



Journal Website

Article history:

Received 29 December 2024

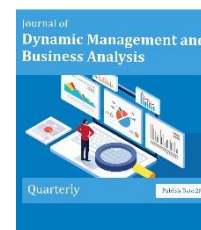
Revised 08 February 2025

Accepted 25 February 2025

Published online 09 March 2025

Dynamic Management and Business Analysis

Volume 4, Issue 3, pp 74-90



E-ISSN: 3041-8933

Designing a Model of Factors Affecting the LARG Supply Chain Using the Grounded Theory Approach

Fereshteh Ghasemi¹, SeyedMahdi Moaafi Madani^{2*}, Babak Haji Karimi³, Farid Asgari⁴

1. PhD student, Department of Management, Abhar Branch, Islamic Azad University, Abhar, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Management, Hidaj Branch, Islamic Azad University, Hidaj, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Management, Abhar Branch, Islamic Azad University, Abhar, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Management, Abhar Branch, Islamic Azad University, Abhar, Iran.

* Corresponding author email address: madany.ssm@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Mohammadi Zaer, S., Anjomshoa, Z., Salajegheh, S., Nazari, A., Pour Rashidi, R. (2025). Designing a Model of Factors Affecting the LARG Supply Chain Using the Grounded Theory Approach. *Dynamic Management and Business Analysis*, 4(3), 74-90.

<https://doi.org/10.22034/dmbaj.2025.20518.21.1246>



© 2025 the author(s). Published by Knowledge Management Scientific Association. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

Objective: The present study aims to design a model of factors affecting the LARG supply chain using the grounded theory approach.

Methodology: This research is applied in nature and, in terms of data collection method, falls under the category of qualitative research. For this purpose, data were collected through semi-structured interviews with participants and content analysis. The statistical population of this study includes all managers and experts in this field. Sampling was conducted theoretically, which is a type of purposive sampling, and continued until theoretical saturation of the categories was achieved.

Findings: Following the open coding process and categorization of extracted concepts, a total of 167 open codes were identified. Subsequently, axial and selective coding were performed, leading to the extraction of 26 axial codes. The selective coding process included causal factors, contextual factors, intervening factors, strategies, and outcomes, with the core category being the LARG supply chain.

Conclusion: The results of this research can be beneficial for managers and decision-makers in the field of supply chain management, as they provide a better understanding of the challenges and opportunities in this domain. Furthermore, it is recommended that future research employ mixed-method approaches (qualitative and quantitative) to further investigate these factors and their effects, enabling the development of more practical models.

Keywords: LARG supply chain, supply chain management, agile supply chain, grounded theory.

Introduction

In today's competitive business environment, organizations and companies must constantly adapt to rapid technological advancements, evolving market dynamics, and shifting customer expectations. Supply chain management plays a critical role in ensuring the efficiency, resilience, and sustainability of business operations. The LARG (Lean, Agile, Resilient, and Green) supply chain has emerged as a comprehensive framework that integrates multiple strategic paradigms to enhance performance and competitiveness ([Ahmadi & Saffari, 2024](#); [Gholami Afshar & Moradi Hazarvand, 2023](#); [Moshtaghi, 2023](#); [Soleimani et al., 2024](#); [Zekhnini et al., 2020](#)).

Traditional supply chain models often fail to accommodate the complexities of modern business environments, characterized by increased market volatility, shorter product life cycles, and heightened environmental concerns ([Salimi Zaviyeh & Shams, 2023](#)). To address these challenges, businesses have turned to supply chain paradigms that emphasize flexibility, efficiency, and sustainability. The LARG model combines elements from Lean supply chains, which focus on eliminating waste; Agile supply chains, which emphasize responsiveness; Resilient supply chains, which ensure robustness against disruptions; and Green supply chains, which prioritize environmental sustainability ([Rajeev et al., 2017](#)).

The shift from traditional competition among individual companies to competition between supply chains has led to an increased focus on supply chain integration and collaboration. Effective supply chain management now requires organizations to optimize their entire network of suppliers, manufacturers, distributors, and retailers ([Ariaparsa & Ebramihi, 2023](#); [Hugos, 2018](#); [Parsakia et al., 2023](#)).

The LARG paradigm presents both opportunities and challenges. While it enhances supply chain efficiency and resilience, it also introduces complexities in managing trade-offs among cost, flexibility, sustainability, and responsiveness ([Foster & Gardner, 2022](#)). Organizations that successfully implement the LARG supply chain can achieve a competitive advantage by leveraging advanced technologies, fostering collaboration among supply chain partners, and adopting environmentally friendly practices ([Sahu et al., 2023](#)).

Given the increasing importance of sustainable and resilient supply chains, this study aims to design a model of factors affecting the LARG supply chain using the grounded theory approach. The research explores the key elements influencing LARG supply chains, the strategies adopted by organizations, and the outcomes associated with implementing this framework.

Methodology

This study employs a qualitative research approach using grounded theory methodology. Data were collected through semi-structured interviews with industry experts and supply chain managers. Theoretical sampling was used to select participants, ensuring that the sample represented diverse perspectives within the field. The data collection process continued until theoretical saturation was achieved, meaning no new concepts emerged from the interviews.

The collected data were analyzed using open, axial, and selective coding. Open coding involved identifying key concepts within the data, resulting in 167 initial codes. Axial coding grouped these codes into 26 core categories based on relationships among concepts. Selective coding further refined these

categories into broader themes, including causal factors, contextual factors, intervening factors, strategies, and outcomes. The core category that emerged from this process was the LARG supply chain.

Findings

The data analysis revealed several key findings related to the factors influencing the LARG supply chain.

1. **Causal Factors:** The primary drivers influencing the adoption of the LARG supply chain model include technological advancements, flexibility in operations, coordination among supply chain partners, innovation, and human resource management. These factors contribute to the successful implementation of LARG principles.
2. **Contextual Factors:** Organizational strategies, responsiveness to market demands, external environmental conditions, and customer relationship management were identified as critical contextual elements that shape the effectiveness of LARG supply chains.
3. **Intervening Factors:** Key challenges and moderating influences include environmental sustainability concerns, risk management, collaboration with stakeholders, and organizational culture. Companies that prioritize environmental sustainability tend to integrate green supply chain practices more effectively.
4. **Strategies:** Organizations employing the LARG model adopt various strategic approaches, such as process optimization, financial empowerment, forward-looking planning, transparency, digital transformation, and efficient resource management. These strategies enable firms to balance efficiency with resilience and sustainability.
5. **Outcomes:** The successful implementation of LARG supply chains leads to enhanced product and service quality, increased trust among supply chain partners, cost reduction, improved agility, competitive advantage, and overall supply chain efficiency.

The study's coding process confirmed that LARG supply chains are built upon a structured interplay of these factors, resulting in a robust framework that supports both operational excellence and sustainability.

