



مروری بر مدیریت زنجیره سبز (اهمیت، مزایا، رویکردها)

فروردین میرمطلبی^a، صادق عابدی^b

^a دانشجوی مدیریت صنعتی - تولید و عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

^b استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

نویسنده مسئول: دکتر صادق عابدی (sadeqh.abedi@yahoo.com)

چکیده: هدف از این تحقیق مدل‌سازی ساختاری تفسیری مدیریت زنجیره تامین سبز بر نوآوری کسب و کار بود. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران، کارشناسان یکی از شرکت‌های ایران خودرو در سال ۱۴۰۲ ($N=500$) بود. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به تعداد $(n=170)$ انتخاب شدند. ابزار تحقیق بر اساس مبانی نظری و تحقیق انجام شده طراحی شد و در نهایت مورد تایید متخصصان قرار گرفت و از روایی برخوردار شد. پایایی پرسشنامه تحقیق برای متغیر وابسته (نوآوری کسب و کار) با محاسبه آلفای کرونباخ برابر با $0/86$ ، آلفای کرونباخ برای متغیر مستقل (مدیریت زنجیره تامین سبز) برابر با $0/86$ و برای متغیر تعدیل‌کننده (تحقیق و توسعه) است. برابر با $0/85$. برای شناسایی متغیرهای تحقیق از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت زنجیره تامین سبز بر نوآوری کسب و کار و تحقیق و توسعه بر نوآوری کسب و کار و تولید سبز (مدیریت زنجیره تامین سبز) بر نوآوری کسب و کار و فروش و خدمات سبز (مدیریت زنجیره تامین سبز) تاثیر دارد. در مورد نوآوری کسب و کار و مدیریت زنجیره تامین سبز (مدیریت زنجیره تامین سبز) در مورد نوآوری کسب و کار. نتایج همچنین نشان داد که عرضه سبز (مدیریت زنجیره تامین سبز) بر نوآوری کسب و کار تأثیری ندارد.

کلمات کلیدی: مدیریت زنجیره تامین، تحقیق و توسعه، نوآوری کسب و کار

مقدمه

تغییرات سریع در دنیای امروز، سازمان‌ها را با چالش‌های مختلفی روبه‌رو کرده است، اما در این راه سازمان‌هایی موفق هستند که به کمک ابزارهای مدیریتی و فناوری‌های نوین از فرصت‌های ایجادشده به نفع خود استفاده کنند. نوآوری در کسب و کار یکی از این ابزارهاست. (قلی‌زاده و میرکمالی، ۱۳۹۷). امروزه، برخورداری از نوآوری به موقعیتی استوار برای ادامه حیات فردی، اجتماعی و سازمانی تبدیل شده است تا حدی که دانش، جزئی اساسی از سرمایه سازمان‌ها تلقی می‌شود (داونپورت^۱، ۲۰۱۵). از این رو سازمان‌های موفق، به شکل مستمری میزان تولید، نشر، تبادل و بکارگیری نوآوری کسب و کار را به وسیله روش‌های مختلف، مورد ارزیابی قرار می‌دهند تا از این طریق بتوانند راهکارهای نیل به اهداف سازمانی را کسب کنند (صادقی، ۱۳۹۶). از جمله دلایلی که موجب شده نوآوری کسب و کار در مرکز توجه شرکت‌ها و سازمان‌ها قرار گیرد و آنها را نیازمند بهره‌گیری از نوآوری کند عبارتند از: بهره‌وری بیشتر از سرمایه‌های انسانی، یادگیری کارآمدتر و مؤثرتر کارکنان، رضایتمندی مشتریان و کارکنان، پیشگیری از تکرار اشتباهات، کاهش دوباره کاری‌ها صرفه‌جویی در وقت، برانگیختن انگیزه خلاقیت (منصوری، ۱۳۹۸).

سبز کردن زنجیره تامین فرصتی است برای کسانی که نگران موضوعات مصرف‌پایدار و عملکردهای تجاری محیطی‌اند. از دید کلان، توجه به مسائل سبز، هم به عنوان مکانیسمی برای افزایش توانایی در طراحی محصولات سبز و هم به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد بازارهایی برای محصولات سبز سازگار با محیط، مهم است. سبز کردن زنجیره تامین نیازمند ورودیهای جدیدی است که سبب ایجاد فرصتی برای شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌شود تا برای طراحی و تولید محصولات سبزتر سرمایه‌گذاری کرده و نیازمندی‌های پایداری را رفع کنند و این نه تنها شامل محصولات مصرف‌کننده است، بلکه شامل ورودی‌ها از تامین‌کنندگان هم است و باعث دخیل شدن آنها برای ایجاد بازارهای سبز می‌گردد. اهمیت مفهوم زنجیره تامین و عملکرد آن یکی از پارادایم‌های قرن بیست و یکم برای بهبود رقابت‌پذیری است که سازمانها بیش از پیش به آن توجه نشان داده‌اند (رجبی پور و همکاران، ۱۴۰۰).

¹ Davenport