



دانشکده ی فنی و مهندسی

پایان نامه جهت دریافت مدرک کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - گرایش

مدیریت سیستم و بهره‌وری

عنوان:

نقش مدیریت زنجیره تامین سبز بر دستیابی به مزیت رقابتی در صنایع تولید لوازم

خانگی

استاد راهنما:

دکتر سعید امام قلی زاده

استاد مشاور:

دکتر سید حمید رضا رضوی

پژوهشگر:

ایمان ولایی

خرداد ۱۳۹۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقدیم به پدر و مادرم:

خدای رابی شاگردم که از روی کرم، پدر و مادری فدکار نسیم ساخته تا در سایه درخت  
پر بار و جودشان بیسایم و از ریشه آنها شاخ و برگ کیرم و از سایه و جودشان در راه  
کسب علم و دانش تلاش نمایم. والدینی که بودندشان تاج افتخاری است بر سرم و  
نشان دلیلی است بر بودنم، چرا که این دو وجود، پس از پروردگار، مایه هستی ام بوده  
اند، دستم را گرفتند و راه رفتن را در این وادی زندگی پر از فراز و نشیب آموختند.  
آموزگارانی که برایم زندگی، بودن و انسان بودن را معنا کردند...

## پاس‌گزاری

نمی‌توانم معنایی بالاتر از تقدیر و شکر بر زبانم جاری سازم و پاس‌خود را در وصف استادان خویش آشکار نمایم، که هر چه گویم و سرایم، کم گفته‌ام.

اکنون که به لطف پرورگار ماحل تحقیق به سرانجام رسید بر خود لازم می‌دانم صمیمانه‌ترین پاس‌گزاری‌ها را انشاء استایدانید شمنده و فرزانه خود برابر دارم.

از استاد راهنمای بزرگوارم جناب آقای دکتر امام قلی زاده به پاس راهنمایی‌های ارزشمندشان در طول دوران تحقیق، صمیمانه پاس‌گزارم.

از کمک‌های بی‌شائبه استاد مشاور بزرگوارم جناب آقای دکتر رضوی، صمیمانه پاس‌گزارم.

از استاید محترم داور جناب آقایان دکتر صالحی عمران و دکتر جانی لیکوپی، کمال شکر را دارم.

از مدیریت و همه کارکنان شرکت‌های والا صنعت و خزر گاز که در طول این مدت به‌کاری‌های لازم را انجام دادند، صمیمانه پاس‌گزاری می‌کنم.

از مدیریت محترم تحصیلات تکمیلی جناب آقای دکتر طلوعی، کمال شکر را دارم.

ایمان ولایی

۱۳۹۳/۰۳/۱۰

## چکیده

با توجه به بازار رقابتی عصر حاضر و اهمیت مسائل زیست محیطی، مدیریت زنجیره تامین سبز به یکی از مسائل برای سازمان ها و شرکت ها تبدیل شده است، مدیریت زنجیره تامین سبز در زمینه بهبود عملکرد زیست محیطی زنجیره تامین مزایا و منافع زیادی را مانند صرفه جویی در منابع انرژی، کاهش آلاینده ها، حذف یا کاهش ضایعات، ایجاد ارزش برای مشتریان و در نهایت ارتقای بهره وری را برای شرکت ها و سازمان به همراه خواهد داشت. این پژوهش به بررسی و تحلیل مولفه های زنجیره تامین سبز و تاثیر آن بر مزیت رقابتی پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان شرکت های والا صنعت و خزرگاز تشکیل می دهند. سوالاتی بر اساس پرسشنامه در اختیار کارکنان این شرکت قرار گرفته است، نرخ بازگشت پرسشنامه ۸۵٪ بوده است. داده های جمع آوری شده توسط نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته، و در این راستا از آزمون T استفاده شده است و همچنین از نرم افزار Smart PLS برای مدل یابی معادلات ساختاری و بررسی کیفیت ابزار اندازه گیری استفاده شده است. پایایی ابزار اندازه گیری به وسیله آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت که مقدار ۰/۸۵ را نشان می دهد که بیانگر قابلیت اعتماد بالای ابزار اندازه گیری می باشد. نتیجه تحقیق بیانگر این است که تمامی مولفه های به کار گرفته شده در پرسشنامه، رابطه مستقیمی با دستیابی به مزیت رقابتی در شرکت والا صنعت و خزرگاز دارند.

