



تأثیر قدرت بر روابط و رضایت مشتری در سه‌گانه لجستیک: یک فرا تحلیل؛ ص ۱۹۷-۲۱۰

نویسندگان: جان‌پولی^۲، سوهان‌وو^۳، (دانشکده تحصیلات تکمیلی تجارت و لجستیک، دانشگاه چونگ آنگ، کره)^۴
مترجمین: عیسی‌علیزاده^۵، غلامحسین غفاری^۶

نوع مقاله: ترجمه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸

چکیده

لازم است شرکت‌های لجستیک شخص ثالث^۷، منبع قدرت و رابطه بین خریداران و تأمین‌کنندگان را درک کنند تا بتوانند عملکرد لجستیک و رضایت مشتری را بهبود بخشند. این مقاله از روش فرا تحلیل برای ارزیابی تأثیر قدرت بر روابط و رضایت مشتری در یک رابطه سه‌گانه لجستیک استفاده می‌کند. فرا تحلیل برای ترکیب نظام‌مند یافته‌های تحقیق در ادبیات موجود مفید است. روابط علی بین قدرت، رابطه و رضایت مشتری در مدیریت زنجیره تأمین^۸ و ادبیات لجستیک از نظر آماری ارزیابی می‌شود. بر مبنای بررسی و تجزیه و تحلیل، این چارچوب ممکن است پیامدهای قابل توجهی برای روابط زنجیره تأمین در لجستیک فراهم کند. این ممکن است اولین کار برای تجزیه و تحلیل تأثیر قدرت در رابطه و رضایت مشتری در یک سه‌گانه لجستیک از طریق یک فرا تحلیل باشد. نتایج این مطالعه، اطلاعات مفیدی ارائه می‌کند که محققان دیگر می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند.

کلمات کلیدی: سه‌گانه لجستیک، قدرت، رابطه، عملکرد خدمات لجستیک، فرا تحلیل

1 The Impact of Power on the Relationships and Customer Satisfaction in a Logistics Triad: A Meta-Analysis

2 Ja Yeon LEE, E-mail: jylee@kmi.re.kr

3 Su Han WOO, E-mail: shwoo@cau.ac.kr

4 Graduate School of trade and Logistics, Chung-Ang University, Korea

۵ کارشناسی ارشد ارشد آمار دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران. ei.alizadeh@yahoo.com

۶ کارشناس ارشد آمار و مربی دانشگاه علوم انتظامی امین تهران، ایران shahriyarzoa1977@gmail.com

7 TPL: Third-Party Logistics

8 SCM: Supply Chain Management

مقدمه و بیان مسئله

سیستم‌های شبکه تولید چندملیتی به‌عنوان یک راهبرد برای تأمین و حفظ مزایای رقابتی شرکت‌ها جهت پاسخگویی به افزایش رقابت بازار جهانی، تقاضای متنوع مصرف‌کننده و عدم قطعیت مستمر ایجاد شده است. علاوه بر این، تمرکز شرکت‌های تولیدی بر مشاغل اصلی خود و برون‌سپاری سایر کارکردها، به یک قاعده تبدیل شده است. این تغییرات وابستگی به شرکت‌های موجود در زنجیره‌های تأمین را افزایش داده و اهمیت مدیریت مؤثر زنجیره‌های تأمین را روشن می‌کند (وو^۱ و دیگران، ۲۰۱۳). روابط بین شرکت‌ها در یک زنجیره تأمین، بعد مهمی در درک یک زنجیره تأمین شکل می‌دهد، زیرا ویژگی‌های اساسی آن ممکن است روابط سازمانی آن باشد (اسکجوت^۲ و همکاران، ۲۰۰۷). انواع مختلف روابط می‌تواند در زنجیره تأمین ظاهر شود، از روابط سنتی قدیمی تا مشارکت راهبردی (الرام و کوپر^۳، ۱۹۹۰). مشارکت‌های راهبردی در مدیریت مؤثر زنجیره تأمین، برای به رسمیت شناختن وابستگی متقابل بین شرکای زنجیره تأمین، پیشنهاد شده است، درحالی‌که روابط سنتی قدیمی، رابطه طولانی‌مدت را در زنجیره تأمین محدود می‌کند (الرام و کوپر، ۱۹۹۰). پیشنهاد می‌شود که منبع قدرت بر توسعه رابطه در زنجیره تأمین که به‌خوبی مورد مطالعه قرار گرفته است، تأثیر بگذارد (مالونی و بنتون^۴، ۲۰۰۰؛ بنتون و مالونی، ۲۰۰۵).

