





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت - گروه مدیریت بازرگانی

پایان نامه برای دریافت درجه‌ی کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: "بازاریابی"

عنوان:

بررسی تأثیر مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر عملکرد سازمانی در

شرکت سامسونگ گلف الکترونیکس

استاد راهنما:

دکتر ماندان مومنی

استاد مشاور:

دکتر احمد رضا کسرای

پژوهشگر:

بکتاش میاندهی

زمستان ۱۳۹۲



**ISLAMIC AZAD UNIVERSITY**

**Central Tehran Branch**

**Faculty of Management - Department of Business Management**

**"M.A" Thesis**

**On: "Marketing"**

**Subject:**

**Evaluating organizational effect of green supply chain  
management on Samsung Gulf Electronics**

**Thesis Advisor:**

**Mandan Momeni (Ph.D)**

**Consulting Advisor:**

**Ahmad Reza Kasraei (Ph.D)**

**By:**

**Baktash Miandehi**

**Winter 2014**

## تشکر و قدردانی:

سپاس فراوان تقدیم به استاد دانشمند سرکار خانم دکتر مومنی  
که در نهایت فروتنی و حسن خلق از هیچ کمکی دریغ ننمودند.

## تقدیم به:

کسی که در سایه‌ی همیاری، همدلی و صبرش به این مهم که  
روزی رویایی بیش نبود دست یافتم.

## فهرست مطالب

<u>عنوان</u>	<u>صفحه</u>
فصل اول: کلیات تحقیق	
مقدمه.....	۳
۱-۱- بیان مسأله‌ی تحقیق.....	۴
۲-۱- اهمیت انجام تحقیق.....	۵
۱-۲-۱- اهمیت نظری.....	۵
۲-۲-۱- اهمیت کاربردی.....	۷
۳-۱- اهداف تحقیق.....	۸
۱-۳-۱- هدف آرمانی.....	۸
۲-۳-۱- هدف اصلی.....	۸
۳-۳-۱- اهداف فرعی.....	۸
۴-۳-۱- هدف کاربردی.....	۸
۴-۱- چارچوب نظری.....	۹
۱-۴-۱- پیاده‌سازی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز.....	۹
۲-۴-۱- رضایت شغلی کارکنان، روش‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز، کارایی عملیاتی و عملکرد کسب و کار.....	۱۰
۳-۴-۱- کارایی عملیاتی، شیوه‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز، کارایی مبتنی بر رابطه و عملکرد کسب و کار.....	۱۰
۴-۴-۱- کارایی مبتنی بر رابطه، شیوه‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز و عملکرد کسب و کار.....	۱۱
۵-۱- مدل تحقیق.....	۱۲
۶-۱- فرضیه‌ها یا سؤال‌های تحقیق (بیان روابط بین متغیرهای مورد مطالعه).....	۱۳
۷-۱- قلمروی تحقیق.....	۱۳
۱-۷-۱- قلمروی موضوعی تحقیق.....	۱۳
۲-۷-۱- قلمروی زمانی تحقیق.....	۱۴
۳-۷-۱- قلمروی مکانی تحقیق.....	۱۴
۸-۱- روش تحقیق.....	۱۴
۹-۱- جامعه‌ی تحقیق.....	۱۵
۱۰-۱- برآورد حجم نمونه و روش نمونه‌گیری.....	۱۵
۱۱-۱- ابزار گردآوری داده‌ها.....	۱۵

