

تأثیر نگرش سبز بر رفتار خلاقانه سبز و علاقه به محیط زیست با نقش میانجی جهت گیری کارآفرینانه سبز در صنعت گردشگری استان مازندران

حسین رحیمی کلور^{۱*}

hrk6809@gmail.com

ایمان قاسمی همدانی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۲/۱۶

چکیده

زمینه و هدف: مطالعه حاضر با هدف تأثیر نگرش سبز بر رفتار خلاقانه سبز و علاقه به محیط زیست با در نظر گرفتن نقش میانجی جهت گیری کارآفرینانه سبز در صنعت گردشگری، انجام شده است.

روش بررسی: این مطالعه از لحاظ هدف کاربردی است که از لحاظ روش اجرا در قالب یک پژوهش توصیفی-پیمایشی با رویکرد مقطعی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان شرکت‌های گردشگری استان مازندران می‌باشند که از این میان، نمونه‌ای متشکل از ۳۸۴ نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده است. در این مطالعه برای جمع‌آوری اطلاعات جهت آزمون فرضیات از پرسشنامه محقق ساخته اقتباسی از مطالعه لو (۲۰۲۱) شامل ۶ بعد و ۳۲ سوال استفاده شده است که بر مبنای طیف لیکرت پنج درجه تدوین شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از روش روایی محتوا مورد تأیید قرار گرفت. برای ارزیابی پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ بدست آمد که نشان می‌دهد پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. برای آزمون فرضیات از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی.ال.اس استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که نگرش سبز تأثیر مثبت و معناداری بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز دارد؛ جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تأثیر مثبت و معناداری بر علاقه زیست محیطی و رفتار خلاقانه سبز دارد. علاوه بر این، مشخص شد که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، رابطه بین نگرش سبز و رفتار خلاقانه سبز؛ و علاقه زیست محیطی رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز را میانجی‌گری می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج بدست آمده در این تحقیق حاکی از اهمیت و تأثیرگذاری نگرش و جهت‌گیری سبز سازمان در رفتارهای خلاقانه سبز کارکنان است. در این پژوهش از تئوری‌های رفتار برنامه‌ریزی شده و منابع مکمل برای ایجاد یک چارچوب مفهومی جدید استفاده شده است.

واژه‌های کلیدی: نگرش سبز، رفتار خلاقانه سبز، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، علاقه زیست محیطی.

۱- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. * (مسئول مکاتبات)

۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

The effect of green attitude on creative green behavior and interest in the environment with the mediating role of green entrepreneurial orientation in the tourism industry of Mazandaran province

Hosein Rahimi Kolour ^{1 *}

hrk6809@gmail.com

Iman Ghasemi Hamedani ²

Admission Date: July 13, 2022

Date Received: May 6, 2026

Abstract

Background and Objective: The aim of this study was to investigate the effect of green attitude on creative green behavior and interest in the environment by considering the mediating role of green entrepreneurial orientation in the tourism industry.

Material and Methodology: This study is an applied goal in terms of implementation method in the form of a descriptive-survey research with a cross-sectional approach. The statistical population of the study is all employees of tourism companies in Mazandaran province, of which a sample of 384 people has been selected using the Cochran's formula. In this study, to collect information to test the hypotheses, a researcher-made questionnaire adapted from Lou (2021) study, including 6 dimensions and 32 questions, was used, which was compiled based on a five-point Likert scale. The validity of the questionnaire was confirmed using the content validity method. To evaluate the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient was calculated. Cronbach's alpha coefficient was more than 0.7, which indicates that the questionnaire has good reliability.

Findings: The findings of the research hypotheses test showed that green attitude has a positive and significant effect on green entrepreneurial orientation and green creative behavior; Green entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on environmental interest and green creative behavior. In addition, it was found that green entrepreneurial orientation, the relationship between green attitude and green creative behavior; And environmental interest mediates the relationship between green entrepreneurial orientation and green creative behavior.

Discussion and Conclusion: The results obtained in this research indicate the importance and influence of the organization's green attitude and orientation in the employees' green creative behaviors. In this research, theories of planned behavior and complementary sources have been used to create a new conceptual framework.

Key words: Green Attitude, Green Creative Behavior, Green Entrepreneurial Orientation, Environmental Interest.

1- Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran. **(Corresponding Author)*

2- PhD Student in Marketing, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

مقدمه

با افزایش نگرانی‌های زیست محیطی در رابطه با پیامدهای منفی فعالیت‌های صنعتی، امروزه توسعه پایدار و حرکت به سمت "سبز شدن" به یکی از پارادایم‌های اصلی در حوزه کسب و کار تبدیل شده است؛ چرا که اقدامات سبز سازمان نه تنها از جنبه زیست محیطی حائز اهمیت بالایی است؛ بلکه باعث خوشنامی سازمان نیز شده و بدین ترتیب رابطه محکمی بین سازمان با مشتریان ایجاد می‌کند؛ مقوله‌ای که هدف نهایی تمامی سازمان‌ها در دنیای به شدت رقابتی امروز است (۱). از سوی دیگر فشار رقابتی دنیای کسب و کار معاصر، خلاقیت و نوآوری را به یکی از مهمترین عوامل در ایجاد تمایز و کسب مزیت رقابتی برای شرکت‌ها تبدیل کرده است. در چنین شرایطی پیوند بین خلاقیت و مفاهیم "سبز" که به شکل خلاقیت سبز متجلی می‌شود، راه حل موثری برای بهبود عملکرد سازمان به شمار می‌رود (۲). خلاقیت سبز شاخصی برای نوآوری زیست محیطی است که از طریق خدمات کارآمدتر زیست محیطی، حل مسائل زیست محیطی و کاهش اثرات منفی سازمان بر اکوسیستم، به سبز شدن سازمان کمک می‌کند (۳). رفتار خلاقانه سبز کارکنان بخش گردشگری نه تنها شرکت‌های متبوع آن‌ها، بلکه به مقاصد گردشگری نیز کمک می‌کند، زیرا ابتکارات و اقدامات خلاقانه سبز آن‌ها که در قالب محصولات گردشگری ارائه می‌شود بر روی نگرش گردشگران نیز تأثیر می‌گذارد. از این رو، برای سازمان‌ها ضروری است که فلسفه پایداری را با ذهنیت خلاقیت در عصر محیطی برای تولید ابتکارات سبز و فعال کردن خلاقیت سبز ادغام کنند (۴).

مطابق با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، رفتار (سبز) افراد ناشی از نگرش آن‌ها است؛ لذا برای بروز خلاقیت سبز در بین کارکنان پیش از هر چیز لازم است که نگرشی سبز در آن‌ها وجود داشته باشد. مقصود از نگرش سبز، تلقی کارکنان از محیط زیست و لزوم حفاظت از آن برای نسل‌های آتی است (۵). در عین حال شواهد تجربی نشان می‌دهد که برای بروز خلاقیت سبز، نه تنها کارکنان بلکه کل سازمان باید دارای نگرشی سبز باشد (۶). نگرش سبز سازمان محرکی کلیدی برای جهت‌گیری کارآفرینانه سبز محسوب می‌شود؛ که بیانگر فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان در

عین پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی است. سازمانی که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز داشته باشد به کارکنان خود امکان می‌دهد که به شکلی فعالانه و ریسک‌پذیر نسبت به بروز رفتارهای سبز و زیست محیطی اقدام نمایند (۷). در چنین جو سازمانی، اعتماد به نفس و خودکارآمدی ادراک شده کارکنان در رابطه با اقدامات حامی محیط زیست به شکل معنی‌داری افزایش می‌یابد که خود می‌تواند یک عامل موثر در بروز رفتار خلاقانه سبز در نظر گرفته شود (۸). از سوی دیگر با درک این که مدیران سازمان به مسائل زیست محیطی علاقه زیادی دارند، کارکنان نیز به تدریج راجع به حمایت از محیط زیست و جلوگیری از تخریب آن، متمایل می‌شوند؛ عبارت دیگر حکم-فرمایی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در سازمان باعث افزایش علاقه زیست محیطی کارکنان خواهد شد (۹). با این حال در ادبیات پژوهش به اهمیت جهت‌گیری کارآفرینانه سبز نیز توجه زیادی نشده است و اغلب مواردی چون رهبری تحول‌گرا بعنوان پیشاینده اصلی خلاقیت سبز مورد توجه قرار گرفته است که این امر خود بیانگر یک شکاف تحقیقاتی عمده است (۱۰).

