دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال یازدهم، شماره ۱ (پیاپی: ۶۲)، فروردین ۱۴۰۵

ارائه مدل مفهومی تأثیر نوآوری تأمین‌کنندگان بر عملکرد سازمانی با نقش ادغام زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز

لیلا کلانتری[۱]، پوریا غضنفریون*[۲]، مریم کلانتری[۳]، سیدمرتضی احمدی[۴]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۲۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۲۵
کد مقاله: ۵۳۴۵۴

چکـیده

هدف اصلی این پژوهش ارائه مدل مفهومی تأثیر نوآوری تأمین‌کنندگان بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش ادغام زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز در شرکت‌های صنایع غذایی استان تهران است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی ـ تحلیلی با رویکرد پیمایشی و علّی است. جامعه آماری پژوهش را مدیران شرکت‌های فعال در صنایع غذایی استان تهران تشکیل می‌دهند که از میان آن‌ها ۱۱۴ نفر به عنوان نمونه آماری و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از پرسشنامه استاندارد فریجی و همکاران (۲۰۲۴) استفاده شد. روایی ابزار پژوهش از طریق روایی صوری و تحلیل عاملی تأییدی با بهره‌گیری از شاخص KMO مورد بررسی و تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه تأیید شد. در فرآیند تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی بهره گرفته شد؛ به گونه‌ای که تحلیل‌های توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ انجام گرفت و برای آزمون فرضیه‌ها و تحلیل روابط میان متغیرها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار LISREL نسخه ۸.۸ استفاده شد. نتایج پژوهش بر اساس تکنیک تحلیل مسیر نشان داد که اعتماد تأثیر معناداری بر نوآوری تأمین‌کنندگان دارد. همچنین نوآوری تأمین‌کنندگان تأثیر معناداری بر عملکرد پایدار، یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز دارد. افزون بر این، نتایج حاکی از آن است که یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز نیز به طور معناداری بر عملکرد پایدار سازمان تأثیرگذار هستند. یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین نقش میانجی در رابطه بین نوآوری تأمین‌کنندگان و عملکرد پایدار ایفا می‌کند. علاوه بر این، مدیریت زنجیره تأمین سبز نیز در این رابطه نقش میانجی دارد و می‌تواند تأثیر نوآوری تأمین‌کنندگان بر عملکرد پایدار سازمان را تقویت کند. در نهایت، با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای کاربردی برای بهبود عملکرد سازمانی و ارتقای تعاملات میان اعضای زنجیره تأمین در شرکت‌های صنایع غذایی ارائه شده است.

واژگـان کلـیدی: نوآوری تامین کننده، عملکرد پایدار ، یکپارچه سازی زنجیره تامین، مدیریت زنجیره تامین سبز

۱- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران
۲ -کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران (نویسنده مسئول)
۳- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ابهر، ایران
۴ -کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

۱- مقدمه

تفاسیر مختلفی از پایداری وجود دارد، یک مفهوم اساسی میان تمام تفاسیر به چشم می خورد و آنهم رویکرد سه گانه پایداری یعنی اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی است .در زنجیره تأمین پایدار، معیارهای زیست محیطی، اجتماعی و اخلاقی باید توسط اعضای زنجیره تأمین رعایت گردند. همچنین یکپارچه‌سازی در زنجیره تأمین شامل یکپارچه‌سازی کارآمد تأمین کنندگان، تولیدکنندگان، انبارها و فروشگاه‌ها با هدف حداقل کردن هزینه‌های سیستم در کنار برآورد کردن تقاضای مشتریان است؛ به این منظور پارامترهای مختلف مدیریت زنجیره تأمین مانند ناب، چابک، پایدار و سبز به کار گرفته می‌شود تا یکپارچه‌سازی حاصل شود. باید به این نکته توجه داشت که هرچقد میزان یکپارچه‌گی در زنجیره تأمین بیشتر باشد، کیفیت محصول، تحویل، انعطاف‌پذیری فرآیند و رهبری هزینه بهبود پیدا می‌کند این یکپارچگی در زنجیره تأمین می‌تواند در قالب همکاری با سایر بخش‌های زنجیره صورت بگیرد. تمامی فعالیت‌های مرتبط مانند جریان‌های کالا و خدمات از مرحله‌ی ماده خام تا محصول نهایی قابل مصرف برای مشتری توسط پویایی بین تولیدکنندگان، تأمین کنندگان و مشتریان یکپارچه شود. لازم است تا مدیران علاوه بر فعالیت‌های داخلی شرکت به ارتباطات و تعامل‌های ضروری با سایر ارگان‌های مربوطه به زنجیره نیز متمرکز شوند؛ همکاری‌هایی که در زنجیره صورت می‌گیرد موجب افزایش عملکرد زنجیره در بازار می‌شود از طرفی عملکرد برتر به توانایی یک شرکت تولیدی در ادغام همه جانبه با شرکای خود در طول زنجیره تأمین وابسته است، مدیریت زنجیره تأمین مؤثر ترجیح می‌دهد که عرضه‌کننده‌ها و مشتری‌ها با هم در یک سبک هماهنگ، با سهیم شدن در جریان آزاد اطلاعات، تعامل داشته باشند. جریان سریع اطلاعات بین مشتریان، عرضه‌کنندگان و مراکز عرضه، شرکت‌ها را برای توسعه زنجیره تأمین چابک توانا می‌سازد عملکرد پایدار مجموعه عملیات شرکت که همگام و سازگار با محیط زیست بوده و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس های تعیین شده توسط نهادها و آژانس های مربوطه، اعم از کشوری و بین المللی اندازه گیری می شود. بطور کلی عملکرد زیست محیطی شامل گنجاندن مواد قابل بازیافت در محصولات، کاهش انتشار آلودگی و ضایعات در تولید، بهبود در بهره وری انرژی، کاهش مواد ناسازگار با محیط زیست و خطرناک می باشد. زنجیره تأمین یکپارچه قادر است به جریان‌های مؤثر از محصولات و خدمات، اطلاعات، پول و تصمیمات برای ایجاد بیشترین ارزش با کمترین هزینه برای مشتری، دست پیدا کند. از طرفی حضور مشتری در یک واحد اقتصادی علاوه بر آنکه سود مالی به دنبال دارد، امکان رقابت را نیز فراهم می‌سازد. مسلما برای مشتریان، مشکلات سازمان‌ها اهمیت ندارد بلکه آنها می‌خواهند کسی مشکلاتشان را حل نماید و سازمان مشتری مدار سازمانی است که پاسخگویی به همین مشکلات را هدف خود قرار داده است (کاریزنوی۲۰۲۲،۱، ۱).

از طرفی در حال حاضر شرکتها در بازارهایی فعالیت می کنند که نوآوری۱ مکرر محصولات باکیفیت بالا مدنظر بوده و محصولات چرخه عمر کوتاهی دارند(آنوخین و همکاران۲، ۲۰۲۲، ۱۳۷). بر این اساس شرکتها در جستجوی راههایی برای کاهش زمان توسعه محصول می باشند درحالیکه همزمان،کیفیت را نیز توسعه و هزینه ها را کاهش می دهند. توسعه محصول جدید، فعالیت استراتژیک و کلیدی برای بسیاری از شرکتها است که از طریق آن محصولات جدید، سهمی قابل توجه درفروش و سود خواهند داشت(مورگان و همکاران ،۲۰۲۳، ۴۹۹). در واقع محصولات جدید، عاملی مهم برای موفقیت سازمانها در بازار هستند بنابراین مدیران می بایست تا عملکرد توسعه محصول جدیدشان را بهبود دهند(نظامی و همکاران، ۱۳۹۹، ۴۳) .توسعه محصول و نوآوری منجر به بهبود مزیت رقابتی، جذب مشتریان جدید، حفظ مشتریان و تقویت روابط با شبکه های توزیع شرکتها می شود(کاپلان و همکاران۳، ۲۰۲۳، ۱۴۳۵)، توسعه محصول جدید موفق نیاز به درک عمیق مشتریان، وضعیت، نیازها و خواسته های آنها دارد و این امر مستلزم اثر متقابل فعال با مشتری است که مشتریان تا چه اندازه می توانند در فرایند توسعه محصول جدید مشارکت کنند (مورگان و همکاران، ۲۰۲۳، ۴۹۹)، مشارکت مشتری در توسعه محصول جدید یک راه برای گوش دادن به آنچه که مشتریان می خواهند و پاسخگویی به نیازهای آنها است(سونگ و تیلور، ۲۰۲۳، ۴۷)،

در طول دو دهه گذشته، دیدگاههای مختلفی از نظر پژوهشگران مختلف در زمینه مدیریت زنجیره تامین مورد بررسی قرار گرفته است که یکی از مباحث مهم در این زمینه مفهوم یکپارچگی زنجیره تامین است(راشدی صفت و همکاران، ۱۴۰۰، ۱). با افزایش رقابت در دنیای کسب وکار و ظهور و توسعه فناوری های نوین، بسیاری از شرکت ها در جهان به سوی یکپارچگی روی آورده اند. هدف زنجیره تامین یکپارچه، دستیابی به جریان های موثر و کارا از محصولات و خدمات، اطلاعات، پول و تصمیمات جهت فراهم کردن بیشترین ارزش با هزینه کم و سرعت بالا می باشد. در واقع، یکپارچگی زنجیره تامین فرصت عمده ای برای شرکت ها فراهم می سازد تا سطح عملکرد و موقعیت بازار خود را ارتقاء دهند یکپارچگی زنجیره تامین به عنوان همکاری استراتژیک فرآیندهای درون سازمانی و بین سازمانی تعریف می شود که منجر به یک زنجیره تامین منسجم تر می شود(فریجی و

1 Innovation
2 Anokhin, S., Örtqvist, D., Thorgren, S., Wincent, J.,
3 Kaplan, S., Vakili, K.,

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

همکاران، ۲۰۲۵، ۱) مدیریت زنجیره تامین یکی از ارکان اساسی در هر زنجیره تامین می باشد و نقشی بسیار حیاتی در بقا و تداوم فعالیت موفق زنجیره تامین در بازار رقابت جهانی دارد(شکاری و همکاران، ۱۳۸۸). زنجیره تأمین یک سیستم یکپارچه از فرآیندهای مرتبط و به‌منظور؛ دستیابی به مواد و قطعات موردنیاز، تبدیل مواد اولیه به محصول، ارزش‌گذاری محصولات، توزیع محصولات به مشتریان ساده‌سازی انتقال اطلاعات بین اجزاء زنجیره (اعم از تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، واسطه‌ها، خرده‌فروشان و مشتریان) تشکیل‌شده است(قنبری و طاهری، ۱۴۰۳، ۱). زنجیره تأمین دربرگیرنده تمامی جابجایی‌ها و ذخیره مواد اولیه، موجودی در حین کار و محصول تمام‌شده از نقطه شروع اولیه تا نقطه پایان مصرف می‌باشد. زنجیره تأمین یک رویکرد یکپارچه‌سازی برای برنامه‌ریزی و کنترل مواد می‌باشد که از تأمین‌کنندگان تا مشتریان جریان دارد همان‌گونه که در وظایف مختلف در یک سازمان جریان دارد(راوی کنت[1]، ۲۰۲۳). از طرفی در دنیای رقابتی امروز و با توجه به انتظارات پیچیده مشتریان، سازمان‌ها خود را با مشتریانشان روبه‌رو می‌بینند که خواستار افزایش در تنوع محصول، هزینه پایین، کیفیت بهتر و دسترسی سریع‌تر به آن محصول هستند(قنبری، ۱۴۰۳، ۵).