هنگامی که خدمات لجستیک به شرکت‌های لجستیک شخص ثالث سپرده می‌شوند، خدمات برای تأمین تقاضای کارکردهای لجستیکی در داخل یا بین شرکت‌های در زنجیره‌های تأمین ارائه می‌شوند. یک بحث این است که خدمات لجستیکی بسته به ارتباط با مشتریان باید ارائه شود (باسک^۵، ۲۰۰۱). درحالی‌که خدمات عمومی استاندارد دارای مزایایی برای روابط متوسط هستند، خدمات لجستیک شخص ثالث سفارشی برای تنظیمات مشارکت نزدیک پیشنهاد می‌شوند (مکلین و وپسالاین^۶، ۱۹۹۰؛ باسک، ۲۰۰۱). باین‌حال، ادبیات موجود در زمینه‌ی یک رابطه دوگانه^۷ است که رابطه بین تأمین‌کننده^۸ و ارائه‌دهنده^۹ لجستیک شخص ثالث یا خریدار و لجستیک شخص ثالث را در نظر می‌گیرد، درحالی‌که پیشنهاد می‌شود حداقل واحد تجزیه‌وتحلیل

1Woo

2 Skjott

3 Ellram and Cooper

4 Maloni and Benton

5 Bask

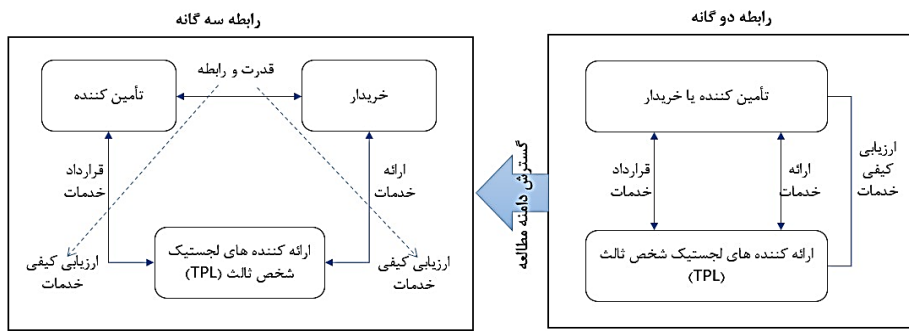
6 Makelin and Vepsalainen

7 Dyadic Relationship

8 Supplier

9 Provider

در مطالعات لجستیک شخص ثالث، سه‌گانه لجستیک^۱ باشد که خریدار، تأمین‌کننده و شرکت-های لجستیک شخص ثالث را در نظر بگیرد (سوهن^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). در سه‌گانه لجستیک، روابط نه‌تنها بین تأمین‌کننده یا خریدار^۳ و شرکت‌های لجستیک شخص ثالث بلکه همچنین بین تأمین‌کننده و خریدار در نظر گرفته شده است، همان‌طور که در شکل یک نشان داده شده است؛ بنابراین، رابطه بین تأمین‌کننده و خریدار در بحث تطبیق خدمات لجستیکی و روابط مشتری در تنظیم سه‌گانه لجستیک در نظر گرفته شده است. از دیدگاه شرکت‌های لجستیک شخص ثالث، درک روابط علی^۴ بین قدرت و رابطه و رضایت مشتری^۵ مهم است تا آن‌ها بتوانند خدمات مناسب لجستیکی را برای زنجیره‌های تأمین با انواع مختلف روابط توسعه دهند.



شکل ۱. روابط در لجستیک سه‌گانه. منبع: طراحی توسط سلویارادیس و اسپرینگ (۲۰۰۷)

فرا تحلیل یک رویکرد کمی مفید برای ترکیب^۶ نتیجه یک سری مطالعات است (بروکل و گوردون^۷، ۲۰۰۰؛ اورلیتزکی^۸ و همکاران، ۲۰۰۳). این روش با ترکیب برآورد اندازه اثر^۹ از هر مطالعه برای به دست آوردن اندازه اثر متوسط، بر اندازه اثر پیوندهای علی^{۱۰} متمرکز است (گلاس^{۱۱}، ۱۹۷۶). این روش همچنین با تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیق به‌وسیله بررسی رابطه تغییرات در نتایج تحقیق مرتبط است. مطالعاتی در مورد بررسی تأثیر منبع قدرت بر توسعه رابطه

- 1 Logistics Triad
- 2 Sohn
- 3 Buyer
- 4 Causal Relationships
- 5 Customer Satisfaction
- 6 Synthesize
- 7 Brockwell and Gordon
- 8 Orlitzky
- 9 Effect Size
- 10 Causal Links
- 11 Glass

و عملکرد در زنجیره تأمین صورت گرفته است. بررسی و ترکیب رابطه علی، به وسیله ترکیب اندازه اثر چنین مطالعاتی برای ارزیابی تعمیم‌پذیری یافته‌های با اطمینان، ضروری است. از طرف دیگر، بررسی تأثیر ویژگی‌های مطالعه بر نتیجه تحقیق نیز مهم است، به‌عنوان مثال مطالعات در صنایع مختلف، کشورها و زمان تحقیق (هانتز و اشمیت^۱، ۲۰۰۰)؛ بنابراین، این مطالعه، فرا تحلیل را در مورد مطالعات موجود انجام می‌دهد که به‌طور تجربی روابط علی را بررسی می‌کند. برای این منظور، مطالعات مربوط به ادبیات زنجیره تأمین از طریق جستجو در پایگاه‌های تحقیقاتی شناسایی شده و اطلاعات لازم برای فرا تحلیل جمع‌آوری می‌شود. نتیجه فرا تحلیل، مبنای نظری تنظیم مدل تحقیق در تحقیقات بعدی خواهد بود و به‌عنوان اطلاعات تحقیقاتی مفید برای سایر محققان عمل خواهد کرد.

