

سایه ها و انوار جی سی ای (مدیریت زنجیره تامین سبز) :

عوامل و تاثیرات این گونه عملکردها مبنی بر یک مطالعه چند ملیتی

چکیده

مدیریت زنجیره تأمین سبز (جی اس سی ام) عملکردی است که در زمینه های مختلف (در میان شرکت هایی که به دنبال بهبود عملکرد محیط زیست خود هستند) به سرعت انتشار می یابد. هدف از معرفی سیستم جی سی اس ایمیتواند اخلاقی (برای مثال منعکس کننده ی ارزش های مدیران) و یا تجاری (برای مثال به دست آوردن مزیت رقابتی ممکن از طریق هشدار در مورد نگرانی های محیط زیست) باشد. براساس یک پایگاه داده بیش از 4000 نوع امکانات تولید در هفت کشور او ای سی دی، این مقاله عوامل و انگیزه های اجرای جی سی اس ایرا مورد ارزیابی قرار می دهد. ما به این نتیجه رسیده ایم که جی سی اس ایکاملا مکمل دیگر عملکردهای مدیریت پیشرفته می باشد و اینکه موجب بهبود عملکرد محیط زیست می شود. این تاثیرات روی عملکرد تجاری بسیار مبهم می باشد.

واژگان کلیدی: مدیریت زنجیره ی تأمین سبز، سیستم مدیریت محیط زیست، رقابت در عملکرد محیط زیست

1. مقدمه

مدیریت زنجیره ی تامین سبز عملکردی است که در زمینه های مختلف (در بین کشورهایی که به دنبال عملکرد محیط زیست خود هستند) به سرعت انتشار می یابد. هدف از معرفی سیستم جی سی اس ایمیتواند اخلاقی (برای

مثال منعکس کننده ی ارزش های مدیران) و یا تجاری (برای مثال به دست آوردن مزیت رقابتی ممکن از طریق هشدار در مورد نگرانی های محیط زیست) باشد.

علی رغم رشد و گسترش انتشار و موفقیت ان، بسیاری از عوامل هنوز هم مانع اتخاذ شرکت ها به خصوص شرکت اس ام ای اس از سیستم جی سی اس ای می شود. در سطح تجربی، چندین مطالعه عواملی را مورد بررسی قرار داده اند که یک شرکت را به سوی توسعه ی حیطه ی مدیریت و برخی از عملکردها در راستای زنجیره تامین سوق می دهد. محققان به این نتیجه رسیده اند که تقاضا در بازار و نیاز به تضمین در مورد انطباق با اصول و قواعد دقیق محیط زیست و گروه های جامعه موجب به کار انداخته شدن سیستم جی سی اس ای می شود (دارنال و دیگر همکاران، سال 2008، نیویورک؛ دلماس و تافل 2004؛ زو و سارکیس 2007). از انجایی که یک تجزیه و تحلیل بر عوامل بیرونی توجه دارد نمیتوان درک و فهم کاملی از رفتارهای شرکت داشت. بنابراین در این مقاله توجه ما روی اهداف و انگیزه های استراتژی درونی است که می تواند شرکتی را به اتخاذ عملکردهای زیست محیطی در رابطه با زنجیره تامین سبز سوق دهد تا از مزیت رقابت بهره مند شود (شارفمان و دیگر همکاران، 2009). با در نظر گرفتن محرک های استراتژی تجزیه و تحلیلی از منافع و هزینه های جی سی اس ای انجام داده ایم که شرکتی را به اتخاذ جی سی اس ایو سپس به آزمایش میزان اثربخشی ان با دو دیدگاه زیست محیطی و تجاری تشویق می نماید.

تأثیر جی سی اس ایبر هردو عملکرد زیست محیطی و رقابتی در چندین تحقیق قبلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است اما این تحقیقات عمدتاً براساس مطالعات موردی (جفن و راتن برگ، 2000) و یا نواحی بسیار محدود جغرافیایی (زو و سارکیس، 2004) و شاخه های صنعتی (زو و سارکیس، 2007) می باشد.

