

Abstract

The present study aimed to design a qualitative model of cooperation strategies in financial service supply chains. This research was descriptive in terms of data collection method and qualitative in terms of implementation method. In the qualitative section, using the content analysis approach, the dimensions and components of cooperation strategies in the supply chain were identified and the researcher designed a qualitative model of the cooperation strategies model using the qualitative method based on the components of vision theory. Identified cooperation strategy based on 5-component vision theory

Sensitivity reduction (sub-criteria: participation of financing service providers, technical expertise of financing service providers, flexibility of financing service providers), profit expansion (sub-criteria: directing financing management, supervision and control, optimal contract management), avoidance Loss (sub-criteria: investment facilitation, financial allocation, cost management), probability coefficient (sub-criteria: understanding target customers and meeting their expectations, mutual trust between financing service providers and financing agents, relationship quality) and reference dependence (Sub-criteria: attracting partner support policies, analyzing competitors' activities, research and development in the field of financial services success).

طراحی الگوی کیفی مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات مالی

محمدشهاب رضوانی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۰

حنان عموزاد مهدیرجی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۰۷

عزت اله عباسیان^۳

محمد رضا مهرگان^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی کیفی مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات مالی انجام شده است. این پژوهش از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از جهت شیوه اجرا، کیفی بود. در بخش کیفی با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون، ابعاد و مولفه های استراتژی های همکاری در زنجیره تامین شناسایی گردید و پژوهشگر با استفاده از روش کیفی و مبتنی بر مولفه های نظریه چشم انداز به طراحی یک الگو کیفی مدل استراتژی های همکاری پرداخت. استراتژی همکاری شناسایی شده براساس نظریه چشم انداز دارای ۵ مولفه

تقلیل حساسیت (زیرمعیارها: مشارکت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی، تخصص فنی ارائه دهندگان خدمات تامین مالی، انعطاف پذیری ارائه دهندگان خدمات تامین مالی)، گسترش سود (زیرمعیارها: هدایت راهبری تامین مالی، نظارت و کنترل، مدیریت بهینه قراردادها)، اجتناب از ضرر (زیرمعیارها: تسهیل در سرمایه گذاری، تخصیص منابع مالی، مدیریت هزینه)، ضریب احتمالات (زیرمعیارها: درک مشتریان هدف و تامین انتظارات آن، اعتماد متقابل بین ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و عوامل تامین مالی، کیفیت روابط) و وابستگی به مرجع (زیرمعیارها: جذب سیاست های حمایتی شرکا، تحلیل فعالیت های رقبا، تحقیق و توسعه در زمینه موفقیت خدمات تامین مالی) بود.

کلیدواژه: استراتژی همکاری، نظریه چشم انداز، خدمات مالی، زنجیره تامین مالی.

^۱دانشجوی دکتری تحقیق در عملیات، گروه مدیریت صنعتی، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران، ایران

m.sh.rezvani@ut.ac.ir

^۲استادیار گروه مدیریت صنعتی، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۳دانشیار اقتصاد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۴استاد گروه مدیریت صنعتی، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران، ایمانمه : mehregan@ut.ac.ir

در این سال ها، تعداد فزاینده ای از مردم متوجه شده اند که محصولات خدمات مالی سالم و ارگانیک نیستند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۱). صنعت خدمات مالی برای انطباق با اقتصاد جهانی در حال رشد سریع در مسیر توسعه سریع قرار گرفته است (استافورد اسمیت، گریگز و گافنی ۲۰۱۷). برای بازدهی بالای محصولات خدمات مالی، نیازمند وجود یک زنجیره کارا همکاری در بین بازیگران حوزه خدمات مالی است. بهبود زنجیره تامین خدمات مالی، ارتقای کیفیت خدمات مالی، بهبود روش های خدمات مالی و ارتقای تناسب خدمات مالی و همکاری پیرامون بازیگران بازار ضروری است (لیچ و همکاران ۲۰۲۰).

با ترکیب شبکه، زنجیره تامین مالی برای شرکت های کوچک و متوسط، به ویژه در دوران کووید-۱۹، بیشتر و بیشتر قابل توجه پذیر شده است. این شبکه راحتی زیادی را برای فعالیت های سرمایه گذاری به ارمغان می آورد (لین، چن و یانگ ۲۰۲۰). برای زنجیره تامین مالی، پلت فرم تامین مالی شبکه نقش ارتباطی بین متقاضیان سرمایه و تامین کنندگان را ایفا می کند و مقادیر کم برای هر سرمایه گذار ارجحیت دارد. با توجه به تعداد زیادی از سرمایه گذاران، زنجیره تامین مالی راهی برای تامین مالی و همچنین ارائه خدمات مالی مختلف است (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). زنجیره تامین خدمات مالی برای توسعه بهتر به تامین مالی و تبلیغات نیاز دارد. با این حال، از آنجایی که میزان هر سرمایه گذاری در پلت فرم همکاری در زنجیره تامین مالی کم است، ریسک سرمایه گذاری برای هر سرمایه گذار کم است (راجوا، پارادیس و ووجنارویچ ۲۰۲۰).

همکاری در زنجیره تامین مالی در بین افراد رایج بوده است که مزایای اجتماعی و اقتصادی خوبی به همراه داشته است. در زنجیره تامین خدمات مالی، سرمایه گذاران نقش بسزایی دارند و یکی از ذینفعان اولیه خواهند بود.

علاوه بر این، لین و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد که اکثر تامین کنندگان خدمات مالی بیشتر به هزینه زنجیره تامین خدمات مالی و اینکه آیا می توانند آن را پردازند اهمیت می دهند. هارتمن، مواکا و دانبرگ (۲۰۲۰) پیشنهاد کردند که ایجاد تسهیلات مالی برای زنجیره تامین خدمات مالی ضروری است. تحت تأثیر اقتصادی کووید-۱۹، راجوا، پارادیز و ووجنارویچ (۲۰۲۰) دریافتند که همکاری در زنجیره تامین مالی به طور مکرر در کشورهای توسعه یافته برای کاهش بار اقتصادی استفاده می شود. با توجه به مزایای هزینه و راحتی، زنجیره تامین مالی به سرعت در آمریکا، بریتانیا و چین در حال توسعه است (عمرانی ۲۰۲۰). لی و همکاران (۲۰۲۰) از نظریه چشم انداز برای بررسی عواملی که بر رفتار سرمایه گذاری سرمایه گذاران در زنجیره تامین مالی تأثیر می گذارند استفاده کرد و دریافت که ارزش مورد انتظار کمپین و سود مورد انتظار می تواند سرمایه گذاران را برای تصمیم گیری ترغیب کند. کاودن و یانگ (۲۰۲۰) روی جنبه منفی (ریسک) پلتفرم زنجیره تامین مالی تمرکز کردند و بر قابل مشاهده بودن هزینه و سود بالقوه تأکید کردند. گروزا، گروزا و بارال (۲۰۲۰) اثر حمایتی زنجیره تامین مالی را، به ویژه بین مصرف کننده-سرمایه گذاران زن و کارآفرینان مورد مطالعه قرار دادند. هنگامی که سرمایه گذاران مشتریان سرمایه گذاران یا مصرف کنندگان محصولات آنها در کمپین زنجیره تامین مالی هستند، به دلیل درک و اعتماد، سرمایه گذاران شبکه مشتریان یا مصرف کنندگان و تبلیغات متحرک برای کارآفرینان / سرمایه گذاران (یانگ، لی و کالیک) خواهند بود. بسیاری از مطالعات قبلی در مورد عملکرد زنجیره تامین بر توسعه چارچوبهای چگونگی اندازه گیری عملکرد زنجیره تامین متمرکز شده است. بنابراین، پیشنهاد معیارها و معیارهای مناسب برای استفاده در سیستم عملکرد

، تأکید اصلی محققان است (گوپال و تاکار ، ۲۰۱۲). با این حال ، اندازه گیری اثربخشی هر سیستم اندازه گیری عملکرد زنجیره تامین نیز مهم است (کاترستون و پیترویکز، ۲۰۱۱). درک کامل عملکرد زنجیره تامین تنها با در نظر گرفتن زمینه ، فرایند و محتوای نحوه توسعه و استفاده از آن به دست می آید. در عمل، فرایندهای اندازه گیری عملکرد در هر زنجیره تامین به طور کلی به دلیل جنبه های مختلف عملکرد شرکت و محیط آن دشوار است.