اگرچه رفتارهای خلاقانه و سبز کارکنان شرکت‌های گردشگری، منبع مهمی برای سبز نمودن سراسر سازمان به شمار می‌رود، با این حال اغلب تحقیقاتی که تاکنون انجام شده‌اند، رفتار سبز کارکنان را بعنوان زیرمجموعه‌ای از رفتارهای شهروندی در نظر گرفته‌اند و به مساله خلاقیت سبز بعنوان یک متغیر مجزا نپرداخته‌اند. این شکاف تحقیقاتی، درک ما را از رفتار خلاقانه سبز در زمینه خدمات گردشگری محدود کرده و نشان‌دهنده نیاز به بررسی چگونگی فعال کردن رفتار خلاقانه سبز در بین کارکنان گردشگری است. در راستای برطرف نمودن این شکاف تحقیقاتی، پژوهش حاضر سعی بر آن دارد تا با استناد به شواهد بدست آمده از مطالعات قبلی، چارچوب مفهومی جدیدی جهت تبیین عوامل موثر بر بروز خلاقیت سبز کارکنان را ارائه دهد. به طور خاص و با توجه به تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، این مقاله نگرش سبز را بعنوان عامل اصلی در بروز خلاقیت سبز کارکنان معرفی نموده و

محیطی جامعه الزاما و مستقیما منجر به خرید محصولات سبز نمی‌شود؛ بلکه تعامل بین مشتریان و کارکنان (بلوک‌های اصلی فعالیت‌های سازمان) در تحقق رفتار مصرف سبز تاثیر گذار است (۱۶). در حالی که مطالعات زیادی در رابطه با اهمیت نگرش سبز مشتریان بعنوان یک پیشاینده تاثیرگذار در بروز رفتار خرید سبز انجام شده است، نقش نگرش سبز کارکنان در بروز رفتارهای سبز و زیست محیطی آن‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است (۱۷). نگرش سبز کارکنان به این موضوع اشاره دارد که دیدگاه، برداشت و احساس مشتریان نسبت به مسائل زیست محیطی چگونه است؛ آیا کارمندان سازمان خود را در تحقق رفتار مصرف پایدار موثر می‌دانند؛ آیا برای آن‌ها آلودگی محیط زیست و تخلیه منابع طبیعی اهمیت دارد یا خیر. در واقع ترکیبی از این موارد در شکل‌گیری نگرش سبز کارکنان تاثیرگذار است (۱۸).

رفتار خلاقانه سبز

خلاقیت سبز عبارت است از خلق ایده‌ها و راه‌حل‌های بکر و جدید که از لحاظ کاربردی، قابلیت استفاده داشته باشند (۱۹). رفتار خلاقانه سبز - بعنوان نوعی رفتار خلاقانه - عبارت است از ایجاد ایده‌ها و یا راه‌حل‌های نو جهت حفظ و بهبود محیط زیست که این ایده‌های جدید به شکل فرایندها، محصولات و خدمات سبز تجلی می‌یابند (۲۰). از جمله رفتارهای خلاقانه سبز در صنعت گردشگری می‌توان به بوم‌گردی و یا پروژه‌های حفظ محیط زیست که با مشارکت گردشگران انجام می‌شود اشاره کرد. رفتار خلاقانه سبز دارای دو بعد ادراکی و عاطفی است. بعد عاطفی رفتار خلاقانه سبز به انگیزه و تمایل افراد برای سبز کردن جامعه و حفاظت از محیط زیست اشاره دارد؛ در حالی که بعد ادراکی آن به مواردی چون دانش افراد راجع به اهمیت محیط زیست، آگاهی از محصولات خطرناک برای محیط زیست، مهارت خلق محصولات و خدمات سبز و اقدامات حامی محیط زیست (مانند استفاده اقتصادی از آب، برق و غیره) اشاره دارد (۲۱). رفتارهای خلاقانه سبز در سطح سازمان به شکل انواع نوآوری سبز تجلی می‌یابد. استفاده از دانش سبز برای پیشبرد و هدایت نوآوری در فرآیندهای سازمانی را (نوآوری فرآیند سبز) می‌نامند که می‌تواند منجر به افزایش و بهبود کارایی زیست‌محیطی سازمان شود (۷). بدین منظور ضروری است که مدیران سازمان علاوه بر ارزیابی و

در رابطه بین این دو متغیر، مولفه‌های دیگری همچون جهت‌گیری کارآفرینانه و علاقه زیست‌محیطی را نیز لحاظ می‌کند. سهم علمی این مقاله، تقویت ادبیات موجود در رابطه با خلاقیت سبز از طریق ارائه یک چارچوب مفهومی جدید است که در آن ترکیبی از عوامل فردی (نگرش، علاقه، جهت‌گیری‌های کارآفرینانه زیست محیطی و غیره) و عوامل سازمانی بعنوان پیشایندهای اصلی بروز رفتار خلاقانه سبز لحاظ شده‌اند. از لحاظ کاربردی، این پژوهش به شکل بالقوه می‌تواند بعنوان نقشه راهی برای شرکت‌های فعال در حوزه صنعت گردشگری در نظر گرفته شود که به وسیله آن بتوانند راهبردهای مناسب برای بروز و تقویت رفتارهای خلاقانه سبز کارکنان خود را فراهم آورند. چنین رفتارهایی نه تنها از لحاظ زیست‌محیطی حائز اهمیت بالایی هستند بلکه به ارتقاء سطح خوشنامی و اعتبار شرکت در بین گردشگران و سایر ذینفعان شرکت کمک می‌کند.

