

تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز از طریق خودکارآمدی اخلاقانه سبز و تعصبات زیست محیطی و نقش تعدیلگر ارتباطات سبز (مورد مطالعه: هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس)

مصطفی طاهری^{1*}، محسن گنجوی²

1. هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

(E-mail::mtaheri362@pnu.ac.ir - (09171076617)

2. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی مرکز بین الملل قشم

M.ganjavi808@gmail.com

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز از طریق خودکارآمدی اخلاقانه سبز و تعصبات زیست محیطی و نقش تعدیلگر ارتباطات سبز (مورد مطالعه: هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس) می باشد. روش تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از جهت ماهیت توصیفی- علی است. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس (به تعداد 556 نفر) بودند. به استناد جدول مورگان حجم نمونه به تعداد 225 نفر برآورد و به روش تصادفی ساده مورد پرسش قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها در مورد پرسشنامه استاندارد شامل 30 سؤال بود که روایی پرسشنامه توسط استاد راهنما و متخصصان، کارشناسان مدیریت و پایایی آن ها از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای همه شرایط بیشتر از 0.7 تأیید شد. در این پژوهش بر اساس ادبیات و مدل مفهومی 9 فرضیه ارائه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (با استفاده از نرم افزار SPSS) و آمار استنباطی (با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده شد. یافته ها تمامی فرضیه ها و برازش مناسب مدل تحقیق را تأیید می کند. نتایج نشان می دهد که ارتباط سبز می تواند ادراکات مشتری را در میان کارکنان و هنجارهای سازگار با محیط زیست ایجاد کند که می تواند به عنوان شکلی از رفتارهای اجتماعی برای کارکنان جهت توسعه و پاسخ مثبت به جهت گیری کارآفرینانه سبز عمل کند، بر اساس یافته های ما، برای ایجاد خدمات گردشگری پایدار، سازمان های فعال در صنعت گردشگری از جمله هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس باید خلاقیت سبز کارمندان را از طریق پرورش جهت گیری های کارآفرینانه سبز تقویت کنند.

واژگان کلیدی: ارتباطات سبز، تعصبات زیست محیطی، جهت گیری کارآفرینانه سبز، رفتار اخلاقانه سبز، خودکارآمدی اخلاقانه سبز

مقدمه

گردشگری یکی از فعالیت‌های رو به رشد و در عین حال یکی از تهدیدهایی است که تأثیرات مخربی را بر محیط طبیعی و اجتماعی جوامع به همراه دارد. بروز چالش‌های زیست محیطی مانند گرم شدن کره زمین، کمبود آب، آلودگی آب و هوا و عدم مدیریت فاضلابها و پسماندهای صنعتی؛ توجهات جهانی را به خود جلب نموده و جوامع را بر آن داشته که با اتخاذ تصمیمات کاربردی و عملیاتی در جهت کنترل پیامدهای منفی این صنعت گام بردارند. از جمله این اقدامات می‌توان به ساخت اقامتگاه‌های سبز و یا بهسازی، نوسازی و مدیریت هتل‌ها و امکانات اقامتی موجود بر اساس استانداردهای بین‌المللی سبز اشاره کرد که ضمن آنکه پیامدهای زیست محیطی کمتری به همراه دارند منجر به ارتقای سطح کیفی زندگی جوامع میزبان و تداوم فعالیت‌های گردشگری می‌شوند (شفیعی و همکاران، 1395: 1). خلاقیت سبز شاخصی برای نوآوری زیست محیطی است که با ایجاد خدمات کارآمدتر از نظر خدمات بهره‌ورانه زیست محیطی، حل مسائل زیست محیطی و کاهش اثرات زیست محیطی سازمان، به سبز شدن سازمان کمک می‌کند (سانگ و یو، 2018: 135). از این رو برای سازمان‌ها بسیار مهم است که فلسفه پایداری را با ذهنیت خلاقیت در عصر محیط زیست ادغام کنند تا ابتکارات سبز را ایجاد کنند و فشارهای خلاقانه سبز را فعال کنند (چن و همکاران، 2015: 1169). از سویی دیگر جهت گیری کارآفرینانه سبز نشان دهنده یکپارچگی فعال استانداردها برای مسئولیت زیست محیطی و پایداری در فرآیندهای سازمانی است. سازمان‌های دارای جهت گیری کارآفرینانه سبز نه تنها به مقررات زیست محیطی پایبند هستند، بلکه نگرانی‌های زیست محیطی ذینفعان خارجی را با مشارکت در پروژه‌های جدید و حتی با ریسک بالا مورد توجه قرار می‌دهند (جیانگ و همکاران، 2018: 1311). جهت گیری کارآفرینانه سبز اجرای تکنولوژی‌های جدید را تسهیل می‌کند تا کارایی استفاده از انرژی و منابع طبیعی را افزایش دهد (یورک و همکاران، 2016: 695). سازمان‌هایی با جهت گیری کارآفرینانه سبز، توسعه منابعی مانند استقلال و همکاری در فعالیت‌های سبز و دانش و مهارت‌های مرتبط با سبز را تسهیل می‌کنند. کارمندان تمایل دارند تا دانش و مهارت‌های بیشتری در ارتباط با فعالیت‌های سازگار با محیط زیست کسب کنند و همچنین منابع فعلی خود را در ابداع ابتکارات برای فرآیندهای سبز یا محصولات سرمایه‌گذاری کنند (لو، 2020: 6). از طرفی خودکارآمدی خلاقانه سبز می‌تواند به عنوان یک پیوند حیاتی برای جهت گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز عمل کند زیرا افراد در فعالیت‌های خلاقانه سرمایه‌گذاری نمی‌کنند مگر اینکه به توانایی خود برای ایجاد نتایج خلاقانه اعتقاد داشته باشند (لیو و همکاران، 2016: 237). علاوه بر این درونی سازی

. Song & Yu1

Chen . 2

Jiang . 3

York . 4

. Luu5

Liu . 6

مستقل باورها در رابطه با حفاظت از محیط زیست و تعصبات زیست محیطی، هم انگیزه ذاتی و هم انگیزه اجتماعی را منعکس می‌کند. (رابرتسن و بارلینگ، 1: 2013: 179). از طرفی، سازمان‌ها باید منابع مکمل داشته باشند تا به عملکرد بهینه اجرای شیوه‌های مدیریت محیطی دست یابند. منابع مکمل برای به دست آوردن مزایای موقعیت استراتژیک خاص و افزایش ارزش سایر منابع حیاتی هستند. محققان متعددی ارتباط سبز را به عنوان یک منبع مکمل حیاتی برای دستیابی به عملکرد سبز در نظر گرفته‌اند (مس و همکاران، 2: 2014: 39). سازمان‌ها با استفاده از ارتباطات سبز می‌توانند رویکرد پذیرش تلاش‌های زیست محیطی خود مانند جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را افزایش دهند، همچنین ارتباط با کیفیت بالا ممکن است کارمندان را در تغییر رفتارهایشان درگیر کند (پترو و همکاران، 3: 2018: 1767). با ارائه اطلاعات کافی در مورد اقدامات سبز سازمانی می‌تواند احساس عدم قطعیت را کاهش دهد. از آنجا که ارائه اطلاعات مرتبط در مورد اقدامات می‌تواند ضرورت تغییر در رفتار را توجیه کند، اطلاعات در مورد فعالیت‌های سازگار با محیط زیست می‌تواند مشارکت کارکنان را در تلاش‌های خلاقانه سبز مشروعیت بخشد (لو، 8: 2020). شرکت‌ها باید به طور خاص با عملکرد حفاظت از محیط زیست، جهت‌گیری کارآفرینان را به فعالیت‌های واقعی کارآفرینانه تفسیر کنند (سوک و همکاران، 4: 2017: 232). با این وجود، مدیران باید برای اطمینان از تفسیر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در فعالیت‌های کارآفرینانه سبز، تجزیه و تحلیل کنند که آیا شرکت آنها از توانایی‌های مناسبی برای توسعه این فعالیت‌ها برخوردار است (جلیلون و همکاران، 5: 2019: 1064). علاوه بر این، مدیران باید تمایل کارمندان به حفظ رفتار تقلیدی، واکنش‌پذیر و ریسک‌گریز را مشاهده، شناسایی و به کاهش آن کمک کنند (رودریگو-آلارکون و همکاران، 6: 2015: 195)؛ تا بدین طریق موجب تقویت روحیه کارآفرینانه سبز شوند. فعالیت‌های کارآفرینانه به خلاقیت، درجه بالایی از بصیرت و همچنین به راهنمایی کامل نیاز دارند (کالمونتر و همکاران، 7: 2018: 319). رفتار خلاقانه سبز کارمندان در صنعت هتلداری به دلیل تأثیر راه حل‌های خلاقانه سبز بر مسافران و جامعه، به پایداری سبز صنعت هتلداری کمک می‌کند (لو، 8: 2018: 1178). در چند دهه گذشته، توجه به پایداری زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی در فعالیت‌ها و تحقیقات رشته‌های مدیریت افزایش یافته است. جهان در حال ورود و تجربه اقتصاد سبز است. با توجه به اهمیت هتلداری سبز در چشمانداز صنعت گردشگری، هتلداران باید اطمینان پیدا کنند که طراحی و پیاده‌سازی سیاست‌های زیست محیطی، علاوه بر این که باعث مشروعیت بخشی به فعالیت‌های تجاری آنها در جامعه می‌شود؛ باعث بهبود عملکرد مالی و

