

## بررسی اثرات توانمندسازی استفاده از مدیریت زنجیره تامین پایدار و تاثیر آن در مزیت رقابتی شرکت‌های ایرانی

سپیده امینی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت، موسسه آموزشی عالی سهروردی

**چکیده** - طی چند سال اخیر ظهور فناوری‌های نوین و ایجاد تحولات عظیم در بازارهای جهانی، مدیریت زنجیره تامین را بیش از پیش امری ضروری ساخته است، زنجیره تامین سلسله عوامل و سازمان‌هایی را که از ابتدای تولید محصول (خدمات) تا انتهای مصرف و حتی چرخه‌ی بازتولید محصولات درگیر هستند؛ شامل می‌شود. با یک نگاه دقیق‌تر به موضوع زنجیره تامین و مدیریت عملیات درمی‌یابیم که آنها به واسطه تاکید صرف بر مسایل اقتصادی و عملیاتی، به جای در نظر گرفتن یک دیدگاه جامع و همه‌جانبه به موضوعات اجتماعی و محیطی که سازمان‌های امروزی با آن مواجه هستند، ایجاد گردیده‌اند. هدف پژوهش بررسی اثرات توانمندسازی استفاده از مدیریت زنجیره تامین پایدار و تاثیر آن در مزیت رقابتی شرکت‌های ایرانی می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران و کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در شهرک-های صنعتی استان تهران می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از آزمون‌های روایی واگرا، روایی همگرا در نرم افزار لیزلر استفاده شده است. همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد که این مقدار برای تک‌تک متغیرها بالاتر از ۰/۷۹ بوده است که نشان از تایید پایایی پرسشنامه دارد. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که توانمندسازی استفاده از مدیریت زنجیره تامین پایدار و تاثیر آن در مزیت رقابتی شرکت‌های ایرانی تاثیر معنادار دارد. با توجه به اینکه متغیرهای یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که توانمندسازی استفاده از مدیریت زنجیره تامین پایدار و تاثیر آن در مزیت رقابتی شرکت‌های ایرانی تاثیر معناداری دارند، حمایت مدیر ارشد و میانی از طریق اقدامات اجتماعی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین در صورتی که بتوان حمایت مدیران ارشد و میانی را در خصوص اقدامات اجتماعی به‌دست آورد می‌توان به مزیت رقابتی از طریق اقدامات نیروی کار، مسئولیت محصول، روابط اجتماعی، خرید اجتماعی مسئولانه نائل گردید همچنین هر چه قدر بتوان توجه و حمایت مدیران

ارشد و میانی در خصوص اقدامات محیطی به دست آورد می‌توان به مزیت رقابتی نسبت به شرکت‌های دیگر از طرق طراحی سازگار با محیط زیست، لجستیک سبز، همکاری محیطی با مشتریان، لجستیک معکوس دست یافت می‌توان با استفاده از شیوه‌های مختلف که در قسمت پیشنهادها ارائه شده است، این تأثیرات را افزایش داد.