Discussion and Conclusion

The findings of this research highlight the critical role of the LARG supply chain model in modern supply chain management. The integration of Lean, Agile, Resilient, and Green paradigms allows organizations to navigate an increasingly volatile and complex business landscape. By leveraging advanced technologies, companies can enhance supply chain efficiency, improve responsiveness, and mitigate risks associated with market uncertainties.

Sustainability has emerged as a key priority for modern supply chains. Organizations that neglect environmental considerations risk facing regulatory challenges, reputational damage, and long-term operational inefficiencies. The adoption of green supply chain practices enables businesses to reduce waste, lower carbon footprints, and align with global sustainability goals. However, achieving a balance between cost efficiency and environmental responsibility remains a significant challenge.

Agility and resilience are essential for supply chains operating in dynamic environments. Organizations that cultivate strong supplier relationships, invest in risk management strategies, and develop adaptive capabilities are better positioned to withstand disruptions. The COVID-19 pandemic underscored the importance of supply chain resilience, highlighting the need for businesses to diversify sourcing strategies and build contingency plans.

Despite its advantages, implementing the LARG model presents several challenges. Organizations may encounter resistance to change, especially when transitioning from traditional supply chain frameworks to more integrated and flexible models. Managing the trade-offs among Lean efficiency, Agile responsiveness, Resilient stability, and Green sustainability requires careful strategic planning and continuous adaptation.

To maximize the benefits of LARG supply chains, companies must focus on fostering collaboration across the supply chain network, investing in digital transformation, and aligning supply chain goals with broader business objectives. Future research should explore the integration of quantitative approaches to validate the qualitative findings of this study, providing a more comprehensive understanding of the impact of LARG supply chains on business performance.

Overall, the study contributes to the growing body of knowledge on supply chain management by offering a conceptual framework for understanding the factors that influence LARG supply chains. By adopting this model, businesses can enhance their competitive positioning, improve supply chain efficiency, and drive long-term sustainability.

طراحی مدل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج با استفاده از روش نظریه پردازی داده بنیاد

فرشته قاسمی^۱، سیدمهدی معافی مدنی^{۲*}، بابک حاجی کریمی^۳، فرید عسگری^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ابهر، ایران.

۲. استادیار، گروه مدیریت، واحد هیدج، دانشگاه آزاد اسلامی، هیدج، ایران (نویسنده مسئول).

۳. استادیار، گروه مدیریت، واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ابهر، ایران.

۴. استادیار، گروه مدیریت، واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ابهر، ایران.

*ایمیل نویسنده مسئول: madany.ssm@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

قاسمی ف، معافی مدنی م، حاجی کریمی ب، عسگری ف. (۱۴۰۴). طراحی مدل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج با استفاده از روش نظریه پردازی داده بنیاد. مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، ۴(۳)، ۷۴-۹۰.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده(گان) است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

هدف: هدف پژوهش حاضر، طراحی مدل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج با استفاده از روش نظریه پردازی داده بنیاد می باشد. **روش شناسی:** این پژوهش کاربردی بوده و از نظر چگونگی گردآوری داده های مورد نیاز، در گروه «تحقیق کیفی» طبقه بندی می شود. برای این منظور داده های از طریق انجام مصاحبه نیمه ساختمند با مشارکت کنندگان و تحلیل محتوا گردآوری می شود. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران و خبرگان این حوزه است. نمونه گیری نیز به صورت نظری که نوعی نمونه گیری هدفمند است انجام شده و تا رسیدن مقوله ها به اشباع نظری ادامه می یابد. **یافته ها:** پس از انجام فرایند کدگذاری باز با دسته بندی مفاهیم استخراج شده در مجموع ۱۶۷ کدباز استخراج شد. در ادامه به کدگذاری محوری و انتخابی پرداخته شده و ۲۶ کد محوری استخراج شد. کدگذاری های انتخابی شامل عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها می باشد و مقوله محوری را نیز زنجیره تأمین لارج در برمی گیرد. **نتیجه گیری:** نتایج این تحقیق می تواند برای مدیران و تصمیم گیرندگان در حوزه مدیریت زنجیره تأمین مفید باشد، زیرا به درک بهتری از چالش ها و فرصت های موجود در این حوزه کمک می کند. همچنین، پیشنهاد می شود که پژوهش های آتی با استفاده از روش های ترکیبی (کیفی و کمی) به بررسی دقیق تر این عوامل و تأثیرات آن ها بپردازند تا امکان توسعه مدل های کاربردی تر فراهم شود.

کلیدواژگان: زنجیره تأمین لارج، مدیریت زنجیره تأمین، زنجیره تأمین چابک، داده بنیاد.



امروزه سازمان‌ها و شرکت‌ها برای دستیابی به راه‌حل‌ها و پاسخ به سؤالات جدید دنیای رقابت، به‌طور فزاینده‌ای با سه عبارت: مشتری، رقابت و تغییر سروکار دارند. اکنون که همه‌چیز در حال تغییر است، تنها چیزی که تغییر نمی‌کند، ماهیت تغییر است. در سال‌های اخیر شرکت‌ها و صنایع با برطرف شدن موانع تجاری و بهبود دسترسی مشتریان به بازارهای جهانی با رقابت شدیدی مواجه شده‌اند (Ahmadi & Saffari, 2024; Gholami Afshar & Moradi Hazarvand, 2023; Moshtaghi, 2023; Soleimani et al., 2024; Zekhnini et al., 2020). این رقابت برگرفته از تغییرات سریع تکنولوژیکی، نوآوری‌های به وجود آمده در بازار، تغییر نیاز مشتریان، عدم اطمینان فزاینده، پویایی در بازارها، کاهش چرخه عمر محصولات، و بخش‌بندی فزاینده بازار است که امروزه سازمان‌ها با آن مواجه هستند. این وضعیت باعث تغییر اولویت‌ها در کسب‌وکار، چشم‌انداز استراتژیک و زیر سؤال رفتن صحت مدل‌های سنتی و در مواردی حتی مدل‌های جدید و معاصر شده است (Salimi Zaviyeh & Shams, 2023). در چنین شرایطی، منابع و قابلیت‌های داخلی شرکت به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مزیت رقابتی پایدار محسوب می‌شوند (Rajeev et al., 2017).

مدیریت سازمان‌ها وارد عصر رقابت میان شبکه‌ای شده است. در این محیط رقابتی نوظهور، موفقیت نهایی کسب‌وکار به توانایی مدیریت آن در یکپارچه‌سازی شبکه پیچیده روابط میان کسب‌وکارها وابسته است. در محیط کسب‌وکار مدرن، مدیریت اثربخش زنجیره تأمین امری حیاتی برای تداوم کسب‌وکار محسوب می‌شود. امروزه بیشتر محققان بر این موضوع که، رقابت میان زنجیره‌های تأمین جایگزین رقابت سنتی میان شرکت‌ها شده اتفاق نظر دارند (Ariaparsa & Ebramihi, 2023; Hugos, 2018; Parsakia et al., 2023).