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

نگرش سبز

نگرش را گرایش‌های روان‌شناختی فردی تعریف کرده‌اند که بر مبنای آن فردی چیزی را مثبت یا منفی ارزیابی می‌کند (۱۱). نگرش سبز افراد با دقت آن‌ها نسبت به صرفه‌جویی در مصرف انرژی و حفاظت از محیط زیست آشکار می‌شود، از این‌رو نگرش سبز برای مهار موثر مصرف و صرفه‌جویی در مصرف انرژی ضروری به نظر می‌رسد (۱۲). بنابراین می‌توان بیان کرد که، نگرش سبز مجموعه نسبتا پایداری از باورها، آمادگی‌های رفتاری اشخاص و اندیشه‌ها است (۱۳). یا به عبارت دیگر نگرش سبز مجموعه‌ای از تمایلات اعتقادی، عاطفی و عملی یک فرد است که بر روی مسائل و اقدامات مربوط به محیط زیست تمرکز دارد و می‌تواند به عنوان قضاوت ارزشی شخصی حفاظت از محیط - زیست تعریف شود (۱۴). در بسیاری از تحقیقات زیست محیطی به مساله نگرش توجه شده است. به طور خاص در مطالعات رفتار مصرف‌کننده، نگرش بعنوان یکی از عوامل اصلی تعیین‌کننده رفتار مشتریان مورد توجه محققان قرار گرفته است. درک رفتار مصرف‌سبز مساله‌ای کلیدی برای هر بازاریابی است و بدون شک عوامل مختلفی در بروز رفتار مصرف پایدار مشتریان تاثیر دارند (۱۵). با این وجود باید توجه داشت که افزایش آگاهی زیست

گروه های مختلف و با سلايق متفاوت ممكن است در محل كار حاضر شوند (۲۸). امروزه تعدادی از سازمان های ملی و بین المللی، هوز هم برای اجاد یک نقشه راه سیستماتیک و جامع برای بهبود هوست سازمانی سازگار با محیط زیست تلاش می کنند (۲۹). علاقمندی سبز در سازمان ها و کسب و کارها به عنوان فعالیت هایی شناخته می شود که فرد در محل کار با هدف بهبود یا کمک به ارتقای محیط زیست انجام می دهد (۳۰). علاقه به محیط زیست منجر به رفتارهای زیست محیطی می گردد که به عنوان تمایل کارکنان برای شرکت در فعالیت های زیست محیطی تعریف شده است (۳۱). فعالیت های زیست محیطی میتواند شامل خاموش کردن لامپ هنگام خارج شدن از دفتر، ریسنت دوطرفه، عدم استفاده از فنجان های یکبار مصرف، کمک به سازمان ها برای اجرای استراتژی های سبز، استفاده از دوچرخه برای رفت و آمد، کاهش زباله های اداری و ایجاد طرح های جدید برای محافظت از زمین و جلوگیری از تخریب محیط زیست باشد (۳۲). تحقیقات نشان می دهد افرادی که به محیط زیست خود علاقه دارند، بیشتر درگیر رفتارهای سبز می شوند و به تبع آن، علاقمندی به عنوان یک سیاسی زیست محیطی تجویز شده است (۲۸). گاسلینگ و ویلیامز (۳۳) با بررسی ۱۴۱ نفر در ایالت ویکتوریا در کشور استرالیا، نشان دادند هرچقدر علاقه به محیط زیست در افراد بیشتر باشد، رفتارهای زیست محیطی آنان نیز بیشتر می شود. علاوه بر این، استفاده از طیف وسیعی از استراتژی های ابزاری و عاطفی برای ارتقای رفتارهای زیست محیطی اثربخش است.

جهت گیری کارآفرینانه

جهت گیری کارآفرینانه بیانگر میزان تمایل یک شرکت به ریسک پذیری، ابتکار عمل و نوآور بودن است و دیدگاه استراتژیک یک شرکت را از طریق فرایندها، اقدامات و فعالیت های تجاری آن نشان می دهد (۱). برخلاف کارآفرینی که "آن چه" یک شرکت انجام می دهد را نشان می دهد، جهت گیری کارآفرینانه "چگونگی" انجام فعالیت های شرکت را مشخص

بهبود فرآیندهایی از قبیل بازیافت، استفاده مجدد و تولید دوباره مواد اولیه، از راه کارهایی که منجر به کاهش مصرف انرژی و آلودگی های زیست محیطی در حین تولید، استفاده و کنارگذاری محصول می شود، آگاهی کامل داشته باشند (۲۲). نوآوری محصول مربوط به نوآوری در محصولات شامل مواد سازگار با محیط زیست، بسته بندی، بازیافت و برچسب زیست محیطی است (۲۳). با این وجود شواهد بدست آمده از مطالعات مختلف حاکی از آن است که سهم رفتارهای خلاقانه سبز کارکنان در تحقق اهداف پایداری بیش از نقش مدیریت ارشد است که این امر اهمیت توجه به خلاقیت سبز کارکنان را نشان می دهد (۸).

علاقه زیست محیطی

محققان با توجه به عدالت زیستی احتمال می دهند که روابط عاطفی یا محیط زیست منجر به ایجاد انگیزه در افراد می شود تا در مورد موضوعات محیط زیستی آگاه تر گردند و تصمیماتی بگیرند که به نفع جوامع آنها است. فلذا براساس نظر رلف (۱۹۷۶) علاقه به محیط زیست باعث ایجاد حساسیت در مسئولیت پذیری افراد می شود و نیز گولداظهار میدارد که مردم برای آنچه که دوست ندارند نمی جنگند (۲۴). در سال های اخیر، محققان اهمیت رفتارهای زیست محیطی کارکنان را به رسمیت شناخته اند (۲۵). نمایش رفتارهای زیست محیطی به صورت موفقیت آمیز نیازمند علاقه، دانش و مهارت های خاصی است (۲۶). اینکه مدیران و کارکنان سازمان تا چه حدی به محیط زیست علاقمند باشند و به ارزش های زیست محیطی خود عمل کنند میتواند نقش موثری در افزایش تعهد به محیط زیست در سازمان ایفا کند (۲۷). از دیدگاه سازمانی، تاثیر ابعاد مختلف علاقمندی بر رفتارهای زیست محیطی کارکنان حائز اهمیت است. تحقیقات نشان می دهد کارکنانی که به محیط زیست علاقه پیدا کرده اند؛ در رفتارهای زیست محیطی بیشتری درگیر میشوند و به تبع آن، علاقه به عنوان یک ابزار برای رفتارهای زیست محیطی تجویز شده است. در شهرهای بزرگ که به طور معمول هم بومیان و هم مهاجران زیادی در آن حضور دارند،

می‌کند. جهت‌گیری کارآفرینانه بعضاً بعنوان اقدامات شرکت جهت حمایت از یک رفتار پایدار کارآفرینانه تعریف می‌شود (۳۴). جهت‌گیری کارآفرینانه سبب علاوه بر بحث کارآفرینی به مساله توسعه پایدار و ادغام دیدگاه اکولوژیکی در فعالیت‌های شرکت اشاره دارد. در واقع جهت‌گیری کارآفرینانه سبب نشان دهنده ادغام استانداردهای زیست‌محیطی و پایداری در کلیه فعالیت‌های تجاری یک شرکت است (۳۵). بعنوان مثال در صنعت گردشگری، بسیاری از شرکت‌ها از استانداردهای زیست‌محیطی همچون (ISO:14001)، معیارهای گردشگری پایدار جهانی^۱ (GSTC) و یا (ISO:26000) استفاده می‌کنند. سازمان‌هایی با جهت‌گیری کارآفرینانه سبب، نه تنها از قوانین زیست‌محیطی پیروی می‌کنند؛ بلکه با در پیش گرفتن پروژه‌های ریسکی و دوست‌دار محیط‌زیست به ذینفعان خود کمک می‌کنند تا نقش بیشتری در حفاظت از محیط زیست ایفا کنند (۸). علاوه بر این داشتن یک جهت‌گیری کارآفرینانه سبب به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا از طریق معرفی روش‌ها و فناوری‌های جدید به سهم بازاری بیشتری نیز دست یابند. بعنوان مثال برخی از شرکت‌های گردشگری در مناطق آفریقایی از صفحات خورشیدی برای تامین برق کمپ‌های تفریحی استفاده می‌کنند توانسته‌اند مشتریان بیشتری جذب کنند (۹).

