌باشد؛ هرچند که کمیت هم عامل مهمی است ولی وزن کمتری نسبت به عامل کیفیت دارد. همان‌گونه که در ابتدا توضیح داده شد واژه حسن به معنای نیکو و زیبا می‌باشد به آن معنا که ارائه خدمت و محصول باید به صورت نیکو و زیبا باشد و طبق توضیحات علامه ذیل تفسیر آیه ۱۸ سوره کهف این نیکو باطنی بر نیکویی ظاهری غلبه دارد. شاید بتوان مفهوم شایستگی را جلوه بهتری از مفهوم حُسن در نظر گرفت چرا که تعریفی که از واژه شایسته در کتب لغت همچون دهخدا و فرهنگ معین آمده به معنای سزاوار، زیننده و برازنده است و تناسب بهتری با مفهوم حُسن دارد.

۴-۲- مفهوم قسط و قوم

قسط به معنای عدل و انصاف پیشه کردن است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۶۱۷) و قَوْمَ به معنای آن است که کج و خمیده را راست کرد (افرام البستانی، ۱۳۷۰، ص ۱۰۹). به دلیل آن که این دو شاخص در یک آیه می‌باشند، لذا با هم مورد بحث قرار می‌گیرند. در آیه ۳۵ سوره اسراء اشاره شده است، وَ أَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا و به هنگامی که پیمان‌ها را می‌کنید حق پیمان‌ها را ادا نمایید و با ترازوی درست وزن کنید این برای شما بهتر و عاقبتش نیکوتر است. همچنین در آیه ۱۸۲ سوره شعراء آمده است: وَ زَنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ، با ترازوی درست وزن کنید. علامه طباطبایی در تفسیر المیزان بیان می‌کنند: کلمه کیل به معنای مقیاسی است که متاع را از نظر حجم با آن می‌سنجند و وفا کردن به کیل به این معناست که آن را کم نگیرند و کلمه قسطاس به معنای ترازویی است که متاع را از نظر وزن با آن می‌سنجند. پس "استقامت قسطاس" به این است که آن را عادلانه به کار بزنند (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۴۴۱). در معنایی دیگر آمده است قسطاس مرکب از قسط که به معنای عدالت است و طاس به معنای کفه ترازو دانسته‌اند و "قسطاس مستقیم" به معنای ترازوی عدل است که هرگز در وزن خیانت نمی‌کند (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۳، ص ۱۲۵).

شاخص دیگری که آیات قرآن در حوزه مدیریت کیفیت به آن اشاره می‌کنند، عدالت در توزیع است. در آیات فوق اشاره می‌شود که هنگامه کشیدن پیمان‌ها و ارائه محصول عدالت و انصاف رعایت شود و به اندازه‌ای که بها دریافت می‌شود محصول و خدمت مورد نظر عرضه گردد. نکته قابل توجه در بررسی این شاخص منفعت حاصل از عدالت توزیعی است که این امر نصیبت تولیدکننده می‌شود چرا که می‌فرماید: این برای شما



بهتر و عاقبتش نیکوتر است. کم نگذاشتن در شاخص‌های مدیریت کیفیت عامل مهمی است که در کنار سایر عوامل باید به آن توجه شود.

۴-۳- طیب

طیب به معنای طبع پسندی است. در معنای دیگر، اصل طیب آن است که حواس از آن لذت می‌برند و نفس از آن لذت می‌برد. نقض طیب، خبیث است (قرشی، ج ۴، ص ۲۵۷) در آیه ۱۶۸ سوره مبارکه بقره می‌فرماید: *يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا*. ای مردم! از آنچه در زمین است حلال و پاکیزه را بخورید. کلمه طیب در تمامی موارد استعمالش معنای آزادی در عمل و اثر را می‌رساند و کلمه طیب در مقابل کلمه خبیث معنای ملامت بانفس و طبع هر چیزی را می‌دهد (موسوی همدانی، ج ۱، ص ۶۳۱-۶۳۲). شاخص مهمی که ذیل این آیه در بحث مدیریت کیفیت وجود دارد، سازگاری با طبع انسان و آدمی است. در این شاخص که به کیفیت محصول و خدمات اشاره می‌شود، تولید کننده مجاز به تولید هر محصولی نیست چرا که محصول باید با طبع انسان سازگاری داشته باشد. به عنوان مثال شاید مصرف بعضی از مواد غذایی که امروز به سبک غربی تولید می‌شوند حلال شرعی بوده و مشکلی نداشته باشند اما از آن‌جا که این محصولات با طبع انسان سازگاری ندارند و بر جسم و روح انسان آثار مخربی دارند، نباید تولید شوند.