سازمان‌ها برای موفقیت خود روی به مدیریت زنجیره‌ی تأمین می‌آورند. زیرا این رویکرد در فعالیت‌هایی متمرکز است که در یک زنجیره ارزشی وجود دارد(فریجی و همکاران، ۲۰۲۵، ۱). از طرفی عملکرد برتر به توانایی یک شرکت تولیدی در ادغام همه جانبه با شرکای خود در طول زنجیره تأمین وابسته است، مدیریت زنجیره تأمین مؤثر ترجیح می‌دهد که عرضه‌کننده‌ها و مشتری‌ها با هم در یک سبک هماهنگ، با سهیم شدن در جریان آزاد اطلاعات، تعامل داشته باشند. جریان سریع اطلاعات بین مشتریان، عرضه‌کنندگان و مراکز عرضه، شرکت‌ها را برای توسعه زنجیره تأمین چابک توانا می‌سازد (واردی و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۵۹). زنجیره تأمین عرضه‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مشتریان را با استفاده از فنآوری اطلاعات جهت برآورده نمودن هر چه مؤثرتر و کاراتر انتظارات مشتریان با هم دیگر ادغام می‌نماید که در نتیجه منجر به عملکرد بهینه سازمان می‌شود (لیو و همکاران[2]، ۲۰۲۲، ۱۴۵۵). مباحث توسعه پایدار و مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی[3] به عنوان مسئله ای حیاتی در سطح شرکت های جهانی، مطرح است(توماس و همکاران[4]، ۲۰۲۵، ۱). موضوع عملکرد پایداری[5]در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران دارای اهمیت ویژه ای می باشد (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۲، ۱) امروزه محیط زیست به‌طور فزاینده‌ای به مسئله‌ای حیاتی و بسیار مهم برای همه مردم تبدیل شده است(حسینی، ۱۴۰۰، ۱۲). هدف سیستم نوین سازمانها، به حداکثر رساندن مصرف، حق انتخاب بیشتر برای مصرف‌کننده یا تأمین رضایت مشتری[6] همانند گذشته نیست. بلکه هدف، ارتقاء کیفیت زندگی به بالاترین سطح ممکن است و کیفیت زندگی نه فقط به‌معنای کمیت و کیفیت کالاها و خدمات بلکه به معنای کیفیت محیط زیست نیز هست این مسأله در تمام ابعاد سازمان‌ها وارد شده و نیاز به تولید محصولات اکولوژیک و فعالیت‌های تجاری سبز، شرکت‌ها را مجبور به تلفیق موضوعات زیست‌محیطی با تلاش‌ها و استراتژی‌های بازاریابی نموده است (سلیمانی، ۱۳۸۹، ۵).گسترش و توسعه روزافزون موسسات و سازمان‌های مختلف و افزایش شدت رقابت میان‌آن‌ها باعث گردیده که سازمان‌ها برای بقاء تنها به سود و منافع سازمانی خود بیندیشند و برای نائل شدن به این هدف از هر عملی کوتاهی نکنند از این رو باید توجه نمود که سازمان‌ها به هر نحوی که عمل نمایند عملکردشان روی جامعه تأثیر می‌گذارد و این تأثیر چه خوب و چه بد به خود سازمان منعکس می‌گردد(توماس و همکاران، ۲۰۲۵، ۲). در نتیجه به دلیل محیط رقابتی که سازمان‌ها در آن فعالیت می‌کنند، در دهه گذشته توجه به عملکرد پایدار به مقدار زیادی افزایش یافته است و شرکت‌های بسیاری ارائه گزارش در رابطه با رفتار اخلاقی، اجتماعی و محیطی خود را آغاز نموده‌اند(محمدی و بیات، ۱۴۰۲، ۳) عملیات زنجیره تأمین با ملاحظات پایداری به یک مسأله کلیدی در سال های اخیر تبدیل شده است(توماس و همکاران، ۲۰۲۵، ۲).

تفاسیر مختلفی از پایداری وجود دارد، یک مفهوم اساسی میان تمام تفاسیر به چشم می خورد و آنهم رویکرد سه گانه پایداری یعنی اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی است. در زنجیره تأمین پایدار[7]، معیارهای زیست محیطی، اجتماعی و اخلاقی باید توسط اعضای زنجیره تأمین رعایت گردند(مسیبی و ولی پورپرکوهی، ۱۴۰۳، ۱) زنجیره تأمین دربرگیرنده تمامی جابجایی‌ها و ذخیره مواد اولیه، موجودی در حین کار و محصول تمام‌شده از نقطه شروع اولیه تا نقطه پایان مصرف می‌باشد. زنجیره تأمین یک رویکرد یکپارچه‌سازی برای برنامه‌ریزی و کنترل مواد می‌باشد که از تأمین‌کنندگان تا مشتریان جریان دارد همان‌گونه که در وظایف مختلف در یک سازمان جریان دارد (راوی کنت[8]، ۲۰۲۳). در این راستا دستیابی به شیوه ای پایدار برای تولید، مصرف و زندگی بهتر چالش اصلی انسان است و زنجیره تأمین سبز[9] به صورت فرایندی پیشگیرانه و شیوه ای موثر در بهبود عملکرد زیست

1 Ravi Kant
2 Liu et al (2022)
3 Corporate social responsibility
4 Thomas et al
5 Stable performance
6 Customer satisfaction
7 Sustainable supply chain
8 Ravi Kant
9 Green Supply Chain

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

محیطی محصولات و فرایندهای سازمانی معرفی شده (رضایی‌راد و همکاران، ۱۳۹۹، ۱) و حساسیت به حفظ محیط زیست در ارتقاء بهره وری سازمانی نقش دارد(آذرکمند و شمس، ۱۴۰۲، ۱۷). که می تواند به میزان قابل توجهی همکاریهای زیست محیطی مشتریان و تأمین کنندگان را تحت تاثیر قرار دهد(یایو و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۲۸). در سال‌های اخیر، مفهوم توسعه پایدار به یکی از مهم‌ترین رویکردهای مدیریتی در سازمان‌ها تبدیل شده است. سازمان‌ها به ویژه در صنایع تولیدی، علاوه بر دستیابی به اهداف اقتصادی، ملزم به توجه به ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی فعالیت‌های خود هستند. در این میان، صنعت غذا به دلیل ارتباط مستقیم با سلامت انسان و محیط زیست، از حساسیت و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به همین دلیل، شرکت‌های فعال در این صنعت ناگزیرند در کنار افزایش بهره‌وری و سودآوری، به حفظ محیط زیست، ارتقای کیفیت محصولات و تأمین سلامت مصرف‌کنندگان نیز توجه داشته باشند. یکی از رویکردهای مؤثر در دستیابی به این اهداف، بهره‌گیری از مدیریت زنجیره تأمین پایدار است. زنجیره تأمین مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، سازمان‌ها و فرآیندهایی است که از تأمین مواد اولیه تا تولید، توزیع و تحویل محصول به مشتری نهایی را در بر می‌گیرد. در محیط رقابتی امروز، موفقیت سازمان‌ها تنها به عملکرد داخلی آن‌ها وابسته نیست، بلکه میزان هماهنگی و همکاری با سایر اعضای زنجیره تأمین نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در دستیابی به عملکرد مطلوب دارد. از این رو، یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین به عنوان یکی از عوامل کلیدی در بهبود کارایی و اثربخشی سازمان‌ها مطرح شده است. یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین به معنای هماهنگی و همسویی فعالیت‌ها، فرآیندها و جریان اطلاعات میان اعضای مختلف زنجیره شامل تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان و مشتریان است. در کنار یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین، موضوع مدیریت زنجیره تأمین سبز نیز در سال‌های اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران و مدیران را به خود جلب کرده است. مدیریت زنجیره تأمین سبز به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و سیاست‌ها اشاره دارد که با هدف کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی در تمامی مراحل زنجیره تأمین، از تأمین مواد اولیه تا تولید، توزیع و بازیافت محصولات اجرا می‌شود. این رویکرد با تمرکز بر استفاده بهینه از منابع، کاهش ضایعات، مصرف انرژی کمتر و به‌کارگیری فناوری‌های سازگار با محیط زیست، می‌تواند به ارتقای عملکرد پایدار سازمان‌ها کمک کند. از سوی دیگر، نوآوری تأمین‌کنندگان به عنوان یکی از عوامل مهم در بهبود عملکرد سازمانی شناخته می‌شود. تأمین‌کنندگان نوآور قادرند از طریق ارائه مواد اولیه با کیفیت‌تر، بهبود فرآیندهای تأمین، معرفی فناوری‌های جدید و ارائه راهکارهای خلاقانه، به سازمان‌ها در ارتقای کیفیت محصولات و افزایش بهره‌وری کمک کنند. در واقع، همکاری با تأمین‌کنندگان نوآور می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای توسعه محصولات، کاهش هزینه‌ها و افزایش انعطاف‌پذیری سازمان در مواجهه با تغییرات بازار فراهم آورد. اعتماد میان سازمان و تأمین‌کنندگان نیز از جمله عوامل مهمی است که می‌تواند زمینه‌ساز تقویت نوآوری و همکاری‌های بلندمدت در زنجیره تأمین شود. وجود اعتماد متقابل میان طرفین موجب تسهیل تبادل اطلاعات، کاهش تعارضات و افزایش تمایل به مشارکت در فعالیت‌های نوآورانه می‌شود. در نتیجه، سازمان‌ها می‌توانند از ظرفیت‌های دانشی و فناوری تأمین‌کنندگان خود برای ارتقای عملکرد بهره‌مند شوند. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین می‌تواند نقش مهمی در انتقال اثرات نوآوری تأمین‌کنندگان به عملکرد سازمانی ایفا کند. هنگامی که ارتباطات مؤثر و هماهنگی مناسبی میان اعضای زنجیره تأمین برقرار باشد، اطلاعات و دانش نوآورانه سریع‌تر در سراسر زنجیره منتشر شده و امکان بهره‌برداری مؤثر از آن‌ها فراهم می‌شود. در چنین شرایطی، سازمان‌ها قادر خواهند بود با سرعت بیشتری به تغییرات بازار پاسخ داده و محصولات و خدمات جدیدی را به مشتریان ارائه کنند. همچنین مدیریت زنجیره تأمین سبز به عنوان یکی از رویکردهای نوین مدیریتی می‌تواند نقش واسطه‌ای مهمی در بهبود عملکرد پایدار سازمان‌ها داشته باشد. اجرای فعالیت‌های سبز در زنجیره تأمین نه تنها به کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند موجب افزایش کارایی عملیاتی، بهبود تصویر سازمان در نزد مشتریان و ارتقای مزیت رقابتی شود. به همین دلیل، بسیاری از سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا با همکاری نزدیک با تأمین‌کنندگان خود، استانداردهای زیست‌محیطی را در فرآیندهای تولید و تأمین مواد اولیه رعایت کنند. در صنعت غذا، اهمیت این موضوع دوچندان است؛ زیرا کیفیت و ایمنی مواد غذایی به طور مستقیم با سلامت جامعه مرتبط است. از این رو، شرکت‌های صنایع غذایی برای حفظ کیفیت محصولات، کاهش ضایعات و رعایت استانداردهای زیست‌محیطی، نیازمند همکاری مؤثر با تأمین‌کنندگان و سایر اعضای زنجیره تأمین هستند. استفاده از رویکردهای نوآورانه در تأمین مواد اولیه و اجرای سیاست‌های زنجیره تأمین سبز می‌تواند به ارتقای کیفیت محصولات غذایی و افزایش رضایت مصرف‌کنندگان منجر شود. با توجه به مطالب مطرح شده، می‌توان گفت که نوآوری تأمین‌کنندگان، یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز از جمله عوامل مهمی هستند که می‌توانند در بهبود عملکرد پایدار سازمان‌ها نقش مؤثری ایفا کنند. بررسی تعامل میان این متغیرها به ویژه در صنایع غذایی که از حساسیت بالایی برخوردارند، می‌تواند به ارائه راهکارهای مدیریتی مؤثر برای ارتقای عملکرد سازمان‌ها کمک کند. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر نوآوری تأمین‌کنندگان بر عملکرد پایدار با میانجی‌گری یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین سبز در شرکت‌های صنایع غذایی استان تهران انجام شده است.