امروزه رقابت واحدهای تجاری بر مبنای تولید کالاها و خدمات بر مبنای نیاز مشتری و در عین حال مقرون به صرفه بودن آنها شکل گرفته است. علاوه بر آن فرآیند جهانی شدن و شدت گرفتن رقابت در عرصه بین المللی به همراه پیشرفت های تکنولوژیکی همگی منجر به شکل گیری یک محیط تجاری جدید برای ایجاد رقابت در کنار بوجود آمدن فرصت هایی برای موفقیت بیشتر شده است. در نتیجه بسیاری از شرکت ها به منظور کاهش میزان زمان صرف شده برای برطرف کردن نیازهای مشتریان و نیز کیفیت بیشتر خدمات به سمت فرآیند مشتری مداری حرکت کرده اند و با مدیریت موثر در فرآیندهای خرید و نیز ایجاد تعامل بهتر با تأمین کنندگان خود برای بدست آوردن مزیت های رقابتی در تلاشند زیرا دریافته اند که در یک محیط بسته و به دور از سایرین نمی توانند به بقای خود ادامه دهند. این امر به تغییر جهت نگاه شرکت ها به فرآیندهای زنجیره تامین به عنوان یک فعالیت حیاتی در ایجاد خلق ارزش برای مشتریان منجر شده است. در واقع تلاش برای بهینه سازی فرآیندهای سازمانی بدون در نظر گرفتن شرکت های بیرونی، به خصوص تامین کنندگان و مشتریان امری بی فایده به نظر می رسد و سازمانهایی که با همکاری یکدیگر در جهت اهداف مشترکی گام بر می داشتند، عملکرد بهتری داشتند. اینجا بود که مفهوم زنجیره تامین متولد شد. فرازل زنجیره تامین را از جدیدترین و مهم ترین موضوعات می داند که سازمان ها با استفاده از آن در پی ایجاد ارزش برای سهامداران و ذینفعان خود هستند. در پی پدید آمدن مفهوم زنجیره تامین، بحث مدیریت زنجیره تامین نیز مطرح شد. مدیریت زنجیره تامین یک مبحث میان رشته ای است که از رشته هایی مانند بازاریابی، مدیریت عملیات، خرید و پشتیبانی تشکیل می شود. واکنش سریع به نیازهای مشتریان، شرایط رقابتی بسیار سخت در بازار و افزایش سطح تحولات محیطی، مسائلی است که امروزه سازمان ها با آن روبه رو هستند و بی توجهی به خواسته های مشتریان، سبب خارج شدن شرکت ها از بازار رقابت می شود (انصاری و صادقی مقدم، ۱۳۹۳).

مدیریت زنجیره تامین، یک مؤلفه اصلی استراتژی رقابتی جهت توسعه سودمندی و بهره وری سازمانی بوده است. زنجیره تامین به عنوان منبع مزیت رقابتی، باعث شده سازمانها اهداف دوگانه دستیابی به هر دو مزیت ارزشی و برتری عملیاتی را دنبال کنند. در نتیجه برای یک زنجیره تامین اثربخش، ضروری است که به نیازهای مشتری بدون درنگ پاسخ دهد و عملکرد کسب و کار را توسعه بخشد. با این حال بررسی های پیشین و ادبیات موجود در این زمینه، در توضیح اینکه استراتژیهای همکاری زنجیره تامین مالی، علی رغم مشکلات بالقوه شرکای تجاری که شامل شکست در همکاری، افزایش در هزینه های هماهنگی و رفتارهای همکاری فرصت طلبانه می شود.

با این حال، ادبیات موجود در این زمینه، فاقد درک کافی از منابع زنجیره تامین به عنوان یک منبع از مزیت رقابتی، می باشد. این تحقیق شکاف موجود را با قرار دادن مبنای چارچوب تحقیق بر بحث در حیطه نظریه همکاری، پر می کند. این امر بر قرار دادن منابع همکاری کلیدی جهت هماهنگی با زمینه محیطی، دلالت دارد. به عبارتی با استفاده از نظریه چشم انداز به دنبال ایجاد یک الگوی استراتژی همکاری است.

۲-۱- استراتژی های زنجیره تأمین

زنجیره تأمین شبکه ای از ساختار توپولوژیک است که از بنگاه های خودمختار یا نیمه مختار تشکیل شده است. این بنگاه ها همگی با یک دیگر تدارکات، تولید، تحویل و سایر کارها را انجام می دهند. در هر زنجیره تأمین یک بنگاه اصلی وجود دارد که مسئول پیکربندی زنجیره تأمین بر مبنای اطلاعات مربوط به تقاضا و نیز استفاده از جریانات مالی، مواد و اطلاعات به عنوان ابزاری برای دستیابی به ارزش در کل زنجیره است (لو و همکاران، ۲۰۱۴). زنجیره تأمین چابک شرکت هایی را شامل می شود که از نظر قانونی از یک دیگر جدا می باشند، اما از نظر عملیاتی به یک دیگر وابسته هستند. از جمله این شرکت ها، تأمین کنندگان، طراحان، تولید کنندگان و مراکز توزیع می باشند. این شرکت ها با جریان رو به جلوی مواد و جریان اطلاعات بازخوردی با یک دیگر پیوند می یابند. زنجیره تأمین چابک بر ارتقای انطباق پذیری و انعطاف پذیری تأکید دارد و قابلیت پاسخ گویی و عکس العمل سریع و مؤثر را به بازارهای متغیر دارد. چابکی زنجیره تأمین به عنوان پارادایم تأمین قرن بیست و یک در نظر گرفته می شود و استراتژی برنده برای شرکت هایی که قصد تبدیل شدن به رهبران ملی و بین المللی را دارند، تلقی می شود (لین و همکاران، ۲۰۱۶).

در دهه های اخیر کشف شد که مسیر دستیابی به مزیت رقابتی از زنجیره تأمین می گذرد. در واقع نحوه طراحی شبکه زنجیره تأمین و ارتباطات درون آن به گونه ای متفاوت، می تواند منشأ ایجاد یک مزیت رقابتی برای سازمان باشد (کریستوفر و همکاران، ۲۰۱۲)

۲-۲- همکاری در زنجیره تأمین

همکاری در زنجیره تأمین به عنوان یک استراتژی مشارکتی شناخته شده است که در آن یک یا بیش از یک شرکت یا واحد تجاری باهم منافع متقابلی را ایجاد می کنند. این استراتژی پارادایم سنتی را که در آن بر اساس کمترین قیمت ممکن چانه زنی صورت می گیرد تا سود را افزایش دهد، به سمت پارادایم جدید تغییر داده است که در آن راه حل های منسجم که بیشتر بر روی یک محصول مشترک برای مشتریان نهائی متمرکز است مورد توجه قرار می گیرد (سیماتوپانگ و سریدهاران، ۲۰۱۸). در همکاری، یک توافق جمعی میان شرکای تجاری شکل گرفته است که بر مبنای آن، اطلاعات را با یکدیگر به اشتراک گذاشته و برای رسیدن به مجموعه ای از اهداف مشترک و جمعی به طور متقابل همکاری می نمایند. همکاری روش مناسب برای زمانی است که شرکا زنجیره تأمین با فرصت ها یا مسائلی روبه رو می شوند که حل آنها به صورت انفرادی مشکل یا پیچیده بوده و زمانی است که نیاز به تصمیم گیری و برنامه ریزی مشترک، اشتراک باز اطلاعات، جریان آزاد ایده های خلاقانه و ارتباطات غنی از طریق ملاقات های رودررو وجود داشته باشند. بر این اساس می توان همکاری میان سازمانی را به صورت مجموعه اقداماتی دانست که طی آن سازمانها به صورت اشتراکی در جهت حل مسائلی که در حوزه میان سازمانی قرار می گیرند و امکان حل و بهره برداری از آنها به طور انفرادی وجود ندارد، باهم همکاری می نمایند. همکاری زمانی می تواند خیلی سودمند واقع گردد که شرکای تجاری با یک مساله یا فرصت بسیار پیچیده و به هم وابسته مواجه گردند. مسائل بسیار پیچیده شامل آن دسته از مسائل هستند که حل آنها آسان نبوده و به تلاش های بسیار زیادی نیاز داشته باشند. فرصت ها و مسائل به هم وابسته آن دسته از فرصت ها و مسائلی هستند که برای حل مؤثر آنها

با بهره برداری از آنها نوعی وابستگی به دیگر شرکت ها وجود داشته باشند. یعنی زمانی که نیاز به دانش یا مهارت های دیگر شرکت ها باشد (نیکس و همکاران، ۲۰۱۴).