۱۶	..... تعاریف متغیرها و واژگان. ۱۲-۱
	فصل دوم: ادبیات تحقیق
۱۷	..... مقدمه. ۱۷
۲۰	..... ۱-۲- چارچوب نظری پژوهش. ۲۰
۲۰	..... ۱-۱-۲- مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز. ۲۰
۲۰	..... ۱-۱-۱-۲- زنجیره‌ی تأمین. ۲۰
۲۱	..... ۲-۱-۱-۲- مدیریت زنجیره‌ی تأمین. ۲۱
۲۲	..... ۱-۲-۱-۱-۲- مدیریت زنجیره‌ی تأمین و نظریه‌ی وابستگی منابع. ۲۲
۲۴	..... ۳-۱-۱-۲- پیاده‌سازی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز. ۲۴
۲۶	..... ۱-۳-۱-۱-۲- مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز و نظریه‌ی وابستگی منابع. ۲۶
۲۸	..... ۲-۳-۱-۱-۲- محرک‌های سازمان جهت پذیرش مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز. ۲۸
۲۸	..... ۳-۳-۱-۱-۲- فعالیت‌های اجرایی جهت دستیابی به مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز. ۲۸
۳۱	..... ۲-۱-۲- رضایت شغلی کارکنان. ۳۱
۳۵	..... ۱-۲-۱-۲- رضایت شغلی کارکنان و پیاده‌سازی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز. ۳۵
۳۶	..... ۳-۱-۲- کارایی. ۳۶
۳۶	..... ۱-۳-۱-۲- کارایی عملیاتی. ۳۶
۳۷	..... ۱-۱-۳-۱-۲- کارایی عملیاتی و نظریه‌ی وابستگی منابع. ۳۷
۳۸	..... ۲-۳-۱-۲- کارایی مبتنی بر رابطه. ۳۸
۳۹	..... ۴-۱-۲- عملکرد کسب و کار. ۳۹
۴۲	..... ۱-۴-۱-۲- عملکرد مالی. ۴۲
۴۳	..... ۲-۴-۱-۲- عملکرد غیر مالی. ۴۳
۴۳	..... ۳-۴-۱-۲- نظریه‌ی وابستگی منابع و عملکرد کسب و کار. ۴۳
۴۴	..... ۴-۴-۱-۲- اجرای فعالیت‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز و عملکرد کسب و کار. ۴۴
۴۵	..... ۵-۱-۲- نظریه‌ی وابستگی منابع. ۴۵
۴۹	..... ۲-۲- پیشینه‌ی پژوهش. ۴۹
۴۹	..... ۱-۲-۲- پیشینه‌ی داخلی پژوهش. ۴۹
۵۱	..... ۲-۲-۲- پیشینه‌ی بین‌المللی پژوهش. ۵۱
۵۴	..... ۳-۲- معرفی جامعه آماری. ۵۴
۵۴	..... ۱-۳-۲- تاریخچه. ۵۴
۵۵	..... ۲-۳-۲- مسئولیت‌های اجتماعی. ۵۵

۵۶	..... محیط زیست: ۱-۲-۳-۲
	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۵۷	..... مقدمه
۵۸	..... ۱-۳- روش تحقیق
۵۹	..... ۱-۱-۳- نوع پژوهش از نظر اجرا یا نحوه جمع آوری داده‌ها
۵۹	..... ۲-۳- قلمروی تحقیق
۵۹	..... ۱-۲-۳- قلمروی موضوعی
۵۹	..... ۲-۲-۳- قلمروی زمانی
۵۹	..... ۳-۲-۳- قلمروی مکانی
۵۹	..... ۳-۳- جامعه‌ی آماری
۶۰	..... ۴-۳- دلایل انتخاب جامعه‌ی آماری
۶۰	..... ۵-۳- نمونه و روش نمونه‌گیری
۶۱	..... ۶-۳- روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات
۶۱	..... ۱-۶-۳- مطالعه‌های کتابخانه‌ای
۶۲	..... ۲-۶-۳- مطالعه‌های میدانی
۶۲	..... ۷-۳- ابزار گردآوری داده‌ها
۶۲	..... ۱-۷-۳- مقیاس و طیف ابزار اندازه‌گیری تحقیق
۶۳	..... ۸-۳- اعتبار و پایایی ابزار اندازه‌گیری پژوهش
۶۴	..... ۱-۸-۳- روایی (اعتبار) ابزار پژوهش
۶۵	..... ۱-۱-۸-۳- روایی محتوا
۶۷	..... ۲-۸-۳- پایایی (قابلیت اعتماد) ابزار پژوهش
۶۹	..... ۹-۳- متغیرهای تحقیق
۶۹	..... ۱-۹-۳- تقسیم‌بندی متغیرها بر اساس رابطه
۶۹	..... ۲-۹-۳- تعریف عملیاتی متغیرها
۷۰	..... ۱۰-۳- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۱	..... ۱-۱۰-۳- معرفی روش پی‌ال‌اس
	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۲	..... مقدمه
۷۳	..... ۱-۴- بررسی توصیفی مشاهدات
۸۳	..... ۲-۴- تحلیل استنباطی یافته‌ها



