





دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده مدیریت، گروه مدیریت صنعتی
پایان نامه برای درجه کارشناسی ارشد (MA) رشته مدیریت صنعتی
گرایش: تولید

عنوان:
بررسی ارتباط بین زنجیره تامین سبز و بهره وری در شرکت ایران
خودرو

استاد راهنما:
دکتر احمد اصلی زاده

استاد مشاور:
دکتر علیرضا سلوکدار

پژوهشگر:
نرگس سحابی

زمستان 1390



ISLAMIC AZAD UNIVERSITY

Central Tehran Branch

Faculty Of management -Department of Industrial Management

"M . A" Thesis

On Production

Subject:

**The evaluation of the relationship between Green Supply Chain
Mnagement (GSCM) and productivity in IRAN KHODRO CO.**

Advisor:

Dr. Ahmad Aslizadeh

Reader:

Dr. Alireza Solukdar

By:

Nargess sahabi

Winter 2012

سپاسگذاری:

ایزد پاک را شاکرم که قدم هایم را در راه علم استوار نمود و اشتیاق به دانستن را در وجودم نهادینه ساخت، باشد که قدردان لطف و رحمتش باشم.

بر خود واجب می دانم از تمام کسانی که در فرآیند انجام این پژوهش یاور و همراه و پشتیبانم بودند تشکر و قدردانی نمایم:

از استاد گرانقدر، جناب آقای دکتر اصلی زاده؛ که همواره و بی دریغ یاریگر و راهنمای من بودند کمال سپاس و قدردانی را دارم، همچنین از استاد مشاور گرامی، جناب دکتر سلوکار برای راهنمایی های سودمندشان سپاسگذارم.

از جناب دکتر حقیقت که همواره دلگرم به راهنمایی ها و پشتیبانی های علمی ایشان بودم صمیمانه قدردانی می نمایم.

از دوست و برادر گرامی آقای محمد کاظم کشورشاهی و همچنین آقای محسن زمانی که در هیچ زمانی از کمک و راهنمایی های ایشان بی بهره نبودم از صمیم قلب سپاسگذارم، و در پایان از تمامی دوستان خوب و عزیزم که هر یک به نحوی مرا در انجام این تحقیق یاری نمودند کمال تشکر را دارم.

تقدیم به :

این مجموعه ذره ای است کوچک از دنیای بی
انتهای علم، که تقدیم می شود به بهترین
اساتید زندگی
که الفبای عشق را به من آموختند
پدر و مادر نازنینم

و تمامی آنان که بودنشان انگیزه ای است
برای سالم زیستن و عاشق زیستن

فهرست مطالب

1	چکیده
	فصل اول: کلیات تحقیق
3	مقدمه
4	1-1- بیان مسئله
5	2-1- اهمیت موضوع و انگیزه انتخاب
5	3-1- اهداف تحقیق
6	4-1- فرضیه یاسئوالات تحقیق
6	1-4-1- فرضیه اصلی
6	2-4-1- فرضیه های فرعی
6	5-1- قلمروی تحقیق
7	6-1- مدل تحقیق
7	7-1- روش تحقیق
8	8-1- ابزارهای گردآوری داده ها (اطلاعات)
8	9-1- جامعه آماری
8	10-1- نمونه، روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
8	11-1- محدودیت های تحقیق
8	12-1- تعاریف متغیرها و اطلاعات بکار رفته در تحقیق
	فصل دوم: ادبیات تحقیق
12	1-2- زنجیره تأمین
12	1-1-2- مقدمه
13	2-1-2- تاریخچه و سیر تحول زنجیره تأمین
18	3-1-2- تعریف زنجیره تأمین
23	4-1-2- اهداف زنجیره تأمین
23	1-4-1-2- اهداف اصلی
24	2-4-1-2- اهداف فرعی
24	5-1-2- رویکردهای جدید در زنجیره تأمین
24	1-5-1-2- زنجیره تأمین الکترونیکی
25	2-5-1-2- زنجیره تأمین ناب و چابک
26	3-5-1-2- زنجیره تأمین خرده فروشی
26	4-5-1-2- زنجیره تأمین سبز
27	5-5-1-2- زنجیره تأمین پروژه های اصلی