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

۲- مرور ادبیات نظری و پیشینهٔ پژوهش

امروزه به علت رشد سریع محصولات و رقابتی شدن بازار، عموماً نیاز به محصولات و خدمات رشد چشمگیری پیدا کرده است. افزایش جمعیت و متنوع شدن نیازها نیز از جمله عواملی است که سازمانها را به دستیابی به توسعه محصول و کالایی جدیدتر ترغیب می کند. در چرخه ی عمر محصول سود حاصل از ارائه محصول به بازار در دوره ی بلوغ به حداکثر مقدار خود می رسد. واضح است که شرکتها و سازمانها مایل به حفظ سودآوری خود در مرحله ی بلوغ هستند. اما آنچه که همواره برای شرکتها سؤال برانگیز است نحوه ی بقاء در این وضعیت است، توسعه محصول جدید راه کار اساسی برای بقاء شرکتها در این وضعیت و دوام آن است(میرفخرالدینی و شعبانی، ۱۴۰۱، ۱۲۲). امروزه به علت رشد سریع محصولات و رقابتی شدن بازار، عموماً نیاز به محصولات و خدمات رشد چشمگیری پیدا کرده است(فریجی و همکاران، ۲۰۲۵، ۱). افزایش جمعیت و متنوع شدن نیازها نیز از جمله عواملی است که سازمانها را به دستیابی به محصول و کالایی جدیدتر ترغیب می کند. در چرخه ی عمر محصول سود حاصل از ارائه محصول به بازار در دوره ی بلوغ به حداکثر مقدار خود می رسد. واضح است که شرکتها و سازمانها مایل به حفظ سودآوری خود در مرحله ی بلوغ هستند. اما آنچه که همواره برای شرکتها سؤال برانگیز است نحوه ی بقاء در این وضعیت است، توسعه محصول جدید راه کار اساسی برای بقاء شرکتها در این وضعیت و دوام آن است(میرفخرالدینی و شعبانی، ۱۴۰۱، ۱۲۲). از طرفی، در بازارهای رقابتی امروز که پیوسته در حال تغییر و تحول هستند، شرکت‌ها برای بقا نیازمند ایجاد تغییراتی در رویه‌ها و استراتژی‌های خود هستند. بی‌شک، نوآوری یکی از مهم‌ترین اهرم‌های استراتژیک در دسترس یک شرکت است (ملاحسینی و فتحی،۱۳۹۹، ۵۹). نوآوری و گرایش به آن یک محرک اصلی رشد و توسعه شرکت های مدرن است(هرملینا۱و دیگران، ۲۰۲۳، ۹۵). نوآوری سازمان ها را قادر می سازد با محیط های متغیر انطباق یابند تا کارایی کسب و کار افزایش یابد. شرکت هایی که در مدیریت دانش و نوآوری سرمایه گذاری می کنند محتمل تر است که به بقا ادامه دهند و عملکردشان ارتقا یابد، در حالی که مزیت رقابتی شان را حفظ می کنند(رضاییان،۱۳۹۹، ۱۰۵). مشتریان با ارزش ترین منبع اطلاعات و ایده های جدید برای محصولات و کسب وکار می باشند(رایت۲و همکاران، ۲۰۱۲، ۱۱۱). بزرگترین استدلال برای اجرای مشارکت مشتری می تواند بهبود اثربخشی در شرکتها باشد. پژوهشگران استدلال می کنند که جمع آوری اطلاعات از مشارکت مشتریان در سازمان، موجب تسریع در روند، توسعه خواهد شد(خصم افکن و همکاران، ۱۴۰۰، ۵۷) و همچنین سرعت روند لازم برای موفقیت بالا و محصولات در زمان کوتاه تری تولید شوند(خدایاری و همکاران، ۱۳۹۹، ۵)، لذا با بررسیهای انجام شده توسط پژوهشگران، به دلیل اهمیت بالای این مبحث و تأثیر آن بر موفقیت شرکتها، پژوهش در این زمینه ضروری به نظر می رسد، همچنین مشارکت مشتری عامل حیاتی در فرایند توسعه محصول جدید است. با این حال شواهد تجربی کمی درباره این که چگونه مشارکت مشتری بر کارایی توسعه محصول جدید تاثیر می گذارد، وجود دارد (مورگان و همکاران، ۲۰۲۳، ۵۰۰). از طرفی نوآوری در محصول یکی از مهم‌ترین اهرم‌های استراتژیک در دسترس یک شرکت است و از طریق افزایش انعطاف‌پذیری سازمان، تمایل آن برای تغییر و معرفی محصولات و خدمات جدید و کاهش اینرسی سازمان به‌طور مثبت بر موفقیت بلند مدت شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. بنابراین، بطورکلی سازمان‌ها برای اثربخشی و بهبود عملکرد باید نوآور باشند تا بتوانند در بلند مدت در بازار باقی بمانند (حسینی و سالار،۱۳۹۹، ۱۱۲). شرکت‌هایی که با ظرفیت بیشتری برای نوآوری در محصول فعالیت می‌کنند منابع موفقیت را در پاسخ به محیط ترکیب و قابلیت‌های خود را توسعه می‌دهند، که باعث دستیابی به مزیت رقابتی و ظرفیت بیشتر نوآوری می‌شود که این خود منجر به عملکرد بهتر محصولات می‌گردد (اندوبیسی و ایفتخار۳، ۲۰۱۲، ۲۱۷). همچنین یکی از موضوعات اصلی در مدیریت زنجیره تامین، برنامه ریزی یکپارچه سازی است که نقش مهمی را در کاهش هزینه های زنجیره بر عهده دارد(موسی خانی و همکاران، ۱۴۰۳، ۲۷۵). چابکی زنجیره تامین نیز به‌عنوان نوعی قابلیت عملیاتی، به توانایی شرکت در انجام فعالیت‌ها اشاره دارد که در کنار شرکای دیگر به منظور انطباق و یا پاسخگویی به تغییرات بازار به شیوه‌ای سریع واکنش نشان داده و ادغام می‌شوند (لیو و همکاران، ۲۰۲۲، ۱۴۵۳). هدف نهایی زنجیره تأمین، مدیریت همه فرآیندهای ساخت و تأمین از مواد اولیه تا مشتری نهایی است که کل زنجیره ارزش از استخراج مواد تا پایان عمر مفید محصول را در برمی‌گیرد. بسیاری تأمین و تولید مواد اولیه را نیز در محدوده مدیریت زنجیره تأمین می‌دانند همچنین فرآیندهای تأمین منابع، ساخت، حمل‌ونقل و فروش محصولات فیزیکی را نیز شامل می‌شود. زنجیره تأمین تنها شامل جریان‌های یک‌طرفه و روبه‌جلو نیست. در طراحی زنجیره تأمین نمی‌توان جریان رو به عقب مانند محصولات مرجوعی، تخفیف‌ها و پرداخت‌های تشویقی، جریان اطلاعات و مانند آن‌ها را نادیده گرفت (کاربل۴ و همکاران، ۲۰۲۳). لذا باید توجه داشت که یکی از دیگر مسائل بسیار مهمی که در دهه‌های اخیر به‌عنوان عامل توسعه مطرح بوده است برخورداری از سیستم توانمند تأمین، تولید و توزیع است که در قالب زنجیره‌ی تأمین مفهوم پیدا می‌کند(یایو و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۲۹). به‌طوریکه قابلیت‌ها و عملکرد زنجیره‌ی

1 Hurmelinna
2Wright et al
3 Ndubisi & Iftikhar
4 Charbel

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

تأمین در این راستا یک التزام است. سازمان‌ها دریافته‌اند جهت بقای خود در محیطی که تنوع، تعداد و مسئولیت‌پذیری آن‌ها بالا باشد، باید قادر باشند تا خود را با تغییرات آینده تطابق دهند. نیازمندی‌های مشتری به‌طور مداوم در حال تکامل بوده و چرخه عمر محصول نیز کوتاه‌تر می‌گردد. در کسب و کار دنیای امروزی، مدیریت زنجیره تأمین به‌عنوان ابزاری جهت دستیابی به سود اقتصادی کوتاه‌مدت و مزیت رقابتی بلندمدت محسوب می‌گردد. مدیریت زنجیره تأمین به‌عنوان مجموعه‌ای از رویکردها و تلاش-هایی بشمار می‌رود که از تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان حمایت نموده و زنجیره‌ی ارزش را به گونه‌ای هماهنگ می‌نمایند که محصولات در مقادیر مناسب و مکان مناسب تولید و توزیع گردیده تا در نتیجه رضایت مشتری حاصل گردد (کیم[1] ، ۲۰۰۶، ۴۹۵) هدف اصلی فعالیت های مربوط به زنجیره تأمین، ارضای تقاضای مشتریان است. بطوریکه بتوانند محصول مورد نظر را با حداکثر کیفیت، حداقل قیمت و در زمان مورد نظر به مشتریان تحویل دهند. در زنجیره تأمین، به منظور بهینه کردن فرآیندهای درون زنجیره، هر عضو باید با دیگر اعضای زنجیره هماهنگ شود.(گل افشانی، ۱۴۰۰). زنجیره تأمین یک رویکرد یکپارچه‌سازی برای برنامه‌ریزی و کنترل مواد می‌باشد که از تأمین‌کنندگان تا مشتریان جریان دارد همان‌گونه که در وظایف مختلف در یک سازمان جریان دارد(راوی کنت[2]، ۲۰۲۳، ۶). در چنین وضعیتی تلاش در جهت بهره‌گیری از فرآیندهای تولیدی بر بازده و استراتژیهایی[3]که از بروز مشکلات زیست محیطی جلوگیری می‌نماید، امری اجتناب ناپذیر می‌باشد و توجه به مسائل زیست محیطی به مسئولیت همه حوزه‌های مدیریتی به ویژه مدیران منابع انسانی یک سازمان تبدیل شده است(دژکام و همکاران،۱۳۹۹، ۲). اقدامات سبز در مدیریت بخشی از برنامه‌های کلی‌تر از مسئولیت اجتماعی شرکت را تشکیل می دهند (جوزی، ۱۳۸۹، ۷۳)، سیستم مدیریت زیست محیطی مجموعه اقداماتی را به شیوه‌ای هماهنگ برای مدیریت و کنترل تأثیرات فعالیت‌های صنعتی بر ابعاد اکولوژیکی انجام می‌دهد که این امرمستـلزم هماهنگی با مدیریت زیست محیطی است(کمالی، ۱۴۰۰، ۱۸). زنجیره تأمین عرضه‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مشتریان را با استفاده از نواوری های جهت برآورده نمودن هر چه مؤثرتر و کاراتر انتظارات مشتریان با هم دیگر ادغام می‌نماید که در نتیجه منجر به عملکرد بهینه سازمان می‌شود (لیو و همکاران[4]، ۲۰۲۲، ۱۴۵۵). عملیات زنجیره تأمین با ملاحظات پایداری به یک مسأله کلیدی در سال های اخیر تبدیل شده است (توماس و دیگران، ۲۰۲۵، ۲)

نوآوری: نوآوری یعنی تغییر معنیداری که برای بهبود خدمات و فرآیندهای سازمانی و ایجاد ارزشهای جدید برای ذینفعان سازمانها انجام میشودبه عبارت دیگر نوآوری سازمانی به معنای چیز جدیدی برای استفاده است که مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار میگیرد (توماس و همکاران، ۲۰۲۵، ۲) نوآوری تامین کنندگان در حقیقت تمایل آنها برای توسعه محصولات و خدمات جدید یا بهبود آنها و موفقیت در ارائه آن محصولات و خدمات به شرکتها است(ماهش و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۲۱).

مدیریت زنجیره سبز: محققین مدیریت زنجیره تأمین سبز را بدین صورت تعریف کرده است مجموعه ای از سیاستهای تدارکات و فعالیتهای اجرایی مدیران است که به دغدغه های زیست محیطی شرکت پاسخ می دهد(کوپلین و همکاران، ۲۰۲۳، ۹۸). این دغدغه ها شامل خرید مواد خام، انتخاب و ارزیابی تأمین کنندگان بر اساس معیارهای زیست محیطی، بسته بندی و توزیع، بازیافت و استفاده مجدد، کاهش مصرف منابع و در انتها دفع پسماندها می باشد(یایو و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۲۹) سریواستاوا (۲۰۰۷)؛ در نظر گرفتن مسائل زیست محیطی در مدیریت زنجیره تأمین شامل طراحی محصول، انتخاب و منبع یابی مواد، فرایند ساخت و تولید، تولید محصول نهایی به مشتری و مدیریت محصول پس از مصرف و طی شدن عمر مفید آن می باشد(شاکری و همکاران، ۱۴۰۱، ۵۴)

یکپارچه‌سازی زنجیره تامین: یکپارچه‌سازی در زنجیره تأمین شامل یکپارچه‌سازی کارآمد تأمین کنندگان، تولیدکنندگان، انبارها و فروشگاه‌ها با هدف حداقل کردن هزینه‌های سیستم در کنار برآورد کردن تقاضای مشتریان است؛ به این منظور پارامترهای مختلف مدیریت زنجیره تأمین مانند ناب، چابک، پایدار و سبز به کار گرفته می‌شود تا یکپارچه‌سازی حاصل شود. باید به این نکته توجه داشت که هرچقد میزان یکپارچه‌گی در زنجیره تأمین بیشتر باشد، کیفیت محصول، تحویل، انعطاف‌پذیری فرآیند و رهبری هزینه بهبود پیدا می‌کند این یکپارچگی در زنجیره تأمین می‌تواند در قالب همکاری با سایر بخش‌های زنجیره صورت بگیرد. تمامی فعالیت‌های مرتبط مانند جریان‌های کالا و خدمات از مرحله‌ی ماده خام تا محصول نهایی قابل مصرف برای مشتری توسط پویایی بین تولیدکنندگان، تأمین کنندگان و مشتریان یکپارچه شود. لازم است تا مدیران علاوه بر فعالیت‌های داخلی شرکت به ارتباطات و تعامل‌های ضروری با سایر ارگان‌های مربوطه به زنجیره نیز متمرکز شوند؛ همکاری‌هایی که در زنجیره صورت می‌گیرد موجب افزایش عملکرد زنجیره در بازار می‌شود از طرفی عملکرد برتر به توانایی یک شرکت تولیدی در ادغام همه جانبه با شرکای خود در طول زنجیره تأمین وابسته است، مدیریت زنجیره تأمین مؤثر ترجیح می‌دهد که عرضه‌کننده‌ها و مشتری‌ها با هم در یک سبک

1 Kim (2006)
2 Ravi Kant
3. Strategy
4 Liu et al (2022)

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

هماهنگ، با سهیم شدن در جریان آزاد اطلاعات، تعامل داشته باشند. جریان سریع اطلاعات بین مشتریان، عرضه‌کنندگان و مراکز عرضه، شرکت‌ها را برای توسعه زنجیره تأمین چابک توانا می‌سازد (واردی و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۵۹).