۸۴	..... ۱-۲-۴ مدل معادله‌های ساختاری
۸۵	..... ۳-۴ آزمون نرمال بودن مولفه‌های الگو
۸۷	..... ۴-۴ تفسیر و تعبیر مدل
۹۰	..... ۵-۴ بررسی ضرایب روایی، توصیفی و همبستگی
۹۳	..... ۶-۴ تحلیل فرضیه‌های تحقیق
	فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۹۹	..... مقدمه
۹۹	..... ۱-۵ نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق:
۱۰۵	..... ۲-۵ پیشنهادهای اجرایی و کاربردی با توجه به نتایج حاصل از فرضیه‌های تحقیق
۱۰۹	..... ۳-۵ پیشنهادهایی برای تحقیق‌های آتی
۱۱۰	..... ۴-۵ محدودیت‌های پژوهش
۱۱۱	..... فهرست منابع
۱۱۷	..... چکیده‌ی انگلیسی

## فهرست جداول

صفحه	عنوان
۶۰	جدول ۱-۳ جامعه‌ی آماری تحقیق.....
۶۳	جدول ۲-۳ شکل کلی و امتیازبندی سؤال‌ها.....
۶۵	جدول ۳-۳ حداقل CVR مورد قبول با توجه به تعداد ارزیابان.....
۶۶	جدول ۴-۳ نتایج مرتبط با نسبت اعتبار محتوای بدست آمده برای سؤال‌های پرسش‌نامه.....
۶۸	جدول ۵-۳ محاسبه‌ی آلفای کرونباخ به منظور سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری برای ۶۰ پرسش‌نامه‌ی اولیه.....
۶۸	جدول ۶-۳ محاسبه‌ی آلفای کرونباخ به منظور سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری برای تک تک متغیرها.....
۷۰	جدول ۷-۳ ساختار کلی پرسش‌نامه به تفکیک نوع متغیرها.....
۷۰	جدول ۸-۳ شاخص‌های متغیرهای تحقیق، منابع سؤال‌ها و مقیاس اندازه‌گیری.....
۷۳	جدول ۱-۴ توزیع فراوانی شاخص مدیریت محیط داخلی.....
۷۴	جدول ۲-۴ توزیع فراوانی شاخص خرید سبز.....
۷۵	جدول ۳-۴ توزیع فراوانی شاخص همکاری مشتریان.....
۷۶	جدول ۴-۴ توزیع فراوانی شاخص طراحی سازگار با محیط زیست.....
۷۸	جدول ۵-۴ توزیع فراوانی شاخص رضایت شغلی کارکنان.....
۷۹	جدول ۶-۴ توزیع فراوانی شاخص کارایی عملیاتی.....
۸۰	جدول ۷-۴ توزیع فراوانی شاخص کارایی مبتنی بر رابطه.....
۸۲	جدول ۸-۴ توزیع فراوانی شاخص عملکرد کسب و کار.....
۸۳	جدول ۹-۴ نتایج توصیفی ویژگی‌های دموگرافیک (اندازه نمونه=۶۰).....
۸۵	جدول ۱۰-۴ نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای متغیرهای پژوهش.....
۸۷	جدول ۱۱-۴ شاخص‌های برازش مدل.....
۸۹	جدول ۱۲-۴ نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرهای تحقیق (loading factor).....
۹۰	جدول ۱۳-۴ ضرایب همبستگی پیرسون.....
۹۱	جدول ۱۴-۴ شاخص‌های روایی و پایایی و توصیفی.....
۹۳	جدول ۱۵-۴ ضرایب مسیر، آماره $t$ و نتیجه‌ی فرضیه‌ی تحقیق.....
۹۹	جدول ۱-۵ آزمون‌های بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق.....

## فهرست نمودارها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۷۴	نمودار ۴-۱- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص مدیریت محیط داخلی.....
۷۵	نمودار ۴-۲- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص خرید سبز.....
۷۶	نمودار ۴-۳- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص همکاری مشتریان.....
۷۷	نمودار ۴-۴- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص طراحی سازگار با محیط زیست.....
۷۹	نمودار ۴-۵- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص رضایت شغلی کارکنان.....
۸۰	نمودار ۴-۶- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص کارایی عملیاتی.....
۸۱	نمودار ۴-۷- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص کارایی مبتنی بر رابطه.....
۸۲	نمودار ۴-۸- وضعیت گرافیکی توزیع فراوانی شاخص عملکرد کسب و کار.....
۸۷	نمودار ۴-۹ مدل معادله‌های ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد.....
۸۷	نمودار ۴-۱۰ مدل معادله‌های ساختاری در حالت معنی‌داری (t-value).....