عناصر یک زنجیره عرضه می‌توانند در یک کسب‌وکار واحد و یا در چند کسب‌وکار متفاوت قرار داشته باشند. ادعا بر این است که پدید آمدن ایده زنجیره عرضه مرهون به وجود آمدن تئوری‌هایی نظیر تئوری عمومی سیستم‌ها و تئوری کل‌نگری در دهه ۱۹۵۰ می‌باشد. این گفته را می‌توان چنین تکمیل نمود که برای درک کامل رفتار یک سیستم پیچیده نمی‌توان تنها به تجزیه و تحلیل اجزای سازنده آن سیستم اکتفا نمود (Foster & Gardner, 2022). به عبارت دیگر، یک زنجیره تأمین به معنای زنجیره‌ای از کسب‌وکارها با ارتباطات تک‌به‌تک نمی‌باشد، بلکه شبکه‌ای از کسب‌وکارها با ارتباطات چندگانه می‌باشد. مدیریت زنجیره تأمین فرصتی را برای بهره‌جویی از هم‌افزایی حاصل از یکپارچه‌سازی و مدیریت درون و میان شرکتی فراهم می‌نماید. بنابراین، مدیریت زنجیره تأمین با تعالی کل فرآیند کسب‌وکار و نه یک کسب‌وکار به‌تنهایی سروکار داشته و روش جدیدی را برای مدیریت کسب‌وکار و ارتباط آن با دیگر اعضای زنجیره تأمین ارائه می‌نماید (Sahu et al., 2023).

مدیریت زنجیره عرضه هماهنگی تمام عناصر در طول زنجیره عرضه است. هماهنگی و یکپارچه‌سازی جریان‌های مواد و اطلاعات در میان زنجیره جهت مدیریت زنجیره عرضه امری حیاتی به شمار می‌رود دیدگاه زنجیره تأمین بر این واقعیت بنانهاده شده است که رقابت به‌جای اینکه بین شرکت‌ها وجود داشته باشد می‌بایستی بین زنجیره‌های تأمین وجود داشته باشد و مدیریت زنجیره تأمین رویکردی است برای طراحی، سازمان‌دهی و به اجرا درآوردن این فعالیت‌ها (Mondal, 2019).

در دهه‌های اخیر پارادایم‌های مختلفی در مدیریت زنجیره تأمین ظهور پیدا کرده‌اند که هدف جهانی همه آن‌ها، کسب رضایت مشتریان و افزایش رقابت‌پذیری زنجیره تأمین است. پارادایم‌های کلیدی مطرح زنجیره تأمین در حوزه‌های تجاری و صنعتی در دو دهه کنونی چهار

¹ Multiple Relationships

² Intera- and Intercompany

پارادایم ناب^۱، چابک^۲، تاب آور^۳ و سبز^۴ می‌باشند (Raut et al., 2021). طی سال‌های اخیر، پارادایم دیگری به نام لارج^۵ که ترکیبی از چهار تفکر ناب، چابک، تاب آور و سبز است، به‌عنوان یکی از گزینه‌های انتخابی برای زنجیره تأمین سازمان‌ها ظهور پیدا نموده، به‌طوری که مزایای ناب بودن، چابکی، تاب‌آوری و سبز بودن را در خود جای داده است (Sousa et al., 2020).

پارادایم ناب، یک پارادایم سیستماتیک برای شناسایی و حذف فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده از طریق بهبود مستمر است؛ چابکی بر پاسخگویی سریع به تغییرات بازار تمرکز دارد؛ تاب‌آوری درصدد واکنش کارا به تأثیرات منفی اختلالات است و پارادایم سبز خواهان حذف تأثیرات منفی بر محیط‌زیست است (Helmold et al., 2022). مطالعات پیشین نشان می‌دهند که مدیریت زنجیره تأمین لارج تأثیر قابل توجهی بر عملکرد، پایداری و مزیت رقابتی سازمان‌ها دارد. مهری بابادی و همکاران (۲۰۲۲) با ارائه مدلی برای ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین لارج در صنایع نفت و گاز دریافتند که عوامل مختلفی همچون فرهنگ مدیریت ریسک، برنامه‌ریزی پیشرفته منابع و گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۱ موجب بهبود عملکرد زنجیره تأمین در این صنعت می‌شوند (Mehri Babadi et al., 2022). شمس و سلیمی زاویه (۲۰۲۱) با واکاوی مدل‌های مدیریت زنجیره تأمین لارج بیان کردند که این مدل‌ها از ترکیب چندین رویکرد بهره می‌برند تا مزایای هر یک را حفظ کرده و نقاط ضعف آن‌ها را کاهش دهند، که این امر به بهبود عملکرد زنجیره تأمین و دستیابی به مزیت رقابتی کمک می‌کند (Shams & Salimi Zaviyeh, 2021). ایزدی‌ار و همکاران (۲۰۲۰) نیز با بررسی پایداری زنجیره تأمین لارج در صنعت خودروسازی دریافتند که اجرای سناریوهایی مانند مدیریت کیفیت جامع، تولید به‌موقع و حمل‌ونقل انعطاف‌پذیر می‌تواند موجب پایداری بیشتر در زنجیره تأمین شود (Ezadiyar et al., 2020). در همین راستا، کارا و ادینسل (۲۰۲۲) نشان دادند که مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر مستقیمی بر مدیریت زنجیره تأمین سبز دارد و نوآوری تولید سبز به‌عنوان یک میانجی در این رابطه عمل می‌کند (Kara & Edinsel, 2022). علاوه بر این، رویز-بنیتز و همکاران (۲۰۱۸) دریافتند که شیوه‌های زنجیره تأمین ناب تأثیر مثبتی بر شیوه‌های زنجیره تأمین سبز و تاب‌آور داشته و در بهبود عملکرد زیست‌محیطی نقش بسزایی دارند (Ruiz-Benítez et al., 2018). آزودو و همکاران (۲۰۱۶) نیز تأکید کردند که شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین لارج تأثیر مستقیمی بر عملکرد و پایداری سازمانی دارد (Azevedo et al., 2016).