نگرش، جهت‌گیری کارآفرینانه و رفتار خلاقانه سبب

جهت‌گیری کارآفرینانه سبب بیانگر تمایلات رفتاری یک سازمان برای ادغام اصول اکولوژیک و زیست‌محیطی در فعالیت‌های کارآفرینانه است. مطابق با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، تمایلات رفتاری تا حد زیادی تحت تاثیر نگرش قرار دارند. در حوزه کارآفرینی سبب نیز همین واقعیت مصداق دارد؛ بدین معنی که نگرش زیست‌محیطی مدیران تاثیر مستقیمی برای هدایت سازمان به سمت جهت‌گیری کارآفرینانه سبب دارد (۳۶). شواهد تجربی نیز حاکی از رابطه مستقیم بین نگرش سبب و جهت‌گیری کارآفرینانه سبب است. بعنوان مثال، جیانگ و همکاران (۹) وجود یک نگرش سبب را مقدمه‌ای برای بروز رفتارهای کارآفرینانه سبب شرکت‌ها معرفی کردند. در مطالعه

اوبگیدو و همکاران (۲) نیز وجود نگرش زیست‌محیطی بعنوان منبع اصلی برای تمامی فعالیت‌های کارآفرینانه سبب معرفی شده است. جهت‌گیری کارآفرینانه سبب از خلق ایده‌های جدید و مشارکت کارکنان در پروژه‌های خطرپذیر حمایت می‌کنند. این شرکت‌ها دارای منابع خاصی همچون سرمایه مالی و شبکه گسترده ارتباطات برخوردار هستند که رفتارهای کارآفرینانه کارکنان را تسهیل می‌کند. این دسته از شرکت‌ها از منابع موجود استفاده می‌کنند تا دانش و مهارت‌های زیست‌محیطی کارکنان خود را افزایش دهند و بدین ترتیب زمینه برای بروز خلاقیت سبب در سازمان فراهم می‌شود (۳۷). سازمان‌هایی با جهت‌گیری کارآفرینانه سبب بر کار تیمی، درگیری کارکنان، طراحی انعطاف‌پذیر شغلی، ارزیابی عملکرد مبتنی بر رفتار و فرصت‌های شغلی سبب تاکید دارند که تمامی این موارد زمینه برای رفتار خلاقانه سبب را فراهم می‌کند (۳۸). بنابراین فرضیات زیر مفروض است:

فرضیه ۱: نگرش سبب بر رفتار خلاقانه سبب تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۲: نگرش سبب بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبب تأثیر معنی‌دار دارد.

فرضیه ۳: جهت‌گیری کارآفرینانه سبب بر رفتار خلاقانه سبب تأثیر معنی‌دار دارد.

فرضیه ۴: جهت‌گیری کارآفرینانه سبب بر رفتار خلاقانه سبب را میانجی‌گری می‌کند

جهت‌گیری کارآفرینانه، علاقه زیست‌محیطی و رفتار خلاقانه سبب

مطابق با مدل تعاملی رفتار خلاقانه^۲ ترکیبی از منابع ادراکی و عاطفی برای بروز خلاقیت لازم هستند. در این راستا انگیزه‌های درونی و اجتماعی بعنوان مکانیسم‌های میانجی در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبب و خلاقیت سبب عمل می‌کنند. بنابراین انتظار می‌رود که علاقه به محیط زیست (احساسی مثبت در کارکنان که باعث می‌شود که در فعالیت‌های حامی محیط زیست مشارکت کنند). بعنوان واسطه‌ای بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبب و رفتار خلاقانه سبب عمل کنند. جهت‌گیری

1- global sustainable tourism criteria

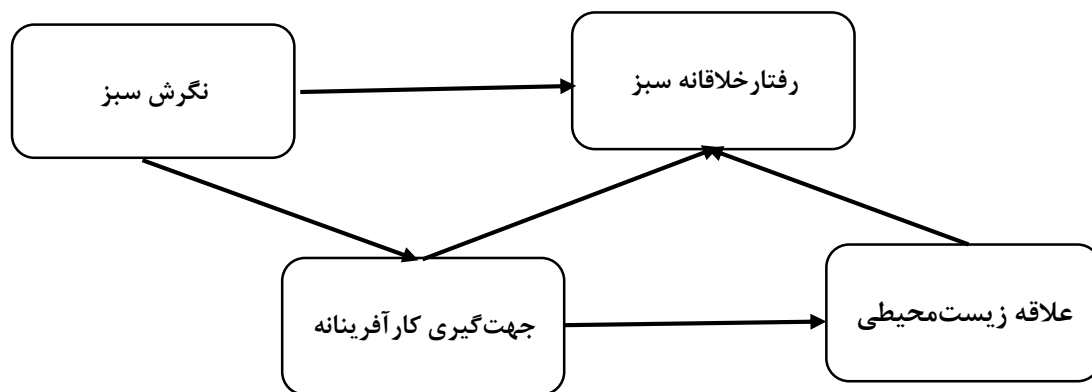
2- interactionist model of creative behavior

فرضیه ۵: علاقه به محیط زیست بر رفتار خلاقانه سبز تأثیر معنی‌دار دارد.

فرضیه ۷: علاقه به محیط زیست رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز را میانجی‌گری می‌کند. با توجه به پیشینه و فرضیات بیان شده، الگوی مفهومی پژوهش حاضر در قالب شکل ۱ ارائه شده است. این الگوی مفهومی نشان دهنده هفت فرضیه پژوهش است.

کارآفرینانه سبز باعث افزایش نمود ارزش‌ها و هنجارهای سبز در بین کارکنان می‌شود که این امر بر احساسات (علاقه درونی به محیط زیست) کارکنان تأثیر می‌گذارد. در واقع علاقه به محیط زیست نقش انگیزه‌های درونی و اجتماعی مورد اشاره در مدل تعاملی رفتار خلاقانه را ایفا می‌کنند (۸). بنابراین فرضیات زیر مفروض است:

فرضیه ۴: جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر علاقه به محیط زیست تأثیر معنی‌دار دارد.



شکل ۱- الگوی مفهومی پژوهش

Figure 1. The conceptual model of the research

۳. روش‌شناسی تحقیق

این حوزه و روایی محتوای آن با شاخص روایی محتوای نسبی با تکیه بر نظرات ۱۰ نفر از خبرگان آگاه به موضوع پژوهش و پایایی یا اعتبار آن نیز با کمک آزمون ضریب آلفای کرونباخ تأیید شده است. نتیجه حاصل شده به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱- روایی و پایایی پرسشنامه

Table 1. Validity and reliability of the questionnaire

متغیر	CVR	Cronbach's alpha
نگرش سبز	۰/۸۴۵	۰/۸۱۱
جهت‌گیری کارآفرینانه	۰/۷۶۷	۰/۷۸۹
رفتار خلاقانه سبز	۰/۸۰۸	۰/۸۹۹
علاقه زیست‌محیطی	۰/۷۵۱	۰/۷۹۵

این مطالعه از نظر هدف، کاربردی است و از دیدگاه نحوه گردآوری داده‌ها نیز، این بررسی در حوزه تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از کارکنان شرکت‌های گردشگری استان مازندران می‌باشند، آماری با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است. حجم نمونه موردنیاز پژوهش از فرمول کوکران برای جامعه محدود با خطای ۵ درصد محاسبه شد که تعداد نمونه آماری ۳۸۴ به دست آمد، که پرسشنامه کامل و قابل استفاده جمع‌آوری شد. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی بوده و متغیرهای موردبررسی در مطالعه حاضر از طریق نظرخواهی با استفاده از «پرسشنامه الکترونیکی بومی‌سازی شده» اقتباسی از مطالعه لو (۸) شامل ۶ بعد و ۳۲ سوال براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. همچنین روایی صوری این پرسشنامه با نظر اساتید و صاحب‌نظران متخصص در

تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس^۱ بررسی شد.