## فهرست اشکال

صفحه

عنوان

۱۲	شکل ۱-۱ مدل مفهومی تحقیق.....
۲۶	شکل ۱-۲ ساختار مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز (ایمانی، ۱۳۸۸: ۱۵).....

## چکیده:

هدف این پژوهش با عنوان "بررسی تأثیر مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر عملکرد سازمانی در شرکت سامسونگ گلف الکترونیکس" تحقیق در مورد این مسئله است که مدیریت زنجیره‌ی تأمین چگونه می‌تواند از طریق کسب رضایت شغلی کارکنان، کارآیی عملیاتی و کارآیی مبتنی بر رابطه، بر عملکرد کسب و کار تأثیر گذارد. در این پژوهش، با استفاده از مدل زنجیره‌ی تأمین سبز، ارتباط کارکردهای زنجیره‌ی تأمین سبز با عملکردهای عملیاتی سازمان مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس ابتدا به ادبیات و مبانی نظری مرتبط با موضوع پرداخته خواهد شد و سپس ارتباط مؤلفه‌های کارکردهای زنجیره‌ی تأمین با عملکرد سازمان در صنایع الکترونیکی با کسب نظر جامعه‌ی آماری، مورد آزمون قرار خواهد گرفت.

در پژوهش حاضر، نتایج مؤید آن است که استفاده از استراتژی‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز باعث کاهش ضایعات، کاهش استفاده از منابع و به تبع آن کاهش مصرف انرژی و آلودگی محیط زیست می‌شود. این امر در نهایت باعث افزایش راندمان و بهبود عملکرد در سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌گردد. این پژوهش براساس روش‌های توصیفی، پیمایشی، همبستگی و کاربردی صورت گرفته است. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل مدیران و کارشناسان ارشد شرکت سامسونگ گلف الکترونیکس در شهر تهران می‌باشد. بدین منظور داده‌های تحقیق از شرکت سامسونگ گلف الکترونیکس بوسیله‌ی پرسش‌نامه و از طریق سرشماری از تعداد ۶۰ نفر از مدیران جمع‌آوری شده است. نتایج حاکی از تحقیق نشان می‌دهد، کارکردهای مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر رضایت شغلی کارکنان و کارآیی عملیاتی و کارآیی مبتنی بر رابطه تأثیر مثبت دارد و بهبود کارآیی مبتنی بر رابطه موجب بهبود عملکرد کسب و کار می‌گردد. همچنین رضایت شغلی کارکنان تأثیر مثبت بر کارآیی عملیاتی و متعاقباً کارآیی عملیاتی اثر معنادار مثبت بر کارآیی مبتنی بر رابطه می‌گذارد.

**واژگان کلیدی:** مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز، کارآیی عملیاتی، کارآیی مبتنی بر رابطه، عملکرد کسب و

کار.

فصل اول

---

کلیات تحقیق

---

## مقدمه

در سده‌های اخیر توسعه‌ی صنعتی جای خود را به توسعه‌ی پایدار داده است. در این میان مدیران صنایع به ویژه در کشورهای پیشرفته، به دنبال روش‌هایی هستند که ضمن حمایت از محیط زیست، عملکرد سازمان خود را افزایش دهند. استراتژی هماهنگ برای تحقق افزایش کارایی به همراه مدیریت سبز، کارایی سبز می‌باشد که به عنوان کلید توسعه‌ی پایدار مطرح شده است و یکی از ابزار این رویکرد، زنجیره‌ی تأمین سبز می‌باشد.

امروزه تضمین توسعه‌ی پایدار هر کشور منوط به حفظ و استفاده‌ی بهینه از منابع محدود و غیر قابل جایگزین در آن کشور است و اقدام‌های گوناگونی برای مواجهه با این مسأله توسط دولت‌ها انجام گرفته است، که از جمله‌ی آن‌ها استفاده از مواد خام سازگار با محیط زیست در مراکز تولیدی و صنعتی، کاهش استفاده از منابع انرژی فسیلی و نفتی و استفاده‌ی مجدد از ضایعات می‌باشد.