**واژگان کلیدی:** زنجیره تامین، مدیریت زنجیره تامین، مدیریت زنجیره تامین سبز، مزیت رقابتی

## فهرست

### فصل اول - کلیات تحقیق

۱-۱	مقدمه	۲
۲-۱	بیان مساله	۲
۳-۱	ضرورت و اهمیت تحقیق	۴
۴-۱	اهداف تحقیق	۴
۵-۱	روش تحقیق	۴
۶-۱	قلمرو تحقیق	۵
۸-۱	تعاریف عملیاتی	۵

### فصل دوم - ادبیات تحقیق

۱-۲	مدیریت زنجیره تامین	۸
۲-۲	مدیریت زنجیره تامین سبز	۹
۳-۲	مزایای مدیریت زنجیره تامین سبز (GSCM)	۱۱
۱-۳-۲	مزایای مادی	۱۲
۲-۳-۲	مزایای غیر مادی	۱۲
۳-۳-۲	مزایای احساسی	۱۲
۴-۲	راهبردهای مدیریت زنجیره تامین سبز	۱۵
۱-۴-۲	استراتژی مبتنی بر ریسک	۱۵
۲-۴-۲	استراتژی مبتنی بر کارایی	۱۵
۳-۴-۲	استراتژی مبتنی بر نوآوری	۱۶
۳-۴-۲	استراتژی حلقه بسته	۱۶
۵-۲	نقش زنجیره تامین سبز در کسب مزیت رقابتی	۱۸
۷-۲	نظریات سنتی مزیت	۳۰
۱-۷-۲	نظریه مزیت مطلق	۳۰

۳۰.....	۲-۷-۲ نظریه مزیت نسبی.....
۳۰.....	۳-۷-۲ نظریه هزینه فرصت‌های از دست رفته.....
۳۰.....	۴-۷-۲ نظریه هکشر(۱۹۱۹)- اوهلین(۱۹۳۳).....
۳۱.....	۸-۲ نظریه های جدید مزیت .....
۳۱.....	۱-۸-۲ نظریه تشابه ترجیحات.....
۳۱.....	۲-۸-۲ نظریه چرخه زندگی محصول.....
۳۲.....	۳-۸-۲ مزیت نسبی پویا.....
۳۲.....	۴-۸-۲ مزیت رقابتی.....
۳۶.....	۹-۲ ابعاد مزیت رقابتی .....
۳۶.....	۱-۹-۲ مزیت موقعیتی در مقابل مزیت پویا.....
۳۶.....	۲-۹-۲ مزیت متجانس در مقابل مزیت نامتجانس.....
۳۷.....	۳-۹-۲ مزیت مشهود در مقابل مزیت نامشهود.....
۳۷.....	۴-۹-۲ مزیت موقتی در مقابل پایدار.....
۳۷.....	۵-۹-۲ مزیت نسبی در مقابل مطلق.....
۳۷.....	۶-۹-۲ مزیت مستقیم در مقابل مزیت غیر مستقیم.....
۳۸.....	۷-۹-۲ مزیت بالقوه در مقابل مزیت بالفعل.....
۳۸.....	۸-۹-۲ مزیت ساده در مقابل مزیت مرکب.....
۳۸.....	۱۰-۲ مزیت رقابتی به عنوان یک منبع .....
۳۸.....	۱۱-۲ مروری بر تحقیقات گذشته .....
۳۸.....	۱-۱۱-۲ مروری بر تحقیقات داخلی.....
۳۹.....	۲-۱۱-۲ مروری بر تحقیقات خارجی.....
۴۶.....	۱۲-۲ مدل مفهومی تحقیق .....

