

## تأثیر مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی

بلقیس باور صاد\*، فرج‌اله رحیمی\*\*، شیما معین‌فر\*\*\*

### چکیده

شناسایی تأثیر جنبه‌های مختلف مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین، منافع بازار و منافع اقتصادی ناشی از مشارکت زنجیره تأمین و تحت تأثیر قرار گرفتن عملکرد مالی شرکت‌ها و چگونگی حرکت در جهت تسهیل روابط مشارکت با تأمین‌کنندگان، به یک اولویت و چالش اساسی برای بنگاه‌ها تبدیل شده است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت شرکت (آگاهی درونی، نظارت و به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت) بر مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی بزرگ و فعال استان خوزستان انجام شده و به دنبال پاسخ به این سؤالات است که آیا گسترش مسئولیت شرکت سبب افزایش مشارکت زنجیره تأمین و بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود و آیا مشارکت زنجیره تأمین، عملکرد مالی شرکت را بهبود خواهد بخشید؟ جامعه آماری این پژوهش ۱۸۰ شرکت تولیدی بزرگ استان خوزستان است که با توجه به فرمول کوکران و محدود بودن جامعه آماری تعداد ۱۳۵ شرکت به‌مثابه نمونه انتخاب شد و در هر شرکت پرسشنامه جهت تکمیل در اختیار مدیران عرضه/مالی قرار گرفت. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است که روایی محتوای آن را خبرگان و استادان دانشگاهی تأیید کردند و روایی سازه آن، از طریق تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها با بهره گرفتن از نرم‌افزار SPSS 22 و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری صورت پذیرفت. نتایج نشان داد که کلیه ابعاد مسئولیت شرکت (آگاهی درونی، نظارت و به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها) بر مشارکت زنجیره تأمین اثر مثبت و معناداری دارند، ولی این تأثیر بر عملکرد مالی چشم‌گیر نیست و مشارکت زنجیره تأمین بر عملکرد مالی اثر مثبت و معناداری دارد.

**کلیدواژه‌ها:** مسئولیت شرکت؛ مشارکت زنجیره تأمین؛ عملکرد مالی.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۱۳

\*\* دانشیار، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)

Email: b.bavarsad@scu.ac.ir

\*\*\* دانشیار، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

## ۱. مقدمه

زنجیره‌های تأمین راه‌حلی برای برآوردن مؤثر درخواست‌های مشتری مانند؛ هزینه‌های پایین، تنوع و کیفیت بالای محصول و زمان انتظار کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند [۱۴]. بهبود عملکرد سازمان از اهداف مهم زنجیره تأمین درک شده و استراتژی‌های مشارکت زنجیره تأمین، همکاری و یکپارچگی برای ارتقا عملکرد پذیرفته شده‌اند [۴۴]. مطالعات بسیاری ادعا می‌کنند، استفاده از ابزارهای زنجیره تأمین، هزینه‌های سازمانی و زمان چرخه را کاهش داده و باعث بهبود عملکرد بدون آسیب رساندن به کیفیت بالا می‌شود [۳۲]. زنجیره تأمین فرآیندی است که توسط همه شرکت‌های مشارکت‌کننده، از جمله تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ایجاد شده است [۶۵] و یک زنجیره تأمین موفق زنجیره‌ای است که همه شرکا باید یکدیگر را درک کنند و برای رسیدن به همه اهداف و رسالت‌هایشان رابطه خوبی داشته باشند [۶۱]. سازمان‌ها طی چند دهه اخیر تحت فشار مشتری، نگرانی‌های عمومی، نیروهای تنظیمی، فشار متعادل‌کننده صنعت، درک مزیت بازار، دغدغه‌های شهرت و علاقه رسانه، اهمیت مسئولیت شرکت را بیشتر درک کرده‌اند [۵۱]. از این رو، مسئولیت شرکت در برنامه‌های مدیریت ارشد، بخش مهم راهبردی مورد ملاحظه قرار گرفته است [۴۲].

شیوه‌های مسئولیت اجتماعی باید در سراسر زنجیره تأمین از تهیه مواد خام تا تحویل محصولات به مصرف‌کننده نهایی اجرا شود [۶۸]. مسئولیت اجتماعی شرکت به معنای، تعهد مؤثر، عملکرد و نگرش‌های شرکت در مقابل جامعه می‌باشد [۵] و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، نوآوری و تطبیق با تغییرات محیط را برای شرکت مقدور می‌سازد [۲۵]. شواهد بسیاری بر دستیابی منافع مالی و غیرمالی شرکت‌ها به دلیل توجه به فعالیت‌های مسئولیت شرکت تأکید کرده‌اند [۱۹][۲۶][۵۰]. مقبول و زمیر [۴۰] ارتباط مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در بانک‌های هندوستان را تأیید و پیشنهاد دادند که مدیریت باید بین برنامه‌های راهبردی کسب‌وکار انسجام ایجاد کرده و فلسفه سنتی سودآوری را با نگرش مسئولیت شرکت جایگزین کند. هوفر و شندل [۲۸] اظهار داشته‌اند که، مبانی نظری سه سطح شرکت، کسب‌وکار و عملیاتی مسئولیت شرکت را معرفی کرده و لاپلوم و همکاران [۳۳] معتقدند که پژوهش‌های بسیاری مسئولیت شرکت را در سطح سازمان بررسی و تعامل آن را با راهبرد شرکت و یا کسب‌وکار مورد ملاحظه قرار داده‌اند. اما راهبرد مسئولیت شرکت در سطح عملیاتی که بر حداکثر بهره‌وری منابع در عملیات و بازاریابی تمرکز دارد کمتر مطالعه شده است [۲۸].

مدیریت زنجیره تأمین از وظایف اصلی عملیاتی شرکت محسوب می‌شود [۶]، بنابراین، شرکت‌ها می‌توانند با مشارکت و همکاری در زمانی که محدودیت منابع وجود دارد، منابع و پاداش‌های بیشتری را شناسایی و کسب کنند و برای حصول همکاری‌های بیشتر زنجیره تأمین جهت استفاده از منابع و دانش تأمین‌کنندگان و مشتریان خود و دستیابی به موقعیت رقابتی قوی تلاش کنند. مشارکت و همکاری می‌تواند به شرکت‌ها برای افزایش مزیت رقابتی، مدیریت جریان دانش، به اشتراک‌گذاری اطلاعات، مدیریت سطوح موجودی، توازن زنجیره تأمین، مدیریت ریسک، هماهنگی و افزایش عملکرد مالی شرکت، کمک کند [۳۵]. تلاش جهت شناسایی تأثیر جنبه‌های مختلف مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین و همچنین دانستن چگونگی حرکت در جهت تسهیل روابط مشارکت با تأمین‌کنندگان و به رسمیت شناختن بیشتر منافع اقتصادی و مالی شرکت‌ها که از همکاری همه ذی‌نفعان حاصل شده است، تأثیرات شگرفی بر درآمد و سودآوری سازمان‌ها دارد. با این حال برخی پژوهشگران رابطه منفی یا فقدان وجود رابطه بین مسئولیت شرکت و عملکرد مالی شرکت را نشان داده‌اند [۶۳].

برخلاف سطح شرکتی و تجاری، پژوهش‌های کمی در مورد مسئولیت شرکت با مؤلفه‌های (گسترش آگاهی درونی، نظارت و به‌اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها) در سطح عملکردی شرکت از جمله استراتژی زنجیره تأمین وجود دارد. در این پژوهش ما قصد داریم تا مشخص کنیم که چگونه مسئولیت شرکت (گسترش آگاهی درونی،

نظارت و به اشتراک گذاری بهترین شیوه‌ها)، توسعه مشارکت با تأمین‌کنندگان را پشتیبانی می‌کنند و همچنین چگونه این مشارکت‌ها بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارند. تناقض در پیشینه موجود و فقدان بررسی تأثیر مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی در شرکت‌های تولیدی بزرگ استان خوزستان دلیلی برای ضرورت یافتن این پژوهش شده و این سؤالات را مطرح کرده است که: آیا گسترش آگاهی درونی، نظارت و به اشتراک گذاری بهترین شیوه‌ها منجر به سطوح بیشتر مشارکت زنجیره تأمین بین یک شرکت و تأمین‌کنندگان آن و بهبود عملکرد مالی شرکت خواهد شد؟ همچنین، آیا مشارکت زنجیره تأمین، عملکرد مالی شرکت را افزایش خواهد داد؟

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

**مشارکت زنجیره تأمین.** مشارکت زنجیره تأمین یک رابطه بین دو نهاد مستقل در کانال‌های تأمین برای دستیابی به اهداف و مزایای خاص در جهت افزایش عملکرد مالی و عملیاتی هر یک از اعضای کانال از طریق کاهش هزینه کل و موجودی در سراسر زنجیره تأمین و افزایش سطح اطلاعات به اشتراک گذاشته، ایجاد شده است [۳۸]. مشارکت زنجیره تأمین به منزله فعالیت مشترک دو یا چند شرکت مستقل در جهت برنامه‌ریزی و اجرای عملیات زنجیره تأمین، با هدف کسب موفقیتی افزون‌تر، همکاری اثربخش میان سازمان‌ها (مانند؛ اهداف مشترک، سیاست‌های یکپارچه، معیارهای سنجش عملکرد مناسب، فضای تصمیم‌گیری کارا، به اشتراک گذاشتن اطلاعات و همسوسازی منافع است [۷۴] و محدوده و اندازه مشارکت زنجیره تأمین از طریق روش‌های متداول و سازمان‌یافته مانند مبادلات در سطوح استراتژیک و عملیاتی تعیین می‌شود [۷۷].