- 27-2-2- زنجیره تأمین سبز..... 27
- 27-2-2-1-2-2- مقدمه..... 27
- 30-2-2-2- مفهوم سبز و اهمیت آن..... 30
- 32-2-2-3- زنجیره تأمین سبز چیست..... 32
- 36-2-2-4- تعاریف زنجیره تأمین سبز..... 36
- 37-2-2-5- چرا زنجیره تأمین سبز؟..... 37
- 38-2-2-6- اصول مدیریت زنجیره تأمین سبز..... 38
- 38-2-2-6-1- مدیریت زیست‌محیطی..... 38
- 41-2-2-6-2- مدیریت زنجیره‌ی تأمین پایدار..... 41
- 44-2-2-7- موانع و مزیت‌های مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز..... 44
- 47-2-2-8- انجام ابتکارات سبز توسط تولید کنندگان و تأمین کنندگان..... 47
- 49-2-2-8-1- علل آلودگی..... 49
- 50-2-2-8-2- هزینه‌های آلودگی..... 50
- 50-2-2-8-3- مزایای پشتیبانی زیست محیطی..... 50
- 51-2-2-8-4- استراتژی‌های زیست محیطی..... 51
- 51-2-2-9- انجام ابتکارات سبز توسط دولت و سازمان‌های غیر انتفاعی..... 51
- 53-2-2-10- انجام ابتکارات سبز توسط خرده فروشان..... 53
- 54-2-2-11- انجام ابتکارات سبز توسط مصرف کنندگان..... 54
- 55-2-2-12- مؤلفه‌های زنجیره تأمین سبز..... 55
- 56-2-2-12-1- طراحی سبز..... 56
- 59-2-2-12-1-1- اصول و مبانی طراحی سبز..... 59
- 60-2-2-12-2- بازاریابی سبز..... 60
- 62-2-2-12-2-1- سطوح بازاریابی سبز..... 62
- 63-2-2-12-2-2- عصرهای بازاریابی سبز..... 63
- 65-2-2-12-2-3- استراتژی‌های بازاریابی سبز..... 65
- 69-2-2-12-3- خرید سبز..... 69
- 69-2-2-12-3-1- ادبیاتی بر انتخاب تأمین کنندگان..... 69
- 69-2-2-12-3-2- انتخاب تأمین کنندگان با توجه به الزامات محیطی..... 69
- 71-2-2-12-3-3- اصول کلی خرید سبز..... 71

72.....	4-12-2-2-تولید سبز.....
72.....	1-4-12-2-2-چارچوبهای رایج تولید سبز.....
74.....	5-12-2-2- بسته بندی و حمل و نقل سبز.....
74.....	6-12-2-2-بازیافت سبز.....
77.....	3-2- بهره وری.....
77.....	1-3-2-مقدمه.....
77.....	2-3-2-تعاریف بهره وری.....
78.....	3-3-2-فرآیند چرخه مدیریت بهبود بهره وری.....
79.....	4-3-2- برخی سوء برداشتها در مورد بهره وری.....
81.....	5-3-2- سه استراتژی عمده برای بهبود بهره وری.....
82.....	5-3-2-انواع بهره وری.....
82.....	6-3-2-چرخه بهره وری.....
	7-3-2-تعریف سیستم اندازه گیری بهره وری در واحدهای
83.....	تولیدی.....
84.....	1-4-2- پیشنهاد تحقیقات داخلی.....
86.....	2-4-2- پیشنهاد تحقیقات خارجی.....
	فصل سوم: روش تحقیق
89.....	1-3-مقدمه.....
89.....	2-3-روش تحقیق.....
90.....	3-3-جامعه آماری.....
90.....	4-3-حجم نمونه و روش اندازه گیری.....
91.....	5-3-متغیرهای مستقل و وابسته.....
91.....	6-3-ابزار جمع آوری اطلاعات.....
92.....	1-6-3-پرسش نامه تحقیق.....
97.....	2-6-3-تعیین پایایی(قابلیت اعتماد) پرسشنامه.....
98.....	3-6-3-تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه.....
99.....	7-3-روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
99.....	1-7-3-آزمون کولموگروف- اسمیرنوف.....
100.....	2-7-3-آزمون t یک نمونه.....
100.....	3-7-3-آزمون فریدمن.....
	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
103.....	1-4-مقدمه.....
103.....	2-4-آمار توصیفی در راستای فرضیه های تحقیق.....