زنجیره تأمین لارج ازجمله موضوعاتی است که طی سال‌های اخیر فعالیت‌های تحقیقاتی متنوعی بر روی آن انجام شده است. یکی از دلایل این مسئله توجه صنعت به این موضوع به‌عنوان عاملی جهت دستیابی به مزیت رقابتی است (Çeke, 2022). با توجه به آنچه بیان شد و اهمیت موضوع، پژوهش حاضر به دنبال طراحی مدلی از عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده بنیاد می‌باشد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، با توجه به اینکه به طراحی مدل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج پرداخته است، در حیطه تحقیق کاربردی طبقه‌بندی می‌شود و از نظر چگونگی گردآوری داده‌های موردنیاز، در گروه «تحقیق کیفی» طبقه‌بندی می‌شود. برای این منظور داده‌های کیفی از طریق انجام مصاحبه نیمه ساختمند با مشارکت‌کنندگان و تحلیل محتوا گردآوری می‌شود که منجر به شناسایی زنجیره تأمین لارج گردد، جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران و خبرگان این حوزه است. نمونه‌گیری نیز به‌صورت نظری انجام شد. نمونه‌گیری نظری، نوعی نمونه‌گیری هدفمند است که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه با مفاهیمی یاری می‌کند که ارتباط نظری آن‌ها با نظریه در

¹ Lean

² Agile

³ Resilience

⁴ Green

⁵ LARG

حال تکوین اثبات شده است. در نمونه گیری نظری از رویدادها نمونه گیری می شود، نه لزوماً از افراد و تا رسیدن مقوله ها به اشباع نظری ادامه می یابد مقصود از اشباع نظری، مرحله ای است که در آن دیگر داده های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نیایند، مقوله گستره مناسبی یافته و روابط بین مقوله ها برقرار و تأیید شده باشند. در این پژوهش از مصاحبه هفتم تکرار در داده ها مشاهده شد؛ به گونه ای که مفهوم جدیدی شناسایی نشد، اما با وجود این، در نهایت ۹ مصاح به صورت پذیرفت.

یافته ها

در مرحله اول، فرایند کدگذاری باز انجام گرفته و نتایج به دست آمده در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱

فرایند کدگذاری باز

ردیف	کدگذاری باز	ردیف	کدگذاری باز	ردیف	کدگذاری باز	ردیف	کدگذاری باز
۱	زنجیره ناب، چابک،	۴۴	فناوری فرایندهای تجاری را سرعت می بخشد	۸۷	شفافیت،	۱۳۰	ارائه یک محصول بدون عیب به مشتری
۲	رویکرد انعطاف پذیر و سبز	۴۵	فناوری از تنگناها جلوگیری می کند	۸۸	ارتباطات باز	۱۳۱	هماهنگی حمل و نقل، انبارها، خرده فروشان و خود مشتریان سرمایه گذاری در تولید سبز
۳	پاسخ فوری به مشتری و بازار	۴۶	خرید به موقع، موجودی کوتاه تر و کارایی بهتر	۸۹	تمایل به همکاری	۱۳۲	جلب اعتماد مشتریان و مشارکت آنها
۴	تاب آوری	۴۷	روابط تعاونی زنجیره تأمین	۹۰	ایجاد اعتماد بین شرکای زنجیره تأمین	۱۳۳	نیاز به انطباق سریع و تأثیر نوآوری در ارائه محصولات
۵	واکنش سریع به اختلالات	۴۸	هماهنگ کردن عرضه کالا یا خدمات	۹۱	تمرکز بر کیفیت و سودآوری	۱۳۴	نوآوری طبق خواست مشتری و بازتاب آن به مشتری
۶	پایداری در زنجیره تأمین	۴۹	ایجاد مزیت رقابتی از طریق بهبود خدمات یا بهبود کارایی	۹۲	بهینه سازی مصرف انرژی و منابع،	۱۳۵	استراتژی بازیافت
۷	استراتژی بازیافت	۵۰	حفظ جریان بهینه از طریق زنجیره تأمین	۹۳	کاهش ضایعات و بهبود کارایی،	۱۳۶	عدم انتظار آلودگی به محیط زیست
۸	عدم انتظار آلودگی به محیط زیست	۵۱	پاسخگویی مؤثر به تقاضا	۹۴	کاهش هزینه های عملیاتی و سودآوری	۱۳۷	موجودی کافی برا واکنش به اختلالات
۹	موجودی کافی برا واکنش به اختلالات	۵۲	به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی توسعه محصول	۹۵	مدنظر قراردادن گسترش و توسعه	۱۳۸	هماهنگی در سیستم ها
۱۰	هماهنگی در سیستم ها	۵۳	کاهش ضایعات	۹۶	نمایندگی ها را زیاد کرد،	۱۳۹	حفظ کارایی و جریان مؤثر منابع تولید
۱۱	حفظ کارایی و جریان مؤثر منابع تولید	۵۴	استفاده مجدد از منابع و بازیافت محصولات	۹۷	سفارشات را بالا برد	۱۴۰	برآوردن نیازهای ذینفعان
۱۲	برآوردن نیازهای ذینفعان	۵۵	اعتماد مشتریان به محصول تولیدی	۹۸	ارتباط با مشتریان را بیشتر کرد.	۱۴۱	چالش های محیط زیست یا طبیعت
۱۳	چالش های محیط زیست یا طبیعت	۵۶	دید استراتژیک مدیران	۹۹	بهینه سازی مقدار سفارش و قیمت در زمان تغییرات سریع	۱۴۲	تقویت مسئولیت و نگرانی های زیست محیطی