پیشینه نظری و چارچوب تحقیق

مفاهیم قدرت و پیوند علی

درک رابطه زنجیره تأمین از منظر "رژیم قدرت"^۲ به‌خوبی در اوایل دهه ۲۰۰۰ مورد مطالعه قرار گرفته است (کاکس^۳، ۱۹۹۹، کاکس، ۲۰۰۱؛ کاکس و همکاران، ۲۰۰۱). این مطالعات یک چارچوب مفهومی را ارائه می‌کند که نشان می‌دهد باید چشم‌انداز رژیم‌های قدرت را اتخاذ کرد، زیرا مقادیر به‌طور متغیر در شبکه‌های وسیع مبادله دوگانه که زنجیره تأمین وابسته به خصوصیات قدرت در شبکه‌ها است، تخصیص داده می‌شوند (کاکس و همکاران، ۲۰۰۱).

بر اساس چارچوب تحلیلی، مطالعات موردی مختلفی در صنایع متعدد انجام شده است (کاکس و همکاران، ۲۰۰۴). صنعت مد (هاینز و مک گوان^۴، ۲۰۰۵)، صنایع غذایی (هینگلی^۵، ۲۰۰۵؛ a؛ b؛ c؛ ۲۰۰۵؛ کاهکونن^۶، ۲۰۱۴) و صنعت گوشی‌های هوشمند (چن و وانگ^۷، ۲۰۱۵). این مطالعات به‌طور کلی ریشه‌ها و ویژگی‌های قدرت را بررسی می‌کنند و بر عملکردهای زنجیره تأمین مانند ادغام و همکاری تأثیر می‌گذارند (کاهکونن، ۲۰۱۴؛ میهان و رایت^۸، ۲۰۱۱؛ ۲۰۱۲).

1 Hunter and Schmidt

2 Power Regime

3 Cox

4 Hines and McGowan

5 Hingley

6 Kähkönen

7 Chen and Wang

8 Meehan and Wright

بر این اساس، بررسی تجربی تأثیر قدرت بر توسعه و عملکرد، مورد توجه محققان مدیریت زنجیره تأمین قرار گرفته است (مالونی و بنتون^۱، ۲۰۰۰؛ بنتون و مالونی، ۲۰۰۵). همان‌طور که در جدول شماره یک نشان داده شده است، ادبیات بسته به منابع آن، قدرت را به پنج نوع طبقه‌بندی می‌کند (ویلینگ^۲ و همکاران، ۲۰۰۹؛ چانگ^۳، ۲۰۰۹). به نظر می‌رسد که رابطه بین شرکت‌های موجود در زنجیره تأمین از اختلاف قدرت و توانایی شرکت‌های همکار ناشی می‌شود (هارت و ساندرز^۴، ۱۹۹۸). شرکت‌ها باید از منابع، عدم تعادل و عواقب قدرت شرکای زنجیره تأمین آگاه باشند. برای اعمال قدرت مناسب، باید همکاری بین اعضای زنجیره تأمین برقرار شود. چندین محقق سعی کرده‌اند انواع مختلف قدرت، روابط و عملکرد را مطالعه کنند.

جدول ۱. تعریف قدرت

تعریف	مبنای قدرت	طبقه‌بندی
"قدرت پاداش به توانایی دارنده قدرت در اداره ظرفیت‌های مثبت و حذف یا کاهش ظرفیت منفی بستگی دارد" (فرنچ و ریون ^۷ ، ۱۹۵۹: ۱۵۶). "منبع ^۸ ، توانایی واسطه‌ای پاداش را برای هدف ^۹ حفظ می‌کند" (مالونی و بنتون، ۲۰۰۰).	پاداش ^۶	باواسطه ^۵
"قدرت اجبار ناشی از انتظاری است از طرف گیرنده قدرت که اگر نتواند خود را مطابق با قصد برتری صاحب قدرت کند، مجازات خواهد شد" (فانچ و ریون، ۱۹۵۹: ۱۵۷). "منبع، توانایی واسطه‌ای مجازات را برای هدف حفظ می‌کند" (مالونی و بنتون، ۲۰۰۰).	اجبار ^{۱۰}	
"هدف ارزش‌ها را با منبع شناسایی می‌کند" (مالونی و بنتون، ۲۰۰۰). "قدرت مشروع به‌عنوان قدرتی تعریف می‌شود که از ارزش‌های درونی شده در گیرنده قدرت ناشی می‌شود که حکم می‌کند دارنده قدرت	مشروع ^{۱۱}	

