

# **APPENDIXES**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



**Sudan University of Science & Technology  
College of Graduate Studies**

**The Mediating Role of Value Co-creation on the Relationship between  
Supply Chain Orientation and Business Adaptiveness: the Effect of Locus of  
Interaction: A Study on Sudanese Manufacturing Companies**

**PLEASE NOTE: This questionnaire must only be completed BY Senior, Executive , Supply Chain or  
Procurement, Operation Managers**

All information will be treated as STRICTLY CONFIDENTIAL and will be used for an academic purpose. Please feel free to contact the researcher if you may need any information concerning the questionnaire.

**Name of Researcher: Abdelsalam A.Hamid**

**Mobile: + 249 912422384**

**E-mail: [alsalamq@yahoo.com](mailto:alsalamq@yahoo.com)**

1 respondent personal data

**Gender**

male	female

**age**

Less 30	30- 35	35-40	40-45	Above 45

## Qualifications

School	university	postgraduate	

## Position

CHEIVE/EXECUTIVE	GM	Operation manager	Supply chain manager	Marketing/distribution

## experience

Less than 5 year	5- less10	10- less15	15-less20	20 above

### Section 1: Company Profile.

This section consists of general questions, which are important for us to know about the backgrounds of our respondents in general. Please tick (v) clearly in the space that represents the most appropriate answer for your case, as what provided below.

#### 1- Company type:

Foods sector	<b>Chemical sector</b>	<b>Engineering sector</b>	<b>Contractures sector</b>	<b>Printing &amp; packing sector</b>	<b>Leather sector</b>	<b>other</b>

#### 2- Company age.

Less than 5 years	5 less than 10 years	10 less than 15	15 less than 20	<b>20 and above</b>

#### 3- Ownership of company:

Wholly owned	Joint venture	Distributorship	Franchising	3. Others

#### 4- Company size number of employees

1 - 10	11 - 50	51 - 100	101 - 200	More than 200

**5- Business Function**

Raw material extractor/manufacture	Component /parts producer	Final product manufacturer	Wholesaler, retailer, trading company	Others

**Section 2:** This section inquires about Supply Chain orientation Variables regarding cooperative norms, organizational compatibility, Credibility, Benevolence, and top management support top management support. Please circle the most appropriate number after the following sentences according to your opinion about the Practices (to the best of what you knew).

Strongly disagree	Disagree	Slightly disagree	Not certain	Slightly Agree	Agree	Strongly agree
1	2	3	4	5	6	7

	Statement	Strongly Disagree		Strongly Agree				
<b>Top Management Support</b>								
1	Top managers repeatedly tell employees that this business unit's survival depends on its adapting to supply chain management	1	2	3	4	5	6	7
2	Top managers repeatedly tell employees that building, maintaining, and enhancing long-term relationships with our supply chain members are critical to this business unit's success	1	2	3	4	5	6	7
3	Top managers repeatedly tell employees that sharing valuable strategic /tactical information with our supply chain members is critical to this business unit's success	1	2	3	4	5	6	7
4	Top managers repeatedly tell employees that sharing risk and rewards with our supply chain partners is critical to this business unit's success.	1	2	3	4	5	6	7
5	Top management offers various education opportunities about supply chain management to line employees						6	7
<b>Benevolence</b>								
1	When making important decisions, our supply chain members are concerned about our welfare.	1	2	3	4	5	6	7
2	When we share our problems with our supply chain members, we know they will respond with understanding.	1	2	3	4	5	6	7
3	In the future we can count on our supply chain members to consider how their decisions and actions will affect us.	1	2	3	4	5	6	7

4	When it comes to things that are important to us, we can depend on our supply chain members' support	1	2	3	4	5	6	7
<b>Organizational Compatibility</b>								
1	Our business unit's goals and objectives are consistent with those of our supply chain members.	1	2	3	4	5	6	7
2	Our CEO and the CEOs of our supply chain members have similar operating philosophies	1	2	3	4	5	6	7
3	Our executives have a management style similar to that of key supply chain members	1	2	3	4	5	6	7
<b>Creditability</b>								
1	Promises made to our supply chain members by our business unit are reliable.	1	2	3	4	5	6	7
2	Our business unit is knowledgeable regarding our products and/or services when we are doing business with our supply chain members	1	2	3	4	5	6	7
3	Our business unit does not make false claims to our supply chain members.	1	2	3	4	5	6	7
4	Our business unit is open in dealing with our supply chain members.	1	2	3	4	5	6	7

<b>Cooperative Norms</b>								
1	Our business unit is willing to make cooperative changes with our supply chain members.	1	2	3	4	5	6	7
2	We believe our supply chain members must work together to be successful.	1	2	3	4	5	6	7
3	We view our supply chain as a value added piece of our business	1	2	3	4	5	6	7
4	Belief in supply chain as a valuable part of the business	1	2	3	4	5	6	7

<b>Commitment</b>								
1	We work hard to preserve relationships with key supply chain members	1	2	3	4	5	6	7
2	The continuity of our relationships with key supply chain members is very important to us	1	2	3	4	5	6	7
3	We expect our relationships with key supply chain members to last for a long time	1	2	3	4	5	6	7
4	It is important to maintain strong relationships with key supply chain members	1	2	3	4	5	6	7

Strongly disagree	Disagree	Disagree to some what	Neutral	Agree to some what	Agree	Strongly agree
1	2	3	4	5	6	7

Marketing adaptiveness								
1	Adapting your marketing strategy adequately to changes in the business environment of your business unit	1	2	3	4	5	6	7
2	Adapting your marketing strategy adequately to changes in competitors' marketing strategies	1	2	3	4	5	6	7
3	Adapting your products quickly to the changing needs of customers	1	2	3	4	5	6	7
4	We react quickly to market threats	1	2	3	4	5	6	7

Item	Strategic adaptiveness							
1	Adapting to changes in the business environment of your company	1	2	3	4	5	6	7
2	Adapting to changes in the	1	2	3	4	5	6	7
3	Exploiting quickly the new opportunities	1	2	3	4	5	6	7
4	Firm strategies cannot be predicted based on past actions	1	2	3	4	5	6	7
5	Constantly work to create options for growth in multiple technological areas.	1	2	3	4	5	6	7
Item	operational adaptiveness Gligor2014							
1	Adapting your operation to Reduce manufacturing lead-times	1	2	3	4	5	6	7
2	Adapting your operation to Reduce product development cycle time	1	2	3	4	5	6	7
3	Adapting your operation to Increase frequency of new product introductions	1	2	3	4	5	6	7
4	Adapting your operation to Increase level of customization	1	2	3	4	5	6	7
5	Adapting your operation to Adjust worldwide delivery capacity/capability	1	2	3	4	5	6	7
6	Adapting your operation to Improve responsiveness to changing market needs.	1	2	3	4	5	6	7

Strongly disagree	Disagree	Slightly disagree	Not certain	Slightly Agree	Agree	Strongly agree
1	2	3	4	5	6	7

Item	Value Co-creation- Chuang 2016							
1	We interact with key customers to serve them better	1	2	3	4	5	6	7
2	We work together with key customer to produce offers that mobilize them	1	2	3	4	5	6	7
3	We interact with key customers to design offers that meet their needs						6	7
4	We provide products for and in conjunction with key customers	1	2	3	4	5	6	7
5	We co-opt key customer involvement in providing products for them	1	2	3	4	5	6	7
6	We help key customers to get more value	1	2	3	4	5	6	7

Item	Locus of interaction					
1	They have more useful information than us.	1	2	3	4	5
2	The partner convinced us that it made sense to follow their suggestions	1	2	3	4	5
3	The partner's business expertise enabled them to give us proper suggestions	1	2	3	4	5
4	We usually got good advice from this partner.	1	2	3	4	5
	This partner did what we anticipated because we had largely congruent business philosophies					
	Our relationship with this partner is governed by explicitly described and clearly written contract terms.					
	The contract with this partner includes everything in detail that we think important					
	We and this partner have included all details relating to cooperation into the contract					

**Notice:** If you want a Free Copy of Results, a Free Copy of Result will be send, kindly enclose your title and Tel. number in the bellow box

Your Name's	
Tel No, Or Email	

Your Address

Thank you for your participation in this survey

## Appendix II

### جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

### كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

السيد/.....

لقد تم اختيارك للمشاركة في مسح متعلق بدراسة دكتوراة في ادارة الاعمال والتي تهدف بشكل اساسي لدراسة (الدور الوسيط للقيمة المشتركة في العلاقة بين توجه سلسلة التوريد والملائمة: الأثر المعدل لموضع التفاعل في القطاع الصناعي السوداني).

#### **The mediating Role of Value Co-Creation on the relationship between Supply Chain Orientation and Business Adaptiveness: Moderating Effect of locus of Interaction**

أكون شاكراً كثيراً لو تفضلتم ببعض الوقت للإجابة على جميع الأسئلة في هذا الاستبيان، وان تعاونكم في هذه الدراسة أمراً حيوياً وطوعياً تماماً، كما ان مشاركتكم لن يكون لها اي تأثير على الانشطة الخاصة بعملكم ، و لن تكون هنالك إجابات صحيحة أو خاطئة لهذه الأسئلة حيث تستخدم جميع النتائج لغرض البحث فقط و ستكون سرية للغاية، لذا يرجى قراءة التعليمات بعناية والإجابة بدقة قدر الإمكان و لا تترددوا في الاتصال بي. اذا كانت لديكم أي أسئلة تتعلق بهذه الدراسة، و مشاركتكم تعتبر بالتأكيد مساهمة كبيرة في هذا البحث. ولكم جزيل الشكر على وقتكم و تعاونكم و تفضلوا بقبول فائق الشكر،،،

الباحث/ عبدالسلام ادم حامد

ت : -0123684633



### 1- البيانات شخصية:

هذا الجزء يتعلق بالبيانات الشخصية عن المستجيب ، تعطى خلفية عامة عن خبرة وخلفية المستجيب  
فنرجو وضع علامة (√) على الاجابة التي تختارها (او ملاً البيان المرجو فى المكان المخصص)

#### 1.النوع

ذكر	انثى

#### 2.العمر

اقل من 30	30من-واقل 35	35-واقل 40	من 40 – واقل من 45	من 45 واكثر

#### 3.المؤهل

مدرسي	جامعي	فوق الجامعي	

#### 4. وظيفة المستجيب

رئيس/مدير تنفيذي	مدير عام	مدير تشغيل	مدير الامداد	مدير تسويق/ مبيعات

#### 5.الخبرة

اقل من 5 سنوات	من 5 – واقل من 10	من 10 – واقل من 15	من 15 – واقل 20	من 20 سنة واكثر

#### 2.بيانات الشركة

هذا الجزء يتعلق ببيانات عن الشركة ، تعطى خلفية عامة عن الشركة فنرجو وضع علامة

(√) على الاجابة التي تختارها (او ملاً البيان المرجو فى المكان المخصص)

#### 1. نوع النشاط :

مواد غذائية	كيميائية/بتروكيميائية	هندسية	بناء وتشبيد	طباعة وتغليف	الجلود	اخرى اذكرها

#### 2. ملكية الشركة

شركة خاصة	شراكة	شركة مساهمة	اخرى

#### 1. عمر الشركة

اقل من 5 سنوات	5 سنوات و اقل من 10	10 سنوات و اقل من 15 سنة	15 سنة و اقل من 20 سنة	من 20 سنة فأكثر

2. عدد الموظفين:

بين 11 - 50	51 - 100	من 101 - 200	اكثر من 200

3. انواع المنتجات

انتاج مواد خام	تصنيع انتاج قطع الغيار	انتاج وتصنيع المنتجات النهائية	تجارة جملة ، تجارة تجزئة ، شركة تجارية	اخرى

4. الاسواق

اسواق محلية	اقليمية	عالمية	محلية+اقليمية+عالمية

5. نوع العميل الذى تقوم الشركة بخدمته

مشتري نهائى	مشتري صناعى	وسيط	غير ذلك

8. عدد المنافسين في السوق

1- و اقل من 5	5 - 10	10 - 15	15 و اكثر من ذلك

9. عدد الموردين

اقل من 5	5 - و اقل 10	10 - و اقل 15	15 - و اقل 20	من 20 و اكثر

10. عدد الوسطاء

اقل من 10	10 - 20	20 - 30	30 - 40	من 40 و اكثر

3. هذا الجزء يتعلق بمتغير توجه سلسلة التوريد (توجه هيكلي، واستراتيجي) ويتضمن (دعم الإدارة العليا، التوافق التنظيمي، الالتزام، الاعراف التعاونية، المساندة والاعتمادية) في شركتكم، لذلك نرجو وضع دائرة حول رقم الاجابة التي تختارها وفقاً لرأيك حول توجه شركتكم

تعريف توجه سلسلة التوريد: هو مقدرة الشركة ايجاد والمحافظة العلاقات مع الشركاء في سلسلة التوريد وتنمية الثقافة الداخلية الداعمة للعلاقات

لاوافق بشدة							لاوافق							وافق قليلاً							غير محدد							لاوافق قليلاً							لاوافق							لاوافق بشدة																																		
7							6							5							4							3							2							1																																		
العبارة																																																																												
دعم الادارة العليا																																																																												
دائماً تؤكد للموظفين بأن																																																																												
1							2							3							4							5							6							7							تؤمن الادارة العليا في شركتنا بأن بقاء الشركة مرتبط بتبني توجه ادارة سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							تركز الإدارة العليا في شركتنا على بناء والمحافظة على علاقة طويلة الاجل مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							تؤكد الادارة العليا في شركتنا على مشاركة المعلومات الاستراتيجية والتكتيكية مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							تدعم الادارة العليا في شركتنا بمشاركة المخاطر والمكاسب مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							توفر الادارة العليا فرص متعددة للتدريب للموظفين في سلسلة التوريد																											
العبارة																																																																												
التوافق التنظيمي																																																																												
1							2							3							4							5							6							7							اهداف شركتنا متسقة مع اهداف شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							شركتنا لديها فلسفة تشغيلية مشابهة لشركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							شركتنا لديها نمط ادراي مقارب لشركائنا الرئيسيين سلسلة التوريد																											
1							2							3							4							5							6							7							شركتنا تعمل مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد لتسهيل الاعمال المشتركة																											
العبارة																																																																												
الالتزام																																																																												