منافع بی شماری که از پیاده سازی همکاری میان سازمانی حاصل می گردند، شامل مواردی همچون صرفه جویی در مقیاس، دسترسی به منابع خاص، اشتراک هزینه و ریسک، یادگیری و انعطاف پذیری است (ویلسون و بویل، ۲۰۱۶). به طور کلی سطح همکاری در زنجیره تأمین میان شرکا تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارد. از یک دیدگاه می توان این عوامل را در دو طبقه کلی قرار داد: مجموعه عوامل میان سازمانی و درون سازمانی در یک دید کلی در سطح زنجیره تأمین شرکت ها می توانند به عنوان خرده سیستم هایی نگریده شوند که برای حفظ یکپارچگی مجموعه با یکدیگر ارتباط داشته و همکاری می نمایند. با نظر گرفتن زنجیره تأمین به عنوان یک سیستم، شرکا تجاری لازم است تا در انجام وظایفشان با یکدیگر همکاری نموده و از منابع ورودی مشتری همچون نیروی انسانی ماهر با استفاده از سیستم های استخدام مشترک، اطلاعات و مواد اولیه مشترک استفاده نمایند. این نگرش در واقع دید جامعی از زنجیره تأمین را به عنوان یک کل منسجم و یکپارچه ایجاد می نماید.

۲-۳- چارچوب نظری پژوهش

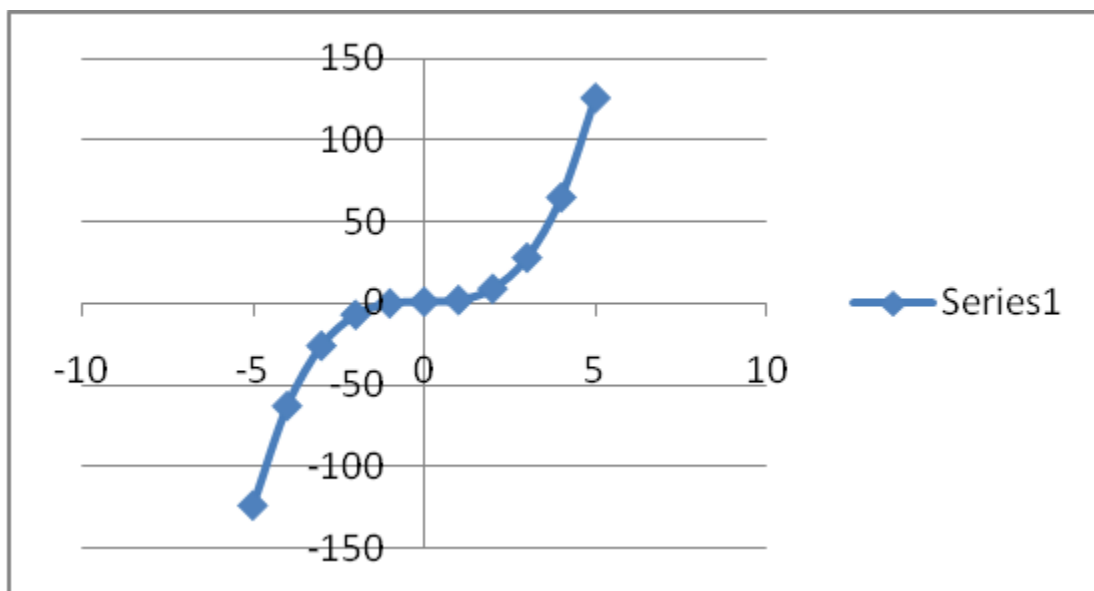
شرکت هایی که در یک زنجیره فعالیت می کنند دارای زمینه فعالیتی مشترکی هستند و با یکدیگر در مسیر تولید محصول مشترکی فعالیت می کنند. نوع استراتژی که سازمانها در زنجیره تأمین دنبال می کنند بر سطح همکاری در زنجیره تأثیر خواهد گذاشت. استراتژی جهت حرکت سازمان را مشخص می کند به همین جهت همسو بودن استراتژیها در زنجیره تأمین، بر جهت گیری زنجیره تأمین تأثیر می گذارد. هر چه استراتژی ها تقاضا محور باشند زنجیره تأمین بیشتر به سمت مشتریان زنجیره جهت خواهد گرفت و این نیاز به همکاری را در سطح زنجیره افزایش خواهد داد. تکنولوژی یکی از عوامل مهمی است که اخیرا بسیار مورد توجه قرار گرفته و در تنوع روابطی که در زنجیره تأمین وجود دارد مؤثر خواهد بود. زیرساختی که سازمان های زنجیره از نظر فناوری دارا هستند، می تواند بر شیوه برقراری ارتباط در زنجیره و در نتیجه بر سطح همکاری و مشارکت اعضای زنجیره تأثیر گذارد. توسعه تکنولوژی، پس از ظهور اینترنت گسترده تر شد و ارتباطات آنلاین ارتقا پیدا کردند. فناوری اطلاعات فقط شامل سیستم هایی که اطلاعات را فراهم می سازند نمی شود، بلکه دربرگیرنده سیستم هایی که از مکالمات ما بین گروهها هم حمایت می کنند می شود. توسعه این تکنولوژیها، فرصتی را برای شکل گیری جوامع آنلاین فراهم نمود که در نتیجه باعث تسهیل همکاری میان سازمانی گردند (جونز و توماس، ۲۰۱۷). علاوه بر موارد فوق مشارکت اعضا زنجیره در فراهم آوردن منابع ورودی (همچون اطلاعات، مواد اولیه، نیروی انسانی و غیره) نیاز به وجود همکاری را افزایش می دهد. در نتیجه همسو نمودن تلاش های زنجیره تأمین در راستای تأمین منابع ورودی مورد نیاز، منجر به تلاش های گروهی میان اعضای مجموعه می گردد و در نتیجه همکاری را بیشتر می نماید. امروزه یکی از چالش های مهم در مدیریت زنجیره های تأمین، ایجاد همکاری در زنجیره تأمین با وجود تضاد در اهداف و خواسته ها، تنوع در محصولات و خدمات و همچنین سبک های مدیریتی متفاوت است. در غیر این صورت، یکی از عوامل بروز کننده حاصل از عدم همکاری در زنجیره تأمین اثر شلای خواهد بود که در گذر زمان سود آوری زنجیره تأمین و همچنین تمام سطوح را کاهش خواهد داد. در صورتی که هر یک از سطوح مختلف زنجیره تأمین در حالت غیر همکارانه، با توجه به اطلاعات و اهداف محدود به سطح خود، تخمینی از میزان تقاضا داشته باشند، با توجه به عدم وجود همکاری اثر شلای ایجاد خواهد شد.

۳- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و به لحاظ شیوه اجرا، کیفی بود که از داده های تئوری چشم انداز استفاده شد. مدلسازی استراتژی ها از روش تحقیق تئوری زمینه ای و همچنین برای مطالعه تجارب انسانی در امور سرمایه گذاری از روش پدیدار شناسی استفاده خواهد شد. در بخش کیفی با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون، ابعاد و مولفه های مدل استراتژی های همکاری در زنجیره های تامین خدمات مالی شناسایی گردید. پژوهشگر با استفاده از روش کیفی به طراحی یک مدل استراتژی های همکاری در زنجیره های تامین پرداخته است.