1 Maloni and Benton

2 Weiling

3 Chang

4 Hart and Saunders

5 Mediated

6 Reward

7 French & Raven

8 Source

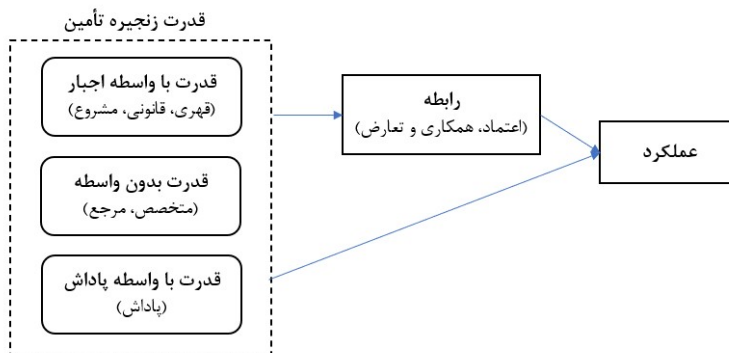
9 Target

10 Coercive

11 Legitimate

<p>دارای یک حق قانونی برای برتری بر گیرنده قدرت باشد و گیرنده قدرت نیز باید این برتری را بپذیرد" (فرنچ و ریون، ۱۹۵۹: ۱۵۹) "هدف معتقد است که منبع حق طبیعی برتری را حفظ می کند" (مالونی و بنتون، ۲۰۰۰).</p>		
<p>"استحکام قدرت متخصص با توجه به میزان دانش یا برداشتی که گیرنده قدرت به دارنده قدرت در یک حوزه معین نسبت می دهد، متفاوت است" (فرنچ و ریون، ۱۹۵۹: ۱۶۳). "منبع به دانش و مهارت های مورد نظر هدف دسترسی دارد" (مالونی و بنتون، ۲۰۰۰).</p>	متخصص ^۲	بدون واسطه ^۱
<p>"قدرت مرجع اساس خود را در شناسایی گیرنده قدرت با دارنده قدرت می گذارد" (فرنچ و ریون، ۱۹۵۹: ۱۶۱).</p>	مرجع ^۳	

از آنجاکه شرکتها نمی توانند به عنوان نهادهای مستقل رقابت کنند، مشارکت بین شرکتها برای مدیریت موفق زنجیره تأمین و مدیریت روابط داخلی و خارجی مهم است (لمبرت و کوپر^۴، ۲۰۰۰). همان طور که در شکل دو نشان داده شده است، این رابطه می تواند به صورت اعتماد^۵، همکاری^۶ و تعارض^۷ ایجاد شود و این رابطه بر عملکرد^۸ شرکت و زنجیره تأمین تأثیر دارد. تعداد بیشتری از مطالعات تجربی در مورد بررسی روابط علی وجود دارد.



شکل ۲. چارچوب تحقیق

- 1 Non-Mediated
- 2 Expert
- 3 Referent
- 4 Lambert and Cooper
- 5 Trust
- 6 Cooperation
- 7 Conflict
- 8 Performance

ادبیات فرا تحلیل در تحقیقات مدیریت زنجیره تأمین

در طول دو دهه گذشته، چندین مقاله تحقیقات مدیریت زنجیره تأمین را بررسی کرده‌اند (به‌عنوان مثال اسکویت-لارسن^۱، ۱۹۹۹؛ چن و پالراج^۲، ۲۰۰۴؛ ساچان و داتا^۳، ۲۰۰۵؛ بورگس^۴ و دیگران، ۲۰۰۶؛ بالو^۵، ۲۰۰۷؛ سریواستاوا^۶، ۲۰۰۷؛ سورینگ و گلد^۷، ۲۰۱۲؛ کارتر و لیان ایستون^۸، ۲۰۱۱). این مطالعات، مضامین، رویکردها و روش‌های تحقیقاتی را که در ادبیات مدیریت زنجیره تأمین به‌کاررفته را مرور و یک برنامه تحقیقاتی کلی را برای آینده پیشنهاد می‌کنند (به‌عنوان مثال، اسکویت-لارسن، ۱۹۹۹؛ چن و پالراج، ۲۰۰۴؛ بالو، ۲۰۰۷). برخی از مطالعات با طبقه‌بندی متون نمونه بر اساس فلسفه تحقیق، مباحث، روش‌ها و موارد دیگر، از روش بررسی سیستمی‌تری استفاده کرده‌اند (به‌عنوان مثال ساچان و داتا، ۲۰۰۵؛ بورگس و دیگران، ۲۰۰۶). سریواستاوا (۲۰۰۷) و کارتر و لیان ایستون (۲۰۱۱) در زمینه‌های تحقیقاتی خاصی مانند مدیریت زنجیره تأمین سبز و پایدار تمرکز دارند. علاوه بر این، برخی از مطالعات مروری به موضوعات روش‌شناختی مانند ارزیابی اعتبار و معیارهای آن در مدل‌سازی معادلات ساختاری (کایناک و هارتلی^۹، ۲۰۰۸) و واریانس روش متداول در مطالعات پیمایشی پرداخته‌اند (کریگ‌هد^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۱).