محیط کسب‌وکار به شدت توسعه یافته کنونی، موجب پیچیدگی زنجیره تأمین و اهمیت مفهوم مشارکت زنجیره تأمین [۵۶]، افزایش کیفیت، کاهش هزینه، آگاهی محیط زیستی [۷۱] و همکاری‌های زنجیره تأمین در حصول اطمینان از کسب نتایج شده است [۴۵]. شرکت‌ها با انتخاب تأمین‌کنندگان مناسب مشارکت را گسترش داده و علاوه بر روابط راهبردی خریدار-فروشنده، عوامل دیگر شایع در محیط کسب‌وکار امروزی نیز در توسعه اخلاق مشارکت زنجیره تأمین بین شرکت‌ها مؤثر هستند [۲۱]. در این پژوهش از معیارهای؛ حل مشکلات، طراحی محصولات جدید، تبادل اطلاعات فنی مهم، تعهد بلند مدت دو جانبه و قابلیت‌های تأمین‌کننده‌های اصلی (گالیر و همکاران) [۲۱] برای سنجش مشارکت زنجیره تأمین، استفاده شد.

**عملکرد مالی.** عملکرد ماهیت و کیفیت عملیات سازمان برای هدایت مأموریتش به سمت سودآوری است و عملکرد مالی، توانایی مالی یک سازمان در بهره‌وری و سودآوری است [۶۰]. محاسبه میزان عملکرد مالی به معنای میزان دستیابی به اهداف سازمانی است [۵۵]. عملکرد مالی معیاری برای سنجش عملکرد سازمانی است و با شاخص‌های بازده سرمایه‌گذاری، بازده دارایی و بازده فروش ارزیابی می‌شود [۹]. برای سنجش عملکرد مالی پژوهشگران از شاخص‌های مختلف استفاده کرده‌اند، برای مثال؛ بازده فروش و بازده دارایی، اندرسان و همکاران [۴]، (بازده سرمایه‌گذاری و بازده فروش) پرتو و همکاران [۵۲]، سودآوری، رشد فروش و رضایت مشتری ناوانیر و همکاران [۴۸]، (بازده فروش، رشد سود، سودآوری و بازده سرمایه‌گذاری) اینمان و همکاران [۳۱] و سودآوری، افزایش سهم بازار و رضایت مشتری برای اندازه‌گیری عملکرد سازمان توسط ناباس و عبدالله [۴۷] استفاده شده است.

ارزیابی عملکرد سازمان بر اساس دو نگرش استفاده از معیارهای عینی عملکرد (مانند سودآوری، جریان نقدی و سهم بازار) و استفاده از معیارهای ذهنی عملکرد و درخواست از پاسخ‌دهندگان در بیان نظر خود در مورد معیارهایی مانند سودآوری و سهم بازار سازمان نسبت به رقبا است [۸۰]. برای سنجش عملکرد مالی به معیارهای

چندگانه نیاز داریم، از آنجا که معیارهای ذهنی معمولاً معیارهای قابل دسترسی تری هستند و پایایی و روایی بیشتری را نشان داده‌اند [۱۷]، معیارهای ذهنی خوداظهاری، به‌اندازه معیارهای بایگانی شده در سنجش عملکرد مالی قابل استناد هستند [۶۶]. در این پژوهش برای سنجش عملکرد مالی از معیارهای (ایمنان و همکاران) [۳۱] استفاده شد.

**مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی.** عملکرد سازمان اشاره دارد به اینکه چقدر یک سازمان به اهداف پاسخگویی بازار و اهداف مالی خود دست یافته است [۷۵]. اهداف کوتاه مدت مدیریت زنجیره تأمین در ابتدا افزایش بهره‌وری و کاهش موجودی می‌باشد. در حالیکه اهداف بلند مدت زنجیره تأمین افزایش سهم بازار و سود تمام اعضا زنجیره تأمین است که در نهایت موجب افزایش عملکرد مالی سازمان می‌شود [۷۰]. مشارکت زنجیره تأمین برای افزایش قابلیت‌های عملیاتی و منافع سازمان‌های مشارکت کننده طراحی شده است [۶۷]. مشارکت زنجیره تأمین بر همکاری بلند مدت تأکید کرده و برنامه‌ریزی و حل مشکلات را به‌طور دوجانبه تشویق می‌کند که این خود موجب همکاری مؤثر با چند تأمین کننده که خواهان پذیرش مسئولیت مشترک برای عرضه محصول هستند، خواهد شد. استراتژی سازمان‌های مشارکت کننده در زنجیره تأمین حذف ائتلاف زمان و تلاش‌های اضافی برای ارتقا عملکرد مالی و بازاریابی سازمان است [۷۵].

**مسئولیت اجتماعی شرکت.** از اواسط تا اواخر دهه ۱۹۹۰، اصطلاحات جدید و نگرش درباره آنچه که مسئولیت شرکت نامیده می‌شود پدیدار شد [۷۲]. مسئولیت اجتماعی شرکت یک ابزار مفید برای هر سازمانی است که قصد دارد موفق شود. با وجود اجباری نبودن، نادیده گرفتن و غفلت از این مفهوم ممکن است بر تصویر و اجرای استراتژی‌های آینده سازمان تأثیر بگذارد [۱۱]. مسئولیت اجتماعی شرکت بر موفقیت و شکست سازمان تأثیر دارد [۶۹]. مسئولیت شرکت ارتباط نزدیکی دارد با مفاهیم دیگر کسب‌وکار و جامعه مانند مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت که به دلیل گستردگی و فراگیری روز افزون راهبردهای کسب‌وکار، روش‌های عملیاتی، تأثیر بر جامعه و محیط‌زیست، متمایز شده است [۲۷]. از نظر وادوک مسئولیت شرکت با مسئولیت اجتماعی شرکت متفاوت است، زیرا مسئولیت اجتماعی شرکت بر مسئولیت اختیاری کسب‌وکار نسبت به ذی‌نفعان دلالت دارد، در حالی که مسئولیت شرکت بازتاب ایده‌ای است که شامل مسئولیت‌های رفتار، تصمیمات، اعمال، مسئولیت آشکار استراتژی‌ها و شیوه‌های عمل یک شرکت است که دائماً بر ذی‌نفعان و محیط تأثیرگذار است [۳۱] و ما با استفاده از این تعریف مسئولیت شرکت در حوزه تأمین کنندگان را به کار برده‌ایم.

**سه بعد مسئولیت شرکت.** سه بعد کلیدی مسئولیت شرکت در چارچوب راهبردها و شیوه‌های عمل حمایت از توسعه روابط خریدار-فروشنده شامل: گسترش آگاهی درونی، نظارت و به‌اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها.

**آگاهی درونی.** رفتار و اعمال قابل مشاهده شرکت، شاخص‌هایی برای ارزیابی ارزش‌ها و رفتار شرکت در مقابل ذی‌نفعان هستند [۴۶]. شرکت کارکنان خود را از ارزش‌ها و جهت‌گیری مسئولیت شرکت برای ایجاد آگاهی درونی از طریق مکانیسم‌های متنوع [۲۹] مانند، انتصاب فردی برای پاسخگویی به ارزش‌های تجاری و اخلاقی، بیانیه‌های سیاسی روشن، شیوه‌های قابل قبول و برنامه‌های آموزشی آگاه می‌سازد [۳۷]. مکانیسم‌ها و شیوه‌های ارتقا آگاهی درونی و رفتار مسئولانه شرکت، شواهدی برای تأمین کنندگان هستند [۳۱].

**نظارت.** جزء ضروری هر تلاشی برای رشد سطح رفتار مسئولانه در سازمان‌هاست [۷۲] و رابطه نزدیکی با مطلوبیت دارد. نظارت برای حصول اطمینان از اینکه رفتار شرکت قابل قبول یا مطابق با آنچه انتظار می‌رود، است [۳۴]. برای وارد شدن به شراکت، زنجیره تأمین باید قادر به تشریح سیاست‌ها، شیوه‌ها و رفتارهای مسئولیت شرکت برای رضایت خریدار باشد، در نتیجه بعید است که یک تأمین کننده قادر باشد وارد مشارکت زنجیره تأمین با خریدار شود، اگر به حداقل سطح قابل قبول از رفتار مسئولانه شرکت نرسیده باشد [۱۰]. نظارت

بر رفتار مسئولانه یک عمل منفعل نیست بلکه نقش مهمی در انتخاب شرکا دارد [۴۹]. رضایت شرکت‌های تأمین‌کننده از نظارت، تمایل شرکت‌ها به ارتباط کاری نزدیک با تأمین‌کنندگان را نشان می‌دهد که منجر به گسترش شیوه‌های نظارتی بر مسئولیت شرکت می‌شود. وجود شیوه‌های نظارت بر تعامل بین خریدار و فروشنده گویای یک رابطه با دورنمای بلندمدت و چشم‌اندازی مشارکتی است [۳۱].