در مقاله حاضر، به آزمایش این مساله پرداختیم که آیا جی سی اس ای قادر می باشد تا تأثیری مثبت روی عملکرد زیست محیطی یک شرکت نهد واینکه آیا از استراتژی های رقابتی خود به عنوان پیامدی از شهرت یا اعتبار بهبود یافته ی زیست محیطی ان حمایت کند؟ این تحقیق دو اقدامی را که یک شرکت با اتخاذ انها میتواند عملکرد زیست محیطی تامین کننده ها و یا تهیه کننده ها و همچنین به عنوان نوعی پیامد غیرمستقیم فرایند تولید و یا محصولات خود را

تحت تاثیر قرار دهد، ارزیابی می نماید. این اقدامات عبارتند از ارزیابی عملکرد زیست محیطی آنها و خواستار متعهد بودن آنها به اقدامات و معیارهای زیست محیطی.

جدای از تحقیقات قبلی در این تحقیق به تجزیه و تحلیل عوامل و تاثیرات جی سی اس ایبر عملکرد زیست محیطی و تجارتي می پردازیم. علاوه براین با استفاده از داده های بیش از 4000 نوع امکانات تولید که در بسیاری از بخش های هفت کشور او ایی سی دی راه اندازی شده اند، یک رویکرد دقیق چند متغیره ی اماري را به کار میبریم. این مقاله به صورت ذیل تنظیم می شود.

نخست؛ مروری می کنیم بر نتایج عمده ای که از اثار علمی این نظریه های تحقیق به دست می آید. این بخش چگونگی تنظیم داده ها و ارزیابی روش شناسی را توصیف می نماید. از پایگاه داده های 4188 نوع امکاناتی که در روش های پروبیت منظم به کار گرفته شده اند، استفاده نمودیم و متعاقباً این نتایج اماري را فراهم می نماییم. مدل های پروبیت به طور واضح نشان می دهد که جی سی اس ایبا استراتژی های ویژه ی شرکت ها ارتباط دارد و کاملاً منطبق با دیگر عملکرد های مدیریت پیشرفته می باشد. جی سی اس ایبه ایجاد و بهبود عملکرد زیست محیطی کمک می کند. این در حالیست که این تاثیرات بر عملکرد تجاری بسیار مبهم می باشند. بعد از بحث در مورد این نتایج، در بخش نهایی با اشاراتی به تحقیق آتی و مفاهیم مدیریتی به این مقاله پایان دادیم.

2. عوامل اتخاذ مدیریت زنجیره تامین در شرکت ها

در این تحقیق علمی عوامل اتخاذ جی سی اس ای میتواند به دو نوع تقسیم بندی گردد: «عوامل بیرونی یا خارجی» که بیشتر مربوط به آن دسته از صاحبان سهام هایی می شود که تحت فشار هستند و «عوامل درونی» مانند یک فرایند استراتژیکی که منجر به کسب و کار یا تجارتي ویژه می شود. این دو مورد براساس منبع یا منشأ «محرک» که موجب توسعه ی عملکردهای جی سی اس ای می شود، تشویق به انتشار و تسهیم آنها با مشتری ها و نامین کنندگان و یا همان تهیه کنندگان می نماید. در رابطه با «عوامل بیرونی» دی ماگیو پاول در سال (1983) در این مورد بحث کرد که تصمیمات مدیریتی به منظور اتخاذ ابتکارات مدیریت زیست محیطی ممکن است تحت تاثیر سه نوع مکانیسم سازمانی