- 103.....1-2-4- آمار توصیفی مرتبط با طراحی سبز
- 104.....2-2-4- آمار توصیفی مرتبط با خرید سبز
- 105.....3-2-4- آمار توصیفی مرتبط با تولید سبز
- 106.....4-2-4- آمار توصیفی مرتبط با بازاریابی سبز
- 107.....5-2-4- آمار توصیفی مرتبط با حمل و نقل و بسته بندی سبز
- 108.....6-2-4- آمار توصیفی مرتبط با بازیافت سبز
- 109.....3-4- تحلیل استنباطی فرضیه‌های تحقیق
- 109.....1-3-4- وضعیت نرمال بودن داده‌ها
- 110.....2-3-4- بررسی فرضیه‌های تحقیق
- 110.....1-2-3-4- تحلیل فرضیه اول پژوهش
- 112.....2-2-3-4- تحلیل فرضیه دوم پژوهش
- 113.....3-2-3-4- تحلیل فرضیه سوم پژوهش
- 114.....4-2-3-4- تحلیل فرضیه چهارم پژوهش
- 115.....5-2-3-4- تحلیل فرضیه پنجم پژوهش
- 116.....6-2-3-4- تحلیل فرضیه ششم پژوهش
- 117.....7-2-3-4- تحلیل فرضیه اصلی پژوهش
- 4-4- رتبه بندی فرضیه‌های پذیرفته شده با استفاده از آزمون فریدمن
- 119.....
- فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
- 121.....1-5-مقدمه
- 121.....2-5- نتایج و یافته‌های تحقیق
- 121.....1-2-5- نتیجه بررسی ارتباط بین طراحی سبز و بهره وری
- 122.....2-2-5- نتیجه بررسی ارتباط بین خرید سبز و بهره وری
- 122.....3-2-5- نتیجه بررسی ارتباط بین تولید سبز و بهره وری
- 123.....4-2-5- نتیجه بررسی ارتباط بین بازاریابی سبز و بهره وری
- 123.....5-2-5- نتیجه بررسی ارتباط بین حمل و نقل و بسته بندی سبز و بهره وری
- 124.....6-2-5- نتیجه بررسی رابطه بین بازیافت سبز و بهره وری
- 124.....7-2-5- نتیجه بررسی فرضیه اصلی؛ رابطه‌ی زنجیره تأمین سبز و بهره وری
- 125.....8-1-5- نتیجه گیری کلی
- 125.....3-5- پیشنهاداتی جهت کاربرد نتایج تحقیق

- 126.....1-3-5- پیشنهادات کاربردی در زمینه‌ی طراحی سبز
- 126.....2-3-5- پیشنهادات کاربردی در زمینه‌ی خرید سبز
- 128.....3-3-5- پیشنهادات کاربردی در زمینه تولید سبز
- 128.....4-3-5- پیشنهادات کاربردی در زمینه بازاریابی سبز
- 129.....4-5- پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی

پیوست

پیوست شماره 1: گروه صنعتی ایران خودرو (شرکت مورد مطالعه):135
 پیوست شماره 2:

پرسشنامه.....

.....

145.....

چکیده

.....انگلیسی.....

.....

150.....

فهرست جدول ها

- جدول 2-1: مزیت های سازمانی مدیریت زنجیره ی تامین سبز 43
- جدول 3-1: پرسشنامه میزان ارتباط بین زنجیره تامین سبز و بهره وری 98
- جدول 4-1: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با طراحی سبز..... 98
- جدول 4-2: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با خرید سبز..... 99
- جدول 4-3: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با تولید سبز..... 100
- جدول 4-4: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با بازاریابی سبز..... 101
- جدول 4-5: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با حمل و نقل و بسته بندی سبز..... 102
- جدول 4-6: توزیع فراوانی و درصد پاسخ افراد نمونه آماری به سوالهای مرتبط با بازیافت سبز..... 103
- جدول 4-7: وضعیت نرمال بودن داده ها 105
- جدول 4-8: آمار توصیفی مولفه طراحی سبز..... 106
- جدول 4-9: نتایج آزمون t-test طراحی سبز 106
- جدول 4-10: آمار توصیفی مولفه خرید سبز 107
- جدول 4-11: نتایج آزمون t-test خرید سبز..... 107
- جدول 4-12: آمار توصیفی مولفه تولید سبز 108
- جدول 4-13: نتایج آزمون t-test تولید سبز..... 108
- جدول 4-14: آمار توصیفی مولفه بازاریابی سبز 109
- جدول 4-15: نتایج آزمون t-test بازاریابی سبز 109