**کلید واژه‌ها:** مدیریت زنجیره تامین پایدار، مزیت رقابتی، شرکت‌های ایرانی

### مقدمه

طی چند سال اخیر ظهور فناوری‌های نوین و ایجاد تحولات عظیم در بازارهای جهانی، مدیریت زنجیره تامین را بیش از پیش امری ضروری ساخته است، زنجیره تامین سلسله عوامل و سازمان‌هایی را که از ابتدای تولید محصول (خدمات) تا انتهای مصرف و حتی چرخه‌ی باز تولید محصولات درگیر هستند؛ شامل می‌شود. با یک نگاه دقیق‌تر به موضوع زنجیره تامین و مدیریت عملیات درمی‌یابیم که آنها به واسطه تاکید صرف بر مسایل اقتصادی و عملیاتی، به جای در نظر گرفتن یک دیدگاه جامع و همه جانبه به موضوعات اجتماعی و محیطی که سازمان‌های امروزی با آن مواجه هستند، ایجاد گردیده‌اند (بگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). اما دیدگاه جدیدتری که در دو دهه اخیر بر این حوزه تأثیرگذار بوده و حاصل تجمیع موفق جنبه‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی است، مفهوم مدیریت زنجیره تامین سبز و پایدار<sup>۲</sup> (SSCM) است. ادبیات اخیر نشان می‌دهد که در پاسخ به این درخواست‌ها، شرکت‌ها نیاز به توسعه قابلیت‌های جدیدی دارند (هردن<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). ملاحظات فوق به ویژه برای اقتصادهای در حال توسعه یا در حال ظهور بسیار مهم است، در حالی که (SSCM) و عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در مقایسه با مطالعات انجام شده در کشورهای توسعه یافته، به‌طور گسترده‌ای در جوامع دانشگاهی و تجاری مورد توجه قرار نگرفته‌اند (سیوواتو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). برخی از عواملی که مانع از پذیرش SSCM در کشورهای در حال توسعه می‌شوند پیچیدگی و عدم اطمینان محیط کسب و کار است (سینگا<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). به نوبه خود، این عوامل را می‌توان با خلأهای سازمانی، فساد، زیرساخت‌های ضعیف، فقر، نابرابری و اشتغال غیر رسمی مرتبط کرد. بنابراین، مطالعه SSCM در آمریکای لاتین می‌تواند نیاز به کار تجربی و نظری را در زمینه‌ای که تحقیقات

1. Bag
2. Sustainable Supply Chain Management
3. Herden
4. Suryanto
5. Sinaga

مناسب در مورد موضوع را نداشته باشد، مورد توجه قرار دهد (شیل<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). در دهه‌های اخیر، ملاحظات زیست محیطی و اجتماعی مانند کاهش منابع خام، ازدیاد پسماند، افزایش آلاینده‌ها و گسترش سطح آلودگی ناشی از آنها از موضوعات مهم و قابل توجه سازمان‌ها گردیده‌اند. علاوه بر این عدم رعایت مسایل و مسئولیت‌های اخلاقی منجر به افزایش هزینه‌های کسب و کار و در نتیجه کاهش سودآوری نیز خواهد شد (ناویا<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). مدیران زنجیره تامین ناگزیر از تعقیب چندین هدف متناقض هستند، مانند؛ بیشینه‌سازی سود، کمینه‌سازی هزینه‌های عملیات، کاهش تأثیرات مخرب زیست محیطی و افزایش رضایتمندی اجتماعی. البته چندین چالش دیگر همچون؛ تصمیم‌گیرنده‌های متعدد، ارزیابی تأثیرات محیطی و مزایای اجتماعی در یک زنجیره تامین چندجانبه مبتنی بر رویکرد بین سازمانی و مرتبط با فرایندهای گوناگون برای طراحی، تامین، تولید و توزیع محصولات در بازارهای جهانی را نیز باید به این موارد اضافه نمود (فلوروسکو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). در کشور ما نیز به بحث پایداری آنچنان که باید توجه نشده است، درحالی که در قانون اساسی کشور به گونه‌های مختلف به هر یک از جنبه‌های پایداری توجه نشان داده شده است. همچنین در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ به پایداری اشاره دارد. در واقع زنجیره تامین رویکردی میان‌سازمانی دربردارنده تامین‌کننده تامین‌کنندگان تا مصرف‌کننده مصرف‌کنندگان است. چالش‌های که این شبکه با آن مواجه است پیرامون کاهش هزینه‌ها، تضمین تحویل به موقع و کاهش زمان حمل و نقل به منظور عکس‌العمل بهتر به محیط کسب و کار است (گراونکار Gawankar و همکاران، ۲۰۲۰)؛ اما از طرفی افزایش هزینه‌های زیست محیطی در این شبکه‌ها و رشد فشار مصرف‌کنندگان به منظور ارائه کالاهایی که از نظر زیست محیطی استاندارد باشند و از سوی دیگر آگاهی جامعه بیرونی و کارکنان شرکت از مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان‌ها و ایجاد گروه‌هایی در حمایت از جامعه و افراد و افزایش مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و شرکت‌ها، موجب گردیده است که بسیاری از سازمان‌ها به سمت پایداری در زنجیره تامین حرکت کرده و معیارهای جدیدی را در عملیات خود مدنظر قرار دهند. این معیارها علاوه بر الزامات سودآوری شرکت مسائل اجتماعی و زیست محیطی را نیز مدنظر قرار می‌دهند؛ اما بسیاری از شرکت‌ها فاقد دیدی جامع پیرامون مسائل مرتبط با پایداری و معیارهایی که بتواند آنها را مورد سنجش قرار دهد حال با توجه به درک نیاز و ضرورت وجود مدیریت زنجیره تامین پایدار در سازمان‌ها، این مهم پیش می‌آید که انجام پژوهش‌های که عصاره تحقیقات انجام شده در یک موضوع خاص را به شیوه نظام‌مند و علمی فراروی پژوهشگران قرار دهد