۳-۱- استراتژی تحقیق : نظریه چشم انداز

یکی از مفاهیم اصلی در حوزه مالی رفتاری، تئوری چشم انداز و نقطه مرجع میباشد. این تئوری در ۱۹۷۹ توسط دو تن از دانشمندان به نام های کاهنمن و تورسکی بیان شد و به این نکته اشاره دارد که افراد ضرر و سود را از راه های مختلفی تشخیص داده و انتخاب میکنند و اگر دو گزینه برای انتخاب وجود داشته باشد که در یکی سود قطعی آن و در دیگری ضرر قطعی آن مشخص شده باشد انتخاب های افراد متفاوت و متمایل به قطعیت بدون ضرر است. بر اساس این تئوری سرمایه گذاران تا زمانی که سود کسب می کنند ریسک گریز هستند و نمودار مطلوبیت آنها صعودی و کاهنده است، ولی از زمانی که زیان می کنند ریسک پذیری آنها بیشتر می شود در این زمان نمودار مطلوبیت نهایی ثروت آنها صعودی و فزاینده می شود.



شکل ۱: نمودار مطلوبیت نهایی

تئوری چشم انداز اینطور بیان می کند که ممکن است لزوماً افراد اطلاعات را طبق فرض عقلانی تحلیل نکنند. بر اساس این تئوری مقدار مساوی از ضرر و سود، تاثیر منفی ناشی از ضرر در سرمایه گذار بیشتر از تاثیر مثبت سود کردن است و به همین ترتیب وی در انتخاب خویش نیز همین مفهوم را به طور ناخودآگاه در نظر می گیرد.

اکثریت افراد می خواهند بازدهی معقول داشته باشند (حتی اگر شانس بازدهی بیشتری نیز وجود داشته باشد)، می خواهند ریسک معامله شان را طوری پایین بیاورند که کمترین ضرر را نیز متحمل شوند. به عبارتی ضرر وزن بیشتری در ذهن افراد نسبت به همان مقدار سود دارد. تئوری چشم انداز بوسیله تابع ارزش توضیح داده می شود. تابع ارزش، منحنی S شکلی است که دارای یک نقطه مرجع می باشد. نقطه مرجع تعیین کننده ریسک پذیر ریسک گریز بودن سرمایه گذاران می باشد به گونه ای که در زیر نقطه مرجع، سرمایه گذاران ریسک پذیر و بالای آن ریسک گریز هستند (جانسون و همکاران، ۲۰۰۲) با استفاده از تابع نظریه چشم انداز، می توان به توضیح چهار معیار الگوی تامین مالی مبتنی بر کاربست نظریه چشم انداز پرداخت:

۱) وابستگی به مرجع

در نظریه چشم انداز، تصمیم گیری نسبت به کسب سود یا زیان، با توجه به یک نقطه مرجع تعریف می شود. همانطور که در تابع نظریه چشم انداز مشهود است، تابع ارزش بر اساس x_i نه $W + x_i$ نوشته شده است، در نقاط بالاتر از نقطه مرجع، شکل این تابع به صورت مقعر و در نقاط پایین تر از نقطه مرجع به صورت محدب است. به سخن دیگر سود و زیان یک تصمیم، برحسب ذهنیتی که هر فرد نسبت به سود و زیان مرجع دارد، مقایسه می شود و بر این اساس مطلوبیت فرد از آن تصمیم ارزیابی می شود. گفتنی است که نقطه مرجع معمولاً بر اساس ذهنیت افراد و در طول زمان شکل می گیرد، بنابر این از نظر هر فرد می تواند متفاوت باشد و در بعضی از مواقع نیز کلیشه های ذهنی بر آن تاثیر می گذارند و آن را تحریف می کنند.

۲) اجتناب از ضرر

بر اساس نظریه چشم انداز، احساس نارضایتی در ضرر و زیان بیش از احساس رضایت از کسب سود است. این موضوع نشان دهنده زیان گریزی افراد در تصمیم گیری است. زیان گریزی به این حقیقت اشاره دارد که افراد نسبت به کاهش ثروت خود در مقایسه با افزایش آن، حساس تر هستند، بنابر این همواره می - کوشند از زیان بپرهیزند و آن را کم کنند. برخلاف دیدگاه عقلایی که در صورت محدب بودن تابع مطلوبیت، تصمیم گیرنده اجتناب از ریسک را بر ریسک پذیری ترجیح می داد، کاهنمن و تورسکی نشان دادند زمانی که تصمیم گیرنده در قسمت منفی (پایین تر از نقطه عطف) کسب ثروت قرار دارد، از ریسک گریزی به ریسک پذیری تغییر جهت می دهد. شیب تابع ارزش در نقطه زیان بیشتر از نقطه سود است، زیرا ارزش اجتناب از زیان برای افراد خیلی بیشتر از کسب سود است؛ به عنوان مثال، زمانی که قیمت یک سهام از ارزش واقعی آن کمتر است، سهامداران دچار ضرر می شوند و برای اجتناب از این ضرر از فروش این سهام خودداری می کنند و ریسک آن را تا زمانی که قیمت آن به سطح مطلوبی افزایش یابد، می پذیرند. همچنین، زمانی که افراد در منطقه ثروت (بالاتر از نقطه عطف) قرار دارند، شکل تابع ارزش آنها به صورت محدب است. در این حالت تصمیم گیرنده ریسک پذیر است (تورسکی و کاهنمن، ۱۹۹۲). گاه مشاهده شده است که زیان گریزی سرمایه گذاران باعث شده است تا آنها سهم هایی با عایدی منفی را نزد خود حفظ کرده و یا به تعداد آن بیافزایند. از طرفی سهم هایی با عایدی مثبت را به محض ورود به منطقه سود به فروش رسانند (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۳). در اصطلاح به این پدیده اثر تمایلی گفته میشود که برای اولین بار توسط شفرین و استات من (۱۹۸۵) نام گذاری شده است. اثر تمایلی، نوعی از معاملات در شرایط عقلانیت محدود است که به طور گسترده مورد پژوهش قرار گرفته است. اثر تمایلی بدین صورت است که سرمایه گذاران (اعم از

فردی و نهادی) تمایلی به شناسایی زیان های خود نداشته و به شناسایی سود علاقمند هستند. به عبارت دیگر، می توان بیان نمود که سرمایه گذاران علاقه بیشتری به فروش سریع سهام سودده و نگهداری سهام زیان ده خود دارند (شمس و همکاران، ۱۳۸۹). همچنین، می توان این گونه پنداشت که سرمایه گذاران از شناسایی زیان هرچند بسیار اندک گریزانند، حال آنکه به محض ورود به منطقه سود، اقدام به فروش سهم می کنند.

منحنی (۲)، روی محور افقی متغیر سود و زیان حاصل و در محور عمودی ارزش و مطلوبیت حاصل از تصمیمات $V(x)$ را نشان می دهد. بر اساس این منحنی، در مبدا مختصات که به عنوان نقطه مرجع تصمیم محسوب می شود، عایدی حاصل از تصمیم گیری صفر در نظر گرفته شده است، در نقاط سمت چپ، عایدی حاصل منفی (زیان) و در نقاط سمت راست عایدی مثبت (سود) در نظر گرفته شده است. بر این اساس اگر عایدی حاصل از یک تصمیم صفر باشد، ارزش آن تصمیم نیز صفر خواهد بود ($v_x = 0$)، اما اگر عایدی تصمیم میزان n ریال سود داشته باشد قدر مطلق ارزش این تصمیم، $v(n)$ ، از ارزش متناسب به n ریال زیان، $v(-n)$ ، کوچکتر است. همانطور که دیده میشود، مطلوبیت ناشی از کاهش زیان برای تصمیم گیرنده، بیش از مطلوبیت ناشی از کسب همان میزان سود برای تصمیم گیرنده است.