باشد که عبارتند از: هنجاری، اجباری و تقلیدی. فشارهای هنجاری مانند نیازهای مشتری که موجب می شود تا با مشروع تر تلقی شدن سازمانها موافقت گردد (زو و سارکیس، 2007). علاوه بر این چندین صاحب داران سهام بیرونی میتوانند فشارهای اجباری را بسته به میزان قدرت خود بر شرکت ها تحمیل نمایند. برای مثال استفاده از مقررات دقیق زیست محیطی در سازمان های دولتی ممکن است ان دسته از شرکت هایی را که عملکردهای زیست محیطی را اتخاذ می نمایند، تحت تاثیر قرار دهد (دلماس، 2002). فشارهای تنظیمی به معنای تهدید به مجازات و جریمه در ازای نافرمانی و عدم مطابقت و یا افشای اطلاعات مربوط به تاثیرات زیست محیطی شرکت ها باشد (کونار و کوهن، 1997). دیگر مثال ها عبارتند از گروه های علاقه مند به جامعه و محیط زیست (هنریکوس و سادروسکی، 1996) و سازمان های صنعتی (گولر و دیگر همکاران 2002). این گونه فشارها میتوانند مدیران را تشویق نمایند که اقدامات استراتژیکی برگرفته از زنجیره تامین را به عهده بگیرند تا به منظور افزایش میزان شهرت یا اعتبار خارجی، این تاثیرات را بر فرایندهای تصمیم گیری زنجیره تامین ایجاد نمایند و تصویر آنها را در بازار ارتقاء دهد.

اثر تعدیل فشارهای سازمانی بر اتخاذ جی سی اس ای اخیراً توسط زو و سارکس در سال 2007 مورد آزمایش قرار گرفت. یافته های آنها نشان می دهد شرکت هایی که با درجه ی بالای از فشارهای تنظیمی روبه رو هستند تمایل بیشتری به اجرای عملکردهای زنجیره تامین دارند.

با محدود نمودن این تجزیه و تحلیل تنها به «فشارهای سازمانی» نمی توان درک و فهم کاملی از این موضوع داشت که چرا شرکت ها با وجود داشتن تجربه ای یکسان از فشارهای سازمانی در شرایط و یا محیط یکسان (مثل بازار یا یک بخش) از استراتژی های مختلفی بهره می برند (دلماس و تافل، 2004). این امر می تواند به دلیل انگیزه ها و اهداف استراتژیکی باشد تا مدیران شرکت ها را به سوی اتخاذ اقداماتی سوق دهد که هدف طراحی یا همان ایجاد، منطقی جلوه نمودن، اجرا و مدیریت بهتر روابط کاری در زنجیره ی تامین را دنبال می کنند و این اهداف تنها با محرک خارجی یا بیرونی محقق نمیشود. مثال هایی از این گونه عوامل در ذیل آمده است:

تعهد به همکاری درون شرکتی که هدف از ان شناسایی و انجام اصلاحات زیست محیطی هم از لحاظ داده های ورودی چرخه ی زیستی تولید (برای مثال خرید و فراهم سازی، همکاری و یا شراکت با تامین کنندگان یا تهیه کنندگان

عمده) و هم از لحاظ داده های خروجی (برای مثال سازمان دهی امر بازیافت، دادن اطلاعات در مورد چگونگی استفاده ی صحیح مشتری ها و یا همان مصرف کنندگان نهایی و دیگر موارد). این امور یا اقدامات به منظور کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری اجرا می شوند (کوربت و دکرایس، 2001).

انتخاب تامین کنندگانی که عملکردهای زیست محیطی موثری را اتخاذ نموده اند (به معنای به کارگیری نوعی سیستم مدیریت زیست محیطی که مطابق با احتیاجات و نیاز های ای بی زو 14001 باشد) می تواند منجر به کاهش ان دسته از خطرات زیست محیطی شود که امیخته با فعالیت ها و اقدامات آنها می باشد (سارکیس، 2007).

بنابراین شرکت ها مدیریت زیست محیطی نشأت گرفته از زنجیره تامین را نه تنها به عنوان نوعی واکنش یا پاسخ تبلیغاتی و تک کاربردی به فشارهای خارجی بلکه به عنوان کلیدی ترین عنصر دیدگاه استراتژیکی کاری که هدف از ان رسیدن به نتایج بهتر زیست محیطی و تجاری اکثراً به روش شراکتی می باشد، ایجاد و توسعه میدهند. پیروی از یک «عملکرد رقابتی» بهتر می تواند معانی متفاوتی داشته باشد و با روش های مختلفی می توان به ان رسید. سه نوع روش استراتژیکی بیشتر منتشر شده که قادرند شرکت ها را به اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایشوق دهند در ذیل آمده اند.