### فصل سوم- روش تحقیق

۴۸.....	۱-۳ مقدمه .....
۴۸.....	۲-۳ روش تحقیق.....

۴۹.....	۱-۲-۳ تحقیقات علمی بر اساس هدف.....
۴۹.....	۲-۲-۳ تحقیقات علمی بر اساس ماهیت و روش.....
۴۹.....	۳-۳ جامعه آماری .....
۵۰.....	۴-۳ ابزار اندازه گیری اطلاعات .....
۵۰.....	۵-۳ روش گردآوری اطلاعات .....
۵۱.....	۶-۳ روش تجزیه و تحلیل اطلاعات .....
۵۱.....	۷-۳ مدل یابی معادلات ساختاری.....
۵۲.....	۸-۳ مدل یابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجذورات جزئی.....

### فصل چهارم - تجزیه و تحلیل اطلاعات

۵۴.....	۱-۴ مقدمه .....
۵۴.....	۲-۴ مشخصات فردی نمونه‌ها.....
۵۷.....	۳-۴ بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها.....
۵۸.....	۴-۴ آزمون فرضیه اصلی.....
۵۸.....	۱-۴-۴ فرضیه اول.....
۵۸.....	۲-۴-۴ فرضیه دوم.....
۵۸.....	۳-۴-۴ فرضیه سوم.....
۵۸.....	۳-۴-۴ فرضیه چهارم.....
۶۰.....	۶-۴ آزمون مدل .....

### فصل پنجم - نتیجه گیری

۷۴.....	۱-۵ مقدمه .....
۷۴.....	۲-۵ نتیجه گیری از فرضیه‌ها.....
۷۵.....	۱-۲-۵ نتیجه گیری از فرضیه اول.....
۷۵.....	۲-۲-۵ نتیجه گیری از فرضیه دوم.....
۷۶.....	۳-۲-۵ نتیجه گیری از فرضیه سوم.....
۷۶.....	۴-۲-۵ نتیجه گیری از فرضیه چهارم.....



۷۷.....	۳-۵ بحث
۷۸.....	۴-۵ پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده
۷۹.....	منابع
۸۹.....	پیوست ها

## فهرست جداول

- جدول ۲-۱- تلاش‌های انجام گرفته در زمینه مفهوم مدیریت زنجیره تامین سبز ..... ۲۳
- جدول ۲-۲-آزمون KMO و بارتلت ..... ۴۰
- جدول ۲-۳- متغیرهای تاثیر گذار بر زنجیره تامین سبز ..... ۴۱
- جدول ۲-۴- واریانس تبیین شده ..... ۴۲
- جدول ۲-۵- ماتریس چرخیده شده اجزا ..... ۴۳
- جدول ۴-۱- سطح تحصيلات نمونه ها ..... ۵۴
- جدول ۴-۲- خروجی آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (KS) ..... ۵۷
- جدول ۴-۳- ضریب همبستگی پیرسون ( شیوه های داخلی زنجیره تامین سبز و شیوه های خارجی زنجیره تامین سبز) ..... ۵۹
- جدول ۴-۴- ضریب همبستگی پیرسون ( شیوه های خارجی زنجیره تامین سبز و طراحی سازگار با محیط زیست) ..... ۵۹
- جدول ۴-۵- ضریب همبستگی پیرسون ( شیوه های داخلی زنجیره تامین سبز و مزیت رقابتی) ..... ۵۹
- جدول ۴-۶- ضریب همبستگی پیرسون ( طراحی سازگار با محیط زیست و مزیت رقابتی) ..... ۶۰
- جدول ۴-۷- بررسی اعتبار سازه های پژوهش ..... ۶۴
- جدول ۴-۱۸- بررسی کیفیت مدل ساختاری ..... ۷۲
- جدول ۴-۹- بررسی اعتبار مرکب هر یک از سازه ها ..... ۶۷
- جدول ۴-۱۰- محاسبه آلفای کرونباخ ..... ۶۷
- جدول ۴-۱۱- بررسی بار مقطعی گویه ها ..... ۶۸
- جدول ۴-۱۲- بررسی همبستگی متغیرهای مکنون ..... ۶۹
- جدول ۴-۱۳- بررسی همبستگی متغیرهای مکنون ..... ۶۹
- جدول ۴-۱۴- بررسی کیفیت ابزارهای اندازه گیری ..... ۷۰
- جدول ۴-۱۵- ضرایب مسیر (Beta) ..... ۷۱
- جدول ۴-۱۶- واریانس تبیین شده ..... ۷۱
- جدول ۴-۱۷- بررسی معنی داری مسیرها ..... ۷۲
- جدول ۴-۸- بررسی معنی داری بارهای عاملی ..... ۶۵