- 
1. Sheel
  2. Naway
  3. Florescu

ضروری می‌باشد. به‌طور خاص، مطالعات تجربی از توانمندسازی خاص و نتایج پذیرش پایداری اجتماعی در کشورهای در حال توسعه هنوز نادر هستند. در نتیجه، این تحقیق با هدف بررسی اینکه آیا دو توانمندساز "حمایت مدیریت ارشد و میانی" و "خرید استراتژیک" توسعه روش‌های SSCM (قابلیت‌های سازمانی در نظر گرفته شده) را تسهیل می‌کند و همچنین تاثیر آن در مزیت رقابتی<sup>۱</sup> (CA) شرکت‌های ایرانی چگونه است. بنابراین ما قصد داریم با سوالات زیر به این اهداف دست یابیم:

RQ1: حمایت مدیریت ارشد و میانی بر پذیرش اقدامات SSCM در زمینه اقتصاد در حال توسعه تاثیر می‌گذارد؟

RQ2: آیا برای شرکت‌هایی که شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین اجتماعی و زیست محیطی را در چارچوب یک اقتصاد در حال توسعه اجرا می‌کنند مزیت رقابتی وجود دارد؟

### جنبه نوآوری تحقیق

با یک نگاه دقیق‌تر به موضوع زنجیره تأمین و مدیریت عملیات درمی‌یابیم که آنها به‌واسطه تاکید صرف بر مسایل اقتصادی و عملیاتی، به جای در نظر گرفتن یک دیدگاه جامع و همه جانبه به موضوعات اجتماعی و محیطی که سازمان‌های امروزی با آن مواجه هستند، ایجاد گردیده‌اند. اما دیدگاه جدیدتری که در دو دهه اخیر بر این حوزه تأثیرگذار بوده و حاصل تجمیع موفق جنبه‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی است، مفهوم مدیریت زنجیره تأمین سبز و پایدار (SSCM) است. ادبیات اخیر نشان می‌دهد که در پاسخ به این درخواست‌ها، شرکت‌ها نیاز به توسعه قابلیت‌های جدیدی دارند. ملاحظات فوق به ویژه برای اقتصادهای در حال توسعه یا در حال ظهور بسیار مهم است، در حالی که (SSCM) و عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در مقایسه با مطالعات انجام شده در کشورهای توسعه یافته، به‌طور گسترده‌ای در جوامع دانشگاهی و تجاری مورد توجه قرار نگرفته‌اند.

### فرضیات تحقیق

- حمایت مدیر ارشد و میانی از طریق اقدامات اجتماعی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- حمایت مدیر ارشد و میانی از طریق اقدامات محیطی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
- حمایت مدیر ارشد و میانی از طریق اقدامات اقتصادی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

خرید استراتژیک از اقدامات اجتماعی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.  
 خرید استراتژیک از طریق اقدامات محیطی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.  
 خرید استراتژیک از طریق اقدامات اقتصادی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری داده پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، مدیران و کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در شهرک‌های صنعتی استان تهران در نظر گرفته شده است. جهت تجزیه و تحلیل آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از نمونه‌ها از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است.

### ابزار جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد.

زیربخش‌ها	متغیر	منبع	گویه‌های مربوطه

### محاسبه پایایی ابزار تحقیق با روش پی‌ال‌اس

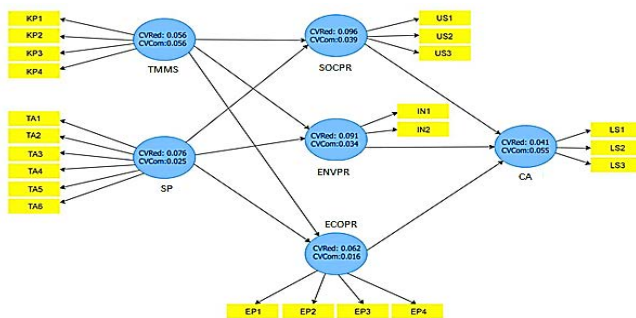
پایایی این تحقیق مطابق با روش پی‌ال‌اس از سه طریق ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شده است.