7	6	5	4	3	2	1	شركتنا تعمل بجد للحفاظ على العلاقات مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد	1
7	6	5	4	3	2	1	استمرار علاقاتنا مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد مهمة جدا بالنسبة لنا	2
7	6	5	4	3	2	1	نتوقع ان تستمر علاقاتنا مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد لفترة طويلة	3
7	6	5	4	3	2	1	علاقتنا مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد هي شئ نحن ملتزمون به جداً	4

3- هذا الجزء يتعلق بمتغير بالتوجه الهيكلي لسلسلة التوريد ويتضمن (المساندة، المصادقية، الاعراف التعاونية ) فى شركتكم،

لذلك نرجو وضع دائرة حول رقم الاجابة التى تختارها وفقاً لرأيك حول شركتكم

لاوافق بشدة	لاوافق	١ اوافق قليلاً	غير محدد	وافق قليلاً	وافق	اوافق بشدة	العبارة	
		5	4	3	2	1		
							الاعراف التعاونية	
7	6	5	4	3	2	1	شركتنا على استعداد لإجراء التغييرات اللازمة للتعاون مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد	1
7	6	5	4	3	2	1	شركتنا تؤمن بأننا وشركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد يجب ان نعمل معاً لنكون ناجحين.	2
7	6	5	4	3	2	1	شركتنا تنظر الى سلسلة التوريد كقيمة مضافة لأعمالنا	3
7	6	5	4	3	2	1	شركتنا تؤمن بأن سلسلة التوريد جزءاً قيماً من الأعمال	4
7	6	5	4	3	2	1		

3- هذا الجزء يتعلق بمتغير التوجه الهيكلي لسلسلة التوريد ويتضمن (المساندة، المصادقية) فى شركتكم، لذلك نرجو وضع

دائرة حول رقم الاجابة التى تختارها وفقاً لرأيك حول شركتكم

لاوافق بشدة	لاوافق	وافق قليلاً	غير محدد	١ اوافق قليلاً	وافق	اوافق بشدة	العبارة	
		5	4	3	2	1		
7	6	5	4	3	2	1		

لاوافق بشدة	لاوافق	وافق قليلاً	غير محدد	١ اوافق قليلاً	وافق	اوافق بشدة	العبارة	
		5	4	3	2	1		
							المساندة	
7	6	5	4	3	2	1	عندما نتخذ قرارات مهمة فإن شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد	1

								يشعرون بالقلق على مصالحنا	
7	6	5	4	3	2	1		عندما نتشارك مشاكلنا مع شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد ، نعلم بأنهم يستجيبون لنا بتفهم	2
7	6	5	4	3	2	1		يمكننا الاعتماد على شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد في المستقبل	3
7	6	5	4	3	2	1		شركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد عندما يتخذون القرارات يضعون في الاعتبار دائماً كيف تؤثر قراراتهم علينا	4
لاوافق بشدة							اوافق بشدة		العبرة
<b>المصادقية</b>									
7	6	5	4	3	2	1		شركتنا تقدم وعود موثوق بها لشركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد	1
7	6	5	4	3	2	1		شركتنا لديها المعرفة والخبرة الكافية المتعلقة بمنتجاتها التي تقدمها لشركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد	2
7	6	5	4	3	2	1		شركتنا لا تقدم وعود كاذبة لشركائنا الرئيسيين في سلسلة التوريد.	3
7	6	5	4	3	2	1		شركتنا منفتحة في التعامل مع شركائنا سلسلة التوريد الرئيسيين	4

4- 1 هذا الجزء يتعلق بالملائمة (الملائمة الاستراتيجية) ويتضمن (6 عبارة) في شركتكم، لذلك نرجو وضع دائرة حول

رقم الاجابة التي تختارها وفقاً لرأيك حول شركتكم

الملائمة الاستراتيجية: هي مقدرة الشركة على الإستجابة او التوافق مع التغييرات

لاوافق بشدة	لاوافق	لاوافق قليلاً	غير محدد	وافق قليلاً	وافق	وافق بشدة			
7	6	5	4	3	2	1			
لاوافق بشدة							اوافق بشدة		العبرة
<b>الملائمة الاستراتيجية</b>									
7	6	5	4	3	2	1		تقوم شركتنا بتكييف اعمالها مع التغييرات في بيئة الاعمال	1
7	6	5	4	3	2	1		تقوم شركتنا بإستغلال الفرصة الجديدة بسرعة	2
7	6	5	4	3	2	1		استراتيجيتنا مرنة غير ثابتة	3

4	استراتيجيتنا لاتبنى على نتائج الاعمال السابقة فقط	1	2	3	4	5	6	7
5	عمل بإستمرار على ايجاد خيارات للنمو	1	2	3	4	5	6	7

2-4 هذا الجزء يتعلق بالملائمة (الملائمة التشغيلية) ويتضمن (5 عبارة) فى شركتكم، فيما يتعلق بالعناصر التالية يرجى تقدير

مستوى ملائمة شركتكم

لاوافق بشدة	لاوافق	لاوافق قليلاً	غير محدد	وافق قليلاً	وافق	وافق بشدة		
1	2	3	4	5	6	7		
العبرة								
الملائمة التشغيلية								
1	نقوم بملائمة عملياتنا التشغيلية لتخفيض زمن التصنيع	1	2	3	4	5	6	7
2	نقوم بملائمة عملياتنا التشغيلية لتخفيض مدة دورة تطوير المنتج	1	2	3	4	5	6	7
3	نقوم بملائمة عملياتنا التشغيلية لزيادة سرعة ادخال منتجات جديدة	1	2	3	4	5	6	7
4	نقوم بملائمة عملياتنا التشغيلية لزيادة مستوى التخصيص (ملائمة المنتجات والخدمات لحاجات العملاء)	1	2	3	4	5	6	7
5	نقوم بملائمة عملياتنا التشغيلية استجابة لاحتياجات السوق المتغيرة	1	2	3	4	5	6	7

3-4 هذا الجزء يتعلق بالملائمة (الملائمة التسويقية) ويتضمن (6 عبارة) فى شركتكم، فيما يتعلق بالملائمة التسويقية يرجى

الاجابة على هذا بناءً على شركتكم

لاوافق بشدة	لاوافق	وافق قليلاً	غير محدد	لاوافق قليلاً	لاوافق	وافق بشدة		
1	2	3	4	5	6	7		
العبرة								
الملائمة التسويقية								
1	نقوم بتكليف استراتيجيتنا التسويقية على نحو كاف لتتوافق مع التغييرات البيئية الخاصة ببيئة وحدة الاعمال	1	2	3	4	5	6	7
2	نقوم بتكليف استراتيجيتنا التسويقية على نحو كاف لتتلائم مع استراتيجيات المنافسين	1	2	3	4	5	6	7
3	نقوم بتكليف منتجاتنا بسرعة لتتلاقى التغيير في حاجات العملاء	1	2	3	4	5	6	7
4	نستجيب بسرعة للتعامل مع تهديدات السوق	1	2	3	4	5	6	7

5- هذا الجزء يتعلق بخلق القيمة المشتركة ويتضمن ( 6 عبارة ) فى شركتكم، فيما يتعلق بالعناصر التالية يرجى

تقدير مستوى التشارك بين شركتكم والعملاء الرئيسيين

لاوافق بشدة	لاوافق	١ اوافق قليلاً	غير محدد	وافق قليلاً	وافق	وافق بشدة
1	2	3	4	5	6	7
العبارة						
خلق القيمة المشتركة						
1	نقوم بمشاركة عملائنا الرئيسيين في عملية تطوير المنتجات الجديدة لشركتنا					
2	نعمل جنباً إلى جنب مع العملاء الرئيسيين لإنتاج المنتجات و العروض التي تتاسبهم					
3	نعمل على استمالة ومشاركة العملاء الرئيسيين في تقديم المنتجات لهم					
4	نحن نساعد العملاء الرئيسيين في الحصول على المزيد من المنافع المرتبطة بالمنتجات					

6. هذا الجزء يتعلق بموضع التفاعل ويتضمن (5 عبارة) فى شركتكم، فيما يتعلق بالعناصر التالية يرجى الإجابة على

هذا بناءً على شركتكم

موضع التفاعل: هو العوامل التى تؤثر (تحكم) مستوى التفاعل مع الشركاء

لاوافق بشدة	لاوافق	١ اوافق قليلاً	غير محدد	وافق قليلاً	وافق	وافق بشدة
1	2	3	4	5	6	7
العبارة						
موضع التفاعل						
1	يقدم شركائنا الرئيسيين كثير من المعلومات المفيدة لنا.					
2	المقترحات التى يقدمها شركائنا الرئيسيين منطقية ومقنعة					

							بالنسبة لنا	
7	6	5	4	3	2	1	شركائنا الرئيسيين لديهم خبرات في مجال الأعمال تمكنهم من تقديم اقتراحات لنا	3
7	6	5	4	3	2	1	شركائنا الرئيسيين يتصرفون مثلما نتوقع بسبب فلسفة عملنا المنسجمة	4

ملاحظة: اذا اردت نسخه مجانية من نتائج هذه الدراسة الرجاء كتابة البريد الالكتروني والعنوان في المربع

	الايمل
--	--------



**APEDIXES II**  
**Factor Analysis**

**Notes**  
**Correlation Matrix<sup>a</sup>**

		Top5	Compatibi lity1	Compatibi lity2	Compatibi lity3					
Correlation n	Top1	.302	.380	.348	.377					
	Top2	.460	.318	.324	.419					
	Top3	.466	.280	.294	.335					
	Top4	.411	.398	.270	.232					
	Top5	1.000	.349	.311	.476					
	Compatibi lity1	.349	1.000	.699	.512					
	Compatibi lity2	.311	.699	1.000	.558					
	Compatibi lity3	.476	.512	.558	1.000					
	commitme nt1	.341	.382	.315	.437					
	commitme nt2	.239	.382	.314	.316					
	commitme nt3	.355	.430	.409	.478					
	commitme nt4	.402	.391	.377	.456					
	Sig. (1- tailed)	Top1	.000	.000	.000	.000				
		Top2	.000	.000	.000	.000				
Top3		.000	.000	.000	.000					
Top4		.000	.000	.000	.001					
Top5			.000	.000	.000					
Compatibi lity1		.000		.000	.000					
Compatibi lity2		.000	.000		.000					
Compatibi lity3		.000	.000	.000						
commitme nt1		.000	.000	.000	.000					
commitme nt2		.000	.000	.000	.000					
commitme nt3		.000	.000	.000	.000					

commitment4	.000	.000	.000	.000				
-------------	------	------	------	------	--	--	--	--

### Correlation Matrix<sup>a</sup>

		commitment1	commitment2	commitment3	commitment4	
Correlation	Top1	.367	.334	.289	.321	
	Top2	.578	.487	.382	.483	
	Top3	.384	.380	.375	.481	
	Top4	.371	.344	.280	.353	
	Top5	.341	.239	.355	.402	
	Compatibility1	.382	.382	.430	.391	
	Compatibility2	.315	.314	.409	.377	
	Compatibility3	.437	.316	.478	.456	
	commitment1	1.000	.816	.723	.754	
	commitment2	.816	1.000	.711	.690	
	commitment3	.723	.711	1.000	.820	
	commitment4	.754	.690	.820	1.000	
	Sig. (1-tailed)	Top1	.000	.000	.000	.000
		Top2	.000	.000	.000	.000
Top3		.000	.000	.000	.000	
Top4		.000	.000	.000	.000	
Top5		.000	.000	.000	.000	
Compatibility1		.000	.000	.000	.000	
Compatibility2		.000	.000	.000	.000	
Compatibility3		.000	.000	.000	.000	
commitment1			.000	.000	.000	
commitment2		.000		.000	.000	
commitment3		.000	.000		.000	
commitment4		.000	.000	.000		

a. Determinant = .001

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.857	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1385.155
	df	66
	Sig.	.000

### Communalities

	Initial	Extraction
Top1	1.000	.628
Top2	1.000	.722

Top3	1.000	.686
Top4	1.000	.582
Top5	1.000	.450
Compatibility1	1.000	.744
Compatibility2	1.000	.791
Compatibility3	1.000	.637
commitment1	1.000	.845
commitment2	1.000	.805
commitment3	1.000	.828
commitment4	1.000	.814

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance		
1	5.810	48.419	48.419	5.810	48.419		
2	1.448	12.067	60.486	1.448	12.067		
3	1.274	10.616	71.102	1.274	10.616		
4	.784	6.534	77.636				
5	.672	5.598	83.234				
6	.488	4.070	87.304				
7	.367	3.061	90.365				
8	.332	2.769	93.134				
9	.285	2.371	95.505				
10	.231	1.925	97.429				
11	.171	1.426	98.855				
12	.137	1.145	100.000				

### Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings <sup>a</sup>
	Cumulative %	Total	
1	48.419	4.690	4.690
2	60.486	4.397	4.397
3	71.102	3.738	3.738
4			
5			
6			
7			

8		
9		
10		
11		
12		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
Top1	.633	.435	
Top2	.743		
Top3	.673		
Top4	.603		
Top5	.598		
Compatibility1	.649		.547
Compatibility2	.611		.625
Compatibility3	.664		.430
commitment1	.801	-.419-	
commitment2	.746	-.468-	
commitment3	.773	-.476-	
commitment4	.806		

Extraction Method: Principal Component Analysis.<sup>a</sup>

a. 3 components extracted.