**به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها.** به‌اشتراک‌گذاری دانش از جنبه‌های مهم مدیریت زنجیره‌تأمین است [۲]. شراکت زنجیره تأمین با توجه به شیوه‌هایی که منجر به کارایی و اثربخشی بیشتر می‌شود به تبادل اطلاعات می‌پردازد. تبادل دانش گسترده‌تر از کارایی و اثربخشی است و شامل بهترین شیوه‌ها می‌شود [۶۴]. از یک طرف گسترش مسئولیت شرکت، می‌تواند آسان‌تر مدیریت شود هنگامی که یک شرکت با تأمین‌کنندگان دارای رابطه مشارکت در مقابل اشکال رابطه‌های دیگر، به‌ویژه آن‌هایی که یک ماهیت خصمانه دارند، باشد. از طرف دیگر، وقتی شرکت اجرای شیوه‌های بهتر مسئولیت شرکتی را در روابط خود با تأمین‌کنندگان ترویج می‌دهد، علاوه بر افزایش به اشتراک‌گذاری دانش و ادغام شیوه‌های سودمند متقابل، به احتمال زیاد توسعه اخلاق همکاری زنجیره تأمین را نیز تسهیل می‌کند [۱۳]. از گسترش آگاهی درونی، نظارت و به‌اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها برای سنجش مسئولیت شرکت [۳۰] در این پژوهش استفاده شده است.

**مسئولیت شرکت و عملکرد مالی.** شرکت‌ها با رعایت مسئولیت اجتماعی می‌توانند کیفیت محصولات خود را افزایش داده و در نهایت به بهبود عملکرد شرکت دست یابند. شرکت‌هایی که به مسئولیت شرکت خود اهمیت می‌دهند، عموماً دستاوردهای مالی خوبی دارند [۱۶]. بر اساس تئوری ذی‌نفعان فریمن [۲۰] شرکتی که مسئولیت اجتماعی را رعایت و به منافع همه ذی‌نفعان به‌طور همزمان توجه دارد، رابطه مسئولیت شرکت با عملکرد مالی شرکت‌های وابسته به سهامداران می‌تواند، پس از دریافت پاداش سرمایه‌گذاران و سهام‌داران ایجاد شود. نتایج پژوهش مقبول و زمیر [۴۰] تأثیر مثبت مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت در ۲۸ بانک تجاری هندوستان را نشان داد. پیلوزا [۵۳] نیز رابطه بین مسئولیت شرکت و عملکرد مالی ۲۸ مقاله را تحلیل و نشان داد که ۵۹ درصد رابطه مثبت، ۲۷ درصد رابطه متقابل و ۱۴ درصد ارتباط منفی دو متغیر مذکور را نشان دادند. نتایج پژوهش یوان و همکاران [۷۶] نشان داد، مسئولیت شرکت عملکرد مالی شرکت را افزایش می‌دهد. برخی پژوهشگران ارتباط منفی یا فقدان وجود رابطه بین مسئولیت شرکت و عملکرد مالی شرکت را نشان داده‌اند [۶۳]. اما بیشتر مطالعات مانند قادری و همکاران [۲۲]؛ لین و همکاران [۳۶]؛ گالیر و همکاران [۳۱]؛ سیسودیا و همکاران [۶۲] تأثیر مثبت مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی را تأیید کرده‌اند.

#### پیشینه تجربی پژوهش

لین و همکاران [۳۶] ارتباط دو جانبه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی شرکت با رویکردهای آینده‌نگر و گذشته‌نگر را با استفاده از داده‌های پانل برای ۱۰۰ شرکت برتر در دوره زمانی ۲۰۰۷-۲۰۱۶ را مدل‌سازی کردند. نتایج نشان داد که عملکرد مالی بهتر شرکت‌ها منجر به مشارکت بهتر مسئولیت اجتماعی شرکت می‌شود اما مسئولیت اجتماعی شرکت بیشتر ضرورتاً منجر به عملکرد مالی شرکت برتر نمی‌شود. سه شاخص عملکرد مالی شرکت یعنی؛ بازده سهام، بازده دارایی‌ها و بازده سرمایه، اثرات منفی و شدید روی مسئولیت اجتماعی شرکت دارند.

قادری و همکاران [۲۲] رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد سازمان را از نظر کارکنان کلیدی هتل‌های ۴ و ۵ ستاره در تهران (ایران) را بررسی و دریافتند که مسئولیت اجتماعی شرکت موجب افزایش ارزش و سودآوری در هتل‌های مورد مطالعه می‌شود. رضایی و همکاران [۵۷] مشارکت در محدوده وظایف مختلف کسب‌وکار (بازاریابی و فروش، پژوهش و توسعه، خرید و تدارکات و تولید) و محرک‌ها و اثرات عملکرد این مشارکت در هر وظیفه کسب‌وکار را با استفاده از یک نظرسنجی از ۲۷۹ شرکت کوچک و متوسط دارای

تکنولوژی بالا با استفاده مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی کردند. نتایج نشان داد که تفاوت‌های قابل توجهی بین وظایف کسب‌وکار از نظر سهیم بودن در مشارکت و تأثیر این مشارکت در عملکرد وظایف مذکور وجود دارد. چن و همکاران [۱۵] نقش تعدیل‌گر استراتژی کسب‌وکار در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی ۱۴۶۱ شرکت غیر مالی آمریکایی را که به مسئولیت اجتماعی توجه دارند و یا بی‌توجه هستند را بررسی کردند. نتایج نشان داد شرکت‌هایی که استراتژی کسب‌وکار آن‌ها مسئولیت اجتماعی را حمایت می‌کند، عملکرد مالی بالاتری دارند. مانی و همکاران [۳۶] مسائل اجتماعی مربوط به تأمین‌کنندگان و شناسایی ابعاد مربوط به پایداری اجتماعی زنجیره تأمین در اقتصادهای نوظهور را از نظر ۲۷ مدیر زنجیره تأمین شرکت‌های تولیدی هندوستان بررسی و نشان دادند که ارتباط مثبت بین شیوه‌های پایدار اجتماعی تأمین‌کننده و عملکرد زنجیره تأمین به‌طور مستقیم و از طریق عملکرد تأمین‌کننده وجود دارد. یو و همکاران [۷۸] تأثیر داده‌های محرک قابلیت‌های زنجیره تأمین بر عملکرد مالی در صنعت تولیدی چین را با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل و نشان دادند که داده‌های محرک قابلیت‌های زنجیره تأمین تأثیر قابل توجهی بر چهار بعد قابلیت‌های زنجیره تأمین دارند. هماهنگی و پاسخگویی زنجیره تأمین ارتباط مثبت قابل توجهی با عملکرد مالی دارند.

یواین و همکاران [۷۹] تأثیر تعاملات مسئولیت اجتماعی و کیفیت خدمات بر عملکرد ۱۵۶ شرکت حمل‌ونقل سنگاپور را بررسی و نشان دادند که مسئولیت اجتماعی از طریق کیفیت خدمات، عملکرد شرکت‌های حمل و نقل سنگاپور را بهبود می‌بخشد. اویه ویومی و همکاران [۵۰] تأثیر سرمایه‌گذاری اجتماعی و افشای عملکرد مالی شرکت‌ها بر عملکرد سازمان در نیجریه را بررسی و دریافتند که شرکت‌ها می‌توانند با یک برنامه استراتژیک مسئولیت اجتماعی از منافع مالی و غیرمالی بهره‌مند شوند. حلیم و همکاران [۲۴] اقدامات مسئولیت اجتماعی تأمین‌کننده و تأمین جغرافیایی منابع در ۳۸۱ شرکت تولیدی در سطح جهانی را بررسی کردند. در مطالعه آن‌ها به تأثیر واسطه‌ای مسئولیت‌های اجتماعی تأمین‌کننده شرکت در رابطه با فشارهای سهامداران و عملکرد محیطی، اجتماعی و مالی پرداخته شد. نتایج نشان داد که اقدامات مسئولیت اجتماعی تأمین‌کننده، تأثیر میانجی در رابطه بین فشار سهامداران و عملکرد زیست محیطی و عملکرد مالی دارد اما تأثیر میانجی برای عملکرد اجتماعی دیده نشده است.

