

تأثیر قدرت بر عملکرد مالی در روابط بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان

احسان کاشی*، مهری شهریاری**

تاریخ دریافت: ۹۷/۹/۵

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۷

چکیده

مدیریت روابط در زنجیره تأمین تأثیر قابل توجهی بر رقابت‌های عملیاتی، عملکرد و سودآوری شرکتها دارد و قدرت یکی از مفاهیم مهمی است که در روابط بین اعضای زنجیره تأمین در نظر گرفته می‌شود. هدف این پژوهش بررسی تأثیر قدرت در روابط اعضای زنجیره تأمین بر عملکرد مالی شرکت‌های ساختمانی در شهر سمنان است. اعتماد، تعهد و عملکرد استراتژیک نیز به عنوان متغیرهای میانجی استفاده شده‌اند. نوع پژوهش بر اساس هدف، کاربردی است و روش آن بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، مدیران شرکت‌های ساختمانی شهر سمنان است. بدین منظور، ۱۴۰ پرسشنامه از این جامعه جمع‌آوری و فرضیات پژوهش به کمک معادلات ساختاری، بررسی شدند. نتایج حاکی از آن است که قدرت غیراجبار، تأثیر مستقیم و معنادار بر اعتماد و تعهد در روابط زنجیره تأمین در صنعت ساختمان دارد، در صورتیکه قدرت اجبار بر اعتماد تأثیر معکوس و معناداری داشته است. تأثیر مستقیم و معنادار بر تعهد و عملکرد مالی و عملکرد استراتژیک شرکت تأیید شده است. تعهد در روابط زنجیره تأمین بر عملکرد استراتژیک و عملکرد مالی تأثیر مستقیم و معنادار داشته و تأثیر مستقیم و معنادار عملکرد استراتژیک بر عملکرد مالی نیز تأیید شده است.

واژگان کلیدی: قدرت، تعهد، اعتماد، عملکرد استراتژیک، عملکرد مالی

*. استادیار، گروه عمران، دانشکده فنی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهرود، شاهرود، ایران (نویسنده مسئول)

e.kashi@iau-shahrood.ac.ir

** دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

مقدمه

رکود اقتصاد جهانی در سالهای گذشته، صنعت ساختمان را با چالش‌های بزرگی مواجه کرده است. افزایش در هزینه مواد ساختمانی و کمبود متخصص، تاثیر زیادی بر صنعت ساختمانی داشته است، در نتیجه همکاری نزدیک و استراتژیک بین شرکت‌ها و شرکا برای دستیابی و ادغام منابع، فناوری و قابلیت‌ها برای ارتقای مزیت رقابتی شرکتها در صنعت ساخت‌وساز ضروری است (چاو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

شناخت زنجیره تامین و اجزای آن و چگونگی مدیریت کردن آن به تعالی سازمان‌ها و عملکرد بهتر آنها کمک می‌کند (قاسمیه و همکاران، ۱۳۹۴). بهبود روابط تامین‌کننده، عملکرد تامین‌کنندگان و خریداران را ارتقا می‌دهد، به ویژه زمانی که کیفیت و تحویل به موقع اولویت خریدار است (آقاجانی و روانستان، ۱۳۹۳). قدرت به عنوان یک عامل مهم در مدیریت ارتباط مشتری و تامین‌کننده و یکپارچه سازی زنجیره تامین در نظر گرفته می‌شود (جین^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). اعتماد (وانگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۵؛ لئونیدو^۴ و همکاران، ۲۰۰۸؛ ابوصالح^۵ و همکاران، ۲۰۱۴)، تعهد (ابوصالح و همکاران، ۲۰۱۴؛ عبدالوند و شماعی، ۱۳۸۸)، همکاری و ارزش‌های مشترک نیز فاکتورهای مهمی در داشتن روابط پایدار موفق تلقی می‌شوند (هوانگ و ویلکینسون^۶، ۲۰۱۳؛ جارات و سریک^۷، ۲۰۱۵). عوامل زنجیره‌تأمین که در آن رابطه‌ای طولانی مدت همراه با اعتماد و تعهد وجود دارد، می‌توانند از مزایایی چون رشد و پیشرفت، تمرکز بر استفاده از توانایی‌هایشان و جریان درآمدی منظم بهره‌مند شوند (جانسن و لاکست^۸، ۲۰۱۶). در تحقیقات انجام گرفته بیشتر بر رابطه قدرت بر اعتماد تمرکز

-
1. Chau
 2. Jain
 3. Wang
 4. Leonidou
 5. Abu Saleh
 6. Huang & Wilkinson
 7. Jarratt & Ceric
 8. Johnsen & Lacoste

دارند. تعهد یکی دیگر از متغیرهای تأثیرگذار است که کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است.

امروزه کسب و کارها دیگر به صورت واحد مجزا رقابت نمی‌کنند بلکه به عنوان عضوی از یک زنجیره تأمین هستند (لیو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸) که هدف هر یک حداکثر کردن سود و افزایش بهره‌وری کل زنجیره است (طالبی و ملاطیفه، ۱۳۹۰). نگرانی‌های مشترک شرکت‌های ساختمانی سراسر جهان در خصوص بهره‌وری کم، هزینه‌های اضافی (تغییرات در سفارش خارج از قرارداد)، مشخصات ناقص طراحی و مسائل مربوط به مسئولیت و اختلافات است (بهارا^۲ و همکاران، ۲۰۱۸) که همکاری‌های نزدیک و استراتژیک بین اعضای زنجیره تأمین، موجب ارتقای عملکرد کسب و کار می‌شود (چاو و همکاران، ۲۰۱۸؛ پرادهان و روتروی^۳، ۲۰۱۸). در صنعت ساخت و ساز دستیابی به عملکرد بهتر در مدیریت زنجیره تأمین موثر زمانی حاصل می‌شود که مفهوم قدرت در روابط تجاری در صنعت ساختمانی درک شود (کاکس و آیرلند^۴، ۲۰۰۲).

سوال اصلی این است که آیا قدرت در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین صنعت ساختمانی بر عملکرد مالی تأثیر دارد؟ انواع مختلف قدرت (اجبار یا غیراجبار) اثرات متفاوتی بر تعهد می‌گذارند (جائو^۵ و همکاران، ۲۰۰۸)، اعتماد تأثیر مثبتی بر تعهد می‌گذارد (ابوصالح و همکاران، ۲۰۱۴) و اعتماد، همکاری و تبادل اطلاعات می‌تواند عملکرد شرکت‌ها را بهبود دهد (بجورنسکاو و مئون^۶، ۲۰۱۵؛ سودهی و سان^۷، ۲۰۰۹). در این پژوهش به بررسی تأثیر قدرت در زنجیره تأمین بر عملکرد مالی با در نظر گرفتن نقش میانجی اعتماد، تعهد و عملکرد

-
1. Liu
 2. Behara
 3. Pradhan & Routroy
 4. Cox & Ireland
 5. Zhao
 6. Bjornskov & Meon
 7. Sodhi & Son
 5. Mechanical & Electrical

استراتژیک پرداخته می‌شود و به تکمیل زنجیره ارتباط بین قدرت و عملکرد مالی از طریق اعتماد، تعهد و عملکرد استراتژیک می‌پردازد.

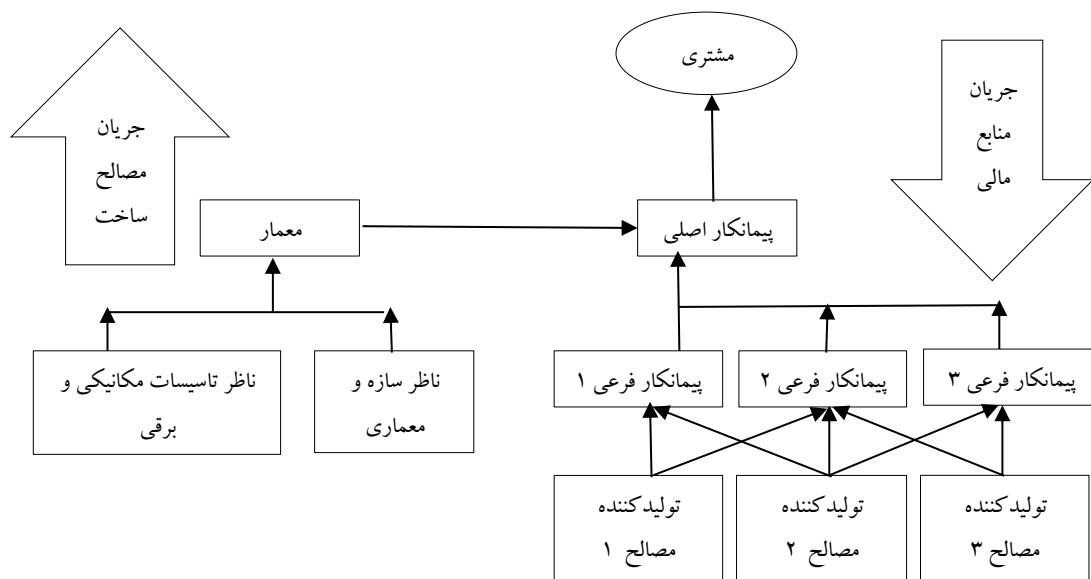
مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

در این بخش با بررسی مفاهیم نظری و تجربی موضوع، فرضیه‌ها تدوین می‌شوند.

