



بررسی تأثیر ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه (مطالعه موردی شرکت گلستان)

راحله واعظی مقدم^۱

محمد ثابت اقلیدی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

چکیده

امروزه، شرکت‌ها به صورت مجزا وجود ندارند، بلکه از طریق روابط زنجیره تأمین به یکدیگر مرتبط هستند. شرکت‌ها و روابط زنجیره تأمین آنها شبکه زنجیره تأمین را تشکیل می‌دهند که در آن پیوندها منابع و دانش خاص را منتقل می‌کنند. ساختار شبکه و مدیریت رابطه زنجیره تأمین، در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را از سوی محققان و متخصصان به خود جلب کرده است. این تحقیق باهدف بررسی تأثیر ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه (مطالعه موردی شرکت گلستان) صورت گرفت. این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس روش اجرا از نوع توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی و بر پایه معادلات ساختاری با استفاده از شیوه پیمایشی صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و مدیران هلدینگ گلستان و شرکت‌های تابعه آن مستقر در سطح استان تهران بود که بر اساس حجم نمونه کوکران ۱۰۷ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسش‌نامه بوده است که در آن از مقیاس ساختار شبکه زنجیره تأمین (۲۰ گویه) که مؤلفه شفافیت، قدرت، وابستگی، فاصله و تکنولوژی و فناوری را مورد سنجش قرار می‌دهد و مقیاس استراتژی‌های مدیریت رابطه (۱۰ گویه) کاهن و همکاران (۲۰۲۱) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق با استفاده از روش معادلات ساختاری انجام شد. نتایج نشان داد ساختار شبکه زنجیره تأمین و مؤلفه‌های (شفافیت، قدرت، وابستگی و تکنولوژی و فناوری) بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ تأثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی

زنجیره تأمین، ساختار شبکه زنجیره تأمین، استراتژی‌های مدیریت رابطه

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

rahelehvaezimoghaddam@gmail.com

۲- استادیار، گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) sabet.eghlid@gmail.com

مقدمه

در عصر اقتصاد جهانی، تولیدکنندگان و شرکت‌های تولیدی و تجاری با چالش‌های جدید و متنوعی روبرو شده‌اند. کاهش عملکرد شرکت می‌تواند به حذف شرکت از رقابت در بازار منجر گردد. این وضعیت شرکت‌ها بر آن داشته است تا بیشتر بر ابعاد زنجیره تأمین به‌عنوان قابلیت‌های جهت بهبود یا حفظ رقابت‌پذیری متمرکز شوند (خرم نسب و همکاران، ۱۴۰۱). در سال‌های اخیر، شبکه زنجیره تأمین^۱ و ساختار آن توجه گسترده‌ای را هم از سوی دانشگاهیان و هم از متخصصان زنجیره تأمین به خود جلب کرده است. شبکه زنجیره تأمین به شبکه پیچیده‌ای از سازمان‌ها گفته می‌شود که مجموعه‌ای از فرآیندهای کسب‌وکار مرتبط به هم مانند تدارکات، تولید، توزیع و خرده‌فروشی را برای ایجاد ارزش برای مشتریان نهایی در قالب محصولات و خدمات، همگام‌سازی می‌کند (لی و همکاران، ۲۰۰۹). زنجیره تأمین شامل مجموعه‌ای از تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان است که هدف واحد آنها، برطرف کردن نیاز مشتری می‌باشد. در طول یک دهه گذشته، گسترش و به کارگیری مدل‌های تحقیقاتی در زمینه زنجیره تأمین صنایع غذایی، مورد توجه محققان زیادی بوده است (حسن پور و همکاران، ۱۴۰۰). به‌عنوان بخشی از شبکه گسترده، زنجیره‌های تأمین شامل شبکه‌ای از روابط وابسته به هم هستند که توسط بازیگران مختلف به منظور دستیابی به اهداف خاص ساخته و تقویت می‌شوند. تعداد بازیگران زنجیره تأمین و نوع تعاملات بین آنها می‌تواند این ساختار را شکل دهد (ویلهم و همکاران، ۲۰۱۶). در میان ابعاد متنوع زنجیره تأمین، مدیریت رابطه^۴ تأثیر شگرفی بر عملکرد زنجیره تأمین دارد. به این ترتیب که بسیاری از شکست‌های اولیه در زنجیره تأمین نتیجه انتقال ضعیف تقاضاها و انتظارات و نتیجه روابطی است که بین اعضای مرتبط در زنجیره تأمین رخ می‌دهد. روابط زنجیره تأمین معمولاً با همبستگی زیاد بین شرکت‌ها همراه است (تاکار و همکاران، ۲۰۰۸). زنجیره تأمین شامل تعداد زیادی از اجزای مستقل است که مسئولیت تولید و عرضه محصولات را به عهده دارند (تقی زاده و همکاران، ۱۳۹۹). همانطور که بسکه و سیورینگ^۶ (۲۰۱۴) اظهار کرده اند، ایجاد روابط مؤثر در مدیریت زنجیره تأمین امری حیاتی بشمار می‌آید (کای و همکاران، ۲۰۲۰)^۷، زیرا منابع و قابلیت‌های ارزشمند به ندرت در یک شرکت به تنهایی وجود دارد. تصمیم یک شرکت در مورد اینکه کدام نوع رابطه باید توسعه یابد، حفظ شود و کنار گذاشته شود، برای رقابتی ماندن در بازار از اهمیت بالایی برخوردار است (پوسپیتا و همکاران، ۲۰۲۰)^۸.

ساختار شبکه زنجیره تأمین منبع مهمی برای شرکت‌ها جهت دستیابی به منابع و اطلاعات فراهم می‌سازد. ادغام و بازسازی منابع ناهمگن به‌دست‌آمده از طریق بینش شبکه، تقویت مؤثر رقابت محوری

بررسی تأثیر ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌افلیدی

شرکت‌ها و در نتیجه افزایش عملکرد سازمان ضروری است (لیو و همکاران^۹، ۲۰۲۳). اکثر سیستم‌های زنجیره تأمین دارای توپولوژی شبکه‌ای هستند که در آن تصمیم‌ها موجودیت ممکن است به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر سایر اعضای دیگر این شبکه قرار گیرد. همین امر، مدیریت روابط زنجیره تأمین را به یکی از مهم‌ترین موضوعات دهه اخیر بدل کرده است. شرکت گلستان هولدینگ با سابقه جهت تولید و بسته‌بندی بهترین محصولات غذایی در کشور می‌باشد و دارای زنجیره تأمین گسترده‌ای از تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان در سطح کشور می‌باشد. این شرکت با بررسی مداوم و سنجش روز به روز ذائقه مخاطب ایران برای پاسخگویی به نیازهای متنوع مصرف‌کنندگان گلستان به لحاظ اقتصادی و کیفی می‌باشد. از این رو پژوهشگر تصمیم به آزمون مدل پیشنهادی در این شرکت گرفته است. با توجه به مطالب ارائه شده در بیان مسأله ارائه شده و با نظر به اینکه پژوهش مشابهی در داخل کشور، که تأثیر ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه را مورد بررسی قرار داده باشد، تاکنون انجام نشده است، این مطالعه، جهت پاسخگویی به این سوال که ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان چه رابطه‌ای وجود دارد؟ انجام شد.