### آزمون نرمال بودن

قبل از هرگونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت گرفت، که در ابتدا چولگی و کشیدگی داده‌ها آزمون گردید. نتایج حاصل، حاکی از نرمال بودن متغیرهای این پژوهش می‌باشد.

## برازش مدل ساختاری

در نهایت جهت نشان دادن اعتبار یافته‌های مدل تحقیق از شاخص‌های برازش مدل‌های معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج نشان داد تمام مقادیر اعتبار اشتراک و حشو مثبت هستند که نشان دهنده‌ی کیفیت مناسب و قابل قبول مدل پژوهش حاضر می‌باشند.



## مدل اندازه‌گیری برازش مدل

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب آردو یا آراسکووار مربوط به متغیرهای وابسته مدل است. این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری است که در مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته می‌گذارد.

## پیشنهادات تحقیق

## پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه اول

حمایت مدیران ارشد و میانی از طریق اقدامات اجتماعی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

پیشنهاد می‌گردد:

معمولاً کسب رضایت سهامداران و حفظ موقعیت مدیران مسئله‌ای است که مدیران ارشد و میانی را وادار به انجام اقدامات اجتماعی می‌نماید. بنابراین می‌توان با اجرای برنامه‌هایی به هر دو هدف رسید. بنابراین پیشنهاد

می‌گردد با کسب استانداردها و ایزوهایی مانند ISO9001 ISO14001 و غیره و همچنین تشویق مدیران به این سمت حمایت مدیران را در ایجاد اقدامات اجتماعی کسب نمایند.

پیشنهاد می‌گردد مدیران بر روی توسعه توانایی‌های کارکنانش سرمایه‌گذاری نمایند و تلاش کنند تا قابلیت‌های نوآورانه کارکنان خود را به منظور تضمین فراهم شدن خدماتی برتر برای مشتریان بهبود بخشند. و با این موضوع توانایی‌های رقابتی شرکت را افزایش دهند.

### پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه دوم

**حمایت مدیران ارشد و میانی از طریق اقدامات محیطی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.**

در حال حاضر توجه بیشتر مجامع داخلی و خارجی با توجه به مشکلات و معضلات به وجود آمده اقدامات محیطی می‌باشد بنابراین به مدیران ارشد و میانی شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد که راهکارهای افزایش میزان وفاداری در مشتریان موجود و نیز راه‌های حفظ و رشد دادن مشتری را مورد تاکید قرار داده و از هرگونه کاستی و نقصی که منجر به از دست رفتن این مشتریان می‌گردد احتراز نمایند چرا که جلب رضایت مشتری وفادار می‌تواند به عنوان سلاح توانمندی در مقابل رقبای سازمان عمل کند.

ارزیابی عملکرد مستمر درخصوص انجام اقدامات اجتماعی در دوره‌های ترجیحاً سه ماهه باید در دستور کار شرکت‌ها قرار گیرد. بدین طریق شرکت‌ها قادر خواهند بود میزان پیشرفت، نقاط ضعف و قوت خود، شرکت و نیروهای خود را در این خصوص شناسایی نمایند.

استفاده از مفهوم سبز که یادآور محصولات، فرایندها و سیستم‌های سازگار با محیط زیست است که فعالیت‌های مربوط به کسب و کار را تحت تاثیر قرار می‌دهند نیز پیشنهاد می‌گردد.

### پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه سوم

**حمایت مدیران ارشد و میانی از طریق اقدامات اقتصادی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.**

حمایت مدیریت از ارکان مهم در سازمان‌ها و شرکت‌ها محسوب می‌گردد. بنابراین به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد:

استراتژی رهبری هزینه را به کار گیرند در این صورت از عملکرد بهتری برخوردار خواهند شد. رهبری هزینه در درجه اول موجب کارایی عملیاتی می‌گردد و به راحتی تقلید نمی‌شود همچنین عملکرد برتر حاصل از این استراتژی در طول زمان، انتشار نمی‌یابد. از طرف دیگر تمایز از طریق به کارگیری استراتژی هزینه در نهایت سبب تولید خدمات و محصولات منحصر به فردی به مشتریان می‌گردد که به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا عملکرد برتری و مزیت رقابتی خود را در طول زمان حفظ کنند.