. Robertson & Barling1

. maas 2

. Petrou 3

. sok 4

. Jalilvand 5

. Rodrigo-Alarcon6

. Kallmuenzer 7

. Luu8

سودآوری نیز خواهد شد؛ بنابراین پژوهش حاضر می‌تواند مسیری را برای ارتقا رفتار خلاقانه سبز در بین کارمندان، در اختیار سازمان‌های صنعت هتلداری قرار می‌دهد. صنعت هتلداری باید مسئولیت خود را در قبال پایداری محیط زیست درک کرده و با تمرکز بر محیط زیست (جهت‌گیری کارآفرینانه سبز) وضعیت استراتژیک کارآفرینانه‌ای ایجاد کنند تا ابتکارات زیست محیطی را پرورش دهند و به چنین مسئولیتی تحقق بخشند و روش‌های افزایش چنین توانایی‌هایی را پیدا کنند. با توجه به اهمیت موضوعات زیست محیطی برای کسب و کارها از جمله صنعت هتلداری و تبعات بی‌توجهی به تأثیرات زیست محیطی بر عملکرد آن‌ها این پژوهش بدنبال پاسخ به این سوال است که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز از طریق خودکارآمدی خلاقانه سبز و تعصبات زیست محیطی و نقش تعدیلگر ارتباطات سبز چه تأثیری دارد؟

مبانی نظری پژوهش

جهت‌گیری کارآفرینی سبز

جهت‌گیری کارآفرینانه سبز شامل رفتارهای روزمره یک سازمان در ارتباط با ریسک‌پذیری، ابتکار عمل، رقابت‌پذیری و خودمختاری می‌باشد (مسعودی و شاهین، 1400: 525). کارآفرینی سبز، عبارت است از دنبال کردن فرصت‌های بالقوه‌ای که منافع اقتصادی و محیط‌زیستی را از طریق آغاز فعالیت‌های سبز ایجاد کند (جیانگ و همکاران، 2018: 1311). کارآفرینی سبز به عنوان راه حل‌های نوآورانه برای شیوه تولید و مصرف کالاها و خدمات و همچنین بهبود مدل کسب و کار و کمک به سبز کردن اقتصاد تعریف می‌شود (گل سفیدی و همکاران، 1400: 117). تحولات سریع تکنولوژیک به عنوان ویژگی مهمی از محیط کلان بسیاری از کسب و کارها به شمار می‌آید. در چنین شرایطی بنگاه‌هایی که انعطاف‌پذیری استراتژیک ۱ نداشته باشند و نتوانند با ارایه محصولات و خدمات نوآورانه، نیازهای جدید مشتریان را برآورده سازند، امکان بقا در عرصه رقابت و یا رشد بیشتر را نخواهند یافت (هوگز و همکاران، 2019: 943). جهت‌گیری کارآفرینانه سبز می‌تواند تصمیمات پیشگیرانه شرکت را بهبود بخشد، عدم اطمینان به مخاطره انداختن را به فرصت‌ها منتقل کند و به طور نوآورانه اقدامات جدید و بدیع را اعمال کند (مکلوفی و همکاران، 2021: 5). از آنجا که جهت‌گیری کارآفرینانه یک منبع سازمانی است (جوگوراتام، 2017: 104) و جهت‌گیری کارآفرینانه ممکن است منجر به افزایش منابع شغلی شود (گیانیکیس ۴ و همکاران، 2019: 1)؛ بارنی (2001) نقش جهت‌گیری کارآفرینانه را به عنوان یک منبع سازمانی که می‌تواند هم نتایج

1. Strategic flexibility

2. Hughes et al

3. Jogaratnam

4. Giannikis

سازمانی و هم نتایج سطح فردی را شکل دهد، روشن می سازد (کیابو و ایساگا، ۱، 2020: 2). علاوه بر این جهت گیری کارآفرینانه، تجمع، انتشار و ایجاد دانش را فعال می کند (سیرن ۲ و همکاران، 2017: 145).

رفتار خلاقانه سبز

رفتار خلاقانه سبز به صورت خلق ایده ها یا راه حل های سبز جدید برای عملکرد سبز تعریف می شود (لی و همکاران ۳، 2020: 1). مفهوم سبز، اصطلاح جدیدی در مدیریت سازمان ها است. امروزه از سازمان ها و مدیران آنها انتظار می رود تا در راستای مسئولیت اجتماعی خود به سمت ایجاد سازمان سبز حرکت نمایند (آندرواژ و همکاران، 1398: 104). چن و چانگ (2013) خلاقیت سبز را به عنوان توسعه و تکامل ایده جدید درباره محصولات سبز، خدمات سبز، فرآیندهای سبز یا رویکردهای سبز که باید اصل، نوین و مفید باشند، توصیف نموده اند (چن و چانگ، 2013: 1057). رفتار خلاقانه سبز به عنوان یک نوع خاص از رفتار خلاقانه و به عنوان یک نوع خاص از ایده ها یا راه حل های جدید برای حفاظت یا بهبود محیط زیست در نظر گرفته می شود و می تواند به فرآیندهای سبز عملی، محصولات، یا خدماتی مانند تورهای اکولوژیکی یا پروژه های حفاظت از محیط زیست در مقاصد گردشگری تبدیل شود (لی و همکاران، 1، 2020: 1). مدیران باید به دنبال تقویت و تشویق خلاقیت سبز در سازمان باشند، زیرا این امر توانایی شرکت آنها را برای توسعه پایدار افزایش می دهد (سونگ ۴ و یو، 2018: 135). خلاقیت سبز موثر می تواند به جوامع و شرکت ها در انجام اقدامات موثر در حفظ پایداری زیست محیطی کمک کند (محتشم و همکاران، 2019: 4).

خودکارآمدی خلاقانه سبز

خودکارآمدی خلاقانه سبز یعنی اعتماد به توانایی کارکنان برای ایجاد نتایج خلاق سبز (لو، 2020: 2). باندورا (1997) خودکارآمدی ۵ را به عنوان باور افراد به تواناییشان برای انجام وظایف و انجام موثر نقش های کاری، تعریف نموده است (لئو، 2020: 4). خودکارآمدی به باورها و یا قضاوت های فرد در رابطه با توانایی های خود در انجام وظایف و مسئولیت هایش اشاره دارد؛ خودکارآمدی را به عنوان قضاوت شخصی در مورد قابلیت یک فرد برای پذیرش رفتارها و اعمال معین در جهت تحقق اهداف و نتایج مورد انتظار تعریف نموده اند (تاجی و مهداد، 1398: 90). خودکارآمدی خلاق تحت تاثیر متغیرهای زمینه ای است؛ زیرا کارکنان به دنبال منابع و اطلاعات از زمینه های کاری خود هستند تا خودکارآمدی را برای خلاقیت توسعه دهند (کای و همکاران ۷، 2019: 203). جهت

Kiyabo 1

Siroen 2

. Li 3

Song 4

. Self-efficacy 5

Liu 6

Cai 7

گیری کارآفرینانه سبز به عنوان یک متغیر زمینه ای برای پرورش خودکارآمدی خلاقانه سبز عمل کند. سازمان های دارای جهت گیری کارآفرینانه سبز از طریق معرفی محصولات و خدمات جدید سازگار با محیط زیست، مستعد کسب منافع اقتصادی و زیست محیطی هستند. جهت گیری کارآفرینانه سبز با وارد کردن فرآیندهای سازگار با محیط زیست در فعالیت های خود، به مسائل زیست محیطی می پردازد (جیانگ و همکاران، 2018: 1313)

تعصبات زیست محیطی

تعصبات زیست محیطی یعنی احساس مثبت که منجر به تمایل کارکنان برای مشارکت در رفتارهای سبز می شود (لو، 2020: 2). والزند و همکاران (۲۰۰۷) تعصبات را به عنوان یک احساس مثبت در نظر می گیرند که فرد می تواند آن را کنترل کند و منجر به انگیزه فرد برای دنبال کردن یک فعالیت یا رابطه شود (لئو، 2020: 4). تعصبات زیست محیطی یعنی احساس مثبتی که منجر به تمایل کارکنان برای مشارکت در رفتارهای سبز می شود (رابرتسون و برلینگ، ۲۰۱۳: 179). تعصبات زیست محیطی به فعالیت ها یا رفتار کارکنان اشاره دارد که به اهداف زیست محیطی سبز در چارچوب محدودیت های سازمانی کمک می کند (گیل و همکاران، ۲۰21: 1727). در دنیای کنونی محیط به عنوان یک مانع اصلی رشد اقتصادی محسوب می شود و یکی از مباحث مهم، پایداری محیطی در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه است (چاودهری، ۲۰20: 630). تعصبات زیست محیطی می توانند راهی مؤثر برای دستیابی به برنامه های پایداری مؤثر در محل کار باشند؛ در واقع تعصبات زیست محیطی به فعالیت های کارکنان با هدف کاهش پیامدهای منفی اقدامات افراد، مانند بازیافت، کاهش ضایعات، صرفه جویی در مصرف آب و کاهش مصرف انرژی اشاره دارد (دارویشمته‌والی و آلتینی، ۲۰22: 2). از آنجا که تعصبات زیست محیطی زمانی ظاهر می شود که فرد به طور خودمختار باورها و ارزش ها را درونی سازی می کند و بدون هیچ گونه احتمال مرتبط با آن، به طور داوطلبانه این فعالیت را به عنوان نقطه برجسته خود می پذیرد؛ درونی سازی ارزش سبز توسط کارکنان منجر به ایجاد تعصبات زیست محیطی در کارکنان برای مشارکت در رفتارهای سبز می شود. علاوه بر این، در راستای تاکید بر احساس استقلال در جهت گیری کارآفرینانه، سازمان هایی با جهت گیری کارآفرینانه سبز، استقلال کارکنان را برای مشارکت در فعالیت های محیطی فراهم می کنند (تانگ و همکاران، 2018: 31).