## فهرست شکل ها و نمودارها

- شکل ۲-۱- منبع: سرکار (۲۰۱۲) ..... ۲۱
- شکل ۲-۲- منبع: سرکار (۲۰۱۲) ..... ۲۲
- شکل ۲-۳- پاسمارد و کلینر (۲۰۰۰) ..... ۳۵
- شکل ۲-۴- مدل مفهومی تحقیق ..... ۴۶
- شکل ۴-۱- خروجی الگوریتم PLS ..... ۶۱
- شکل ۴-۳- خروجی آزمون Blindfolding ..... ۶۳
- شکل ۴-۲- خروجی آزمون Bootstrapping ..... ۶۲
- نمودار ۴-۱- سطح تحصیلات نمونه ها ..... ۵۵
- نمودار ۴-۲- توزیع فراوانی تعداد پاسخ دهندگان به مؤلفه دوم پرسشنامه (شیوه های داخلی زنجیره تامین سبز) ..... ۵۵
- نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی تعداد پاسخ دهندگان به مؤلفه سوم پرسشنامه ( طراحی سازگار با محیط زیست) ..... ۵۶
- نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی تعداد پاسخ دهندگان به مؤلفه اول پرسشنامه ( شیوه های خارجی زنجیره تامین سبز) ..... ۵۶

## پیوست ها

- پیوست شماره ۱ ..... ۹۰
- پیوست شماره ۲ ..... ۹۲

فصل اول:

کلیات تحقیق

## ۱-۱ مقدمه

زنجیره تامین<sup>۱</sup> بر تمام فعالیت‌های مرتبط با جریان و تبدیل کالاها از مرحله استخراج ماده خام تا تحویل به مصرف کننده نهایی و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن‌ها مشتمل می‌شود. به طور کلی، زنجیره تامین زنجیره ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با کالا و تبدیل مواد، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را شامل می‌شود. مدیریت زنجیره تامین یکی از ارکان اساسی در هر زنجیره تامین می‌باشد و نقشی بسیار حیاتی در بقا و تداوم فعالیت موفق زنجیره تامین در بازار رقابت جهانی دارد. مدیریت زنجیره تامین بر یکپارچه سازی فعالیت‌های زنجیره تامین و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن‌ها از طریق بهبود در روابط زنجیره، برای دستیابی به مزیت رقابتی قابل اتکا تاکید دارد.

بنابراین، مدیریت زنجیره تامین<sup>۲</sup> عبارت است از فرایند یکپارچه سازی فعالیت‌های زنجیره تامین و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن، از طریق بهبود و هماهنگ سازی فعالیت‌ها در زنجیره تامین تولید و عرضه محصول.