مبانی نظری و پیشینه مطالعه

ساختار زنجیره تأمین

در بازار جهانی امروز، شرکت‌ها بیشتر به زنجیره‌های تأمین خود متکی هستند، تا رقابت را حفظ کنند. رقابت شدید موجب شده است شرکت‌ها از بازارهای جدید و هزینه‌های تولید کمتر از طریق توسعه زنجیره‌های تأمین خود که به ایجاد زنجیره‌های تأمین جهانی پیچیده‌تر منجر می‌شود، بهره‌مند شوند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۸). مفهوم زنجیره تأمین اولین بار در سال ۱۹۸۵ توسط هولیهان^{۱۰} پیشنهاد شد و شامل مدیریت تمام فرایندها و فعالیت‌هایی بود که به مشتریان نهایی ارزش می‌بخشند و به ایجاد پیوندهای کسب و کار تجاری قوی‌تر و رو به پایین دستی کمک می‌کنند. یک هدف مهم مدیریت زنجیره تأمین، هماهنگ کردن تمام فعالیت‌های مختلف و یا محدودیت‌های زنجیره است، به طوری که کالاها را می‌توان در زمان مورد نیاز به مشتریان تحویل داد و هزینه‌ها را کاهش داد (دنهام و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۵). زنجیره تأمین شبکه‌ای از افراد و شرکت‌هایی است که در ایجاد یک محصول و تحویل آن به مصرف‌کننده نقش دارند. پیوندهای زنجیره با تولیدکنندگان مواد اولیه آغاز می‌شود و زمانی پایان می‌یابد که محصول نهایی را به کاربر نهایی تحویل دهد. یک زنجیره تأمین شامل هر مرحله‌ای است که در رساندن محصول یا خدمات نهایی به مشتری دخیل است. این مراحل ممکن

است شامل تأمین منابع مواد خام، انتقال آنها به تولید، سپس انتقال محصولات نهایی به مرکز توزیع یا فروشگاه خرده فروشی باشد که در آنجا به مصرف کننده تحویل داده شود (هایس و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۳). زنجیره تأمین را در انواع زنجیره تأمین بالادستی، زنجیره تأمین داخلی و زنجیره تأمین پایین دستی می‌توان دسته‌بندی نمود (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۳).

شبکه زنجیره تأمین

شبکه زنجیره تأمین^{۱۳} کلید ایجاد ارزش برای زنجیره تأمین است. در شبکه زنجیره تأمین، منابع کمیاب به صورت صریح و یکپارچه وجود ندارد، بنابراین شرکت‌ها باید از روش بینش شبکه برای بهره‌برداری فعال و کسب اطلاعات با ارزش بالا، فناوری‌ها، منابع ارتباطی و سایر منابع در شبکه استفاده کنند و به ترویج آن بپردازند. شرکت‌ها راهی جدید برای بهبود عملکرد خود بیابند. برای شرکت‌های عضو شبکه زنجیره تأمین، بهره‌برداری از ارزش بالقوه منابع شبکه و یافتن آنها ضروری و حیاتی است. با ساختن بینش‌های شبکه، شرکت‌ها می‌توانند به طور فعال منابع ارزش کمیاب را در شبکه کشف و رهگیری کنند، و ارزش و قابلیت استفاده منابع را مجدداً ارزیابی کنند، تا به طور مؤثرتری از این منابع توسعه و استفاده کنند و عملکرد شرکت را افزایش دهند (لئو و همکاران^{۱۴}، ۲۰۲۳).

ساختار شبکه زنجیره تأمین

استفاده از دیدگاه شبکه در زمینه ساختار زنجیره تأمین بالاترین درجه پیچیدگی را فراهم می‌کند که اهداف جدیدی مانند اهداف ساختاری شبکه را می‌طلبد. استفاده از دیدگاه شبکه می‌تواند ساختار زنجیره تأمین را به‌عنوان یک تبادل دائمی منابع ارزشمند بین اعضای مختلف زنجیره شکل دهد که می‌تواند به‌عنوان الگویی از تعامل بین بازیگران مختلف در نظر گرفته شود (روسکو و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۶). با پرورش ساختار شبکه زنجیره تأمین، شرکت‌های عضو زنجیره تأمین می‌توانند از منابع سایر اعضای شبکه برای ایجاد تعاملات و توسعه مزیت‌های رقابتی استفاده کنند (لئو و همکاران، ۲۰۲۳).

وابستگی به تأمین‌کننده و خریدار: وابستگی به‌عنوان سطح نفوذ در سطح گره ساختار شبکه زنجیره تأمین استفاده می‌شود که می‌تواند به‌عنوان یکی از جنبه‌های کلیدی مدیریت روابط زنجیره تأمین در نظر گرفته شود. این مؤلفه اجازه می‌دهد تا نقش تأثیری را که خریداران و تأمین‌کنندگان بر یکدیگر اعمال می‌کنند بررسی شود، به عبارت دیگر، میزان تکیه یک عضو از ساختار شبکه زنجیره تأمین به بازیگر دیگر را در یک رابطه دوتایی اندازه می‌گیرد (سانزرانگ و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۹).

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت اقلیدی

فاصله: فاصله برای تجزیه و تحلیل سطح اطلاعات موجود در سطح ساختار شبکه زنجیره تامین استفاده می‌شود؛ زیرا طول مسیر بین اعضای این شبکه می‌تواند به طور قابل توجهی بر تبادل اطلاعات بین آنها تأثیر بگذارد و می‌تواند به عنوان یکی از عوامل توصیف کننده قدرت رابطه بین خریدار و تأمین کننده در نظر گرفته شود (آویشه و کلاسن^{۱۷}، ۲۰۱۰).

قدرت: در سطح شبکه زنجیره تامین، قدرت توانایی یک شرکت برای تأثیرگذاری بر سایر شرکت‌های درون ساختار شبکه زنجیره تامین است. قدرت را این گونه تعریف می‌کنند: «توانایی واداشتن بازیگر دیگری به انجام کاری که در غیر این صورت انجام نمی‌داد و بنابراین بهره برداری از موقعیت برتر به نفع خود» (ژائو و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۸).

شفافیت: در ساختار شبکه زنجیره تامین سطح در دسترس بودن اطلاعات در سطح شبکه از طریق شفافیت مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد که به میزانی اشاره دارد که اطلاعات مربوط به اعضای این شبکه برای سایر اعضا در دسترس است (کاهن و همکاران^{۱۹}، ۲۰۲۱).