ارتباط محیطی سبز

ارتباط محیطی یا سبز به عنوان فرایندی تعریف می شود که به وسیله آن معنای محیط و مشکلات زیست محیطی بین ارتباط دهنده ها از طریق سیستمی از نمادها، نشانه ها و رفتارهای مشترک مبادله می شود. این شامل فعالیت

& Barling Robertson . 1

et al Gill . 2

. Chaudhary 3

. Darvishmotevali & Altinay 4

. Tang5

های کلامی و غیر کلامی است (کلونکر¹، 2015: 18). ارتباط موثر ابزاری است که از طریق آن سازمان ها می توانند بر چالش اطمینان از باور کارمندان نسبت به اصالت استراتژی سبز خود غلبه کنند (پوستوسکی و سالری²، 2018: 1486). ارتباطات سبز شامل بیان دیدگاه سبز روشن، ایجاد کانال های مختلف برای ارتباطات سبز و معرفی یک سیستم فناوری اطلاعات برای ارتباطات سبز و نیز برنامه های ارتباطی سبز برای ارتباط با موقعیت های زیست محیطی است (تانگ و همکاران³، 2018: 89). بنابراین، تعامل بین ارتباطات سبز و موضع استراتژیک کارآفرینانه سبز، کارکنان را بیشتر به سمت توسعه منابع شناختی (خودکارآمدی خلاقانه سبز) و منابع عاطفی (اشتیاق سبز هماهنگ) برای تلاش های خلاقانه سبز سوق می دهد. ارتباط سبز همچنین می تواند ادراکات مشتری را در میان کارکنان هنجارهای سازگار با محیط زیست ایجاد کند که می تواند به عنوان شکلی از فشار اجتماعی برای کارکنان جهت توسعه پاسخ مثبت به جهت گیری کارآفرینانه سبز عمل کند. کارکنان از طریق دیدگاه پردازش اطلاعات اجتماعی و با تفسیر نشانه های بیشتر از محیط کاری جهت گیری کارآفرینانه سبز که با ارتباط سبز افزایش می یابد، درک بیشتری از فعالیت های محیطی دارند، در نتیجه باعث توسعه بیشتر خودکارآمدی خلاقانه سبز و شور و شوق محیطی هماهنگ می شوند (لئو، 2020: 9).

جدول 1- جدول پیشینه پژوهش

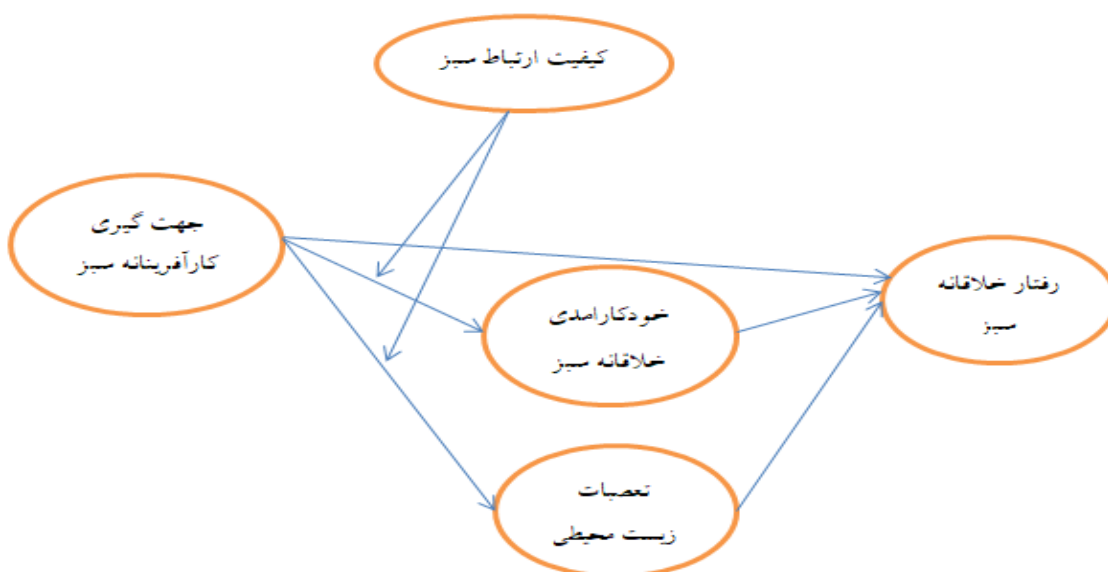
نویسنده	عنوان	سال	نتیجه
لئو	« ترویج نوآوری محصول سبز از طریق جهت گیری کارآفرینی سبز: نقش خلاقیت سبز کارکنان، هویت نقش سبز و سیستم حافظه تعاملی سازمانی »	2022	نتایج این مطالعه بیشتر به خلاقیت سبز کارکنان به عنوان یک مسیر میانجی برای چنین رابطه ای اعتبار بخشید. علاوه بر این، هویت نقش سبز کارکنان و سیستم حافظه تعاملی سازمانی برای تقویت ارتباط بین گرایش کارآفرینی سبز و خلاقیت سبز کارکنان یافت شد.
عمیر و کان ³	مرور ادبیات سیستماتیک به بررسی جهت گیری کارآفرینی سبز و عملکرد محیطی	2022	بنابراین، این بررسی با پیشنهاد چارچوب مفهومی با استفاده از شکاف های شناسایی شده در ادبیات، پژوهش را پیش می برد و پیشنهاد می کند که عوامل سطح خرد، مزو و کلان پذیرش جهت گیری کارآفرینی سبز را در سازمان ها افزایش می دهند. این همچنین نشان می دهد که عوامل سازمانی رابطه بین جهت گیری کارآفرینی سبز و عملکرد محیطی شرکت را

Klockner1
Potoski, & Callery2
Ameer& Khan 13.3

واسطه می‌کنند در حالی که ویژگی‌های اجتماعی-دموگرافیک و عوامل زمینه‌ای مطلوب پیوند جهت گیری کارآفرینی سبز و عملکرد محیطی شرکت را تعدیل می‌کنند.			
در این پژوهش تحلیل داده ها بر اساس مدل سازی معادلات ساختاری انجام شده است. عملکرد خلاق سبز کارکنان به طور قابل توجهی تحت تاثیر انگیزه سبز آنها قرار دارد. علاوه بر این، GCPE همچنین به عنوان یک عامل میانجی بین این دو عمل می کند. علاوه بر این، نوع صنعت و جنسیت نقش مهمی در متغیرهای مورد مطالعه دارند.	2022	«انگیزه سازمانی سبز کارکنان و مشارکت فرآیند خلاق سبز و تأثیر آنها بر عملکرد خلاق سبز»	هو و همکاران
نتایج نشان داد که ظرفیت جذب سبز (GAC)، همکاری محیطی (EC) و نگرانی‌های محیطی مدیریتی به طور قابل توجهی بر گرایش کارآفرینی سبز تأثیر می‌گذارند. علاوه بر این، گرایش کارآفرینی سبز به طور مثبت عملکرد نوآوری سبز و عملکرد محیطی را تحت تأثیر قرار داد. در واقع، گرایش کارآفرینی سبز تا حدی واسطه ظرفیت جذب سبز و همکاری محیطی روابط مدیریتی در مورد نوآوری سبز و عملکرد محیطی است. علاوه بر این، نگرانی‌های محیطی مدیریتی به طور قابل توجهی رابطه بین گرایش کارآفرینی سبز و عملکرد محیطی را تعدیل می کند	2021	تأثیر جهت گیری کارآفرینی سبز بر عملکرد زیست محیطی را بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع طبیعی و دیدگاه سیاست زیست محیطی	ماکلوفی و همکاران
نتایج نشان می دهد که رابطه مثبت بین جهت گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز کارکنان از طریق مسیرهای دوگانه خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست محیطی هماهنگ میانجیگری می شود. کیفیت ارتباطات سبز در روابط بین جهت گیری کارآفرینانه سبز با خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست محیطی هماهنگ، نقش تعدیل کننده دارد.	2020	مطالعه رفتار خلاقانه سبز در صنعت گردشگری با توجه به نقش جهت گیری کارآفرینانه سبز و مکانیزم میانجیگری دوگانه	لو

فریرا ۱ و همکاران	قابلیت‌های دینامیک، قابلیت خلاقیت و نوآوری و تاثیر آنها بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت با توجه به نقش تعدیل گر کارآفرینی	2020	نتایج پژوهش حاکی از آن است که خلاقیت می تواند مزیت رقابتی را تقویت کند. با این حال، تمرکز آنها به جای نوآوری در محصول بر نوآوری استراتژیک باقی ماند. زیرا، خلاقیت سبز در زمینه تولید سبز و مزیت رقابتی سبز بسیار مهم است. این پژوهش بر بررسی نقش خلاقیت سبز نسبت به مزیت رقابتی سبز متمرکز بود
نصیرزاده و همکاران	بررسی رابطه مدیریت منابع انسانی سبز با خلاقیت و تمایلات رفتاری سبز با توجه به نقش ارزش‌های سبز	1401	یافته‌های پژوهش نشان داد که مدیریت منابع انسانی سبز تاثیر مثبت و معنی‌داری بر تمایلات رفتاری و خلاقیت سبز کارکنان دارد. همچنین ارزش‌های سبز رابطه بین مدیریت منابع انسانی سبز با خلاقیت سبز و تمایلات رفتاری سبز کارکنان را تعدیل می‌کند
هوشیار و چاووشی	تحلیل نقش ارزش های مصرف سبز و پذیرش ارتباطات سبز در رابطه نگرشهای مشارکت عمومی و رفتار خرید	1401	نتایج حاکی از آن است که نگرش های مشارکت عمومی بر ارزش های مصرف سبز، ارزش های مصرف سبز بر رفتار خرید، همچنین ارزش های مصرف سبز بر پذیرش ارتباطات سبز و پذیرش ارتباطات سبز بر رفتار خرید در بین دانشجویان سطح شهر مشهد تاثیر مثبتی دارد. همچنین، تاثیر نگرش های مشارکت عمومی و رفتار خرید با نقش میانجی ارزش های مصرف سبز و همچنین تاثیرگذاری ارزش های مصرف سبز با نقش میانجی پذیرش ارتباطات سبز بر رفتار خرید مورد تایید قرار گرفته است..
دین محمدی	بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه سبز بر نوآوری سبز با نقش واسطه ای یادگیری زنجیره تامین	1400	نتایج فرضیات نشان داد که گرایش کارآفرینی سبز و یادگیری زنجیره تامین بر نوآوری سبز تاثیر معنادار دارند. همچنین اثر میانجی یادگیری زنجیره تامین بر روابط بین گرایش کارآفرینی سبز بر نوآوری سبز معنادار بود