عملکرد پایدار: عملکرد پایدار مجموعه عملیات شرکت که همگام و سازگار با محیط زیست بوده و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس های تعیین شده توسط نهادها و آژانس های مربوطه، اعم از کشوری و بین المللی اندازه گیری می شود. بطور کلی عملکرد زیست محیطی شامل گنجاندن مواد قابل بازیافت در محصولات، کاهش انتشار آلودگی و ضایعات در تولید، بهبود در بهره وری انرژی، کاهش مواد ناسازگار با محیط زیست و خطرناک می باشد. زنجیره تأمین یکپارچه قادر است به جریان‌های مؤثر از محصولات و خدمات، اطلاعات، پول و تصمیمات برای ایجاد بیشترین ارزش با کمترین هزینه برای مشتری، دست پیدا کند. در یک زنجیره تأمین یکپارچه در کنار هماهنگی عملیاتی، هماهنگی استراتژیکی که منجر به سودهای عملیاتی و استراتژیکی می‌شود، برقرار است.

پژوهشی توسط هاشمی نژاد و همکاران(۱۴۰۳)، با عنوان یکپارچه سازی و بهبود عملکرد مدیریت زنجیره تأمین سبز با استفاده از مدیریت منابع انسانی سبز ارائه شد. در این پژوهش سعی در ارائه یک چارچوب یکپارچه و منسجم برای ارزیابی و بهبود فی ما بین مدیریت منابع انسانی سبز و مدیریت زنجیره تأمین سبز (GHRM-GSCM) با استفاده از رویکرد فازی شده است. بدین منظور ابتدا با استفاده از بررسی جامع ادبیات پژوهش، مصاحبه و نظر خبرگان در صنعت کانه آرایی آریا، نسبت به شناسایی اولیهی شاخصهای ارزیابی در مدیریت منابع انسانی سبز و مدیریت زنجیرهی تأمین سبز اقدام به عمل آمد. در مرحله ی بعد با استفاده از تکنیک DEMATEL فازی و ANP فازی روابط علی_معلولی، وزن هر یک از معیارها و زیرمعیارها مشخص شدند. نتایج این ارزیابی نشان میدهد که عوامل رهبری، انعطافپذیری و زیستمحیطی به ترتیب اهمیت، به عنوان عوامل تاثیرگذار شناسایی شدهاند و بهینهسازی این عوامل توسط صنعت کانه آرایی آریا میتواند منجر به بهینه شدن سایر عوامل (عوامل تاثیرپذیر) گردد.

پژوهشی توسط آقامیری و سید مرتضیی ازغندی(۱۴۰۳)، با عنوان تأثیر زنجیره تأمین سبز و مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی: نقش واسطه ای نوآوری سبز ارائه شد. نی سبز و شیوه های نوآوری سبز به منظور تشویق سازمان ها در اجرای این روش ها، عملکرد محیطی را به طور قابل توجهی بهبود می بخشد. روش شناسی: پژوهش حاضر ازنظر هدف کاربردی و ازنظر نحوه ی گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری متشکل از مدیران عالی، میانی و عملیاتی آگاه نسبت به موضوع موردبررسی بر اساس سمت سازمانی آنها در واحدهایی نظیر بازاریابی، فروش، توسعه محصول و تحقیق و توسعه شرکت های کوچک و متوسط استان مرکزی است که میزان نمونه آماری برای معادلات ساختاری در نرم افزار سمپل پاور، ۳۲۱ نفر تعیین گردید که پرسشنامه میان ۳۲۱ نفر از مدیران بنگاه های کوچک و متوسط استان مرکزی به صورت تصادفی ساده توزیع شد و تعداد ۲۸۸ پرسشنامه تکمیل شده برگشتی تحت پوشش پی ال اس قرار گرفت. برای پاسخ به فرضیات تحقیق از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزیی استفاده شده است. گردآوری داده های پژوهش از طریق نظرسنجی به وسیله پرسشنامه سینگ و همکاران (۲۰۲۴) برای متغیرهای رهبری تحول آفرین سبز و نوآوری سبز، پرسشنامه عبیدات و همکاران (۲۰۲۴) برای متغیرهای جهت گیری محیطی و مدیریت منابع انسانی سبز، پرسشنامه سمن و همکاران (۲۰۲۳) برای متغیر مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد محیطی، به صورت الکترونیکی انجام گرفته است. یافته ها: اتخاذ شیوه های مدیریت منابع انسانی سبز و شیوه های دیگر زیست محیطی مانند مدیریت زنجیره تأمین سبز و نوآوری سبز توسط سازمان های تجاری می تواند از فشارهای زیست محیطی، قوانین و مقررات دولتی و همچنین مردم (ازجمله مشتریان، تأمین کنندگان، خریداران و جوامع) بکاهد و به فعالیت های سبزتری دست یابند. . . در حقیقت، شیوه های مدیریت منابع انسانی سبز برای اجرای موفقیت آمیز سیستم های مدیریت محیطی امری حیاتی است. مفهوم نوآوری سبز، اجرای مدیریت زنجیره تأمین سبز را با رویکردها و ایده های جدید به تولیدکنندگان ارتقا می دهد. به همین ترتیب، نوآوری سبز ممکن است اجرای مدیریت محیط زیست، به ویژه مدیریت زنجیره تأمین سبز را برای تحقق نیازهای زیست محیطی سازمان ها تقویت کند. نتایج: نتایج گویای آن است که مدیریت منابع انسانی سبز بر نوآوری سبز شرکت های کوچک و متوسط تأثیر مثبتی دارد، ولی نوآوری سبز نتوانست نقش واسط مثبتی بین مدیریت منابع انسانی سبز و عملکرد زیست محیطی داشته باشد. نتیجه بعدی پژوهش حاضر این است که مدیریت زنجیره تأمین سبز تأثیر مثبتی بر نوآوری سبز و عملکرد زیست محیطی دارد. همچنین نتایج، نشان دهنده تأثیر واسطه ای مدیریت منابع انسانی سبز بر ارتباطات بین پشتیبانی رهبری تحول آفرین سبز و جهت گیری محیط زیست داخلی و عملکرد محیطی ارائه می دهد.

پژوهشی توسط طالقانی، شادپور، آخوندزاده بستی (۱۴۰۳)، با عنوان ارزیابی تاثیر نوآوری در زنجیره تامین بر کسب مزیت رقابتی با تاکید بر نقش میانجی قابلیت نوآوری (مورد مطالعه: شرکت های مستقر در شهرک صنعتی رشت) ارائه شد . هدف اصلی مطالعه حاضر، بررسی نقش قابلیتهای مدیریت ریسک در رابطه میان نوآوری در زنجیره ی تامین وکسب مزیت رقابتی در شرکت های مستقر در شهرک صنعتی رشت است. از این رو داده های ۱۲۷ شرکت مورد تجزیه وتحلیل قرار گرفته و جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه ای که اصالت آن از دو منظر روائی و پایائی مورد تایید قرار گرفته،استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه ها از تکنیک معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج حاصل نشان داده اند که نوآوری در زنجیره ی تامین با لحاظ

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

نقش میانجی قابلیت های مدیریت ریسک بر کسب مزیت رقابتی شرکتهای مستقر در شهرک صنعتی رشت، تاثیر مثبت و معنی داری دارد. بطوری که نوآوری در زنجیره ی تامین با توجه به نقش قابلیت مقاومت با ضریب ۱۲ درصد و نوآوری در زنجیره ی تامین با توجه به نقش قابلیت تاب آوری با ضریب ۳۱ درصد برکسب مزیت رقابتی شرکت ها تاثیر دارد. در حالی که نوآوری در زنجیره ی تامین به طور مستقیم با ضریب ۱۱ درصد بر کسب مزیت رقابتی شرکت ها تاثیر دارد. همچنین مشخص گردید که قابلیت های مدیریت ریسک رابطه بین نوآوری در زنجیره یتامین و مزیت رقابتی را تعدیل می کند. البته در این میان، قابلیت تاب آوری، نقش موثرتری را ایفا می کند.

پژوهشی توسط عزیر محمدلو و همکاران(۱۴۰۳)، با عنوان بررسی اثر قوانین محیط زیستی و فشار مشتریان بر عملکرد نوآورانه سبز بنگاه های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: شهرک صنعتی ماهدشت) اجرا شد، تحقیق حاضر در تلاش است تا تاثیر قوانین زیست‌محیطی و فشار مشتریان بر عملکرد نوآورانه سبز بنگاه های کوچک و متوسط، را بررسی و راهکارهای لازم را ارائه نماید. بدین منظور ابتدا به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق پرداخته شده است، سپس مدل مفهومی و فرضیه های تحقیق با استفاده از نرم افزار پی ال اس و مدلسازی معادلات ساختاری بر پایهٔ روش کم ترین مربعات جزئی، آزمون شده است. مدل مفهومی حاکی از آن است که فشار مشتریان و قوانین محیط زیستی، به واسطه میانجی های حمایت مدیر عالی، تحقیق و توسعه و سیستم محیط زیستی مدیریت، بر عملکرد نوآورانه سبز تأثیرگذار هستند. نتایج نشان می‌دهد قوانین زیست محیطی(۰.۱۹۶) از طریق میانجی سیستم مدیریت محیطزیستی(۰.۳۷۷) بر عملکرد نوآورانه سبز و فشار مشتریان(۰.۲۵۹- ۰.۴۰۷)از طریق حمایت مدیر عالی(۰.۵۶۲) و سیستم مدیریت محیطزیستی(۰.۳۷۷) بر عملکرد نوآورانه سبز موثر هستند.

پژوهشی توسط راضیه هاشمی سالانقوچ و همکاران(۱۴۰۳)، با عنوان نقش اقدامات مدیریت زنجیره تامین پایدار بر عملکرد صنعت خودرو استان ارائه شد. شناخت اقدامات مدیریت زنجیره تامین پایدار که جزء مزیت های رقابتی دنیای امروز صنایع محسوب می شوند، حایز اهمیت می باشد. در تحقیق حا ضر به برر سی تاثیر این اقدامات بر عملکرد صنعت خودر و پرداخته شده است.رویکرد اصلی این تحقیق، رویکرد کاربردی و نحوه دردروری داده ها نیز توصیفی- پیمایشی می باشد. جمع آوری داده ها ازطریق توزیع پرسش نامه و آزمون فرضیه ها، با روش مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS انجام شده است.یافته های تحقیق بر وجود تاثیر مثبت اقدامات مدیریت زنجیره تامین پایدار بر عملکرد صنعت خودرو در هر سه بعدزیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی صحه می گذارد.

پژوهی توسط سحر آذرکمند و نیلوفر شمس (۱۴۰۲)، با عنوان بررسی مدیریت زنجیره تامین سبز در صنعت ذوب آهن اصفهان و تاثیر آن بر توسعه عملکرد پایدار، ارائه شد، هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد سبز در شرکت ذوب آهن اصفهان می باشد. روش بررسی از نظر هدف کاربردی- توصیفی و از نوع همبستگی است. نمونه آماری پژوهش ۱۹۵نفر از کارکنان زنجیره تأمین ذوب آهن اصفهان می باشد. ابزار پژوهش پرسشنامه عملکرد سبز میرغفوری و همکاران (۲۰۲۳) و پرسشنامه فرایند زنجیر تأمین سبز الفت و همکاران (۱۳۹۹) است. یافته ها حاکی از آنست که مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد سبز تاثیر مثبت و معنی داری دارد همچنین مدیریت زیست محیطی داخلی سازمان و بهبود عملکرد زیست محیطی در حیطه فرایند تولید بیشترین تاثیر را بر عملکرد سبز شرکت ذوب آهن دارند و ابعاد فرایند مدیریت زیست محیطی بیرونی سازمان و فرایند همکاریهای زیست محیطی با ذینفعان هیچ تاثیری بر عملکرد سبز ندارند. نتایج نشان داد که شرکت ذوب آهن با بهبود عملکرد زیست محیطی در حوزه محصولات تولیدی خویش به عنوان یک شرکت مادر و نیز تامین کننده سایر سازمان ها می تواند تاثیرگسترده ای در محیط زیست و عملکرد سبزداشته باشد و زمانی که محصولات سازمانی همسو با محیط زیست باشد محصولات ثانویه نیز که مواد اولیه خود را از شرکت ذوب آهن تهیه می نمایند نیز در راستای محیط زیست بوده و سبب افزایش عملکرد سبز می شوند. بنابراین مدیریت زنجیره تأمین سبز به شرکت ذوب آهن اصفهان این امکان را می دهد تا با اعمال بهینه عملکرد سبز به اهداف و برنامه های خویش دست یافته و حداقل اثرات و مضرات مخرب محیطی را رقم زنند.