از زمانی که موضوع محیط زیست با اقتصاد پیوند خورد و کشورها به این نتیجه رسیدند که حفظ محیط زیست می‌تواند موجب افزایش کارایی شود، رویکردهای مختلفی برای تحقق این آرمان‌ها در پیش گرفته شده است که از جمله جدیدترین آن‌ها رویکرد زنجیره‌ی تأمین سبز است، در این رویکرد یک شرکت مادر با کلیه‌ی تأمین‌کنندگان خود ائتلافی استراتژیک ایجاد می‌کند که محصولی به دست مشتری دهد که در زمان تأمین مواد اولیه، تولید، مصرف و پس از دور انداخته شدن کم‌ترین آسیب را به محیط زیست وارد آورد.

## ۱-۱- بیان مسأله‌ی تحقیق

امروزه اکثر مردم جهان توجه بیشتری به حفاظت از محیط زیست و منابع زیستی دارند. این حساسیت مثبت تا به آن جا شدت گرفته است که حتی صاحبان صنایع سعی دارند با استفاده از آن گامی موثر در جهت مقبولیت کالای مورد عرضه خود به مشتریان برداشته و رعایت نکات زیست‌محیطی را به عنوان یک مزیت رقابتی مورد استفاده قرار دهند.

در اکثر کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه، زمانی مداوم و پایدار می‌گردد که هنگام استفاده از منابع محدود و غیر قابل تجدید، نهایت دقت مبذول گردیده و سعی شود از این منابع محدود حفاظت گردد. دولت‌ها نیز سعی دارند بیشتر از گذشته با وضع قوانین زیست‌محیطی (سبز) در این راستا فعالیت نمایند. به همین منظور استانداردهای مشخصی وضع شده است.

عوامل ذکر شده (تقاضای مشتریان، قوانین دولتی و استانداردهای وضع شده) به عنوان محرک، عامل ایجاد تغییراتی در این خصوص شده است.

مدیریت این تغییرات در زنجیره‌ی تأمین به همراه جریان اطلاعاتی که در کل زنجیره‌ی تأمین وجود دارد، مفهوم نوینی را به نام مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز معرفی می‌نماید. استفاده از استراتژی‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز، باعث کاهش ضایعات، کاهش استفاده از منابع و به تبع آن کاهش مصرف انرژی و آلودگی محیط زیست می‌شود. این امر در نهایت باعث افزایش کارایی و بهبود عملکرد در سازمان‌ها و شرکت‌ها خواهد شد. در صنایع مختلف، ضرورت ارزیابی و انتخاب فناوری‌ها برای کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی به خاطر فعالیت‌های تولیدیشان در حال توسعه است.

امروزه مشتریان بیشتری به محصولات زیست‌سازگار تمایل دارند. از طرفی فشار گروه‌های طرفدار طبیعت، سازمان‌های بین‌المللی و دولتی حامی مسائل زیست‌محیطی و مصرف بهینه‌ی انرژی، باعث توجه سازمان‌ها به مسائل مرتبط با مدیریت زیست‌محیطی و انرژی شده است، اما مدیران به طور عمومی، مدیریت زیست‌محیطی و حتی در برخی مواقع مدیریت انرژی را به عنوان کندکننده و هزینه‌زا تلقی کرده و توجیه اقتصادی برای آن ندارند.



یکی از اصولی که در فصل ۸ اجلاس ریو (۱۹۹۲) مورد توجه قرار گرفت، استفاده‌ی مؤثر از ابزار اقتصادی، ساز و کارهای بازار و سایر محرک‌های تشویقی برای دست یافتن به توسعه پایدار است. هم‌چنین اداره‌ی آمار سازمان ملل متحد (۱۹۹۳) چارچوب جدیدی برای محاسبه‌ی تولید ناخالص ملی تحت عنوان نظام حسابداری تلفیقی زیست‌محیطی-اقتصادی ارائه داد. در این روش سرمایه‌ی طبیعی همانند سرمایه‌ی فیزیکی منظور می‌شود. اصل ۱۴ سند اجرایی اجلاس جهانی توسعه‌ی پایدار ژوهانسبورگ (۲۰۰۲) نیز بر الگوهای تولید و مصرف پایدار برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار تأکید دارد. در این راستا، مدیریت در زنجیره‌ی تأمین می‌تواند نقش مؤثری در جلوگیری از هدر رفتن منابع مالی، انسانی و زمان داشته باشد و منجر به اصلاح ساختار مصرف انرژی در صنایع تولیدی و خدماتی شود.