کورت و همکاران [۱۶] ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی بانک‌های تجاری ایالات متحده در دوران بحران را بررسی و نتایج نشان دادند، بانک‌هایی که به مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت داده‌اند، دستاوردهای بهتری داشته‌اند. و بانک‌های بزرگتر نسبت به بانک‌های کوچکتر سود بیشتری کسب کرده‌اند. رودریگز-فرناندز [۵۸] رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در شرکت‌های بورس اوراق بهادار اسپانیایی را مطالعه و نشان داد که رابطه متقابل بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی در شرکت‌های مورد مطالعه وجود دارد. آگان و همکاران [۱] تأثیر توسعه زیست محیطی زنجیره تأمین بر عملکرد شرکت ۳۱۴ شرکت از کارخانه‌های تولیدی ترکیه را با استفاده از مدل معادلات ساختاری تحلیل و نشان دادند که مسئولیت اجتماعی شرکت به‌طور مثبت با توسعه زیست محیطی زنجیره تأمین ارتباط دارد و توسعه زیست محیطی زنجیره تأمین تأثیر مثبت بر عملکرد مالی و مزیت رقابتی شرکت‌های مورد مطالعه دارد. قیم و همکاران [۵۴] تأثیر شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین بر عملکرد مالی سازمان در پاکستان را از نظر مدیران عالی دو سازمان که بهترین دانش را در مورد عملیات زنجیره تأمین داشتند تحلیل نشان دادند که مدیریت زنجیره تأمین بر عملکرد مالی سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

گالیر و همکاران [۳۱] ارتباط بین مسئولیت شرکت (آگاهی درونی، نظارت و به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها) و مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد شرکت در ۱۵۲ شرکت بریتانیایی را بررسی و نشان دادند که آگاهی درونی و نظارت مسئولیت شرکت تأثیر مثبتی بر مشارکت زنجیره تأمین دارند ولی به اشتراک‌گذاری بهترین

شیوه‌ها تأثیر منفی بر مشارکت زنجیره تأمین دارد. کار و پیرسون [۱۲] تأثیر مشارکت خریدار و تأمین‌کننده بر راهبرد خرید و عملکرد شرکت در ۱۷۵ شرکت آمریکایی درگیر در مدیریت عرضه را بررسی و نتایج نشان داد که مشارکت خریدار/تأمین‌کننده تأثیر مثبت بر راهبرد خرید دارد و راهبرد خرید بر عملکرد مالی شرکت را افزایش می‌دهد. امیرحسینی و قبادی [۵] تأثیر واسطه‌ای عملکرد مالی بر رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مالکیت نهادی در ۲۳ شرکت سرمایه‌گذاری در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ را به این ترتیب مطالعه کردند که ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با عملکرد مالی و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مالکیت نهادی با تأثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی گردید. نتایج نشان داد، شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند توجه سرمایه‌گذاران را جلب کرده و عملکرد مالی بهتری دارند.

حاجی‌ها و سرافراز [۲۳] رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را از طریق پرسشنامه‌ای که حاوی ۵۳ سؤال در زمینه مسئولیت اجتماعی آن‌ها نسبت به مشتریان، کارکنان، محیط زیست و نهادهای موجود در جامعه (نهادهای آموزشی، نهادهای فرهنگی، نهادهای ورزشی، سازمان‌های بهداشتی، بیمارستان‌ها، نهادهای خیریه، مراکز توانبخشی و غیره) در ۵۹ شرکت در طول سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۵ با استفاده از روش رگرسیون بررسی و نتایج پژوهش نشان داد که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست رابطه معناداری ندارد.

معماریان [۴۳] مشارکت زنجیره تأمین راهبردی، فنون مدیریت زنجیره تأمین سبز و نتایج عملکرد در صنعت خودروسازی را از نظر ۱۰۸ مدیر و کارشناس شرکت ایران خودرو بررسی و نشان دادند که با افزایش مشارکت زنجیره تأمین از طریق پیشینه‌هایی مانند اعتماد متقابل، سازگاری سازمانی و حمایت مدیریت ارشد و اجرای اقدامات متقابل مشارکت مؤثر مانند تسهیم اطلاعات در ترازهای راهبردی و عملیاتی به‌وسیله ارتقاء مدیریت زنجیره تأمین زیست محیطی شاهد افزایش عملکرد زیست محیطی و در نهایت عملکرد تجاری (مالی و بازاریابی) خواهیم بود. صنوبر و همکاران [۵۹] رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ابعاد آن شامل شرایط محیط کار، محیط زیست، رفتار کسب‌وکار، جامعه و اجتماع محلی و راهبری شرکت با عملکرد مالی شرکت‌های فعال تولیدکننده مواد و محصولات دارویی و سهامی عام استان‌های آذربایجان شرقی و تهران را با کمک ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل و نشان دادند که بین متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هر یک از ابعاد پنج‌گانه آن با متغیر عملکرد مالی، رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین، بین اندازه و ریسک سازمان با عملکرد مالی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

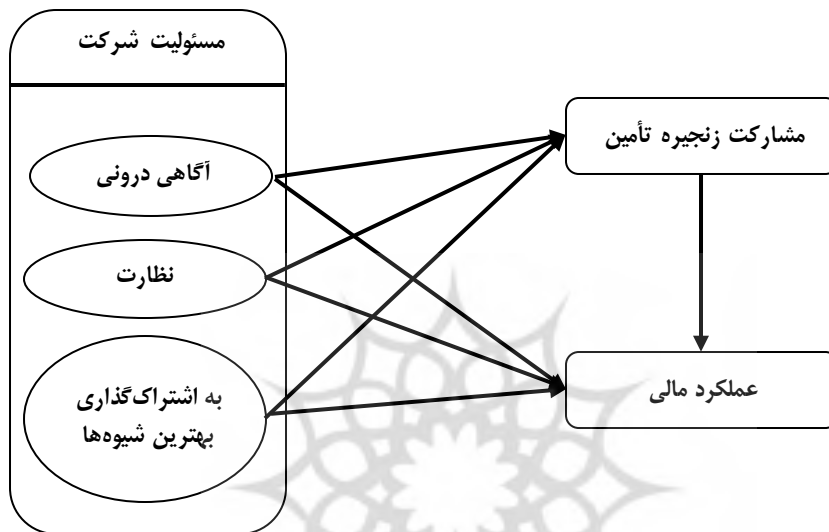
اکثر مطالعات مسئولیت شرکت را تنها در سطح سازمانی سنجیده‌اند و فقدان بررسی رابطه بین شیوه‌ها و رفتار مسئولیت شرکت و عملکرد مالی در سطح عملیاتی که بر حداکثر بهره‌وری از منابع سازمان تمرکز دارد، شکاف قابل توجهی در پیشینه به‌وجود آورده است.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی بزرگ و فعال استان خوزستان می‌پردازد (شکل ۱). با توجه به آنچه در بخش پیشینه نظری و تجربی اظهار شد، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شوند:

- فرضیه اول: آگاهی درونی از مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین تأثیر مثبت معناداری دارد.
- فرضیه دوم: نظارت بر عملکرد مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین تأثیر مثبت معناداری دارد.

- فرضیه سوم: به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین تأثیر مثبت معناداری دارد.
- فرضیه چهارم: آگاهی درونی از مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.
- فرضیه پنجم: نظارت بر عملکرد مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.
- فرضیه ششم: به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.
- فرضیه هفتم: مشارکت زنجیره تأمین بر عملکرد مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و با توجه به گردآوری داده‌ها، از جمله پژوهش‌های توصیفی-همبستگی به‌شمار می‌رود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و آمار استنباطی در قالب نرم‌افزارهای SPSS 22 و با توجه به اینکه توزیع داده‌ها به صورت غیرنرمال بودند از نرم‌افزار PLS 3 و روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. در این پژوهش سطح تحلیل، شرکت و سطح اندازه‌گیری، فرد است. بر این اساس، جامعه آماری این پژوهش ۱۸۰ شرکت تولیدی بزرگ استان خوزستان است که با توجه به فرمول کوکران و محدود بودن جامعه آماری تعداد ۱۳۵ شرکت به‌منزله نمونه انتخاب شد و در هر شرکت پرسشنامه جهت تکمیل در اختیار مدیران عرضه/مالی قرار گرفت و در نهایت داده‌های سطح فردی (مدیران) برای هر متغیر جمع و داده سطح سازمانی به‌دست آمد و مبنای تحلیل قرار گرفت.

روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر تصادفی ساده است؛ زیرا هم امکان فهرست کردن جامعه وجود داشت و هم تمام شرکت‌ها شانس برابر برای انتخاب شدن داشتند. برای تدوین مبنای نظری پژوهش، منابع کتابخانه‌ای شامل کتاب‌ها و مقاله‌ها و منابع اینترنتی مطالعه شد، سپس استادان و صاحب‌نظران به پرسش‌ها پاسخ دادند. داده‌های پژوهش به کمک روش میدانی جمع‌آوری شدند؛ به این ترتیب که پس از تدوین پرسشنامه و تأیید استادان و صاحب‌نظران در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. روایی ابزار اندازه‌گیری این پژوهش به سه طریق روایی صوری، روایی همگرا و روایی واگرا مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش روایی صوری در این پژوهش از نظر متخصصان استفاده شد. برای محاسبه روایی همگرا و واگرا باید مقادیر میانگین واریانس استخراجی



(Average Variance Extracted) و میانگین مجذور واریانس مشترک (Average Shared Squared Variance) را محاسبه کنیم. برای روایی همگرا باید AVE بزرگتر از ۰/۵ باشد و برای روایی واگرا باید AVE بزرگتر از ASV باشد.