در زنجیره تامین، مواد خام تهیه شده، محصولات مختلف در یک یا چند کارخانه ساخته شده، به انبارها برای نگهداری میانی منتقل می‌گردد و سپس به خرده فروشان یا مشتریان نهایی حمل می‌گردد و در نتیجه، به منظور کاهش هزینه و بهبود سطوح خدمات راهبردهای موثر زنجیره تامین باید تعاملات در سطوح مختلف زنجیره تامین را در نظر بگیرند. زنجیره تامین، که همچنین به عنوان شبکه های لجستیک هم به آن اشاره می‌شود، شامل تامین کنندگان، مراکز تولید، انبارها، مراکز توزیع و فروشگاه های خرده فروشی، به علاوه مواد خام، موجودی در جریان ساخت و محصولات نهایی که بین تسهیلات جریان دارد، می‌گردد.

## ۱-۲ بیان مساله

به دلیل چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی که در دهه‌ی اخیر سازمان‌ها را تهدید می‌نمود، رویکرد مشتری گرایی و تمرکز بر خواسته های آن و طراحی راهبرد سازمان بر این اساس (ایجاد رضایت در مشتریان)، قابلیت خود را برای ایجاد مزیت رقابتی در سازمان‌ها از دست داده است. اگر در دو دهه‌ی گذشته مشتری گرایی

---

<sup>1</sup> - supply chain

<sup>2</sup> - supply chain management

عامل مزیت رقابتی سازمان محسوب می‌شود، امروز به دلیل چالش‌های ایجاد شده از طریق مشتری‌گرایی، سازمان‌ها از این تمرکز فاصله گرفته‌اند. مشتری همواره بهترین محصول، ارزان‌ترین و سریع‌ترین آن را می‌خواست. این نگرش باعث آلودگی محیط زیست و تولید محصولات و فرایندهایی گردید که با محیط زیست هماهنگ نبوده است. در همین راستا سازمان‌ها بقای خود را در مسئولیت‌پذیری در سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی یافته‌اند. نگرش سبز در سازمان و ایجاد ساختارهای سازمانی با عنوان تضمین سبز جایگزین واحدهای سازمانی از قبیل تضمین کیفیت شده‌اند (الفت و همکاران، ۱۳۹۰).

در جهانی که به سمت تولید و اقتصاد پاک‌تر می‌رود، هدف تمامی تولیدات، ارائه‌ی محصولات است که به نوعی دوستدار محیط زیست باشند، بنابراین سازمان‌ها، شرکت‌ها و در کل صنایع و حتی دولت‌ها نیز در این راستا به رقابت می‌پردازند و با ارائه محصولات است که به محیط زیست آسیبی نمی‌رساند، سعی در جلب رضایت مشتریان و تصاحب سهم بازاری بیشتری هستند. با توجه به محیط غیر قابل پیش‌بینی و بازار رقابتی عصر حاضر، مدیریت زنجیره تامین به یکی از مسائل اساسی برای شرکت‌ها و سازمان‌ها تبدیل شده است.

در دهه اخیر مدیریت زنجیره تامین از حالت نامحسوس و فرعی خارج شده و به یک عنصر استراتژیک تبدیل گشته است که می‌تواند تأثیر مثبت و محسوس روی فعالیت‌های سازمان‌ها بگذارد. تحولات ناشی از تکنولوژی در شرایط بازار، تغییر شکل شیوه‌های کسب و کار، توقعات و انتظارات جدید شرکای موجود در زنجیره تامین، تقاضا برای ارزش ایجاد شده بیشتر از طرف مصرف‌کننده نهایی و سرانجام توجه به مسائل زیست محیطی از جمله موارد موجود در تغییر وضعیت مدیریت زنجیره تامین است (لانسیونی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

در حال حاضر در بازار رقابتی موجود، بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی علاوه بر پرداختن به سازمان و منابع داخلی، خود را به مدیریت و نظارت بر منابع و ارکان مرتبط خارج از سازمان نیازمند یافته‌اند، علت این امر هم دستیابی به مزیت رقابتی با هدف کسب سهم بازاری بیشتری از بازار است (ولائی و همکاران، ۱۳۹۲). لذا بررسی نقشی که مدیریت زنجیره تامین سبز بر دستیابی به مزیت رقابتی داراست، ضروری به نظر می‌رسد.