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

جدول ۲ توزیع افراد نمونه را بر حسب متغیرهای زمینه‌ای نشان می‌دهد.

همانطور که در جدول ۱ نمایان است، با توجه به اینکه مقادیر روایی محتوا نسبی بر مبنای نظرات ۱۰ نفر از خبرگان بیشتر از ۰/۶ و همچنین میزان آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۷ حاصل شده است، می‌توان بیان داشت که متغیرها نرمال بوده و روایی و پایایی پرسشنامه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول ۲- توزیع پاسخگویان بر حسب متغیرهای زمینه‌ای

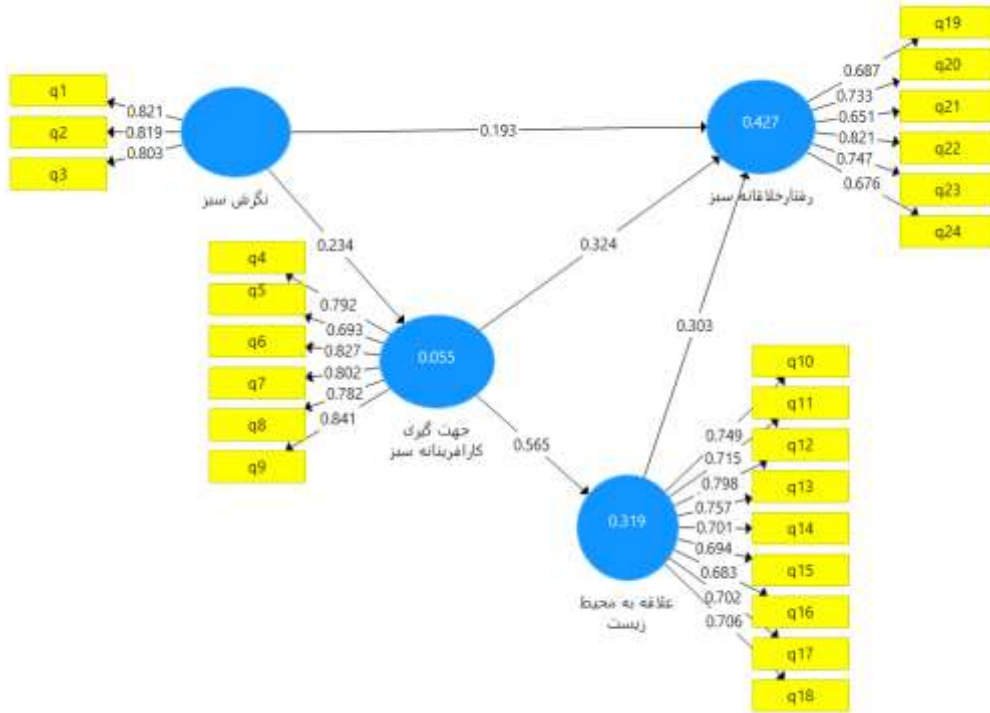
Table 2. Distribution of respondents according to contextual variables

نام متغیر	گروه‌ها	فراوانی	درصد
سطح تحصیلات	لیسانس	۲۴۳	۶۳/۳
	فوق لیسانس	۹۸	۲۵/۷
	دانشجوی دکتری	۲۵	۶/۵
	دکتری	۱۸	۴/۵
سابقه کار	زیر ۵ سال	۱۱۸	۳۰/۸
	۵ تا ۱۰ سال	۱۸۳	۴۷/۷
	۱۰ تا ۱۵ سال	۷۴	۱۹/۳
	۱۵ سال و بالاتر	۹	۲/۲
سن	زیر ۳۰ سال	۱۲۷	۳۳/۱
	۳۰ تا ۴۰ سال	۲۰۱	۵۲/۵
	۴۰ سال و بالاتر	۵۶	۱۴/۴

مقدار استاندارد برای بار عاملی برابر با ۰/۵ مدنظر قرار گرفته است. نتایج حاصل از تحلیل عاملی به صورت بارهای عاملی در نمودار ۲ آورده شده است. با توجه به ضرایب بار عاملی ارائه شده در نمودار ۲، تمامی ضرایب بیشتر از ۰/۵ بوده و بر این اساس می‌توان دریافت از نظر تحلیل بارعاملی تمام گویه‌ها مورد تأیید قرار گرفته است.

براساس نتایج جدول ۲ بیشترین درصد سطح تحصیلات ۶۳/۳ درصد لیسانس می‌باشد. بیشترین درصد سابقه کار، ۴۷/۷ درصد ۱۰ تا ۱۵ سال می‌باشد. بیشترین درصد سن پاسخگویان، ۵۲/۵ درصد پاسخگویان ۳۰ تا ۴۰ سال و بالاتر هستند.

به منظور ارزیابی روایی و پایایی پرسشنامه از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد آزمون قرار گرفته شده است. در این پژوهش



نمودار ۲- ضرایب مسیر و مقادیر ضریب تعیین

Figure 2. Path coefficients and coefficient values

پس از اطمینان از مطلوب بودن میزان بارهای عاملی متغیرهای پژوهش، شاخص‌های برازش مدل بررسی و نتیجه حاصله در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳- مقادیر بارعاملی، آماره معناداری، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس

Table 3. Factor load values, significance statistics, Cronbach's alpha, combined reliability and mean variance

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	آماره معناداری	بارعاملی	آیتم	سازه
۰/۶۲۱	۰/۸۳۰	۰/۷۰۳	۵۹/۵۶۶	۰/۸۵۳	Q1	نگرش سبز
			۴۱/۰۹۵	۰/۸۰۳	Q2	
			۱۹/۶۶۶	۰/۶۹۷	Q3	
۰/۶۰۶	۰/۹۲۵	۰/۹۰۷	۲۲/۳۰۱	۰/۷۰۳	Q4	جهت گیری کارآفرینانه سبز
			۳۲/۸۵۸	۰/۷۷۲	Q5	
			۳۹/۳۶۰	۰/۸۱۰	Q6	
			۳۰/۸۶۴	۰/۷۵۵	Q7	
			۳۹/۱۳۳	۰/۷۸۷	Q8	
			۴۰/۲۱۳	۰/۸۲۲	Q9	
			۳۲/۰۵۳	۰/۷۷۹	Q10	
			۳۷/۷۷۵	۰/۷۹۲	Q11	

سازه	آیتم	بارعاملی	آماره معناداری	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
علاقه به محیط زیست	Q15	۰/۸۲۱	۴۵/۰۶۶	۰/۹۲۲	۰/۹۳۶	۰/۶۱۹
	Q16	۰/۸۰۳	۳۹/۴۹۱			
	Q17	۰/۸۰۱	۳۹/۰۵۴			
	Q18	۰/۸۱۲	۳۷/۴۴۸			
	Q19	۰/۷۰۸	۲۵/۶۳۲			
	Q20	۰/۸۵۱	۷۰/۶۴۰			
	Q21	۰/۷۱۶	۲۲/۵۱۷			
	Q22	۰/۷۰۰	۲۱/۹۴۱			
	Q23	۰/۸۴۹	۶۰/۳۵۳			
رفتار خلاقانه سبز	Q27	۰/۷۰۶	۱۹/۹۲۹	۰/۸۵۹	۰/۸۹۶	۰/۵۹۵
	Q28	۰/۷۷۷	۳۳/۹۳۷			
	Q29	۰/۸۴۳	۴۸/۷۱۹			
	Q30	۰/۸۷۰	۶۳/۲۶۰			
	Q31	۰/۸۲۰	۳۸/۸۵۵			
	Q32	۰/۵۷۲	۱۲/۰۶۸			

دیلون- گلدشتاین استفاده می‌شود. مقادیر این ضریب که بیشتر از ۰/۷ است، در جدول ۳ بیان شده است. بنابراین سازه‌ها از پایایی ترکیبی مناسبی برخوردارند. به منظور سنجش روایی واگرا، از ماتریس فورنل و لارکر (مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها) و شاخص HTMT (روایی یگانه-دوگانه) استفاده شده است. نتایج مربوط به روایی واگرا در جدول ۴ گزارش شده است.