1- «ایجاد شهرت یا اعتبار»: برای مثال راه اندازی تدارکات تعاونی سبز با تامین کنندگان به منظور کاهش تولید گازهای گلخانه ای در اثر حمل و نقل و آگاه ساختن مصرف کنندگان و مشتری ها از این نوع سیستم می تواند عملکرد زیست محیطی کل چرخه ی زیستی تولید را بهبود بخشد. این امر عمدتاً می تواند منجر به ایجاد تصویری مثبت از شرکت های بزرگ گردد.

2- «ایجاد بهره وری»: استراتژی کسب و کار که نشأت گرفته از زنجیره تامین می باشد می تواند استفاده از مواد اولیه خام هریک از محصول را کم کند و یا به لطف راه حل های نوآورانه از وزن و ضخامت بسته بندی بکاهد. این امر منجر به کاهش هزینه ها می شود و شرکت را قادر می سازد تا محصولی را به بازار عرضه کند که در هزینه ها رقابتی باشد و یا به عبارت دیگر انحصار در قیمت ها را داشته باشد.

3- «ایجاد نوآوری»: سیستم جی سی اس ایهمچنین می تواند به عنوان نتیجه ای از استراتژی خلاقانه ی مسوول یا مدیر باشد. ان دسته از شرکت هایی که در عرصه ایجاد و توسعه محصول و فرایند خلاقیت ها پیش گام باشند میتوانند در بین عملکردهای مربوط به سیستم پیشرو جی سی اس ام، فرصتی را برای تقویت رهبری خود پیدا کنند و در بین رقبای خود شکاف ایجاد نمایند (واکان و کلاس، 2007).

حتی اگر یکی از روش های ذکر شده در بالا به کار گرفته شود، با این حال عملکردهای جی سی اس ایدر برخی از موارد می تواند پیامد یا نتیجه ی فرایند استراتژیکی تلقی گردد. این امر زمانی اتفاق می افتد که «عوامل بیرونی یا خارجی» به حدی شدت یابد که از میزان اتخاذ سیستم جی سی اس ایتوسط کاربران ان کم کند. اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایدر سال های اخیر به خصوص در بخش های ویژه ی صنعتی (برای مثال تغذیه، آشامینی ها، منسوجات، مواد شیمیایی و غیره) بسیاری از سازمان هارا به اتخاذ استراتژی «اولین پیشرو» تشویق نموده اند. به این معنی که در مقایسه با اولین اتخاذ کنندگان عملکردهای زیست محیطی که با تامین کنندگان دیگری مکاری دارند؛ شرکت هایی که عملکردهای زیست محیطی را اتخاذ نمی کنند به خاطر ضعف در رقابت (عدم رقابت) با یکدیگر غرامت می دهند. بنابراین آخرین روش را می توان به نوعی روش تقلیدسازی تعریف کرد. به منظور درک بهتر این عوامل که نتیجه ی عملکردهای زیست محیطی می باشد، تجزیه و تحلیل خود را متمرکز «عوامل استراتژیکی» نمودیم. سعی کردیم تا این چنین مواردی را که در ان عملکردهای جی سی اس اینه تنها یک جنبه از استراتژی کسب و کار و یا واکنش تصادفی و کوچک به محرک خارجی نیستند بلکه به نوعی بخش جدایی ناپذیر فرایند استراتژیکی هستند، جداسازی نمودیم اگرچه این گزینه یا همان موارد ذکر شده در بالا تنها توسط استراتژی به خصوص «کاربر» مشخص و جدا می شود. ما استراتژی هایی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادیم که بیشترین احتمال را در ایجاد خلاقیت های «سبز» در زنجیره ی تامین دارند.