مساله این پژوهش شناسایی مولفه‌های مدیریت زنجیره تامین سبز و بررسی تأثیر این مولفه‌ها بر دستیابی به مزیت رقابتی در صنایع تولید لوازم خانگی می‌باشد.

---

<sup>1</sup> - Lancioni et al

### ۳-۱ ضرورت و اهمیت تحقیق

مدیریت زنجیره تامین که تمام فعالیت‌های مرتبط با تبدیل جریان کالا از مرحله مواد خام تا تحویل به مصرف کنندگان نهایی را به موازات جریان اطلاعات در سراسر زنجیره تامین در بر می‌گیرد، تاثیر مهمی بر محیط زیست دارد. امروزه در صنعت به دلیل کوتاه شدن عمر آن‌ها و متنوع شدن محصولات، تصمیم‌گیری در مدیریت زنجیره تامین از حساسیت خاصی برخوردار است. پرداختن به زنجیره تامین سبز از دیدگاه‌های زیر دارای اهمیت است:

۱- ایجاد مطلوبیت و رضایت‌مندی از نظر زیست محیطی در سراسر زنجیره تامین و دست‌یابی به بازار جدید از طریق عرضه محصولات سازگار با محیط زیست

۲- کاهش هزینه‌ها از طریق صرفه‌جویی در منابع، هزینه سوخت، حذف ضایعات و بهبود بهره‌وری

۳- بهره‌مندی از مزایای رقابتی از طریق خلق و ارائه ارزش برای مشتریان و رضایت‌مندی و وفاداری مشتریان نسبت به محصولات و نهایتاً افزایش سودآوری بنگاه.

### ۴-۱ اهداف تحقیق

- ۱- کاهش هزینه‌های این صنعت
- ۲- افزایش مسئولیت‌پذیری کارکنان این صنعت در برابر مشتریان و محیط زیست
- ۳- کاهش زمان روند(چرخه) تولید و بهبود هماهنگی
- ۴- حذف و دفع ضایعاتی که مجدداً قابل استفاده نیستند(قابل بازیافت نیستند) به شیوه‌ای که مجدداً وارد چرخه تولید نگردد.

### ۵-۱ روش تحقیق

این تحقیق بر مبنای هدف از نوع تحقیق کاربردی و بر اساس ماهیت و روش از نوع توصیفی - پیمایشی است. از طریق مرور ادبیات و مطالعات کتابخانه‌ای از جمله مطالعه کتب و نشریات داخلی و خارجی و جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی (اینترنت) با هدف دستیابی به مبانی نظری موضوع و استفاده از نتایج تحقیق و تجارب پژوهشگران دیگر مولفه‌های تاثیرگذار زنجیره تامین سبز بر دستیابی به مزیت رقابتی، شناسایی خواهد شد. استفاده از پرسشنامه، که به عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات برای دستیابی به داده‌هایی است که مد نظر محقق است. از نرم افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه و از آزمون K-S برای سنجش نرمال بودن توزیع

داده های پرسشنامه و از آزمون پیرسون برای بررسی همبستگی بین دو متغیر استفاده شده است. و با استفاده از نرم افزار Smart PLS رابطه‌ی بین مولفه های پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. سوال اساسی: آیا مدیریت زنجیره تامین سبز، منجر به دستیابی به مزیت رقابتی می‌شود؟

#### ۱-۶ قلمرو تحقیق

۱-۶-۱ قلمرو زمانی تحقیق

قلمرو زمانی تحقیق حاضر را داده های جمع آوری شده در نیمه دوم سال ۱۳۹۲ تشکیل می‌دهد.

۱-۶-۲ قلمرو مکانی تحقیق

تحقیق حاضر محدود به شرکت‌های والا صنعت و خزر گاز می‌باشد.

#### ۱-۷ قلمرو موضوعی

قلمرو موضوعی تحقیق حاضر مباحث مرتبط با مدیریت زنجیره تامین سبز و مزیت رقابتی می‌باشد.