**Structure Matrix**

	Component		
	1	2	3
Top1		.786	.414
Top2	.551	.838	
Top3	.450	.825	
Top4		.762	
Top5		.625	.504
Compatibility1	.423	.421	.862
Compatibility2			.887
Compatibility3	.473	.452	.789
commitment1	.916	.526	.409
commitment2	.894	.460	
commitment3	.896	.402	.524
commitment4	.900	.510	.475

### Component Correlation Matrix

Component	1	2	3
1	1.000	.524	.476
2	.524	1.000	.468
3	.476	.468	1.000

### Correlation Matrix<sup>a</sup>

		strategi c1	strategi c3	strategi c4	strategi c5	oper1					
Correlati on	strategi c1	1.000	.591	.506	.606	.334					
	strategi c3	.591	1.000	.567	.621	.399					
	strategi c4	.506	.567	1.000	.657	.432					
	strategi c5	.606	.621	.657	1.000	.440					
	oper1	.334	.399	.432	.440	1.000					
	oper2	.396	.420	.349	.415	.587					
	marketi ng1	.508	.562	.537	.593	.489					
	marketi ng2	.382	.491	.361	.524	.431					
	marketi ng3	.459	.518	.440	.618	.421					
	marketi ng4	.475	.564	.412	.564	.479					
Sig. (1- tailed)	strategi c1		.000	.000	.000	.000					
	strategi c3	.000		.000	.000	.000					
	strategi c4	.000	.000		.000	.000					
	strategi c5	.000	.000	.000		.000					
	oper1	.000	.000	.000	.000						
	oper2	.000	.000	.000	.000	.000					
	marketi ng1	.000	.000	.000	.000	.000					
	marketi ng2	.000	.000	.000	.000	.000					

marketi ng3	.000	.000	.000	.000	.000					
marketi ng4	.000	.000	.000	.000	.000					

### Correlation Matrix<sup>a</sup>

		oper2	marketing1	marketing2	marketing3	marketing4
Correlation	strategic1	.396	.508	.382	.459	.475
	strategic3	.420	.562	.491	.518	.564
	strategic4	.349	.537	.361	.440	.412
	strategic5	.415	.593	.524	.618	.564
	oper1	.587	.489	.431	.421	.479
	oper2	1.000	.557	.413	.434	.432
	marketing1	.557	1.000	.649	.672	.608
	marketing2	.413	.649	1.000	.652	.603
	marketing3	.434	.672	.652	1.000	.774
	marketing4	.432	.608	.603	.774	1.000
Sig. (1-tailed)	strategic1	.000	.000	.000	.000	.000
	strategic3	.000	.000	.000	.000	.000
	strategic4	.000	.000	.000	.000	.000
	strategic5	.000	.000	.000	.000	.000
	oper1	.000	.000	.000	.000	.000
	oper2		.000	.000	.000	.000
	marketing1	.000		.000	.000	.000
	marketing2	.000	.000		.000	.000
	marketing3	.000	.000	.000		.000
	marketing4	.000	.000	.000	.000	

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.900
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1076.099
	df	45
	Sig.	.000

### Communalities

	Initial	Extraction
strategic1	1.000	.668
strategic3	1.000	.678
strategic4	1.000	.728
strategic5	1.000	.750
oper1	1.000	.782
oper2	1.000	.789

marketing1	1.000	.709
marketing2	1.000	.732
marketing3	1.000	.827
marketing4	1.000	.764

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance		
1	5.623	56.234	56.234	5.623	56.234		
2	.948	9.484	65.718	.948	9.484		
3	.855	8.550	74.268	.855	8.550		
4	.547	5.468	79.735				
5	.464	4.640	84.375				
6	.412	4.117	88.492				
7	.383	3.829	92.321				
8	.322	3.221	95.542				
9	.252	2.517	98.059				
10	.194	1.941	100.000				

**Total Variance Explained**

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings <sup>a</sup>
	Cumulative %	Total	
1		56.234	4.772
2		65.718	4.605
3		74.268	3.485
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

Component

	1	2	3
strategic1	.700	-.418	
strategic3	.768		
strategic4	.700	-.440	
strategic5	.812		
oper1	.656		.492
oper2	.656		.489
marketing1	.831		
marketing2	.741		
marketing3	.811		
marketing4	.798		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 13 (28.0%) nonredundant residuals with absolute values greater than 0.05.

### Pattern Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
strategic1		.859	
strategic3		.718	
strategic4		.928	
strategic5		.735	
oper1			.883
oper2			.891
marketing1	.545		
marketing2	.914		
marketing3	.937		
marketing4	.859		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 5 iterations.

### Structure Matrix

	Component		
	1	2	3
strategic1	.512	.815	
strategic3	.626	.815	.455
strategic4	.453	.840	.470
strategic5	.672	.852	.473
oper1	.503	.477	.884



oper2	.507	.469	.888
marketing1	.800	.672	.637
marketing2	.850	.492	.486
marketing3	.907	.597	.467
marketing4	.874	.589	.497

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

### Component Correlation Matrix

Component	1	2	3
1	1.000	.657	.569
2	.657	1.000	.536
3	.569	.536	1.000

## Factor Analysis

### Correlation Matrix<sup>a</sup>

		Norm s1	Norm s2	Norm s3	Benev olence 1						
Correlati on	Norms1	1.000	.694	.470	.267						
	Norms2	.694	1.000	.641	.205						
	Norms3	.470	.641	1.000	.145						
	Benevol ence1	.267	.205	.145	1.000						
	Benevol ence2	.474	.515	.502	.393						
	Benevol ence3	.463	.483	.480	.302						
	Benevol ence4	.228	.361	.419	.138						
	Creditab ility1	.301	.428	.426	.283						
	Creditab ility2	.383	.549	.490	.154						
	Creditab ility3	.370	.523	.442	.181						
Creditab ility4	.412	.497	.445	.303							
Sig. (1- tailed)	Norms1		.000	.000	.000						
	Norms2	.000		.000	.002						
	Norms3	.000	.000		.024						

Benevolence1	.000	.002	.024								
Benevolence2	.000	.000	.000	.000							
Benevolence3	.000	.000	.000	.000							
Benevolence4	.001	.000	.000	.029							
Creditability1	.000	.000	.000	.000							
Creditability2	.000	.000	.000	.017							
Creditability3	.000	.000	.000	.006							
Creditability4	.000	.000	.000	.000							

**Correlation Matrix<sup>a</sup>**

		Benevolenc e2	Benevolenc e3	Benevolenc e4	Creditabilit y1			
Correlation	Norms1	.474	.463	.228	.301			
	Norms2	.515	.483	.361	.428			
	Norms3	.502	.480	.419	.426			
	Benevolenc e1	.393	.302	.138	.283			
	Benevolenc e2	1.000	.525	.575	.456			
	Benevolenc e3	.525	1.000	.512	.401			
	Benevolenc e4	.575	.512	1.000	.540			
	Creditability 1	.456	.401	.540	1.000			
	Creditability 2	.393	.459	.478	.712			
	Creditability 3	.405	.360	.326	.568			
	Creditability 4	.480	.379	.345	.522			
	Sig. (1- tailed)	Norms1	.000	.000	.001	.000		
Norms2		.000	.000	.000	.000			
Norms3		.000	.000	.000	.000			

Benevolence1	.000	.000	.029	.000			
Benevolence2		.000	.000	.000			
Benevolence3	.000		.000	.000			
Benevolence4	.000	.000		.000			
Creditability1	.000	.000	.000				
Creditability2	.000	.000	.000	.000			
Creditability3	.000	.000	.000	.000			
Creditability4	.000	.000	.000	.000			

**Correlation Matrix<sup>a</sup>**

		Creditability2	Creditability3	Creditability4
Correlation	Norms1	.383	.370	.412
	Norms2	.549	.523	.497
	Norms3	.490	.442	.445
	Benevolence1	.154	.181	.303
	Benevolence2	.393	.405	.480
	Benevolence3	.459	.360	.379
	Benevolence4	.478	.326	.345
	Creditability1	.712	.568	.522
	Creditability2	1.000	.609	.579
	Creditability3	.609	1.000	.618
	Creditability4	.579	.618	1.000
	Sig. (1-tailed)	Norms1	.000	.000
Norms2		.000	.000	.000
Norms3		.000	.000	.000
Benevolence1		.017	.006	.000
Benevolence2		.000	.000	.000
Benevolence3		.000	.000	.000
Benevolence4		.000	.000	.000
Creditability1		.000	.000	.000
Creditability2			.000	.000
Creditability3		.000		.000
Creditability4		.000	.000	

a. Determinant = .004

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.872
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1028.315
	df	55
	Sig.	.000

### Communalities

	Initial	Extraction
Norms1	1.000	.790
Norms2	1.000	.819
Norms3	1.000	.605
Benevolence1	1.000	.665
Benevolence2	1.000	.693
Benevolence3	1.000	.567
Benevolence4	1.000	.599
Creditability1	1.000	.766
Creditability2	1.000	.771
Creditability3	1.000	.650
Creditability4	1.000	.565

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance		
1	5.393	49.026	49.026	5.393	49.026		
2	1.097	9.973	58.999	1.097	9.973		
3	1.000	9.092	68.092	1.000	9.092		
4	.919	8.358	76.450				
5	.530	4.815	81.264				
6	.472	4.292	85.556				
7	.460	4.184	89.740				
8	.368	3.350	93.090				
9	.284	2.578	95.668				

10	.260	2.361	98.029			
11	.217	1.971	100.000			

### Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings <sup>a</sup>
		Cumulative %	Total
1		49.026	4.643
2		58.999	4.072
3		68.092	2.821
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
Norms1	.661	.446	
Norms2	.783		-.412-
Norms3	.726		
Benevolence1		.492	.520
Benevolence2	.742		
Benevolence3	.697		
Benevolence4	.645		
Creditability1	.743		
Creditability2	.777	-.408-	
Creditability3	.719		
Creditability4	.735		

Extraction Method: Principal Component Analysis.<sup>a</sup>

a. 3 components extracted.

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 29 (52.0%) nonredundant residuals with absolute values greater than 0.05.

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
Norms1		.958	
Norms2		.856	
Norms3		.617	
Benevolence1			.886
Benevolence2			.578
Benevolence3			.451
Benevolence4	.663		
Creditability1	.932		
Creditability2	.885		
Creditability3	.737		
Creditability4	.586		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

**Structure Matrix**

	Component		
	1	2	3
Norms1		.868	.405
Norms2	.591	.900	
Norms3	.599	.752	
Benevolence1			.799
Benevolence2	.590	.587	.762
Benevolence3	.552	.588	.653
Benevolence4	.694		.572
Creditability1	.859		.433
Creditability2	.866	.543	
Creditability3	.771	.566	
Creditability4	.728	.578	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

### Component Correlation Matrix

Component	1	2	3
1	1.000	.586	.450
2	.586	1.000	.410
3	.450	.410	1.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

### Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Operational adaptiveness <--- Organizational Compatibility	.131	.062	2.107	.035	par_4
Strategic adaptiveness <--- Organizational Compatibility	-.021	.052	-.399	.690	par_5
Marketing Adaptiveness <--- Organizational Compatibility	.024	.060	.404	.686	par_6
Operational adaptiveness <--- Top Management	.324	.073	4.452	***	par_7
Strategic adaptiveness <--- Top Management	.220	.060	3.630	***	par_8
Marketing Adaptiveness <--- Top Management	.378	.070	5.420	***	par_9
Operational adaptiveness <--- Commitment	.275	.067	4.123	***	par_10
Strategic adaptiveness <--- Commitment	.468	.056	8.428	***	par_11
Marketing Adaptiveness <--- Commitment	.449	.064	7.008	***	par_12

### Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Operational adaptiveness <--- Organizational_Compatibility	.151
Strategic adaptiveness <--- Organizational_Compatibility	-.026
Marketing_Adaptiveness <--- Organizational_Compatibility	.026
Operational_adaptiveness <--- Top_Management	.336
Strategic_adaptiveness <--- Top_Management	.251
Marketing_Adaptiveness <--- Top_Management	.361
Operational_adaptiveness <--- Commitment	.314
Strategic_adaptiveness <--- Commitment	.587
Marketing_Adaptiveness <--- Commitment	.471

### Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence <--- Organizational_Compatibility	.094	.031	3.036	.002	par_4
Cooperative_Norms <--- Organizational_Compatibility	.161	.056	2.864	.004	par_5
Credibility <--- Organizational_Compatibility	.132	.054	2.440	.015	par_6
Benevolence <--- Top_Management	.169	.036	4.666	***	par_7
Cooperative_Norms <--- Top_Management	.206	.066	3.129	.002	par_8

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<---	Top_Management	.209	.063	3.301	***	par_9
Benevolence	<---	Commitment	.167	.033	5.020	***	par_10
Cooperative_Norms	<---	Commitment	.511	.061	8.440	***	par_11
Creditability	<---	Commitment	.435	.058	7.480	***	par_12

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Benevolence	<---	Organizational_Compatibility	.198
Cooperative_Norms	<---	Organizational_Compatibility	.171
Creditability	<---	Organizational_Compatibility	.154
Benevolence	<---	Top_Management	.321
Cooperative_Norms	<---	Top_Management	.196
Creditability	<---	Top_Management	.219
Benevolence	<---	Commitment	.348
Cooperative_Norms	<---	Commitment	.534
Creditability	<---	Commitment	.501