- جدول 4-16 : آمار توصیفی مولفه حمل و نقل و بسته بندی سبز..... 110
- جدول 4-17 : نتایج آزمون t-test حمل و نقل و بسته بندی سبز..... 111
- جدول 4-18 : آمار توصیفی مولفه بازیافت سبز..... 111
- جدول 4-19 : نتایج آزمون t-test بازیافت سبز..... 112
- جدول 4-20 : آمار توصیفی مولفه زنجیره تامین سبز..... 113
- جدول 4-21 : نتایج آزمون t-test خرید سبز..... 113
- جدول 4-22:جدول آزمون فریدمن..... 114
- جدول 4-23: جدول رتبه بندی عوامل..... 114

فهرست نمودارها

- نمودار 1-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با طراحی سبز.....99
- نمودار 2-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با خرید سبز.....100
- نمودار 3-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با تولید سبز.....101
- نمودار 4-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با بازاریابی سبز.....101
- نمودار 5-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با حمل و نقل و بسته بندی سبز.....103
- نمودار 6-4 میانگین نهایی درصد پاسخگویان به سوال‌های مرتبط با بازیافت سبز.....104

فهرست شکل‌ها

- شکل 1-1: مدل مفهومی تحقیق 6
- شکل 1-2: زنجیره تامین 20
- شکل 2-2: مفهوم زنجیره تامین سبز 31
- شکل 3-2: ساختار زنجیره تامین سبز 34
- شکل 4-2: 4 مرحله زنجیره تامین سبز 36
- شکل 5-2: زنجیره های تامین یک و چند ردیفه 41
- شکل 6-2: مولفه های زنجیره تامین سبز 54

چکیده:

یکی از بحران‌هایی که امروزه گریبانگیر کلان‌شهرها شده است، مسأله‌ی آلودگی هوا می‌باشد. در دهه‌ی اخیر مسأله محیط زیست و آلودگی به قدری مورد توجه کشورها و دولت‌ها قرار گرفته است که ورود مسائل زیست محیطی را به حوزه‌ها و شاخه‌های مختلف منجر شده است، یکی از حوزه‌های مهمی که به نظر می‌رسد نقش مهمی را در این زمینه ایفا خواهد نمود حوزه‌ی مدیریت است. در این تحقیق به مبحث جدید "زنجیره تامین سبز" پرداخته ایم. زنجیره تامین سبز، اشاره به رعایت مسائل زیست محیطی در تمامی چرخه‌ی عمر یک محصول، از تامین کننده تا خریدار و سپس بازیافت محصول را دارد، به نحوی که می‌تواند به مدیریت بحران زیست محیطی کمک کند. با توجه به تأکیدی که در سازمانها بر بهره‌وری با هدف استفاده صحیح و موثر از منابع در راستای اهداف سازمانی شده است و نیز با توجه به الزاماتی که قوانین ملی و بین‌المللی در مورد مسائل زیست محیطی دارند، مصالحه و سازشی مناسب و شایسته بین اهداف دوگانه رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست و ادغام این دو مهم (مسأله بهره‌وری و حفاظت زیست محیطی) حائز اهمیت است. به این ترتیب در پژوهش حاضر با هدف آشنایی دادن صنایع و محیط زیست با استراتژی برد-برد به بررسی ارتباط بین زنجیره تامین سبز و بهره‌وری پرداخته شده است، تا در صورت وجود ارتباط، مشوقی باشد برای مدیران محترم شرکتها و صنایع تولیدی و خدماتی که سهم عمده‌ای در ایجاد خطرات محیط زیست و به خصوص بحران آلودگی هوا دارند. روش تحلیل آماری که برای این تحقیق انجام شده است، روش *t-test* می‌باشد. شرکت ایران خودرو که بزرگترین تولیدکننده‌ی خودرو در ایران می‌باشد، به دلیل ماهیت تولیدی منجر به آلودگی محیط زیست می‌شود، با توجه به حس مسئولیت این شرکت در قبال محیط زیست، همکاری‌های لازم با محقق به عمل آمده است. نتیجه نهایی مویید وجود این ارتباط است.