تکنولوژی و فناوری اطلاعات: پیشرفت‌های مستمر در زمینه ارتباطات و سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، باعث به وجود آمدن یک سیر تکاملی برای زنجیره تامین و توسعه تکنیک‌هایی برای مدیریت روابط شبکه زنجیره تامین شده است. قابلیت‌های تکنولوژی و سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، به شکل مستقیم به بهبود فرایندهای سازمانی، از جمله هماهنگی و همکاری، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، جذب منابع مادی و سرمایه‌های فکری، نظارت و کنترل در زنجیره تامین کمک کرده و این موارد می‌تواند نتایج مثبتی در عملکرد زنجیره تامین را رقم زند (میرفلاح و همکاران، ۱۳۹۸).

مدیریت رابطه زنجیره تامین

در بین ابعاد مختلف زنجیره تامین، مدیریت رابطه تأثیری اساسی بر سطح عملکرد شبکه زنجیره تامین دارد، به طوری که بسیاری از شکست‌های اولیه در زنجیره تامین نتیجه انتقال ضعیف انتظارات و رفتارهایی است که بین طرفین درگیر در ساختار این زنجیره رخ می‌دهد. روابط زنجیره تامین معمولاً با وابستگی بالا بین شرکت‌ها همراه است. امروزه، همکاری مشترک دیگر به عنوان یک فرایند بین گروهی از شرکای سنتی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه در امتداد یک زنجیره است (تاکار و همکاران، ۲۰۰۸).

مانند هر رابطه‌ای، روابط مابین اعضای زنجیره تأمین نیز می‌تواند مزایای تجاری مستقیمی در بهبود کارایی و بهره‌وری زنجیره تأمین داشته باشد. در بسیاری از بنگاه‌های تجاری، با رشد زنجیره تأمین آنها، روابط بین ساختار زنجیره تأمین در آنها پیچیده‌تر می‌شود، بنابراین برای اطمینان از روابط کارآمد، سیستم‌های مدیریت ارتباط و به‌کارگیری استراتژی‌های متناسب با آن برای اطمینان از رشد کسب‌وکار حیاتی می‌باشد. سیستم‌های مدیریت ارتباط و استراتژی‌های رابطه به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند که در روابطی سرمایه‌گذاری می‌کنند که به موفقیت تجاری آنها کمک می‌کند (رائور و کافمن^{۲۰}، ۲۰۱۵).

گرونوس^{۲۱} (۱۹۹۴) ارتباطات را به‌عنوان فرایند ایجاد، توسعه و ادامه یک همکاری تعریف می‌کند که حداقل از دو عضو تشکیل شده است. شرکت‌ها در یک کسب‌وکار و در یک زنجیره تأمین، بر اساس منافع خود، با یکدیگر همکاری می‌کنند و از این طریق کمبود منابع و دسترسی بهتر به اهداف خود را جبران می‌کنند. بسیاری از محققان در زمینه ارتباط بین شرکت‌های تجاری، در کسب‌وکارهای مختلف، نتایج و دسته‌بندی‌های متفاوتی از جمله هم‌ترازی شرکت‌ها در میزان همکاری‌های دوجانبه می‌باشد. هم‌ترازی به این معناست که شرکت‌هایی که با هم در ارتباط کاری هستند، همگون بوده و به یک‌شکل در یک کسب‌وکار فعالیت می‌کنند (چنگ و شئو^{۲۲}، ۲۰۱۲). از سوی دیگر در زنجیره تأمین انگیزه زیادی برای کسب دانش و تسهیم اطلاعات وجود دارد و از این‌رو یادگیری و کسب دانش موجب می‌گردد تا کارکنان و اعضای زنجیره تأمین در رابطه با سایر اعضا متعهدتر باشند (شیرخدایی و همکاران، ۱۳۹۳). استراتژی‌های مدیریت رابطه، می‌تواند کمک مؤثری به پایداری اجتماعی و اقتصادی اعضای یک زنجیره تأمین باشند. این در مورد یافتن تعادل بین بازیگران مختلف در اجرای شیوه‌های پایداری از طریق مدیریت رابطه نیز مناسب است (وندجالی و همکاران، ۲۰۲۰).

پیشینه مطالعات

لئو و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی، نشان دادند مسیر مستقیم بینش شبکه برای ارتقای عملکرد سازمانی، مسیر غیرمستقیم یکپارچه سازی زنجیره تأمین به عنوان یک عامل میانجی و نقش عدم قطعیت محیطی به عنوان شرط مرزی برای رابطه بین یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد شرکت و کمک به مدیریت منابع و روابط زنجیره تأمین و بهبود عملکرد تولید، در زنجیره تأمین وجود دارد. کاهن و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی که به صورت اکتشافی انجام دادند. پنج عامل مفهوم سازی ساختار شبکه زنجیره تأمین برای تعیین تأثیر این ساختار بر مدیریت روابط از جمله عدم انطباق، معامله گری، دیکتاتوری و مشارکتی، شناسایی شدند. نتایج روابط معنی داری را بین هر ساختار شبکه

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌اقلیدی

زنجیره تامین و مدیریت رابطه نشان داد. وندچالی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی نقش مهم ساختار شبکه زنجیره تامین در فرایند تصمیم‌گیری شرکت، دیدگاه شبکه ای و مدیریت رابطه زنجیره تامین را نشان دادند. میرتگا و همکاران (۲۰۱۷) شواهدی از تأثیر مثبت شبکه زنجیره تامین با توجه به روابط تامین‌کننده بر نوآوری محصول شرکت و همچنین عملکرد کلی زنجیره تامین ارائه دادند. تقی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان دادند که همکاری استراتژیک در پنج عامل؛ سطح همکاری، زیر ساخت‌های همکاری، مکانیزم‌های همکاری، هماهنگی در وظایف و جنس هماهنگی دسته‌بندی شده‌اند. میرفلاح و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که همکاری استراتژیک در پنج عامل؛ سطوح، زیرساخت‌ها، مکانیزم‌ها، هماهنگی در وظایف و جنس هماهنگی دسته‌بندی شده‌اند.