زنجیره تامین صنعت ساختمان. تحقیقات ساختمانی با موضوع زنجیره تامین از اواسط دهه ۱۹۹۰ پدیدار شد (ویوو و شعله^۱، ۲۰۱۵). زنجیره تامین، شامل تمام شرکت کنندگانی است که برای برآوردن تقاضای مشتری نهایی تلاش می‌کنند (بنی‌هاشمی و حاجی مولانا، ۱۳۹۶). زنجیره تامین صنعت ساختمانی شامل تمام فرایندهای کسب و کار ساختمانی از تقاضای مشتری، مفهوم‌سازی، طراحی و ساخت تا تعمیر و نگهداری، جایگزینی و خدمات پس از ساخت است و اعضای کلیدی زنجیره تامین صنعت ساختمانی شامل مالک/ مشتری، طراح، پیمانکار اصلی، پیمانکار فرعی و تامین کننده است (زو^۲ و همکاران، ۲۰۰۷). شکل ۱ زنجیره تامین صنعت ساختمانی را نشان می‌دهد.

1. Wibowo & Sholeh

2. Xue



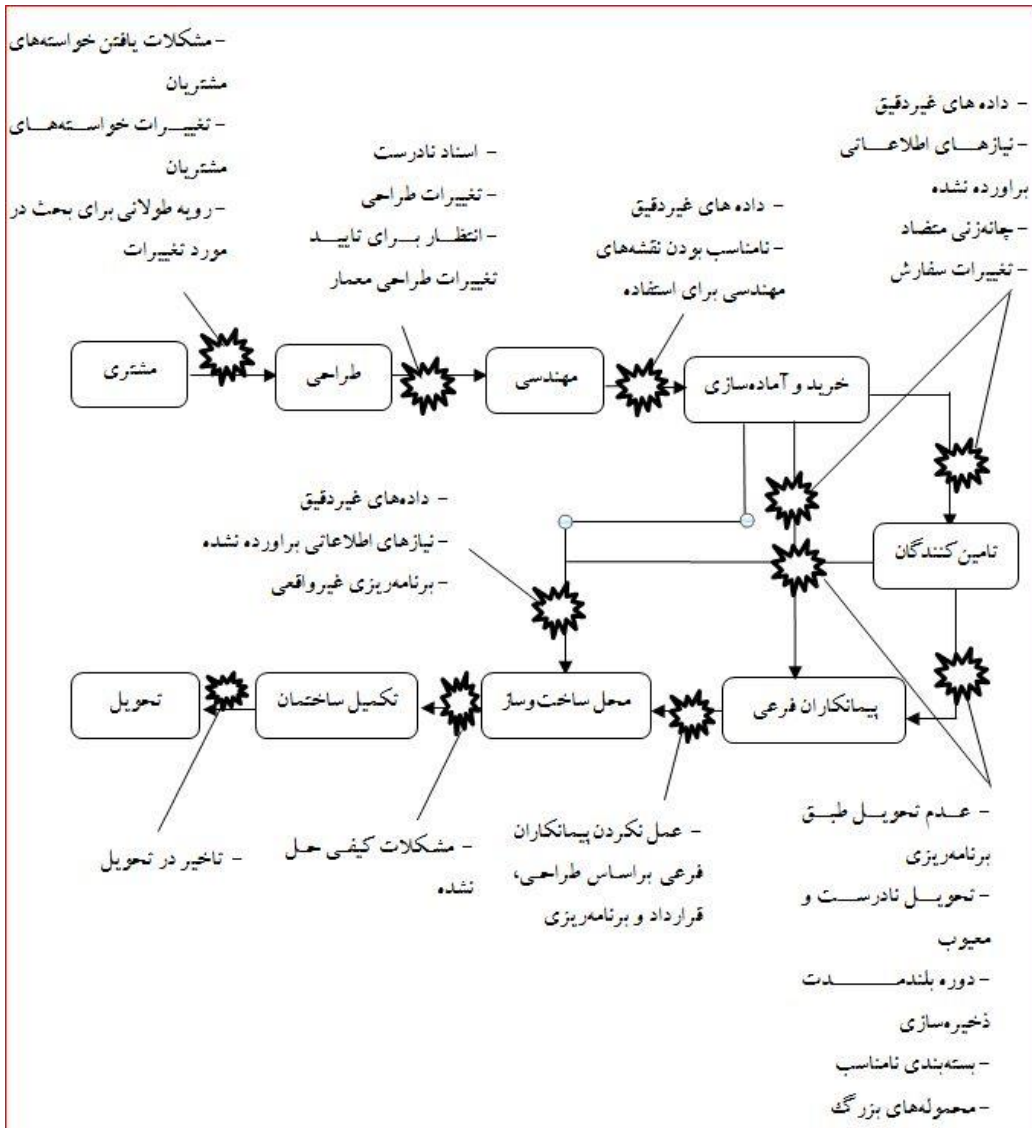
شکل ۱. زنجیره تأمین صنعت ساختمانی (وایدیاناثان^۱، ۲۰۰۹)

چهار نقش خاص مدیریت زنجیره تأمین در صنعت ساخت و ساز مرتبط با زنجیره تأمین و مکان ساختمان، ارائه شده است: (۱) هماهنگ کردن روابط بین زنجیره تأمین و محل ساختمان (۲) بهبود زنجیره تأمین (۳) واگذار کردن فعالیتها از محل ساخت به زنجیره تأمین (۴) ادغام محل ساخت و زنجیره تأمین (دالاسگا^۲ و همکاران، ۲۰۱۸).

به طور معمول ویژگی های خاصی در صنعت ساخت و ساز وجود دارد که مانع ایجاد کارایی به اندازه شرکت های تولیدی می شود که از جمله این ویژگی ها می توان به سازمان های موقت، تولید در مکان ساخت و ساز اشاره کرد. به عنوان مثال پیمانکار ساختمانی اصلی که پروژه ساختمانی را مدیریت می کند، تنها بخش کوچکی از محصول توسط کارکنان و امکانات تولیدی خود پیمانکار اجرا می شود و بخش عمده، تقریباً ۷۵ درصد و بیشتر ارزش محصول با کمک تأمین کنندگان و پیمانکاران فرعی ساخته می شود (سگرستدت و اولوفسو^۳، ۲۰۱۰).

شکل ۲ مشکلات عمومی را در فرایند ساخت و ساز نشان می دهد.

1. Vaidyanathan
2. Dallasega
3. Segerstedt & Olofsso



شکل ۲. مشکلات عمومی در فرایند ساخت و ساز (وریجوف و همکاران، ۲۰۰۱)

مشاهدات تجربی نشان می‌دهند که سهم بزرگی از مشکلات و عملکرد پایین زنجیره تأمین صنعت ساختمانی ناشی از ارتباطات، عدم یکپارچگی و تعهدات است (وریجوف و همکاران، ۲۰۰۱).

قدرت در زنجیره تأمین صنعت ساختمان. صنعت ساختمانی به شدت به قراردادهای با تأمین‌کنندگان مصالح ساختمانی وابسته است (دوبوا و گاد^۱، ۲۰۰۰). بنابراین باید شبکه گسترده‌ای از روابط قدرت درک شود تا راهبردهای مدیریتی ارتباط مناسب، توسعه یابد (کاکس، ۱۹۹۹).

آگاهی شرکت از میزان قدرت خود و قدرت تأمین‌کننده برای یک معامله عادلانه، مهم است (جین و همکاران، ۲۰۱۶). موقعیت نسبی قدرت تأمین‌کننده و اینکه قدرت تا چه حد گسترش یافته است ممکن است بر سطح همکاری یا تضاد بین شرکا، ایجاد جو صمیمانه یا فاصله، ایجاد انتظارات یا الزامات مربوط به نتایج فرایند تعامل تأثیر بگذارند (جانسن و لاکست، ۲۰۱۶). قدرت کانال به دو دسته کلی قدرت اجبار و قدرت غیراجبار تقسیم می‌شود. قدرت اجبار ادراک یکی از طرفین در یک رابطه کاری است که طرف دیگر توانایی استفاده از مجازات و تنبیه را در صورت عدم موافقت با درخواست وی، دارد (لئونیدو و همکاران، ۲۰۰۸). قدرت اجباری اغلب در روابط با تعهد کم وجود دارد که در آن یک شریک به شدت به دیگری وابسته است و ممکن است فرصت‌های همکاری در روابط را کاهش دهد و در بلندمدت منجر به ایجاد درگیری‌های مخرب شود (مقدادی^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). قدرت غیراجبار شامل پنج منبع قدرت پاداش، مشروعیت، قدرت مرجع، تخصص و اطلاعات می‌باشد (لئونیدو و همکاران، ۲۰۰۸)، قدرت غیراجبار سازوکاری است که یکی از طرفین برای پذیرش درخواستها توسط طرف مقابل از ابزارهای مثبت استفاده می‌کند (جین و همکاران، ۲۰۱۴).