نتایج حاصل از ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی تمام سوالات پرسشنامه در جدول ۳ ارائه شده است. با توجه به مقدار اشاره شده در جدول ۳، ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده بیشتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان‌دهنده قابل قبول بودن پایایی پرسشنامه می‌باشد. علاوه بر روایی سازه به بررسی روایی تشخیصی و پایایی مرکب نیز در جدول ۳ پرداخته شده است. مقادیر این ضریب که بیشتر از ۰/۵ و در حد قابل قبول است، در جدول ۳ بیان شده است. برای بررسی پایایی مرکب هر یک از سازه‌ها از ضریب

جدول ۴- روایی واگرا فورنل و لارکر و HTMT

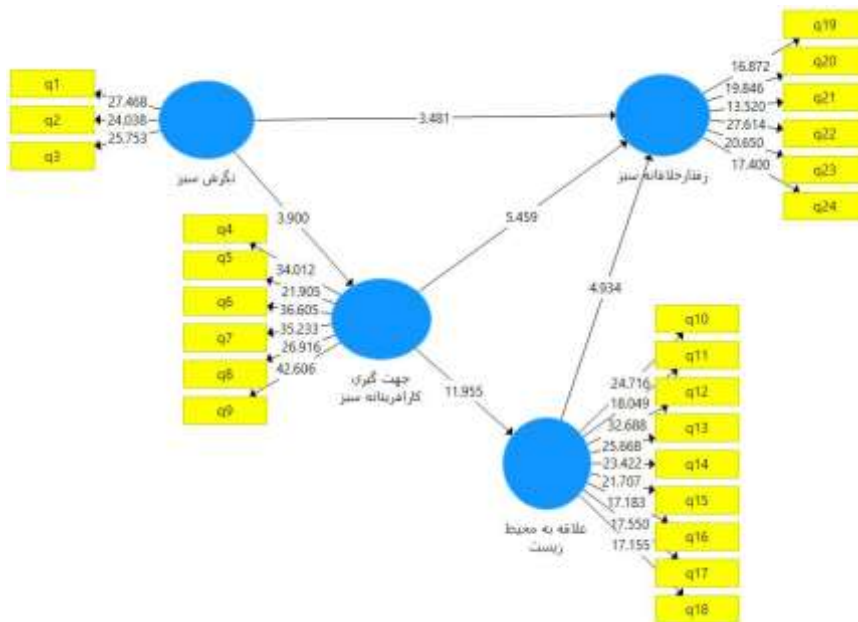
Table 4. Divergent validity of Fornell, Larcker, and HTMT

متغیرها	شاخص‌ها	۱	۲	۳	۴
۱. جهت‌گیری کارآفرینانه سبز	L-F	۰/۷۹۱			
	HTMT	-			
۲. رفتار خلاقانه سبز	L-F	۰/۵۴	۰/۷۲۱		
	HTMT	۰/۵۴۹	-		

	۰/۷۲۴	۰/۵۷۳	۰/۵۶۵	L-F	۳. علاقه به محیط زیست
	-	۰/۶۱۹	۰/۶	HTMT	
	۰/۸۱۴	۰/۴۵۲	۰/۴۰۶	L-F	۴. نگرش سبز
	-	۰/۵۶۳	۰/۵۰۴	HTMT	

نمودار ۲ و ۳ مدل پژوهش را همراه با متغیرهای مکنون و مشاهده شده موجود در آن در قالب مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی همراه با ضرایب مسیر بین متغیرها و مقادیر ضریب تعیین و آماره تی استیودنت نشان می‌دهد.

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود برای مقادیر روی قطر اصلی (جذر AVE) از مقادیر زیرین خود در هر ستون بیشترند که این نشان دهنده همبستگی بیشتر هر سازه با شاخص‌هایش در مقایسه با همبستگی آن سازه با سایر سازه‌هاست. همچنین مقادیر مربوط به معیار HTMT کمتر از ۰/۹ می‌باشد.



نمودار ۳- مقادیر آماره تی استیودنت

Figure 3. Statistical values of Student T

خلاقانه سبز، به ترتیب برابر ۰/۳۱۹ و ۰/۴۲۷ به دست آمده است. بنابراین با توجه به مقادیر مورد ملاک، مدل در مجموع از برازش ساختاری مناسبی برخوردار است. نتایج ضرایب مسیر همراه با مقادیر آماره تی استیودنت و سطح معناداری در جدول ۵ نشان داده شده است.

یکی از مهم‌ترین معیارها جهت بررسی برازش مدل ساختاری عبارت از معیار ضریب تعیین (R^2) است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با نمودار ۲ برای اولین متغیر درون‌زای مدل یعنی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، R^2 برابر ۰/۰۵۵ به دست آمده است. همچنین ضریب تعیین (R^2) برای متغیرهای درون‌زای دوم و سوم مدل یعنی علاقه به محیط زیست و رفتار

جدول ۵- نتایج آزمون فرضیه‌های اول تا پنجم

Table 5. Test results of the first to fifth hypotheses

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر	فرضیه‌ها
تأیید	۳/۳۳۵	۰/۱۹۳**	H ₁ : نگرش سبز ← رفتار خلاقانه سبز
تأیید	۳/۷۹۷	۰/۲۳۴**	H ₂ : نگرش سبز ← جهت‌گیری کارآفرینانه سبز
تأیید	۵/۲۱۸	۰/۳۲۴**	H ₃ : جهت‌گیری کارآفرینانه سبز ← رفتار خلاقانه سبز
تأیید	۷/۰۷۶	۰/۵۶۵**	H ₄ : جهت‌گیری کارآفرینانه سبز ← علاقه به محیط زیست
تأیید	۴/۷۷۷	۰/۳۰۳**	H ₅ : علاقه به محیط زیست ← رفتار خلاقانه سبز

** در سطح ۱ درصد معنادار است.

علاقه به محیط زیست تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد ۰/۵۶۵ دارند. بنابراین فرضیه پنجم مورد تأیید قرار گرفت. نتایج ضرایب مسیر و آزمون سوبل برای تبیین نقش واسطه‌ای متغیرها همراه با مقدار سطح معناداری مربوط به اثر غیرمستقیم در جدول ۶ نشان داده شده است.