پژوهشی توسط ناظری و همکاران (۱۴۰۱)، با عنوان بررسی تاثیر اقدامات مدیریت کیفیت زنجیره تامین بر عملکرد در صنعت خودرو ایران با درنظرگرفتن نقش میانجی نوآوری ارائه شد. هدف از این تحقیق، بررسی روابط موجود بین اقدامات و عملکرد SCQMو نوآوری است. این مدل از طریق تحلیل مسیر با استفاده از داده های مقطعی صنعت خودرو ایران طراحی و تست شده است . با استفاده از یک روش کمی، ۲۸۰ نفر از ۵۰۰ مدیر ارشد و اجرایی در صنعت خودرو ایران در این نظرسنجی شرکت کرده و آن را تکمیل نمودند. از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) برای بررسی فرضیه های پژوهش و مدل مفروض استفاده شد. این یافته ها اثر مثبت رویه های مدیریت کیفیت زنجیره تامین بر نوآوری و عملکرد سازمانی را پوشش میدهند.نتایج حاصل از آنالیز نشان می دهد که نوآوری تا حدی بر رابطه بین رویه های مدیریت کیفیت زنجیره تامین و عملکرد سازمانی تاثیر میگذارد. همچنین این مطالعه تاثیرات های نظری و تجربی را در پی داشته است. نتایج این پژوهش مدیران را قادر می سازد به ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان خود و در نتیجه توسعه استراتژی های مناسب در جهت بهبود عملکرد سازمانی خود بپردازند.

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

پژوهشی توسط رامین بی تعب و منصور امینی لاری (۱۴۰۱)، با عنوان بررسی نقش تعدیل کننده همکاریهای زیست محیطی (تامین کنندگان و مشتریان) بر ارتباط بین مدیریت زنجیره تامین سبز و عملکرد پایدار مطالعه موردی شرکت پالایش گاز پارسیان ارائه شد، در تحقیق حاضر به بررسی نقش تعدیل کننده همکاری های زیست محیطی بر ارتباط بین مدیریت زنجیره تامین سبز و عملکرد پایدار در شرکت پالایش گاز پارسیان پرداخته شده است، که هدف تحلیل رابطه بین مدیریت زنجیره تامین سبز، همکاری های زیست محیطی و عملکرد پایدار می باشد. روش تحقیق در این پژوهش از لحاظ روش در دسته تحقیقات همبستگی و از جنبه هدف تحقیق از نوع کاربردی می باشد. روش گردآوری داده ها میدانی بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه از منبع الفت و همکاران، ۱۳۹۹ است، که برای گردآوری داده های لازم تنظیم شد. جامعه آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل مدیران عالی، میانی و عملیاتی شرکت پالایش گاز پارسیان شامل ۶۰ نفر می باشد که پرسشنامه ها توسط آنان تکمیل می گردد. داده های گردآوری شده در این پژوهش به کمک روش رگرسیون از زمره روشهای تحلیل آماری است، تجزیه و تحلیل گردید و نتایج تحقیق حاکی از آن است که، مدیریت زنجیره تامین سبزتاثیر مثبتی بر عملکرد پایدار دارد و همکاری های زیست محیطی ارتباط بین مدیریت زنجیره تامین سبزو عملکرد پایدار را تعدیل می کند.

پژوهشی توسط احمد قربانپور، الدین ناظمی شمس ، علیرضا پویا و زهرا ناجی عظیمی (۱۴۰۰)، با عنوان همیتسنجی اقدامات مدیریت زنجیره تأمین سبز در حوزه صنایع نفتی ایران (رویکرد ترکیبی FANP_FISM) ارائه شد، هدف اصلی پژوهش، شناسایی و اهمیت سنجی اقدامات مدیریت زنجیره تامین سبز در حوزه صنایع نفتی ایران است. با مطالعه ادبیات موضوعی و بهره گیری از رویکرد تحلیل محتوای متنی تعداد پانزده اقدام سبز احصاء شد. جامعه آماری تحقیق را مدیران و کارشناسان آشنا به موضوع و شاغل در حوزه صنایع نفتی تشکیل دادند. اعضای نمونه از طریق روش نمونه گیری غیر تصادفی هدفمند از نوع قضاوتی انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شدکه روایی و پایایی آن نیز تائید گردید. به منظور دستیابی به هدف تحقیق، از رویکرد ترکیبی فازی استفاده شد. نتایج بیان می دارد که اقدامات «الزامات قانونی و مقررات »، «مدیریت محیط داخلی»، «طراحی سبز»، «خرید و تامین سبز»، و «فناوری سبز » دارای اهمیت نهایی بیشتر نسبت به سایر اقدامات در حوزه مدیریت زنجیره تامین سبز صنایع نفتی ایران می باشند .این تحقیق، از جهت بسط مفاهیم نظری و توسعه رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری فازی دارای نوآوری میباشد

راشدی صفت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی بررسی تاثیر یکپارچه سازی داخلی زنجیره تامین بر یکپارچه سازی خارجی و عملکرد مالی شرکت های تولیدی استان خوزستان پرداخته‌اند. هدف پژوهش، بررسی تاثیر یکپارچه سازی داخلی زنجیره تامین بر عملکرد مالی است. جامعه این تحقیق شرکت های تولیدی بزرگ و فعال استان خوزستان می باشد. داده های تحقیق با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده و برای تحلیل داده ها از نرم افزار spss و pls استفاده شده است. نمونه تحقیق ۱۲۳ شرکت است و برای انتخاب نمونه از نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده استفاده شده است. نتایج نشان داد که یکپارچگی داخلی بر یکپارچگی با تامین کننده و مشتری تاثیرگذار است.

توماس و همکاران۱ (۲۰۲۵) در پژوهش خود با عنوان نوآوری تامین کننده در یکپارچه سازی زنجیره تامین و عملکرد پایدار در صنعت هتلداری به موارد زیر دست یافتند. این مطالعه تأثیر نوآوری تأمین‌کننده را بر یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد پایدار و همچنین نقش میانجی ادغام زنجیره تأمین بین نوآوری زنجیره تأمین و عملکرد پایدار را بررسی می‌کند. علاوه بر این، اعتماد به عنوان یک عامل تعیین کننده در نوآوری تامین کننده مورد مطالعه قرار می گیرد. یک مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌های پیشنهادی برای ارتباط بین متغیرها ایجاد شد. داده ها از نمونه ای از هتل های مصر جمع آوری شد. یافته ها مبنی بر اینکه اعتماد یک عامل کلیدی تعیین کننده نوآوری تامین کننده است. نوآوری تأمین‌کننده تأثیر مستقیمی بر یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین و عملکرد پایدار دارد. با این حال، اثر مستقیم نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار زمانی که یکپارچه سازی زنجیره تامین در مدل گنجانده شود، از بین می رود. به طور خاص، ادغام مشتری و ادغام داخلی متغیرهای واسطه ای در رابطه بین نوآوری تامین کننده و عملکرد پایدار هستند. توسعه اعتماد در روابط با تامین کنندگان، جستجوی مداوم اطلاعات در مورد نیازهای مشتریان و برقراری ارتباط نزدیک تر با آنها و افزایش هماهنگی بین بخشی، تاثیر نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار را افزایش می دهد. این مطالعه اولین مطالعه ای است که تاثیر نوآوری تامین کننده و یکپارچه سازی زنجیره تامین را بر عملکرد پایدار در بخش هتلداری تجزیه و تحلیل می کند.

پژوهشی توسط یایو و همکاران،(۲۰۲۴)، با عنوان مدیریت منابع انسانی سبز و همکاری های زیست محیطی: چشم انداز توانایی–انگیزه–فرصت و شرایط احتمالی ارائه شد، این مطالعه به بررسی ارزش مدیریت منابع انسانی سبز در حمایت از همکاری های زیست محیطی با مشتریان و تأمین کنندگان و نقش تعدیل کننده مدیریت زنجیره تأمین سبز داخلی می پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی_تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل

*1 Tomas ´ F. Espino-Rodríguez * , Mahmoud Gebril Taha*

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

تولیدکننده خودرو در چین می باشد و نمونه آماری ۱۲۶ نفر است که به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه استاندارد می باشد که برای سنجش متغیرها استفاده شد و روایی پرسشنامه ها با استفاده از روایی صوری و تحلیل عاملی مورد تایید قرار گرفته و همچنین پایایی آنها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل(۰/۸۲۷) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد که با استفاده از تحلیل رگرسیون تعدیل شده، بر اساس یک مدل مفهومی پیشنهادی مبتنی بر تئوری توانایی–انگیزه–فرصت و نظریه احتمالی انجام شده است. نتایج نشان می دهد که مدیریت منابع انسانی سبز به طور قابل توجه و مثبتی با همکاری های زیست محیطی با مشتریان و تأمین کنندگان ارتباط دارد و این که روابط توسط مدیران زنجیره تامین سبز داخلی به طور قابل توجهی تعدیل می شود. به متخصصان منابع انسانی توصیه می شود که شیوه های مدیریت منابع انسانی سبز را تهیه کنند که آموزش (توانایی) ، انگیزه (انگیزه) و محیطی رسانا (فرصت) را برای کمک به اجرای همکاری های زیست محیطی فراهم می کند، در حالی که ممکن است متخصصان مدیران زنجیره تامین سبز داخلی را برای تقویت اثرات مدیریت منابع انسانی سبز بهبود بخشند. این مطالعه شیوه های کلیدی مدیریت منابع انسانی سبز را که به مدیران زنجیره تامین سبز داخلی کمک می کنند ،روشن میکند و تحقیقات مربوط به پیشرفت را با ایجاد و آزمایش یک مدل فراگیر برای توضیح چنین هم افزایی ها و نقش تعدیل کننده مدیران زنجیره تامین سبز داخلی انجام می دهد.

پژوهشی توسط هاسیو و همکاران۱(۲۰۲۳)، با عنوان محتویات، عوامل تعیین کننده و روش استراتژیک برای اجرای فعالیت های سبز مناسب در هتل های چند ستاره ارائه شد، هدف این مطالعه بررسی یک مدل برد – برد برای مزیت رقابتی هتل و تقاضای درخواست‌های حفاظت از محیط‌زیست است. روش های تحقیق شامل نظرسنجی های چند مرحله ای می باشد. از اولین بررسی با ۲۰۵ و دوم با ۲۸۱ مدیران هتل های ستاره ای در تایوان، این مطالعه PLS را برای بررسی فعالیت های سبز و بررسی روابط بین عوامل تعیین کننده (یعنی فشارهای سازمانی خارجی و منابع ناچیز داخلی) که بر اجرا و عملکرد فعالیت سبز تأثیر می گذارد (یعنی عملکرد زیست محیطی و مزیت رقابتی)خاذ میکند. نتایج نشان می دهد که عوامل تعیین کننده تاثیر مثبتی بر پیاده سازی هتل از فعالیت های سبز دارند و به نوبه خود تاثیر مثبتی بر عملکرد دارند. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که فعالیت‌های سبز تاثیر واسطه‌ای بر روابط بین عوامل تعیین‌کننده و عملکرد دارند. علاوه بر این ، عملکرد زیست محیطی تاثیر واسطه‌ای بر رابطه بین فعالیت‌های سبز و مزیت رقابتی دارد. در نهایت ، این مطالعه یک فرآیند استراتژیک سه‌فاز را برای اجرای فعالیت‌های سبز مناسب در هتل‌های ستاره‌ای پیشنهاد می‌کند.