1. Dubois & Gadde
2. Meqdadi

تأثیر قدرت بر اعتماد در روابط بین اعضای زنجیره تامین. یکی از عوامل مهم در موفقیت زنجیره تامین در صنعت ساختمانی، روابط بلندمدت با تامین کنندگان است که سالها همکاری بین شرکت و تامین کنندگان و سطح اعتماد بین آنان را نشان می‌دهد (رایسیوک^۱، ۲۰۱۷).

اعتماد یکی از نیارهای اساسی در ارتباط بین اعضای زنجیره تامین در صنعت ساخت‌وساز است (اکینتویه^۲ و همکاران، ۲۰۰۰). وجود یا عدم وجود اعتماد بین واحدهایی که بر یک پروژه خاص کار می‌کنند، عامل اصلی تعیین کننده موفقیت یا شکست است، از طریق اعتماد، شرکتها ریسک‌های ناشی از عدم توانایی پیش‌بینی فعالیتهای آینده شرکای خود و احتمال عدم اجرای توافق‌نامه‌ها را می‌پذیرند (رایسیوک، ۲۰۱۷). اعتماد حسن نیت و باور مشترک هر دو طرف قرارداد مبنی بر اینکه طرف دیگر کاملاً با ترویج و پیشبرد رابطه موافق بوده و بر طبق شرایط قراردادی و بدون توقع چیزی در قبال آن، مشتاق انجام کارهایی حتی فراتر از آنچه انتظار می‌رود، است (کامبرا و پولو^۳، ۲۰۰۸).

بیشتر ارتباطات براساس ترکیبی از قدرت و اعتماد است و ترکیبی از این دو در رسیدن به ارتباطی موثر در همکاری‌ها در شبکه زنجیره تامین ضروری است (بلایا^۴ و همکاران، ۲۰۰۸). قدرت اجبار و اعتماد می‌تواند یکپارچگی داخلی را در زنجیره تامین بهبود دهد اما زمانی که اعتماد کم است قدرت، یکپارچگی داخلی را کاهش می‌دهد (یونگ^۵ و همکاران، ۲۰۰۹). نتایج رابطه بین قدرت و اعتماد متفاوت بوده است، برخی از نتایج نشان‌دهنده ارتباط منفی بین قدرت اجبار و اعتماد بوده (جین و همکاران، ۲۰۱۴؛ هاسمن و جانستون^۶، ۲۰۱۰) و تحقیقاتی نیز این رابطه را تأیید نکرده است (کابادایی^۷ و همکاران، ۲۰۱۱). تأمین کنندگانی که از قدرت

-
1. Ryciuk
 2. Akintoye
 3. Cambra & Polo
 4. Belaya
 5. Yeung
 6. Hausman & Johnston
 7. Kabadayi

غیراجبار استفاده می‌کنند سعی بر آن دارند که اعتماد مشتریان را جلب کنند (گیسکنز^۱ و همکاران، ۱۹۹۶). تحقیقات نشان می‌دهد که بین قدرت غیراجبار و اعتماد تأثیر مستقیم وجود دارد (هاسمن و جانستون، ۲۰۱۰؛ چینومونا و چنگک^۲، ۲۰۱۳).

از این رو فرضیه اول و دوم مطرح می‌گردد:

فرضیه ۱: در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان، قدرت اجبار تأثیر معکوس و معناداری بر اعتماد دارد.

فرضیه ۲: در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان، قدرت غیراجبار تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتماد دارد.

تأثیر قدرت بر تعهد در روابط بین اعضای زنجیره تأمین. تعاریف زیادی درباره واژه تعهد در ادبیات مربوط وجود دارد؛ دویر^۳ و همکاران تعهد را به عنوان وعده صریح یا ضمنی از تداوم رابطه میان دو شریک می‌دانند (دویر و همکاران، ۱۹۸۷). مورمن^۴ و همکاران تعهد را تمایل به حفظ رابطه با ارزش تعریف کرده‌اند (مورمن و همکاران، ۱۹۹۲). تعاریف مختلف تعهد را به دو بعد اصلی تعهد احساسی و تعهد حسابگرانه تقسیم می‌کنند (فولرتون^۵، ۲۰۰۳) که هر دو آنها نگرشها و باورهای نسبتاً با ثبات در خصوص رابطه میان دوطرف هستند که از انگیزه‌های مختلف ناشی می‌شوند. تعهد احساسی از طریق تعمیم احساس مثبت نسبت به چیزی مثل برند یا تأمین‌کننده برانگیخته می‌شود و به دلیل دوست داشتن و لذت بردن از آن برند یا عرضه‌کننده تمایل به ادامه رابطه با آن وجود دارد. در مقابل تعهد حسابگرانه ابزاری است که مبتنی بر جنبه‌های عقلانی و اقتصادی رابطه است. تعهد حسابگرانه از پیش‌بینی تغییر هزینه‌های مرتبط با ترک رابطه و وادار کردن مشتریان به وفاداری از نظر اقتصادی نشأت می‌گیرد و همچنین، این نوع تعهد به تعهد مستمر اشاره دارد (ریچارد و جانگک^۶، ۲۰۱۱).

1. Geyskens
2. Chinomona & Cheng
3. Dwyer
4. Moorman
5. Fullerton
6. Richard & Zhang

در زمینه بازاریابی محققان، تعهد در رابطه بین خریدار و تأمین کننده را در مطالعات خود مورد توجه قرار داده‌اند (وانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). اکینتویه و همکاران عدم وجود تعهد را در صنعت ساختمان به عنوان یکی از موانع در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین شناسایی کردند (اکینتویه و همکاران، ۲۰۰۰).

نتایج تحقیق هاسمن و جانستون (۲۰۱۰) نشان داد که قدرت اجبار تأثیر منفی بر تعهد و قدرت غیراجبار تأثیر مثبت بر تعهد دارد و قدرت اجبار نتیجه معکوسی را بر تشویق همکاری داشته درحالیکه قدرت غیراجبار نتایج مثبتی را بدنبال دارد. از این رو فرضیه سوم و چهارم مطرح می‌گردد:

فرضیه ۳. در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان، قدرت اجبار تأثیر معکوس و معناداری بر تعهد دارد.

فرضیه ۴. در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان، قدرت غیر اجبار تأثیر مستقیم و معناداری بر تعهد دارد.

تأثیر اعتماد بر تعهد در روابط بین اعضای زنجیره تأمین. اعتماد به عنوان یکی از مقدمات تعهد در نظر گرفته شده است و رابطه‌ای که در آن اعتماد متقابل بین طرفین وجود دارد و ارزش کافی ایجاد می‌شود مستعد حفظ تعهد طرفین می‌باشد (فرانکو^۲، ۲۰۰۹). رابطه بین اعتماد و تعهد پویا و قابل تغییر است و در یک رابطه تکامل می‌یابد (ابوزاگ و لی^۳، ۲۰۱۳). تئوری تعهد- اعتماد بر شرح توسعه روابط بلندمدت مبادلات بین گروه‌ها تمرکز دارد و این تئوری تعهد و اعتماد را به عنوان دو عامل مهم جدایی ناپذیر در حفظ روابط کسب و کار بیان می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۶) و اعتماد به طور مستقیم بر تعهد تأثیرگذار است (فرانکو، ۲۰۰۹؛ که و زای^۴، ۲۰۰۹؛ وانگ و همکاران، ۲۰۱۶). بر این اساس فرضیه پنجم

-
1. Wang
 2. Franco
 3. Abosag & Lee
 4. Keh & Xie

مطرح می‌شود:

فرضیه ۵: در رابطه بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان، اعتماد تأثیر مستقیم و معناداری بر تعهد دارد.

تأثیر اعتماد در روابط بین اعضای زنجیره تأمین بر عملکرد شرکت. برای ارزیابی اثربخشی هر فعالیت تجاری معیار عملکرد لازم است که شامل سنجش عملکرد استراتژیکی و مالی است (لیو و همکاران، ۲۰۱۸؛ کتیاری^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). عملکرد استراتژیک موجب توسعه مزیت رقابتی پایدار می‌شود (راماسشان^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). عملکرد مالی منعکس‌کننده سودآوری ادراک شده شرکت و عملکرد بازار است (مورمن و راست^۳، ۱۹۹۹). اعتماد در رابطه می‌تواند موجب ترکیب منابع کمیاب بین شرکای زنجیره تأمین و موجب دستیابی به منابعی که قبلاً در دسترس نبود، شود (نیلسن^۴، ۲۰۰۷). با اشتراک‌گذاری منابع و دستیابی به منابع نادر، شرکت‌ها به مزیت رقابتی پایدار می‌رسند و در نتیجه عملکرد استراتژیک افزایش می‌یابد و باعث افزایش قابلیت‌های همکاری فرایندها می‌شود (کیم و چای^۵، ۲۰۱۷). تئوری هزینه تراکنش نشان می‌دهد که اعتماد مشتریان/ تأمین‌کننده فرصت‌طلبی و عدم قطعیت را کاهش و سرمایه‌گذاری در دارایی‌های خاص را افزایش می‌دهد و دستیابی به اهداف مورد انتظار معامله را تضمین می‌کند (جانگ و همکاران، ۲۰۱۳) و اعتماد متقابل موجب بهبود عملکرد می‌شود (پرادهان و روتوری، ۲۰۱۸). در سطح سازمانی، روابط بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمانی بر عملکرد مالی، جنبه‌های عملکردی و تصمیمات استراتژیک شرکت تأثیرگذار است (بریسکو^۶ و همکاران، ۲۰۰۴). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد اعتماد تأثیر مستقیمی بر عملکرد استراتژیک (جین و همکاران، ۲۰۱۴؛ سودهی و

-
1. Katiyar
 2. Ramaseshan
 3. Moorman & Rust
 4. Nielsen
 5. Kim & Chai
 6. Briscoe

سان، ۲۰۰۹) و عملکرد مالی (بجورنسکاو و مئون، ۲۰۱۵؛ جانگ و همکاران، ۲۰۱۳؛ مختاری و علیرضایی، ۲۰۱۴) دارد. بنابراین، فرضیه ششم و هفتم بدین صورت مطرح می‌شوند:

فرضیه ۶: اعتماد در رابطه بین اعضای زنجیره تامین در صنعت ساختمان، تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد استراتژیک دارد.