۴-۴- تَقَنَ

تَقَنَ به معنای محکم کاری و استواری در کار می‌باشد (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۱۳، ص ۷۲). دو واژه *أَحْكَمَ* و *أَتَقَنَ* از نظر مفهومی بسیار نزدیک به هم می‌باشند. واژه *أَحْكَمَ* که از ریشه *حَكَمَ* می‌باشد به معنای آن است که کار محکم و استوار صورت گرفته است به گونه‌ای که جایی برای اصلاح آن وجود ندارد. به عبارت دیگر استواری کار، به بهترین وجه ممکن باشد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۲۴۸).

در آیه ۸۸ سوره نمل آمده است: *وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَتَقَنَ كُلُّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ*؛ و کوه‌ها را بینی و پنداری که بی حرکتند ولی مانند ابر در حرکتند، صنع خدای یکتاست که همه چیز را به کمال آورده که وی از کارهایی که می‌کنید آگاه است (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۵۶۵).

علامه طباطبایی در تفسیر ذیل این آیه فرموده: نظامی که خداوند آفریده است، نظامی است که در آن هر چیزی به منتها درجه کمال خود می‌رسد. چون این خود صنع خداست، آن صنعی که هر چیزی را متقن کرده، پس خدای سبحان اتقان را از هر چه که متقن کرده سلب نمی‌کند و فساد را بر آنچه اصلاح فرموده مسلط نمی‌سازد، پس اگر دنیا را خراب می‌کند برای این است که آخرت را تعمیر نماید (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج



۱۵، ص ۵۷۵). در تفسیر هدایت بیان شده است: این ساخت و صنع خدایی است که هر چیز را درست و متقن آفریده است و کار خود را به بهترین صورت و بدون کمترین خدشه و ناستواری به انجام می‌رساند (مترجمان، ۱۳۷۷، ج ۹، ص ۲۲۸).

در حدیثی از پیامبر اکرم (ص) نقل شده است که فرمودند: إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا فَلْيُتَّقِنْ (کلینی، ۴۰۷، ج ۳، ص ۲۶۳). هرگاه هریک از شما خواست عملی را انجام دهد، آن عمل را متقن انجام دهد به عبارت دیگر آن عمل را همراه با استواری و استحکام کامل انجام دهد.

همان‌گونه که در آیه و حدیث فوق بیان می‌شود هنگام ارائه کار و محصول مورد نظر باید نهایت دقت و ظرافت را دخیل کرد تا امر مورد نظر در نهایت استواری و استحکام صورت گیرد. این امر را هم در ارائه خدمات و هم در هم ارائه کالا می‌توان در نظر گرفت. نکته‌ای که در حدیث پیامبر اکرم وجود دارد آن است که کار و خدمت ارائه شده از منظر تولیدکننده و ارائه‌کننده محصول نباید نیاز به اصلاح و تعمیر داشته باشد (بویژه هنگامه ارائه کالا و خدمات). در حقیقت در این شاخص کیفیت بر مفهوم قابلیت اطمینان و اعتماد تأکید می‌شود. شایسته است که تولیدکننده محصول در این هنگام خود را به جای مشتری گذاشته و بررسی کند که آیا خود در مصرف محصول می‌تواند اعتماد کند؟ به عبارتی آیا محصول مورد نظر در حد بالایی از استحکام و استواری قرار دارد که موجب نقص و خسارت نشود؟

۴-۵- بخش

ماده بخش در اصل به معنی کم گذاردن ظالمانه از حقوق مردم (طریحی، ۱۳۷۵، ج ۴، ص ۵۲)، و گاه به معنی ثقل و نیرنگی است که منتهی به تزییع حقوق دیگران می‌گردد (افرام البستانی، ۱۳۷۰، ص ۲۰۴).