با توجه به جدول ۱ مقدار AVE بزرگتر از ۰/۵ و مقدار AVE بزرگتر از ASV است که می توان گفت، مدل دارای روایی همگرا و واگرا است. پایایی ابزارهای اندازه گیری برای این پژوهش نیز از طریق آلفای کرونباخ ( $\alpha$ ) و پایایی مرکب (Construct Reliability) مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به جدول ۱ از آنجا که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (CR) مربوط به متغیرها از ۰/۷ بیشتر است، می توان گفت که تمامی متغیرها پایا هستند.

جدول ۱. روایی و پایایی سازه‌ای متغیرها

متغیر	منبع	آلفای کرونباخ	CR	AVE	ASV
آگاهی	هاگس و همکاران (۱۹۹۹)	۷۴/۲	۰/۸۱۷	۰/۵۲۹	۰/۳۲۴
نظارت	هاگس و همکاران (۱۹۹۹)	۷۶/۸	۰/۸۶۱	۰/۶۷۴	۰/۴۲۲
به اشتراک گذاری بهترین شیوه	هاگس و همکاران (۱۹۹۹)	۸۴/۴	۰/۸۸۲	۰/۷۱۴	۰/۴۳۷
مشارکت زنجیره تأمین	مور و اسپکمن (۱۹۹۴)	۸۹/۶	۰/۹۲۲	۰/۷۰۲	۰/۳۸۶
عملکرد مالی	اینمان و همکاران (۲۰۱۱)	۸۹/۷	۰/۹۳۳	۰/۷۷۶	۰/۴۰۷

#### ۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

ابتدا داده‌ها را از لحاظ همبستگی مورد آزمون قرار دادیم. برای بررسی وجود یا فقدان وجود رابطه و همچنین میزان شدت رابطه بین دو متغیر کمی، از آزمون‌های ضریب همبستگی متناسب با توزیع داده‌ها استفاده می‌شود. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. این ضریب بین ۱ تا -۱ است و در صورت فقدان وجود رابطه بین دو متغیر برابر صفر است. علامت منفی نشانگر همبستگی در جهت عکس و علامت مثبت آن نشان دهنده ارتباط مستقیم دو متغیر است. همزمان با تعیین میزان همبستگی، معنی دار بودن آن نیز آزمون می‌شود. چنانچه مؤلفه مقدار Sig به دست آمده برای آزمون همبستگی از سطح آزمون (سطح خطا) کمتر باشد، فرض  $H_0$  رد می‌شود و اگر از سطح آزمون بیشتر باشد، آنگاه دلیلی بر رد فرض  $H_0$  وجود ندارد.

جدول ۲. نتایج فرضیات آزمون همبستگی

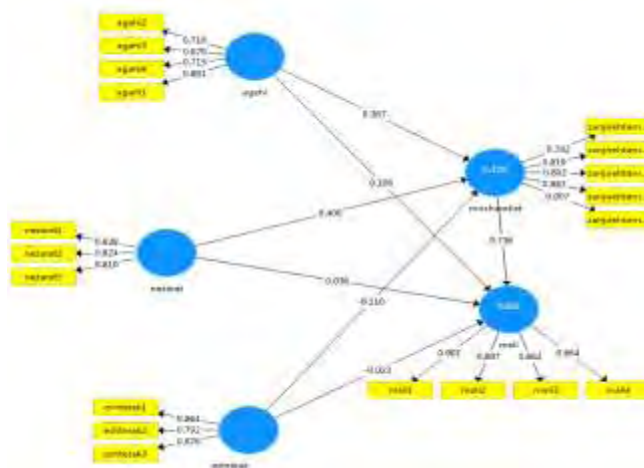
متغیر مستقل	متغیر وابسته	سطح خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی
آگاهی درونی	مشارکت زنجیره تأمین	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۵۵۹
نظارت	مشارکت زنجیره تأمین	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۵۹۹
به اشتراک گذاری	مشارکت زنجیره تأمین	۰/۰۵	۰/۰۲۲	-۰/۱۹۸
آگاهی درونی	عملکرد مالی	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۵۳۸
نظارت	عملکرد مالی	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۵۲۷
به اشتراک گذاری	عملکرد مالی	۰/۰۵	۰/۰۱۷	-۰/۲۰۵
مشارکت زنجیره تأمین	عملکرد مالی	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۸۱۵

چنانکه در جدول ۲ نشان داده شده است، با توجه به این که سطح اطمینان بین تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ است، رابطه بین تمامی متغیرها تأیید می‌شود. در ادامه به منظور بررسی فرضیات پژوهش، ارتباط بین متغیرهای پژوهش از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS بررسی شد. اما قبل از استناد به مدل پژوهش (در حالت ضرایب مسیر و ضرایب معناداری) به منظور تأیید یا رد فرضیات، باید از برازش مدل‌های استخراج شده اطمینان حاصل نمود. بر این اساس، در تحلیل‌های PLS برای ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری از شاخص اشتراک و برای ارزیابی برازش مدل ساختاری از شاخص افزونگی استفاده می‌شود. مثبت بودن مقادیر این شاخص‌ها به ترتیب نشان‌دهنده کیفیت مطلوب مدل اندازه‌گیری و کیفیت مطلوب مدل ساختاری است. برای ارزیابی برازش کل مدل نیز از شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده شد. مقدار این شاخص بین صفر و یک بوده و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به منزله مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی شده است. نتایج برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و کل مدل در جدول ۳ نشان داده شده است. با توجه به مثبت بودن شاخص اشتراک و شاخص افزونگی و حصول مقدار ۰/۵۰۵۶ برای GOF، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و کل مدل از برازش بسیار مطلوبی برخوردارند.

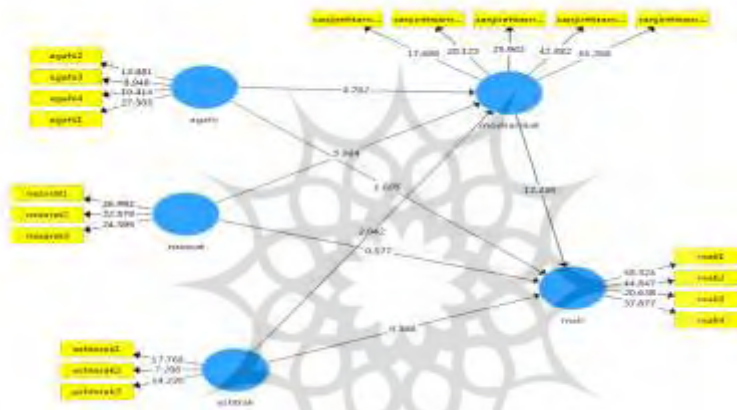
جدول ۳. شاخص‌های بررسی اعتبار اشتراک و افزونگی

متغیرها	Communality	R <sup>2</sup>	Redundancy	GOF
آگاهی درونی	۰/۲۱۲	-	-	۰/۵۰۵۶
نظارت	۰/۳۳۶	-	-	
به اشتراک‌گذاری	۰/۴۲	-	-	
مشارکت زنجیره تأمین	۰/۵۴۷	۰/۴۷۹	۰/۳۲۵	
عملکرد مالی	۰/۶۱۳	۰/۶۹۱	۰/۵۲۶	
متوسط	۰/۴۳۷	۰/۵۸۵	۰/۴۲۵۵	

**آزمون فرضیه‌های پژوهش.** برای آزمون معناداری فرضیه‌ها آزمون بوت استراپ (BS) به کار گرفته شده و از شاخص جزئی مقدار آماره تی استفاده می‌شود. مقادیر تی برای مدل پژوهش در شکل ۲ و ۳ ارائه شده است. با توجه به شکل و میزان ضرایب معناداری، از آن‌جاکه برای رد یا تأیید فرضیه‌ها مقدار تی باید بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از ۱-۱/۹۶ باشد، مقدار پارامتر بین دو دامنه در الگو مهم شمرده نمی‌شود، همچنین مقادیر بین این دو مقدار حاکی از فقدان وجود تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد دارد. نتایج مربوط به فرضیه‌های پژوهش در جدول ۴ ارائه شده است.