آدامز و اسپنسر۲ (۲۰۲۳) مقاله ای با عنوان اثرات میانجی مدیریت زنجیره تامین سبز بر روی تعهدات مدیریتی و عملکرد محیط زیستی شرکت ارائه داده اند. هدف از این پژوهش تاثیر مدیریت زنجیره تامین سبز بر روی تعهدات و عملکرد زیست محیطی سازمان می باشد. برای این منظور از روش تحقیق توصیفی -اکتشافی بهره گرفته شده است، این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی می باشد که جامعه ی آماری این تحقیق را مدیران ۲۰۰ شرکت در استرالیا تشکیل می دهند. در تدوین مبانی نظری از روش کتابخانه ای و جستجوی اینترنتی استفاده شد ابزار سنجش پرسشنامه می باشد که برای سنجش روایی از نظر متخصصان و اساتید و برای سنجش پایایی یا قابلیت اعتماد پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و روش رگرسیون استفاده شد. نتایج تاثیر عامل میانجی در مدیریت زنجیره تامین سبز را در رابطه بین تعهد مدیر ارشد به پایداری محیط زیست و عملکرد محیط زیستی سازمان تایید کرد. ضمنا خود تعهد مدیران ارشد به میزان قابل توجهی به پذیرش مدیریت زنجیره تامین سبز وابسته بود.

هانگ و همکاران، (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان اثر همکاریهای زیست محیطی با تأمین کنندگان و مشتریان بر نوآوری سبز در محیط زیست و عملکرد شرکت: چشم انداز یک سهامدار را به عرصه ظهور رساندند. این مطالعه تاثیر تعدادی از عوامل را در شیوه های نوآوری سبز و عواقب آن بر روی عملکرد شرکت را مورد بررسی قرار می دهد. بطور کلی در این پژوهش همکاریهای زیست محیطی شرکت با تأمین کنندگان و مشتریان بعنوان متغیر مستقل و شیوه های نوآوری سبز، بعنوان متغیر میانجی و عملکرد زیست محیطی عملکرد شرکت بعنوان متغیر وابسته مطرح شده است. هدف از این پژوهش، بررسی میزان تاثیر نوآوری سبز در محیط زیست بر عملکرد شرکت: از دیدگاه یک سهامدارمی باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش توصیفی و همبستگی است. نظریه ذینفعان برای مشاهده اثرات چشم انداز هر یک از ذینفعان در شیوه نوآوری سبز به تصویب رسید. شرکت ها برای تعیین شیوه های نوآوری را تحت تاثیر قرار زیست محیطی و عملکرد کسب و کار. در این پژوهش یک مدل تحقیقاتی با هشت فرضیه برای تعیین ارتباط بین متغیرهای مورد نظر پیشنهاد شد(یک بررسی تجربی). جامعه آماری این پژوهش ۲۰۲ نفر از کارمندان بخش خدماتی و تولیدی شرکتهای تایوانی می باشد.برای تدوین مبانی نظری از مطالعات کتابخانه ای و جستجوی اینترنتی استفاده شده است، ابزار سنجش پرسشنامه می باشدکه در بین جامعه هدف توزیع وسپس جمع آوری گردید، همچنین گویه های تشکیل دهندۀ پرسشنامۀ پژوهش از طریق بررسی پژوهش های پیشین، استخراج شدند و با مراجعه به اساتید صاحب نظر،

1 Teng-Yuan Hsiaoa, Chung-Ming Chuangb, , Leo Huangc
2 Adams and Spencer

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

اعتبار آن ها به لحاظ محتوا مورد تأیید قرار گرفت، برای سنجش پایایی یا قابلیت اعتماد پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد، همچنین از روش مدل یابی معادلات ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است .

مقاله ای توسط فریجی و همکاران (۲۰۲۵) با عنوان بررسی نقش یکپارچه سازی زنجیره تامین در قابلیت نوآوری محصول در شرکتهای سرویس دهی ارائه شد. محققان، مدیران و سیاست گذاران به طور فزاینده ای به پتانسیل سرویس دهی برای افزایش قابلیت های نوآوری برای شرکت های تولیدی، در میان دیگران، علاقه مند هستند. به نظر می رسد همکاری در زنجیره تامین به دلیل ماهیت رابطه ای آن نقش مرتبطی در انتقال به ارائه خدمات ایفا می کند. با ترکیب این عناصر در یک مدل، این مطالعه رابطه بین قابلیت‌های نوآوری و سطوح یکپارچه‌سازی، هم در داخل و هم در خارج با مشتریان و تامین‌کنندگان را با توجه به سطح سرویس‌دهی در شرکت‌های مختلف روشن می‌کند. این مطالعه با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) روی نمونه‌ای از شرکت‌های تولیدی باسبک، تفاوت‌های قابل‌توجهی را بین شرکت‌های تولیدی با خدمات سطح پایین و بالا در رابطه با تأثیر یکپارچه‌سازی مشتری بر قابلیت نوآوری محصول نشان می‌دهد. نتیجه مشابهی برای سایر ابعاد زنجیره تامین – ادغام داخلی و تامین کننده – یافت نشد.

۳- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی_تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد علی است. جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه مدیران شرکتهای صنایع غذایی استان تهران می باشد.

روش نمونه گیری مورد استفاده در این پژوهش، نمونه گیری تصادفی ساده به شیوه نسبی است.

جدول۱- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه مدیران

ردیف	نام شرکت	تعداد مدیران	تعداد نمونه
۱	شرکت شیر پگاه	۳۶	۲۵
۲	صنایع غذایی مینو فارس	۲۸	۱۹
۳	صنایع غذایی آماده لذیذ	۳۰	۲۱
۴	صنایع غذایی مهرام،	۴۱	۲۹
۵	صنایع غذایی کامکار طعام	۲۷	۲۰
	کل	۱۶۲	۱۱۴

حجم نمونه به عنوان یک عامل، بر روی مقدار خطای متوسط تأثیر می‌گذارد و از همین رو درست بودن آن سبب بالا رفتن گویایی نمونه می‌شود (خاکی،۱۳۸۹، ۲۸۵). در برآورد حجم نمونه با توجه به معلوم بودن حجم جامعه آماری از فرمول کوکران بصورت زیر استفاده گردید:

فرمول – ۱ برآورد حجم نمونه به روش کوکران

$$\mathbf{n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)d^2 + z^2pq}}$$

که در آن:

N: حجم جامعه که برابر ۱۱۴ نفر می‌باشد.

n: حجم نمونه

P: برآورد نسبت صفت متغیر q=1-p

d: حداکثر خطای برآورد نسبت جامعه می‌باشند.

Z: مقداری که از جدول نرمال استاندارد با توجه به میزان خطا به دست می‌آید.

در این تحقیق مقادیر فوق بصورت زیر در نظر گرفته شده است:

سطح اطمینان ۹۵ درصد که در اینصورت مقدار ۱/۹۶ برای Z بدست می‌آید. مقدار d برابر ۵ درصد و چون اطلاع خاصی از مقدار p نداریم آن را ۰/۵ فرض می‌کنیم که به این ترتیب بیشترین مقدار حجم نمونه حاصل می‌شود. با قرار دادن این مقادیر در فرمول فوق نتایج زیر حاصل شده است.

برآورد حجم نمونه:

$$n = \frac{(۱۶۲)(۱/۹۶)^۲(۰/۵)^۲}{(۱۶۲)(۰/۵۰)^۲ + (۱/۹۶)^۲(۰/۵)^۲} = ۱۱۴$$

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

N	حجم نمونه (n)	خطای نسبی d	سطح اطمینان	Z
۱۶۲	۱۱۴	۰/۰۵	٪۹۵	۱/۹۶

$bvcxz\ {N_i}/{N} \times n$: فرمول محاسبه حجم نمونه در هر شرکت

N_i: حجم جامعه نمونه در شرکت iام

N: حجم جامعه

n: حجم نمونه

۲۵ =۳۶/۱۶۲×۱۱۴ :حجم نمونه شرکت شیر پگاه

۱۹ =۲۸/۱۶۲×۱۱۴ :حجم نمونه صنایع غذایی مینو فارس

۲۱ =۳۰/۱۶۲×۱۱۴ :حجم نمونه صنایع غذایی آماده لذیذ

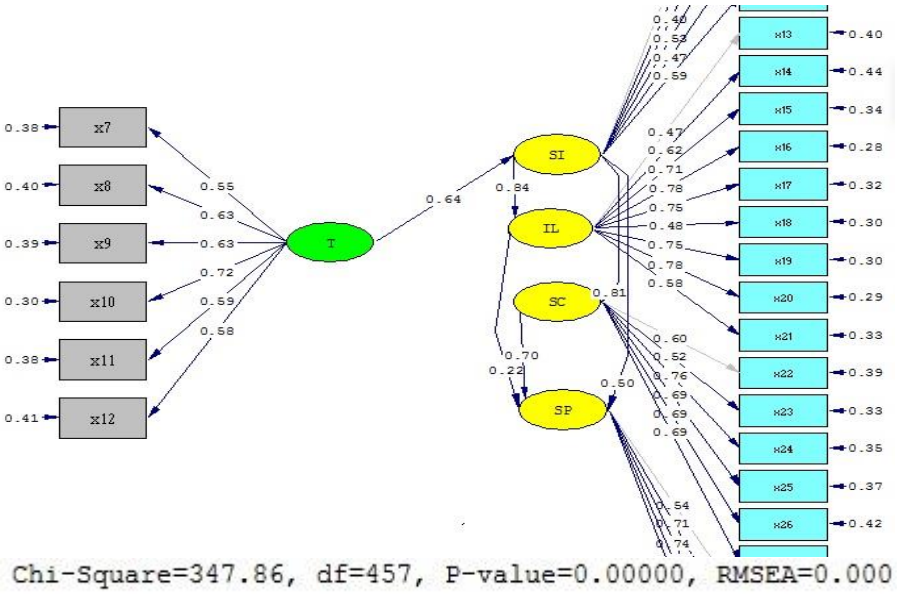
۲۹ =۴۱/۱۶۲×۱۱۴ :حجم نمونه صنایع غذایی مهرام