مسعودی و شاهین	بررسی روابط ساختاری بین گرایش به کارآفرینی سبز و نوآوری سبز با نقش میانجی یادگیری زنجیره تأمین در شرکت های کوچک و متوسط شهرک صنعتی جی اصفهان	1400	یافته های پژوهش نشان داد که گرایش به کارآفرینی سبز بر یادگیری نوآوری بنیادی سبز و نوآوری تدریجی سبز تأثیر مستقیم و معناداری دارد. همچنین یافته ،زنجیره تأمین ها نشان داد که تأثیر یادگیری زنجیره تأمین بر نوآوری بنیادی سبز و نوآوری تدریجی سبز مثبت و معنادار می باشد.
گنجعلی و باقری مجد	بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی گری قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان	1399	نتایج نشان داد، جهت گیری کارآفرینانه فردی به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه مؤثر است. همچنین قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه به صورت مستقیم مؤثر بود.
پیرایش و همکاران	بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت های صنعتی استان زنجان	1399	نتایج نشان داد که متغیرهای کارآفرینی سازمانی و جهت گیری کارآفرینی بر کارآفرینی استراتژیک مؤثر بودند و متغیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت داشت. از طرف دیگر تأثیر غیرمستقیم کارآفرینی سازمانی و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی نیز مورد تأیید قرار گرفت



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش منبع: (لو، 2020: 3).

فرضیه های پژوهش

جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی اخلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

خودکارآمدی اخلاقانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

خودکارآمدی اخلاقانه سبز نقش واسطه در تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد.

جهت گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

تعصبات زیست محیطی بر رفتار اخلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار است.

تعصبات زیست محیطی نقش واسطه در تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد.

کیفیت ارتباط سبز تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس را تعدیل می کند

کیفیت ارتباط سبز تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس را تعدیل می کند.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- علی می باشد. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس (به تعداد 556 نفر) شامل 6 هتل 4 ستاره و 10 هتل 5 ستاره بودند. به استناد جدول مورگان حجم نمونه به تعداد 225 نفر برآورد و به روش تصادفی ساده مورد پرسش قرار گرفتند. اطلاعات مورد نیاز برای انجام تحقیق فراهم از طریق مطالعات کتابخانه ای (مقالات، منابع اینترنتی، ترجمه متون) و روش میدانی برای گردآوری داده های حاصل از پرسشنامه گردآوری شد، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد لئو و همکاران (2020) بود، که شامل 30 سوال برای سنجش 5 متغیر اصلی به همراه مولفه هایشان می باشد. برای تعیین روایی پرسشنامه تحقیق حاضر از روایی صوری که به استناد نظرات صاحب نظران رشته مدیریت (استاد راهنما) صورت میگیرد و روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد، همچنین پایایی پرسشنامه از طریق تعیین پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تایید شد. جدول زیر ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیر های پژوهش را نشان می دهد.

جدول 2- نتایج آزمون آلفای کرونباخ

متغیر	آلفای کرونباخ
تعصبات زیست محیطی	0.871
جهت گیری کارآفرینی سبز	0.877
خودکارآمدی خلاقانه سبز	0.814
رفتار خلاقانه سبز	0.847
کیفیت ارتباط سبز	0.888

جدول 3- نتایج آزمون پایایی مرکب

متغیر	پایایی مرکب
تعصبات زیست محیطی	0.895
جهت گیری کارآفرینی سبز	0.904
خودکارآمدی خلاقانه سبز	0.798
رفتار خلاقانه سبز	0.879
کیفیت ارتباط سبز	0.729

همانطور که مشاهده می‌گردد نتایج آزمون برای دو شاخص آلفای کرونباخ و پایایی مرکب برای تمام متغیرها بالای 0.7 کسب شده است. بنابراین می‌توان بیان کرد که مدل از پایایی خوبی برخوردار است.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

همان طور که مشخص است، تعداد پاسخگویان به این 225 نفر می‌باشند. نتایج حاصل از بررسی وضعیت جنسیت نشان داد که از 225 مشارکت کنندگان، 74.2 درصد مرد و 25.8 درصد زن می‌باشند. یافته‌های جدول 4-2 نشان می‌دهد که 22 نفر از پاسخگویان دارای مدرک دیپلم و پایین‌تر، 70 نفر از پاسخگویان دارای مدرک فوق دیپلم، 94 نفر از پاسخ دهندگان دارای مدرک لیسانس و 37 نفر نیز دارای مدرک فوق لیسانس و 2 نفر نیز دارای مدرک دکتری می‌باشند. همانطور که مشاهده می‌کنیم بیشترین درصد فروانی به دارندگان مدرک لیسانس مربوط می‌شود یافته‌های جدول 4-3 نشان می‌دهد که 8.4 درصد از پاسخگویان در رده سنی 20 تا 30 سال، 38.7 درصد بین 30 تا 40 سال، 29.8 درصد بین 40 تا 50 سال و 23.1 درصد بالای 50 سال بیشتر می‌باشند. یافته‌های جدول 4-4 نشان می‌دهد که 4.4 درصد از پاسخگویان دارای سابقه کاری کمتر از 5 سال، 24.9 درصد بین 5 تا 10 سال، 37.8 درصد بین 10 تا 15 سال، 26.2 درصد بین 15 تا 20 سال و 6.7 درصد بالای 20 سال بیشتر می‌باشند.

آمار استنباطی

جدول 4- آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

متغیر	سطح معناداری	نتیجه
جهت گیری کارآفرینی سبز	0.009	غیرنرمال
کیفیت ارتباط سبز	0.000	غیرنرمال
خودکارآمدی خلاقانه سبز	0.000	غیرنرمال
تعصبات زیست محیطی	0.032	غیرنرمال
رفتار خلاقانه سبز	0.000	غیرنرمال

با توجه به نتایج تحلیل فوق مشخص شده که سطح معناداری برای تمامی متغیرها کمتر از مقدار خطا 0/05 می‌باشد. در نتیجه داده‌ها دارای توزیع غیر نرمال می‌باشد. بنابراین برای آمار استنباطی باید از روش‌های ناپارامتریک و برای استفاده از روش‌های معادلات ساختاری باید از نرم افزار Smart PLS استفاده شود.

جدول 5- نتایج آزمون کیمو

مقدار آزمون	KMO	سطح معناداری	نتیجه
مقدار آزمون	0.782	0.000	توان آماری و کفایت نمونه تایید می شود

نتیجه آزمون KMO در جدول فوق نشان می‌دهد که مقدار KMO بیشتر از 0/7 بدست آمده است در نتیجه، حجم نمونه از کفایت خوبی برای انجام آزمون‌های مورد نظر برخوردار است.

جدول 6- شاخص‌های متغیرهای مکنون

متغیرها	R2	Communality
تعصبات زیست محیطی	0.533	0.345
جهت گیری کارآفرینی سبز	-	0.393
خودکارآمدی خلاقانه سبز	0.535	0.294
رفتار خلاقانه سبز	0.765	0.364
کیفیت ارتباط سبز	-	0.160
میانگین	0.611	0.311

$$GOF = \sqrt{0.311 \times 0.611} = 0/435$$

حدود شاخص GOF بین صفر و یک بوده. وتزلس و همکاران (2005) سه مقدار 0/01، 0/25 و 0/35 را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. با توجه به مقدار 0/435 مدل تحقیق از مطلوبیت قوی برخوردار است.

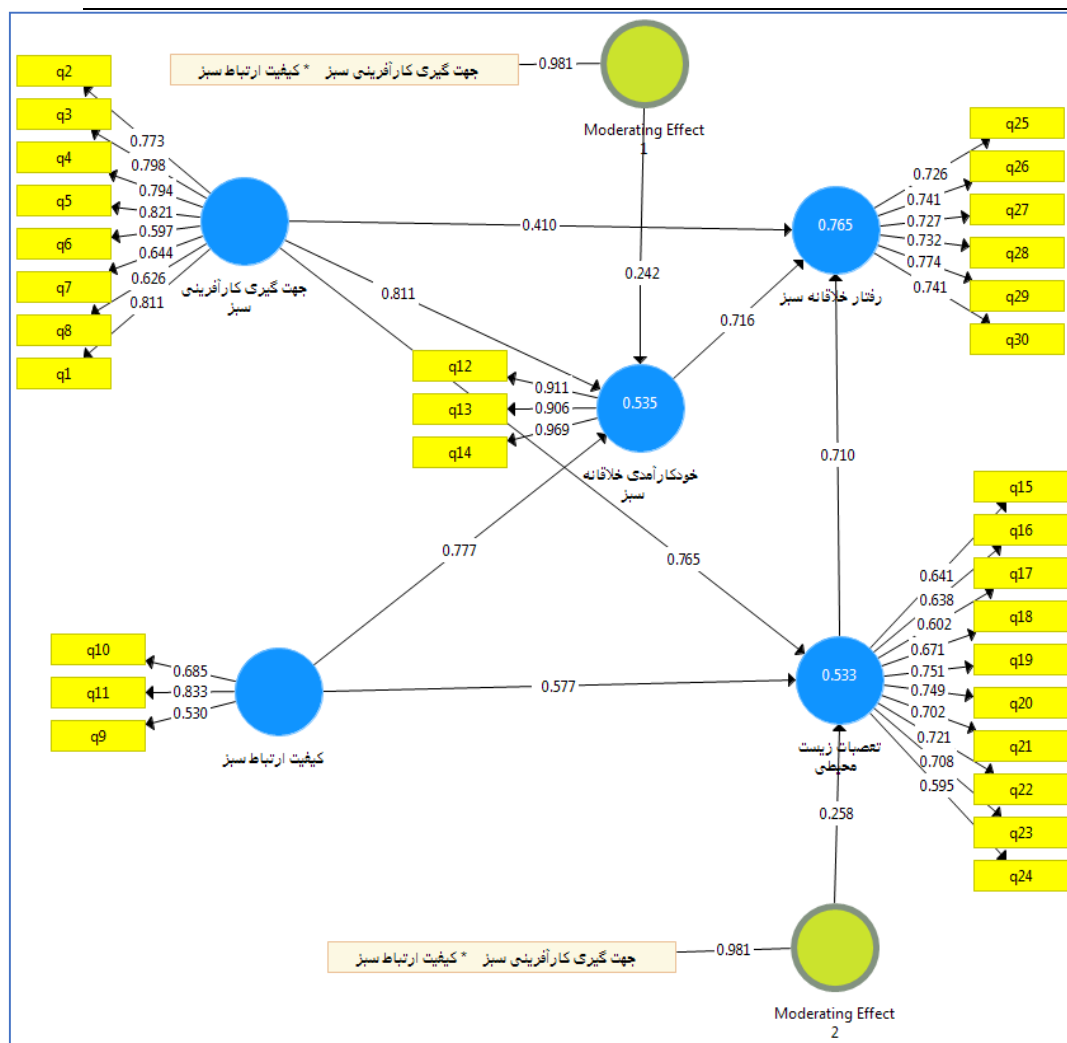
جدول 7- نتایج آزمون کیفیت مدل اندازه گیری و ساختاری