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Operational_adaptiveness	<---	Benevolence	.169	.242	.699	.484	par_1
Strategic_adaptiveness	<---	Benevolence	.066	.192	.344	.731	par_2
Marketing_Adaptiveness	<---	Benevolence	.253	.235	1.076	.282	par_3
Operational_adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.072	.114	.633	.527	par_4
Strategic_adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.108	.090	1.199	.231	par_5
Marketing_Adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.157	.110	1.420	.156	par_6
Operational_adaptiveness	<---	Creditability	.534	.106	5.056	***	par_7
Strategic_adaptiveness	<---	Creditability	.570	.084	6.802	***	par_8
Marketing_Adaptiveness	<---	Creditability	.552	.103	5.365	***	par_9

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Operational_adaptiveness	<---	Benevolence	.092
Strategic_adaptiveness	<---	Benevolence	.040
Marketing_Adaptiveness	<---	Benevolence	.127
Operational_adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.078
Strategic_adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.130



	Estimate
Marketing_Adaptiveness <--- Cooperative_Norms	.157
Operational_adaptiveness <--- Creditability	.529
Strategic_adaptiveness <--- Creditability	.621
Marketing_Adaptiveness <--- Creditability	.502

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Benevolence	.143	.287	.498	.618	par_1
Value_Co_Creation <--- Cooperative_Norms	.064	.135	.473	.636	par_2
Value_Co_Creation <--- Creditability	.564	.126	4.490	***	par_3

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Value_Co_Creation <--- Benevolence	.070
Value_Co_Creation <--- Cooperative_Norms	.063
Value_Co_Creation <--- Creditability	.502

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Strategic_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.596	.041	14.587	***	par_1
Operational_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.600	.049	12.217	***	par_5
Marketing_Adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.714	.049	14.573	***	par_6

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Strategic_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.730
Operational_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.667
Marketing_Adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.730

**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Organizational_Compatibility	.090	.077	1.170	.242	par_4
Value_Co_Creation <--- Top_Management	.137	.090	1.522	.128	par_5
Value_Co_Creation <--- Commitment	.446	.083	5.394	***	par_6

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
Value_Co_Creation <--- Organizational_Compatibility	.093
Value_Co_Creation <--- Top_Management	.128
Value_Co_Creation <--- Commitment	.457

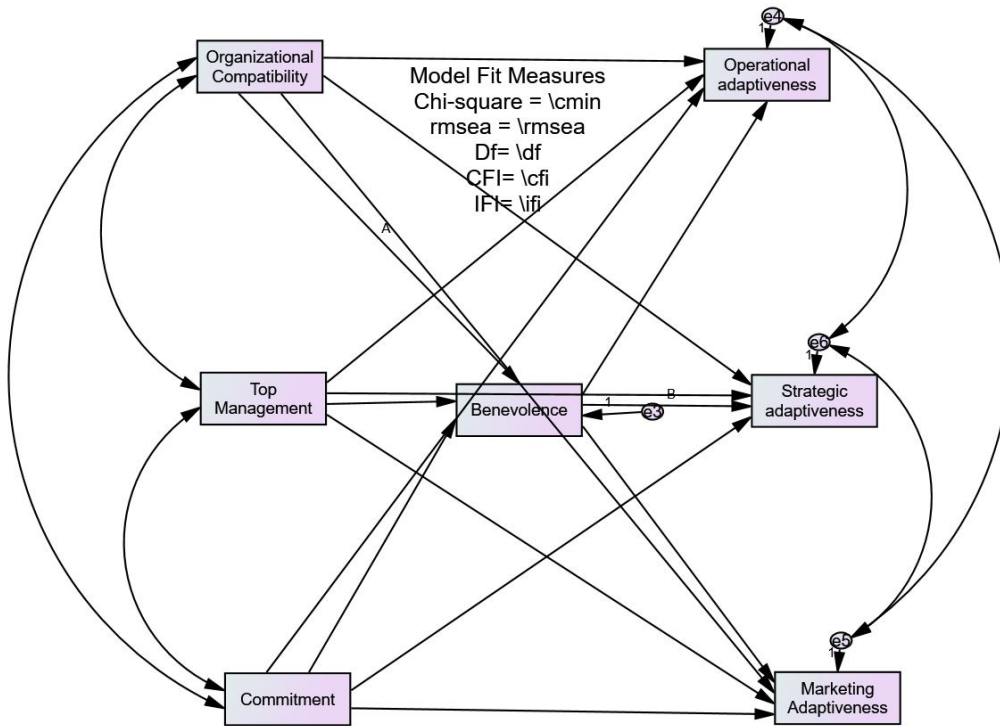
Mediator

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<---	Organizational_Compatibility	.094	.031	3.036	.002	A
Operational_adaptiveness	<---	Benevolence	.291	.146	1.993	.046	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.027	-.007	.069	.077

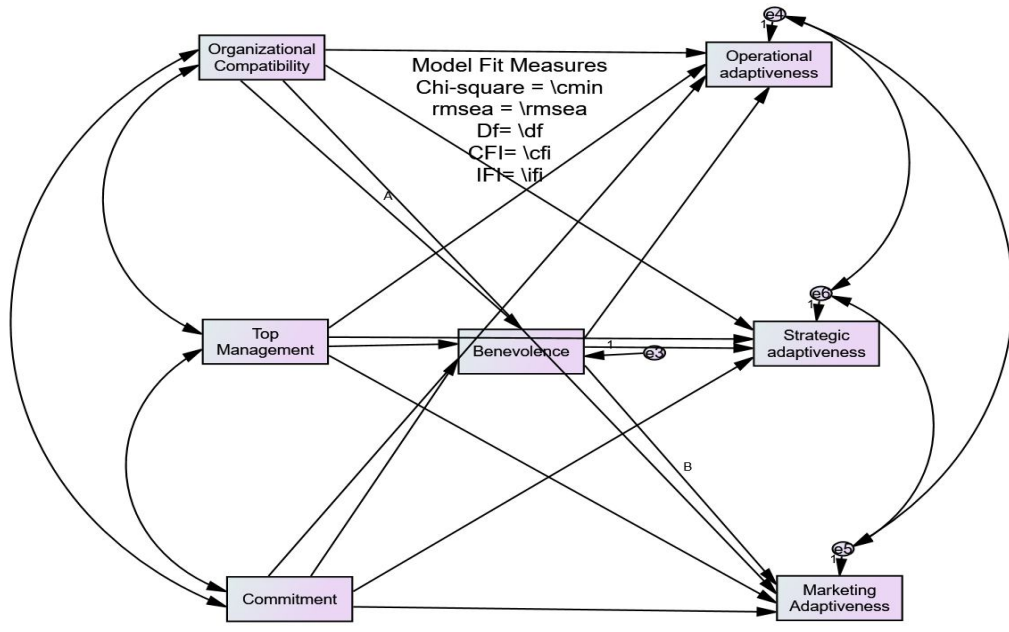


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<---	Organizational_Compatibility	.094	.031	3.036	.002	A
Strategic_adaptiveness	<---	Benevolence	.461	.118	3.912	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.043	.006	.090	.008



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Organizational_Compatibility	.094	.031	3.036	.002	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Benevolence	.481	.137	3.512	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

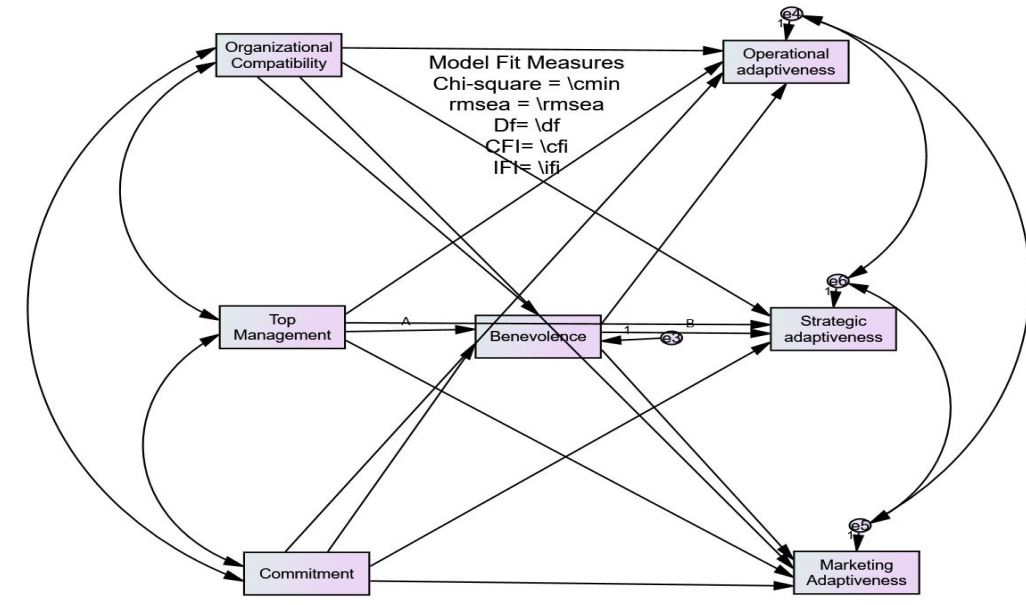
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.045	.008	.097	.005

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Top_Management	.169	.036	4.666	***	A
Operational_adaptiveness	<--- Benevolence	.291	.146	1.993	.046	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.049	-.015	.128	.091

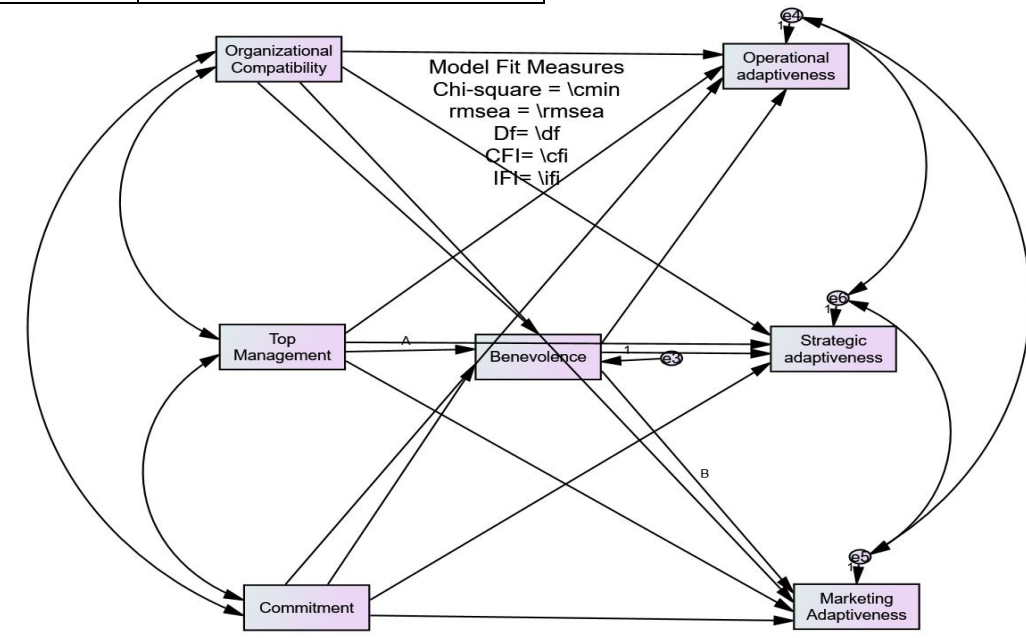


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Top_Management	.169	.036	4.666	***	A
Strategic_adaptiveness	<--- Benevolence	.461	.118	3.912	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.078	.024	.159	.013



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Top_Management	.169	.036	4.666	***	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Benevolence	.481	.137	3.512	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

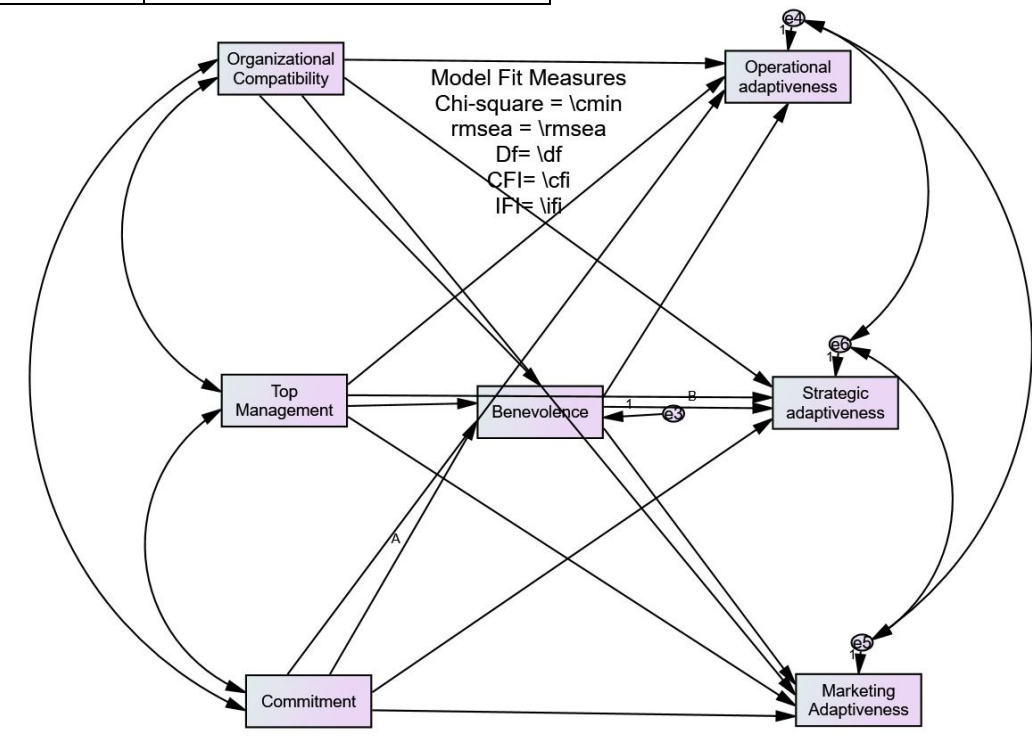
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.081	.026	.183	.006