از طرف دیگر، گلدزبی و آتری^{۱۱} (۲۰۱۱) پیشنهاد می‌کنند که در تحقیقات مدیریت زنجیره تأمین باید از روش‌های فرا تحلیل استفاده شود تا یافته‌ها با اطمینان بیشتری توسط محققان و متخصصان ترکیب و استفاده شود. فرا تحلیل در حوزه‌های مختلف تحقیقاتی مورد استفاده قرار گرفته است که یافته‌های مطالعات فردی متناقض یا متضاد است (دامن‌پور^{۱۲}، ۱۹۹۱؛ داتا و همکاران ۱۹۹۲؛ هانتر و اشمیت، ۱۹۹۰). متعاقباً فرا تحلیل‌ها در تحقیقات مدیریت زنجیره تأمین انجام شده است: مدیریت زنجیره تأمین پایدار و عملکرد شرکت (گلیسیک و اسمیت^{۱۳}، ۲۰۱۳)،

1 Skjoett-Larsen

2 Chen and Paulraj

3 Sachan and Datta

4 Burgess

5 Ballou

6 Srivastava

7 Seuring and Gold

8 Carter and Liane Easton

9 Kaynak and Hartley

10 Craighead

11 Goldsby and Autry

12 Damanpour

13 Golicic and Smith

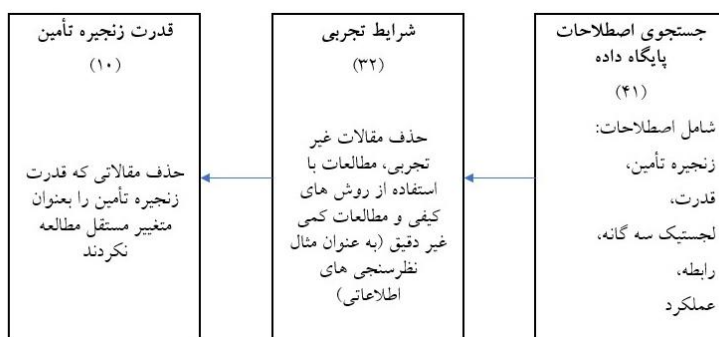
اعتماد بین سازمانی و روابط زنجیره تأمین (دلbufالو^۱، ۲۰۱۲) و ادغام زنجیره تأمین و عملکرد شرکت (لوسنر^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). با افزایش بررسی تجربی پیوندهای قدرت-رابطه-عملکرد، ترکیب یافته‌های تحقیق از ادبیات، ارزشمند است.

روش تحقیق

در این بخش، ما ابتدا انتخاب نمونه را شرح داده و کدگذاری مطالعات را توضیح می‌دهیم. سپس جزئیات رویه‌های فرا تحلیلی را که برای آزمایش فرضیه‌ها استفاده شده است، بیان می‌کنیم.

انتخاب نمونه

این مطالعه در گوگل اسکالر^۳، امرالد منیجمنت اکسترا^۴، وایلی آنالین لایبرری^۵ و جی‌استر^۶ جستجو کرده تا مطالعات موجود در مورد قدرت و رابطه در تحقیقات زنجیره تأمین را جمع‌آوری کند. ما از کلمات کلیدی مانند زنجیره تأمین، قدرت، لجستیک، رابطه و عملکرد استفاده کردیم و ۴۱ مقاله را شناسایی کردیم. مطالعاتی که شامل آزمون فرضیه‌های تجربی نبودند، بعداً حذف شدند و آن‌هایی که از قدرت به‌عنوان متغیرهای مستقل در علیت استفاده کردند، در مجموعه داده‌ها باقی ماندند، همانطور که در شکل سه نشان داده شده است. اولین مقاله در سال ۱۹۹۵ و آخرین آن در سال ۲۰۱۷ منتشر شده است.