متغیر	CV Com	CV Red
	1-SSE/SSO	1-SSE/SSO
تعصبات زیست محیطی	0.345	0.220
جهت گیری کارآفرینی سبز	0.393	-
خودکارآمدی خلاقانه سبز	0.294	0.296
رفتار خلاقانه سبز	0.364	0.347
کیفیت ارتباط سبز	0.160	-
میانگین	0.311	0.287

نتایج حاصل از این آزمون جدول (7) نشان می دهد که شاخص اشتراک با روایی متقاطع برای مدل پژوهش برابر با (0.311) و شاخص افزونگی برای مدل پژوهش برابر با (0.287) بدست آمده است، که این مقدار بیانگر کیفیت مطلوب مدل ارائه شده است.



273



شکل 3= مدل پژوهش در حالت استاندارد

شکل (2-4) مدل مفهومی پژوهش را در حالت استاندارد برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. در حالت استاندارد مشخص می‌شود که میزان تاثیر متغیر مستقل بر وابسته چقدر و در جهت مثبت و یا منفی می‌باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

فرضیه اول: جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز نشان داد که مقدار معناداری برابر با (4.489) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه اول تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.410) کسب شد که نشان می دهد که تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز مثبت و در جهت مستقیم می باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می باشد. برنامه های ارتباطی سبز موثر نه تنها آگاهی، علاقه و مشارکت را افزایش می دهند، بلکه مقاومت کارکنان در برابر تغییر و غلبه بر موانع کارکنان در زمینه پایدارتر شدن را نیز مورد توجه قرار می دهند (فیکوئردو و تیسرا ارتباط سبز در جهت بقا و حف سلامت محیط زیست با توجه به عملکردهای افراد صورت می گیرد و استفاده از انرژی را به سمت پایداری محیط زیست پیش می برد، در ارتباطات شکل گرفته ارزش و اهمیت محیط زیست بیان می شود و رفتار افراد را به سمت دوستدار محیط زیست سوق می دهد و همدلی زیستی را به همراه می آورد، از آنجا که جهت گیری کارآفرینانه یک منبع سازمانی است و جهت گیری کارآفرینانه ممکن است منجر به افزایش منابع شغلی شود، بارنی (2001) نقش جهت گیری کارآفرینانه را به عنوان یک منبع سازمانی که می تواند هم نتایج سازمانی و هم نتایج سطح فردی را شکل دهد، روشن می سازد، علاوه بر این جهت گیری کارآفرینانه، تجمع، انتشار و ایجاد دانش را فعال می کند، کج ۲ و همکاران (۲۰۰۷) بیان می کنند که تنها سازمان هایی با سطوح بالایی از -جهت گیری کارآفرینانه، به احتمال زیاد در کسب و استفاده از اطلاعات فعال هستند. براساس این استدلال، استنباط می شود که سازمان هایی با جهت گیری کارآفرینانه سبز، توسعه منابعی مانند استقلال و همکاری در فعالیت های سبز و دانش و مهارت های مرتبط با سبز را تسهیل می کنند. بر اساس منابعی که در جهت گیری کارآفرینانه سبز که به عنوان یک منبع در سطح کلان تفسیر شده اند، کارمندان تمایل دارند تا دانش و مهارت های بیشتری در ارتباط با فعالیت های سازگار با محیط زیست کسب کنند و همچنین منابع فعلی خود را در ابداع ابتکارات برای فرایندهای سبز یا محصولات سرمایه گذاری کنند. نتایج این فرضیه با مطالعات نصیرزاده و همکاران (1401)، دین محمدی (1400)، مسعودی و شاهین (1400)، گنجعلی و باقری مجد (1399)، بهمنی و همکاران (1397)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022)، گنو و همکاران (2020) مطابقت دارد.

حفاظت از محیط زیست موضوعی حیاتی و اصلی در جوامع بشری است. هتلها برای موفقیت ناچار به رعایت اصول حفاظتی محیط زیست و ارتباط موثر با محیط رقابتی و پیچیده امروزی هستند. یافته های پژوهش نشان می دهد، درک درست کارکنان هتل ها از مفاهیم جهت گیری کارآفرینانه سبز، رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره را افزایش می دهد. پیشنهاد می شود مدیریت منابع انسانی هتل ها برنامه های آموزشی زیست محیطی را جهت تشویق کارکنان برای پیاده سازی الزامات ایجاد هتل سبز بکار گیرند تا کارکنان را قادر سازد در کنار رفتار

های سازگار با محیط زیست، رفتارهای خلاقانه سبز از خود بروز دهند، زیرا هر قدر کارکنان دانش بیشتری درباره مباحث زیست محیطی داشته باشند، به همان میزان عملکرد زیست محیطی هتل افزایش خواهد یافت.

فرضیه دوم: جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز نشان داد که مقدار معناداری برابر با (9.860) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه دوم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.811) کسب شد که نشان می دهد که تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز مثبت و در جهت مستقیم می باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می باشد. سازمان های دارای جهت گیری کارآفرینانه سبز با شیوه های نوآورانه و فعال خود که برای ایجاد یک محیط کار سبز و ایجاد محصولات و خدمات سبز طراحی شده اند، مشخص می شوند. این روش ها نه تنها منبعی از منابع مرتبط با سبز (یعنی دانش، مهارت ها، و ارزش های مرتبط با سبز) هستند، بلکه فرصت هایی را برای کارکنان فراهم می کنند تا در حل مشکلات زیست محیطی و ایجاد نتایج سبز مشارکت کنند، که باعث می شود آن ها در تولید ایده ها یا راه حل های سبز جدید احساس اعتماد به نفس کنند. این در راستای گزارش های کارهای قبلی است که نشان می دهند، سازمان های شدیداً کارآفرین محور منابع سازمانی را برای تحریک اعتماد کارکنان به مشارکت در رفتار نوآورانه تخصیص می دهند. خودکارآمدی خلاقانه سبز می تواند به عنوان یک پیوند حیاتی برای جهت گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز عمل کند زیرا افراد در فعالیت های خلاقانه سرمایه گذاری نمی کنند مگر اینکه به توانایی خود برای ایجاد نتایج خلاقانه اعتقاد داشته باشند. نتایج این فرضیه با مطالعات دین محمدی (1400)، گنجعلی و باقری مجد (1399)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022)، گئو و همکاران (2020) مطابقت دارد.

با اجرای موفق مدیریت منابع انسانی سبز می توان انتظار داشت که نگرش سبز در ذهن کارکنان هتل شکل گیرد و نسبت به رعایت قوانین، سیاست ها، اسراف نکردن و درست مصرف کردن، استفاده مجدد یا بازیابی منابع در دسترس حساس شوند و موجب کاهش آلودگی محیط زیست و مهمتر از آن صرفه جویی اقتصادی قابل توجهی شوند. پیشنهاد می شود مدیران هتل ها برای ایجاد خودکارآمدی خلاقانه سبز در بین کارکنان خود، الگوهای معروف از داستان های مبتکرانه دوستدار محیط مانند شرکت هایی از قبیل آند بیاند، اکو کمپانیون و اینترپید ترول، از انواع کانال های ارتباطی استفاده کنند (به عنوان مثال، سخنرانی ها، گزارش ها، بیانیه های مطبوعاتی، صفحات وب، کتابچه های راهنما، خبرنامه ها، مقالات، فیلم ها و کانال های رسانه های اجتماعی).