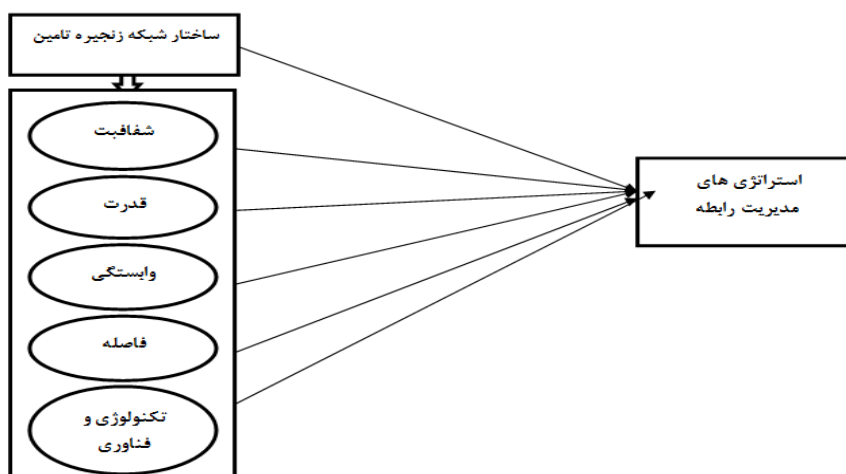
روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش (نوع) توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی و بر پایه معادلات ساختاری است صورت گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل کارکنان و مدیران هلدینگ گلستان و شرکت‌های تابعه آن مستقر در سطح استان تهران می‌باشد که باتوجه به بررسی‌های انجام شده حدوداً ۱۴۸ نفر بوده است و جهت محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و روش نمونه‌گیری نیز تصادفی ساده بوده است. باتوجه به فرمول کوکران در این پژوهش، حجم نمونه ۱۰۷ به دست آمد و شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است. گردآوری داده‌ها در این تحقیق به صورت پیمایشی و از طریق ابزار پرسش‌نامه بوده است. ساختار پرسش‌نامه حاوی دو بخش عمومی و تخصصی بود. بخش عمومی حاوی سؤالات جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، و سابقه کاری کارکنان بود. بخش دوم این پرسش‌نامه با تکیه به تحقیقات پیشین از جمله کاهن و همکاران (۲۰۲۱)، اقتباس و در نهایت اعتباریابی شده است که در طراحی آن از مقیاس ساختار شبکه زنجیره تامین (۲۰ گویه) شامل مؤلفه شفافیت (سؤالات ۱ تا ۴) برگرفته از پژوهش آیوش و کلسن (۲۰۱۰)، مؤلفه قدرت (سؤالات ۵ تا ۸) برگرفته از پژوهش ژاو و همکاران (۲۰۰۸)، مؤلفه وابستگی (سؤالات ۹ تا ۱۲) برگرفته از پژوهش هاجموس و همکاران (۲۰۱۳)، مؤلفه فاصله (سؤالات ۱۳ تا ۱۶) برگرفته از پژوهش‌های پراژنن و همکاران (۲۰۱۰) و کامینگز و تنگ (۲۰۰۳) و مؤلفه تکنولوژی و فناوری (سؤالات ۱۷ تا ۲۰) و مقیاس استراتژی‌های مدیریت رابطه (۱۰ گویه) (سؤالات ۲۱ تا ۳۰) برگرفته از پژوهش کاهن و همکاران (۲۰۲۱) بوده است. نمره‌گذاری پرسش‌نامه این پژوهش بر اساس طیف پنج مقیاسی بر اساس حالت فاصله‌ای از نوع طیف لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد بوده است. در خصوص روایی و پایایی این پرسش‌نامه در این پژوهش از تکنیک روایی محتوایی جهت بررسی روایی

پرسش‌نامه استفاده شد. پاییی این پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برای مؤلفه‌های شفافیت ۰/۸۴، قدرت ۰/۷۸، وابستگی ۰/۸۷، فاصله ۰/۸۹، تکنولوژی و فناوری ۰/۸۵ و استراتژی‌های مدیریت رابطه ۰/۹۱ به دست آمد. بعد از اطمینان از وجود روایی و پاییی در شاخص‌های گردآوری شده، در بخش تحلیل داده‌های مطالعه نیز ابتدا به‌منظور نرمال و یا غیرنرمال بودن داده‌ها از آزمون کلوموگروف - اسمیرنوف استفاده و به‌تناسب نتایج آزمون نرمالیت از روش‌هایی نظیر ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق و رگرسیون چندمتغیره و همچنین روش معادلات ساختاری توسط نرم‌افزارهای آماری SPSS و Smart pls استفاده گردید.

فرضیه‌های پژوهشی

این پژوهش بر اساس مدل مفهومی نشان‌داده‌شده در نمودار (۱) که برگرفته از پژوهش‌های پیشین از جمله پژوهش کاهن و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد، طراحی شده است:



نمودار ۱- مدل مفهومی مطالعه (منبع: کاهن و همکاران (۲۰۲۱))

فرضیه اصلی: ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱: شفافیت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲: قدرت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۳: وابستگی بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۴: فاصله بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌افلیدی

فرضیه فرعی ۵: تکنولوژی و فناوری بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه نمونه در جدول (۱) نشان داده شده است:

جدول ۱- توصیف جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۳۹	۳۶/۴
	مرد	۶۸	۶۳/۶
سن	کمتر از ۲۵ سال	۲۴	۲۲/۴
	۲۶ تا ۳۰ سال	۴۳	۴۰/۲
	۳۱ تا ۴۰ سال	۲۵	۲۳/۴
	۴۱ تا ۵۰ سال	۹	۸/۴
	بیش از ۵۰ سال	۶	۵/۶
تحصیلات	دیپلم و یا کمتر	۱۸	۱۶/۸
	فوق دیپلم	۳۸	۳۵/۵
	لیسانس	۳۷	۳۴/۶
	فوق لیسانس	۱۱	۱۰/۳
	دکتر	۳	۲/۸
سابقه کاری	زیر ۵ سال	۳۷	۳۴/۶
	۵ تا ۱۰ سال	۳۰	۲۸
	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۵	۲۳/۴
	۱۶ تا ۲۰ سال	۱۰	۹/۳
	بیش از ۲۰ سال	۵	۴/۷

یافته‌های تحلیلی: قبل از انجام آزمون‌های آماری، لازم است نرمال بودن داده‌های جمع‌آوری شده بررسی شود. برای این کار از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج این آزمون برای متغیرهای این تحقیق به صورت جدول (۲) می‌باشد.

جدول ۲- آزمون ناپارامتری برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق

سطح معناداری	مقدار آماری Z	شاخص‌های آماری متغیرها
۰.۲۰۰	۰.۰۶۶	ساختار شبکه زنجیره تأمین
۰.۰۰۷	۰.۱۰۳	شفافیت
۰.۰۰۰	۰.۱۳۱	قدرت
۰.۰۳۹	۰.۰۸۸	وابستگی
۰.۰۰۰	۰.۱۸۰	فاصله
۰.۰۰۲	۰.۱۱۱	تکنولوژی و فناوری
۰.۱۴۶	۰.۱۱۱	استراتژی‌های مدیریت رابطه

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود سطوح معنی داری متغیرها از مقدار خطای آزمون یعنی ۰/۰۵ کمتر است، بر این اساس فرض نرمال بودن میانگین نمره متغیرهای تحقیق در سطح خطای ۰/۰۵ رد می‌شود و لازم است که از نرم افزار SmartPLS برای تحلیل استفاده شود چرا که حساسیتی به نرمال یا غیر نرمال بودن متغیرها ندارد