نظریه 1-عواملی که شرکت را تحت تاثیر قرار میدهد تا عملکردهای جی سی اس ایرا که مرتبط با روش های استراتژیکی مختلف است اتخاذ نمایند:

نظریه 1-الف: تصویر استراتژی یک شرکت بزرگ (ایجاد شهرت) شرکت را تشویق به اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایمی نماید.

نظریه 1-ب: استراتژی صرفه جویی در هزینه ها (ایجاد بهره وری) یک شرکت را تشویق به اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایمی نماید.

نظریه 1-پ: استراتژی ایجاد و توسعه ی محصول و یا فرایند ان (ایجاد خلاقیت) یک شرکت را تشویق به اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایمی نماید.

نظریه 1-ت: استراتژی «کاربر» شرکت را تشویق به اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایمی نماید.

2.2 مدیریت زنجیره ی تامین سبز و نظام های مدیریت زیست محیطی

با بررسی عوامل جی سی اس ام، هیچکس نمی تواند احتمال وجود برخی از عوامل مکمل را که قادرند گرایش و نگرش شرکت را به شدت تحت تاثیر قرار دهند تا چنین عملکردهایی را ایجاد و توسعه بخشند، انکار نماید.

به ویژه این امر زمانی صحیح است که شرکت مزیت زیست محیطی را با استفاده از ابزار و راه حل های مختلف که به شدت مشترک با عملکرد های جی سی اس ایمی باشند (و حتی ممکن است اتخاذ این نوع عملکرد ها را هم پیشنهاد نماید) را دنبال کند. عمده ترین یافته های این تحقیق تاکید می نماید با وجود اینکه در مراحل اولیه ی یک نرم افزار ای بی ام اس، ای بی زو 14001 شرکت های ثبت شده در ای بی ام ای اس را که عمدتاً متمرکز بر «ماندن در چارچوب» بودند، تضمین نمود، امروزه این نوع شرکت ها به طوری فزاینده به «آنسوی مرزها یا همان چهارچوب ها» ی فرایند تولید خود شرکت یعنی به کل چرخه زیستی تولیدات و خدماتشان و بنابراین نخست به زنجیره تامین خود می نگرند (کلینکرس و همکاران 1991). در سال های اخیر، تجربه کامل و جامع از به کارگیری نرم افزارهای ای بی ام اس نشان داده است که این گونه «ابزارها» به منظور مدیریت جنبه های زیست محیطی نه تنها می تواند برای خود اتخاذ کننده مفید واقع شود بلکه در کپی برداری از تاثیرات زیست محیطی که از ارتباطات زنجیره ی تامین و مراحل مختلف چرخه ی زیستی محصول نشأت می گیرد، هم می تواند موثر واقع شود (شارفمان و همکاران، 1997).

مطالعات نظری و تجربی که تعدادشان در حال افزایش است نشان میدهد که «بسط و گسترش» یک نرم افزار ای ام اس از طریق روش چرخه ی زیستی، پتانسیل عظیمی در «مدیریت زیستی بین سازمانی» دارد (سیندینگ، 2000) دارد که منظور از آن هماهنگی و همکاری موثر شرکت ها با یکدیگر در زنجیره تامین است.

بنابه این نوع دیدگاه، برنامه های ای ام اس زمانی ضروری می باشند که یک شرکت اتخاذ کننده ی بزرگ این عملکردها نیاز به دیگری و حمایت شرکت های کوچکتر داشته باشد تا با راه اندازی زنجیره ی تامین خود به اهداف رایج زیست محیطی برسند. این تحقیق که مربوط به جی سی اس ای می باشد تأکیداً بیان می نماید بسیاری از مشکلات زمانی به وجود می آیند که روش نشأت گرفته از زنجیره ی تامین به خصوص برنامه های ای ام اس به کار گرفته شوند. کنترل مدیریتی شرکت در مورد جنبه های زیست محیطی از روابط و تعاملات با دیگر فعالان زنجیره ی تامین به وجود م آید که می تواند بسیار ضعیف باشد و قدرت قراردادی آن با این گونه روابط کاری به حد کافی شدید نیست که بتواند تصمیم گیری مربوطه را تحت تاثیر قرار دهد (فولر، 1999).