فرضیه سوم: خودکارآمدی خلاقانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر خودکارآمدی خلاقانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز نشان داد که مقدار معناداری برابر با (7.372) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه سوم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.716) کسب شد که نشان می دهد که تاثیر خودکارآمدی خلاقانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز مثبت و در جهت مستقیم می باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می باشد. خودکارآمدی خلاق نوع خاصی از خودکارآمدی است که به درک فرد از توانایی او در تولید نتایج خلاقانه اشاره دارد، خودکارآمدی خلاقانه سبز یعنی اعتماد به توانایی کارکنان برای ایجاد نتایج خلاق سبز، میزان اعتقاد یک فرد به توانایی اش در خلق نتایج خلاق سبز مانند راه حل های جدید برای مسائل زیست محیطی. اگر افراد علاوه بر منابع موثر مانند انگیزه مشارکت در سبز کردن جامعه، از منابع شناختی مانند دانش در مورد سودمندی حفاظت از محیط زیست، عوامل مضر برای محیط زیست (به عنوان مثال، پلاستیک یا گاز نشری)، و شیوه های سازگار با محیط زیست (به عنوان مثال، استفاده اقتصادی از کاغذ، آب و برق)، و همچنین مهارت هایی در مورد چگونگی ساخت فرآورده های سبز، محصولات، یا خدمات برخوردار باشند، می توانند نتایج خلاقانه سبز ایجاد کنند در حقیقت رفتار خلاقانه سبز شاخصی برای نوآوری زیست محیطی است که با ایجاد خدمات کارآمدتر از نظر خدمات بهره ورانه زیست محیطی، حل مسائل زیست محیطی و کاهش اثرات زیست محیطی سازمان، به سبز شدن سازمان کمک می کند. نتایج این فرضیه با مطالعات دین محمدی (1400)، مسعودی و شاهین (1400)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022) و سونگ و یو (2018) مطابقت دارد.

به مدیران هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس پیشنهاد می شود فعالیت های آموزش سبز، را به عنوان بخشی از برنامه های ارتباطات سبز، بر بکارگیری آگاهی و شناخت کارکنان در مورد چشم انداز، اهداف و ارزش های سبز شرکت و همچنین اثرات سو فعالیت های گردشگری و تأثیرات مفید ابتکارات زیست محیطی تمرکز نماید، چرا که چنین فعالیت هایی به کارکنان مهارت هایی در زمینه صرفه جویی در مصرف انرژی، کاهش ضایعات و ابداع بسته های طبیعت گردی یا پروژه های حفاظتی در مقاصد گردشگری می دهد.

فرضیه چهارم: خودکارآمدی خلاقانه سبز نقش واسطه در تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که مقدار معناداری برابر با 2/047 کسب شد و چون این مقدار بیشتر از عدد 1/96 کسب شده در نتیجه این فرضیه تایید شده است، همچنین ضریب استاندارد 0/179 بدست آمده که نشان می دهد خودکارآمدی خلاقانه سبز نقش واسطه در تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد. خودکارآمدی خلاق تحت تاثیر متغیرهای زمینه ای است؛ زیرا کارکنان به دنبال منابع و اطلاعات از زمینه های کاری خود هستند تا خودکارآمدی را برای خلاقیت توسعه دهند. جهت گیری کارآفرینانه سبز به عنوان یک متغیر زمینه ای برای پرورش خودکارآمدی خلاقانه سبز عمل کند. سازمان

های دارای جهت گیری کارآفرینانه سبز از طریق معرفی محصولات و خدمات جدید سازگار با محیط زیست، مستعد کسب منافع اقتصادی و زیست محیطی هستند. جهت گیری کارآفرینانه سبز با وارد کردن فرآیندهای سازگار با محیط زیست در فعالیت های خود، به مسائل زیست محیطی می پردازد. جهت گیری کارآفرینانه سبز می تواند فضای روانی سبز در محل کار را نیز ارتقا دهد. نتایج این فرضیه با مطالعات نصیرزاده و همکاران (1401)، دین محمدی (1400)، گنجعلی و باقری مجد (1399)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022) مطابقت دارد.

مدیران باید نظارت کنند و اطمینان حاصل کنند که آیا برنامه های ارتباطی سبز اطلاعات مفید و به موقعی را برای کارمندان ارائه می دهند تا پاسخ آنها به استراتژی کارآفرینانه سبز بهبود یابد. آنها باید برنامه های ارتباط سبز را به موقع تنظیم نمایند تا خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست محیطی هماهنگ را حفظ و تقویت کنند و به نوبه خود ابتکارات زیست محیطی ایجاد کنند.

فرضیه پنجم: جهت گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی نشان داد که مقدار معناداری برابر با (8.587) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه پنجم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.765) کسب شد که نشان می دهد که تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی مثبت و در جهت مستقیم می باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می باشد. جهت گیری کارآفرینانه سبز به عنوان منبع منابع مرتبط با سبز (به عنوان مثال ارزش سبز، دانش مرتبط با سبز)، می تواند کاروان منابع را تسريع کند، تا ارزش سبز را به کارمندان القا نماید. از آنجا که تعصبات زیست محیطی زمانی ظاهر می شود که فرد به طور خودمختار باورها و ارزش ها را درونی سازی می کند و بدون هیچ گونه احتمال مرتبط با آن، به طور داوطلبانه این فعالیت را به عنوان نقطه برجسته خود می پذیرد؛ درونی سازی ارزش سبز توسط کارکنان منجر به ایجاد تعصبات زیست محیطی در کارکنان برای مشارکت در رفتارهای سبز می شود. علاوه بر این، در راستای تاکید بر احساس استقلال در جهت گیری کارآفرینانه، سازمان هایی با جهت گیری کارآفرینانه سبز، استقلال کارکنان را برای مشارکت در فعالیت های محیطی فراهم می کنند. نتایج این فرضیه با باقری مجد (1399)، بهمنی و همکاران (1397)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022)، گئو و همکاران (2020) مطابقت دارد.

شرکت های مسافرتی باید مسئولیت خود را در قبال پایداری محیط زیست درک کرده و با تمرکز بر محیط زیست، وضعیت استراتژیک کارآفرینانه ای ایجاد کنند تا ابتکارات زیست محیطی را پرورش دهند و به چنین مسئولیتی تحقق بخشند. با این وجود، داشتن یک جهت گیری کارآفرینانه سبز به خودی خود برای دستیابی به نتایج خلاقانه کافی

نیست، شرکت‌ها باید به طور خاص با عملکرد حفاظت از محیط زیست، جهت‌گیری کارآفرینانه را به فعالیت‌های واقعی کارآفرینانه تفسیر کنند.

فرضیه ششم: تعصبات زیست محیطی بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل‌های 4 و 5 ستاره استان فارس تاثیر معنادار است.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر تعصبات زیست محیطی بر رفتار خلاقانه سبز نشان داد که مقدار معناداری برابر با (8.415) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه ششم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.710) کسب شد که نشان می‌دهد که تاثیر تعصبات زیست محیطی بر رفتار خلاقانه سبز مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. ارتباطات سبز نقش ابزاری در آموزش، هشدار دادن، متقاعد کردن و بسیج کردن افراد دارد. بنابراین ارتباط سبز نقش حیاتی در ترویج اقدامات گسترده‌ای دارد که به مسائل زیست محیطی می‌پردازند. براساس دیدگاه‌های وانبرگ و باناس (۲۰۰۰) و پترو و همکاران (۲۰۱۸)، کیفیت ارتباطات سبز نشان دهنده درجه‌ای است که یک سازمان اطلاعات کافی، مفید و به موقع در مورد اقدامات سبز سازمانی اجرا شده ارائه می‌کند. تعصبات زیست محیطی می‌توانند راهی مؤثر برای دستیابی به برنامه‌های پایداری مؤثر در محل کار باشند؛ در واقع تعصبات زیست محیطی به فعالیت‌های کارکنان با هدف کاهش پیامدهای منفی اقدامات افراد، مانند بازیافت، کاهش ضایعات، صرفه جویی در مصرف آب و کاهش مصرف انرژی اشاره دارد. نتایج این فرضیه با مطالعات نصیرزاده و همکاران (1401)، دین محمدی (1400)، مسعودی و شاهین (1400)، هو و همکاران (2022)، گئو و همکاران (2020) مطابقت دارد.

مدیران باید برای اطمینان از تفسیر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در فعالیت‌های کارآفرینانه سبز، تجزیه و تحلیل کنند که آیا هتل‌های آن‌ها از توانایی‌های مناسبی برای توسعه این فعالیت‌ها برخوردار است، و روش‌های افزایش چنین توانایی‌هایی را پیدا کنند. علاوه بر این، مدیران باید تمایل کارمندان به حفظ رفتار تقلیدی، واکنش‌پذیر و ریسک‌گریز را مشاهده، شناسایی و به کاهش آن کمک کنند تا بدین طریق موجب تقویت روحیه کارآفرینانه سبز شوند.

فرضیه هفتم: تعصبات زیست محیطی نقش واسطه در تاثیر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل‌های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که مقدار معناداری برابر با 2/047 کسب شد و چون این مقدار بیشتر از عدد 1/96 کسب شده در نتیجه این فرضیه تایید شده است، همچنین ضریب استاندارد 0/179 بدست آمده که نشان می‌دهد تعصبات زیست محیطی نقش واسطه در تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس دارد. با توجه به نقش حمایت از استقلال زمینه ای در شکل گیری تعصبات زیست محیطی، تعصبات شدید، که از طریق درونی سازی خودمختار فعالیت های خارجی شکل می‌گیرد، ممکن است درک افراد از استقلال را افزایش دهد. همان طور که استقلال درک شده به ترویج فعالیت و خلاقیت افراد کمک می‌کند، استقلال درک شده برای تعامل محیطی در تعصبات زیست محیطی، خودمختاری درک شده برای مشارکت زیست محیطی در تعصبات زیست محیطی می‌تواند مشارکت را در تلاش های خلاقانه سبز پرورش دهد. علاوه بر این، کارمندان از طریق نگاه خودسازمانی و با داشتن انگیزه بسیار مستقل، به دلیل تمایل تقویت کننده به عوامل علی در زندگی و در تلاش برای عمل هماهنگ با دیدگاه های یکپارچه خود، تمایل دارند در رفتاری درگیر شوند. همانطور که کارمندانی با تعصبات محیطی هماهنگ، یک باور قوی سازگار با محیط زیست دارند، انگیزه مستقشان آن ها را به سمت عمل کردن به شیوه ای هدایت می‌کند که با این باور هماهنگ است. نتایج این فرضیه با مطالعات نصیرزاده و همکاران (1401)، دین محمدی (1400)، مسعودی و شاهین (1400)، گنجعلی و باقری مجد (1399)، لثو (2022)، عمیر و کان (2022) و سونگ و یو (2018) مطابقت دارد.