ارزیابی مدل ساختاری: جهت بررسی برازش مدل ساختاری ابتدا از شاخصی به نام R^2 (ضریب تعیین) استفاده می‌شود. این مقدار برای سازه‌های وابسته محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های مستقل این معیار تعریف نمی‌شود. عامل دیگری که در ارزیابی اعتباری مدل ساختاری مورد توجه قرار می‌گیرد ضریب تأثیر یا اثر کوهن f^2 است. در نهایت قابلیت پیش‌بینی مدل با استفاده از آزمون ناپارامتری استون گیسر ارزیابی می‌گردد که در قالب افزونگی روایی متقاطع (CV Redundancy) جهت ارزیابی مدل ساختاری و اشتراک روایی متقاطع (CV Communality) جهت ارزیابی مدل سنجش ارائه می‌گردد. در نهایت ارزیابی مدل کلی معادلات ساختاری از طریق شاخص GOF و بر اساس فرمول زیر ارزیابی گردید که در جدول (۳) نشان داده شده است:

$$GOF = \sqrt[2]{Communality \times R^2}$$

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌افلیدی

جدول ۳- خلاصه شاخص های ارزیابی برازش مدل تحقیق

مؤلفه‌ها	Cronbachs Alpha	CR	AVE	Communality	R2	GOF
ساختار شبکه زنجیره تأمین	۰/۸۴۷	۰/۸۹۷	۰/۶۸۶	۰/۴۵۵	۰/۷۹۸	۰/۶۰۹
شفافیت	۰/۷۸۱	۰/۸۵۹	۰/۶۰۴	۰/۳۴۶		
قدرت	۰/۸۷۱	۰/۹۱۳	۰/۷۲۵	۰/۵۰۹		
وابستگی	۰/۸۹۷	۰/۹۲۸	۰/۷۶۴	۰/۵۶۳		
فاصله	۰/۸۵۷	۰/۹۰۳	۰/۷۰۰	۰/۴۷۵		
تکنولوژی و فناوری	۰/۹۱۲	۰/۹۲۷	۰/۵۶۳	۰/۴۴۴		
متوسط شاخص	0/۸۶۰	۰/۹۰۴	۰/۶۷۳	۰/۴۶۵		

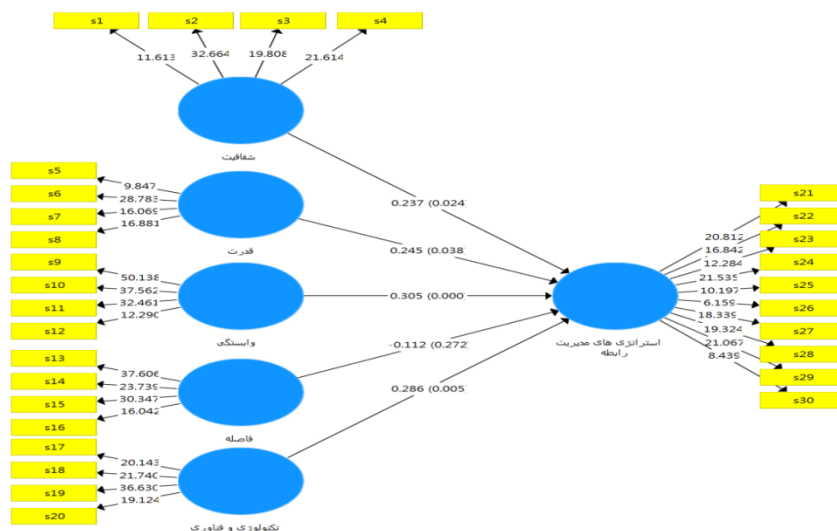
براین اساس جدول (۳) برازش مدل تحقیق در سه سطح مورد تأیید قرار گرفت:

۱- ارزیابی برازش بخش مدل های اندازه گیری: بر اساس متوسط شاخص پایایی ترکیبی (۰/۹۰) و متوسط ضرایب آلفای کرونباخ (۰/۸۶) که از ۰/۷۰ بیشتر می باشند و با توجه به اندازه متوسط واریانس استخراج شده (۰/۶۷) که از ۰/۴ بزرگتر است، مدل از پایایی همگرا برخوردار بوده و با توجه به اینکه $(CR > AVE)$ روایی همگرا نیز برقرار می باشد.

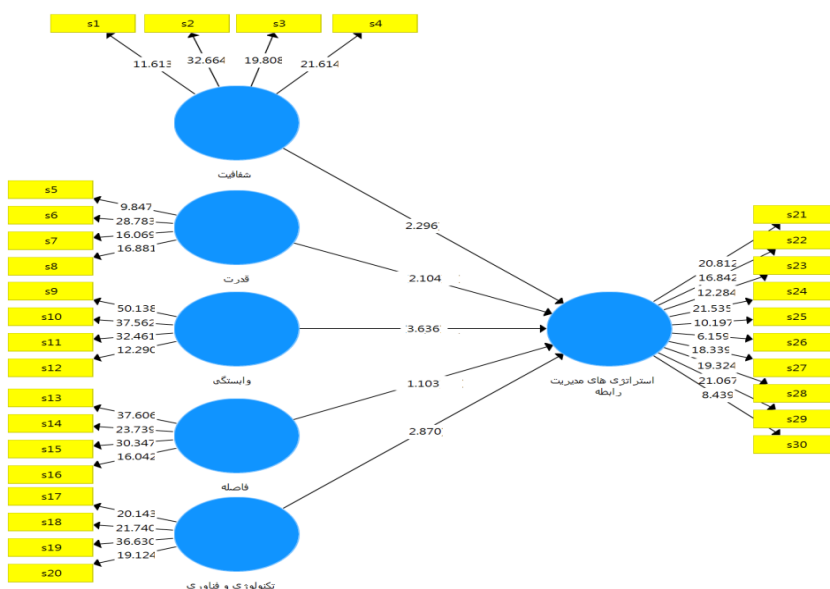
۲- ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل: با توجه به اینکه شاخص ضریب تعیین R^2 (۰/۷۹) از ۰/۳۰ بیشتر است و همچنین بر اساس شاخص Q^2 که مقدار متوسط آن (۰/۴۶) از ۰/۳۵ بزرگتر بوده است، چنین استنباط می شود که مدل ساختاری از برازش مناسب برخوردار بوده و قدرت پیش بینی مدل در حد قابل قبول می باشد.

۳- ارزیابی برازش کلی مدل: بر اساس معیار نیکویی برازش (GOF) مقدار محاسبه شده برای این شاخص (۰/۶۰) به دست آمد که از ۰/۳۵ بیشتر است، لذا چنین استنباط می شود که مدل کلی از برازش بالایی برخوردار می باشد.

برای آزمون این فرضیه ها از آزمون معنی داری تی استفاده شده است به این ترتیب که در صورتی که مقدار این اعداد از قدر مطلق ۱/۹۶ بیشتر باشد نشان از صحت رابطه بین سازه ها و در نتیجه تأیید فرضیه ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. نتایج آزمون معادلات ساختاری مدل به شرح نمودار (۲) و نمودار (۳) می باشد.