۲۰ =۲۷/۱۶۲×۱۱۴ :حجم نمونه صنایع غذایی کامکار طعام

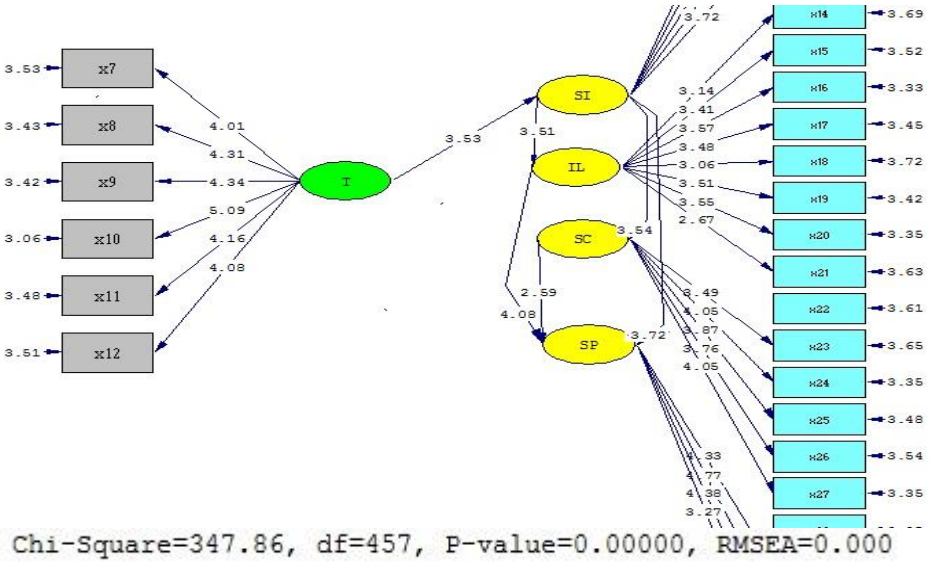
براساس جدول فوق می‌توان گفت اگر ۱۱۴ نفر از جامعه آماری به عنوان نمونه انتخاب کنیم، ۹۵ درصد اطمینان خواهیم داشت که برآوردهای حاصل از این تحقیق حداکثر ۵ درصد با مقدار واقعی جامعه اختلاف خواهد داشت. در این پژوهش، تنظیم بیشتر سوال ها از پرسشنامه استاندارد فریجی و همکاران(۲۰۲۴)، بوده ولی بنا به شرایطی و جهت بومی سازی سوالها، محقق در آن ها، تغییراتی جهت قابلیت درک بیشتر پاسخ دهندگان ایجاد کرده است. در کل پرسشنامه پژوهش حاضر سوال ۳۷ را مورد بررسی قرار می دهد که این پرسشنامه همانند سایر پرسشنامه‌ها از دو بخش سؤالات جمعیت شناسی و سؤالات مربوط به فرضیات پژوهش تشکیل شده است که در بخش اول سؤالات مربوط به متغیرهای جمعیت شناسی پژوهش پنج سوال شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، سابقه کار و پست سازمانی آمده است و سؤالات بخش دوم که ۳۲ سوال است، شامل نظرسنجی پیرامون معیارهای پژوهش می‌باشد با توجه به جدول زیر عبارات پرسشنامه این پژوهش از پنج قسمت تشکیل شده است. قسمت اول، متغیر قابلیت نوآوری تأمین کننده با ۶ سؤال، قسمت دوم ۶ سؤال برای سنجش اعتماد، قسمت سوم متغیر سطوح یکپارچه سازی زنجیره تأمین با سه مؤلفه ی: داخلی با ۳ سؤال، تأمین کننده با ۳ سؤال، مشتری با ۳ سؤال، قسمت چهارم متغیر مدیریت زنجیره تأمین سبز با ۶ سؤال، قسمت پنجم متغیر عملکرد پایدار با ۵ سؤال طراحی شده است. لازم بذکر است سؤال‌های بصورت بسته طراحی شده است و براساس طیف پنج گزینه ای لیکرت برای متغیرهای تحقیق از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مقیاس بندی شده است. در مقیاس هر سوال پنج گزینه قرار گرفت که به ترتیب از گزینه (۱) کاملاً مخالفم تا (۵) کاملاً موافقم می باشد. برای تعیین روایی ابزار پژوهش از روایی صوری و و برای روایی سازه از شاخص(KMO) استفاده شد و مشخص شدکه این پرسشنامه اعتبارلازم برای پژوهش را دارا می باشند. در تعیین پایایی پرسشنامه پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که با توجه به ضریب محاسبه شده میتوان گفت که پرسشنامه طراحی شده از پایایی و ثبات لازم برخوردار است. مقدار آلفا برای کل سوالات برابر با ۰/۸۵۳ می باشد . در تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای **spss** و لیزرل۸/۸ نتایج زیر بدست آمد. از میان ۱۱۴پاسخگویی که به پرسش‌های این تحقیق پاسخ گفته‌اند، ۲۲ نفر یعنی ۲۴/۶ درصد زن و ۸۸ نفر یعنی ۷۵/۴ درصد مرد هستند. بنابراین بیشتر پاسخ دهندگان این تحقیق مرد هستند. بیشترین پاسخگویان مربوط به گروه سنی ۴۱-۵۰ سال(با مقدار۳۶/۲درصد) است و پس از آن گروه سنی ۳۱-۴۰ سال سال (با مقدار۳۳/۳درصد) است، حدود ۱۹/۶درصد پاسخگویان این تحقیق کمتر از ۳۰ سال و حدود ۱۰/۹ درصد پاسخگویان بیشتر از ۵۱ سال هستند. پاسخگویانی که مقطع تحصیلی خود را کارشناسی اعلام کرده‌اند با ۵۶/۵درصد بیشترین گروه پاسخگویان این تحقیق را تشکیل می‌دهند. بلندترین ستون این نمودار نشان‌دهنده تحصیلات کارشناسی است که دارای بیشترین فراوانی در بین تمام گروه‌های تحصیلی است. از میان ۱۱۴ پاسخگویی که به پرسش‌های این تحقیق پاسخ گفته‌اند، ۲۹نفر یعنی ۲۱ درصد کمتر از ۵ سال، ۱۹نفر یعنی ۱۳/۸درصد ۵-۱۰سال،۴۷ نفر یعنی ۳۴/۱درصد۱۱-۱۵ سال و ۲۳ نفر یعنی ۱۶/۷ درصد۱۶-۲۰ سال،۲۰ نفر یعنی ۱۴/۵ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه کار دارند . ۷۸ نفر یعنی۶۳ درصد کارمند، ۲۸ نفر یعنی ۲۰/۳ درصد رئیس، ۲۳نفر یعنی ۱۶/۷درصد سایر هستند. در تحلیل توصیفی متغیرها، میانگین مشاهده شده تمام سؤالات و همچنین میانگین کل سؤالات متغیرها از میانگین نظری یعنی مقدار۳ بیشتر بوده، یعنی پاسخ دهندگان گزینه های موافقم، کاملا موافقم را بیشتر انتخاب نموده‌اند، پس از دید پاسخگویان هر کدام از متغیرها، از سطح متوسط بالاتر می‌باشند، در آمار استنباطی با توجه به سطح اندازه گیری متغیرها ابتدا آزمون کولموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها و سپس از آزمون تحلیل مسیر و معادلات ساختاری استفاده می شود. در ادامه پژوهش برای بررسی روابط علی بین متغیرها از مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیری با متغیرهای مکنون استفاده شد . برآوردهای پارامتر استاندارد شده نشان می‌دهد که همه

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

شاخص‌ها از لحاظ آماری معنادار هستند (**p<۰/۰۵**) و بارهای عاملی آن‌ها در سطح بالایی قرار دارند (بیشتر از ۰/۵). همچنین برای ارزیابی نیکویی برازش تمام مدل ها از معیارهای زیر استفاده شده: شاخص **GFI** مقدار نسبی واریانس ها و کواریانس ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می کند شاخص برازندگی دیگر **AGFI** همان مقدار تعدیل یافته شاخص **GFI** برای درجه آزادی می باشد. شاخص **RMSEA**، ریشه میانگین مجذورات تقریب می باشد. شاخص **NFI** که (شاخص بنتلر- بونت هم نامیده می شود) نشانه برازندگی مناسب مدل است. شاخص **CFI** که نشانه برازندگی مدل است. اولین معیار قضاوت برازش مدل مفهومی، مقدارکای اسکوئر بر روی درجه آزادی x^2/df است که برای تک بعدی بودن سازه‌ها استفاده می‌شود و مقدار آن باید کمتر از ۳ باشد. مقدار این شاخص‌ها برای مدل حاضر (x^2/df۱/۳۶) است. همچنین مقدار RMSEA =۰/۰۰ است که این مقدار کوچکتر از مقدار ۰/۱ است. شاخص‌های برازش مهم دیگر در جدول زیر آورده شده است. همانگونه که در مدلهای زیر دیده می‌شود تقریباً تمامی شاخص‌ها کفایت آماری داشته، بنابراین با اطمینان بسیار بالایی می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص به برازش کامل دست یافته است. همچنین بررسی نتایج شاخص‌های برازش متغیرها حاکی از برازش مناسب مدل می‌باشد و همه شاخص‌های برازش در محدوده مورد پذیرش، واقع شدند. شکل ۲و۳ , نهایی پژوهش است، این مدل با توجه به مدل مفهومی و با پشتوانه مبانی نظری تدوین شده است، این مدل در حالت Standard Solution و T-Valuse قرار دارد. همچنین مقادیر مربوط به بارهای عاملی در شکلهای زیر ارائه شده است.



شکل ۱-مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت Standard Solution



شکل ۳- مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت T-Valus

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

۳- آزمون فرضیه‌ها

با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول وفوق، ضریب استاندارد مسیر بعد اعتماد و نوآوری تامین کنندگان مقدار ۰/۶۴ و (T=۳/۵۳) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (T >۱/۹۶) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه اول تأیید می‌شود. یعنی اعتماد بر نوآوری تامین کنندگان تاثیر معناداری دارد.. به عبارتی با یک واحد تغییر در اعتماد ما شاهد افزایش۰/۶۱ واحدی در نوآوری تامین کنندگان هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد نوآوری تامین کنندگان و عملکرد پایدار مقدار ۰/۵۰ و(T=۳/۷۲) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (T >۱/۹۶) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه دوم تأیید می‌شود. یعنی نوآوری تامین کنندگان بر عملکرد پایدار تاثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری تامین کنندگان ما شاهد افزایش۰/۵۰ واحدی در عملکرد پایدار هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد نوآوری تامین کنندگان و یکپارچه سازی زنجیره تامین مقدار ۰/۸۴ و(T=۳/۵۱) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (T >۱/۹۶) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه سوم تأیید می‌شود. یعنی نوآوری تامین کنندگان بر یکپارچه سازی زنجیره تامین تاثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری تامین کنندگان ما شاهد افزایش۰/۸۴ واحدی در یکپارچه سازی زنجیره تامین هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد نوآوری تامین کنندگان و مدیریت زنجیره تامین سبز مقدار ۰/۸۱ و(T=۳/۵۴) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (T >۱/۹۶) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه چهارم تأیید می‌شود. یعنی نوآوری تامین کنندگان بر مدیریت زنجیره تامین سبز تاثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری تامین کنندگان ما شاهد افزایش۰/۸۱ واحدی در مدیریت زنجیره تامین سبز هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد سطوح یکپارچه سازی زنجیره تامین و عملکرد پایدار مقدار ۰/۲۲ و (T=۴/۰۸) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (۱/۹۶< T) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه پنجم تأیید می‌شود. یعنی سطوح یکپارچه سازی زنجیره تامین بر عملکرد پایدار تاثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در سطوح یکپارچه سازی زنجیره تامین ما شاهد افزایش۰/۲۲ واحدی در عملکرد پایدار هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد مدیریت زنجیره تامین سبز و عملکرد پایدار مقدار ۰/۷۰ و(T=۲/۵۹) است. بنابراین با توجه به T این مسیر (T >۱/۹۶) می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 تأیید نشده و فرضیه پنجم تأیید می‌شود. یعنی مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد پایدار تاثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در مدیریت زنجیره تامین سبز ما شاهد افزایش۰/۷۰ واحدی در عملکرد پایدار هستیم. ضریب استاندارد مسیر بعد نوآوری تامین کننده و یکپارچه سازی زنجیره تامین مقدار ۰/۸۴ و (T=۳/۵۱) است و ضریب استاندارد مسیر بعد یکپارچه سازی زنجیره تامین و عملکرد پایدار مقدار ۰/۲۲ و (T= ۴/۰۸) بنابراین با توجه به ضرایب استاندارد مسیر مستقیم بین متغیرها، ضریب غیر مستقیم نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار با میانجیگری یکپارچه سازی زنجیره تامین (۰/۱۸= ۰/۸۴*۰/۲۲) ۰/۱۸و(۱/۹۶<|۴/۰۸| = T) که معناداری تأثیر گذاری نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار با میانجی گری یکپارچه سازی زنجیره تامین را نشان می‌دهد، می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H0 تأیید نشده و فرضیه هفتم تأیید می‌شود.یعنی یکپارچه سازی زنجیره تامین تاثیرگذاری نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار را میانجی گری می کند. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری تامین کننده با میانجیگری یکپارچه سازی زنجیره تامین، ما شاهدافزایش ۰/۱۸ واحدی در عملکرد پایدار هستیم. این بدان معناست که نوآوری تامین کننده با میانجیگری یکپارچه سازی زنجیره تامین بر عملکرد پایدار تأثیر مستقیم دارد. ضریب استاندارد مسیر بعد نوآوری تامین کننده و مدیریت زنجیره تامین سبز مقدار ۰/۸۱ و (T=۳/۵۴) است و ضریب استاندارد مسیر بعد مدیریت زنجیره تامین سبز و عملکرد پایدار مقدار ۰/۷۰ و (T= ۲/۵۹) بنابراین با توجه به ضرایب استاندارد مسیر مستقیم بین متغیرها، ضریب غیر مستقیم نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار با میانجیگری مدیریت زنجیره تامین سبز (۰/۵۶= ۰/۸۱*۰/۷۰) ۰/۵۶و(۱/۹۶<|۳/۵۴| = T) که معناداری تأثیر گذاری نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار با میانجی گری مدیریت زنجیره تامین سبز را نشان می‌دهد، می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H0 تأیید نشده و فرضیه هفتم تأیید می‌شود.یعنی مدیریت زنجیره تامین سبز تاثیرگذاری نوآوری تامین کننده بر عملکرد پایدار را میانجی گری می کند. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری تامین کننده با میانجیگری مدیریت زنجیره تامین سبز ، ما شاهد افزایش ۰/۵۶ واحدی در عملکرد پایدار هستیم. این بدان معناست که نوآوری تامین کننده با میانجیگری مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد پایدار تأثیر مستقیم دارد.