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Commitment	.167	.033	5.020	***	A
Operational_adaptiveness	<--- Benevolence	.291	.146	1.993	.046	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.048	-.007	.121	.086

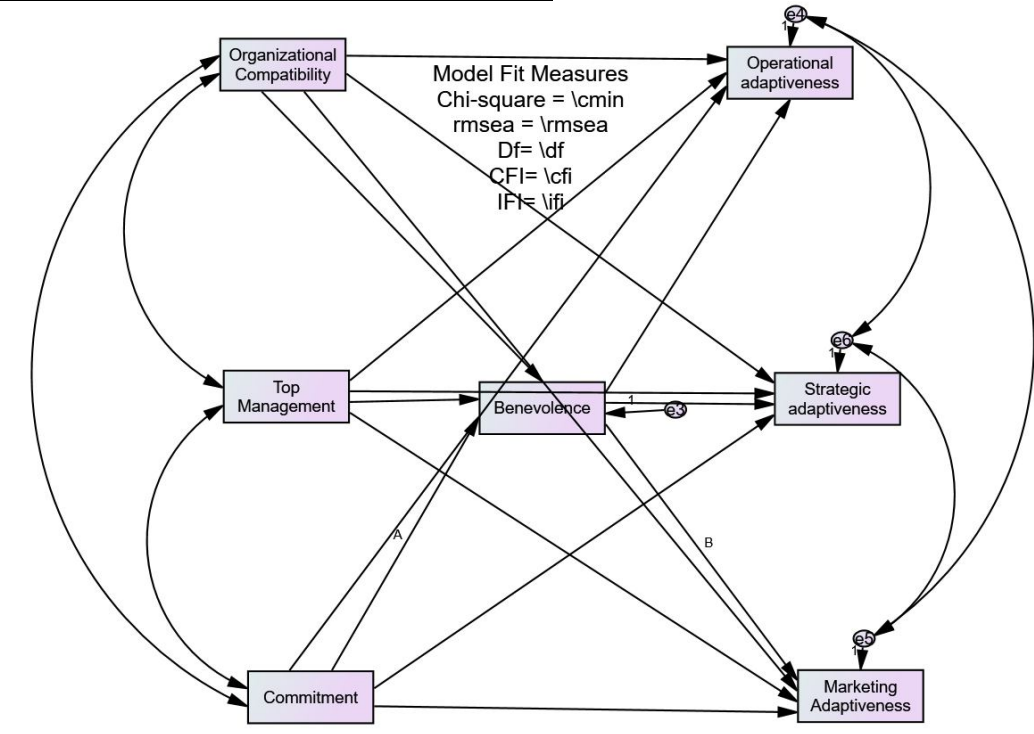


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Commitment	.167	.033	5.020	***	A
Strategic_adaptiveness	<--- Benevolence	.461	.118	3.912	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.077	.016	.152	.014



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Benevolence	<--- Commitment	.167	.033	5.020	***	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Benevolence	.481	.137	3.512	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

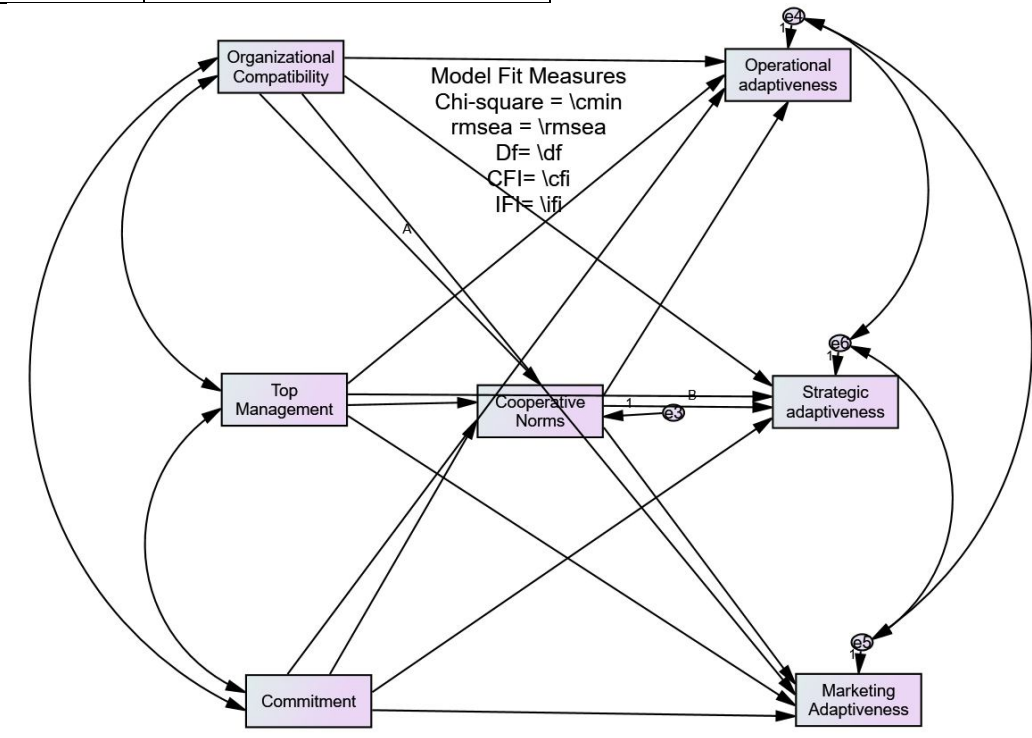
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.080	.019	.183	.011

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms	<--- Organizational_Compatibility	.161	.056	2.864	.004	A
Operational_adaptiveness	<--- Cooperative_Norms	.078	.081	.963	.335	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.013	-.018	.051	.347

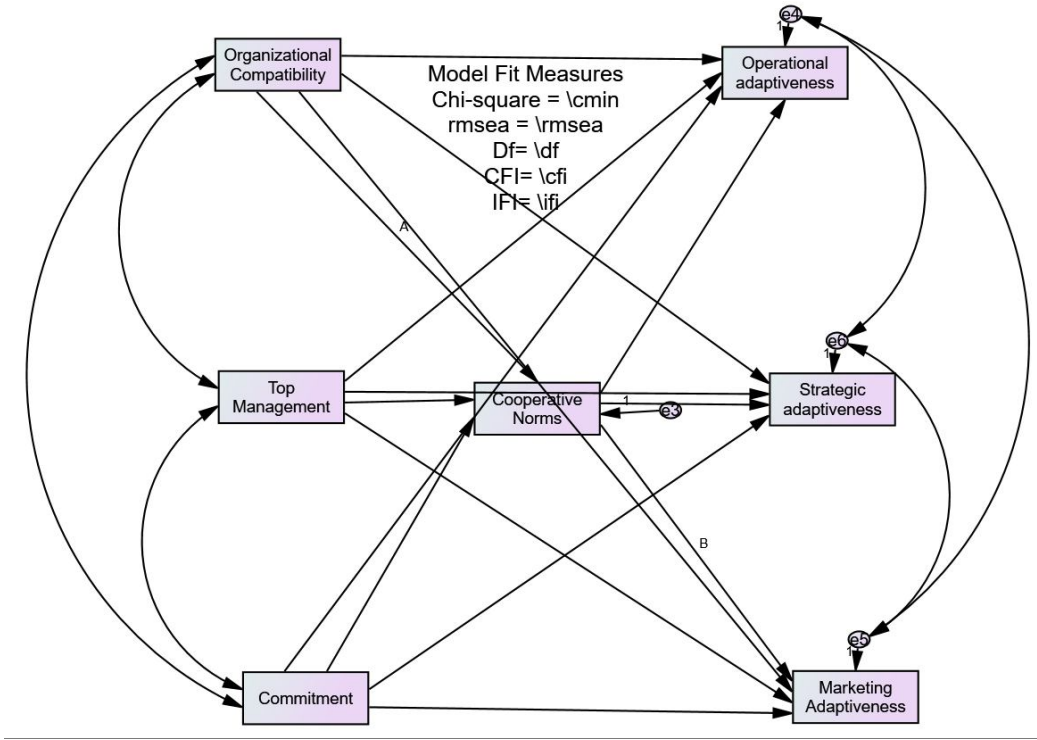


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms	<--- Organizational_Compatibility	.161	.056	2.864	.004	A
Strategic_adaptiveness	<--- Cooperative_Norms	.159	.066	2.394	.017	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.026	.004	.081	.028



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms <--- Organizational_Compatibility	.161	.056	2.864	.004	A
Marketing_Adaptiveness <--- Cooperative_Norms	.167	.077	2.186	.029	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.027	.000	.074	.048

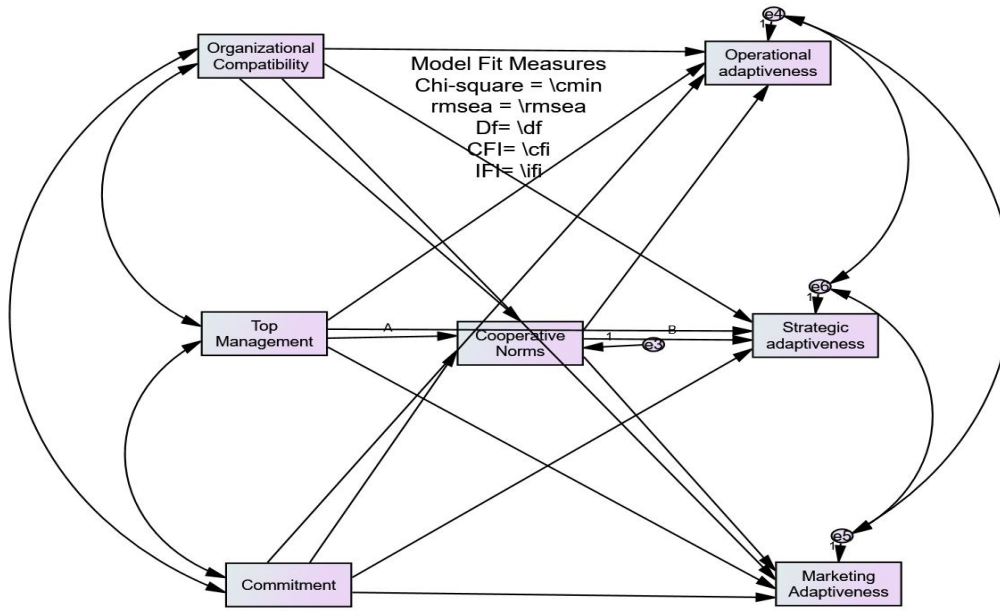
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms <--- Top_Management	.206	.066	3.129	.002	A
Operational_adaptiveness <--- Cooperative_Norms	.078	.081	.963	.335	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.016	-.018	.086	.249



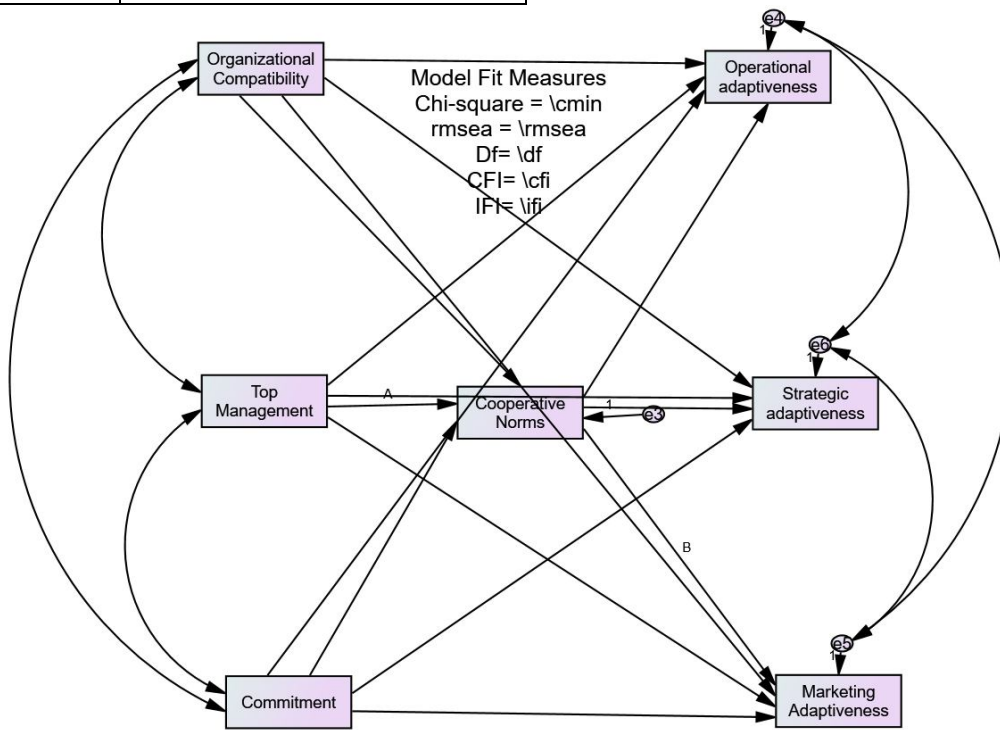


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms	<--- Top_Management	.206	.066	3.129	.002	A
Strategic_adaptiveness	<--- Cooperative_Norms	.159	.066	2.394	.017	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.033	.003	.107	.020