فرضیه ۷: اعتماد در رابطه بین اعضای زنجیره تامین در صنعت ساختمان، تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد مالی دارد.

تأثیر تعهد در رابطه بین اعضای زنجیره تامین بر عملکرد شرکت. تعهد یکی از عوامل توانمندساز عملکرد زنجیره تامین است (مزروعی نصرآبادی و همکاران، ۱۳۹۳) و در شرایط رقابتی موجب موفقیت بهتر و کاهش موانع اجرایی در زنجیره تامین می‌شود (لوکه^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). طبق تحقیقات انجام شده ارتباط مستمر با تامین کنندگان و تعهد تامین کنندگان از معیارهای عملکردی در یک زنجیره تامین محسوب می‌شوند (رضائی پندری و همکاران، ۱۳۹۳) و تعهد بر عملکرد مالی (مختاری و علیرضایی، ۲۰۱۴؛ اوتامیس^۲ و همکاران، ۲۰۱۵) و عملکرد استراتژیک (اوتامیس و همکاران، ۲۰۱۵؛ لوکه و همکاران، ۲۰۱۳) تأثیر مثبت و معناداری دارد. از این رو فرضیه هشتم و نهم مطرح می‌شوند:

فرضیه ۸: تعهد در رابطه بین اعضای زنجیره تامین در صنعت ساختمان، تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد استراتژیک دارد.

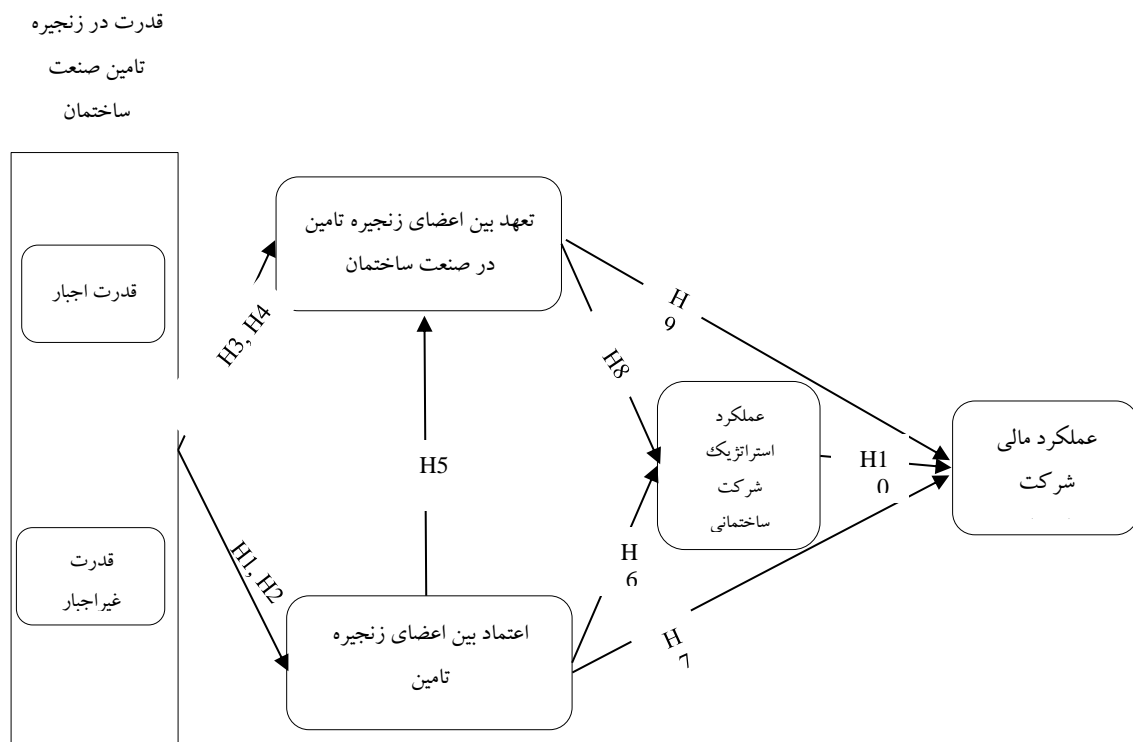
فرضیه ۹: تعهد در رابطه بین اعضای زنجیره تامین در صنعت ساختمان، تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد مالی دارد.

تأثیر عملکرد استراتژیک بر عملکرد مالی. آنچه در نهایت عملکرد زنجیره تامین را مشخص می‌کند، عملکرد مالی آن در افزایش درآمدها و کاهش هزینه‌ها است (محمدی و

1. Luque
2. Otamis

همکاران، ۱۳۹۷). عملکرد استراتژیک می‌تواند حجم فروش و سهم بازار را افزایش دهد که به تبع آن سودآوری و عملکرد مالی نیز افزایش می‌یابد (جین و همکاران، ۲۰۱۴) و عملکرد استراتژیک تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد (دزو و کاوسگیل^۱، ۲۰۰۲). از این رو می‌توان فرض کرد که:

فرضیه ۱۰: عملکرد استراتژیک در شرکت ساختمانی تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد مالی شرکت دارد.
با توجه به ادبیات تحقیق و روابط اشاره شده بین متغیرها، مدل مفهومی تحقیق را می‌توان به صورت شکل ۳ ترسیم کرد.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و از شاخه مطالعات میدانی به شمار می‌آید، روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایش بوده است و برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر، مدیران (عالی، میانی و عملیاتی) شرکتهای ساختمانی در شهر سمنان است، برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد که تعداد ۱۴۰ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت. پرسشنامه مذکور شامل دو بخش است؛ بخش اول سوالات جمعیت شناختی چون پست سازمانی و سابقه کار مطرح شد و در بخش دوم نیز برای سنجش متغیرهای قدرت اجبار و غیراجبار از پرسشنامه لئونیدو و همکاران (۲۰۰۸) هر کدام با ۵ گویه، اعتماد از پرسشنامه دانی و کانن^۱ (۱۹۹۷) با ۵ گویه، تعهد با ۸ گویه از پرسشنامه گونیرس^۲ (۲۰۰۵) و عملکرد استراتژیک و عملکرد مالی هر کدام با ۳ گویه از پرسشنامه راماسشان و همکاران (۲۰۰۶) و جانسن (۱۹۹۹) استفاده گردید.

در این تحقیق به منظور بررسی روایی محتوا و روایی ظاهری، پرسشنامه‌ی اولیه در اختیار جمعی از استادان و کارشناسان دانشگاهی قرار داده شد. در این پرسشنامه، متغیرهای مکنون، سوالات هر یک از متغیرها آورده شده بود تا مشخص شود که آیا متغیرهای مشاهده‌گر توانایی و هم‌خوانی لازم برای سنجش متغیرهای مکنون را دارند یا خیر؟ که با نظر آنها تعدادی از سوالات که از نظر محتوا با متغیر مورد نظرشان تناسب نداشتند حذف و تعدادی از سوالات نیز ویرایش ادبی شدند و برای تعدادی از کلمات نامانوس نیز معادل‌های آسان‌تر و قابل فهم‌تری انتخاب شد. پس از جمع‌آوری نظرهای اصلاحی خبرگان و اعمال آنها پرسشنامه نهایی طراحی شد. همچنین برای تعیین روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده^۳ استفاده شده است. مقدار ملاک برای سطح قبولی میانگین واریانس استخراج

1. Doney & Cannon
2. Gounaris
3. AVE

شده، ۰/۴ به بالا است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲) و برای تعیین روایی سازه نیز از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که در جدول ۱ مقدار آن درج شده است.