در آیه ۱۸۳ سوره شعراء آمده است: وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ؛ اجناس مردم را کم ندهید و در این سرزمین به فساد مکوشید (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۴۴۰).

در این آیه کم‌فروشی و تزییع حقوق دیگران نوعی فساد معرفی شده است و کسانی که به جامعه ضربه اقتصادی می‌زنند، مفسد فی الارض هستند. زیرا نابسامانی‌های اقتصادی، سرچشمه از هم پاشیدگی نظام اجتماعی می‌باشد (قرائتی، ۱۳۸۳، ج ۸، ص ۳۶۵).

همچنین در آیه ۸۵ سوره اعراف می‌فرماید: وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا؛ (پیمانانه و وزن را تمام دهید (کم‌فروشی نکنید) و حق مردم را کم مدهید و در این سرزمین پس از اصلاح آن فساد راه میندازید (موسوی همدانی،



۱۳۷۴، ج ۸، ص ۲۳۵). یاد آیه ۸۵ سوره سود می فرماید: **وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ؛** وای مردم! پیمانانه و وزن را با عدالت وفا کنید و بر اشیاء مردم عیب مگذارید و از حق آنان نگاهید و در زمین فساد مکنید (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص ۵۳۹).

این شاخص از جمله شاخص های سلبی در بحث مدیریت کیفیت می شود که در تضاد کامل با عدالت در توزیع قرار دارد. در این شاخص مطرح می شود کم گذاشتن در احقاق حقوق مردم نه تنها موجب ضرر به خود، بلکه نظام اقتصادی - اجتماعی را به فساد می کشاند. نکته قابل توجه آن است که هر چند در شاخص قسطاس مستقیم، مفهوم مورد نظر در کیل و پیمانانه بود اما شاخص بخش عام ذکر شده و نهی از کم گذاشتن در احقاق حقوق افراد اعم از کیل و پیمانانه، حقوق، تسهیلات و... می باشد. به عبارت در این آیه بر مفهوم عدالت رویه ای تأکید می شود.

۴-۶-۴ خسر

خسر به معنی نقصان است و مخسر به معنی کسی است که شخصی یا چیزی را در معرض خسارت قرار دهد (قرشی، ۱۳۷۱، ج ۲، ص ۲۴۲). این مفهوم نیز معنی وسیعی دارد که علاوه بر کم فروشی، هر عاملی که سبب زیان و خسران طرف در معامله بشود را در بر می گیرد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۳۳۵).

در آیه ۱۸۱ سوره شعراء آمده است **أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ.** پیمانانه را تمام دهید (و کم فروشی نکنید) و مردم را به خسارت نیندازید (موسوی همدانی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۴۴۰). در این آیه که در ادامه سلسله شاخص های سلبی مدیریت کیفیت می باشد بیان می شود که ارائه کالا و خدمات نباید به گونه ای باشد که در ازای آن مشتری به خسارت و زیان برسد. این ضرر می تواند جسمی، روحی، مالی، جانی و... باشد چرا که خسارت و زیان به صورت عام ذکر شده و قید زده نشده است. به عنوان مثال محصول در طول عمر مفید خود نباید آسیبی به مشتری برساند و او را متضرر نماید. همان گونه که مشاهده می شود، در بیان این شاخص کیفیت بار دیگر بر مفهوم قابلیت اعتماد و اطمینان نیز تأکید می شود.

۴-۷-۴ نکث

نکث معنای ایجاد نقص و شکاف پس از محکم کاری می باشد (فراهیدی، ۱۴۰۶، ج ۵، ص ۳۵۱).