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms <--- Top_Management	.206	.066	3.129	.002	A
Marketing_Adaptiveness <--- Cooperative_Norms	.167	.077	2.186	.029	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

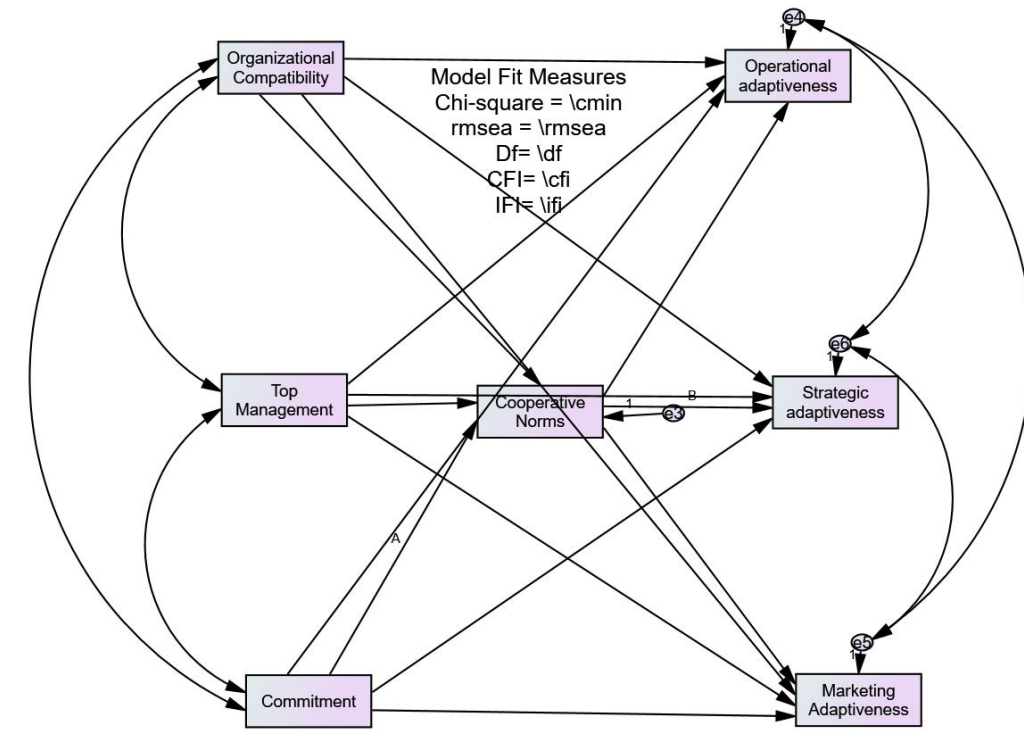
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.035	.002	.140	.022

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms <--- Commitment	.511	.061	8.440	***	A
Operational_adaptiveness <--- Cooperative_Norms	.078	.081	.963	.335	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.040	-.041	.135	.334

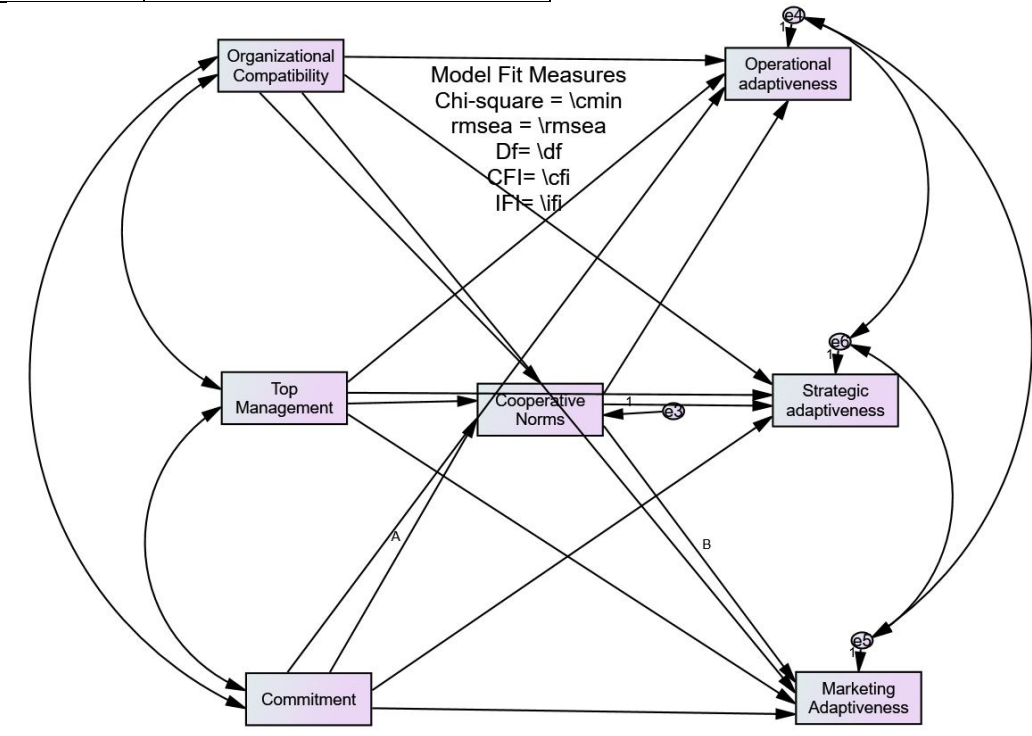


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms	<---	Commitment	.511	.061	8.440	*** A
Strategic_adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.159	.066	2.394	.017 B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.081	.011	.219	.017



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Cooperative_Norms	<---	Commitment	.511	.061	8.440	*** A
Marketing_Adaptiveness	<---	Cooperative_Norms	.167	.077	2.186	.029 B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

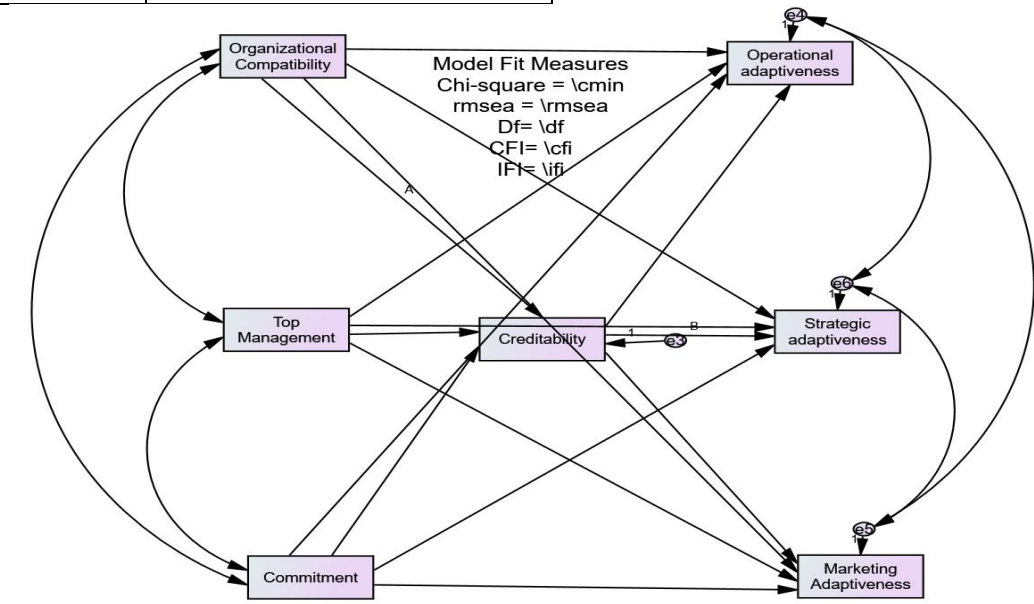
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.086	.007	.196	.019

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Organizational_Compatibility	.132	.054	2.440	.015	A
Operational_adaptiveness	<--- Creditability	.320	.081	3.953	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.042	-.006	.108	.078

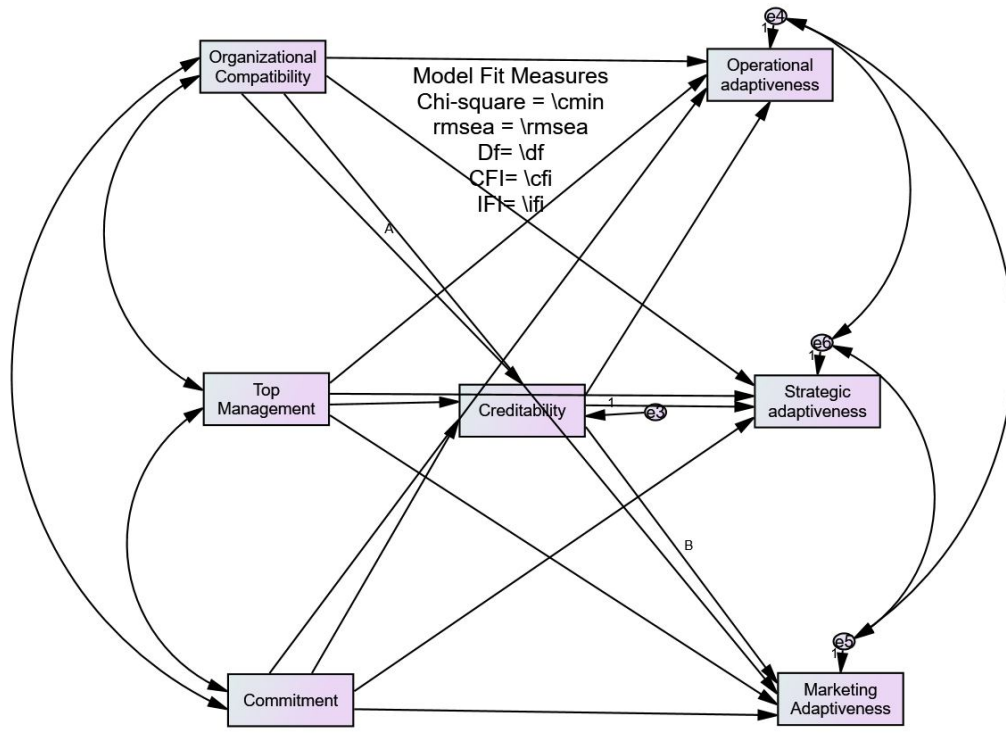


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Organizational_Compatibility	.132	.054	2.440	.015	A
Strategic_adaptiveness	<--- Creditability	.407	.063	6.423	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.054	-.015	.126	.119



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Organizational_Compatibility	.132	.054	2.440	.015	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Creditability	.375	.076	4.937	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

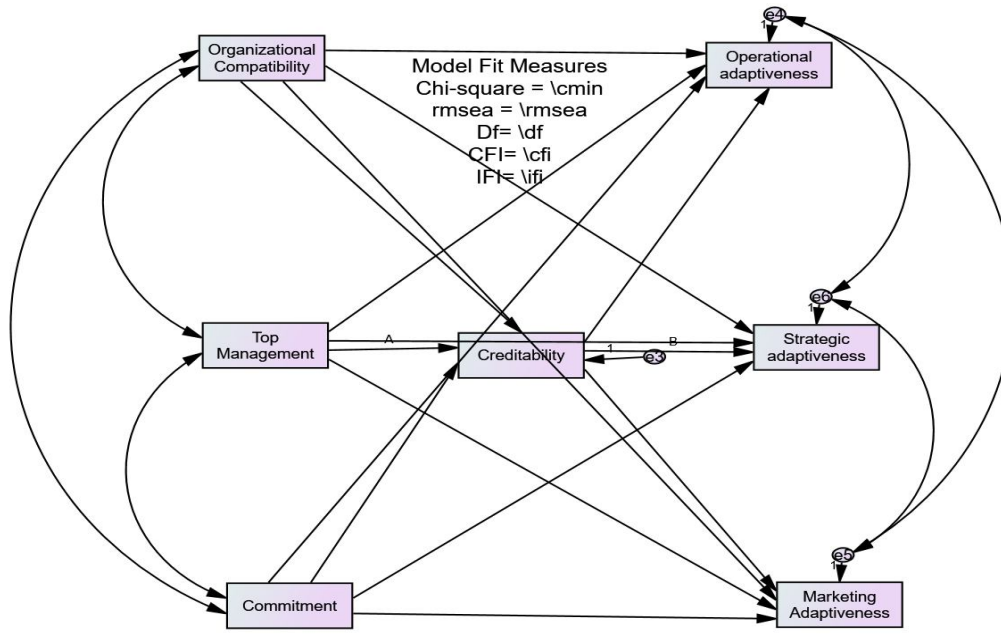
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.049	-.012	.125	.087

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Top_Management	.209	.063	3.301	***	A
Operational_adaptiveness	<--- Creditability	.320	.081	3.953	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.067	.016	.162	.006