همچنین پیشنهاد می‌گردد در ارتباط با اقدامات اقتصادی، دانش مدیریتی برای برنامه‌ریزی، هماهنگی و کنترل فعالیت‌های اقتصادی مختلف از شرکت‌های مشاوره‌ای و افراد متخصص در این خصوص مانند اساتید دانشگاه کمک و مشاوره اخذ گردد.

#### پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه چهارم

##### خرید استراتژیک از طریق اقدامات اجتماعی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

خرید استراتژیک به معنای برنامه‌های استراتژیک جهت خرید با در نظر گرفتن صرفه اقتصادی می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد با شرکت‌هایی که مواد اولیه یا قطعات یدکی را با قیمت مناسب و کیفیت لازم تهیه می‌کنند قرارداد بلندمدت بسته تا زمان موردنیاز این قطعات را بتوان در کوتاهترین و با سریع‌ترین حالت تهیه کرد و راه‌های آموزشی کوتاه مدت و ضمن خدمت در زمینه‌های اقدامات اجتماعی از قبیل روابط اجتماعی و خرید اجتماعی مسؤلانه یکی از مؤثرترین روش‌ها در زمینه بهبود سطح دانش کارکنان و تقویت دانش موجود در شرکت‌ها خواهد بود. این دوره‌ها باید به صورتی کاربردی طراحی شوند تا در حداقل زمان حداکثر دانش - افزایی را داشته باشند.

بر مبنای نتایج این فرضیه پیشنهاد می‌شود که نوآوری در فرایند اقدامات محیطی علی‌الخصوص طراحی سازگاری با محیط زیست، لجستیک سبز، بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد و برنامه‌ای مدون برای توسعه نوآوری در نظر گرفته شود. ایجاد کارگروه، توسعه نوآوری می‌تواند ایده مناسبی برای این موضوع باشد.

#### پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه پنجم

##### خرید استراتژیک از طریق اقدامات محیطی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

بنابراین پیشنهاد می‌گردد:



شرکت‌ها نباید به یک محصول اتکا کند، بلکه باید منابع خود (از قبیل کارکنان، فناوری و...) را توسعه دهند و سیستمی ایجاد کنند که این سیستم از طریق مدیریت بهینه منابع در طول زنجیره تامین، ارتباط رو به رشد برقرار نموده و خدماتی را ارائه کند که موجب رضایت کلیه عوامل زنجیره گردد.

بهترین روش برای ایجاد مزیت رقابتی، استفاده از تیم‌های رابطه‌مند است. مدیران ارشد و میانی می‌بایست روابط استراتژیک با عوامل زنجیره تامین خود، توسط تیم‌های تشکیل‌دهنده و گروه‌های تخصصی شکل یافته، برقرار نمایند. استفاده از تیم‌های تخصصی به دلیل کیفیت و کمیت کاری که می‌بایست صورت گیرد، ضرورت دارد. این تیم‌ها در صورتی کارایی لازم را خواهند داشت که استقلال بالایی در تصمیم‌گیری داشته باشند. در گزینش اعضای تیم نیز باید دقت شود، زیرا هر شخص شایستگی‌های خاصی دارد. تا بتوانند روابط بلندمدتی با عوامل زنجیره تامین خود داشته و در درازمدت سبب ایجاد مزیت رقابتی گردند.

همچنین به کارگیری رویکردهای بهینه‌سازی برای مدیریت هزینه‌ها در سازمان، جهت ایجاد مزیت رقابتی در بلندمدت پیشنهاد می‌گردد.