شکل ۳. روند بررسی قدرت زنجیره تأمین

1 Delbufalo

2 Leuschner

3 Google Scholar

4Emerald Management Xtra (EMX)

5 Wiley Online Library (WOL)

6 JSTOR

جدول ۲. خلاصه نمونه داده‌های خام

تعداد r's	n	متغیر وابسته	متغیر مستقل (قدرت)	نویسندگان
۳	۱۸۰	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	بنتون و مالونی ^۱ (۲۰۰۵)
۵	۱۲۲۹	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	چای ^۲ و همکاران (۲۰۱۷)
۵	۵۵۱	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	راواس ^۳ و همکاران (۱۹۹۷)
۴	۲۲۵	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه	ژوانگ ^۴ و همکاران (۲۰۱۰)
۱۰	۱۳۴	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	کی ^۵ و همکاران (۲۰۰۹)
۵	۲۲۵	رابطه	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	ترپند و آشنباوم ^۶ (۲۰۱۲)
۱۵	۲۴۲	رابطه و عملکرد	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	نیاگا ^۷ و همکاران (۲۰۱۳)
۴	۱۸۵	رابطه	با واسطه اجبار، با واسطه پاداش	پولس ^۸ و همکاران (۲۰۱۴)
۲۰	۲۰۳	رابطه و عملکرد	با واسطه اجبار، بدون واسطه، با واسطه پاداش	براون ^۹ و همکاران (۱۹۹۵)
۴	۲۸۴	رابطه و عملکرد	با واسطه اجبار، بدون واسطه	باندارا ^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۷)

ارزیابی اندازه اثر

فرمول تخمین اندازه اثر پیوندهای علی در این بخش ارائه شده است. در این مطالعه، از اندازه اثر همبستگی بین قدرت، رابطه و عملکرد برای محاسبه اندازه اثر استفاده شده است. اندازه اثر همبستگی با استفاده از تبدیل Z فیشر^{۱۱} محاسبه شده زیرا این از توزیع طبیعی تبعیت می‌کند (لیپسی و ویلسون^{۱۲}، ۲۰۰۳). فرمول تبدیل ضریب همبستگی ساده به سری Z فیشر به شرح زیر است:

$$Z = .5 \times \log \frac{1+r}{1-r}$$

که در آن، r ضریب همبستگی ساده است.

1 Benton and Maloni

2 Chae

3 Rawwas

4 Zhuang

5 Ke

6 Terpend and Ashenbaum

7 Nyaga

8 Pulles

9 Brown

10 Bandara

11 Fisher's Z

12 Lipsey and Wilson

فرمول محاسبه واریانس Z به شرح زیر است:

$$V = \frac{1}{n - 3}$$

n، تعداد نمونه‌های مورد استفاده در مطالعه است.

خطای استاندارد اندازه اثر اندازه‌گیری شده را می‌توان با ریشه مربع واریانس به شرح زیر بدست آورد:

$$SE_z = \sqrt{V}z$$

تحلیل نتایج

در این تحقیق ۱۰ مطالعه کشف شد که همبستگی بین نوع قدرت، رابطه و عملکرد را بررسی می‌کند. این مطالعات در مجموع ۷۵ همبستگی جداگانه را گزارش کردند. از نرم افزار آماری نسخه ۳،۳،۲ R (۲۰۱۶-۱۰-۳۱) برای تجزیه و تحلیل اندازه اثر همبستگی تبدیل شده فیشرز استفاده شد. یک آزمون همگونی برای تعیین اینکه آیا مطالعات آزمون همگون اثرات داده‌ها کامل است، انجام شد. اندازه اثر روش تحقیق با $Q = 3054.86$ ناهمگون بود ($p < 0.001$)؛ بنابراین، اندازه اثر کلی با استفاده از مدل اثرات تصادفی اندازه‌گیری شد. اندازه اثرات نیز با استفاده از مشخصات هر مطالعه مقایسه شد.

جدول ۳. همگونی نتایج فرا تحلیل

SE	+95%CI	ES	-95%CI	p-value	Q	K
0.118	0.203	0.190	0.177	<0.0001	3054.86	75

توجه: $k =$ تعداد اندازه اثر، $Q =$ آمار همگونی، p -value: آلفا برای مقدار آمار همگونی، $95\%CI$:

فاصله اطمینان ۹۵ درصد، $ES =$ اندازه اثر، $SE =$ خطای استاندارد.

طبق گفته کوپر (۲۰۱۰)، $ES = 0.1$ به عنوان یک تأثیر کوچک در تحقیقات روانشناسی شخصیت، اجتماعی و بالینی و $ES = 0.5$ به عنوان یک تأثیر بزرگ در جامعه شناسی، اقتصاد و روانشناسی تجربی یا فیزیولوژیکی و $ES = 0.3$ به عنوان یک اثر متوسط تعریف می‌شود؛ بنابراین، این مطالعه اندازه اثر کوچکی را در فرا تحلیل همبستگی ارائه می‌دهد (الیس، ۲۰۱۰). تمام نتایج فرا تحلیل در جدول چهار خلاصه شده است. با نگاهی به اندازه اثر بر اساس نوع قدرت، اندازه اثر قدرت بدون واسطه (۰،۴۲۴) از قدرت با واسطه اجبار (۰،۰۸۳-) و قدرت با واسطه پاداش (۰،۰۰۵-) بیشتر است. نشان داده شد که قدرت بدون واسطه (متخصص و مرجع) رابطه‌ای بالاتر از قدرت با واسطه اجبار (قه‌ری، قانونی و مشروع) و قدرت با واسطه پاداش دارد.