جدول ۱. نتایج روایی متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص	بار عاملی	عدد معناداری	میانگین واریانس استخراج شده
قدرت اجبار	قدرت اجبار ۱	۰/۷۵۹	۳۲/۵۹۵	۰/۵۴۳
	قدرت اجبار ۲	۰/۷۴۹	۱۷/۲۲۱	
	قدرت اجبار ۳	۰/۸۵۵	۶۱/۲۸۳	
	قدرت اجبار ۴	۰/۶۴۵	۱۲/۸۸۷	
	قدرت اجبار ۵	۰/۶۵۸	۲۰/۰۵۰	
قدرت غیر اجبار	قدرت غیر اجبار ۱	۰/۸۱۰	۲۲/۷۱۵	۰/۴۸۸
	قدرت غیر اجبار ۲	۰/۸۱۰	۳۶/۲۶۸	
	قدرت غیر اجبار ۳	۰/۶۲۹	۱۱/۲۷۸	
	قدرت غیر اجبار ۴	۰/۶۲۲	۱۱/۱۸۹	
	قدرت غیر اجبار ۵	۰/۵۹۲	۱۳/۳۱۰	
اعتماد	اعتماد ۱	۰/۶۹۲	۱۶/۸۵۲	۰/۵۶۷
	اعتماد ۲	۰/۷۳۶	۲۱/۸۷۰	
	اعتماد ۳	۰/۷۸	۳۸/۵۷۹	
	اعتماد ۴	۰/۸۰۶	۴۸/۰۱۴	
	اعتماد ۵	۰/۷۴۸	۲۷/۳۱۱	
تعهد	تعهد ۱	۰/۷۶۴	۲۷/۹۸۵	۰/۴۵۶
	تعهد ۲	۰/۷۴۸	۲۱/۲۷۸	
	تعهد ۳	۰/۷۶۷	۲۳/۰۶۹	
	تعهد ۴	۰/۷۱۰	۱۷/۴۲۸	
	تعهد ۵	۰/۷۲۵	۲۲/۸۷۹	
	تعهد ۶	۰/۵۹۶	۱۴/۷۸۵	
	تعهد ۷	۰/۴۰۳	۹/۲۰۸	
	تعهد ۸	۰/۶۲۳	۱۸/۲۶۰	
عملکرد استراتژیک	عملکرد	۰/۸۲۰	۳۵/۷۶۲	۰/۷۱۱

			استراتژیک ۱	
			عملکرد	
	۶۱/۲۶۴	۰/۸۶۹	استراتژیک ۲	
	۴۵/۴۶۴	۰/۸۴۱	عملکرد	
			استراتژیک ۳	
۰/۷۳۱	۷۳/۱۲۰	۰/۸۷۴	عملکرد مالی ۱	عملکرد مالی
	۶۱/۹۱۸	۰/۸۸۳	عملکرد مالی ۲	
	۲۳/۵۳۷	۰/۸۰۷	عملکرد مالی ۳	
مقدار قابل قبول بار عاملی: بیشتر از ۰/۳				
مقدار قابل قبول عدد معناداری: بیشتر از ۱/۹۶ + و کمتر از ۱/۹۶ -				

برای تعیین روایی و اگرای مدل نیز از معیار فورنل- لارکر استفاده شده است. جدول ۲ نتایج معیار فورنل- لارکر را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج روایی و اگرای مدل پژوهش

متغیر	قدرت اجبار	قدرت غیر اجبار	اعتماد	تعهد	عملکرد استراتژیک	عملکرد مالی
قدرت اجبار	۰/۷۳۶					
قدرت غیر اجبار	-۰/۴۷۰	۰/۶۹۸				
اعتماد	-۰/۳۵۹	۰/۳۹۴	۰/۷۵۲			
تعهد	-۰/۵۲۱	۰/۴۵۸	۰/۴۶۲	۰/۶۷۵		
عملکرد استراتژیک	-۰/۴۸۴	۰/۵۷۶	۰/۴۸۰	۰/۳۳۰	۰/۸۴۳	
عملکرد مالی	-۰/۴۱۴	۰/۵۹۳	۰/۵۴۰	۰/۳۸۵	۰/۶۲۳	۰/۸۵۴

بر اساس نتایج همبستگی‌ها و جذر میانگین واریانس استخراج شده روی قطر اصلی جدول ۲، می‌توان روایی و اگرای مدل را از نظر معیار فورنل- لارکر نتیجه گرفت.

برای تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از آلفای کرونباخ و روش پایایی مرکب^۱ استفاده شد که وجود آلفای کرونباخ در بازه‌ای بالاتر از ۰/۷ نشان‌دهنده سطح رضایت‌بخش است که

1. Composite Reliability

آلفای کروناخ کل پرسشنامه ۰/۷۶۸ بدست آمد. همچنین مقدار ضرایب سازه‌ها با پایایی مرکب بالاتر از مقدار ۰/۷، پایایی قابل قبولی را نشان می‌دهد و هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی آن بیشتر است. جدول ۳ نتایج پایایی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۳. پایایی متغیرهای تحقیق

متغیر	پایایی مرکب	آلفای کروناخ
قدرت اجبار	۰/۸۵۴	۰/۷۸۷
قدرت غیراجبار	۰/۸۲۴	۰/۷۶۰
اعتماد	۰/۸۶۷	۰/۸۱۰
تعهد	۰/۸۶۷	۰/۸۳۱
عملکرد استراتژیک	۰/۸۸۰	۰/۷۹۷
عملکرد مالی	۰/۸۹۰	۰/۸۱۷

همانطور که در جدول ۱ و ۲ نشان داده شده است تمامی سازه‌های تحقیق از روایی و پایایی مناسب برخوردارند.

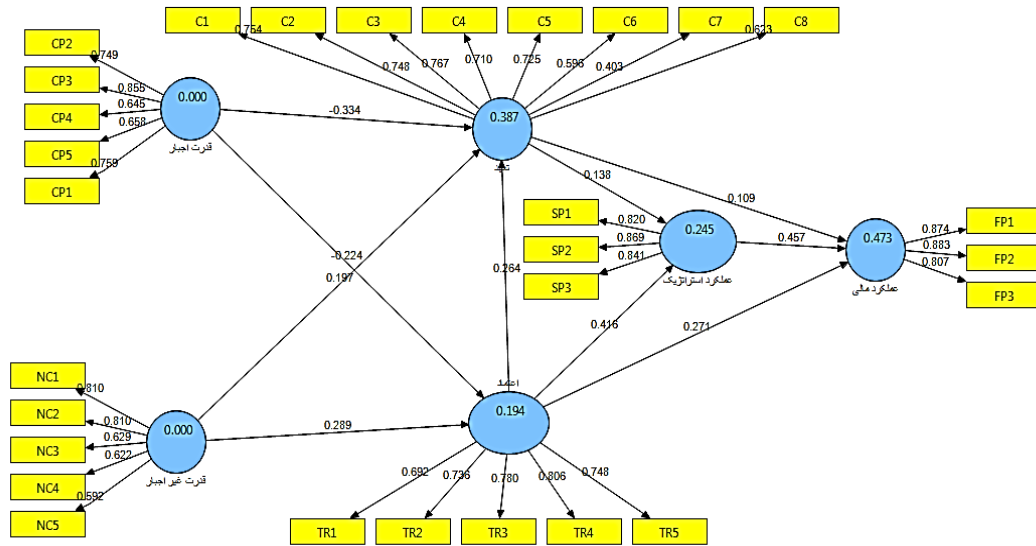
یافته‌های پژوهش

در این قسمت با استفاده از تکنیک معادلات ساختاریافته و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۱ به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد. تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی نمونه تحقیق حاضر در جدول ۴ انعکاس یافته است.

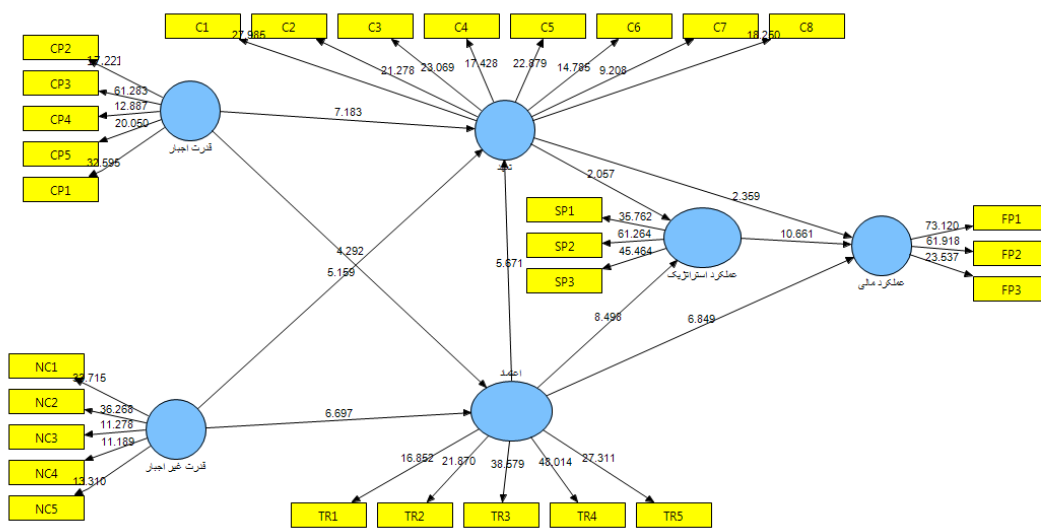
جدول ۴. مشخصات جمعیت شناختی نمونه

درصد	تعداد	گزینه‌ها	ویژگی مورد بررسی
۰	۰	زیر دیپلم	تحصیلات
۱۷/۸	۲۵	دیپلم و فوق دیپلم	
۷۰	۹۸	لیسانس	
۱۲/۲	۱۷	فوق لیسانس و بالاتر	
۱۰/۷	۱۵	مدیر عالی	پست سازمانی
۳۵/۷	۵۰	مدیر میانی	
۵۳/۶	۷۵	مدیر عملیاتی	
۱۷/۸	۲۵	کمتر از ۵ سال	سابقه کار
۳۲/۸	۴۶	۶-۱۰ سال	
۲۱/۴	۳۰	۱۱-۱۵ سال	
۲۰/۷	۲۹	۱۶-۲۰ سال	
۷/۳	۱۰	بالاتر از ۲۰ سال	

ضرایب مسیر از لحاظ بزرگی، علامت و معناداری مورد بررسی قرار می‌گیرند. ضرایب مسیر مثبت نشان‌دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای درونزا و برونزا می‌باشد. در مقابل ضرایب مسیر منفی نشان‌دهنده رابطه معکوس بین متغیرهای پنهان درونزا و برونزا می‌باشد. کوهن برای اندازه اثر (ضرایب مسیر) به ترتیب سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را برای میزان اثر ضعیف، متوسط و قوی بیان نمود. معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت علامت ضریب بتای مدل می‌باشد. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی، ۱/۶۴، ۱/۹۶، ۲/۵۸ مقایسه می‌شود (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳).