کلمات کلیدی: مدیریت سبز، زنجیره تامین سبز، بهره‌وری، مدیریت بحران

فصل اول کلیات تحقیق

مقدمه

فعالیت‌های صنعتی به دلیل ماهیت تکنولوژی آن بالقوه محیط زیست را آلوده می‌کند. بنابراین چنانچه به پیامدها و مسائل زیست محیطی آن توجه نشود، باید هزینه‌های کلانی برای رفع خسارت و ضایعات ناشی از عدم توجه به این موضوع صرف شود. پیشگیری و کنترل آلودگی‌های زیست محیطی صنعت می‌تواند به بهبود فرایند تولید، افزایش سوددهی (در بلند مدت) و دستیابی به بازارهای جهانی که به تازگی نسبت به محیط زیست بسیار حساس شده‌اند کمک کند. بنابراین تولید با حداقل اتلاف و لطمه‌های زیست محیطی باید یکی از اهداف جدی صنعت باشد.

با توجه به تأکیدی که در سازمان‌ها بر بهره‌وری با هدف استفاده صحیح و موثر از منابع در راستای اهداف سازمانی شده است و نیز با توجه به الزاماتی که قوانین ملی و بین‌المللی در مورد مسائل زیست محیطی دارند، مصالحه و سازشی مناسب و شایسته بین اهداف دوگانه رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست و ادغام این دو مهم (مساله بهره‌وری و حفاظت زیست محیطی) حائز اهمیت است.

ضرورت سبز شدن زنجیره تأمین زمانی مطرح شد که از یک طرف دولت‌ها فشارهایی را برای استانداردهای زیست محیطی لحاظ نمودند و از طرف دیگر تقاضای مشتریان برای عرضه محصولات سبز (بدون اثر مخرب بر محیط زیست) به وجود آمد، لذا مفهوم زنجیره تأمین سبز مطرح شد. امروزه از زنجیره تأمین سبز به عنوان یک سلاح استراتژیک جهت کسب مزیت رقابتی پایدار استفاده می‌شود، و مدیران زنجیره تأمین سبز اهداف خود را بر اساس سه موضوع مهم: طراحی سبز (محصول)، تولید سبز (فرآیند) و بازیافت محصول، پایه‌گذاری می‌کنند که نشان می‌دهد مفهوم زنجیره تأمین سبز باید در تمام چرخه عمر محصول لحاظ شود تا از بهبود عملکرد زیست محیطی اطمینان حاصل شود.

اگر بهره‌وری را به زیر مجموعه‌هایی چون اثربخشی، کارایی، سود آوری، کیفیت، و نوآوری تقسیم کنیم، به نظر می‌رسد زنجیره‌ی تأمین سبز بتواند نقش موثری بر هر یک از این مولفه‌ها ایفا کند، در این تحقیق به بررسی وجود یا عدم وجود ارتباط بین زنجیره تأمین سبز و بهره‌وری سازمان پرداخته می‌شود.

شرکت ایران خودرو بزرگترین شرکت خودرو سازی کشور می‌باشد که تا به حال افتخارات زیادی در زمینه‌ی رعایت مسائل زیست محیطی کسب نموده است، و از آنجا که تحقیق حاضر به بررسی ارتباط زنجیره تأمین سبز بر بهره‌وری پرداخته است، این شرکت گزینه‌ی مناسبی برای تحقیق این موضوع می‌باشد.

1-1- بیان مسئله:

در گذشته چرخه‌ی عمر محصول شامل فرایندها از فاز طراحی تا محصول بود، اما رویکرد مدیریت محیط زیست موجب گردید که این مفهوم تبدیل به فرایندهایی شود که شامل تهیه مواد اولیه، طراحی، ساخت، استفاده و بازیافت و مصرف مجدد و تشکیل یک حلقه بسته از جریان مواد برای کاهش مصرف منابع و کاهش اثرات مخرب زیست محیطی شود.