۱۴	نحوه استفاده از فناوری	۵۷	بررسی شرایط و مقتضیات محیطی	۱۰۰	کاهش هزینه‌ها	۱۴۳	بهبود کیفیت محصولات
۱۵	پاسخ سریع به نیازها	۵۸	دید تهاجمی	۱۰۱	اجرای مناسب فازها به طور همزمان	۱۴۴	فناوری جدید،
۱۶	استفاده از مهارت کارکنان	۵۹	دید آینده‌نگر،	۱۰۲	هماهنگ‌سازی و مدیریت زمان	۱۴۵	چالش‌های پایداری زیست‌محیطی
۱۷	جذب سرمایه‌گذاری،	۶۰	سیاست‌گذاری مناسب برای توانمندی‌های داخلی	۱۰۳	رویکرد منطقی و سیستماتیک به برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، حل مسئله،	۱۴۶	استفاده از پایگاه مشتری و مهم‌تر از آن رقبا
۱۸	تأمین منابع و فرایندهای مهم	۶۱	استفاده از توان و مهارت کارشناسان	۱۰۴	مذاکره و مهارت‌های مدیریتی،	۱۴۷	مسئولیت‌پذیری و پاسخ سریع به تقاضای مشتری
۱۹	استاندارد نمودن فرایندها،	۶۲	فرآیندهای طراحی محصول	۱۰۵	تفکر تحلیلی و مهارت‌های ارتباطی	۱۴۸	کیفیت بالا در صنایع غذایی
۲۰	ملاحظات در مورد کمبود آب، مسائل مربوط به کاربری زمین	۶۳	انتخاب و تهیه محصول،	۱۰۶	هماهنگی فرایند، سیستم و اجرا	۱۴۹	کاهش اختلال و خطرات در عرضه، تولید و توزیع محصولات فاسدشدنی
۲۱	جنگل‌زدایی،	۶۴	فرآیندهای تولید،	۱۰۷	توجه به شیوه‌های سبز	۱۵۰	تولید محصولات ارگانیک با بسته‌بندی‌های طرفدار محیط‌زیست
۲۲	کیفیت هوا	۶۵	تحويل محصول به مشتری	۱۰۸	ایجاد تقاضای مصرف‌کننده‌های زیست‌محیطی	۱۵۱	حفظ مشتری و پاسخ تقاضامحور به تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی
۲۳	مصرف انرژی	۶۶	مدیریت خدمات	۱۰۹	درخواست سازگار با محیط‌زیست	۱۵۲	شناسایی وضع موجود و پیش‌بینی آیند
۲۴	هماهنگی با بخش‌های داخلی و شرکای خارجی	۶۷	معیارهای عملکرد اجتماعی و محیطی	۱۱۰	ساده‌سازی فرآیند تدارکات	۱۵۳	ارتباطات شفاف اعتماد و حفظ رضایت مشتری
۲۵	پاسخگویی مؤثر به تقاضا	۶۸	برآورده کردن انتظارات ذینفعان	۱۱۱	بهبود روابط با تأمین‌کنندگان و ذینفعان،	۱۵۴	ایجاد ارتباطات شخصی با تأمین‌کنندگان
۲۶	اطمینان از تحويل به موقع و کامل	۶۹	فعالیت‌های سازمانی سبز	۱۱۲	کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی	۱۵۵	موفقیت عملکرد زنجیره و افزایش انعطاف‌پذیری
۲۷	انجام کارآمد سفارش	۷۰	تأمین‌کنندگان سبز،	۱۱۳	هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی،	۱۵۶	به کارگیری بهترین فناوری‌ها
۲۸	تحويل دقیق و به موقع سفارشات	۷۱	عوامل محیطی و لجستیک سبز	۱۱۴	بهبود زمان تحويل با فناوری	۱۵۷	تقویت قابلیت‌های تجزیه و تحلیل زنجیره تأمین
۲۹	در دسترس بودن محصولات	۷۲	هماهنگی در تولید،	۱۱۵	موجودی را به طور فعال مدیریت کنند،	۱۵۸	ساده‌سازی عملیات روزانه،
۳۰	پردازش سریع سفارشات	۷۳	موجودی، موقعیت‌یابی	۱۱۶	روابط راهبردی منبع یابی را بهینه کنند،	۱۵۹	تبدیل اختلالات به فرصت‌ها
۳۱	تحويل در بازه زمانی وعده داده شده	۷۴	حمل و نقل شرکت‌کنندگان	۱۱۷	تجربیات جدیدی برای مشتری ایجاد کنند	۱۶۰	وفادار ساختن مشتری
۳۲	یکپارچه‌سازی عملیات شرکت توسط فناوری اطلاعات	۷۵	عملکرد برای موفقیت بازار در زنجیره تأمین	۱۱۸	مدیریت جریان محصولات، داده‌ها، پول و اطلاعات در کل زنجیره تأمین	۱۶۱	توجه به ارزش‌های مشتری
۳۳	جریان‌های اطلاعاتی مربوط به محصول	۷۶	برآوردن درخواست مشتری	۱۱۹	توسعه سیاست‌ها و اقدامات حفاظت از محیط‌زیست	۱۶۲	بهبود کیفیت سریع خدمات
۳۴	یکپارچگی برای بهبود عملکرد زنجیره تأمین	۷۷	کیفیت محصول مطابق سفارش	۱۲۰	تحويل کارآمد،	۱۶۳	سرعت و چابکی در ارتقای کیفیت

۳۵	تحويل محصول به سرعت و با دقت به مشتری	۷۸	شرکت پاسخگو باشد	۱۲۱	رضایت مشتری،	۱۶۴	تسهیل تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها
۳۵	نظارت بر مراحل زنجیره تأمین	۷۹	الزام سازمان‌ها برای پاسخگویی فعال به نیاز مشتریان	۱۲۲	کیفیت بهتر محصولات،	۱۶۵	ارائه محصولات یا خدمات سبز
۳۷	درک خواسته مصرف‌کننده	۸۰	ارزش و کیفیت بیشتر در محصولات	۱۲۳	سودآوری،	۱۶۶	ارزیابی منابع ریسک
۳۸	آگاهی زیست‌محیطی	۸۱	مشتری محور	۱۲۴	پاسخگویی بهتر، زمان کوتاه‌تر،	۱۶۷	تجزیه و تحلیل احتمالات و ارائه استراتژی برای اجتناب
۳۹	پیام مشتری را مستقیماً دریافت کرد	۸۲	آگاه‌سازی مشتری	۱۲۵	استفاده بهینه از امکانات	۱۶۸	
۴۰	اینترنت اشیا، CPS،	۸۳	کارخانه هوشمند	۱۲۶	شناخت دقیق استانداردها و قوانین	۱۶۹	
۴۱	برنامه‌های جدید در مدیریت لجستیک	۸۴	بالا رفتن کارایی	۱۲۷	صرفه‌جویی در زمان و هزینه شما صرفه‌جویی		
۴۲	کاهش، بازیافت، استفاده مجدد	۸۵	داده‌های بزرگ و محصول هوشمند	۱۲۸	برنامه‌ریزی، اطلاعات، منبع یابی		
۴۳	حمل و نقل و بازگشت کالا	۸۶	ارزیابی کیفیت و خدمات مشتری	۱۲۹	موجودی، تولید،		

پس از انجام فرایند کدگذاری باز با دسته‌بندی مفاهیم استخراج‌شده در مجموع ۱۶۷ کدباز استخراج شد در ادامه به کدگذاری محوری و انتخابی پرداخته شده است. و ۲۶ کد محوری استخراج شد:

جدول ۲

فرایند کدگذاری محوری و انتخابی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
عوامل علی	فناوری	فناوری‌های چابک
		نحوه استفاده از فناوری
		به کارگیری بهترین فناوری‌ها
		هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی،
		فناوری جدید،
		تسریع زنجیره با فناوری
		فناوری از تنگناها جلوگیری می‌کند
	انعطاف‌پذیری	رویکرد انعطاف‌پذیر و سبز
		فرآیندهای منعطف طراحی محصول
		موفقیت عملکرد زنجیره و افزایش انعطاف‌پذیری
	هماهنگی و سازگاری	هماهنگی حمل و نقل، انبارها، خرده فروشان و خود مشتریان
		هماهنگی فرایند، سیستم و اجرا
		هماهنگی با بخش‌های داخلی و شرکای خارجی
		اجرای مناسب فازها به طور هم‌زمان
		هماهنگ‌سازی و مدیریت زمان
		تاب‌آوری
		هماهنگی در سیستم‌ها
	نواوری	نیاز به انطباق سریع و تأثیر نواوری در ارائه محصولات