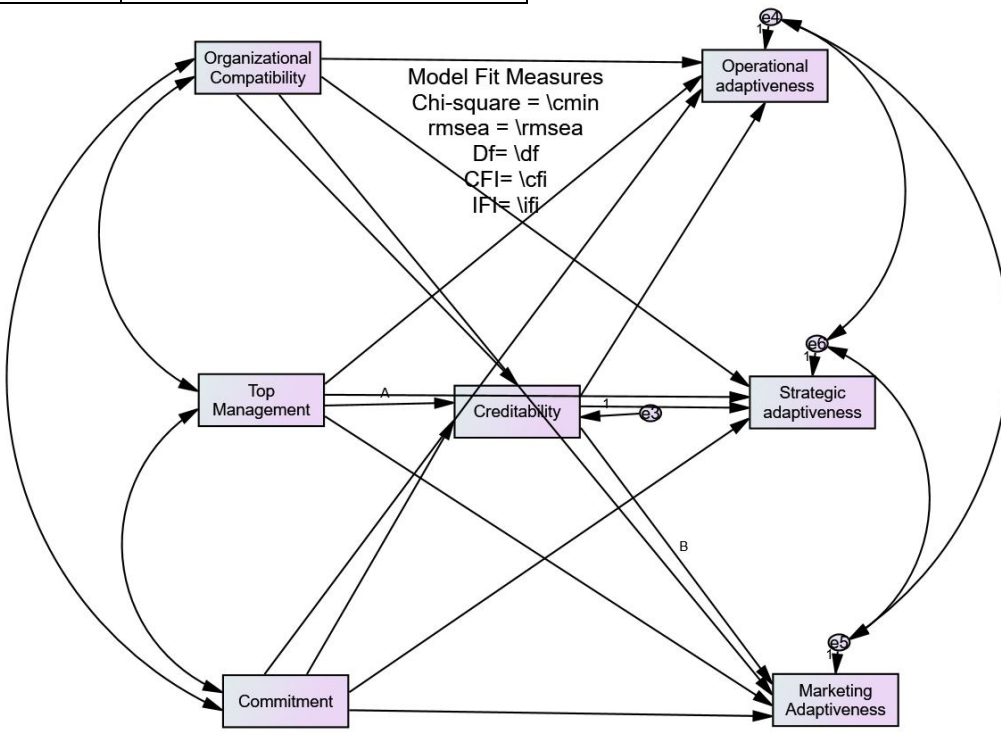


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Top_Management	.209	.063	3.301	***	A
Strategic_adaptiveness	<--- Creditability	.407	.063	6.423	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.085	.019	.195	.010



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Top_Management	.209	.063	3.301	***	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Creditability	.375	.076	4.937	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

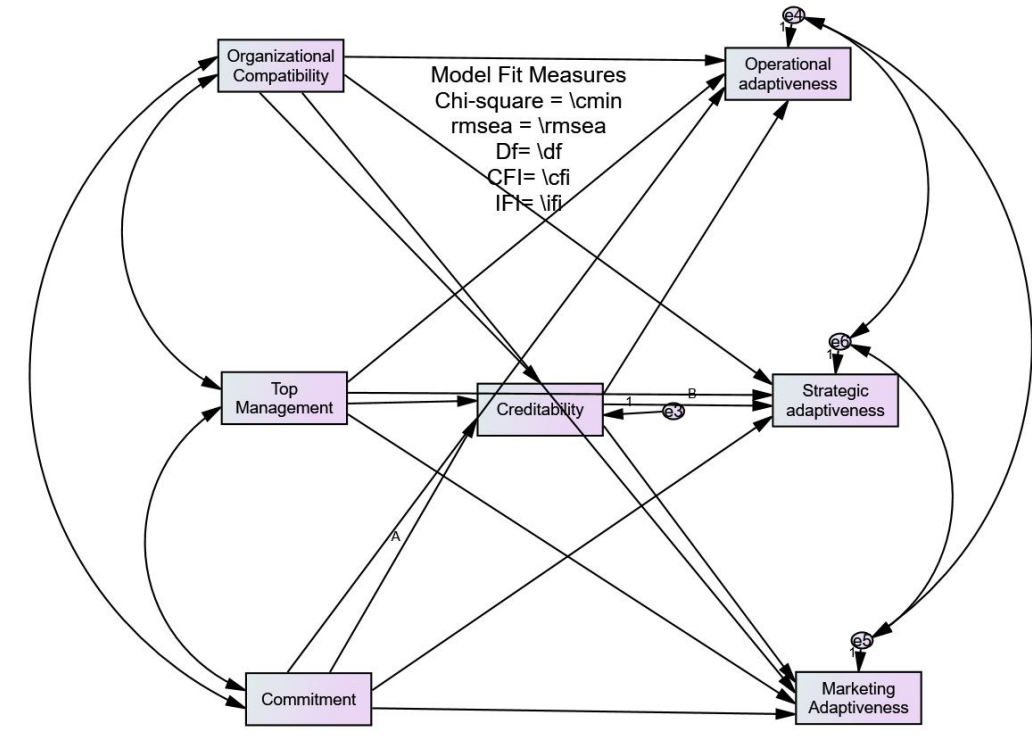
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.078	.010	.190	.012

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Commitment	.435	.058	7.480	***	A
Operational_adaptiveness	<--- Creditability	.320	.081	3.953	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.139	.058	.290	.002

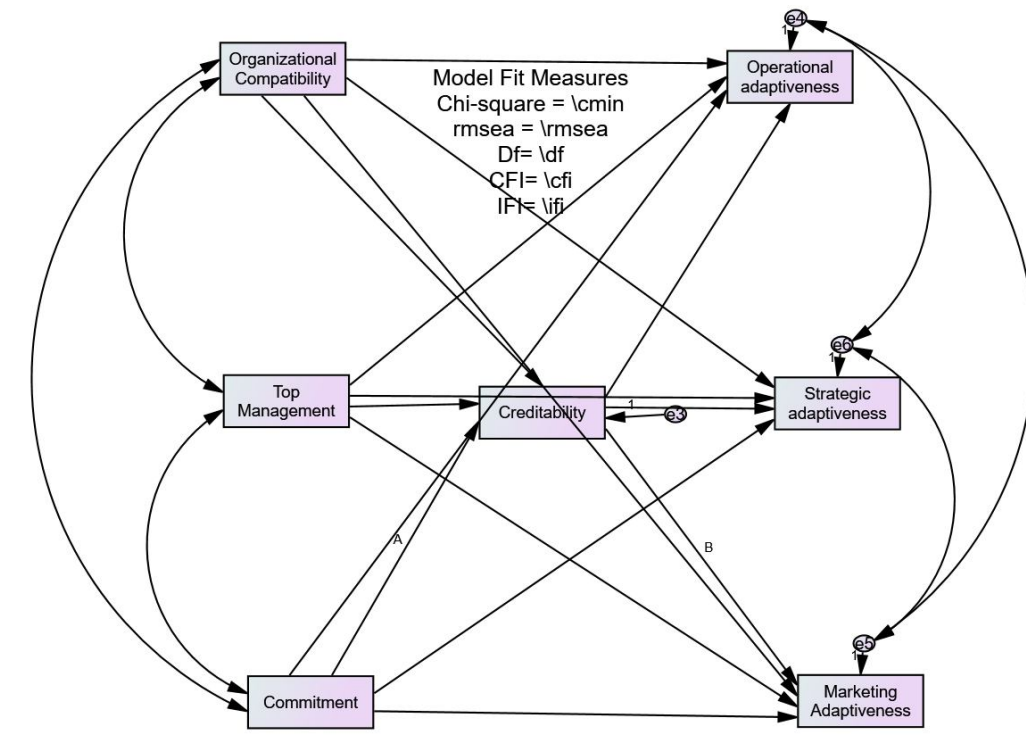


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Commitment	.435	.058	7.480	***	A
Strategic_adaptiveness	<--- Creditability	.407	.063	6.423	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.177	.088	.309	.005



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Creditability	<--- Commitment	.435	.058	7.480	***	A
Marketing_Adaptiveness	<--- Creditability	.375	.076	4.937	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P



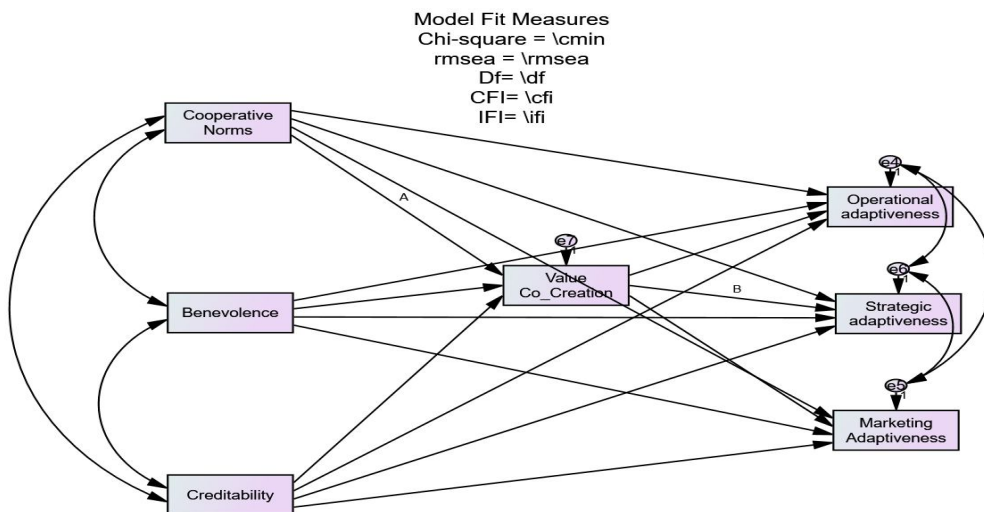
Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.163	.070	.268	.006

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation	<--- Cooperative_Norms	.064	.135	.473	.636	A
Operational_adaptiveness	<--- Value_Co_Creation	.364	.056	6.540	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.023	-.099	.140	.682



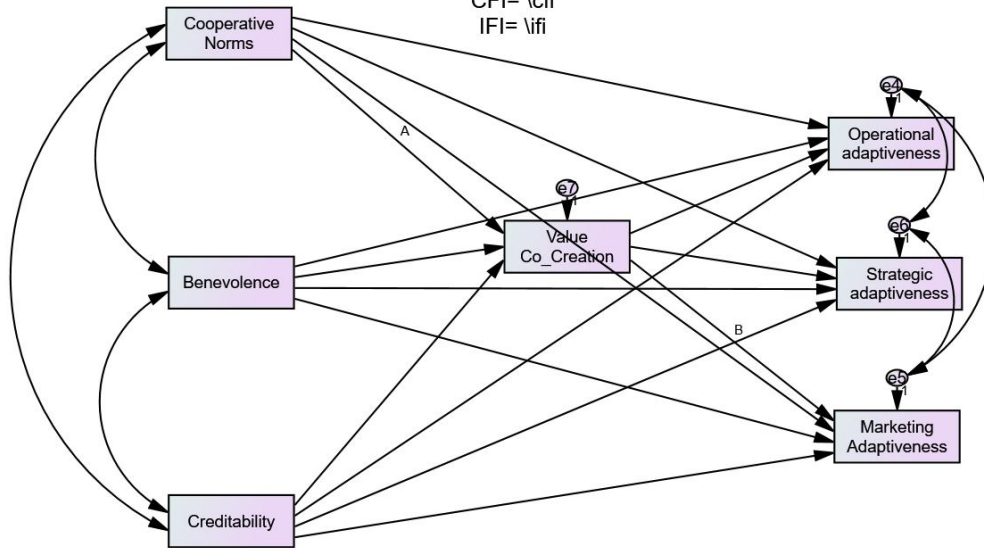
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation	<--- Cooperative_Norms	.064	.135	.473	.636	A
Strategic_adaptiveness	<--- Value_Co_Creation	.341	.042	8.116	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.022	-.085	.135	.679

Model Fit Measures  
 Chi-square = \cmin  
 rmsea = \rmsea  
 Df= \df  
 CFI= \cfi  
 IFI= \ifi



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Cooperative_Norms	.064	.135	.473	.636	A
Marketing_Adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.424	.051	8.247	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.027	-.108	.170	.664

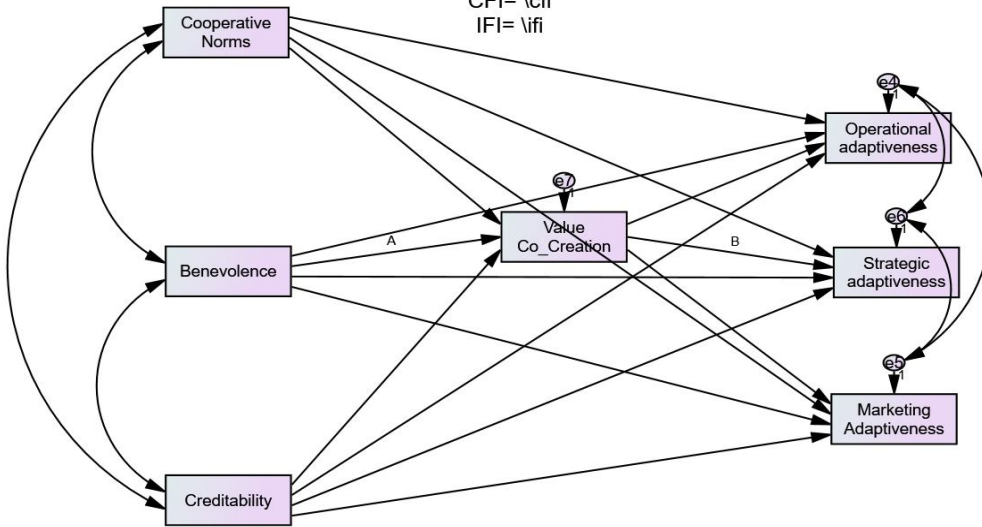
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Benevolence	.143	.287	.498	.618	A
Operational_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.364	.056	6.540	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.052	-.155	.338	.588

Model Fit Measures  
 Chi-square = \cmn  
 rmsea = \rmsea  
 Df= \df  
 CFI= \cfi  
 IFI= \ifi