۳) تقلیل حساسیت

دلیل نامگذاری این جزء، به دلیل حساسیت مطلوبیت تصمیم گیرنده نسبت به تغییرات سود و زیان است. در تابع چشم انداز، به دلیل مقعر بودن منطقه سود و محدب بودن منطقه زیان، حساسیت میزان سود یا زیان برای تصمیم گیرنده متفاوت است (شکل ۳-۳). در منطقه سود، تابع ارزش تصمیم گیرنده نسبت به کاهش آن خیلی حساس است. به سخن دیگر میزان مطلوبیتی که فرد به ازای دریافت سود کسب می کند، نسبت به میزان مطلوبیتی که به ازای پذیرش زیان از دست می دهد، بسیار کمتر است. همچنین، اختلاف حساسیت در میزان سود و زیان نیز متفاوت است.

۴) ضریب احتمالات

جزء چهارم و نهایی نظریه چشم انداز در ارتباط با ضریب احتمالات است. در نظریه چشم انداز، برخلاف نظریه تصمیم گیری عقلایی از ضریب عینی احتمالات، π_i ، استفاده نمی کنند، بلکه این ضرایب را با استفاده از تابع احتمال وزنی، به ضرایب تصمیم، π_i تبدیل می نمایند. همانطور که در شکل ۳-۲ قابل رویت است، در مقایسه خط ترسیم شده تابع احتمالات وزنی با خط الگوی ۴۵ درجه، تابع احتمالات وزنی، به احتمالات کم، بیش از حد و به احتمالات بالا، کمتر از حد وزن داده است.

۴- یافته ها

در ابتدا کلیه مصاحبه ها کدگذاری شدند و مفاهیم استخراج گردیدند، سپس بر اساس اشتراک کدها مقوله ها و بعد مضمون ها از دیدگاه مصاحبه شوندگان که خبرگان موضوع مدیریت کسب و کار و مدیران سازمان های دولتی بودند، استخراج شدند. ابتدا خلاصه ای از روش مطالعه به صورت دیاگرام نشان داده شده و سپس طبقات حاصل از یافته ها به همراه زیر طبقات و طبقات اولیه بیان می شود. در این تحقیق برای دستیابی به مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات (مالی) از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. کدگذاری اولیه در طی مرور داده های جمع آوری شده انجام گردید. نتیجه این مرحله، تقطیر و خلاصه

کردن انبوه اطلاعات کسب شده از مصاحبه‌ها و اسناد به درون مفاهیم و دسته‌بندی‌هایی است که در این سؤالات مشابه هستند. کدگذاری اولیه، موضوعات و مفاهیم را از عمق داده‌ها به سطح آورد. این موضوعات و مفاهیم از پرسش اولیه تحقیق و مفاهیم در ادبیات و یا واژه‌های مورد استفاده مصاحبه اخذ شده‌اند. در این بخش مفاهیم اصلی حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام گرفته در زمینه پژوهش که شامل ۵۸ مفهوم است در جدول ۴-۱ ارائه می‌شوند:

جدول ۱: کدگذاری اولیه

شماره کد	مفاهیم استخراج شده
C1	سر شکن کردن هزینه‌ها و ریسک
C2	تسهیل در دسترسی به منابع مالی
C3	دسترسی به تکنولوژی‌های نوین
C4	دسترسی به ماشین‌آلات و تجهیزات مدرن دسترسی به بازارهای خارجی برای کشورهای در حال توسعه
C5	ایجاد کمیته راهبری از مدیران فعال
C6	شکل دادن به استراتژی‌ها و سیاست گذاری‌های برون سپاری
C7	شناسایی مشکلات بخش‌های مختلف
C8	توسعه و نگهداری منابع
C9	مشارکت کاربران در طراحی و تکمیل سیستم اطلاعاتی زنجیره تامین مالی
C10	مشورت با ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
C11	ارزیابی مسئولیت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
C12	الزام قانونی ناظر فنی برای زنجیره های تامین مالی
کد	مفاهیم استخراج شده
C13	نیروی انسانی متخصص زنجیره های تامین مالی
C14	بهره گیری از مشاور توانمند داخلی و خارجی جهت هدایت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
C15	انعطاف پذیری فعالیتهای ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
C16	انعطاف پذیری بیرونی از طریق به کارگیری تغییراتی در نیروی کار بیرونی
C17	تطبیق با شرایط در حال تغییر
C18	رفتار طرفین
C19	سطح رضایت مشتریان هدف
C20	دستیابی به انتظارات کارفرما
C21	پایداری مشارکت
C22	تعهدات مالی

C23	منابع مالی
C24	ضوابط و توافق متقابل مالی
C25	پرداختهای به موقع
C26	برآورد دقیق هزینه در زنجیره های تامین مالی
C27	فهم متقابل ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و سازمان تامین کننده
C28	اعتماد و توافق متقابل در زمینه حفاظت از منابع اطلاعاتی
C29	گرایش به اهداف جمعی و اعتماد مشترک
C30	درک و فهمیدن تبادلات مشتری و سازمان
C31	پیوست امنیتی و اجتماعی برای زنجیره های تامین مالی
C32	ضمانتهای اجرایی پیش پرداختها
C33	برنامه ریزی و نظارت تامین مالی
C34	انجام تامین مالی، براساس شرایط خاص هر قرارداد
C35	تبادل تجربیات
C36	برقراری روابط میان سازمان ها
C37	ارتباطات رسمی و ارتباطات غیررسمی
C38	اطلاعات و ابلاغ دستورات مقامات مافوق
C39	توانایی انفصال قرارداد به دلیل عملکرد ضعیف
C40	تعهد تأمین کننده به حمایت از اهداف کسب و کار
C41	استانداردهای عملکرد برای هر یک از خدمات
کد	مفاهیم استخراج شده
C42	پردازش اولویت ها و قابلیت سیستم ها
C43	یکپارچگی فعالیتهای مالی
C44	صرفه جویی در هزینه
C45	بازده هزینه
C46	استفاده از تکنیکهای مدیریت هزینه به روز
C47	کاهش ریسک سرمایه گذاری
C48	ثبات ارز و تورم
C49	نگرش مثبت به بخش خصوصی
C50	برنامه و بودجه سالیانه دستگاههای اجرایی و وزارت خانه ها
C51	مشارکت با شرکا در ارائه خدمات
C52	وجود شرکت مشاور قوی در سطح مشاورین بین المللی

C53	تجزیه و تحلیل امکانات رقبا
C54	شناخت فعالیت رقبا
C55	انجام تحقیقات گسترده در جهت کاربردی نمودن مطالعات
C56	ترکیب روشها و رویکردهای گوناگون اما مکمل
C57	استفاده از نیروهای متخصص
C58	شناسایی محیط، نیازسنجی و تولید اطلاعات

بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، تمها استخراج شدند. با توجه به هدف کلی پژوهش مضامین اصلی استخراج گردید و در تحلیل نهایی مفاهیم اولیه، با کسب آگاهی کافی از این که مضمون های مختلف کدام ها هستند، چگونگی تناسب آنها با یکدیگر و کل داستانی که آنها درباره داده ها می گویند، تلاش گردید یک نقشه رضایت بخش از مضمون ها ترسیم گردد. در گام بعدی مفاهیم استخراج شده در دسته های کلی تری بر اساس رویکرد اشتراوس و کوربین قرار گرفته اند و مفاهیم زیر مقوله های اصلی طبقه بندی شده است. در جدول زیر مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات (مالی) دسته بندی شده اند:

جدول ۲: دسته بندی کدها

مقوله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
تسهیل در سرمایه گذاری	سر شکن کردن هزینه ها و ریسک تسهیل در دسترسی به منابع مالی دسترسی به تکنولوژی های نوین دسترسی به ماشین آلات و تجهیزات مدرن دسترسی به بازارهای خارجی برای کشورهای در حال توسعه
هدایت راهبری تامین مالی	ایجاد کمیته راهبری از مدیران فعال شکل دادن به استراتژیها و سیاست گذاریهای برون سپاری شناسایی مشکلات بخش های مختلف توسعه و نگهداری منابع
مشارکت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	مشارکت کاربران در طراحی و تکمیل سیستم اطلاعاتی تامین مالی مشورت با ارائه دهندگان خدمات تامین مالی ارزیابی مسئولیت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
تخصص فنی ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	الزام قانونی ناظر فنی برای زنجیره های تامین مالی نیروی انسانی متخصص زنجیره های تامین مالی بهره گیری از مشاور توانمند داخلی و خارجی جهت هدایت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی

انعطاف پذیری ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	انعطاف پذیری فعالیتهای ارائه دهندگان خدمات تامین مالی
انعطاف پذیر بودن کار	انعطاف پذیری بیرونی از طریق به کارگیری تغییراتی در نیروی کار بیرونی
انعطاف پذیر بودن تامین مالی	تطبیق با شرایط در حال تغییر رفتار طرفین
درک مشتریان و تامین انتظارات آن	سطح رضایت مشتریان هدف دستیابی به انتظارات کارفرما
	پایداری مشارکت تعهدات مالی
تخصیص منابع مالی	منابع مالی ضوابط و توافقی متقابل مالی
	پرداختهای به موقع برآورد دقیق هزینه در زنجیره های تامین مالی
مقاله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
اعتماد متقابل بین ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و عوامل تامین مالی	فهم متقابل ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و سازمان تامین کننده اعتماد و توافقی متقابل در زمینه حفاظت از منابع اطلاعاتی
نظارت و کنترل	گرایش به اهداف جمعی و اعتماد مشترک درک و فهمیدن تبادلات مشتری و سازمان پیوست امنیتی و اجتماعی برای زنجیره های تامین مالی
	ضمانتهای اجرایی پیش پرداختها برنامه ریزی و نظارت تامین مالی انجام تامین مالی، براساس شرایط خاص هر قرارداد
کیفیت روابط	تبادل تجربیات برقراری روابط میان سازمان ها ارتباطات رسمی و ارتباطات غیررسمی
	اطلاعات و ابلاغ دستورات مقامات مافوق توانایی انفصال قرارداد به دلیل عملکرد ضعیف
مدیریت بهینه قراردادها	تعهد تامین کننده به حمایت از اهداف کسب و کار استانداردهای عملکرد برای هر یک از خدمات

مدیریت هزینه	پردازش اولویت‌ها و قابلیت سیستم‌ها یکپارچگی فعالیتهای مالی صرفه‌جویی در هزینه بازده هزینه استفاده از تکنیکهای مدیریت هزینه به روز کاهش ریسک سرمایه‌گذاری ثبات ارز و تورم نگرش مثبت به بخش خصوصی برنامه و بودجه سالیانه دستگاه‌های اجرایی و وزارت خانه‌ها مشارکت با شرکا در ارائه خدمات وجود شرکت مشاور قوی در سطح مشاورین بین‌المللی تجزیه و تحلیل امکانات رقبا شناخت فعالیت رقبا انجام تحقیقات گسترده در جهت کاربردی نمودن مطالعات ترکیب روشها و رویکردهای گوناگون اما مکمل استفاده از نیروهای متخصص شناسایی محیط، نیازسنجی و تولید اطلاعات
جذب سیاست‌های حمایتی شرکا	
تحلیل فعالیتهای رقبا	
تحقیق و توسعه در زمینه موفقیت تامین مالی	

در ذیل مضمون‌ها به طور مختصر و جامع ارائه می‌شود:

جدول ۳: مضامین مشترک استخراج شده از تحلیل‌ها

<u>تم ۱: تقلیل حساسیت</u>	
مشارکت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	زیر معیار
تخصص فنی ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	
انعطاف پذیری ارائه دهندگان خدمات تامین مالی	
<u>تم ۲: گسترش سود</u>	
هدایت راهبری تامین مالی	زیر معیار
نظارت و کنترل	
مدیریت بهینه قراردادها	

<u>تم ۳: اجتناب از ضرر</u>	
تسهیل در سرمایه گذاری	زیر معیار
تخصیص منابع مالی	
مدیریت هزینه	
<u>تم ۴: ضریب احتمالات</u>	
درک مشتریان هدف و تامین انتظارات آن	زیر معیار
اعتماد متقابل بین ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و عوامل تامین مالی	
کیفیت روابط	
<u>تم ۵: وابستگی به مرجع</u>	
جذب سیاست‌های حمایتی شرکا	زیر معیار
تحلیل فعالیتهای رقبا	
تحقیق و توسعه در زمینه موفقیت خدمات تامین مالی	

۴-۱- معیار تقلیل حساسیت

از دیدگاه مصاحبه شونده‌ها یکی از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات (مالی)، تقلیل حساسیت است. از دیدگاه مصاحبه شونده‌ها تقلیل حساسیت می‌تواند به زنجیره تامین مالی بیانجامد. مفاهیم استخراج شده از مصاحبه در دسته‌های مفهومی ذیل مضمون تقلیل حساسیت دسته‌بندی شدند. دسته‌های مفهومی مربوط به مضمون تقلیل حساسیت را در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

جدول شماره ۴: دسته‌های مفهومی تشکیل دهنده مضمون تقلیل حساسیت

(مصاحبه شماره ۵، ۸، ۱۲، ۱۵)	مشارکت ارائه دهندگان خدمات تامین مالی (۱A)	تقلیل حساسیت
(مصاحبه شماره ۲، ۶، ۷ و ۱۱)	تخصص فنی ارائه دهندگان خدمات تامین مالی (۱B)	
(مصاحبه شماره ۳ و ۷)	انعطاف پذیری ارائه دهندگان خدمات تامین مالی (۱C)	

۴-۲- معیار گسترش سود

از دیدگاه مصاحبه شونده‌ها یکی دیگر از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات (مالی)، گسترش سود است. از دیدگاه مصاحبه شونده‌ها گسترش سود یکی از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات (مالی)

است، که اکثر آن‌ها در خلال سخنان خود بدان اشاره کرده اند. در زیر مفاهیم استخراج شده در حوزه گسترش سود ارائه شده است، مفاهیم استخراج شده از مصاحبه در دسته‌های مفهومی ذیل مضمون گسترش سود دسته‌بندی شدند. دسته‌های مفهومی مربوط به مضمون گسترش سود را در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

جدول شماره ۵: دسته‌های مفهومی تشکیل‌دهنده مضمون گسترش سود

(مصاحبه شماره ۱، ۳، ۵، ۷)	هدایت راهبری تامین مالی (۲A)	تم گسترش سود
(مصاحبه شماره ۵، ۱۰، ۱۳)	نظارت و کنترل (۲B)	
(مصاحبه شماره ۴، ۶، ۸، ۱۲)	مدیریت بهینه قراردادها (۲C)	

دومین تمی که در حوزه مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) به آن اشاره شده است، گسترش سود است، که شامل هدایت راهبری تامین مالی (۲A)، نظارت و کنترل (۲B) و مدیریت بهینه قراردادها (۲C) می شود.

۴-۳- معیار اجتناب از ضرر

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان یکی دیگر از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی)، اجتناب از ضرر است. از دیدگاه مصاحبه‌شونده‌ها اجتناب از ضرر یکی از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) است، که اکثر آن‌ها در خلال سخنان خود بدان اشاره کرده اند. در زیر مفاهیم استخراج شده در حوزه تخصص فنی ارائه دهندگان خدمات تامین مالی ارائه شده است، مفاهیم استخراج شده از مصاحبه در دسته‌های مفهومی ذیل مضمون اجتناب از ضرر دسته‌بندی شدند. دسته‌های مفهومی مربوط به مضمون اجتناب از ضرر را در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

جدول شماره ۶: دسته‌های مفهومی تشکیل‌دهنده مضمون اجتناب از ضرر

(مصاحبه شماره ۱۱ و ۱۲)	تسهیل در سرمایه گذاری (۳A)	تم اجتناب از ضرر
(مصاحبه شماره ۲، ۳، ۶، ۷)	تخصیص منابع مالی (۳B)	
(مصاحبه شماره ۶، ۷، ۱۲)	مدیریت هزینه (۳C)	

سومین تمی که در حوزه مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) به آن اشاره شده است، اجتناب از ضرر است، که شامل تسهیل در سرمایه گذاری (۳A)، تخصیص منابع مالی (۳B) و مدیریت هزینه (۳C) می شود.