اساس زنجیره تأمین سبز بر یکپارچگی مدیریت محیط زیست و مدیریت زنجیره تأمین برای کنترل اثرات زیست محیطی در چرخه عمر محصول به وسیله‌ی تسهیم اطلاعات و هماهنگی و همکاری تمام اعضای زنجیره تأمین است. و سه مفهوم کلی طراحی سبز (محصول)، تولید سبز (فرآیند) و بازیافت محصول، را پایه‌گذاری کرده است.

بنابراین مدیریت زنجیره تأمین سبز، یکپارچه کننده مدیریت زنجیره تأمین با الزامات زیست محیطی در تمام مراحل طراحی محصول، انتخاب و تأمین مواد اولیه، تولید و ساخت، فرآیندهای توزیع و انتقال، تحویل به مشتری و در آخر پس از مصرف، مدیریت بازیافت و مصرف مجدد به منظور بیشینه کردن میزان بهره وری مصرف انرژی و منابع همراه با بهبود عملکرد کل زنجیره تأمین است. آنچه به عنوان سوال اصلی در این تحقیق مطرح می‌شود، اینست که آیا زنجیره تأمین سبز بر روی بهره وری شرکت اثری دارد.

1-2- اهمیت موضوع و انگیزه انتخاب:

مدیریت زنجیره تأمین که تمام فعالیت‌های مرتبط با تبدیل جریان کالا از مرحله ماده خام تا تحویل به مصرف کنندگان نهایی را به موازات جریان اطلاعات در سرتاسر زنجیره تأمین در بر می‌گیرد، تأثیر مهمی بر محیط زیست دارد.

امروزه در صنعت به دلیل کوتاه شدن دوره عمر آن‌ها و متنوع شدن محصولات، تصمیم‌گیری در مدیریت زنجیره تأمین از حساسیت خاصی برخوردار است. پرداختن به زنجیره تأمین سبز از دیدگاه‌های ذیل دارای اهمیت است:

1. ایجاد مطلوبیت و رضایت مندی از نظر زیست محیطی در سراسر زنجیره تأمین و دستیابی به بازار جدید از طریق عرضه محصولات سازگار با محیط زیست
2. کاهش هزینه‌ها از طریق صرفه جویی در منابع، هزینه سوخت، تعداد ساعات کاری کارگران، حذف ضایعات و بهبود بهره وری.
3. بهره مندی از مزایای رقابتی از طریق خلق و ارائه ارزش برای مشتریان و رضایت مندی و وفاداری مشتریان نسبت به محصولات و نهایتاً افزایش سودآوری بنگاه. (چینی فروش، شیخ زاده، 1389)

همچنین بهره وری فراتر از یک معیار، به عنوان یک فرهنگ و نگرش به کار و زندگی مطرح شده است و بهبود آن منشا اصلی توسعه اقتصادی است. از آنجایی که زنجیره تأمین سبز اهدافی چون کاهش ضایعات و پرهیز از اتلاف منابع و انرژی را پیگیری می‌کند، و چنین اهدافی با بهره وری شرکت ارتباطی مستقیم دارد، لذا ضرورت بررسی ارتباط بین این مفاهیم ضروری به نظر می‌رسد. (APO، 1376)

1-3- اهداف تحقیق:

- الف) آشنایی با مفاهیم، چارچوب و اجزای زنجیره تأمین سبز
- ب) میزان ارتباط بین زنجیره تأمین سبز و میزان بهره وری شرکت
- ج) ارائه مدلی جامع که ارتباط بین بهره وری و زنجیره تأمین سبز را بیان می‌کند

1-4- فرضیه یاسئوالات تحقیق:

1-4-1- فرضیه اصلی

رابطه ی معنی داری بین زنجیره تأمین سبز و بهره وری سازمان وجود دارد.

1-4-2- فرضیه‌های فرعی:

1. رابطه‌ی معنی داری بین طراحی سبز و بهره وری سازمان وجود دارد.

2. رابطه‌ی معنی داری بین بازاریابی سبز و بهره وری وجود دارد.

3. رابطه‌ی معنی داری بین تولید سبز و بهره وری وجود دارد.

4. رابطه معنی داری بین خرید سبز و بهره وری وجود دارد.

5. رابطه معنی داری بین بسته بندی و حمل و نقل سبز و بهره وری وجود دارد.