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش در حالت عدد معناداری

جدول ۴. بررسی فرضیات

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره تی	نتیجه آزمون
فرضیه ۱	آگاهی درونی	مشارکت زنجیره تأمین	۰/۳۶۷	۴/۷۸۲	تأیید فرضیه
فرضیه ۲	نظارت	مشارکت زنجیره تأمین	۰/۴۰۰	۵/۹۸۴	تأیید فرضیه
فرضیه ۳	به اشتراک گذاری	مشارکت زنجیره تأمین	-۰/۱۱۰	۲/۰۴۲	تأیید فرضیه (معکوس)
فرضیه ۴	آگاهی درونی	عملکرد مالی	۰/۱۰۶	۱/۸۰۵	رد فرضیه
فرضیه ۵	نظارت	عملکرد مالی	۰/۰۳۶	۰/۵۷۷	رد فرضیه
فرضیه ۶	به اشتراک گذاری	عملکرد مالی	-۰/۰۲۳	۰/۵۰۶	رد فرضیه
فرضیه ۷	مشارکت زنجیره تأمین	عملکرد مالی	۰/۷۳۶	۱۲/۳۳۹	تأیید فرضیه

### ۵. نتیجه گیری و پیشنهاد

این پژوهش تأثیر سه بعد مسئولیت شرکت بر مشارکت زنجیره تأمین و عملکرد مالی در شرکت های بزرگ تولیدی استان خوزستان را بررسی کرده است. این پژوهش اولین مطالعه ای است که این سه متغیر را با هم در شرکت های تولیدی در سطح استان و کشور سنجیده است.

در آزمون فرضیه اول عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $4/782$  به دست آمد و این فرضیه تأیید شد؛ بنابراین، از آن جاکه مشارکت زنجیره تأمین یک راهبرد عملیاتی در سطح شرکت است، می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر مسئولیت شرکت فقط به سطح راهبرد کسب‌وکار محدود نمی‌شود و توجه به مسئولیت شرکت نه فقط در سطوح بالای سازمان بلکه در سطوح عملیاتی مانند مشارکت زنجیره تأمین نیز اهمیت یافته است. این نتیجه در پژوهش‌های [۳۹] و [۲۱] نیز تأیید شده است.

در آزمون فرضیه دوم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $5/984$  به دست آمد و این فرضیه به تأیید رسید؛ از این رو نظارت بر مسئولیت شرکت به طور مثبت موجب بروز رویکرد مشارکت زنجیره تأمین می‌شود و تلاش شرکت‌ها برای بالا بردن آگاهی در میان کارمندان ابزاری برای افزایش ادراک ذی‌نفعان خارج از سازمان است. اگر چه نظارت بر عملکرد مسئولیت شرکت برای تمایز بین شرکای زنجیره تأمین اهمیت دارد، برای انتخاب شریک و توسعه شرکاء زمانی که خریداران تلاش می‌کنند رفتار موجود را از طریق ارتقاء مسئولیت شرکت به بهترین شکل تغییر دهند، این اثر منفی بر توسعه روابط دارد حتی در موقعیتی که مطلوب‌ترین شکل رابطه، مشارکت زنجیره تأمین باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش [۳۹] و [۲۱] نیز مطابقت دارد.

در آزمون فرضیه سوم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $2/042$  به دست آمد و این فرضیه به تأیید رسید؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها بر مشارکت زنجیره تأمین تأثیر معناداری دارد. شیوه‌های مناسب مسئولیت شرکت از توانمندی‌های رقابتی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود. از آنجایی که شرکت‌های بزرگ ممکن است شیوه‌های بهتر مسئولیت شرکت را به کار گیرند بنابراین به احتمال می‌رود که از به اشتراک‌گذاری این شیوه‌ها امتناع کنند. نتایج پژوهش کنونی با نتایج تحقیقات [۳۹] و [۲۱] نیز مطابقت دارد.

در آزمون فرضیه چهارم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $1/895$  به دست آمد و این فرضیه رد شد؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که بین دو مقوله گفته شده رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به روابط به دست آمده هیچ رابطه مستقیمی بین آگاهی درونی از مسئولیت شرکت و عملکرد مالی وجود ندارد. ممکن است مشارکت‌کنندگان زنجیره تأمین آگاهی از کاهش هزینه‌ها که در بلند مدت به دلیل پذیرش مسئولیت شرکت حاصل می‌گردد نداشته باشند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های [۳۶]، [۲۲]، [۱۵]، [۷۹]، [۵۰]، [۲۴]، [۱۶]، [۵۸] و [۲۱] نیز مطابقت دارد.

در آزمون فرضیه پنجم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $0/577$  به دست آمد و این فرضیه رد شد؛ بنابراین نظارت بر مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی شرکت اثر ندارد. اگر خریدار و فروشنده در مورد نظارت بر مسئولیت شرکت هم عقیده باشند این مهم می‌تواند بر ارتباط آن‌ها و در نهایت سوددهی شرکت و بهبود عملکرد مالی تأثیر گذارد. نتایج مطالعات [۳۶]، [۲۲]، [۱۵]، [۷۹]، [۵۰]، [۲۴]، [۱۶]، [۵۸] و [۲۱] تأثیر به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی را نشان نداده است.

در آزمون فرضیه ششم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $t=0/506$  به دست آمد و این فرضیه رد شد؛ بنابراین عرضه‌کنندگان با آشنایی با فواید رفتارهای مسئولیت اجتماعی و درک اهمیت آن در جهت منافع اقتصادی و بهبود عملکرد مالی که در نتیجه آن حاصل می‌گردد ممکن است در جهت توجه به مسئولیت شرکت سوق یابند. نتایج پژوهش‌های [۳۶]، [۲۲]، [۱۵]، [۷۹]، [۵۰]، [۲۴]، [۱۶]، [۵۸] و [۲۱] رابطه به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت با عملکرد مالی را نشان دادند.

در آزمون فرضیه هفتم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر  $12/239$  به دست آمد و این فرضیه به تأیید رسید؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که مشارکت زنجیره تأمین بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. زنجیره تأمین از عوامل تأثیرگذار بر ارتقاء عملکرد مالی که خود از مهم‌ترین شاخص‌های عملکرد سازمان است، است. شرکت‌ها با ایجاد دانش زنجیره تأمین برای شرکای کسب‌وکار خود می‌توانند بهبود عملکرد زنجیره تأمین که

خود سبب بهبود عملکرد مالی می‌شود، گردند. نتایج تحقیقات [۵۷]، [۱]، [۵۴]، [۲۱]، [۱۲] و [۴۳] با نتایج پژوهش کنونی همخوانی دارد.

**پیشنهادها:** از آن‌جا که مشارکت زنجیره تأمین یک راهبرد عملیاتی در سطح شرکت است می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر مسئولیت شرکت بر سطح راهبردی درون شرکت تأثیر می‌گذارد. بنابراین، طبق نتایج پژوهش، تأثیر مسئولیت شرکت بر سطح راهبردی سازمان و کسب‌وکار تأیید نشد. همچنین، توسعه آگاهی‌های درونی احتمال توسعه روابط نزدیک‌تر با تأمین‌کنندگان را از طریق مشارکت زنجیره تأمین افزایش می‌دهد. افزایش آگاهی کارمندان می‌تواند وسیله‌ای برای افزایش ادراک ذی‌نفعان خارج از سازمان باشد. سازمان‌ها باید با برگزاری کلاس‌های آموزشی و استفاده از نظرات کارشناسان مربوطه سطح اطلاعات کارکنان را بالا ببرند تا آن‌ها با داشتن اطلاعات به‌روز و تبادل این اطلاعات با سایر ذی‌نفعان بتوانند میزان مشارکت را افزایش دهند. همچنین با قرار دادن گزارش‌های اخلاقی و زیست محیطی در اختیار سایر ذی‌نفعان باعث ایجاد اعتماد متقابل بین طرفین می‌شود که این نیز به نوبه خود بر میزان همکاری تأثیرگذار است.

شرکت‌ها باید بر رفتار خود نظارت کرده و با حصول اطمینان از اجرای منشور اخلاقی و استانداردهای زیست محیطی و اخلاقی سایر ذی‌نفعان را متقاعد می‌کنند که رفتار قابل قبولی دارند و مطابق آنچه انتظار می‌رود رفتار می‌کنند که این به نوبه خود می‌تواند باعث افزایش میزان مشارکت شود. همچنین به اشتراک‌گذاری شیوه‌های مسئولیت شرکت تأثیر معناداری بر مشارکت زنجیره تأمین داشت ولی این تأثیر منفی بود. دلیل این یافته ممکن است در تئوری توزیع قدرت نهفته باشد. سازمان‌های بزرگ به احتمال زیاد از قدرت بیشتری در زنجیره تأمین نسبت به شرکای کوچکتر برخوردار هستند. همچنین سازمان‌های بزرگ احتمال بیشتری دارد که با بهترین شیوه‌ها آشنا یا دارای آن باشند و از آن به‌منزله ابزاری برای رقابت استفاده کنند در نتیجه آن‌ها به اشتراک نمی‌گذارند. از طرفی تأمین‌کنندگان ممکن است احساس کنند که روش‌هایی به آن‌ها تحمیل می‌شود و این روابط بین شرکت و تأمین‌کنندگان را به هم می‌ریزد. دلیل این یافته ممکن است این باشد که دانش و درک مدیران از منطق کسب‌وکار برای پذیرش بهترین شیوه‌های مسئولیت شرکت هنوز کافی نیست. راه گسترش دانش در مورد ماهیت خاص مشارکت زنجیره تأمین است تا مشخص شود که این نتیجه به دلایل اقتصادی منتج شده یا از سوی شرکای عرضه است که تصور می‌کنند بهترین شیوه‌ها تلاشی از سوی شرکت‌های خریدار برای اعمال کنترل بیشتر یا افزایش قدرت نسبی آن‌ها در مشارکت است، از این‌رو برای تأمین‌کننده در مورد سطح اعتماد و تعهد بلندمدت خریدار به آن‌ها شبهه به‌وجود می‌آید.