### پیشنهادها در راستای آزمون فرضیه ششم

#### خرید استراتژیک از طریق اقدامات اقتصادی بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

از مدیران ارشد و میانی انتظار بیشتری در زمینه برخورد تخصصی و داشتن رفتاری حرفه‌ای با مسائل می‌رود. با پیشرفت‌های رخ داده در تکنولوژی، مهارت‌های نوآورانه متخصصین در زمینه اقدامات مسئولانه اجتماعی، می‌بایست به‌طور پیوسته‌ای از طریق یادگیری و آموزش بهبود یابد. بنابراین برگزاری کلاس‌های آموزشی با کمک اساتید دانشگاه در زمینه اقدامات اجتماعی از جمله روابط اجتماعی، خرید اجتماعی مسئولانه پیشنهاد می‌گردد.

همچنین، محدود ساختن مخارج شرکت در دوران افزایش قیمت تولیدات و انباشت مازاد درآمدها در نوعی صندوق پیشنهاد می‌گردد تا در شرایط کاهش قیمت محصولات بتوانند مخارج خود را از محل صندوق تعیین شده تأمین مالی نمایند.

به مدیران ارشد و میانی شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد بین هزینه‌ها و درآمدهای شرکت پیوندی برقرار نمایند تا آسیب‌پذیری در مقابل کاهش درآمدهای، بحران‌های مالی و مشکلات تعلیق بدهی را کاهش دهند.

## پیشنادهای پژوهشی برای محققین آینده

جهت پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود که مدل محقق در جامعه‌های آماری دیگری مورد بررسی قرار گیرد. این جامعه‌های آماری می‌تواند شرکت‌های تولید کننده دیگری باشد. انجام مطالعات مقایسه‌ای میان نتیجه به دست آمده با شرکت‌های دیگری در ایران یا حتی سراسر دنیا انجام گیرد.

اطلاعات جمع‌آوری شده از یک مقطع زمانی است؛ اگر اطلاعات جمع‌آوری شده به صورت سری زمانی باشد، نتایج بهتری حاصل خواهد شد.

پیشنهاد می‌گردد محققان در تحقیقات آتی خود به جای تحقیق کمی به تحقیق کیفی و انجام مصاحبه با مشتریان جهت شناسایی عوامل بیشتری بر توسعه محصولات جدید بپردازند. پیشنهاد می‌گردد با توجه به نقش متغیرهای دیگری به عنوان متغیر تعدیل‌گر یا میانجی جهت ارائه مدلی جامع‌تر بررسی گردد.

## ۵-۶ خلاصه فصل

در فصل حاضر محقق در ابتدا نتایج تحقیق را با نتایج تحقیقات دیگران مقایسه نمود و در انتها پیشنهادهایی مبتنی بر آزمون فرضیات را ارائه کرد و محدودیت‌های تحقیق را برشمرد.

## منابع

- ◆ Bag, S., Wood, L. C., Xu, L., Dhamija, P., & Kayikci, Y. (2020). Big data analytics as an operational excellence approach to enhance sustainable supply chain performance. *Resources, Conservation and Recycling*, 153, 104559.
- ◆ Herden, T. T. (2020). Explaining the competitive advantage generated from Analytics with the knowledge-based view: the example of Logistics and Supply Chain Management. *Business Research*, 13(1), 163-214.
- ◆ Suryanto, T., Haseeb, M., & Hartani, N. H. (2018). The correlates of developing green supply chain management practices: Firms level analysis in Malaysia. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), 316.
- ◆ Sinaga, O., Riantani, S., Hendayana, Y., Saudi, M. H. M., & Zainudin, Z. (2019). Impact of supply chain integration on competitive advantage. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 86-94.

- ◆ Florescu, M. S., Ceptureanu, E. G., Cruceru, A. F., & Ceptureanu, S. I. (2019). Sustainable supply chain management strategy influence on supply chain management functions in the oil and gas distribution industry. *Energies*, 12(9), 1632.
- ◆ Sheel, A., & Nath, V. (2019). Effect of blockchain technology adoption on supply chain adaptability, agility, alignment and performance. *Management Research Review*.
- ◆ Naway, F., & Rahmat, A. (2019). The mediating role of technology and logistic integration in the relationship between supply chain capability and supply chain operational performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 553-566.
- ◆ Gawankar, S. A., Gunasekaran, A., & Kamble, S. (2020). A study on investments in the big data-driven supply chain, performance measures and organisational performance in Indian retail 4.0 context. *International Journal of Production Research*, 58(5), 1574-1593.