جدول ۴. خلاصه‌ای از نتایج فرا تحلیل

مدل اندازه اثر تصادفی						
SE	+95%CI	ES	-95%CI	p-value	Q	K
0.118	0.214	0.129	0.043	<0.0031	3054.86	75

SE	+95%CI	ES	-95%CI	p-value	Q	K	سازه های کلیدی
0.196	0.512	0.424	0.336	0.0001	470.42	29	قدرت بدون واسطه
0.189	-0.031	-0.198	-0.198	0.0001	893.03	31	قدرت با واسطه اجبار
0.289	-0.151	-0.152	-0.152	0.0001	334.44	15	قدرت با واسطه پاداش

نتیجه‌گیری

اخیراً با افزایش آزمون تجزیه و تحلیل تجربی نظریه‌های مدیریت زنجیره تأمین، رویکرد فرا تحلیلی بیش از گذشته در تحقیقات مدیریت زنجیره تأمین اتخاذ شده است. در این مطالعه برای ترکیب و تعمیم یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل تجربی روی آزمون، فرا تحلیل بر روی پیوندهای رابطه-قدرت انجام شده است. آزمون همگونی با استفاده از تمام ضرایب همبستگی نشان داد که مطالعات نمونه ناهمگون است؛ بنابراین، این مطالعه با استفاده از مدل اثرات تصادفی، اندازه اثرات ضریب همبستگی را با توجه به انواع قدرت محاسبه کرد. نتایج نشان می‌دهد که قدرت بدون واسطه سهم بالاتری نسبت به قدرت با واسطه اجبار و پاداش در توسعه روابط دارد. به نظر می‌رسد که قدرت‌های اجبار، قانونی، مشروع و پاداش تأثیر زیادی بر تعارضات در زنجیره تأمین دارند. تأثیر قدرت پاداش نسبتاً کم است. خبرگی و ارزش در شکل‌گیری رابطه مهم‌تر از مفهوم رابطه معاملاتی پاداش است. این قدرت متخصص و مرجع است که تأثیر مثبتی بر روابط و عملکرد دارد. در روابط عملی، قدرت متخصص می‌تواند به دنبال دانش چگونگی و همچنین مشاوره، تجربه و کار باشد. قدرت مرجع همچنین عامل مهم‌تری در روابط بین زنجیره تأمین، ارائه حاکمیت شرکتی و ارزش است.

کمک به ادبیات این است که این مطالعه، یافته‌های تحقیق‌ها از ادبیات مربوطه را ترکیب می‌کند. با این حال، تعداد نسبتاً کم مقالات موجود در این زمینه، یک محدودیت اجتناب‌ناپذیر است.

منابع

- Ballou, R. H. (2007). *The evolution and future of logistics and supply chain management*. European Business Review, 19(4), 332-348.
- Bask, A. H. (2001). "Relationships among providers and members of supply chains-a strategic perspective", Journal of Business & Industrial Marketing, 16(6), pp. 470-486.
- Benton, W. C. & Maloni, M. (2005). *The influence of power driven buyer/seller relationships on supply chain satisfaction*. Journal of Operations Management, 23(1), 1-22.
- Brockwell, S. E., & Gordon, I. R. (2001). *A comparison of statistical methods for meta-analysis*. Statistics in medicine, 20(6), 825-840.
- Bryman, A. (2008). *Why do researchers integrate /combine/ mesh/ blend/merge/fuse quantitative and qualitative research*. Advances in mixed methods research, 87-100.
- Carter, C. R., & Liane Easton, P. (2011). *Sustainable supply chain management: evolution and future directions*. International journal of physical distribution & logistics management, 41(1), 46-62.
- Chang, S. K., (2009), "The Influence of the Buyer/Seller Relationship Driven by Power on Supplier Performance", The Korean Small Business Review, 31(1), pp.15-34.
- Chen, I. J., & Paulraj, A. (2004). *Understanding supply chain management: critical research and a theoretical framework*. International Journal of Production Research, 42(1), 131-163.
- Chen, X., & Wang, X. (2015). *Free or bundled: channel selection decisions under different power structures*. Omega, 53, 11-20.
- Cox, A. (1999). *Power, value and supply chain management. Supply chain management: An international journal*, 4(4), 167-175.
- Cox, A. (2001). *Managing with power: strategies for improving value appropriation from supply relationships*. Journal of Supply Chain Management, 37(1), 42-47.
- Cox, A. (2004). *The art of the possible: relationship management in power regimes and supply chains. Supply Chain Management: An International Journal*, 9(5), 346-356.
- Cox, A., Sanderson, J., & Watson, G. (2001). *Supply chains and power regimes: toward an analytic framework for managing extended networks of buyer and supplier relationships*. Journal of Supply Chain Management, 37(1), 28-35.
- Cox, A., Watson, G., Lonsdale, C., & Sanderson, J. (2004). *Managing appropriately in power regimes: relationship and performance management in 12 supply chain cases*. Supply Chain Management: An International Journal, 9(5), 357-371.
- Craighead, C. W., Ketchen, D. J., Dunn, K. S., & Hult, G. T. M. (2011). *Addressing common method variance: guidelines for survey research on information technology, operations, and supply chain management*. IEEE Transactions on Engineering Management, 58(3), 578-588.
- Damanpour, F. (1991) *Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators*. Academy of Management Journal 34: 555-590.

