

ارتباط زنجیره تامین سبز و تاکتیک های اجرای موفق استراتژی توسط بانک های سبز

مسعود پیرداستان

دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی نور، ایران

Ma.pirdastan@yahoo.com

چکیده

بانک ها و اغلب بنگاه های اقتصادی برای بقاء در عرصه رقابت ناچار از خلق روش ها و مزیت هایی هستند که توسط آن ها بتوانند کالا و خدمات خود را به اقشار بیشتری از جامعه ارائه و از این راه به سودآوری و تولید پول برای صاحبان سهام دست یابند. در این بین ایجاد نگرشی جدید با عنوان بانکداری سبز با هدف حفظ منابع طبیعی و در جهت توسعه پایدار از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. این اهمیت با توجه به گسترش روزافزون فناوری و ایجاد زمینه های مناسب جهت مدیریت مصرف، ارتقاء سطح آگاهی ها و لزوم تعهد به مسئولیت های اجتماعی سازمان ها در جهت حفظ و بقاء زمین با اهمیت تر می سازد. مدیریت زنجیره تامین سبز، رویکردی زیست محیطی در مدیریت زنجیره تامین است که هدف آن کاهش ریسک های زیست محیطی در دوره ی عمر محصول است. روش انجام تحقیق به صورت میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه است و جامعه آماری این تحقیق، ۲۲ نفر از کارکنان بانک سپه در تهران می باشد. روش آماری مورد استفاده در این تحقیق، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون رتبه بندی فریدمن است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که بین شاخص های زنجیره تامین سبز که عبارتند از مدیریت زیست محیطی، خرید سبز، تولید سبز، بازاریابی سبز و طراحی زیست محیطی و تاکتیک های اجرای موفق استراتژی توسط بانک های سبز رابطه بسیار نزدیکی وجود دارد.

کلمات کلیدی: زنجیره تامین سبز، بانک های سبز، بازاریابی سبز، استراتژی، تولید سبز

مقدمه

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، چالش های زیست محیطی ایجاد شده به واسطه انرژی های تجدید ناپذیر، ضایعات تولید شده توسط بشر، انتشار سموم آلاینده هوا و کمبود آب همگی از مساله های مهم و پیچیده ای هستند که نیازمند توجه ویژه هستند. قوانین زیست محیطی سختگیرانه، نیاز فوری برای پایداری و فشارهای بازار از یک طرف شرکت ها را وادار می سازد تا از پایداری عملیات خود اطمینان حاصل کنند (دوراسامی و کارپ هاران، ۲۰۱۵). در این میان مدیران صنایع به دنبال روش هایی هستند که ضمن حمایت از محیط زیست، عملکرد سازمان خود را افزایش دهند. یکی از ابزارهای این رویکرد زنجیره