۴-بحث و نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که قابلیت نوآوری تأمین‌کنندگان یکی از عوامل کلیدی در بهبود عملکرد پایدار شرکت‌های صنایع غذایی است. شرکت‌هایی که با تأمین‌کنندگان نوآور همکاری دارند، توانایی بیشتری در توسعه محصولات جدید، بهبود فرآیندهای تولید و پاسخگویی سریع‌تر به تغییرات بازار دارند. این موضوع نشان می‌دهد که نوآوری در سطح تأمین‌کنندگان می‌تواند به عنوان یک منبع ارزشمند برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها عمل کند. یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که اعتماد به

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

تأمین‌کنندگان نقش معناداری در ارتقای عملکرد پایدار دارد. زمانی که سطح اعتماد میان شرکت‌ها و تأمین‌کنندگان افزایش یابد، همکاری‌های بلندمدت شکل گرفته و تبادل اطلاعات و دانش تسهیل می‌شود. این تعاملات موجب کاهش عدم اطمینان در زنجیره تأمین و افزایش کارایی در فرآیندهای تولید و توزیع خواهد شد. یکی از نتایج مهم این پژوهش، نقش میانجی ادغام زنجیره تأمین در رابطه بین نوآوری تأمین‌کننده و عملکرد پایدار بود. ادغام زنجیره تأمین در سه بعد داخلی، ادغام با تأمین‌کنندگان و ادغام با مشتریان باعث می‌شود جریان اطلاعات، مواد و منابع در طول زنجیره به صورت هماهنگ و مؤثر مدیریت شود. این هماهنگی می‌تواند به کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت پاسخگویی به بازار و بهبود کیفیت محصولات منجر شود. نتایج نشان داد که یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین به عنوان یک قابلیت عملیاتی مهم، نقش مؤثری در بهبود عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. شرکت‌هایی که توانایی بالاتری در هماهنگی فعالیت‌ها با شرکای زنجیره تأمین دارند، می‌توانند سریع‌تر به تغییرات محیطی واکنش نشان دهند و انعطاف‌پذیری بیشتری در مدیریت منابع و فرآیندها داشته باشند. همچنین یافته‌ها بیانگر آن است که مدیریت زنجیره تأمین سبز می‌تواند در کنار نوآوری تأمین‌کنندگان به بهبود عملکرد پایدار سازمان کمک کند. توجه به مسائل زیست‌محیطی در فرآیندهای تأمین، تولید و توزیع نه تنها موجب کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی می‌شود، بلکه می‌تواند تصویر مثبت‌تری از سازمان در ذهن مشتریان و ذی‌نفعان ایجاد کند و در نهایت به افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌ها منجر شود. از سوی دیگر، نتایج نشان داد که نوآوری در محصول یکی از مهم‌ترین اهرم‌های استراتژیک در صنایع غذایی محسوب می‌شود. سازمان‌هایی که به طور مستمر در توسعه محصولات جدید و بهبود ویژگی‌های محصولات موجود تلاش می‌کنند، قادر خواهند بود نیازهای متنوع مشتریان را بهتر پاسخ دهند و جایگاه خود را در بازار حفظ کنند. با توجه به شرایط رقابتی بازار و افزایش انتظارات مشتریان، شرکت‌ها ناگزیر هستند برای دستیابی به عملکرد برتر، به سمت مدیریت یکپارچه زنجیره تأمین حرکت کنند. این رویکرد با تمرکز بر هماهنگی و همکاری میان بازیگران مختلف زنجیره ارزش، امکان استفاده بهینه از منابع و افزایش بهره‌وری را فراهم می‌کند. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که ترکیب نوآوری تأمین‌کنندگان، اعتماد در روابط تجاری و یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین می‌تواند به شکل قابل توجهی عملکرد پایدار سازمان‌ها را ارتقا دهد. این عوامل با ایجاد تعامل مؤثر میان اعضای زنجیره تأمین، زمینه را برای توسعه قابلیت‌های رقابتی و بهبود عملکرد بلندمدت شرکت‌ها فراهم می‌سازند. بر اساس نتایج پژوهش، به مدیران شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می‌شود که در انتخاب و ارزیابی تأمین‌کنندگان، علاوه بر معیارهای سنتی مانند قیمت و کیفیت، به سطح نوآوری و توانایی توسعه محصولات جدید نیز توجه ویژه داشته باشند. همچنین ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری بلندمدت با تأمین‌کنندگان می‌تواند به بهبود عملکرد زنجیره تأمین کمک کند. در نهایت پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های اطلاعاتی و توسعه سیستم‌های ارتباطی پیشرفته، زمینه یکپارچه‌سازی بیشتر میان بخش‌های داخلی و شرکای زنجیره تأمین را فراهم کنند. همچنین توجه به اصول مدیریت زنجیره تأمین سبز و توسعه نوآوری در محصولات می‌تواند به بهبود عملکرد پایدار، افزایش رضایت مشتریان و دستیابی به مزیت رقابتی در بازار منجر شود.

منابع

- اسماعیل پور، مجید و بهمیاری، الهه،۱۳۹۵،جایگاه و نقش مدیریت دانش مشتری و دانش بازار در تدوین برنامههای بازاریابی،اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی،تهران،https://civilica.com/doc/۶۳۱۳۰۲
- دلوی اصفهانی، محمدرضا، قربانی، حسن، باقری قلعه سلیمی، مرضیه (۱۳۹۳). تاثیر همسویی استراتژی های بازاریابی بر زنجیره تامین و عملکرد سازمان (مطالعه موردی: گروه صنعتی انتخاب)، فصلنامه مدیریت بازاریابی، دوره ۹، شماره ۲۳، صص ۹۵-۱۰۹.
- رنجبران(۱۳۹۲)، روش¬های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه، چاپ دهم.
- راشدی صفت، صادق و مهرابی، علی و محمدی، جیران،۱۳۹۴،بررسی تاثیر یکپارچه سازی داخلی زنجیره تامین بر یکپارچه سازی خارجی و عملکرد مالی شرکت های تولیدی استان خوزستان،نخستین همایش بین المللی جامع مدیریت ایران، https://civilica.com/doc/۴۸۷۱۲۹
- عباسی، حسین، و رضایی، مهدی. (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار سازمان با نقش میانجی نوآوری سازمانی. فصلنامه مدیریت تولید و عملیات، ۱۴(۲)، ۴۵–۶۲.
- احمدی، محمد، و صادقی، علی. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر یکپارچگی زنجیره تأمین بر عملکرد سازمانی در صنایع غذایی ایران. فصلنامه مدیریت صنعتی، ۱۳(۳)، ۷۵–۹۲.
- حسینی، رضا، و کاظمی، الهام. (۱۴۰۱). نقش نوآوری تأمین‌کنندگان در بهبود عملکرد سازمانی با تأکید بر مدیریت زنجیره تأمین. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۳(۴)، ۱۰۱–۱۲۰.
- کریمی، سعید، و موسوی، زهرا. (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت زنجیره تأمین سبز بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی شرکت‌های تولیدی. فصلنامه مدیریت محیط زیست، ۸(۱)، ۳۳–۵۲
- رضایی، حمید، و شریفی، امیر. (۱۴۰۰). بررسی نقش ادغام زنجیره تأمین در بهبود عملکرد شرکت‌های تولیدی. فصلنامه مدیریت زنجیره تأمین، ۱۲(۲)، ۵۹–۷۸.

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]

- قنبری، عباس و طاهری، عطوفعلی،۱۴۰۰،نقش سرمایه های اجتماعی در انعطاف پذیری زنجیره تامین با در نظر گرفتن نقش ظرفیت جذب و همسویی مدیریت زنجیره تامین بازاریابی و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی شرکت شیر پاستوریزه پگاه استان زنجان)، هفتمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران ،https://civilica.com/doc/۱۲۵۷۷۹۵
- قنبری، ثریا و درودی، هما،۱۳۹۹،نقش اقدامات مدیریت منابع انسانی سبز در حمایت از همکاری های زیست محیطی مشتریان و تأمین کنندگان،ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه،تهران،https://civilica.com/doc/۱۱۲۱۸۶۳
- قنبری، ثریا و درودی، هما،۱۳۹۹،بررسی رابطه بین اقدامات مدیریت منابع انسانی سبز و حمایت از همکاری های زیست محیطی مشتریان و تأمین کنندگان با توجه به نقش تعدیل کنندگی مدیریت زنجیره تأمین سبزداخلی (مطالعه موردی: شرکت شیر پگاه منطقه شمالغرب کشور)،ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه،تهران،https://civilica.com/doc/۱۱۲۱۸۶۲
- گل افشانی، شباهنگ، (۱۳۹۵). مدلسازی تاثیر مدیریت دانش، مدیریت زنجیره تامین و مدیریت روابط مشتری برعملکرد کسب و کارهای الکترونیک، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز.
- موسی خانی، س.، و بزرگی امیری، ع.، و سنگری، م. (۱۳۹۹). ارائه یک مدل یکپارچه مکانیابی–تولید–توزیع در زنجیره تامین سبز با در نظرگرفتن سطح سرویس دهی. مطالعات مدیریت صنعتی, ۱۸(۵۶), ۲۷۵-۳۰۴. https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=۵۵۴۹۸۴
- یاوری، احسان، رجایی لک، خدیجه (۱۳۹۶). تبیین نقش سرمایه اجتماعی بر پایداری زنجیره تامین در سازمان، اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی.
- Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., & Jie, F. (۲۰۲۱). Impact of internal integration, supply chain integration and supply chain agility on firm performance. Sustainability, ۱۳(۹), ۵۴۶۰.
- Younis, H., Sundarakani, B., & Vel, P. (۲۰۲۱). The impact of implementing green supply chain management practices on corporate performance. Competitiveness Review, ۳۱(۳), ۴۸۷–۵۰۷
- Huo, B., Ye, Y., Zhao, X., & Shou, Y. (۲۰۲۲). The impact of supply chain integration on firm performance: The moderating role of environmental uncertainty. International Journal of Production Economics, ۲۴۷, ۱۰۸۴۵۷.
- Khan, S. A. R., Yu, Z., & Golpîra, H. (۲۰۲۲). The role of green supply chain management practices in enhancing sustainable performance. Journal of Cleaner Production, ۳۴۰, ۱۳۰۷۶۶.
- Leuschner, R., Rogers, D. S., & Charvet, F. (۲۰۲۲). A meta-analysis of supply chain integration and firm performance. Journal of Supply Chain Management, ۵۸(۲), ۲۳–۴۵.
- Zhang, M., Pawar, K. S., & Bhardwaj, S. (۲۰۲۳). Supplier innovation and sustainable performance: The mediating role of supply chain integration. International Journal of Production Research, ۶۱(۸), ۲۵۶۳–۲۵۸۱.
- Chen, Y., Li, Y., & Wang, L. (۲۰۲۳). Green supply chain management and sustainable firm performance: The mediating role of innovation. Business Strategy and the Environment, ۳۲(۴), ۱۸۲۳–۱۸۳۷.
- Gölgeci, I., & Kuivalainen, O. (۲۰۲۰). Does social capital matter for supply chain resilience? The role of absorptive capacity and marketing-supply chain management alignment. Industrial Marketing Management, ۸۴, ۶۳–۷۴
- Gölgeci, I., & Kuivalainen, O. (۲۰۲۰). Does social capital matter for supply chain resilience? The role of absorptive capacity and marketing-supply chain management alignment. Industrial Marketing Management, ۸۴, ۶۳–۷۴
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Blome, C., & Papadopoulos, T. (۲۰۲۰). Big data analytics and artificial intelligence pathway to operational performance under the effects of entrepreneurial orientation and environmental dynamism: A study of manufacturing organisations. International Journal of Production Economics, ۲۲۶, ۱۰۷۵۹۹.
- Green, K. W., Zelbst, P. J., Meacham, J., & Bhadauria, V. S. (۲۰۲۰). Green supply chain management practices: Impact on performance. Supply Chain Management: An International Journal, ۲۵(۲), ۱۵۴–۱۶۷.
- Faraji, M., Rahmani, K., & Hosseini, S. (۲۰۲۴). Supplier innovation capability and sustainable performance: The mediating roles of supply chain integration and green supply chain management. Journal of Cleaner Production, ۴۱۲, ۱۳۷۳۸۴.
- Wu, G.C., ۲۰۱۳. The influence of green supply chain integration and environmental uncertainty on green innovation in Taiwan's IT industry. Supply Chain Manag.: Int. J. ۱۸, ۵۳۹–۵۵۲. https://doi.org/۱۰.۱۱۰۸/SCM-۰۶-۲۰۱۲-۰۲۰۱
- Yu, W., Jacobs, M.A., Salisbury, W.D., Enns, H., ۲۰۱۳. The effects of supply chain integration on customer satisfaction and financial performance: an organizational learning perspective. Int. J. Prod. Econ. ۱۴۶, ۳۴۶–۳۵۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j. ijpe.۲۰۱۳.۰۷.۰۲۳
- Zhao, L., Huo, B., Sun, L., Zhao, X., ۲۰۱۳. The impact of supply chain risk on supply chain integration and company performance: a global investigation. Supply Chain Manag.: Int. J. ۱۸, ۱۱۵–۱۳۱. https://doi.org/.۱۳۵۹۸۵۴۱۳۱۱۳۱۸۷۷۳/۱۰.۱۱۰۸

[Downloaded from asmd.ir on 2026-11-16]