در آیه ۹۲ سوره مبارکه نحل اشاره شده است: **وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِي نَقَضَتْ غَزْلَهَا مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ أَنْكَا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَى مِنْ أُمَّةٍ؛** در تفسیر نمونه



ذیل این آیه بیان شده است: از آن جا که مسأله وفای به عهد، یکی از مهم‌ترین پیشتوانه‌ها برای ثبات هر جامعه است در این آیه نیز بالحن تؤأم بانوعی سرزنش و ملامت آن را تعقیب کرده، می‌گوید و شما همانند آن زن (سبک مغز) نباشید که پشم‌های تابیده خود را پس از استحکام و می‌تابد (برگزیده تفسیر نمونه، ج ۲، ص ۵۹۵).

از جمله شاخص‌های مهم کیفیت که در این آیه از آن سلب می‌شود نقض پیمان است. هنگامی که تولیدکننده در معرفی محصولات، خود را ملزم به اجرای تعهداتی می‌کند نباید پس از ارائه محصول و یا هنگامه تولید آن، سرباز زند. چرا که مشتری بر آن اعتماد کرده و با قبول شرایط مذکور با او معامله کرده است. به عبارتی مشتری این توان و قابلیت را در ارائه‌دهنده بررسی کرده و بر این اساس با او طرف شده است. لازم به ذکر است که این شاخص کیفیت در تبلیغات و بازاریابی محصول سهم مهمی دارد و تولیدکننده نباید بر خلاف استانداردهایی که در کار خود از ابتدا ملزم بوده، عمل نماید.

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث و نتیجه‌گیری

مدیریت کیفیت از جمله اصول مدیریتی می‌باشد که طی چند دهه اخیر تحولات شگرفی در نگرش‌ها، عملکرد و شیوه‌های بهبود مدیران به وجود آورده است. مدیریت کیفیت در دو حوزه کالا و خدمات کاربرد وسیع و عملی دارد. یکی از عوامل مؤثر در این زمینه آن است که مدیریت کیفیت از جنبه نظری خارج شده و به صورت عملی و کاربردی به مدیران و سازمان‌ها کمک نموده است. مدیریت کیفیت در مدیریت متعارف با بیان شاخص‌های مشخص و به دور از ابهام همچون زیبایی، طول عمر، پاسخگویی، همدلی و... در کالا و خدمات موجب رضایت مشتری، مؤثر بودن سازمان، سودآوری، کیفیت زندگی کاری کارکنان و... شده است. هدف پژوهش حاضر بازشناسی شاخص‌های کیفیت محصول از منظر آیات قرآن کریم بوده است. به عبارت دیگر شاخص‌های کیفیت از منظر قرآن کریم چه متغیرهایی می‌باشد؟ پس از حصول اطمینان از طرح این مسأله (مدیریت کیفیت) در ادبیات دینی، با نگاه تدبری و استفاده از تفاسیر قرآن به قرآن به استخراج معیارهای مدیریت کیفیت از منظر قرآن کریم پرداخته شد. نکته‌ای که در پژوهش حاضر بسیار مورد توجه قرار گرفت، پرهیز از التقاط علمی بوده است. پژوهش حاضر در صدد این نیست که بگوید آن چه مدیریت متعارف می‌گوید اسلام در ۱۴ قرن پیش گفته است. هدف تنها بازشناسی معیارهای مدیریت کیفیت از منظر آیات قرآن کریم می‌باشد. چراکه بعضی از شاخص‌های کیفیت در مدیریت متعارف عقلایی بوده و می‌دانیم تنها نقل به معنای



تمام اسلام نیست؛ بلکه عقل نیز از معتبرترین منابع در اسلام می‌باشد. نکته‌ای که باید به آن توجه شود عدم جامعیت در شاخص‌های کیفیت مدیریت متعارف می‌باشد. به عبارتی در شاخص‌های کیفیت از منظر قرآن کریم به معیارهای مهمی توجه شده که در مدیریت متعارف مورد غفلت قرار گرفته است که در ادامه به آن اشاره خواهد شد. لازم به ذکر که در ارائه مدل نهایی پژوهش چنین رفت‌وبرگشت صورت گرفته است که به دلیل جلوگیری از اطناب پژوهش تنها به مدل نهایی اشاره می‌شود.