۴-۴- معیار ضریب احتمالات

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان یکی دیگر از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی)، ضریب احتمالات است. در زیر مفاهیم استخراج شده در حوزه ضریب احتمالات ارائه دهندگان خدمات تامین مالی در تامین مالی ارائه شده است. مفاهیم استخراج شده از مصاحبه در دسته‌های مفهومی ذیل مقوله روابط مرد سالارانه دسته‌بندی شدند، دسته‌های مفهومی مربوط به مضمون ضریب احتمالات را در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

جدول شماره ۷: دسته‌های مفهومی تشکیل دهنده مضمون ضریب احتمالات

(مصاحبه شماره ۹، ۱۲)	درک مشتریان هدف و تامین انتظارات آن (A۴)	تم ضریب احتمالات
(مصاحبه شماره ۳، ۵، ۱۱)	اعتماد متقابل بین ارائه دهندگان خدمات تامین مالی و عوامل تامین مالی (B۴)	
(مصاحبه شماره ۵، ۸، ۱۴)	کیفیت روابط (C۴)	

چهارمین تمی که در حوزه مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) به آن اشاره شده است، ضریب احتمالات است. یکی از مصاحبه‌شوندگان درباره ضریب احتمالات چنین اظهار نظر کرده اند:

«برآورده کردن انتظارات در زنجیره تامین مالی نقش اصلی را ایفا می کند که در این زمینه ارائه دهندگان خدمات تامین مالی می توانند نقش مهمی داشته باشند و ارتباطات سازنده بین سازمانی برقرار کنند» (مصاحبه شماره ۱۳)

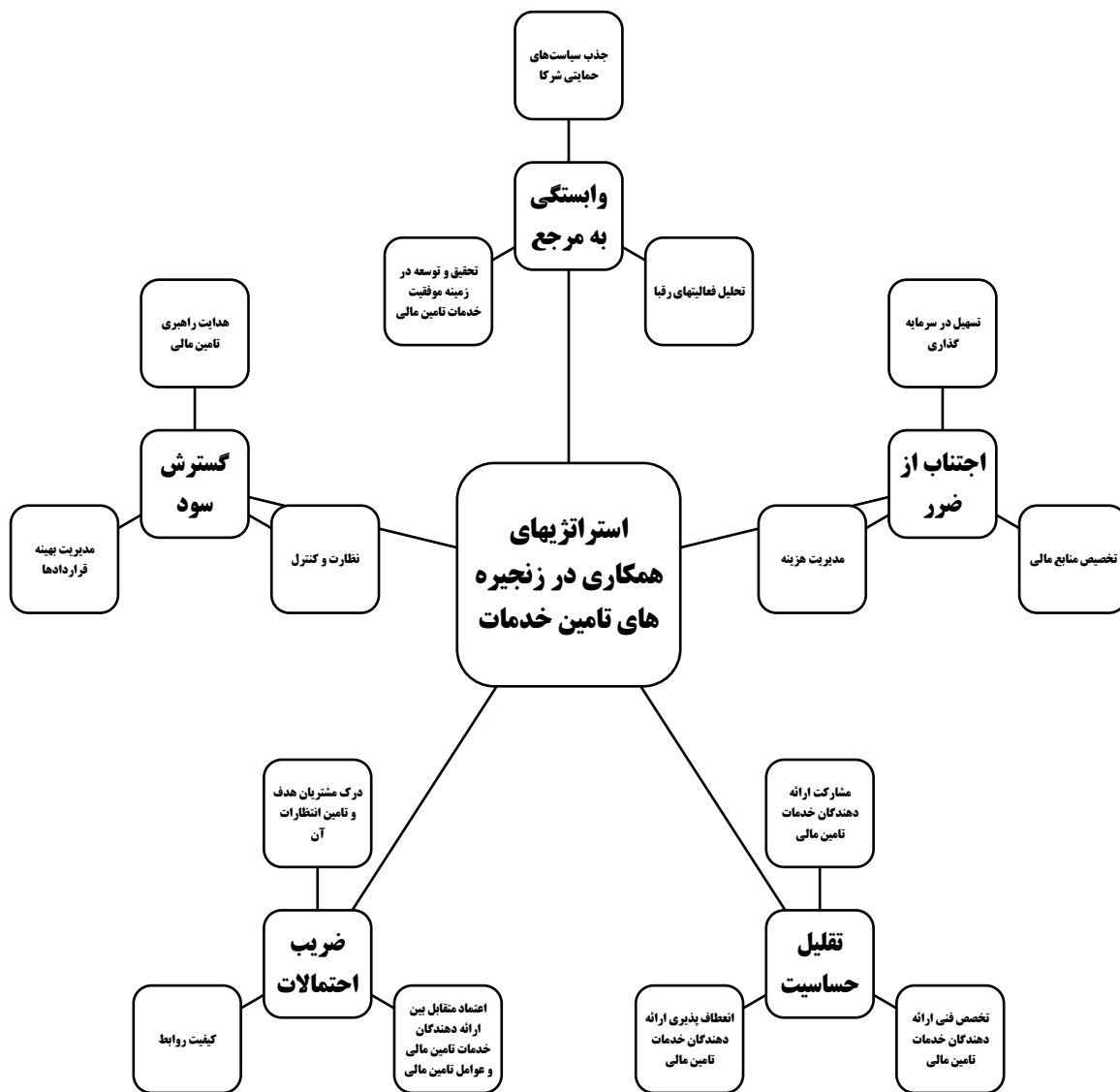
۴-۵- معیار وابستگی به مرجع

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان یکی دیگر از مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی)، وابستگی به مرجع است. در زیر مفاهیم استخراج شده در باب وابستگی به مرجع ارائه شده است. مفاهیم استخراج شده از مصاحبه در دسته‌های مفهومی ذیل مضمون وابستگی به مرجع قرار گرفتند، که شامل جذب سیاست‌های حمایتی شرکا (A۵)؛ تحلیل فعالیتهای رقبا (B۵) و تحقیق و توسعه در زمینه موفقیت تامین مالی (C۵) می شود. دسته‌های مفهومی مربوط به مضمون وابستگی به مرجع در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

جدول شماره ۸: دسته‌های مفهومی تشکیل دهنده معیار وابستگی به مرجع

(مصاحبه شماره ۱۱ و ۱۲)	جذب سیاست‌های حمایتی شرکا (A۵)	وابستگی به مرجع
(مصاحبه شماره ۴، ۶، ۹، ۱۱)	تحلیل فعالیتهای رقبا (B۵)	
(مصاحبه شماره ۲، ۴، ۹)	تحقیق و توسعه در زمینه موفقیت تامین مالی (C۵)	

پنجمین تمی که در حوزه مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) به آن اشاره شده است، وابستگی به مرجع است. در نمودار زیر نقشه کلی مضامین مدل استراتژیهای همکاری در زنجیره های تامین خدمات(مالی) آورده شده است.