بسته‌بندی‌های جدید یا طعم جدید		
نوآوری طبق خواست مشتری و بازتاب آن به مشتری	مدیریت منابع انسانی	
استفاده از مهارت کارکنان		
مذاکره و مهارت‌های مدیریتی،		
استفاده از توان و مهارت کارشناسان	عوامل استراتژیک	عوامل زمینه‌ای
دید استراتژیک مدیران		
استراتژی گسترش و توسعه محصول	پاسخگویی	
پاسخگویی مؤثر به تقاضا		
مسئولیت‌پذیری و پاسخ سریع به تقاضای مشتری		
تحویل در بازه زمانی وعده داده‌شده		
برآوردن نیازهای ذینفعان	توجه به محیط بیرونی	
شناسایی برتری نسبت به رقبا		
برآورده کردن انتظارات ذینفعان		
پاسخگویی سریع به نیاز بازار	مدیریت ارتباط با مشتری	
همکاری با مشتری		
استفاده از پایگاه مشتری		
پاسخ فوری به مشتری و بازار		
ارتباط با مشتریان		
سرمایه‌گذاری در تولید سبز	توجه به محیط‌زیست	عوامل مداخله‌گر
استفاده مجدد از منابع و بازیافت محصولات		
بررسی شرایط و مقتضیات محیطی		
چالش‌های محیط‌زیست یا طبیعت		
تقویت مسئولیت و نگرانی‌های زیست‌محیطی		
تولید محصولات ارگانیک با بسته‌بندی‌های طرفدار محیط‌زیست		
استراتژی بازیافت		
عدم انتشار آلودگی به محیط‌زیست		
کاهش ضایعات		
به حداقل رساندن اثرات زیست‌محیطی هنگام توسعه محصول		
کاهش ضایعات و بهبود کارایی،	مدیریت ریسک	
کاهش اختلال و خطرات در عرضه، تولید و توزیع محصولات فاسدشدنی		
ارزیابی منابع ریسک		
تبدیل اختلالات به فرصت‌ها		
ارتباطات باز	تعامل با سایر ارکان زنجیره	
ایجاد ارتباطات شخصی با تأمین‌کنندگان		
بهبود روابط با تأمین‌کنندگان و ذینفعان،		
روابط تعاونی زنجیره تأمین		
تمایل به همکاری		
ایجاد انگیزه و حمایت از ایده‌های جدید	ارتقای فرهنگ و تفکر سازمانی	
تشویق به پیشرفت فناوری		
فرهنگ همکاری در زنجیره تأمین		
بهینه‌سازی مصرف انرژی و منابع،	بهینه‌سازی	راهبردها
انجام کارآمد سفارش		
بهینه‌سازی مقدار سفارش و قیمت در زمان تغییرات سریع		
جذب سرمایه‌گذاری،	توانمندسازی مالی	
تأمین منابع و فرایندهای مهم		