جدول شماره ۴- شاخص‌های سلبی و ایجابی کیفیت مأخوذ از آیات قرآن کریم

مفهوم کلیدواژه	کلیدواژه قرآنی	
نیکویی و زیبایی (شایستگی)	حُسْن	شاخص‌های ایجابی
عدالت در توزیع و انصاف	قِسْط و قَوْم	
سالم و طبع‌پذیر	طَيِّب	
استوار و قابل اطمینان	تَقَن	
کم‌نگذاشتن	بَخْس	شاخص‌های سلبی
نداشتن ضرر مالی، جانی، جسمی	خُسْر	
نقض نکردن عهد و پیمان	نَكَث	

همان‌گونه که در شکل جدول شماره ۴ نشان داده شده است با تدبر در آیات قرآن کریم و با استفاده از تفسیر قرآن به قرآن، شاخص‌های فوق حاصل شده است. به طور کلی شاخص‌های برگرفته شده از آیات به دو نوع سلبی و ایجابی تقسیم‌بندی شده‌اند. شاخص‌های سلبی شاخص‌هایی هستند که در تولیدکننده و ارائه‌کننده راز مواردی نهی می‌کنند؛ همانند بخش، خسر، نکث که مفاهیمی همچون کم‌نگذاشتن، نداشتن ضرر اعم از جانی، مالی و جسمی و در آخر نقض نکردن پیمان و عهد می‌باشد. در دسته دوم شاخص‌های ایجابی قرار دارند که در آیات به شاخص‌های حسن، قسط و قوم، طیب و تقن اشاره شده است که دربرگیرنده مفاهیمی همچون نیکو و زیبا، عدالت در توزیع و انصاف، سالم و طبع‌پذیر و نهایتاً استوار و قابل اطمینان می‌باشد. تقسیم شاخص‌های کیفیت محصول به سلبی و ایجابی وجه این پژوهش با پژوهش‌های مدیریت متعارف می‌باشد. نکته‌ای که باید به آن اشاره شود وجود شاخص‌هایی است که در مدیریت کیفیت متعارف به آن اشاره نمی‌شود. از جمله این شاخص‌ها، شاخص طیب به معنای طبع‌پذیر بودن و سالم بودن می‌باشد و همان‌طور که به آن اشاره شد از منظر قرآن محصولاتی که با



جسم و روح انسان سازگار نیست با کیفیت محسوب نمی‌شوند. از جمله دیگر شاخص‌ها، خسر می‌باشد به مفهوم عدم ضرر و زیان و همان‌گونه که مورد بحث قرار گرفت این شاخص مطلق ذکر شده و هر نوع ضرر و زیانی را در بر می‌گیرد. امروزه برخی کالا همچون ترکیبات شیمیایی با وجود نشان کیفیت، صدمات جبران‌ناپذیری به محیط زیست وارد نموده و اکوسیستم را با اختلال مواجه نموده است.

بنابراین می‌توان گفت، شاخص‌های مذکور از منظر قرآن کریم از جامعیت و پوشش وسیعی برخوردار است که ضمن ارتقاء کیفیت کالا و خدمات موجب اثربخشی و کارایی بیشتر تولیدکننده شده که منجر به بهبود شرایط روحی و جسمی افراد جامعه خواهد شد.

۵-۲- پیشنهادها

با توجه به نتایج و فرآیند پژوهش حاضر، پیشنهادهایی به سایر پژوهشگران این حوزه ارائه می‌شود:

۱) پژوهش حاضر از رویکرد تفسیر قرآن به قرآن استفاده نموده است و بیشتر با مراجعه به کتب تفسیر المیزان و تفسیر نمونه به نگارش مقاله اقدام کرده است. شایسته است که از سایر رویکردهای تفسیر و همچنین سایر کتب تفسیری استفاده شود.