نتایج به دست آمده در جدول ۵ نشان داد که نگرش سبز، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و علاقه به محیط زیست تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد به ترتیب ۰/۱۹۳، ۰/۳۲۴ و ۰/۳۰۳ بر رفتار خلاقانه سبز دارد. بنابراین فرضیه اول تا سوم مورد تأیید قرار گرفت. نگرش سبز بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد ۰/۳۲۴ دارند. بنابراین فرضیه چهارم مورد تأیید قرار گرفت. همچنین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر

جدول ۶- نتایج آزمون فرضیه ششم و هفتم

Table 6. Test results of the sixth and seventh hypotheses

نتیجه	آزمون سوبل	ضریب مسیر	فرضیه‌ها
تأیید	۳/۰۰۱	(۰/۱۹۳*۰/۲۳۴=۰/۰۴۵)**	H ₆ : نگرش سبز* جهت‌گیری کارآفرینانه سبز ← رفتار خلاقانه سبز
تأیید	۴/۱۳۱	(۰/۵۶۵*۰/۳۰۳=۰/۱۷۱)**	H ₇ : جهت‌گیری کارآفرینانه سبز* علاقه به محیط زیست ← رفتار خلاقانه سبز

** در سطح ۱ درصد معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، تأثیر رفتار انسانی بر منابع طبیعی و اکوسیستم‌ها فزونی یافته است. به طوری که کسب دانش و آگاهی از مسائل زیست‌محیطی به منظور کاهش آثار تخریبی رفتار انسانی بر محیط‌زیست امری لازم و ضروری تلقی می‌شود. اعتقاد بر این است که برای این‌که این مشکلات و تهدیدها به حداقل برسد، باید کارکنان شرکت‌های گردشگری نسبت به محیط‌زیست رفتار مسئولانه‌تری داشته باشند. لذا سواد زیست‌محیطی کارکنان به

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶، مقدار به دست آمده از آزمون سوبل برای تبیین نقش واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در ارتباط بین نگرش سبز و رفتار خلاقانه سبز بیشتر از ۱/۹۶ است، تأثیر غیر مستقیم نگرش سبز بر رفتار خلاقانه سبز از طریق متغیر واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینانه سبز معنی دار می‌باشد. بنابراین فرضیه ششم مورد تأیید قرار گرفت. همچنین با توجه به مقدار به دست آمده از آزمون سوبل، تأثیر غیر مستقیم جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار خلاقانه سبز از طریق متغیر واسطه‌ای علاقه به محیط زیست معنی دار می‌باشد. بنابراین فرضیه هفتم مورد تأیید قرار گرفت.

واسطه ارتباط مستقیم با طبیعت و گردشگران بسیار مهم و ضروری می‌باشد.

از طرفی شمال ایران بدلیل داشتن آب و هوای متمایز، جادهای کوهستانی، جنگل‌ها و سواحل دریا جزو کانون‌های مهم جذب گردشگر می‌باشد. در این میان استان مازندران با داشتن جنگل‌های انبوه، سواحل شنی، آب و هوای معتدل و کم‌ترین فاصله کوه و دریا در ایران و همچنین وجود چشمه‌های آب گرم معدنی و درمانی و مکان‌های تاریخی از جمله هتل قدیم و موزه ملی سرآمد می‌باشد. معماری با شکوه هتل قدیم و چشم‌انداز شگفت‌انگیز رو به دریای آن، توجه گردشگران را به خود جلب کرده و وجود مناطق بیلابلی چون جواهرده، مردم منطقه و گردشگران را برای فرار از هوای شرجی آن در تابستان، به سوی خود کشانیده است. وجود جاذبه‌های فوق سبب شده تا گردشگران زیادی به این شهر سفر کنند و در عین حال که منجر به بهبود وضعیت اقتصادی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد عده زیادی شده، اثرات منفی را نیز با خود به همراه داشته است: از جمله این اثرات، پیامدهای زیست محیطی مخرب آن است که در صورت عدم توجه جدی این مسئله ممکن است در آینده بر روند توریست پذیری این شهر اثر منفی بگذارد. آلودگی سواحل، تخریب پوشش گیاهی، فرسایش خاک، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی، نابودی زیست گاه‌های حیات وحش و ... تعدادی از مسائلی است که می‌توان به آن‌ها اشاره نمود. بر این اساس هدف از این مطالعه واکاوی نقش نگرش سبز بر رفتار خلاقانه و علاقه زیست محیطی با نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در بین کارکنان شرکت‌های گردشگری استان مازندران است.

نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق نشان داد که نگرش سبز تاثیر مثبت و معناداری بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز دارد. این یافته حاکی از آن است که نگرش سبز مدیران ارشد سازمان با ایجاد یک جو حامی ملاحظات زیست محیطی در فرایند کارآفرینی باعث می‌شود که اقدامات سازمانی در راستای کارآفرینی سبز جهت‌گیری پیدا کنند. همانگونه که در مطالعات پیشین نیز اشاره شده است، نوع نگرش مدیریت در جهت‌دهی به اقدامات درون

سازمانی تاثیر گذار است (۳۹). این یافته با نتایج گزارش شده توسط سایر محققان همخوانی دارد (۴۰).

علاوه بر این، نتایج حاکی از آن است که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تاثیر مثبت و معناداری بر علاقه به محیط زیست دارد. جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در یک سازمان مبین آن است که در چنین سازمانی به کارکنان کمک می‌شود تا مهارت و دانش خود در رابطه با کارآفرینی سبز را بهبود بخشند که نتیجه این امر نیز تمرکز سازمان‌های کارآفرین بر مسائل زیست محیطی است که بدون شک در برنامه‌های آموزش نیروی انسانی تجلی می‌یابد. فلذا، این امر بر علاقه و درگیری ذهنی کارکنان به مسائل زیست محیطی تاثیر گذار است. نتایج تحقیقات پیشین نیز با تاکید بر تاثیرگذاری جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر علاقه زیست محیطی (۴۱، ۲۲، ۸) از یافته‌های بدست آمده در پژوهش حاضر پشتیبانی می‌کند.

همچنین نتایج بدست آمده در این پژوهش نشان داد که هر دو عامل جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و علاقه زیست محیطی تاثیر مثبت و معناداری بر رفتار خلاقانه سبز دارد. مطابق با تئوری رفتار منطقی و همچنین تئوری رفتار برنامه ریزی شده، رفتار انسان تحت تاثیر نگرش وی قرار دارد. اگر خلاقیت سبز را بعنوان یک رفتار آگاهانه جهت حمایت از محیط زیست از طریق اقدامات ابتکاری و نوآورانه در نظر بگیریم در این صورت می‌توان انتظار داشت که این رفتار آگاهانه از نگرش مثبت فرد نسبت به محیط زیست سرچشمه می‌گیرد که این امر در تحقیقات پیشین نیز مورد اشاره قرار گرفته است (۴). در نهایت باید به این نکته اشاره نمود که بخشی از رفتار افراد ناشی از احساسات (و نه تنها ادراکات) وی است. از این منظر می‌توان بیان کرد که اگر فرد دغدغه و علاقه زیست محیطی زیادی داشته باشد در این صورت احتمال بروز رفتارهای خلاقانه سبز برای کمک به محیط زیست بیشتر خواهد شد؛ مساله‌ای که محققان دیگر نیز به آن اشاره کرده اند (۴۲).