پیشنهاد می‌شود کارکنان با داشتن منابع مربوط به سازمان کارآفرینی سبز خود، نه تنها آن ها را به منابع شخصی خود «انتقال دهند» یا درونی کنند (خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست محیطی هماهنگ)، بلکه این منابع را در اقدامات کنش گرایانه ای بالاتر از سطح انتظارات حداقلی خود به عنوان مثال در قالب تلاش های خلاقانه سبز سرمایه گذاری کنند. تجزیه و تحلیل تکمیلی می‌تواند، مسیر اشتیاق زیست محیطی هماهنگ تا خودکارآمدی خلاقانه سبز را آشکار نماید.

فرضیه هشتم: کیفیت ارتباط سبز تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز در بین کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس را تعدیل می‌کند.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تاثیر نقش تعدیلگر کیفیت ارتباط سبز در ارتباط بین جهت گیری کارآفرینانه سبز بر خودکارآمدی خلاقانه سبز نقش تعدیلگر دارد. مقدار معناداری برابر با (2.923) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی 1/96 تا مثبت 1/96 قرار گرفته در نتیجه فرضیه هشتم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (0.242) کسب شد که نشان می‌دهد که کیفیت ارتباط سبز نقش تعدیلگر مثبت و افزایشی در رابطه بین جهت گیری کارآفرینانه سبز و خودکارآمدی خلاقانه سبز دارد. محققان متعددی ارتباط سبز را به عنوان یک منبع مکمل حیاتی برای دستیابی به عملکرد سبز در نظر گرفته اند. سازمان ها با استفاده از ارتباطات سبز می‌توانند رویت پذیری تلاش های زیست محیطی خود مانند جهت گیری کارآفرینانه سبز را افزایش دهند. از آنجا که ارتباط سبز به عنوان یک دارایی یا منبع مکمل در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند رویت پذیری تلاش های محیطی سازمان را افزایش دهد. انتظار می‌رود که موضع استراتژیک کارآفرینی سبز و ارتباط سبز با هم

تعامل داشته باشند و مکمل متقابلی برای پرورش یک محیط طرفدار زیست ایجاد کنند. تعامل این دو ساختار با دیدگاه مکمل اوک ۱ و همکاران (۲۰۱۲) هماهنگ است که نشان می‌دهد نتایج بهتر می‌توانند با مکمل بودن شیوه‌های مختلف حاصل شوند. این تعامل بیشتر در راستای دیدگاه استراف و بوون (۲۰۱۶) در مورد سازگاری در علائم شیوه‌های مدیریت (مانند ارتباطات) و جنبه‌های دیگر در وضعیت استراتژیک سازمان است. همانطور که موسر و دیلینگ (۲۰۱۱) اظهار داشتند، ارتباط "شامل یک بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است." کارکنان می‌توانند از طریق کانال‌های ارتباطی سبز مختلف، آگاهی خود را از مسائل زیست محیطی در سازمان، اقدامات استراتژیک کارآفرینی سبز آن و فرصت‌هایی برای کمک به حل چنین مسائلی افزایش دهند. نتایج این فرضیه با مطالعات دین محمدی (۱۴۰۰)، مسعودی و شاهین (۱۴۰۰)، لئو (۲۰۲۲)، عمیر و کان (۲۰۲۲) و سونگ و یو (۲۰۱۸) مطابقت دارد.

آموزش سبز باید کارمندان را بیشتر در پروژه‌های زیست محیطی مشارکت دهد تا اشتیاق و اعتماد به نفس آن‌ها را برای ایجاد ابتکارات زیست محیطی بیشتر تقویت کن، علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود تخصص و اشتیاق برای حفظ محیط زیست با توجه به تأثیرات خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست محیطی هماهنگ در رفتار خلاقانه سبز، به عنوان معیارهای انتخاب و ارتقا کارکنان در نظر گرفته شود.

فرضیه نهم: کیفیت ارتباط سبز تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی در بین کارکنان هتل‌های ۴ و ۵ ستاره استان فارس را تعدیل می‌کند.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی تأثیر نقش تعدیلگر کیفیت ارتباط سبز در ارتباط بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر تعصبات زیست محیطی نقش تعدیلگر دارد. مقدار معناداری برابر با (۳.۱۰۶) کسب شده است، که این مقدار خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته در نتیجه فرضیه نهم تأیید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰.۲۵۸) کسب شد که نشان می‌دهد که کیفیت ارتباط سبز نقش تعدیلگر مثبت و افزایشی در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و تعصبات زیست محیطی دارد. کارمندان باورهای اشتباهی در مورد سیاست‌های سازمان خود داشته باشند و گاهی اوقات ممکن است در مورد ابتکاراتی که سازمان آن‌ها برای پرورش پایداری زیست محیطی اتخاذ می‌کند، ناآگاه باشند. ارتباطات سبز می‌توانند قابلیت دید زیرساخت‌های زیست محیطی و عملکرد آن را ممکن سازند و در نتیجه آگاهی زیست محیطی کارکنان را افزایش دهند. بنابراین، تعامل بین ارتباطات سبز و موضع استراتژیک کارآفرینانه سبز، کارکنان را بیشتر به سمت توسعه منابع شناختی (خودکارآمدی خلاقانه سبز) و منابع عاطفی (اشتیاق سبز هماهنگ) برای تلاش‌های خلاقانه سبز سوق می‌دهد.

Oke . 1

Bowen&Ostroff . 2

& Dilling Moser . 3

دهد. ارتباط سبز همچنین می‌تواند ادراکات مشتری را در میان کارکنان هنجارهای سازگار با محیط زیست ایجاد کند که می‌تواند به عنوان شکلی از فشار اجتماعی برای کارکنان جهت توسعه پاسخ مثبت به جهت گیری کارآفرینانه سبز عمل کند. کارکنان از طریق دیدگاه پردازش اطلاعات اجتماعی و با تفسیر نشانه‌های بیشتر از محیط کاری جهت گیری کارآفرینانه سبز که با ارتباط سبز افزایش می‌یابد، درک بیشتری از فعالیت‌های محیطی دارند، در نتیجه باعث توسعه بیشتر خودکارآمدی خلاقانه سبز و شور و شوق محیطی هماهنگ می‌شوند. مطالعات متعددی انجام گرفته که همگی حاکی از آن است که تعصبات زیست محیطی منجر به ایجاد ارزش‌های استراتژیک برای شرکت می‌گردد؛ اعتبار شرکت که با تشخیص ذی‌نفعان با توجه به ارزیابی بلند مدت از پتانسیل اجتماعی-اقتصادی سازمانی حاصل می‌گردد؛ به عنوان دارایی نامشهود با ارزش و بسیار مهم تلقی می‌گردد. نتایج این فرضیه با مطالعات دین محمدی (1400)، مسعودی و شاهین (1400)، گنجعلی و باقری مجد (1399)، بهمنی و همکاران (1397)، لئو (2022)، عمیر و کان (2022) و سونگ و یو (2018) مطابقت دارد.

به نظر می‌رسد ارتباطات، ابزار قدرتمندی برای هدایت و تغییر رفتارها تلقی گردد، لذا فعالیت‌های کارآفرینانه خلاقیت، به درجه بالایی از بصیرت و همچنین به راهنمایی کامل نیاز دارند، یکی از راه‌های «کنترل» و ارائه فضا برای رفتار خلاقانه سبز، عطف به «مدل مرحله-دروازه» کوپر (1990) می‌باشد که کارکنان را قادر می‌سازد تا آزادانه خلاق باشند و صرفاً در هنگام تغییر «روش‌های جدید» «تحت کنترل قرار گیرند». بواسطه یافته‌های ما در مورد تأثیرات متقابل جهت گیری کارآفرینانه سبز و کیفیت ارتباطات سبز، هتل‌ها باید به طور موثر با هم ارتباط برقرار کنند و استراتژی کارآفرینانه سبز را از طریق برنامه‌های ارتباطات سبز به منابع قابل مشاهده (به عنوان مثال، دانش، مهارت‌ها و ارزش‌های مربوط به فعالیت‌های حفاظت از محیط زیست) و در دسترس کارمندان تبدیل کنند.

پیشنهادهای پژوهشی

پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی در جامعه آماری با مشاغل متفاوت انجام شود تا امکان تعمیم پذیری یافته‌های این پژوهش به سایر جوامع میسر شود. تحقیقات آینده باید مدل تحقیقاتی فعلی را در شرکت‌های گردشگری کوچکتر و همچنین تأثیر اندازه شرکت بر روابط این ساختار را مجدد بررسی کند. تعمیم دیگر این است که به مکانیسم‌های متنی دیگری غیر از جهت گیری کارآفرینانه سبز که زیربنای آن خلاقیت سبز است، بپردازیم. به عنوان مثال بررسی رهبری کارآفرینانه سبز و مقایسه تأثیر آن با تلاش‌های خلاقانه سبز می‌تواند بواسطه سبک‌های رهبری که بطور گسترده مورد تحقیق قرار گرفته، از قبیل رهبری تحول‌آفرین سبز، می‌تواند جالب توجه باشد. از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به مواردی چون محدودیت ذاتی پرسشنامه و اینکه افراد ممکن است در هنگام تکمیل کردن پرسشنامه خوشتن‌نگری کافی نداشته باشند و مسئولانه به گویه‌ها پاسخ ندهند که این امر تا حدودی دقت نتایج را کاهش می‌دهد. باید مطالعات مقایسه‌ای انجام شود تا تفاوت‌های یافته‌های این مدل تحقیقاتی در فرهنگ‌ها برحسب سیستم اقتصادی مشترک و جلوگیری از عدم قطعیت مشخص شود.