شکل ۴. نتیجه معادلات ساختاری در حالت ضرایب مسیر



شکل ۵. نتیجه معادلات ساختاری در حالت اعداد معناداری

جدول ۵ نتایج آزمون فرضیه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر
تائید	۴/۲۹۲	-۰/۲۲۴	قدرت اجبار-اعتماد (منفی)
تائید	۶/۶۹۷	۰/۲۸۹	قدرت غیراجبار-اعتماد
تائید	۷/۱۸۳	-۰/۳۳۴	قدرت اجبار-تعهد (منفی)
تائید	۵/۱۵۹	۰/۱۹۷	قدرت غیراجبار-تعهد
تائید	۵/۶۷۱	۰/۲۶۴	اعتماد-تعهد
تائید	۸/۴۹۸	۰/۴۱۶	اعتماد-عملکرد استراتژیک
تائید	۶/۸۴۹	۰/۲۷۱	اعتماد-عملکرد مالی
تائید	۲/۰۵۷	۰/۱۳۸	تعهد-عملکرد استراتژیک
تائید	۲/۳۵۹	۰/۱۰۹	تعهد-عملکرد مالی
تائید	۱۰/۶۶۱	۰/۴۵۷	عملکرد استراتژیک-عملکرد مالی

جهت بررسی شاخص‌های برازندگی مدل آزمون‌های مختلفی وجود دارد که پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل هستند. اما هنوز در مورد حتی یک آزمون بهینه، توافق همگانی وجود ندارد. در نتیجه مقاله‌های مختلف شاخص‌های مختلفی را ارائه کرده و حتی برنامه‌های معادلات ساختاری نیز شاخص‌های گوناگونی ارائه می‌دهند. ارزیابی نتایج مدل ساختاری شامل بررسی قابلیت‌های پیش‌بینی مدل و روابط میان سازه‌ها است (هومن، ۱۳۹۵). معیارهای کلیدی ارزیابی مدل ساختاری ضرایب تعیین^۱، تناسب پیش‌بین^۲ و اشتراک با روایی متقاطع^۳ است. دامنه ضریب تعیین از صفر تا یک است و مقادیر بزرگتر سطح دقت پیش‌بینی بالاتر را نشان می‌دهد. این مقدار بستگی به پیچیدگی مدل و رشته مورد مطالعه دارد و مقدار تناسب پیش‌بین و اشتراک با روایی متقاطع بیشتر از صفر برای یک متغیر مکنون درونزای انعکاسی معین نشان‌دهنده اعتبار مدل مسیری است. تنه‌اوس و همکاران شاخص نیکویی برازش^۴ به

1. R2
2. Q2
3. CV-communality
4. GOF

معنای یک شاخص برای اعتبار کل مدل پی‌ال اس باشد پیشنهاد کردند (هیر^۱ و همکاران، ۱۳۹۵) که برای این شاخص مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی تعریف شده‌اند. جدول ۶ نتایج شاخص‌های برازندگی مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۶. شاخص‌های برازندگی مدل

متغیر مکنون درونزا	ضریب تعیین	تناسب پیش‌بین	اشتراک با روایی مقاطع	شاخص نیکویی برازش مدل
تعهد	۰/۳۸۷	۰/۱۶۴	۰/۴۵۶	۰/۴۳۵
اعتماد	۰/۱۹۴	۰/۱۰۵	۰/۵۶۸	
عملکرد استراتژیک	۰/۲۴۵	۰/۱۷۴	۰/۷۱۲	
عملکرد مالی	۰/۴۷۳	۰/۳۲۰	۰/۷۳۲	

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر قدرت در روابط بین اعضای زنجیره تأمین در صنعت ساختمان بر عملکرد مالی با میانجی‌گری اعتماد، تعهد و عملکرد استراتژیک است. براساس نتایج جدول ۵، تأثیر منفی و معنادار قدرت اجبار بر اعتماد در روابط زنجیره تأمین در صنعت ساختمان با میزان اثر ۰/۲۲۴- و بر تعهد با میزان اثر ۰/۳۳۴- تایید شد که با نتایج تحقیقات جین و همکاران (۲۰۱۴)، هاسمن و جانستون (۲۰۱۰) همخوانی دارد. برخی از تأمین‌کنندگان منافع خود را در جهت فشار آوردن به خریدار با قدرت اجبار می‌بینند که اثرات مخربی را می‌تواند به جای بگذارد.

بر اساس نتایج پژوهش، تأثیر مستقیم و معنادار قدرت غیراجبار بر اعتماد در روابط زنجیره تأمین در صنعت ساختمانی با میزان اثر ۰/۲۸۹ و بر تعهد با میزان اثر ۰/۱۹۷ تایید شد که با نتایج تحقیقات چینومونا و چنگ (۲۰۱۳)، هاسمن و جانستون (۲۰۱۰) مطابقت دارد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که قراردادهای همکاری شرکتها برپایه انتفاع اعضا تنظیم شوند و تا حد ممکن اعضا در یک زنجیره تأمین توانمندبهایشان را برای جلب رضایت ارائه کرده که موجب اعتماد و تعهد بیشتر نسبت به دوام و پایداری به رابطه شود.

فرضیه پنجم مبنی بر تاثیر مستقیم و معنادار اعتماد بر تعهد در روابط زنجیره تامین در صنعت ساختمانی با میزان تاثیر ۰/۲۶۴ تایید شد که با نتیجه تحقیقات وانگ و همکاران (۲۰۱۶)، فولرتن (۲۰۱۱)، که و زای (۲۰۰۹)، فرانکو (۲۰۰۹) همخوانی دارد. اعتماد طرفین موجب کاهش هزینه‌های هر دو طرف شده و از طرفی تعهد بین طرفین افزایش می‌یابد. اعتماد، تعهد و رضایتمندی در نهایت منجر به تعهد بیشتر خریداران به تأمین‌کننده می‌شود.

طبق نتایج آزمون فرضیات، تاثیر مستقیم و معنادار اعتماد بر عملکرد استراتژیک در شرکت ساختمانی با میزان تاثیر ۰/۴۱۶، مطابق با نتایج تحقیقات سودهی و سان (۲۰۰۹)، جین و همکاران (۲۰۱۴) و تاثیر مستقیم و معنادار اعتماد بر عملکرد مالی با میزان تاثیر ۰/۲۷۱ مطابق با نتایج تحقیقات بجورنسکاو و مئون (۲۰۱۵)، مختاری و علیرضایی (۲۰۱۴)، جانگ و هوآ (۲۰۱۳) نیز تایید شدند. اعتماد موجب تحرک بیشتر طرفین و آینده‌نگری آنها در جهت توسعه و بهبود شرایط استراتژیک و مالی نسبت به رقبا می‌شود و شرکتها با اتکا به قدرت اعتماد می‌توانند زیرساختها و سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی و توسعه‌ای خود را افزایش داده و همچنین اعتماد با کاهش هزینه‌ها و توقف‌های بی‌مورد طرفین می‌شود.