نمودار ۲- ضرایب مسیر و (سطح معناداری) بین متغیرهای پنهان مدل تحقیق

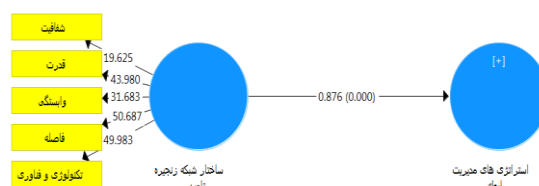


نمودار ۳- آماره تی روابط بین متغیرهای پنهان مدل تحقیق

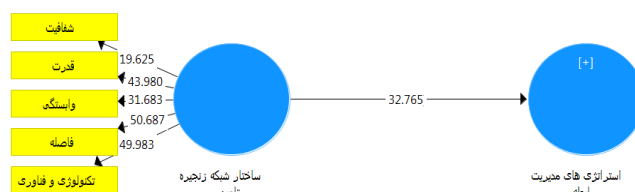
باتوجه به آزمون مدل که در نمودارهای (۲) و (۳) آمده است، فرضیه فرعی ۱ که عبارت بود از: شفافیت بر استراتژی های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۲۴) که از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز (۲/۲۹۶) از

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌افلیدی

۱/۹۶ بیشتر، همچنین ضریب مسیر (β) ۰/۲۳۷ نیز نشان دهنده تأثیر مثبت شفافیت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است. فرضیه فرعی ۲ عبارت بود از: قدرت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۳۸) که از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز (۲/۱۰۴) از ۱/۹۶ بیشتر، همچنین ضریب مسیر (β) ۰/۲۴۵ نیز نشان دهنده تأثیر مثبت قدرت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است. فرضیه فرعی ۳ که عبارت بود از: وابستگی بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۰۰) که از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز (۳/۶۳۶) از ۱/۹۶ بیشتر، همچنین ضریب مسیر (β) ۰/۳۰۴ نیز نشان دهنده تأثیر مثبت وابستگی بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است. فرضیه فرعی ۴ عبارت بود از: فاصله بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. با توجه به سطح معنی داری (۰/۲۷۲) که از مقدار خطای ۰/۰۵ بیشتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز (۱/۱۰۳) از ۱/۹۶ کمتر، البته ضریب مسیر (β) ۰/۱۱۲ نشان دهنده تأثیر منفی فاصله بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است. فرضیه فرعی ۵ عبارت بود از: تکنولوژی و فناوری بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۰۵) که از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز (۲/۸۷۰) از ۱/۹۶ بیشتر، همچنین ضریب مسیر (β) ۰/۲۸۶ نیز نشان دهنده تأثیر مثبت تکنولوژی و فناوری بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است. جهت بررسی فرضیه اصلی مدل را با در نظر گرفتن متغیرهای اصلی و ابعاد آنها در نظر گرفته و به بررسی معنی داری روابط و همچنین میزان تأثیر بین متغیرهای آن پرداخته شده است. در این بخش نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق با استفاده از نتایج خروجی نرم افزار PLS در نمودارهای (۴) و (۵) آمده است.



نمودار ۴- ضرایب مسیر و (سطح معناداری) بین متغیرهای پنهان مدل نهایی تحقیق



نمودار ۵- آماره تی روابط بین متغیرهای پنهان مدل نهایی تحقیق

فرضیه اصلی عبارت بود از ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان تأثیر معناداری دارد. باتوجه به سطح معنی‌داری در رابطه بین ساختار شبکه زنجیره تأمین و استراتژی‌های مدیریت رابطه در شرکت گلستان ($0/000$) که از مقدار خطای $0/05$ کمتر است و قدر مطلق ضریب معناداری (t) نیز ($32/765$) از $1/96$ بیشتر، همچنین ضریب مسیر (β) $0/876$ نیز نشان دهنده تأثیر مثبت ساختار شبکه زنجیره تأمین بر استراتژی‌های مدیریت رابطه بوده است.

نتیجه‌گیری و بحث

امروزه، جهانی‌سازی، حضور در بازارهای چندملیتی، آزادسازی قوانین و پیشرفت‌های سریع در دانش و فناوری‌های نوین، برخی از عواملی هستند که موجب افزایش توجه به مدیریت روابط در زنجیره تأمین شده‌اند. مدیریت رابطه زنجیره تأمین به‌عنوان ایجاد هماهنگی بین فعالیت‌هایی تعریف شده است که موجب یکپارچگی مبادلات عقلایی بین تأمین‌کننده، تولیدکننده، توزیع‌کننده، خرده‌فروش و مشتری شده است. بینش رابطه‌ای شبکه زنجیره تأمین به درک شرکت از رابطه بین سایر شرکت‌های عضو در شبکه زنجیره تأمین اشاره دارد. برای یک شرکت ضروری است که روابط ساختاری با سایر اعضای زنجیره تأمین را ایجاد کند و سپس به هدف تقویت همکاری از طریق حفظ روابط که هدف اصلی ایجاد زنجیره تأمین نیز می‌باشد، دست یابد. در حفظ روابط، شرکت‌های عضو زنجیره تأمین باید عمیقاً و به طور مستمر با یکدیگر تعامل داشته باشند تا اعتماد متقابل، اعتماد متقابل و منافع متقابل خود را تقویت کنند و حتی برای تکمیل مزایای یکدیگر و تقویت استفاده مشترک و ارزش آفرینی منابع و در نتیجه ارتقای شرکت‌ها، اتحاد ایجاد کنند. نتایج نشان داد: شفافیت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ گلستان تأثیر معناداری دارد. به طور کل باید گفت شفافیت زنجیره تأمین، به این معنی است که یک کسب‌وکار دقیقاً می‌داند در هر مرحله از زنجیره تأمین و تولید و تا توزیع محصولات چه اتفاقی می‌افتد، و اطلاعاتی را که به‌وضوح بیان شده و دارای پشتوانه واقعی است، در مورد عملیات زنجیره تأمین خود به‌صورت داخلی و خارجی نیز با دیگر اعضای این شبکه به اشتراک می‌گذارد و این عامل بر استراتژی‌های مدیریت رابطه مؤثر واقع می‌گردد.

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌افلیدی

دیگر نتایج این تحقیق نشان داد: قدرت بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ گلستان تأثیر معناداری دارد. در این ارتباط باید این‌طور بیان داشت که قدرت به‌عنوان عامل مهمی برای تعهد رابطه در زنجیره تأمین مطرح است و نگرشی است که توسط شرکای زنجیره تأمین در مورد توسعه و حفظ یک رابطه پایدار، طولانی‌مدت و سودمند متقابل اتخاذ می‌شود. درت از طریق سرمایه، دانش‌افزایی، شهرت برند و... می‌تواند باعث بهبود مدیریت رابطه در کل ساختار شبکه زنجیره تأمین گردد.

نتایج نشان داد: وابستگی بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ گلستان تأثیر معناداری دارد. می‌توان این‌طور بیان داشت که از آنجایی که اعضای شبکه زنجیره تأمین اطلاعات را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، زمان موردنیاز برای نظارت بر رعایت موارد قراردادی کاهش می‌یابد و هزینه‌های تولید و عرضه نیز کاهش می‌یابد. در نهایت، با تدوین مشترک استراتژی و همکاری مشترک، امکان بهینه‌سازی استراتژی‌های مدیریت رابطه به وجود می‌آید.