منابع

- آندرواژ، ل. و همکاران. (1398). تاثیر آموزش سبز بر رفتار شهروندی سبز با نقش تعدیل کنندگی عملکرد مدیریت سبز، خلاقیت سبز و درگیری کارکنان سبز در یک بیمارستان. مدیریت بهداشت و درمان، 10(4): 103-113.
- بهمنی، اکبر؛ موسوی داودی، سیدمهدی و واعظی، مهدی. (1397). بررسی نقش جهت گیری کارآفرینی سبز در افزایش عملکرد سازمان جهاد کشاورزی استان مازنداران. فصلنامه کارآفرینی در کشاورزی، 5(10): 45-55.
- پیرایش، ر. و همکاران. (1399). بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت های صنعتی استان زنجان. علمی پژوهشی فصلنامه علمی مدیریت بهره وری، 14(50/1): 23-45.
- تاجی، هاله. و مهداد، علی. (1398). پیش بینی ادراک خودکارآمدی و اشتیاق شغلی از طریق تعالی یابی شغلی و ادراک حمایت سازمانی. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، 11(39): 89-112.
- دین محمدی، طیبه. (1400). گرایش کارآفرینانه سبز و نوآوری سبز: اثر واسطه ای یادگیری زنجیره تامین، چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، 13-1.
- شفیعی، زاهد و ترابی فارسانی، ندا و فصولی، سیده مهتاب. (1395). هتل های سبز: رویکردی نوین در جهت توسعه پایدار گردشگری. دومین کنگره بین المللی زمین، فضا و انرژی های پاک با محوریت مدیریت منابع طبیعی، کشاورزی و توسعه پایدار، تهران، 13-1.
- گل سفیدی علوی، مهدی؛ سخدری، کمال؛ و علیرضایی، ابوتراب. (1400). شناسایی عوامل موثر بر گرایش محیط زیستی عاملان کارآفرینی با رویکرد فراترکیب. فصلنامه علمی آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، 9(3): 132-113.
- گنجعلی، زکیه و باقری مجد، روح اله. (1399). تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی گری قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، 13(4): 521-540.
- محتشم، س و همکاران. (1395). تاثیر رهبری تحول آفرین سبز بر خلاقیت سبز؛ با شناسایی نقش هویت سازمانی سبز، ذهن آگاهی سبز و تعهد منابع مورد مطالعه: شهرداری مرکزی کلان شهر رشت. کنفرانس بین المللی مدیریت تغییر و تحول؛ 21-1.
- مسعودی، احسان و شاهین، آرش. (1400). روابط ساختاری بین گرایش به کارآفرینی سبز و نوآوری سبز با نقش میانجی یادگیری زنجیره تامین در شرکت های کوچک و متوسط. فصلنامه توسعه کارآفرینی، 14(3): 521-539.
- میوه چی، لایلا و عدالتیان شهریار، جمشید. (1398). نقش کارآفرینی سبز بر عملکرد زیست محیطی «براساس مدل خودسازماندهی». فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، 3(25): 59-71.
- نصیرزاده، مژده؛ معمارزاده طهران، غلامرضا؛ امیرنژاد، قنبر؛ مکوندی، فؤاد؛ و کراهی مقدم، سیروس. (1401). بررسی رابطه مدیریت منابع انسانی سبز با خلاقیت و تمایلات رفتاری سبز با توجه به نقش ارزش های سبز. نشریه علمی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، 10(4): 201-228.

هوشیار، وجیهه و چاووشی، محمدعلی. (1401). تحلیل نقش ارزشهای مصرف سبز و پذیرش ارتباطات سبز در رابطه نگرشهای مشارکت عمومی و رفتار خرید (مورد مطالعه: دانشجویان سطح شهر مشهد). نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، 36(1): 99-113.

Ameer, F., & Khan, N. R. (2022). Green entrepreneurial orientation and corporate environmental performance: A systematic literature review. *European Management Journal*, 4(3); 15-1.

Chen, Y. S., Chang, C. H., Yeh, S. L., & Cheng, H. I. (2015). Green shared vision and green creativity: The mediation roles of green mindfulness and green self-efficacy. *Quality & Quantity*, 49(3), 1169-1184.

Anderson, A.; Ronteau, S. (2017). Towards an entrepreneurial theory of practice; emerging ideas for emerging economies. *J. Entrep. Emerg. Econ*, 9, 110-120

Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N., & Bossink, B. A. (2019). Does entrepreneurial leadership foster creativity among employees and teams? The mediating role of creative efficacy beliefs. *Journal of Business and Psychology*, 34(2), 203-217.

Chaudhary, R. (2020). Green human resource management and employee green behavior: An empirical analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 630-641.

Chen, Y. S., Chang, C. H., Yeh, S. L., & Cheng, H. I. (2015). Green shared vision and green creativity: The mediation roles of green mindfulness and green self-efficacy. *Quality & Quantity*, 49(3), 1169-1184.

Darvishmotevali, M. & Altinay, L. (2022). Green HRM, environmental awareness and green behaviors: The moderating role of servant leadership. *Tourism Management*, 88 (2022), 12-1.

Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8-19.

Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92(93), 120-102

Giannikis, S., Grougiou, V., & Kapoutsis, I. (2019). The effects of entrepreneurial orientation on job stressors and the moderating role of high-performance work systems: Employee perspectives from two industries. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-28.

Gill, A., Ahmad, B & Kazmi, S. (2021). The effect of green human resource management on environmental performance: The mediating role of employee eco-friendly behavior. *Management Science Letters*, 11(6), 1736–1725.

Guo, Y., Wang, L., & Chen, Y. (2020). Green Entrepreneurial Orientation and Green Innovation: The Mediating Effect of Supply Chain Learning. *SAGE Open*; 13–1.

Hu, X., Khan, S. M., Huang, S., Jawad Abbas, J., Matei, M. C., & Badulescu, D. (2022). Employees' Green Enterprise Motivation and Green Creative Process Engagement and Their Impact on Green Creative Performance. *Int J Environ Res Public Health*. 2022 May; 19(10): 83–59.

Hughes, M., Hughes, P., Yan, J., Sousa, C.M.P., 2019. Marketing as an investment in shareholder value. *British Journal of Management*, 30 (4), 943–965.

Jalilvand, M. R., Vosta, L. N., Khalilakbar, R., Pool, J. K., & Tabaeian, R. A. (2019). The effects of internal marketing and entrepreneurial orientation on innovation in family businesses. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(3), 1064–1079.

Jia, J., Liu, H., Chin, T., & Hu, D. (2018). The continuous mediating effects of GHRM on employees' green passion via transformational leadership and green creativity. *Sustainability*, 10(9), 3237–3255.

Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1311–1323.

Jogarathnam, G. (2017). The effect of market orientation, entrepreneurial orientation and human capital on positional advantage: Evidence from the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 60(1), 104–113.

Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C. F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319–330.

Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: Application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1–15.

Klockner, C. A. (€ 2015). The psychology of pro-environmental communication: Beyond standard information strategies. Palgrave Macmillan.

Li, W., Bhutto, T. A., Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, A. U., & Bhutto, N. A. (2020). Unlocking employees' green creativity: The effects of green

transformational leadership, green intrinsic, and extrinsic motivation. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120229.

Liu, D., Jiang, K., Shalley, C. E., Keem, S., & Zhou, J. (2016). Motivational mechanisms of employee creativity: A metaanalytic examination and theoretical extension of the creativity literature. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 137, 236–263.

Luu, T. T. (2018). Activating tourists' citizenship behavior for the environment: The roles of CSR and frontline employees' citizenship behavior for the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1178–1203.

Luu, T. T. (2020): Green creative behavior in the tourism industry: the role of green entrepreneurial orientation and a dual-mediation mechanism, *Journal of Sustainable Tourism*, 18–1.

Luu, T. T. (2022). Fostering green product innovation through green entrepreneurial orientation: The roles of employee green creativity, green role identity, and organizational transactive memory system. *Business Strategy and the Environment*, 15–1.

Maas, S., Schuster, T., & Hartmann, E. (2014). Pollution prevention and service stewardship strategies in the thirdparty logistics industry: Effects on firm differentiation and the moderating role of environmental communication. *Business Strategy and the Environment*, 23(1), 38–55.

Makhloufi, L.; Laghouag, A. A.; Ali Sahli, A.; Belaid, F. (2021). Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Capability: The Mediating Role of Absorptive Capability and Organizational Learning Capabilities. *Sustainability*, 13, 5399. 20–1

Petrou, P., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2018). Crafting the change: The role of employee job crafting behaviors for successful organizational change. *Journal of Management*, 44(5), 1766–1792.

Potoski, M., & Callery, P. J. (2018). Peer communication improves environmental employee engagement programs: Evidence from a quasi-experimental field study. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1486–1500

Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *The Bottom Line*, 32(1), 2–15.

Robertson, J. L., & Barling, J. (2013). Greening organizations through leaders' influence on employees' pro-environmental behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 194–176.

Rodrigo-Alarc on, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., & Parra-Requena, G. (2018). From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. *European Management Journal*, 36(2), 195–209.

Siroen, C., Hakala, H., Wincent, J., & Grichnik, D. (2017). Breaking the routines: Entrepreneurial orientation, strategic learning, firm size, and age. *Long Range Planning*, 50(2), 145–167.

Sok, P., Snell, L., Lee, W. J. T., & Sok, K. M. (2017). Linking entrepreneurial orientation and small service firm performance through marketing resources and marketing capability. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(1), 231–249.

Song, W., & Yu, H. (2018). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green creativity and green organizational identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150.

Tang, T. W., Zhang, P., Lu, Y., Wang, T. C., & Tsai, C. L. (2020). The effect of tourism core competence on entrepreneurial orientation and service innovation performance in tourism small and medium enterprises. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 89–100.

York, J. G., O'Neil, I., & Sarasvathy, S. D. (2016). Exploring environmental entrepreneurship: Identity coupling, venture goals, and stakeholder incentives. *Journal of Management Studies*, 53(5), 695–737.