با این حال پذیرش مشارکت زنجیره تأمین تأثیر مستقیمی بر عملکرد مالی دارد. شرکت‌هایی که به‌دنبال مشارکت زنجیره تأمین هستند به رضایت تأمین‌کنندگان خود بها می‌دهند. بنابراین مدیران شرکت‌های تولیدی و به‌طور کلی مدیران زنجیره تأمین باید محیطی را فراهم آورند که در آن به‌طور منظم از تأمین‌کنندگان کلیدی در توسعه محصولات خود کمک بگیرند و تبادل اطلاعات داشته باشند و این نیازمند تعهد طولانی مدت به عرضه-کنندگان است تا بتوانند عملکرد بهتری در زمینه سودآوری، رشد فروش به دست آورند. در مشارکت زنجیره تأمین، ارتباط معمولاً برای افزایش عملکرد مالی و عملیاتی هر یک از اعضای کانال از طریق کاهش در هزینه کل، کاهش موجودی در سراسر زنجیره تأمین و افزایش سطح اطلاعات به اشتراک گذاشته شده ایجاد شده است. بنابراین یافته‌ها نشان می‌دهند که سیاست‌ها و شیوه‌های مسئولیت شرکت عملکرد راهبردی عملیاتی (در این پژوهش، مشارکت زنجیره تأمین) را تحت تأثیر قرار می‌دهد و راهبرد عملیاتی نیز به نوبه خود بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد. تأثیر شیوه‌های مسئولیت شرکت بر عملکرد مالی از طریق متغیر میانجی راهبرد عملیاتی است.

این مطالعه فقط در بین شرکت‌های تولیدی استان خوزستان صورت گرفته است و همچنین کم بودن سوابق پژوهشی در حوزه پژوهشی کار شده از محدودیت‌های این پژوهش است. برای انجام پژوهش‌های آتی در صنایع مختلف، مدل پژوهش می‌تواند آزمون گردد. انجام پژوهش فعلی در صنایع مختلف و استفاده از جامعه آماری بزرگ‌تر و انجام آن در دوره‌های زمانی مختلف، در نظر گرفتن سایر ابعاد عملکرد سازمانی از جمله عملکرد زنجیره تأمین و عملکرد بازاریابی، بررسی مسئولیت شرکت در دیگر زمینه‌های کاربردی شرکت، از جمله پیشنهادهایی است که می‌توانند در پژوهش‌های آتی مورد استفاده قرار گیرند.



## منابع

1. Agan, Y., Kuzey, C., Acar, M.F., & Atif Açıkgöz, A. (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1872-1881.
2. Akacum, A., & Dale, B.G. (1995). Supplier partnering: case study experiences. *International Journal of Purchasing and Materials Management*, 31(1), 38- 45.
3. Amirhosseini, Z., & Ghobadi, M. (2016). Social responsibility, financial performance and institutional ownership reporting. *Management Accounting*, 9(28), 55-66. (In Persian)
4. Andersen, M.L., & Dejoy, J.S. (2011). Corporate social and financial performance: the role of size, industry, risk, R&D and advertising expenses as control variables. *Business Social Review*, 116, 237-256.
5. Anholon, R., Osvaldo Quelhas, L., G. Walter Leal Filho, W., L. Souza Pinto, J., S. & Feher, A. (2016). Assessing corporate social responsibility concepts used by a Brazilian manufacturer of airplanes: A case study at Embraer. *Journal of Cleaner Production*, 135, 740-749.
6. Baier, C., Hartmann, E., & Moser, R. (2008). Strategic alignment and purchasing efficacy: an exploratory analysis of their impact on financial performance. *Journal of Supply Chain Management*, 44 (4), 36-52.
7. Bavarsad, B., Rahimi, F., & Sardari, S. (2019). Investigating the impact of supply chain practices on financial performance. *Journal of Business Administration Researches*, 10(20), 1-26. (In Persian)
8. Bavarsad, B., Ganjali, S., Rahimi, F., & Mehrabi, A. (2015). Elevated process model of financial performance on the basis of Just In Time, Agile and Total Quality Management. *Journal of Strategic Management Strategies*, 7(27), 107-123. (In Persian)
9. Bavarsad, B., Nias, A.H., & Darabian, P. (2019). Impact of strategic agility on operational responsiveness and organizational performance. *Journal of Strategic Management Strategies*, 9(36), 65-83. (In Persian)
10. Boyd, D. E., Spekman, R. E., Kamauff, J. W., & Werhane, P. (2007). Corporate social responsibility in global supply chains: A procedural justice perspective. *Long Range Planning*, 40(3), 341-356.
11. Bucur, M., Moica, S., Ardelean, F., & Ciprian Oțel, C. (2019). The importance of corporate social responsibility among organizations in the Centre Development Region of Romania. *Procedia Manufacturing*, 32, 309-317.
12. Carr, A. S., & Pearson, J. N. (2002). The impact of purchasing and supplier involvement on strategic purchasing and its impact on firm's performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(9), 1032-1053.
13. Carr, A.S., Kaynak, H., Hartley, J.L., & Ross, A. (2008). Supplier dependence: impact on supplier's participation and performance. *International Journal of Operations and Production Management*, 28 (9), 899-916.
14. Chauhan, Satyaveer, S., & Proth, J.-M. (2005). Analysis of a supply chain partnership with revenue sharing. *International Journal of Production Economics*, 97, 44-51.
15. Chen, C.J., Guo, R.-S., Hsiao, Y.-C., & Chen, K.-L. (2018). How business strategy in non-financial firms moderates the curvilinear effects of corporate social responsibility and irresponsibility on corporate financial performance. *Journal of Business Research*, 92, 154-167.
16. Cornett, M., Erhemjants, O., & Tehranian, H. (2016). Greed or good deeds: An examination of the relation between corporate social responsibility and the financial performance of U.S. Commercial banks around the financial crisis. *Journal of Banking and Finance*, 70, 137-159.
17. Dess, G.G., & Robinson, R.B. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit. *Strategic Management Journal*, 5, 265-273.
18. Elmuti, D., Khoury, R., Omran, O., & Abou-Zaid, A. (2013). Challenges and opportunities of health care supply chain management in the United States. *Health Mark.Q.* 30 (2), 128-143.
19. Famiyeh, S. (2017). Corporate social responsibility and firm's performance: Empirical evidence. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 390-406.
20. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach* (Vol.1). Boston: Pitman.