نتایج دیگر این تحقیق نشان داد: فاصله بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ گلستان تأثیر معناداری ندارد. در مورد این نتیجه باید این‌طور بیان داشت که هرچند در این تحقیق این رابطه مورد تأیید قرار نگرفته است؛ اما بدیهی است که دوری و عدم ارتباط مستمر بین اعضای ساختار شبکه زنجیره تأمین اثرات مخربی بر استراتژی‌های مدیریت رابطه خواهد گذاشت.

نتایج نشان داد: فناوری و فناوری بر استراتژی‌های مدیریت رابطه در هلدینگ گلستان تأثیر معناداری دارد. در تبیین این نتیجه باید بیان داشت که انواع تکنولوژی و فناوری‌های نوین اطلاعاتی می‌تواند عملیات داخلی شرکت‌ها و نیز همکاری بین آنها را در ساختار شبکه‌ای زنجیره تأمین پشتیبانی و استفاده مؤثر از این فناوری‌ها در پردازش، تحلیل و تبادل اطلاعات عامل کلیدی در موفقیت شرکت‌هاست. از این‌رو ایجاد ارتباط از طریق فناوری‌ها نوین جهت تبادل اطلاعات شبکه زنجیره تأمین می‌تواند منجر به تدوین استراتژی‌های مدیریت رابطه و بهبود کارایی کل این ساختار شود.

نتایج این تحقیق هم‌راستا با نتایج تحقیق لئو و همکاران (۲۰۲۳) می‌باشد که نشان دادند استفاده از ساختار شبکه برای ارتقای عملکرد سازمانی، یکپارچه سازی زنجیره تأمین جهت یکپارچگی رابطه بین زنجیره تأمین و عملکرد شرکت و کمک به مدیریت منابع و روابط زنجیره تأمین و بهبود عملکرد تولید، در زنجیره تأمین نقش دارد. همچنین نتایج این تحقیق هم‌راستا با نتایج تحقیق کاهن و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد که نشان دادند که بین ساختار شبکه زنجیره تأمین شامل (شفافیت، قدرت، وابستگی به تأمین کننده، وابستگی خریدار و فاصله) و مدیریت روابط زنجیره تأمین (عدم انطباق، معامله گری، دیکتاتوری و مشارکتی)، ارتباط معنی داری وجود دارد. نتایج این تحقیق هم‌راستا با نتایج

تحقیق وندچالی و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد که نقش مهم ساختار شبکه زنجیره تأمین در فرایند تصمیم‌گیری شرکت، دیدگاه شبکه ای و مدیریت رابطه زنجیره تأمین را نشان دادند. همچنین نتایج این تحقیق با تحقیق میرتگا و همکاران (۲۰۱۷) که شواهدی از تأثیر مثبت شبکه زنجیره تأمین با توجه به روابط تأمین‌کننده بر نوآوری محصول شرکت و همچنین عملکرد کلی زنجیره تأمین ارایه دادند. همچنین نتایج تحقیقات داخلی از جمله تقی زاده و همکاران در سال ۱۳۹۹، میرفلاح و همکاران در سال ۱۳۹۸، براتی در سال ۱۳۹۶، غفاری توران در سال ۱۳۹۰ و درودچی و نیک مهر در سال ۱۳۸۶ همسو با نتایج تحقیق حاضر بوده است. با توجه به نتایج این تحقیق به مدیران هلدینگ گلستان و شرکت‌های عضو زنجیره‌های تأمین پیشنهاد می‌گردد، با کنترل عوامل مرتبط با ساختار شبکه زنجیره کارایی زنجیره تأمین را ارتقا دهند. به اعضای هلدینگ گلستان نیز پیشنهاد می‌گردد به جهت بالا بردن میزان شفافیت در ساختار شبکه زنجیره تأمین و کاهش خطرات و عوارض جانبی جبران ناپذیر ناشی از میزان فاصله بین اعضای این شبکه با سایر اعضا از جمله تأمین‌کنندگان، مدیران ارشد هلدینگ فاصله ها را کنترل کنند تا از نتایج منفی ناشی از آن جلوگیری کنند. به مدیران هلدینگ گلستان پیشنهاد می‌گردد با توجه به دستیابی به قدرت از ابزارها و رویه های مناسب جهت تسهیل تبادل اطلاعات بین اعضای ساختار شبکه زنجیره تأمین بهره ببرند، در نتیجه این قدرت از سیستم های ارتباطی بهتر و در نتیجه پتانسیل بیشتری برای ایجاد رابطه مشترک با دیگر اعضای زنجیره تأمین را ایجاد کنند. تحقیق حاضر دارای محدودیت های به این شرح بوده است: نخست این که این تحقیق به صورت کمی و با تکیه بر ابزار پرسش‌نامه صورت گرفته است و نظر متخصصان این حوزه چندان مورد توجه قرار نگرفته است. تعداد کم پرسش‌نامه های تکمیل شده ممکن است، تعمیم پذیری یافته ها را به خطر بیندازد و این ممکن است از محدودیت های این تحقیق تلقی شود. علاوه بر این، نتایج این تحقیق از ادراک اعضای زنجیره تأمین هلدینگ گلستان بوده است و سایر خرده‌فروشان و هلدینگ های مواد غذایی مورد بررسی قرار نگرفت. محدودیت دیگر این تحقیق عدم در نظر گرفتن متغیرهایی واسطه ای از جمله مدیریت روابط مشتریان، رقابت‌پذیری صنعت و ... بوده است. به محققان آتی پیشنهاد می‌گردد جهت ارایه الگویی جامع از ساختار شبکه زنجیره تأمین و استراتژی‌های مدیریت رابطه این تحقیق را به صورت کیفی و با تکیه بر نظرات خبرگان این حوزه انجام دهند. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی مدل این تحقیق با در نظر گرفتن متغیرهای واسطه ای از جمله مدیریت روابط مشتریان و تأمین‌کنندگان، رقابت‌پذیری صنعت و ... اجرا شود.

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های.../ واعظی مقدم و ثابت‌اقلیدی