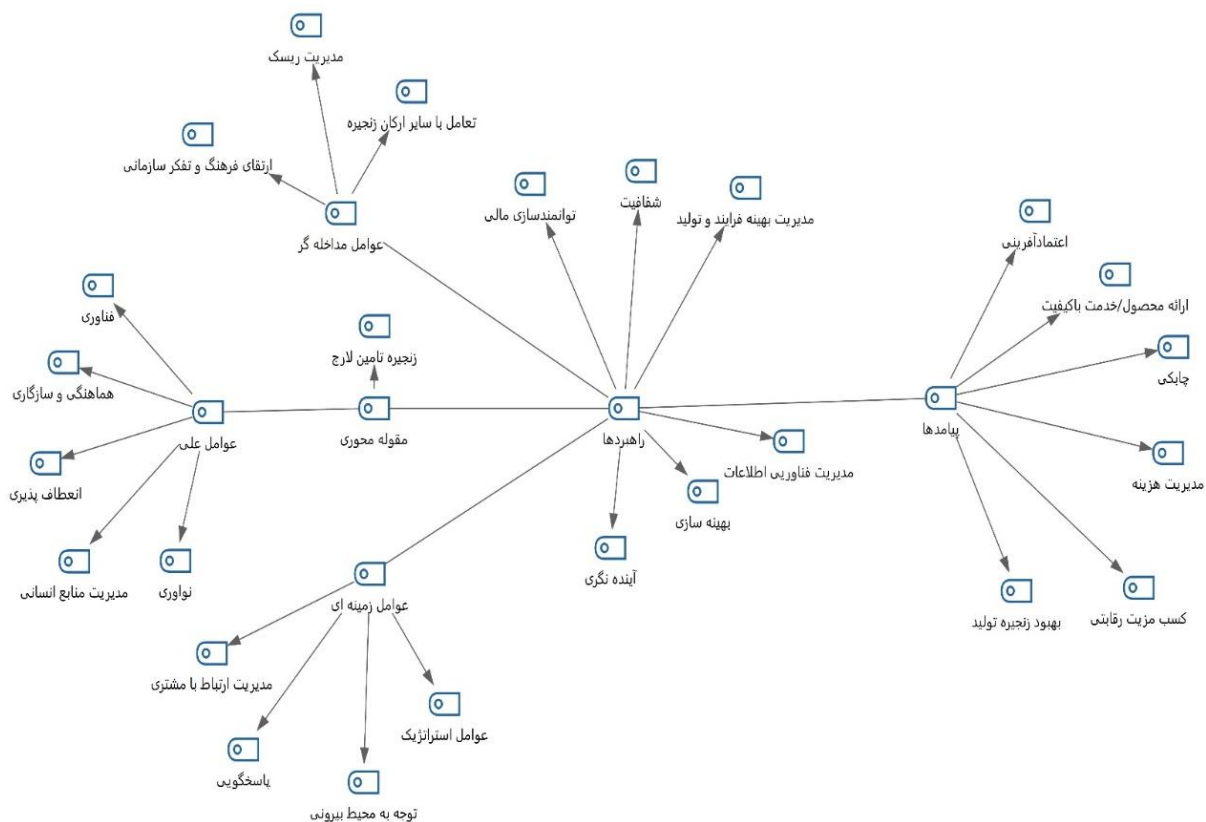


سیاست‌گذاری مناسب برای توانمندی‌های مالی	آینده‌نگری	دید آینده‌نگر،
شناسایی وضع موجود و پیش‌بینی آیند	شفافیت	به اشتراک‌گذاری داده‌ها و اتوماسیون فرآیند را در سراسر زنجیره تأمین شفافیت
تسهیل جریان اطلاعات	مدیریت فناوری اطلاعات	درک پایه‌ای و اصولی از فناوری اطلاعات و شبکه اتوماسیون
خرید به‌موقع، موجودی کوتاه‌تر و کارایی بهتر	مدیریت بهینه فرایند و تولید	مدیریت جریان محصولات، داده‌ها، پول و اطلاعات در کل زنجیره تأمین
استاندارد نمودن فرایندها،	پیامدها	ارائه محصول/خدمت باکیفیت
اطمینان از تحویل به‌موقع و کامل		کیفیت بالا در صنایع غذایی
حفظ جریان بهینه از طریق زنجیره تأمین		بهبود کیفیت محصولات
موجودی کافی برا واکنش به اختلالات		تمرکز بر کیفیت و سودآوری
ارائه یک محصول بدون عیب به مشتری		حفظ کارایی و جریان مؤثر منابع تولید
کیفیت بالا در صنایع غذایی		ایجاد اعتماد بین شرکای زنجیره تأمین
بهبود کیفیت محصولات		اعتماد مشتریان به محصول تولیدی
تمرکز بر کیفیت و سودآوری		جلب اعتماد مشتریان و مشارکت آن‌ها
حفظ کارایی و جریان مؤثر منابع تولید		کاهش هزینه‌های عملیاتی و سودآوری
ایجاد اعتماد بین شرکای زنجیره تأمین		کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی
اعتماد مشتریان به محصول تولیدی		کاهش هزینه‌ها
جلب اعتماد مشتریان و مشارکت آن‌ها		واکنش سریع به اختلالات
کاهش هزینه‌های عملیاتی و سودآوری		پاسخ سریع به نیازها
کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی		سرعت و چابکی در ارتقای کیفیت
کاهش هزینه‌ها		ایجاد تغییرات سریع
واکنش سریع به اختلالات		تصمیم‌گیری سریع و درست
پاسخ سریع به نیازها		ایجاد مزیت رقابتی از طریق بهبود خدمات یا بهبود کارایی
سرعت و چابکی در ارتقای کیفیت		تقویت قابلیت‌های رقابتی زنجیره تأمین
ایجاد تغییرات سریع		افزایش سفارشات
تصمیم‌گیری سریع و درست		ساده‌سازی عملیات روزانه،
ایجاد مزیت رقابتی از طریق بهبود خدمات یا بهبود کارایی		پردازش سریع سفارشات
تقویت قابلیت‌های رقابتی زنجیره تأمین		هماهنگی در تولید
افزایش سفارشات		پایداری در زنجیره تأمین
ساده‌سازی عملیات روزانه،	زنجیره تأمین لارج	مقوله محوری
پردازش سریع سفارشات		
هماهنگی در تولید		
پایداری در زنجیره تأمین		

درنهایت خروجی نرم‌افزار مکس کیو دی ای در خصوص عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج نمایش داده‌شده است.

شکل ۱

مدل پارادایمی زنجیره تأمین لارج



بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر باهدف طراحی مدل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین لارج با استفاده از روش داده بنیاد انجام گرفته است. پس از انجام فرایند کدگذاری باز با دسته بندی مفاهیم استخراج شده در مجموع ۱۶۷ کدباز استخراج شد. در ادامه به کدگذاری محوری و انتخابی پرداخته شده و ۲۶ کد محوری استخراج شد. کدگذاری های انتخابی به همراه کدگذاری های محوری مربوطه به این شرح ارائه می گردد:

عوامل علی شامل: فناوری، انعطاف پذیری، همانگی و سازگاری، نوآوری و مدیریت منابع انسانی. عوامل زمینه ای شامل: عوامل استراتژیک، پاسخگویی، توجه به محیط بیرونی و مدیریت ارتباط با مشتری. عوامل مداخله گر شامل: توجه به محیط زیست، مدیریت ریسک، تعامل با سایر ارکان زنجیره و ارتقای فرهنگ و تفکر سازمانی. راهبردها شامل: بهینه سازی، توانمندسازی مالی، آینده نگری، شفافیت، مدیریت فناوری اطلاعات و مدیریت بهینه فرایند و تولید. پیامدها شامل: ارائه محصول/خدمت با کیفیت، اعتماد آفرینی، مدیریت هزینه، چابکی، کسب مزیت رقابتی و بهبود زنجیره تولید. مقوله محوری را نیز زنجیره تأمین لارج در برمی گیرد. این نتایج با نتایج پژوهش های پیشین نیز همسو و همراستا می باشد (Ezadiyar et al., 2020; Farahani et al., 2014; Kersten et al., 2019; Mansouri, 2022; Mehri Babadi et al., 2022; Mondal, 2019; Salimi Zaviyeh & Shams, 2023; Zekhnini et al., 2020).

اگر کسب و کارها نیاز به گنجاندن شیوه های پایدار در زنجیره های تأمین را نادیده بگیرند، خود را در معرض خطر مسائل مختلف عملیاتی و اعتباری قرار می دهند. در بلندمدت، کسب و کارها باید راه حلی برای مشکل حیاتی طراحی زنجیره های تأمین بیابند به گونه ای که هم

نگرانی‌های رقابت‌پذیری و هم تأثیرات زیست‌محیطی را در نظر بگیرد. شرکت‌ها باید تأمین‌کنندگان خود را از طریق ارزیابی عملکرد با در نظر گرفتن خط‌نمایی چهارگانه، که متشکل از عوامل اقتصادی، فناوری، محیطی و اجتماعی است، انتخاب کنند تا موقعیت استراتژیک و رقابت بلندمدت خود را حفظ کنند. مدیریت زنجیره تأمین پایدار یکپارچه مفهومی گسترده‌تر است که در تلاش برای بهینه‌سازی سودآوری و درعین‌حال کاهش تأثیر بر محیط‌زیست و بهبود رفاه اجتماعی دینفعان درگیر است. درواقع، گنجانیدن سیاست‌ها و رویه‌های سازگار با محیط‌زیست در زنجیره تأمین سهامداران را قادر می‌سازد تا تأثیر خود را بر محیط‌زیست و جامعه بهینه نموده، ائتلاف منابع ارزشمند را کاهش داده و تعادل اکولوژیکی ظریف را حفظ کنند. پذیرش مفهوم سبز یا پایدار در زنجیره‌های تأمین مستلزم طیف گسترده‌ای از برنامه‌های عملیاتی مختلف است که توسط همه شرکای زنجیره ایجاد و دنبال می‌شود، که نیازمند استراتژی‌های یکپارچه در بین بازیگران مختلف در داخل و خارج از شرکت‌ها است.