#### ۱-۸ تعاریف عملیاتی

**زنجیره تامین:** زنجیره تامین زنجیره ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا و تبدیل مواد، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را شامل می‌شود.

**مدیریت زنجیره تامین:** مدیریت زنجیره تامین عبارت است از تشریک مساعی شرکت‌ها جهت ارتقای موقعیت استراتژیک و بهبود اثر بخش عملکرد مجموعه می‌باشد. این فرآیند یکپارچه ارزش ساز، باید از تهیه مواد تا تحویل کالا / خدمات به مشتری نهایی، مدیریت گردد (باورساکس و همکاران، ۲۰۰۲).

**مدیریت زنجیره تامین سبز:** مدیریت زنجیره تامین سبز اصطلاح گسترده ای است که فعالیت‌هایی شامل طراحی سبز، سپارش / تدارکات سبز، عملیات یا تولید سبز، توزیع سبز، تدارکات / بازاریابی و لجستیک معکوس را پوشش می‌دهد (اسریواستاوا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

---

<sup>1</sup> - Srivastava



**مزیت رقابتی:** مزیت رقابتی، وضعیتی است که یک بنگاه را قادر می‌سازد با کارایی بالاتر و بکارگیری روش‌های برتر، محصول را با کیفیت بالاتر عرضه نماید و در رقابت با رقبا سود بیشتری را برای بنگاه فراهم آورد. یک واحد اقتصادی زمانی دارای مزیت رقابتی است که بتواند به دلایل خاص که ناشی از ویژگی‌های آن واحد است (مانند وضعیت مکانی، تکنولوژی، پرسنلی و ...) به طور مداوم تولیدات خود را نسبت به رقبایش با هزینه پایین‌تر و کیفیت بالاتر عرضه کند (حسینی و احتیاطی، ۱۳۸۵).

فصل دوم:

ادبیات تحقیق

## ۲-۱ مدیریت زنجیره تامین

ظهور مدیریت زنجیره تامین همزمان با گسترش قابل توجه زنجیره تامین در مکان‌های بین‌المللی به وجود آمد که در طول دو دهه گذشته رخ داده است، به خصوص در صنعت خودرو، مصرف‌کنندگان صنایع الکترونیکی و صنعت نساجی (بالو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰).

مدیریت زنجیره تامین به دنبال یکپارچه سازی واحدهای سازمانی در طول زنجیره‌ی تامین و هماهنگ سازی جریان مواد، اطلاعات و جریان‌های مالی به منظور بر آوردن تقاضای مشتری و با هدف بهبود رقابت پذیری یک زنجیره‌ی تامین است (افرازه، ۱۳۸۳).

مدیریت زنجیره تامین عبارت است از تشریک مساعی شرکت‌ها جهت ارتقای موقعیت استراتژیک و بهبود اثر بخش عملکرد مجموعه می‌باشد. این فرآیند یکپارچه ارزش ساز، باید از تهیه مواد تا تحویل کالا / خدمات به مشتری نهایی، مدیریت گردد (باورساکس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲).

مدیریت زنجیره تامین، به عنوان یک نمونه عالی تولیدی در جهت بهبود رقابت‌های سازمانی در قرن بیست و یکم اهمیت یافته است. در واقع با مدیریت صحیح زنجیره تامین، لازم است به گونه‌ای حرکت کنیم که تا به اهداف زیر برسیم:

۱- کاهش هزینه‌های نوآوری و خلاقیت

۲- افزایش فروش سازمان

۳- بهبود هماهنگی و همخوانی بین عرضه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان

مدیریت زنجیره تامین به عنوان یک استراتژی رقابتی با هدف بهبود پاسخ و انعطاف پذیری سازمان‌های تولیدی برای عرضه‌کنندگان و مشتریان، در نظر گرفته شده است. شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا راه‌هایی در جهت بهبود انعطاف پذیری، پاسخگویی و رقابت پذیری با تغییر دادن استراتژی‌ها، روش‌ها و تکنولوژی‌های عملیاتی پیدا نمایند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۲).