تاثیر اجرای ای ام اس بر تصمیم شرکت ها به منظور «هل دادن» (یا همان تشویق) تهیه کنندگان به اتخاذ عملکردهای زیست محیطی اخیراً توسط گزاز و همکاران (2008) مورد بررسی قرار گرفت. با تمرکز روی صنعت اتوموتیو در اسپانیا، محققان ارتباط مثبتی را بین اجرای ای ام اس تضمین شده و نیازهای زیست محیطی پیدا کردند.

نظریه ی 2- اتخاذ کنندگان نرم افزار ای ام اس بیشترین احتمال را در ایجاد و توسعه ی عملکردهای جی سی اس ایدارند.

اخیراً تئوری دومین نرم افزار MS را برای ایجاد و توسعه اقداماتی که احتمالاً GCSE خود را دارند، پذیرفته است.

3. تاثیرات جی سی اس ایبر عملکرد

1.3 جی سی اس اینوعی ابزار مدیریتی به منظور ایجاد و توسعه ی عملکردهای زیست محیطی در شرکت ها را می باشد.

انتشار و شیوع فزاینده ی جی سی اس ایعدمتنا ناشی از نیاز شرکت ها برای نشان دادن چالش های زیست محیطی می باشد که تنها از طریق تکیه و اعتماد به منابع (فنی، مدیریتی و یا حتی اقتصادی) به وقوع نمی پیوندد، بلکه نیازمند درگیری و سرو کار داشتن دیگر فعالانی است که باهم مسوول به وجود آمدن عملکردهای جی سی اس ایمی باشند. استفاده افراطی از مواد خام و منابع طبیعی، افزایش تولید با ضایعاتی که از کالاهای مشتری و بسته بندی ان کالاها به وجود می اید و تاثیرات زیست محیطی زیست محیطی که در اثر حمل و نقل کالاهای مشتری به واسطه ها و بازارهای نهایی تنها برخی از انواع جنبه های زیست محیطی می باشند که بدون مشارکت فعال تهیه کنندگان، فروشنده های نهایی، خریداران واسطه و مصرف کنندگان نهایی نمی توان به طور کامل انها را مورد بررسی قرار داد (اسریواستاوا، 2007).

از این رو مهم ترین هدف جی سی اس ایعلاوه بر معیار موثر واقع شدن باید توانایی ایجاد و توسعه ی عملکرد زیست محیطی شرکت ها و همکاریهای انها را که ای روش را اتخاذ می کنند را داشته باشد.

بسیاری از تحقیقات علمی این یافته را که مبنی بر مطالعات موردی می باشد تایید نموده اند. برای مثال گفن و راتن برگ سه مورد از مطالعات موردی گیاهان گردآوری شده ی ایالت متحده ی امریکا را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند و به این نتیجه رسیدن که همکاری شدید با تهیه کنندگان که سیستم های مشوقی مناسب از ان حمایت می کنند، به اتخاذ، رشد و توسعه ی فناوری های زیست محیطی کمک میکنند. علاوه بر این تعامل با کارکنان شرکت های تهیه کننده، توافق نامه های همکاری و رشد و توسعه های خلاقانه منجر به اصلاحات حقیقی و قابل ارزیابی در مورد عملکرد زیست محیطی و حفظ کیفیت تولید و اهداف مربوط به هزینه ها (صرفه جویی در هزینه ها) می شود.