منابع

- (۱) تقی‌زاده، هوشنگ، حیدرزاده، ناهید، هنرمند، مرتضی. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر همکاری استراتژیک زنجیره تامین در صنعت قطعه سازی تبریز. فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۳۱، شماره ۱۲۲، صص ۲۷-۱۳.
- (۲) جعفرنژاد، احمد، رجبانی، ندا، خلیلی، صابر، حکیمی، نرگس. (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه بندی استراتژی‌های مناسب تاب آوری زنجیره تامین، رویکردی ترکیبی از نظریه بازی و روش های تصمیم گیری چند معیاره فازی، چشم انداز مدیریت صنعتی، سال ۹، شماره ۳۴، صص ۳۱-۹.
- (۳) حسن پور، حسینعلی، طاهری، سید محمدرضا، میکائیلی، فرامرز. (۱۴۰۰). طراحی شبکه زنجیره تامین مواد غذایی مبتنی بر رضایتمندی مشتری در شرایط عدم قطعیت. کاوش‌های مدیریت بازرگانی، دوره ۱۳، شماره ۲۶، صص ۴۳۱-۳۹۵.
- (۴) خرم نسب، حمزه، حسین‌زاده، فرهاد، شهریاری، محمدرضا، شریفی، مانی. (۱۴۰۰). بررسی تاثیرگذاری مدیریت یکپارچه زنجیره تامین الکترونیکی کالا از طریق متغیرهای تعدیلگر مدیریت ریسک زنجیره تامین و مزیت رقابتی بر عملکرد سازمانی. نشریه علمی کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال ۱۳، شماره ۲۶، صص ۷۷-۶۳.
- (۵) شیرخدایی، میثم، خداداد، سید حمید، مسیبی، علیرضا، خرم، جلال. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر یادگیری سازمانی بر کیفیت استراتژی در زنجیره تامین سبز با تبیین نقش رابطه‌گرایی (مورد مطالعه شرکت‌های اقماری و وابسته به ایران خودرو)، پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی، سال ۶، شماره ۱۲، صص ۶۴-۳۷.
- (۶) میرفلاح، رضوانه، ابراهیم‌پور، مصطفی، مرادی، محمود. (۱۳۹۸). تأثیر قابلیت فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت: نقش میانجی گری قابلیت مدیریت فرایند کسب و کار و قابلیت یکپارچگی زنجیره تامین. نشریه توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۳۵، صص ۲۸-۱.
- 7) Awaysheh, A., Klassen, R.D., (2010). The impact of supply chain structure on the use of supplier socially responsible practices. Int. J. Oper. Prod. Manag. 30 (12):1246-1268.
- 8) Beske, P., Seuring, S., (2014). Putting sustainability into supply chain management. Supply Chain Management. Int. J. 19 (3), 322-331.
- 9) Cahoon, S. Chen, S., Vandchali, H. (2021). The impact of supply chain network structure on relationship management strategies: An empirical

investigation of sustainability practices in retailers, *Sustainable Production and Consumption*, 28, 281-299.

10) Cheng, J.H., Sheu, J.B., (2012), Inter-organizational relationships and -strategy quality in green supply chains —Moderated by opportunistic behavior and dysfunctional conflict, *Industrial Marketing Management* , (41):563–572.

11) Cui, L., Gao, M., Dai, J., Mou, J., (2020). Improving supply chain collaboration through operational excellence approaches: an IoT perspective. *Ind. Manag. Data Syst.* In press.

12) Denham, f C., Janet R. Howieson, VA. Solah. (2015). Wahidul K. Biswas, Environmental supply chain management in the seafood industry: past, present and future approaches, *Journal of Cleaner production*, Volume 90, 1 march 2015, pp. 82-90

13) Hayes, A., ANDERSON,S.,Perez,Y(2023). The Supply Chain: From Raw Materials to Order Fulfillment, *investopedia*

14) Lyu T, Geng Q, Yu D. (2023) Research on the Relationship between Network Insight, Supply Chain Integration and Enterprise Performance. *Systems*. 11(1):1-10.

15) Mitrega, M, Forkmann, S, Zaefarian, (2017) Networking Capability in Supplier Relationships and its Impact on Product Innovation and Firm Performance. *International Journal of Operations and Production Management*, 37 (5): 577-606

16) Puspita, L.E., Christiananta, B., Ellitan, L., (2020). The effect of strategic orientation, supply chain capability, innovation capability, on competitive advantage and performance of furniture retails. *Int. J. Sci. Technol. Res.* 9 (03), 4521–4529.

17) Rauer, J., Kaufmann, L., (2015). Mitigating external barriers to implementing green supply chain management: a grounded theory investigation of green-tech companies' rare earth metals supply chains. *J. Supply Chain Manag.* 51 (2), 65–88.

18) Sane-Zerang, E., Razmi, J., Taleizadeh, A.A., (2019). Coordination in a closed-loop supply chain under asymmetric and symmetric information with sales effort-dependent demand. *J. Bus. Econ.* 90, 1–32.

19) Thakkar, J. et al. (2008). Evaluation of buyer-supplier relationships using an integrated mathematical approach of interpretive structural modeling (ISM) and graph theoretic matrix. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 19 (1): 92-124.

بررسی تاثیر ساختار شبکه زنجیره تامین بر استراتژی‌های... / واعظی مقدم و ثابت‌اقلیدی

20) Vandchali, H., Cahoon, S., Chen, S.L., (2020). Creating a sustainable supply chain network by adopting relationship management strategies. J. Bus.-to-Bus. Mark. 27 (2), 125–149.

21) Wilhelm, M.M., Blome, C., Bhakoo, V., Paulraj, A., (2016). Sustainability in multi-tier supply chains: understanding the double agency role of the first-tier supplier. J. Oper. Manage. 41 (1), 42–60.

22) Zhao, X., Huo, B., Flynn, B.B., Yeung, J.H.Y., (2008). The impact of power and relationship commitment on the integration between manufacturers and customers in a supply chain. J. Oper. Manage. 26 (3), 368–388.

یادداشت‌ها:

-
- 1 Supply chain network
 - 2 Li et al
 - 3 Wilhelm et al
 - 4 Relationship Management
 - 5 Thakkar et al
 - 6 Beske & Seuring
 - 7 Cui et al
 - 8 Puspita et al
 - 9 Lyu et al
 - 10 Holihan
 - 11 Denham et al
 - 12 Hayes et al
 - 13 Supply chain network
 - 14 Lyu et al
 - 15 Roscoe et al
 - 16 Sane-Zerang et al
 - 17 Awaysheh & Klassen
 - 18 Zhao et al
 - 19 Cahoon et al
 - 20 Rauer & Kaufmann
 - 21 Gronroos
 - 22 Cheng & Sheu

Investigating the impact of supply chain network structure on relationship management strategies

Raheleh VaeziMoghaddam¹

Receipt: 12/02/2025

Acceptance: 17/03/2025

Mohammad SabetEghlid²

Abstract

Today, companies do not exist in isolation, but are interconnected through supply chain relationships. Companies and their supply chain relationships form a supply chain network in which links transfer specific resources and knowledge. Network structure and supply chain relationship management have attracted increasing attention from researchers and experts in recent years. This research aimed to investigate the impact of supply chain network structure on relationship management strategies (a case study of Golestan Company). This research was conducted based on an applied purpose and a descriptive-survey method, and a correlational method, and was based on structural equations using a survey method. The statistical population of this study was all employees and managers of Golestan Holding and its subsidiaries located in Tehran province, who were selected based on a Cochran sample size of 107 people using a simple random sampling method. The data collection tool in this study was a questionnaire in which the supply chain network structure scale (20 items) measuring the components of transparency, power, dependence, distance, and technology and technology and the relationship management strategies scale (10 items) of Kahn et al. (2021) were used. Data analysis and testing of research hypotheses were performed using the structural equation method. The results showed that the supply chain network structure and the components (transparency, power, dependence, and technology and technology) have a significant effect on relationship management strategies in holding companies.

Key words

supply chain, supply chain network structure, relationship management strategies.

1-Master's student, Department of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. rahelehvaezimoghaddam@gmail.com

2-Assistant Professor, Department of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) sabet.eghlid@gmail.com