۲) در پژوهش حاضر به دلیل محدودیت زمانی، تنها شاخص‌های کیفیت از منظر قرآن کریم بحث نموده است. می‌توان در ادامه پژوهش حاضر شاخص‌های کیفیت را از منظر روایات ائمه معصومین (علیهم‌السلام) نیز مدنظر قرار داد.

۳) صنایع مختلف کشور همچون حوزه‌های خدمات بهداشتی، خدمات بانکی، صنایع غذایی و... می‌توانند از مدل نهایی پژوهش حاضر، به عنوان حدود هشدار کیفیت استفاده نمایند.

۴) با استفاده از رویکردهای تحقیق در عملیات نرم، می‌توان اقدام به تعیین شدت اثر هر یک از شاخص‌های مستخرج شده دست یافت.

۵) شایسته است سایر مفاهیم مرتبط با مدیریت کیفیت همچون شاخص‌های ارزیابی عملکرد و شاخص‌های ارتقاء را از منظر روایات و آیات استخراج نمود.



۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

۱. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق)، لسان العرب، بیروت: انتشارات دار صادر.
۲. افرام البستانی، فواد (۱۳۷۰)، فرهنگ ابجدی عربی - فارسی، ترجمه رضا مهیار، تهران: انتشارات اسلامی
۳. ایزدی، مهدی و زندیه، نورالدین (۱۳۹۱)، سیاق و سباق در مکتب تفسیری علامه. دو فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات قرآن و حدیث، سال ۵، شماره ۲.
۴. جعفرنژاد، احمد (۱۳۹۴)، مدیریت تولید و عملیات نوین، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۵. جلیلیان، راحیل (۱۳۹۵)، مقام معظم رهبری و اقتصاد مقاومتی. نشریه پژوهش ملل، دوره اول، شماره ۵.
۶. حر، سیدحسن (۱۳۹۱)، اخلاق در تولید از منظر قرآن و روایات. فصلنامه قرآنی، شماره ۴۲.
۷. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۳). بیانات در دیدار کارگران در گروه صنعتی مینا. برگرفته شده از سایت www.farsi.khamenei.ir
۸. رازینی، روح‌الله (۱۳۸۹)؛ طراحی و تبیین مدل جامع تعالی سازمانی بر اساس رویکرد اسلامی (پایان نامه دکتری)، دانشگاه تربیت مدرس.
۹. راجب اصفهانی، حسین بن علی. (۱۴۱۲ق)، المفردات فی غریب القرآن. دمشق: انتشارات دارالعلم الدار الشامیه.
۱۰. رحیمی کلور، حسین (۱۳۹۴)؛ بررسی اثر کیفیت خدمات و دانش بانک از مشتریان بر وفاداری مشتریان (با تاکید بر تصویر ذهنی، کیفیت ارتباط با مشتری و رضایت‌مندی به عنوان متغیرهای واسطه‌گر). مجله مدیریت بازاریابی. شماره ۲۷.
۱۱. رضایی، محمد رضا، مؤذن، سهراب و نفر، نرگس. (۱۳۹۳)؛ تحلیل رضایت‌مندی از شاخص‌های کیفیت محیط در شهرهای جدید (مطالعه موردی: شهر جدید پرند). مجله پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، دوره ۲، شماره ۱.
۱۲. زنجیرچی، سید محمود و حاجی مرادی، احمد (۱۳۹۱)؛ ممیزی کیفیت آموزش مؤسسات آموزش عالی در قالب مدل مدیریت کیفیت فراگیر با رویکرد فازی. مجله پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۶.
۱۳. زیرک، معصومه (۱۳۹۴)؛ آسیب‌شناسی مخاطره‌پذیری اقتصاد ایران بر مبنای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، مجله اقتصادی، سال پانزدهم، شماره ۹ و ۱۰.
۱۴. طالقانی، سید محمود (۱۳۶۲)، پرتوی از قرآن. تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
۱۵. عزیزی، سجاد؛ مسعود، سلیمان زاده؛ باقری، عظیم و فرهنگ، صحابی (۱۳۹۵)؛ رابطه ابعاد کیفیت مدیریت کیفیت فراگیر با بهبود عملکرد شرکت‌های صنعتی. نشریه