بر اساس نتایج جدول ۴، تاثیر مستقیم و معنادار تعهد بر عملکرد استراتژیک (مطابق نتایج تحقیقات اوتامیس و همکاران (۲۰۱۵)، لوکه و همکاران (۲۰۱۵)) و عملکرد مالی شرکت (منطبق با نتایج تحقیقات مختاری و علیرضایی (۲۰۱۴)، اوتامیس و همکاران (۲۰۱۵)) تایید شدند. فرضیه دهم مبنی بر تاثیر مستقیم و معنادار عملکرد استراتژیک بر عملکرد مالی شرکت که با نتایج تحقیقات دزو و کاوسگیل (۲۰۰۲) همخوانی دارد، تایید شد. با افزایش اعتماد و به اشتراک گذاشتن منابع مهم در زنجیره تامین عملکرد استراتژیک افزایش یافته و در دسترس بودن منابع می‌تواند سهم بازار و سودآوری را افزایش داده و عملکرد مالی نیز بهبود یابد. به طور کلی بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادات زیر به مدیران و تصمیم‌گیرندگان ارائه می‌شود:

با توجه به تاثیر قدرت بر تعهد و اعتماد می‌توان پیشنهاد کرد که تامین‌کنندگان از تهدیدها، جرایم و تحریم‌ها حتی‌الامکان اجتناب کنند تا باور خرده‌فروشان از صداقت و امانتداری

تامین کنندگان خدشه‌دار نشود. با توجه به تأثیر اعتماد بر تعهد و عملکرد پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از بازاریابی رابطه‌مند اعتماد را بین اعضای زنجیره تأمین تقویت کنند تا به تبع آن عملکرد استراتژیک و عملکرد مالی نیز بهبود یابد. انگیزه‌ها و مشوق‌هایی مانند تبادل اطلاعات و ارائه مشاوره‌های تخصصی برای جلب هر چه بیشتر اعتماد در بین اعضای زنجیره تأمین تقویت نمایند تا موجب افزایش سهم بازار و رشد سریع‌تر گردد. همچنین با وجود تأثیر مستقیم عملکرد استراتژیک بر عملکرد مالی می‌توان پیشنهاد کرد که شرکتها منابع مهم و کمیاب را در زنجیره تأمین خود به اشتراک گذارند تا ضمن کاهش هزینه‌ها، موجب افزایش سودآوری نیز شود.

در این پژوهش دسترسی به صورت‌های مالی شرکت‌های مورد بررسی وجود نداشت و عملکرد مالی شرکتها به صورت دقیق امکان‌پذیر نبود و براساس نظرات مدیران سنجیده شده است، لذا پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در تحقیقات آینده جهت دستیابی به نتایج دقیق‌تر شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار که صورت‌های مالی آنها در دسترس است را مورد بررسی قرار دهند. قدرت قانونی، قدرت مرجع، قدرت تخصص، قدرت اجبار و قدرت پاداش را جایگزین قدرت اجبار و قدرت غیراجبار کنند و نتایج را بررسی نمایند. این پژوهش در صنعت ساختمان انجام شده است لذا پژوهشگران می‌توانند این پژوهش را در صنایع دیگر مورد بررسی قرار دهند.

منابع

- آفاجانی، حسنعلی، روانستان. کاظم (۱۳۹۳). بررسی تاثیر مولفه‌های تامین در مدیریت زنجیره عرضه بر شاخص‌های عملکردی سازمان با روش معادلات ساختاری (مورد مطالعه: صنعت الکترونیک خودرویی ایران)، فصلنامه مدیریت صنعتی، سال ششم، شماره ۲، ص ۲۱۹-۲۴۰.
- بنی‌هاشمی. سید علی، حاجی مولانا. سید محمد (۱۳۹۶). تحلیل حساسیت اثر شلاق چرمی در زنجیره تامین چهار سطحی با استفاده از روش میانگین متحرک برای برآورد تقاضا. فصلنامه مدیریت صنعتی، سال نهم، شماره ۱، ص ۴۳-۵۸.
- بیگلری. احمد (۱۳۸۹). بررسی میزان یکپارچگی زنجیره تامین در صنعت ساختمان و تاثیر آن بر عملکرد سازمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران، تهران.
- داوری. علی، رضازاده. آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی ال اس. تهران: جهاد دانشگاهی.
- رضائی پندری. عباس، آذر. عادل، تقوی. الهوردی، مقبل باعرض. عباس (۱۳۹۳). ارائه مدل ارزیابی عملکرد زنجیره تامین خدمات با رویکرد نگاشت شناختی فازی، چشم‌انداز مدیریت صنعتی، شماره ۱۶، ص ۷۵-۹۳.
- طالبی. داوود، ملاطایفه. فاطمه (۱۳۹۰). رویکرد ارزیابی و انتخاب عرضه‌کنندگان در طول زنجیره تامین با استفاده از تکنیک ترکیبی فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی و برنامه‌ریزی خطی چندهدفه فازی. چشم‌انداز مدیریت صنعتی، شماره ۲، ص ۲۷-۴۲.
- عبدالوند. محمدعلی، شمعی. آناهیتا (۱۳۸۸)، ارزیابی عوامل موثر بر رضایت خریدار در زنجیره تامین (مطالعه موردی: کارخانجات مواد غذایی استان اصفهان). مجله مدیریت بازاریابی، سال چهارم، شماره ۷، ص ۶۹-۹۸.
- قاسمیه. رحیم، جمالی. غلامرضا، کریمی اصل. الهام (۱۳۹۴). تحلیل ابعاد رویکرد مدیریت زنجیره تامین لارج در صنعت سیمان از طریق تلفیق تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، فصلنامه مدیریت صنعتی، سال هفتم، شماره ۴، ص ۸۳۶-۸۱۳.

محسنین. شهریار، اسفیدانی. محمدرحیم (۱۳۹۳). معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم/فزار Smart-PLS. تهران: کتاب مهربان نشر.

محمدی. امیرسالار، عالم تبریز. اکبر، پیشوایی. میرسامان (۱۳۹۷). طراحی شبکه زنجیره تأمین سبز حلقه بسته همراه با تصمیم‌های مالی در شرایط عدم قطعیت. فصلنامه مدیریت صنعتی، سال دهم، شماره ۱، ص ۶۱-۸۴.

مزروعی نصرآبادی. اسماعیل، الفت. لعیا، امیری. مقصود، خاتمی فیروزآبادی. سیدمحمدعلی (۱۳۹۳)، شناسایی و دسته‌بندی توانمندسازهای عملکرد زنجیره تأمین صنعت فرش دست‌باف ایران. دو فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن علمی فرش ایران، سال دهم، شماره ۲۶، ص ۶۱-۷۶.

هومن. حیدرعلی (۱۳۹۵). مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم/فزار لیزرل. تهران: سمت.

هیر. جوزف، هالت. توماس، رینگل. کریستین، سارستد. مارکو (۱۳۹۵)، مدل‌سازی معادلات ساختاری کمترین مربعات جزئی. عادل آذر و رسول غلامزاده، تهران: نگاه دانش

Abosag, I. and Lee, Joong-Woo (2013), "The Formation of Trust and Commitment in Business Relationships in the Middle East", *International Business Review*, Vol. 22. PP: 602-614.

Abu Saleh, M., Ali, M. Yunus, and Mavondo, Felix. T. (2014), "Drivers of Important Trust and Commitment: Evidence from a Developing Country", *Journal of Business Research*, Vol. 67, PP: 2523-2530.

Akintoye, A, McIntosh, George, and Fitzgerald, Eamon (2000), "A Survey of Supply Chain Collaboration and Management in the UK Construction Industry", *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 6, PP: 159-168.

Behara, P. and Mohanty, R. P., and Prakash, A. (2018). "An Investigation of Implementation Issues Process Phases and Knowledge Areas of Project Management in the Performance of Construction Supply Chains", *Int. J. Project Organisation and Management*, Vol. 10, No. 2, PP: 137-157.

Belaya, V., Torok, T. and Hanf, J. (2008). "Recognizing the Links between Power and Trust in Managing Supply Chain Relationships". 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists.

Bjornskov, C. and Meon, P. (2015). "The Productivity of Trust". *World Development*, Vol. 70, PP: 317-331.

Briscoe, G. H., Dainty, A. R. J., Millett, S. J., and Neale, R. H. (2004). "Client-Led Strategies for Construction Supply Chain Improvement", *Construction Management & Economics*, Vol. 22, PP: 193-201.

Cambra, J. J. and Polo, Y. (2008). "Creating Satisfaction in the Demand-Supply Chain: The Buyers' Perspective", *International Journal of Supply Chain Management*, Vol. 13, No. 3, PP: 211-224.

Chau, K. Y., Wang, C. H., Luo, J. M and Huang, S. Z. (2018), "A Study on Structural Embeddedness of Supply Chain and Firm Performance- Based on the Moderation of Integration Mechanism", *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, Vol. 21, No. 2, PP: 329-339.

Chinomona, R. and Cheng, J. (2013). "Distribution Channel Relational Cohesion Exchange Model: A Small to Medium Enterprise Manufacturer's Perspective", *Journal of Small Business Management*, Vol. 51, No. 2, PP: 256-275.

Cox, A. (1999). "Power, Value and Supply Chain Management", *Supply Management: An International Journal*, Vol. 4, No. 4, PP: 167-175.

Cox, A. and Ireland, P. (2002), "Managing Construction Supply Chains: The Common Sense approach. *Engineering. Construction Architectural Management*, 9 (5,6): 409-418.

Dallasega, P., Rauch, E. & Linder, C. (2018). "Industry 4.0 as an Enabler of Proximity for Construction Supply Chain: A Systematic Literature Review". *Computers in Industry*, Vol. 99, 205-225.

Doney, P. M. and Cannon, J. P. (1997). "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships". *Journal of Marketing*, Vol. 61, No. 2, PP: 35-51.

Dubois, A. and Gadde, L. E. (2000), "Supply Strategy and Network Effects- Purchasing Behavior in the Construction Industry", *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 6, PP: 207-215.