مسئله‌ی اصلی تحقیق این است که چگونه مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز از طریق کارایی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد؟

## ۱-۲- اهمیت انجام تحقیق

### ۱-۲-۱- اهمیت نظری

**الف)** جهانی شدن اقتصاد و توسعه‌ی فناوری اطلاعات باعث شده است که بازار عرضه محور، به بازار تقاضا محور، تغییر یابد و سازمان‌ها برای حفظ و بقای خود به اهمیت ارضای نیاز مشتریان پی ببرند. بر این اساس مدیریت زنجیره‌ی تأمین اهمیت پیدا کرد زیرا ارضای نیازها و علایق مشتریان نه فقط توسط محصول نهایی بوده بلکه توسط سایر تأمین‌کنندگان بالا دست صورت می‌گیرد.

**ب)** مادسن و اولهی (۲۰۰۳) عنوان می‌کنند شرکت‌هایی که مدیریت زیست‌محیطی را مورد توجه قرار می‌دهند به هماهنگ کردن استراتژی‌های زیست‌محیطی با دیگر مسائل استراتژیک از جمله اهداف شرکت و موقعیت‌یابی محصول می‌پردازند. آن‌ها هم‌چنین بیان می‌دارند که برنامه‌های پیشگیری از آلودگی‌های موجود، در واقع می‌توانند باعث کاهش هزینه‌های تولید و بهبود ارزش

---

<sup>1</sup> Gross National Product (GNP)

محصول و یا تصویر شرکت شوند. بنابراین، برنامه‌های زیست‌محیطی به بیشتر رقابتی ساختن شرکت در محیط بازار کمک می‌کند (Porter and van der Linde, 1995).

مونوا و هورتاس (۲۰۱۰) نیز به این نتیجه رسیده‌اند که عملکرد زیست‌محیطی با عملکرد مالی شرکت دارای همبستگی مثبت است. ایشان در مطالعه‌ی خود، عملکرد زیست‌محیطی شرکت را در سال ۲۰۰۴ و عملکرد مالی شرکت را در دوره‌ی زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ تجزیه و تحلیل کردند. سپس آن‌ها سه مرحله‌ی زیر را بررسی نمودند:

- عملکرد زیست‌محیطی شرکت در سال ۲۰۰۴ و عملکرد مالی شرکت در سال ۲۰۰۵
- عملکرد زیست‌محیطی شرکت در سال ۲۰۰۴ و عملکرد مالی شرکت در سال ۲۰۰۶
- عملکرد زیست‌محیطی شرکت در سال ۲۰۰۴ و عملکرد مالی شرکت در سال ۲۰۰۷

نتایج این بررسی‌ها نشان می‌دهد که عملکرد زیست‌محیطی شرکت، کارایی داخلی و در دوره‌های آتی، عملکرد مالی شرکت را بهبود بخشیده است.

خانا و آنتون (۲۰۰۲) معتقدند که مدیریت زیست‌محیطی یک رویکرد کسب و کار خودنظارتی است که نه تنها از محیط محافظت می‌کند، بلکه ادغام استراتژیکی ملاحظه‌های محیطی با تصمیم‌های استراتژیک شرکت است. این مطالعه بر این فرض استوار است که بخش عمده‌ای از ابتکار عمل مدیریت محیطی شرکت به پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت سبز وابسته است، در این خصوص می‌توان به ایزو ۱۴۰۰۱ و یا مدیریت زیست‌محیطی و برنامه‌ی نظارت و بازرسی اشاره داشت. نتایج بررسی خانا و آنتون اهمیت مدیریت زیست‌محیطی فعال، که در واقع گزاره‌ی صرفه‌جویی هزینه در بلندمدت است را حمایت می‌کند. (Madsen and Uihøi, 2003) و در غیر این صورت، مطابق با محدودیت در هزینه‌های بالا و فشار عمومی در شرکت می‌باشد.