- مطالعات مهندسی صنایع و مدیریت تولید، ۲(۲).
۱۶. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۶ق)، کتاب العین، قم: انتشارات نشر هجرت.
۱۷. قرائتی، محسن. (۱۳۸۳)، تفسیر نور. تهران: انتشارات مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن. چاپ یازدهم
۱۸. قرشی، سید علی اکبر. (۱۳۷۱)، قاموس قرآن. تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۱۹. کاظمی، سیدعباس و کسای، مسعود (۱۳۹۴)، مدیریت تولید و عملیات، تهران: انتشارات سمت، چاپ ششم
۲۰. کاظمی، عباس (۱۳۹۲)؛ استاندارد از منظر اسلام. تهران: انتشارات امام صادق علیه السلام. ۱۴۹-۱۷۹
۲۱. کرباسیان، مسعود (۱۳۹۱)، مدیریت کیفیت از بازبینی محصول تا تعالی سازمان. تهران: انتشارات مؤسسه نشر شهر. چاپ: دوم.
۲۲. کشتکار، زهرا و همت، مرتضی. (۱۳۹۰)؛ الگوی مدیریت کیفیت بنیاداروپایی در خدمات کتابخانه‌ها. مجله کلیات ماه، شماره ۱۶۰.
۲۳. کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق. (۱۴۰۷ق)، الکافی. به تصحیح علی اکبر غفاری و محمد آخوندی. تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۲۴. لسانی فشارکی، محمدعلی و مرادی زنجانی، حسین (۱۳۹۳)، روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم، قم: انتشارات بوستان کتاب، چاپ سوم.
۲۵. لطیفی، میثم (۱۳۹۰)، روش‌شناسی راهبردهای تدبیر در قرآن کریم: استقرایی از پژوهش میان رشته‌ای مدیریت اسلامی در دهه اخیر، مجله اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره دوم.
۲۶. مترجمان (۱۳۷۷)، تفسیر هدایت، مشهد: انتشارات بنیاد پژوهش‌های آستان قدس رضوی.
۲۷. مسعودی پور، سعید و سپهری، مهدی (۱۳۹۴)؛ روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم: طراحی الگویی کاربردی برای پژوهش‌های میان رشته‌ای. نشریه دو فصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، سال ۶، شماره ۱: ۲۴.
۲۸. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۵)، دایره المعارف فقه مقارن. قم: انتشارات مدرسه علی ابن علی ابطالب. چاپ چهارم.
۲۹. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه. قم: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۳۰. موسوی همدانی، سیدمحمد باقر (۱۳۷۴)، ترجمه تفسیر المیزان. تهران: انتشارات اسلامی جامعه‌ی مدرسین حوزه علمیه قم. چاپ پنجم.
۳۱. میرجلیلی، علی محمد و یوسفی، سمیه (۱۳۹۴)، اولویت‌های تولید از دیدگاه قرآن و روایات. نشریه قرآن و علم. شماره ۱۶.



۶-۲- منابع لاتین

1. Riain, Ailis ni; Vahey, Catherine; Kennedy, Conor; Campbell, Stephen; Collins, Claire (2015); **Roadmap for developing a national quality indicator set for general practice**. In International Journal of Health Care Quality Assurance 28 (4), pp. 382-393. DOI: 10.1108/IJHCQA-09-2014-009
2. Parasuraman, A; Zeithaml, V; & Berry, L. (1998); **SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality**. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, 12-40.
3. Stevenson, William J. (2007), **Operations management**. 3rd Canadian ed. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.
4. Suchánek, Petr; Richter, Jiří; Králová, Maria. (2015); **Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies**. In Review of Economic Perspectives 14 (4).
5. Goetsch, David L.; Davis, Stanley (2013), **Quality management for organizational excellence**. Introduction to total quality. 7th ed. Boston: Pearson.