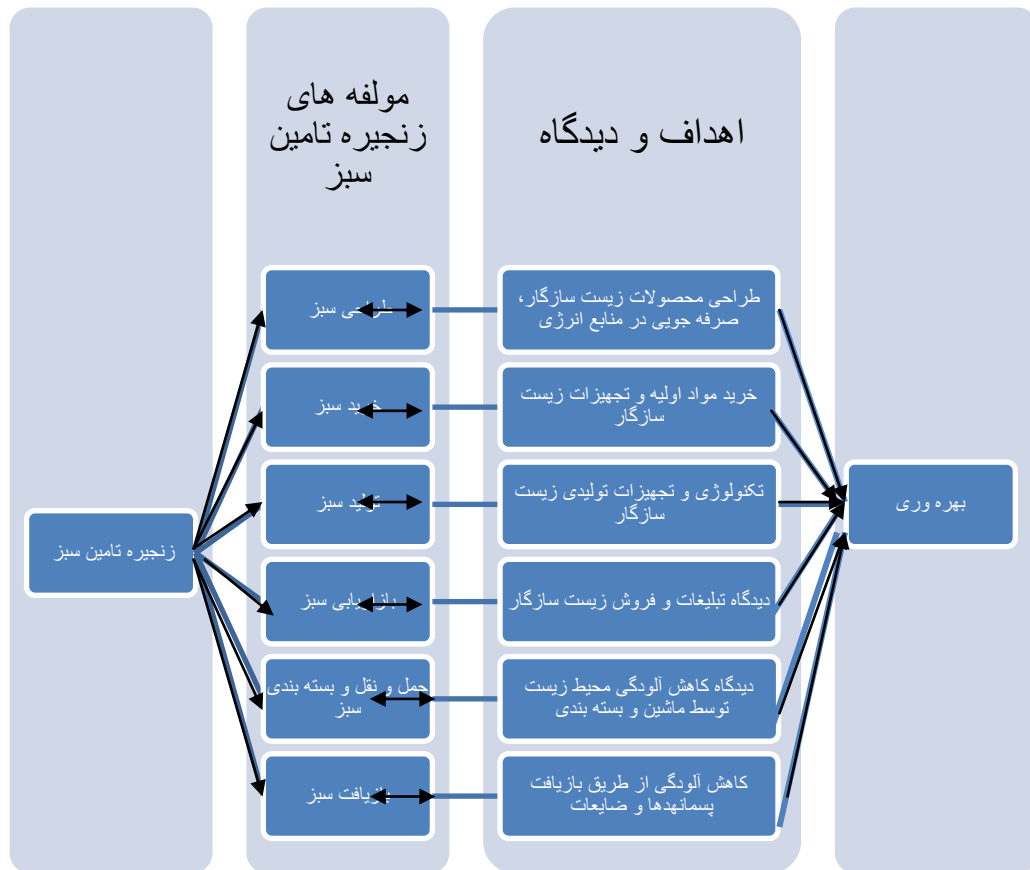
6. رابطه معنی داری بین بازیافت سبز و بهره وری وجود دارد.

1-5- قلمروی تحقیق:

قلمرو موضوعی: این تحقیق به بررسی ارتباط زنجیره تأمین سبز بر بهره وری سازمان می‌پردازد
قلمرو مکانی: این تحقیق در شرکت ایران خودرو که بزرگترین تولید کننده‌ی خودروی ایران است
انجام می‌گیرد.

قلمرو زمانی: این تحقیق در بازه‌ی زمانی 6 ماهه از ابتدای تیر ماه تا انتهای آذر ماه سال 1390 به
بررسی داده‌ها پرداخته است.

1-6- مدل تحقیق:



شکل 1-1- مدل مفهومی تحقیق

1-7- روش تحقیق:

روش پژوهشی تحقیق بنیادی از نوع توصیفی است و در قسمت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار استنباطی جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود که ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها بر حسب روش آزمون فرضیه‌ی آماری جهت تعیین رابطه به صورت روش T_STUDENT می‌باشد.

1-8- ابزارهای گردآوری داده‌ها (اطلاعات):

ابزارهای گردآوری اطلاعات به صورت پرسش نامه . مشاهدات و تحقیق کتابخانه‌ای می‌باشد.