فارلی در سال ۱۹۹۷ جنبه‌های مدیریت زنجیره تامین از قبیل همکاری با تامین‌کنندگان، پیاده سازی فن آوری جدید برای مدیریت این همکاری را نشان داد که بر مزیت رقابتی تاثیر گذار است (بیراسناو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳).

---

<sup>1</sup> - Ballou et al

<sup>2</sup> - Bowersox et al

<sup>3</sup> - Birasnav

زنجیره تامین توسط کریستوفر در سال ۱۹۹۸ به این صورت تعریف می‌شود؛ شبکه‌ای از سازمان‌هایی که از طریق ارتباطات پایین دست و بالا دست درگیر هستند، در فرایندها و فعالیت‌های مختلفی که تولید ارزش می‌کنند، در محصولات و خدماتی که به دست مشتری نهایی می‌رسد (پترسون و سگرستد<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). (گیر و جکسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴).

زنجیره تامین شامل تمامی مراحل مربوط به پیگیری و انجام درخواست مشتری است که به طور مستقیم و غیر مستقیم انجام می‌شود. زنجیره تامین نه تنها شامل تولید کننده و تامین کنندگان بلکه حمل و نقل، انبارها، خرده فروشان و مشتریان را نیز در بر می‌گیرد. زنجیره‌ی تامین، شبکه‌ای از امکانات و گزینه‌های توزیع است که وظایف تهیه مواد(خام)، تبدیل این مواد به محصولات واسطه و محصولات نهایی را انجام می‌دهند و محصولات نهایی را به دست مشتریان می‌رسانند(هیوگس<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶). (سارکیس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲).

مدیریت زنجیره تامین از طریق روابط تعاملی سودمند در میان اعضای زنجیره تامین به صورت یکپارچه و تنظیم منابع، دیدگاه‌ها و اهداف شرکای مختلف زنجیره تامین با توجه به یک مجموعه مشترک از اهداف و بالاترین ارزش پیشنهادی برای ارائه به مشتریان، به دنبال افزایش مزیت رقابتی است (کوچقلو و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱).

مدیریت زنجیره‌ی تامین عبارت است از فرایند یکپارچه سازی فعالیت‌های زنجیره‌ی تامین و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن، از طریق بهبود و هماهنگ سازی فعالیت‌ها در زنجیره‌ی تامین تولید و عرضه‌ی محصول که برای دستیابی به مزیت رقابتی انجام می‌گیرد(اشتدرلر و کیلگر<sup>۶</sup>، ۱۳۸۵).

## ۲-۲ مدیریت زنجیره تامین سبز

مدیریت زنجیره تامین الزامات گسترده‌ای را در تولید محصولات و خدمات در نظر می‌گیرد، یکی از این الزامات تولید محصولات و خدماتی است دوستدار محیط زیست باشند و استفاده از آن‌ها نه تنها آسیبی به محیط زیست نرساند بلکه به نوعی مفید هم باشند، به همین دلیل مفهومی تحت عنوان مدیریت زنجیره تامین سبز در تولید محصولات و خدمات مورد استفاده قرار گرفت.

افزایش فشارها و چالش‌هایی که برای بهبود عملکرد اقتصادی و زیست محیطی وجود دارد، موجب شده است که پیاده سازی مدیریت زنجیره تامین سبز در کشورهای در حال توسعه عمومیت پیدا کند و در شرکت‌های خودرو سازی توجه بیشتری به آن شود. مدیریت زنجیره تامین سبز به عنوان یک رویکرد مهم در حال ظهور است که نه

<sup>1</sup> - Petterson & Segerstedt

<sup>2</sup> - Geyer & Jackson

<sup>3</sup> - Hugos

<sup>4</sup> - Sarkis

<sup>5</sup> - Kocoglo

<sup>6</sup>