شکل ۱: شبکه مضامین

هسته اصلی در سیستم زنجیره تامین، غالباً وام‌های شرکت‌های بالادستی را پیش‌فرض می‌کند و به دلیل نفوذ قوی از وام‌های شرکت‌های پایین‌دستی پیش‌پرداخت می‌کند. شرکت به دلیل سرمایه در گردش کمتر، وضعیت مالی آن بدتر است. با این حال، توسعه زنجیره تامین مالی می‌تواند به حل این معضل کمک کند. برای شرکت اصلی، زنجیره تامین خدمات تامین مالی می‌تواند هزینه مالی عملیات زنجیره تامین را کاهش دهد و رقابت کل زنجیره تامین را در بازار بهبود بخشد، بنابراین، تمایل به توسعه مدیریت زنجیره تامین مالی نیز دارد. در این زمینه، مؤسسات مالی، به‌ویژه بانک‌های عمدتاً تجاری، زمینه یکپارچه را برای حل مشکل مدیریت زنجیره تامین مالی بر اساس تامین مالی تجارت سنتی توسعه می‌دهند. این امر مشکلات اطلاعات نامتقارن شرکت‌ها و بانک‌های تجاری را با تبدیل شرکت‌های اصلی و شرکت‌های لجستیک به عنوان "واسطه" کلیدی، از بین می‌برد و در عین حال اعتبار شرکت‌های کوچک و متوسط تجاری را در زنجیره تامین برای به دست آوردن تامین مالی کوتاه مدت با قیمت پایین‌تر افزایش می‌دهد. برای کاهش مشکلات مالی، زنجیره تامین را با معرفی مکانیسم تضمین بهبود می‌بخشد تا یک وضعیت برد-برد ایجاد شود. از آنجایی که زنجیره تامین خدمات تامین مالی به منظور حل مشکلات مالی زنجیره تامین تولید می‌شود، شرکت‌های مختلف با توجه به ویژگی‌های صنعت خود، حالت عملیات زنجیره تامین مالی متفاوتی را اتخاذ می‌کنند و گره زنجیره تامین، هماهنگی طرف‌های درگیر و منافع متفاوت است. و قیمت آن نیز متفاوت است. محققان تحقیقات کمی در مورد تعریف و مفهوم قیمت خدمات تامین مالی داشتند و اکثر آنها معتقد بودند که همکاری زنجیره تامین خدمات تامین مالی، نرخ تامین مالی شرکت است، ژونگانگ و لوفنگجون (۲۰۱۵) معتقد بودند که اصلی‌ترین مولفه در مدل همکاری زنجیره تامین خدمات تامین مالی مولفه ریسک و پاداش یا سود به دست آمده از ریسک سرمایه‌گذاران است. آنها اظهار داشتند که قیمت خدمات عمدتاً شامل نرخ تامین مالی و نرخ حق الزحمه مدیریت در تحقیق فاکتورینگ معکوس است.

منابع

- Ageron, B., A. Gunasekaran, and A. Spalanzani (۲۰۲۲). Sustainable supply management: An empirical study. *International Journal of Production Economics* ۱۴۰(۱), ۱۶۸-۱۸۲.
- Ansari, Z. N. and R. Kant (۲۰۱۷). A state-of-art literature review reflecting ۱۵ years of focus on sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production* ۱۴۲, ۲۵۲۴-۲۵۴۳.
- Bai, C. and J. Sarkis (۲۰۱۰). Integrating sustainability into supplier selection with grey system and rough set methodologies. *International Journal of Production Economics* ۱۲۴, ۲۵۲-۲۶۴.
- Brandenburg, M., K. Govindan, J. Sarkis, and S. Seuring (۲۰۱۴). Quantitative models for sustain-able supply chain management: developments and directions. *European Journal of Operational Research* ۲۳۳(۲), ۲۹۹-۳۱۲.
- Chen, X., G. Cai, and J. Song (۲۰۱۷). The cash flow advantages of ۳pls as supply chain orchestrators. *Manufacturing & Service Operations Management*. Forthcoming.
- Deboer, R., M. Van-Bergen, and M. Steeman (۲۰۱۵). *Supply Chain Finance, its Practical Relevance and Strategic Value*. Supply Chain Finance Community: Windesheim.
- Eskandarpour, M., P. Dejax, J. Miemczyk, and O. Peton (۲۰۱۵). Sustainable supply chain network design: an optimization-oriented review. *Omega* ۵۴, ۱۱-۳۲.

Gelsomino, L. M., R. Mangiaracina, A. Perego, and A. Tumino (۲۰۱۶). Supply chain finance: a literature review. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* ۴۶(۴), ۳۴۸-۳۶۶.

Gimenez, C. and E. M. Tachizawa (۲۰۱۲). Extending sustainability to suppliers: a systematic literature review. *Supply Chain Management: An International Journal* ۱۷(۵), ۵۳۱-۵۴۳.

Herzogenaurach (۲۰۱۶). Puma and ifc set up financing program for suppliers to reward social and environmental standards. Available at: <http://about.puma.com/en/newsroom/corporate-ews/۲۰۱۶/april/PUMA-and-IFC-set-up-Financing-Program-for-Suppliers-to-reward-Social-and-Environmental-Standards> (Accessed on April ۵, ۲۰۱۸).

Hong, J., Y. Zhang, and M. Ding (۲۰۱۸). Sustainable supply chain management practices, supply chain dynamic capabilities, and enterprise performance. *Journal of Cleaner Production* ۱۷۲(۲۰), ۳۵۰۸-۳۵۱۹.

Kouvelis, P. and W. Zhao (۲۰۱۸). Who should finance the supply chain? impact of credit ratings on supply chain decisions. *Manufacturing & Service Operations Management* ۲۰(۱), ۱۹-۳۵.

Lee, H. L. and C. S. Tang (۲۰۱۸). Socially and environmentally responsible value chain innovations: New operations management research opportunities. *Management Science* ۶۴(۳), ۹۸۳-۹۹۶.

Madani, S. R. and M. Rasti-Barzoki. (۲۰۱۷). Sustainable supply chain management with pricing, greening and governmental tariffs determining strategies: A game-theoretic approach. *Computers & Industrial Engineering* ۱۰۵, ۲۸۷-۲۹۸.

Mani, V., A. Gunasekaran, and C. Delgado (۲۰۱۸). Enhancing supply chain performance through supplier social sustainability: An emerging economy perspective. *International Journal of Production Economics* ۱۹۵, ۲۵۹-۲۷۲.

Rajeev, A., R. K. Pati, S. S. Padhi, and K. Govindan (۲۰۱۷). Evolution of sustainability in supply chain management: A literature review. *Journal of Cleaner Production* ۱۶۲, ۲۹۹-۳۱۴.

Sarkar, B., W. Ahmed, and N. Kim (۲۰۱۸). Joint effects of variable carbon emission cost and multi-delay-in-payments under single-setup-multiple-delivery policy in a global sustainable supply chain. *Journal of Cleaner Production* ۱۸۵, ۴۲۱-۴۴۵.

Stindt, D. (۲۰۱۷). A generic planning approach for sustainable supply chain management - how to integrate concepts and methods to address the issues of sustainability? *Journal of Cleaner Production* ۱۵۳, ۱۴۶-۱۶۳.

Tanrisever, F., H. Cetinay, M. Reindrop, and J. C. Fransoo (۲۰۱۵). Reverse factoring for sme finance. Available at: <http://dx.doi.org/۱۰.۲۱۳۹/ssrn.۲۱۸۳۹۹۱>.

Tsao, Y. C., P. L. Lee, C. H. Chen, and Z. W. Liao (۲۰۱۷). Sustainable newsvendor models under trade credit. *Journal of Cleaner Production* ۱۴۱, ۱۴۷۸-۱۴۹۱.

Tunca, T. I. and W. Zhu (۲۰۱۷). Buyer intermediation in supplier finance. *Management Science* ۱(۲۰). Available at: doi:۱۰,۱۲۸۷/mnsc.۲۰۱۷,۲۸۶۳.

Vliet, K. V. D., M. J. Reindrop, and J. C. Fransoo (۲۰۱۵). The price of reverse factoring: Financing rates vs. payment delays. *European Journal of Operational Research* ۲۴۲, ۸۴۲-۸۵۳.

Wuttke, D. A., C. Blome, H. Sebastian-Heese, and M. Protopappa-Sieke (۲۰۱۶). Supply chain finance: Optimal introduction and adoption decisions. *International Journal of Production Economics* ۱۷۸, ۷۲-۸۱.

Yang, H. W. Z., Y. Zha, and H. Wan (۲۰۱۶). Two-period supply chain with flexible trade credit contract. *Expert Systems With Applications* ۶۶, ۹۵-۱۰۵.

Zhao, L., L. Li, Y. Song, C. Li, and Y. Wu (۲۰۱۸). Research on pricing and coordination strategy of a sustainable green supply chain with a capital-constrained retailer. *Complexity*. Available at: <https://doi.org/۱۰,۱۱۵۵/۲۰۱۸/۶۸۴۵۹۷۰>.