1-9- جامعه آماری:

جامعه‌ی آماری این تحقیق مدیران و سرپرستان شرکت ایران خودرو و تعداد آن 40 نفر می‌باشد.

1-10- نمونه، روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه:

از آنجا که جامعه آماری مورد بررسی از تعداد محدودی برخوردار بود، نمونه‌گیری به صورت سرشماری از یک جامعه آماری می‌باشد.

بدین ترتیب حجم نمونه 40 نفر در نظر گرفته شده است.

11-1- محدودیت‌های تحقیق (در صورت وجود):

عدم وجود پایان نامه‌ها و مقالات، همچنین ناکافی بودن مطالب و تحقیقات انجام شده در راستای کار این تحقیق به علت نو بودن موضوع حاضر از محدودیت‌ها و مشکلات برجسته این پایان نامه می‌باشد.

12-1- تعاریف متغیرها و اطلاعات بکار رفته در تحقیق:

• **بهره وری:** "مقدار کالا و یا خدمات تولید شده در مقایسه با هر واحد از انرژی و یا کار هزینه شده". به دیگر سخن بهره‌وری عبارتست از بدست آوردن حداکثر سود ممکن با بهره‌گیری و استفاده بهینه از نیروی کار، توان، استعداد و مهارت نیروی انسانی، زمین، ماشین، پول، تجهیزات، زمان، مکان و... به منظور ارتقاء رفاه جامعه.

• **زنجیره تأمین سبز:** زنجیره‌ی تأمین سبز تأثیرات زیست‌محیطی را قبل از این که رخ دهند، کنترل و مدیریت می‌کند. زنجیره‌ی تأمین سبز تأثیرات زیست‌محیطی مخرب و نامناسب فرآیندهای زنجیره‌ی تأمین در سازمان را شناسایی و بین مدیریت زنجیره‌ی تأمین و مدیریت زیست‌محیطی در راستای رضایت تأمین‌کنندگان، فروشندگان، دولت، سازمان‌های غیرانتفاعی و تمامی مصرف‌کنندگان، تعادل برقرار می‌کند.

• **طراحی سبز:** یا طراحی پایدار، نوعی نگرش به دنیا را مطرح می‌کند که با پیروی از اصولی خاص، تعامل بین مصرف منابع در حال و آینده را مورد توجه قرار داده و همواره در جهت منافع بلند مدت بشر گام برمی‌دارد.

• **بازاریابی سبز:** یک استراتژی بازاریابی است که از طریق ایجاد مزایای قابل تشخیص محیطی بر اساس آنچه که مشتری انتظار آن را دارد از محیط حمایت می‌کند (سالمون و استوارت، 1997).

• **خرید سبز:** در فرایند تولید و عرضه محصولات، مقادیر زیادی از مواد اولیه، ملزومات اداری و... لازم است. برای این که شرکت‌ها بتوانند محصولات سبز تولید نمایند، باید از مواد و محصولات استفاده کنند که با معیارهای زیست محیطی سازگار باشد (Koshibu, 2001).

• **تولید سبز:** تولید سبز تحت عنوان محصولات سبز یا تولید با در نظر گرفتن ملاحظات زیست محیطی شناخته شده است، با هدف ذخیره انرژی و کاهش مصرف و کنترل آلودگی در طی فرآیند تولید داخلی با پیشرفته‌ترین تکنولوژی و مدیریت، در راستای حداقل سازی آلودگی و ضایعات (Huiyu & weiwei, 2010, 17).

• **بسته بندی و حمل و نقل سبز:** از اوایل 1992، بسته بندی محصولات یکی از عوامل مهم برای گروهی از مشتریان، آژانس‌های دولتی، تولید کنندگان، و رسانه‌های بازاریابی شده است چنان که مسئولیت پذیری محیطی قسمتی از زندگی روزانه به حساب آمد (W. Wossen K & Dharmendra V, 1992).

حمل و نقل مناسب می‌تواند موجب همکاری مثبت با محیط زیست شود. که سازگار با جامعه و اقتصاد می‌باشد (Schafer, A 1998).

• **بازیافت سبز:** بازیافت سبز در بحث زنجیره تأمین سبز نیز تحت عنوان لجستیک معکوس شناخته شده است. در دهه گذشته تحقیقات فراوانی در این زمینه صورت گرفته است.