علاوه بر این اگرچه شواهد شایعه مانندی در مورد تاثیر جی سی اس ایبر بهبود عملکرد زیست محیطی وجود دارد اما تعداد بسیار کمی از مطالعات این امر را با استفاده از روش های کمی مبنی بر این بررسی ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده اند. زو و سارکیس در سال 2001 داده های تحقیقی در مورد عملکردهای جی سی اس ایدر شرکت های تولیدی چین را از 186 پاسخگر مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند و دریافتند که اتخاذ عملکردهای جی سی اس ایدر سطوح بالاتر زیاد موفق نبوده است.

نظریه ی 3- شرکت هایی که تهیه کنندگان خود را تشویق به اتخاذ اقدامات زیست محیطی نمایند، قادرند که عملکرد زیست محیطی شان را بهبود بخشند.

1.3 جی اس سی ام نوعی ابزار مدیریتی به منظور بهبود عملکرد رقابتی در شرکت ها

حقیقت منافع تجاری به عنوان «تاثیرات جانبی» بهبود و اصلاح زیست محیطی نشان دهنده ی مهم ترین محرک مشوقی برای شرکت ها می باشد تا الگوهای تولیدی پایدارتری را ایجاد کنند. چنین پیشنهاد شده است که موفقیت در بررسی مسایل زیست محیطی می تواند فرصت های جدیدی را به منظور رقابت و ایجاد روش های خلاقانه فراهم می نماید تا فعالیت های کسب و کار مهم را ارزشمند سازد (هانسمن و کراگر، 2001). در این تحقیق تعدادی از مطالعات تجربی ارتباط بین عملکرد زیست محیطی و رقابت را مورد بررسی قرار داده اند و توجه خود را بیشتر روی عملکرد تجاری شرکت ها متمرکز نموده اند. در این مورد مدرک واضح و اشکالی وجود ندارد: برخی از مطالعات رابطه ی ضعیف و بی اهمیتی را بین عملکرد زیست محیطی و اقتصادی دریافته اند (جاقی و فریدمن، 1992؛ هامیلتون، 1995) اما این درحالیست که بیشتر مطالعات اخیر به نتیجه ی متضادی رسیده اند (ایرالدو و همکاران دیگر، 2009). برای مثال آل-توای جیری و همکاران دیگر در سال 2004 از طریق اجرای یک نوع مدل هم زمان معادله ای نشان داده اند که عملکرد خوب زیست محیطی عمدتاً آمیخته با عملکرد خوب تجاری می باشد. بسیاری از محققان تایید و تصدیق نموده اند که یک مدیریت موثر برگرفته از زنجیره ی تامین نه تنها موجب به وجود آمدن منافع زیست محیطی میشود بلکه منافع مهم کاری یا تجاری را هم ایجاد میکنند. دادگسون در سال 2000 و دایر و سینگ در سال 1998 در یافته اند که ارتباطات درون شرکتی موجب فراهم آمدن مکانیسم های رسمی و غیر رسمی می شود که درجه ی اطمینان را بالا میبرد و میزان خطرات را کم میکند و در نتیجه خلاقیت و سوددهی را افزایش میدهد. برخی از کلیدی ترین عناصر جی اس سی ام عبارتند از درگیری یا سروکار داشتن، تجزیه و تحلیل و کنترل و نظارت.

عملکردها جی اس سی ام علاوه بر کاهش خطرات و هزینه ها می توانند منافع استراتژیک و رقابتی داشته باشند. از این رو منافی را برای شرکت ها به ارمغان می آورد که عبارتند از بهبودسازی شهرت یا اعتبار یک شرکت و تقویت روابط

کاری در ان. علاوه براین مولینا- ازورینا و دیگر همکارانش در سال 2009 نشان دادند که مدیریت زیست محیطی کنش گرایانه از جمله جی سی اس ایتاثر مثبتی بر عملکرد بازار یابی یک شرکت دارد.

توجه این گونه مطالعات تجربی در رابطه با تاثیرات رقابتی اتخاذ جی سی اس ایعمدتاً متمرکز ناحیه ی جنوب شرقی آسیا بوده است جایی که به نظر میرسد بیشترین انتشار را داشته باشد.