ج) شرکت‌هایی که مدیریت زیست‌محیطی یا مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز را مورد توجه قرار می‌دهند، به عنوان شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شوند (Cruz and Pedrozo, 2009). در بسیاری از تحقیق‌ها این نتیجه حاصل شده است که مسئولیت اجتماعی و عملکرد کسب و کار شرکت با یکدیگر رابطه‌ی مثبتی دارند. بر طبق نظر مک گوایر و دیگران (۱۹۸۸)، مسئولیت اجتماعی

شرکت رابطه‌ی مثبتی با عملکرد کسب و کار شرکت از قبیل: بازده بازار سهام و ترازهای حسابداری دارد. این نتایج نشان دهنده‌ی این است که شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی در موقعیت اقتصادی بهتری نسبت به شرکت‌های غیر مسئول از بعد اجتماعی قرار دارند.

د) شاید با بحث در مورد زنجیره‌ی تأمین سبز، به اذهان تنها ممانعت استفاده از مواد شیمیایی سمی و خطرناک یا کاهش انتشار آلاینده‌ها یا ضایعات به محیط زیست خطور کند، اگر چه این موارد مهم هستند اما اهمیت و مزایای زنجیره‌ی تأمین سبز محدود به کاهش مصرف مواد سمی و خطرناک یا کاهش آلاینده‌های مضر نمی‌شود. اصول زنجیره‌ی تأمین سبز می‌تواند برای تمام بخش‌های یک سازمان بکار گرفته شود و اثرات آن می‌تواند در تمام زمینه‌های ملموس و ناملموس گسترش یابد. می‌توان مزایای انطباق با زنجیره‌ی تأمین سبز را به سه دسته‌ی مادی، غیر مادی و احساسی تقسیم نمود.

در توضیح مزیت‌های مادی، می‌توان به کاهش تاثیرهای منفی زیست‌محیطی بر محیط زیست، کاهش هزینه‌های تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان و مشتریان اشاره نمود و هم‌چنین موجب کاهش مصرف انرژی و منابع در جوامع خواهد شد. در خصوص مزیت‌های غیر مادی می‌توان به کاهش رد تأمین‌کنندگان، سهولت دستیابی برای تولیدکنندگان و رضایت مشتریان و ارضای بهتر نیازهای اجتماعی پرداخت و هم‌چنین مزایای احساسی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز به ترغیب سهام‌داران و ذی‌نفعان نسبت به محیط زیست، تصویر بهتر برای تأمین‌کنندگان و وادار کردن صنایع برای قبول مسئولیت در برابر جامعه اشاره داشت (Stevens 2002).

#### ۱-۲-۲- اهمیت کاربردی

این پژوهش با توجه به تشدید رقابت در جامعه‌ی کسب و کار امروز و عرضه‌ی محصول‌های سبز و هم‌چنین تئوری‌های بازاریابی برای شرکت‌های ایرانی دارای اهمیت می‌باشد.

### ۳-۱- اهداف تحقیق

#### ۱-۳-۱- هدف آرمانی

توسعه‌ی حوزه‌ی نظری تئوری‌های بازاریابی مرتبط با تأثیر مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر عملکرد سازمانی با استفاده از یافته‌های پژوهش.

#### ۱-۳-۲- هدف اصلی

تعیین تأثیر مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر عملکرد سازمانی.

#### ۱-۳-۳- اهداف فرعی

- تعیین تأثیر پیاده‌سازی روش‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر رضایت شغلی کارکنان.
- تعیین تأثیر رضایت شغلی کارکنان بر عملکرد کسب و کار در سطح شرکت.
- تعیین تأثیر رضایت شغلی کارکنان بر کارایی عملیاتی شرکتی که مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز را اجرا کرده است.
- تعیین تأثیر پیاده‌سازی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز بر کارایی عملیاتی شرکت.
- تعیین تأثیر کارایی عملیاتی بر عملکرد کسب و کار در سطح شرکت.
- تعیین تأثیر بهبود کارایی عملیاتی عرضه‌کننده، بر کارایی مبتنی بر رابطه، بین عرضه‌کننده و مشتریان بزرگ سازمانی.
- تعیین تأثیر پیاده‌سازی مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز، بر کارایی مبتنی بر رابطه، بین تأمین‌کننده و مشتریان بزرگ سازمانی.
- تعیین تأثیر کارایی مبتنی بر رابطه، بین تأمین‌کننده و مشتریان بزرگ سازمانی بر عملکرد کسب و کار تأمین‌کنندگان.

#### ۱-۳-۴- هدف کاربردی

ارائه‌ی پیشنهادهایی جهت بهبود عملکرد سازمانی از طریق مدیریت زنجیره‌ی سبز در شرکت سامسونگ گلف الکترونیکس.