Dwyer, F. R, Schurr, P. H. and Oh, S. (1987). "Developing Buyer-Seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 51, No. 2, PP: 1-27.

Franco, M. J. S. (2009). "The Moderating Effects of Involvement on the Relationships between Satisfaction, Trust and Commitment in E-Banking", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 23, PP: 247-258.

Fullerton, G. (2003). "When Does Commitment Lead to Loyalty", *Journal of Service Research*, Vol. 5, No. 4, PP: 333-344.

Geyskens, I., Steenkamp, J. E. M., Scheer, L. K., and Kumar, N. (1996). "The Effects of Trust and Interdependence on Relationship Commitment: A Trans-Atlantic Study", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 13, No. 4, PP: 246-258.

Gounaris, S. P. (2005). "Trust and Commitment Influences on Customer Retention: Insights from Business-to-Business Services", *Journal of Business Research*, Vol. 58, No. 2, PP: 126-140.

Hausman, A. and Johnston, W. J. (2010). "The Impact of Coercive and Non- Coercive Forms of Influence on Trust, Commitment, and Compliance in Supply Chains", *Industrial Marketing Management*, Vol. 39, PP: 519-526.

Huang, Y. and Wilkinson, I. F. (2013). "The Dynamics and Evolution of Trust in Business Relationships". *Industrial Marketing Management*, Vol. 42, PP: 455-465.

Jain, M., Khalil, S., Johnston, W. J. and Chang, J. (2014). "The Performance Implications of Power-Trust Relationship: The Moderating Role of Commitment in the Supplier- Retailer Relationship". *Industrial Marketing Management*, Vol. 43, PP: 312-321.

Jain, V., Kumar, S., Kundu, A. and Chandra, C. (2016). "Linking Procurement Operations to Power- Influence in a Supply Chain". *Journal of Manufacturing Systems*, Vol. 41, PP: 201-210.

Jarratt, D. and Ceric, A. (2015). "The Complexity of Trust in Business Collaborations". *Australasian Marketing Journal*, Vol. 23, PP: 2-12.

Johnsen, R. E. and Lacoste, S. (2016). "An Exploration of the Dark Side Associations of Conflict, Power and Dependence in Customer-Supplier Relationships". *Industrial Marketing Management*, Vol. 59, PP: 76-95.

Johnson, J. L. (1999). "Strategic Integration in Industrial Distribution Channels: Managing the Inter-Firm Relationship as a Strategic Asset". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27, No. 1, PP: 4-18.

Kabadayi, E., Alan, A., and Erdebil, A. (2011). "The Factors Affecting the Level of Trust between Buyer- Seller: An Example from Household Appliances Sector". *Journal of Global Strategic Management*, Vol. 9, PP: 31-39.

Katiyar, R., Meena, P., Barua, M. K., Tibrewala, R. and Kumar, G. (2018). "Impact of Sustainability and Manufacturing Practices on Supply Chain Performance: Finding from an Emerging Economy". *International Journal of Production Economics*, Vol. 197, PP: 303-316.

Keh, H. and Xie, Y. (2009). "Corporate Reputation and Customer Behavioral Intentions: The Roles of Trust, Identification and Commitment". *Industrial Marketing Management*, Vol. 38, PP: 732-742.

Kim, M. and Chai, S. (2017). "The Impact of Supplier Innovativeness, Information Sharing and Strategic Sourcing on Improving Supply Chain Agility: Global Supply Chain Perspective". *International Journal of Production Economics*, Vol. 187, PP: 42-52.

Leonidou, L. C., Talias, M. A., and Leonidou, C. N. (2008). "Exercised Power as Driver of Trust and Commitment in Cross Border Industrial Buyer Seller Relationships". *Industrial Marketing Management*, Vol. 37, No. 1, PP: 92-103.

Liu, C., Shang, K., Lirn, T., Lai, K. and Lun, Y.H. V. (2018). "Supply Chain Resilience, Firm Performance, and Management Policies in the Liner Shipping Industry". *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Vol. 110, PP: 202-219.

Luque, R. A., Garcia, J. A., and Lopez, C. M. (2015). "An Analysis of the Direct and Mediated Effects of Employee Commitment and Supply Chain Integration on Organizational Performance", *Int. J. Production Economics*, Vol. 162, PP: 242-257.

Meqdadi, O., Johnsen, T. E., and Johnsen, R. E. (2017). "The Role of Power and Trust in Spreading Sustainability Initiatives Across Supply Networks: A Case Study in the Bio-Chemical Industry". *Industrial Marketing Management*, Vol. 62, PP: 61-76.

Mokhtari, M. and Alirezaie, A. (2014). "An Investigation on the Effects of Supply Chain Management on Improvement of Firms' Financial Performance". *Management Science Letters*, Vol. 4, PP: 743-746.

Moorman, C. and Rust, R.T. (1999). "The Role of Marketing". *Journal of Marketing*, Vol. 63, PP: 180-197 (special issue).

Moorman, C., Zaltman, G. and Deshpande, R. (1992). "Relationships between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust within and between Organizations". *Journal of Marketing Research*, Vol. 29, No. 3, PP: 314-329.

Nielsen, B. (2007), "Determining International Strategic Alliance Performance: A Multidimensional Approach". *International Business Review*, Vol. 16, No. 3, PP: 337-361.

Otamis, P. A., Saltik, I. A., and Babacan, S. (2015), "The Relationship between Paternalistic Leadership and Business Performance in Small Tourism Businesses: The Moderating Role of Affective Organizational Commitment", *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 207, PP: 90-97.

Pradhan, S. and Routroy, S. (2018). "Improving Supply Chain Performance by Supplier Development Program through Enhanced Visibility". *Materials Today: Proceedings*, Vol. 5, No. 2, PP: 3629-3638.

Ramaseshan, B., Yip, L. S.C. and Pae, J. H. (2006). "Power, Satisfaction, and Relationship Commitment in Chinese Store-Tenant Relationship and Their Impact on Performance". *Journal of Retailing*, Vol. 82, Vo. 1, PP: 63-70.

Richard, J. E. and Zhang, A. (2011). "Corporate Image, Loyalty, and Commitment in the Consumer Travel Industry". *Journal of Marketing Management*, Vol. 28, No. 5, 6, PP: 568-593.

Rygiuk, U. (2017). "Identification of Factors Related to Trust Formation in Construction Supply Chains". *Procedia Engineering*, Vol. 182, PP: 627-634.

Segerstedt, A. & Olofsso, T. (2010). "Supply Chain in the Construction Industry". *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol 15, No. 5, 347-353.

Sodhi, M. S. and Son, B. (2009). "Supply-Chain Partnership Performance". *Transportation Research Part E*, Vol. 45, PP: 937-945.

Vaidyanathan, K. (2009). "Overview of It Applications in the Construction Supply Chain". *Construction Supply Management Handbook*. W. J. O'Brien, C. T. Formoso, R. Vrijhoef and K. A. London. Boca Raton, CRC Press/ Taylor & Francis Group: 15 (1-32).

Vrijhoef, R., Koskela, L. & Howell, G. (2001). "Understanding Construction Supply Chains: An Alternative Interpretation". *Proceedings of 9th International Group for Lean Construction Conference*.

Wang, C. L, Shi, Y. and Barnes, B. R. (2015). "The Role of Satisfaction, Trust and Contractual Obligation on Long-Term Orientation". *Journal of Business Research*, Vol. 68, PP: 473-479.

Wang, R., Ho, C M. and Zhang, J. J. (2012). "Examining the Effects of Relationship Quality and Calculative Commitment on Sport Consumer Behaviors for Intercollegiate Athletics". *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, Vol. 5, PP: 301-328.

Wang, W.T., Wang, Y.S. and Liu, E. R. (2016). "The Stickiness Intention of Group- Buying Websites: The Integration of the Commitment- Trust Theory and E-Commerce Success Model". *Information and Management*, Vol. 53, No. 5, PP: 625-642.

Wibowo, M. A. and Sholeh, M. N. (2015). "The Analysis of Supply Chain Performance Measurement at Construction Project". *Procedia Engineering*, Vol. 125, PP: 25-31.

Xue, X., Wang, Y., Shen, Q. and Yu, X. (2007). "Coordination Mechanisms for Construction Supply Management in the Internet Environment". *International Journal of Project Management*. Vol. 25, 150-157.

Yeung, J., Selen, W., Zhang, M. and Huo, B. (2009). "The Effects of Trust and Coercive Power on Supplier Integration". *Int. J. Production Economics*, Vol. 120, PP: 66-78.

Zhang, M. and Huo, B. (2013). "The Impact of Dependence and Trust on Supply Chain Integration". *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 43, No. 7, PP: 544- 563.

Zhao, X., Huo, B., Flynn, B. B. and Yeung, J. (2008). "The Impact of Power and Relationship Commitment on the Integration between Manufactures and Customers in a Supply Chain". *Journal of Operations Management*, Vol. 26, PP: 368-388.

Zou, S. and Cavusgil, S. T. (2002). "The GMS: A Broad Conceptualization of Global Marketing Strategy and its Effect on Firm Performance". *Journal of Marketing*, Vol. 66, No. 4, PP: 40-56.