باید در نظر گرفت که اجرای زنجیره تأمین لارج چندین چالش را ارائه می‌دهد؛ به‌عنوان مثال، اجرای روش‌های ناب، چابک، سبز و انعطاف‌پذیر در محیط زنجیره تأمین چالش‌برانگیز است زیرا اهداف اکولوژیکی، اقتصادی و عملیاتی اغلب در تضاد هستند. علاوه بر این، مدیریت و پرسنل سازمان ممکن است به دلیل ترس از تغییر مرتبط با ابهام، پیچیدگی، و تأکید مالی آشکار منطق زیربنایی کسب‌وکار، در برابر اجرای تغییر مقاومت کنند. توسعه یک رویکرد انتخاب تأمین‌کننده که تقاضا را در زمان کوتاهی برآورده می‌کند و تأمین‌کنندگان را برای نگهداری موجودی مازاد یاری می‌رساند می‌تواند بسیاری از چالش‌ها را برطرف سازد. از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به دسترسی مشکل به برخی از اعضای جامعه آماری اشاره نمود. پیشنهاد می‌شود این پژوهش در صنایع مختلف مورد بررسی قرار گرفته و نتایج باهم مقایسه گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافع وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Ahmadi, R., & Saffari, H. (2024). The Effect of Knowledge-Based Leadership on Company Performance According to the Mediating Role of Customer Knowledge Management and Innovation Quality. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 13-20. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022216.1009>
- Ariaparsa, M., & Ebramihi, H. (2023). Technology Transfer Process in the Context of Open Innovation Paradigm. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(2), 28-39. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022823.1017>
- Azevedo, S. G., Carvalho, H., & Cruz-Machado, V. (2016). LARG index: A benchmarking tool for improving the leanness, agility, resilience and greenness of the automotive supply chain. *Benchmarking: An International Journal*, 23(6), 1472-1499. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2014-0072>
- Çeke, H. (2022). *Lean, Agile, Resilient and Green Supply Chain Management (LARG SCM)* Marmara Universitesi (Turkey)]. <https://www.proquest.com/openview/faf807502821275396f0e4e37807c2f2/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Ezadiyar, M., Tolu'i Ashlaqi, A., & Seyed Hosseini, S. M. (2020). A Model for Performance Evaluation of Large-Scale Supply Chain Management Methods in the Automotive Supply Chain Using System Dynamics. *Industrial Management*, 12(1), 111-142. <https://www.sid.ir/paper/391000/en>
- Farahani, R. Z., Rezapour, S., Drezner, T., & Fallah, S. (2014). Competitive supply chain network design: An overview of classifications, models, solution techniques and applications. *Omega*, 45, 92-118. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2013.08.006>
- Foster, S. T., & Gardner, J. W. (2022). *Managing quality: Integrating the supply chain*. John Wiley & Sons. https://books.google.de/books/about/Managing_Quality.html?id=HnafEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Gholami Afshar, M., & Moradi Hazarvand, E. (2023). The Impact of Consumer Associations with the Organization on Brand Loyalty: Considering the Role of Consumer Perception (Case Study: Tehran Tejarat Bank). *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(3), 27-41. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022123.1006>
- Helmold, M., Küçük Yılmaz, A., Dathe, T., & Flouris, T. G. (2022). Global Supply Chains. In *Supply Chain Risk Management: Cases and Industry Insights* (pp. 79-89). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-90800-3_4
- Hugos, M. H. (2018). *Essentials of supply chain management*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119464495>
- Kara, K., & Edinsel, S. (2022). The mediating role of green product innovation (GPI) between green human resources management (GHRM) and green supply chain management (GSCM): evidence from automotive industry companies in Turkey. *Supply Chain Forum: An International Journal*,
- Kersten, W., Blecker, T., & Ringle, C. M. (2019). *Artificial intelligence and digital transformation in supply chain management: innovative approaches for supply chains*. epubli GmbH. https://books.google.de/books/about/Artificial_Intelligence_and_Digital_Tran.html?id=zYztzQEACAAJ&redir_esc=y
- Mansouri, H. (2022). Investigating the Impact of Supply Chain Management on Distribution Industry Performance. *New Research in Entrepreneurship Management and Business Development*, 9(3), 379-399. <https://en.civilica.com/doc/1761958/>
- Mehri Babadi, E., Iranzadeh, S., & Fathi Hafshjani, K. (2022). Providing a Model for Performance Evaluation of Large-Scale Supply Chain in the Oil and Gas Industry (Case Study: National Iranian South Oil Company). *Iranian Management Sciences Association Quarterly Journal*, 17(65), 83-121. https://journal.iams.ir/article_369.html
- Mondal, S. (2019). A new supply chain model and its synchronization behaviour. *Chaos, Solitons & Fractals*, 123, 140-148. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2019.03.027>
- Moshtaghi, P. (2023). The Effect of Customer Relationship Management Strategy on Customer Satisfaction According to the Mediating Role of Innovation Capability in the Banking Industry. *Dynamic Management and Business Analysis*, 1(1), 16-23. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022129.1008>
- Parsakia, K., Kazemi, S., & Saberi, S. (2023). Strategic Management of Technology in Psychology: Implications for Decision-Making. *Health Nexus*, 1(3). <https://doi.org/10.61838/kman.hn.1.3.12>
- Rajeev, A., Pati, R. K., Padhi, S. S., & Govindan, K. (2017). Evolution of sustainability in supply chain management: A literature review. *Journal of Cleaner Production*, 162, 299-314. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.026>
- Raut, R. D., Mangla, S. K., Narwane, V. S., Dora, M., & Liu, M. (2021). Big Data Analytics as a mediator in Lean, Agile, Resilient, and Green (LARG) practices effects on sustainable supply chains. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 145, 102170. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102170>
- Ruiz-Benítez, R., López, C., & Real, J. C. (2018). The lean and resilient management of the supply chain and its impact on performance. *International Journal of Production Economics*, 203, 190-202. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.06.009>
- Sahu, A. K., Raut, R. D., Gedam, V. V., Cheikhrouhou, N., & Sahu, A. K. (2023). Lean-agile-resilience-green practices adoption challenges in sustainable agri-food supply chains. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 3272-3291. <https://doi.org/10.1002/bse.3299>



- Salimi Zaviyeh, S. Q., & Shams, S. (2023). Exploring Digital Supply Chain Management (Future Development Trends). *Iranian Tire Industry*, 25(102), 49-62. https://www.iranrubbermag.ir/article_136713.html
- Shams, S., & Salimi Zaviyeh, S. Q. (2021). A Review of Large-Scale Supply Chain Management (Exploring Large-Scale Supply Chain Management Models). *Iranian Tire Industry*, 26(103), 79-87. <https://sid.ir/paper/1044058/en>
- Soleimani, A., Aghajani, M., & Landaran, S. (2024). Identifying Factors Influencing Customer Variety-Seeking Behavior in Online Retail Markets: A Qualitative Study. *Dynamic Management and Business Analysis*, 3(1), 245-257. <https://doi.org/10.61838/dmbaj.3.1.14>
- Sousa, J. C. D., Alves, M. B., Leocádio, L., & Rossato, J. (2020). Environmental Management of Large Supply Chain: A Diagnostic Instrument Proposed for Assessing Suppliers. *BBR. Brazilian Business Review*, 16, 537-554. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.6.1>
- Zekhnini, K., Cherrafi, A., Bouhaddou, I., Benghabrit, Y., & Garza-Reyes, J. A. (2020). Supply chain management 4.0: a literature review and research framework. *Benchmarking: An International Journal*, 28(2), 465-501. <https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2020-0156>