21. Gallear, D., Ghobadian, A., & Chen, W. (2012). Corporate responsibility, supply chain partnership and performance: An empirical examination. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 83-91.
22. Ghaderia, Z., Mirzapourb, M., Joan C. Henderson, J.C., & Richardson, S. (2019). Corporate social responsibility and hotel performance: A view from Tehran, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 29, 41-47.
23. Hajiha, Z., & Sarfaraz, B. (2015). The relation between corporate social responsibility and cost of equity capital of firms listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 4(2), 105-123. (In Persian)
24. Haleem, F., Farooq, S., & Vejrum Wæhrens, B. (2017). Supplier corporate social responsibility practices and sourcing geography. *Journal of Cleaner Production*, 153, 92-103.
25. Harrison, J.S., Bosse, D.A., & Phillips, R.A. (2010). Managing for stakeholders, stakeholder utility functions, and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 31 (1), 58-74.
26. Hategan, C., & Curea-Pitorac, R. (2017). Testing the correlations between corporate giving, performance and firm value. *Sustainability*, 9, 1-20.
27. Hillenbrand, C., & Money, K. (2007). Corporate responsibility and corporate reputation: two separate concepts or two sides of the same coin? *Corporate Reputation Review*, 10(4), 261-277.
28. Hofer, C.W., & Schendel, D. (1978). *Strategy formulation: analytical concepts*. West Publishing, St. Paul.
29. Hopkins, M. (2005). Measurement of corporate social responsibility. *International Journal of Management and Decision Making*, 6(3-4), 213-231
30. Hughes, J., Ralf, M., & Michels, W. (1999). *Transform your supply chain*. International Thomson, London.
31. Inman, R.A., Sal, R.S., Green Jr., K.W., & Whitten, D. (2011). Agile manufacturing: relationship to Just-in-time, operational performance and firm performance. *Journal of Operations Management*, 29, 343-355.
32. Kwon, I-W.G., Kim, S., H., & Martin, D. G. (2016). Healthcare supply chain management; strategic areas for quality and financial improvement. *Technological Forecasting & Social Change*, 113(Part B), 422-428.
33. Laplume, A.O., Sonpar, K., & Litz, R.A. (2008). Stakeholder theory: reviewing a theory that moves us. *Journal of Management*, 34 (6), 1152-1189
34. Lebas, M.J. (1995). Performance measurement and performance management. *International Journal of Production Economics*, 41 (1-3), 23-35.
35. Liao, S.-H., Kuo, F.-I., Ding, & L.-W. (2017). Assessing the influence of supply chain collaboration value innovation, supply chain capability and competitive advantage in Taiwan's networking communication industry. *International Journal of Production Economics*, 191(C), 143-153.
36. Lin, W. S., Sambasivan, M., Siong Hook Law, S. H., & Ho, J. A. (2019). The causality direction of the corporate social responsibility - corporate financial performance nexus: application of the panel vector auto regression approach. *North American Journal of Economics & Finance*, doi: <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.03.004>.
37. Madsen, H., & Ulhoi, J.P. (2001). Greening of human resources: environmental awareness and training interests within the workforce. *Industrial Management and Data Systems*, 101(2), 57-65.
38. Maloni, M. J., & Benton, W. C. (1997). Supply chain partnerships: opportunities for operations research. *European Journal of Operational Research*, 101(3), 419-429.
39. Mani, V., Gunasegaram, A., & Delgado, C. (2018). Enhancing supply chain performance through supplier social sustainability: An emerging economy perspective. *International Journal of Production Economics*, 195, 259-272.
40. Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84-93.
41. Margolis, J.D., & Walsh, J.P. (2003). Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
42. McWilliams, A., Siegel, D.S., & Wright, P.M. (2006). Corporate social responsibility: strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.



43. Meamarain, S. (1392). Strategic supply chain partnership, green supply chain management techniques and performance results in the Automotive Industry. Master's Thesis, Islamic Azad University, Tehran-Center. (In Persian)
44. Mofokeng, T.M., & Chinomona, R. (2019). Supply chain partnership, supply chain collaboration and supply chain integration as the antecedents of supply chain performance. *South African Journal of Business Management*, 50(1), 1-10.
45. Montabon, F., Sroufe, R., & Narasimhan, R. (2007). An examination of corporate reporting, environmental management practices and ifm performance. *Journal of Operations Management*, 25(5), 998-1014.
46. Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics*, 15(4), 323-338.
47. Nabass, E. H., & Abdallah, A. B. (2018). Agile manufacturing and business performance: The indirect effects of operational performance dimensions. *Business Process Management Journal*, 25, 647-666.
48. Nawanir, G., Teong, L.K. & Othman, S.N. (2013). Impact of lean practices on operations performance and business performance: some evidence from Indonesian manufacturing companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 24(7), 1019-1050.
49. Noci, G. (1997). Designing 'green' vendor rating systems for the assessment of a supplier's environmental performance. *European Journal of Purchasing and Supply Management*, 3(2), 103-114.
50. Oyewumi, O. R., Ogunmeru, O. A., & Oboh, C. S. (2018). Investment in corporate social responsibility, disclosure practices, and financial performance of banks in Nigeria. *Future Business Journal*, 4(2), 195-205.
51. Park-Poaps, H., & Rees, K. (2010). Stakeholder forces of socially responsible supply chain management orientation. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 305-322.
52. Parto, A., Sofian, S., & Saat, M. M. (2016). The impact of enterprise resource planning systems on financial performance in developing county. *International Review of Management and Business Research*, 5(1), 176-187.
53. Peloza, J. (2009). The challenge of measuring ifnancial impacts from investments in corporate social performance. *Journal of Management*, 35, 1518-1541.
54. Qayyum, M. N., Ali, M., & Shazad, K. (2013). The impact of supply chain management practices on the financial performance of the organization. *International Journal of Operations and Logistics Management*, 2(2), 22-40.
55. Rahmani Noroozabad, S., Sedaghat, P., & Habibi, F. (2014). The effect of internal strategic factors on the financial performance of manufacturing industries listed companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of Strategic Management Strategies*, 5(17), 51-72. (In Persian)
56. Ramanathan, U., & Gunasekaran, A. (2014). Supply chain collaboration: Impact of success in long-term partnerships. *International Journal of Production Economics*, 147, 252-259.
57. Rezaei, J., Ortt, R., & Trott, P. (2018). Supply chain drivers, partnerships and performance of high-tech SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(4), 629-653.
58. Rodriguez-Fernandez, M. (2016). Social responsibility and ifnancial performance: the role of good corporate governance. *Business Research Quarterly*, 19, 137-151.
59. Senobar, N., Khalili, M., & Saghafian, H. (2010). Investigating the relationship of social responsibility with corporate financial performance. *Journal of Business Administration Researches*, 2(4), 28-52.
60. Shahin, A. (2011). An investigation on the influence of total quality management on financial performance the Case of Boutan Industrial Corporation. *International Journal of Business and Social Science*, 2(15), 105-112.
61. Shieh-Liang, C., Tran, N. T. H., & Ha, N. T. T. (2016). Concerns of Vietnamese producing-exporting seafood SMEs (VPESSMEs) on supply chain. *International Business Research*, 9(6), 120-130.
62. Sisodia, R., Wolfe, D.B., & Sheth, J. (2007). *Firms of endearment: how world-class companies proif from passion and purpose*. Wharton School Publishing, Upper Saddle River, NJ.

63. Siueia, T., T. Wang, J. L., & Deladem, T. G. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: a comparative study in the SubSaharan Africa Banking Sector, *Journal of Cleaner Production*, doi: 10.1016/ j.jclepro 2019.04.027
64. Sohal, A. S., Perry, M., & Pratt, T. (1998). Developing partnerships and networks: learning from practices in Australia. *Technovation*, 18(4), 245-251.
65. Stadtler H. (2015). Supply chain management: an overview. In: H. Stadtler, C. Kilger, H. Meyr (Eds) Supply Chain Management and Advanced Planning. *Springer Texts in Business and Economics*. Berlin, Heidelberg: Springer.
66. Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: a meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venture*, 29, 152-173.
67. Stuart, F.I. (1997). Supply-chain strategy: organizational influence through supplier alliances.. *British Journal of Management*, 8 (3), 223-236.
68. Swami, S., Garg, E., Ghosh, D., & Swami, C. (2019). Corporate social responsibility in supply chains. reference module in materials science and materials engineering. doi:10.1016/b978-0-12-803581-8.10890-2.
69. Tabarsa, G., A. Rezaian, A., Azar, A., & Alikhani, H. (2012). Explanation and designing a model of social responsibility. *Journal of Strategic Management Strategies*, 2(8), 83-102.
70. Tan, K. C., Kannan, V. R., & Handfield, R. B. (1998). Supply chain management: supplier performance and firm performance. *Journal of Supply Chain Management*, 34(3), 2.
71. Vahabzadeh, A. H., Asiaei, A., & Zailani, S. (2015). Green decision-making model in reverse logistics using FUZZY-VIKOR method. *Resources, Conservation and Recycling*, 103, 125-138.
72. Waddock, S. (2004). Parallel universes: Companies, academics, and the progress of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 109(1), 5-42.
73. Waddock, S.A., Bodwell, C., & Graves, S.B. (2002). Responsibility: the new business imperative. *The Academy of Management Executive*, 16(2), 132-148.
74. Whipple, J. M., & Russell, D. (2007). Building supply chain collaboration: a typology of collaborative approaches. *The International Journal of Logistics Management*, 18(2), 174-196.
75. Yamin, S., Gunasekaran, A., & Mavondo, F. T. (1999). Relationship between generic strategies, competitive advantage and organizational performance: an empirical analysis. *Technovation*, 19(8), 507-518.
76. Youn, H., Hua, N., & Lee, S. (2015). Does size matter? Corporate social responsibility and firm performance in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 127-134.
77. Youn, S., Yang, M. G., Hong, P., & Park, K. (2013). Strategic supply chain partnership, environmental supply chain management practices, and performance outcomes: An empirical study of Korean firms. *Journal of Cleaner Production*, 56, 121-130.
78. Yu, W., Chavez, R., Mark A. JacobS, M.A., & Feng, M. (2018). Data-driven supply chain capabilities and performance: A resource-based view. *Transportation Research Part E*, 114, 371-385.
79. Yuen, K.F., Thai, V.V., Wong, Y.D., & Wang, X. (2018). Interaction impacts of corporate social responsibility and service quality on shipping firms' performance. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 13, 397-409.
80. Zehir, C., Altindag, E., & Acar, A. Z. (2011). The effects of relationship orientation through innovation orientation on firm performance: an empirical study on Turkish family-owned firms. 7th International Strategic Management Conference, 24, 896-908.