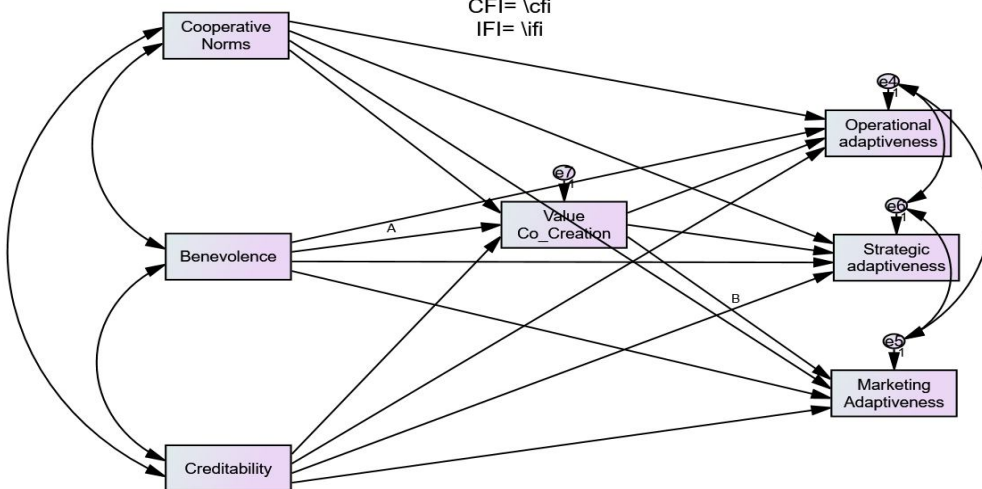
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation	<--- Benevolence	.143	.287	.498	.618	A
Strategic_adaptiveness	<--- Value_Co_Creation	.341	.042	8.116	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.049	-.143	.310	.573

Model Fit Measures  
 Chi-square = \cmn  
 rmsea = \rmsea  
 Df= \df  
 CFI= \cfi  
 IFI= \ifi



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Benevolence	.143	.287	.498	.618	A
Marketing_Adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.424	.051	8.247	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.061	-.180	.394	.580

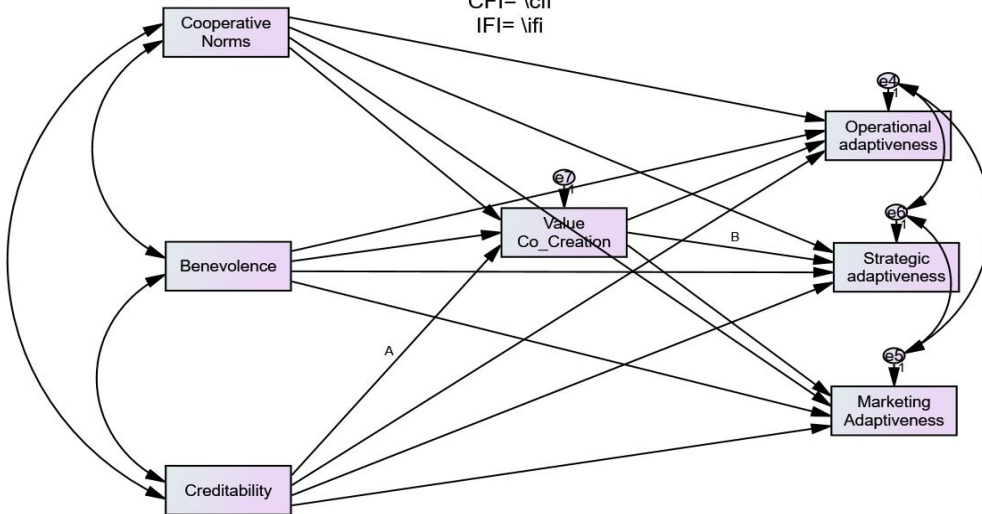
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Creditability	.564	.126	4.490	***	A
Operational_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.364	.056	6.540	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.205	.081	.361	.001

Model Fit Measures  
 Chi-square = \cmmin  
 rmsea = \rmsea  
 Df= \df  
 CFI= \cfi  
 IFI= \ifi



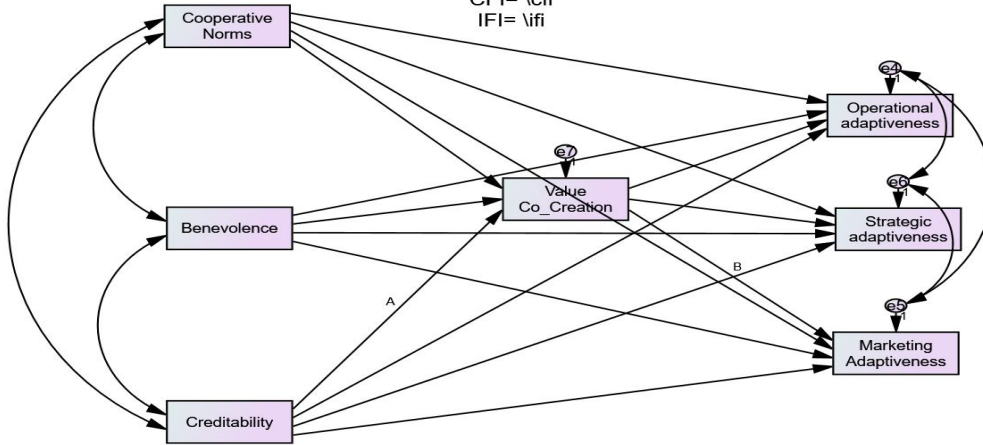
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Creditability	.564	.126	4.490	***	A
Strategic_adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.341	.042	8.116	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.192	.079	.331	.001

Model Fit Measures  
 Chi-square = \lcm  
 rmsea = \rmsea  
 Df= \df  
 CFI= \cfi  
 IFI= \ifi

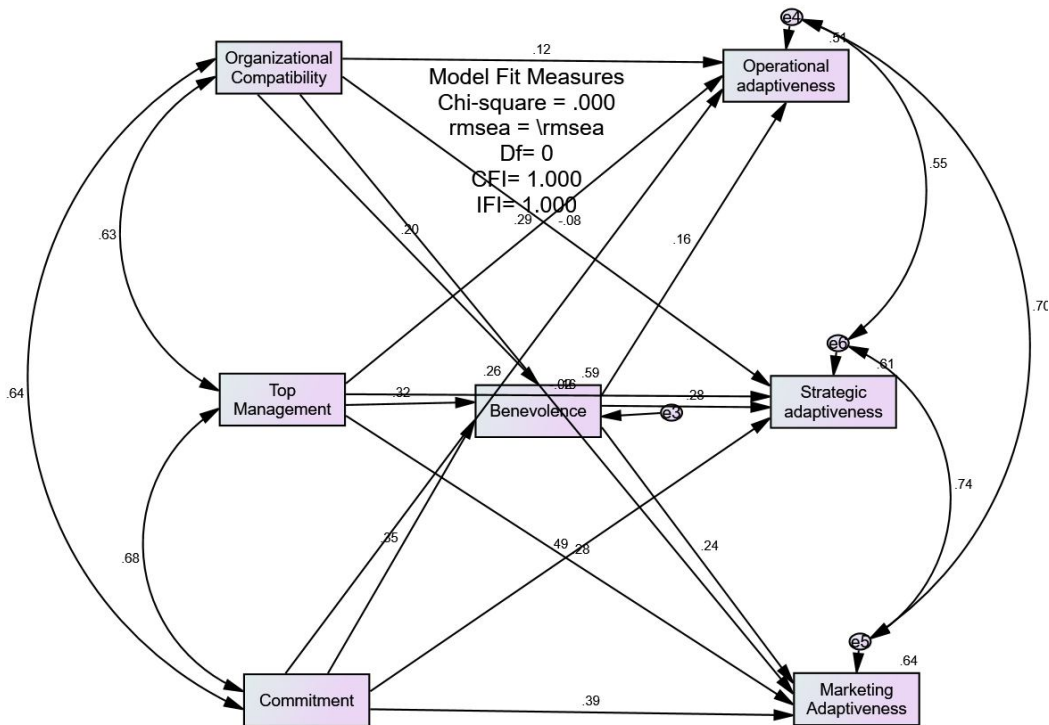


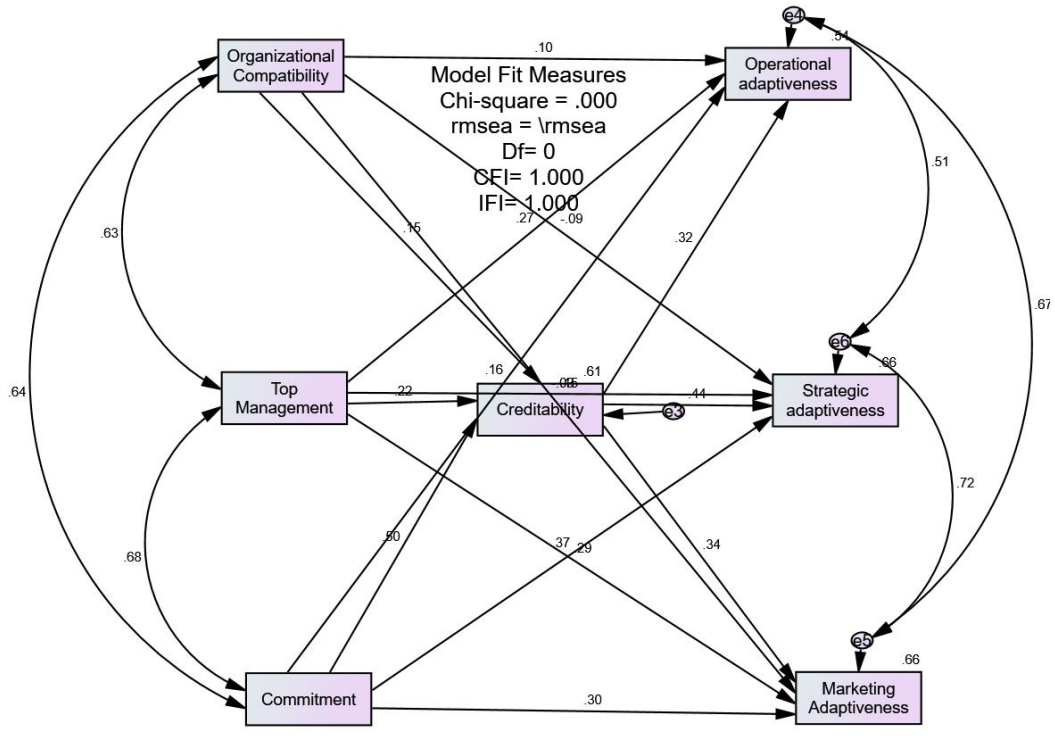
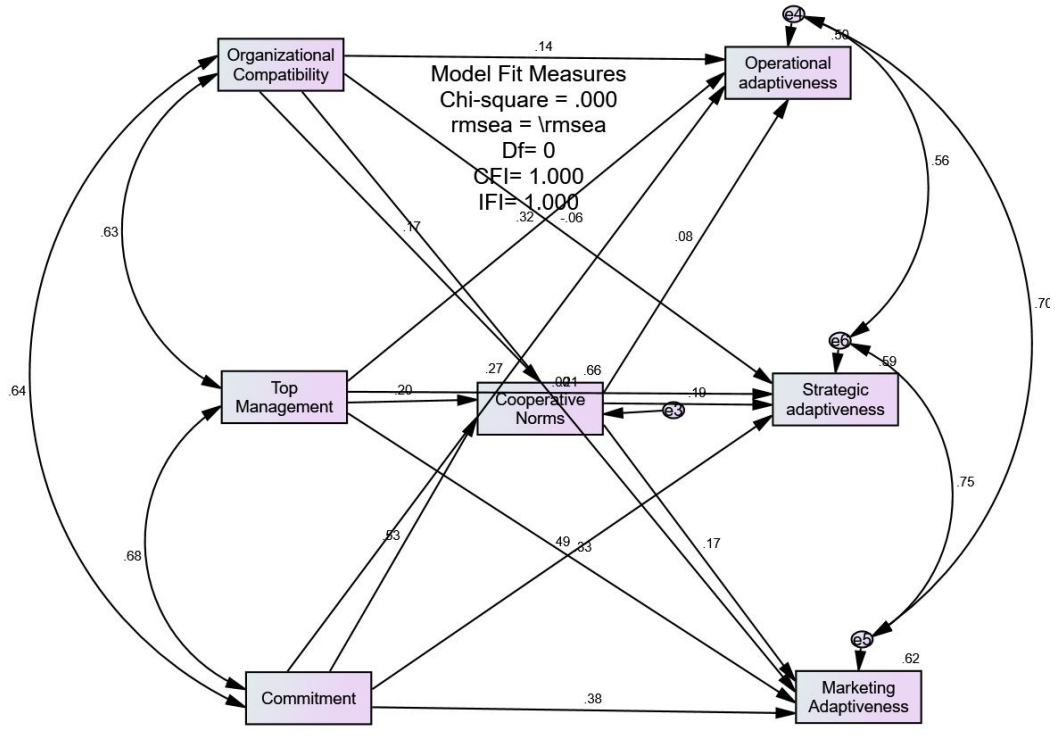
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Value_Co_Creation <--- Creditability	.564	.126	4.490	***	A
Marketing_Adaptiveness <--- Value_Co_Creation	.424	.051	8.247	***	B

User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
A x B	.239	.097	.403	.001





### List of Referees

	<b>Name</b>	<b>position</b>	<b>University</b>
1	AbdelaziezAbdelraheem	Professor	Al-Neelain
2	Siddigbalallbrahiem	Associate professor	Sudan university of science and technology
3	Mohammed Hamad Mahmoud	Associate professor	Sudan university of science and technology
4	MaisoonAliAbdelkareem	Assistant professor	Sudan university of science and technology
5	Ilham Hassan Fathelrahman Mansour	Assistant professor	Khartoum University
6	BadrElgasimBalla	Assistant professor	-