- Datta, D. K., Pinches, G.E. and Narayanan, V.K. (1992) *Factors influencing wealth creation from mergers and acquisitions: A meta-analysis*. Strategic Management Journal 13: 67-84.
- Delbufalo, E. (2012). *Outcomes of inter-organizational trust in supply chain relationships: a systematic literature review and a meta-analysis of the empirical evidence*. Supply Chain Management: An International Journal, 17(4), 377-402.
- Glass, G.V. (1976) *Primary, secondary and meta-analysis of research*, *Educational Researcher*, 5(10), 3-8.
- Goldsby, T. J., & Autry, C. W. (2011). *Toward greater validation of supply chain management theory and concepts: The roles of research replication and meta-analysis*. Journal of Business Logistics, 32(4), 324-331.
- Golicic, S. L., & Smith, C. D. (2013). *A meta-analysis of environmentally sustainable supply chain management practices and firm performance*. Journal of supply chain management, 49(2), 78-95.
- Hines, T., & McGowan, P. (2005). *Supply chain strategies in the UK fashion industry—the rhetoric of partnership and realities of power*. International Entrepreneurship and Management Journal, 1(4), 519-537.
- Hingley, M. K. (2005a). *Power to all our friends? Living with imbalance in supplier-retailer relationships*. Industrial Marketing Management, 34(8), 848-858.
- Hingley, M. K. (2005b). *Power imbalanced relationships: cases from UK fresh food supply*. International Journal of Retail & Distribution Management, 33(8), 551-569.
- Hingley, M. K. (2005c). *Power imbalance in UK agri-food supply channels: Learning to live with the supermarkets?*. Journal of Marketing Management, 21(1-2), 63-88.
- Hunter, J. E., & Schmidt, F. L. (2000). *Fixed effects vs. random effects meta-analysis models: implications for cumulative research knowledge*. International Journal of Selection and Assessment, 8(4), 275-292.
- Hunter, J.E. and Schmidt, F.L. (1990) *Methods of meta-analysis: Correcting errors and bias in research findings*. Newbury Park, CA: Sage.
- Kähkönen, A. K. (2014). *The influence of power position on the depth of collaboration*. Supply Chain Management: An International Journal, 19(1), 17-30.
- Kaynak, H., & Hartley, J. L. (2008). *A replication and extension of quality management into the supply chain*. Journal of Operations Management, 26(4), 468-489.
- Lambert, D. M. and Cooper, M. C., (2000), *Issues in Supply Chain Management*, Industrial Marketing Management, 29(1), pp.65-85.
- Leuschner, R., Rogers, D. S., & Charvet, F. F. (2013). *A meta-analysis of supply chain integration and firm performance*. Journal of Supply Chain Management, 49(2), 34-57.
- Maloni, M., & Benton, W. C. (2000). *Power influences in the supply chain*. Journal of business logistics, 21(1), 49.
- Meehan, J., & Wright, G. H. (2011). *Power priorities: A buyer-seller comparison of areas of influence*. Journal of Purchasing and Supply Management, 17(1), 32-41.
- Meehan, J., & Wright, G. H. (2012). *The origins of power in buyer-seller relationships*. Industrial Marketing Management, 41(4), 669-679.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). *Corporate social and financial performance: A meta-analysis*. Organization studies, 24(3), 403-441.

- Rawwas, M. Y., Vitell, S. J., & Barnes, J. H. (1997). *Management of conflict using individual power sources: A retailers' perspective*. Journal of Business Research, 40(1), 49-64.
- Seuring, S., & Gold, S. (2012). *Conducting content-analysis based literature reviews in supply chain management*. Supply Chain Management: An International Journal, 17(5), 544-555.
- Skjoett-Larsen, T. (1999). *Supply chain management: a new challenge for researchers and managers in logistics*. The International Journal of Logistics Management, 10(2), 41-54.
- Sohn, J. I., Woo, S. H., & Kim, T. W. (2017). *Assessment of logistics service quality using the Kano model in a logistics triadic relationship*. International Journal of Logistics Management, 28(2) 680-698.
- Srivastava, S. K. (2007). *Green supply-chain management: a state-of-the-art literature review*. International journal of management reviews, 9(1), 53-80.
- Woo, S. H., Pettit, S. J., & Beresford, A. K. (2013). *An assessment of the integration of seaports into supply chains using a structural equation model*. Supply Chain Management