در مجموع نتایج بدست آمده در این تحقیق حاکی از اهمیت و تاثیرگذاری نگرش و جهت‌گیری سبز سازمان در رفتارهای خلاقانه سبز کارکنان است. در این پژوهش از تئوری‌های رفتار

- effects of restaurant ethical standards and employee green passion. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*(2021).
2. Ogbeibu, S., Senadjki, A., Emelifeonwu, J., Gaskin, J., & Pereira, V. Augmenting environmental sustainability through the exchange of green creative ideas—evidence from an emerging economy. *Sustainable Production and Consumption*(2021), 26, 275-287.
 3. Miveh Chi, Leila; Adalatian Shahriari, Jamshid.. The role of green entrepreneurship on environmental performance "based on the self-organizing model". *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*(2020), 3 (25), 59-71. (In Persian)
 4. Bhutto, T. A., Farooq, R., Talwar, S., Awan, U., & Dhir, A.. Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement. *Journal of Sustainable Tourism*(2020), 1-22.
 5. Iqbal, Q., Hassan, S. H., Akhtar, S., & Khan, S.. Employee's green behavior for environmental sustainability: a case of banking sector in Pakistan. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*(2018).
 6. Su, L., & Swanson, S. R.. Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism management*(2019), 72, 437-450.
 7. Tian, H., Zhang, J., & Li, J.. The relationship between pro-environmental attitude and employee
- برنامه‌ریزی شده و منابع مکمل برای ایجاد یک چارچوب مفهومی جدید استفاده شده است. از سوی دیگر با افزایش توجه به مبحث کارآفرینی در جامعه و به خصوص در سازمان‌ها، نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر بر این نکته دلالت دارند که ادغام مفاهیم زیست محیطی و توسعه پایدار در فعالیت‌های کارآفرینی می‌تواند زمینه را برای رفتار خلاقانه سبز فراهم کند که مورد اخیر نقش بالقوه موثری در فراهم آوردن بستر لازم برای توسعه پایدار ایفا می‌کند. بعبارت دیگر از طریق جهت‌گیری کارآفرینانه سبز نه تنها زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌شود بلکه با این رویکرد می‌توان گام بلندی جهت تحقق اهداف توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست برداشت.
- از جمله پیشنهادهایی که می‌توان به سمت مدیریت یکپارچه و صحیح محیط‌زیستی و مناطق گردشگری استان مازندران گام برداشت در ذیل به اختصار اشاره شده است:
- راهکار کاهش یا حذف اثرات منفی گردشگری، توسعه پایدار آن و اصل برنامه‌ریزی برای گردشگری است. گردشگری پایدار و موثر محتاج برنامه‌ریزی و مدیریت متمرکز است.
 - توسعه فعالیت‌های اقتصادی گردشگری سازگار با ظرفیت‌های محیط زیست منطقه.
 - حفاظت و احیای مداوم زیست بوم‌های ساحلی و دریایی امری حیاتی برای سواحل این استان است.
 - بالابردن ظرفیت مقابله با مخاطرات محیطی و حوادث غیرمترقبه باید در برنامه‌های جامع مدیریتی قرار گیرد.
 - فرهنگ استفاده مناسب از مناطق گردشگری می‌تواند امری راهبردی برای مدیریت محیط‌زیست باشد.
 - گسترش ارتباطات علمی، فرهنگی و فنی در زمینه‌های مختلف به خصوص در زمینه حفظ محیط‌زیست، پیشگیری از آلودگی.
 - شناخت منابع آلاینده و شناسایی منابع جدید و ناشناخته آلاینده و پایش مداوم آن‌ها و مدیریت برنامه‌ریزی برای مقابله با آن‌ها طبق فناوری‌های روز.

References

1. Cho, M., & Yoo, J. J. E. Customer pressure and restaurant employee green creative behavior: serial mediation

- behavior with the development of environmental ethics." *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*(2022). 16 (4). 81-89. (In Persian)
14. Tulabi, Zeinab; Arvaneh, Marjan; Shojaeian, Perry.. "The Role of Perceived Green Value in Attitudes Toward Green Products and Purchasing Consumers." *Journal of Environmental Education and Sustainable Development* (2022). 9 (3). 81-98.(In Persian)
 15. Andrvazh, Leila, Albo Naimi, Ebrahim, Rezayati, Lily, Atf, Zahra, Ghasemi Hamedani, Iman. (2020). The effect of green education on green citizenship behavior with the moderating role of green management performance, green creativity and involvement of green staff in a hospital. *Health Management*, 10 (No. 4), 103-112.
 16. Amrutha, V. N., & Geetha, S. N.. Linking organizational green training and voluntary workplace green behavior: Mediating role of green supporting climate and employees' green satisfaction. *Journal of Cleaner Production*(2021), 290, 125876.
 17. Ying, M., Faraz, N. A., Ahmed, F., & Raza, A.. How does servant leadership foster employees' voluntary green behavior? A sequential mediation model. *International journal of environmental research and public health*(2020), 17(5), 1792.
 18. Sabokro, M., Masud, M. M., & Kayedian, A.. The effect of green human resources management on corporate social responsibility, green psychological climate and employees' green behavior. *Journal of Cleaner Production*(2021), 127963.
 - green behavior: the role of motivational states and green work climate perceptions. *Environmental Science and Pollution Research*(2020), 27(7), 7341-7352.
 8. Luu, T. T.. Green creative behavior in the tourism industry: the role of green entrepreneurial orientation and a dual-mediation mechanism. *Journal of Sustainable Tourism*(2021), 29(8), 1290-1318.
 9. Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T.. Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. *Journal of Cleaner Production*(2018), 198, 1311-1323.
 10. Muangmee, C., Dacko-Pikiewicz, Z., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N., & Khalid, B.. Green Entrepreneurial Orientation and Green Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Social Sciences*(2021), 10(4), 136.
 11. Farhadinejad, Mohsen; Ali Karami, Sajjad; Abdi, Marzieh. Investigating the Impact of Green Transformational Leadership on Green Behaviors in the Workplace: The Mediating Role of Employees' Environmental Attitudes. *Journal of Transformation Management*, (2021)Year 11 (22). 3-52. (In Persian)
 12. Henn, L., Taube, O., & Kaiser, F. G.. The role of environmental attitude in the efficacy of smart-meter-based feedback interventions. *Journal of Environmental Psychology*(2019), 63, 74-81.
 13. Filly, Ardalan; Alipour, Sima; Sabet, Mohammad Reza; Sabet, Abbas. (2022). "The relationship between environmental knowledge, attitude and

- Tehran Municipality". *Environmental Science Studies* (2020), 4 (1). 1020-1013.(In Persian)
25. رستگار، عباس علی؛ موسیخانی، محماد؛ کشار، محمد. "Greenism in government organizations; Investigating the role of spatial attachment on employees' environmental behaviors with the mediating role of substitution and recycling behaviors and green flip. *Iranian Public Management Studies* (2020), 2 (3). 63-86. (In Persian)
 26. Hawkins, I. W., Balsam, A. L., & Graves, D.. A qualitative study of the skills that enabled the pro-environmental behaviors of registered dietitians. *Journal of hunger & environmental nutrition*(2015), 10(1), 60-71.
 27. Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R.. Top managers' environmental values, leadership, and stakeholder engagement in promoting environmental sustainability in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*(2017), 63, 101-111.
 28. Song, Z., & Soopramanien, D.. Types of place attachment and pro-environmental behaviors of urban residents in Beijing. *Cities*(2019), 84, 112-120.
 29. Tezel, E., & Giritli, H.. Understanding pro-environmental workplace behavior: a comparative study. *Facilities*(2019).
 30. Ture, R. S., & Ganesh, M. P.. Understanding pro-environmental behaviours at workplace: Proposal of a model. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*(2014), 10(2), 137-145.
 19. Begum, S., Ashfaq, M., Xia, E., & Awan, U.. Does green transformational leadership lead to green innovation? The role of green thinking and creative process engagement. *Business Strategy and the Environment*(2021).
 20. Rahmi, D. Y., Rozalia, Y., Chan, D. N., Anira, Q., & Prima, R.. Green brand image, green awareness, green advertisement, and ecological knowledge in improving green purchase intention and green purchase behavior on creative industry products. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*(2017), 20(2), 177-186.
 21. Bahmani Akbar, Mousavi Davoodi Mehdi, Vaezi Mehdi (2019). Investigating the role of green entrepreneurship orientation in increasing the performance of Mazandaran Agricultural Jihad Organization. *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*. 5 (10): 54-45. (In Persian)
 22. Li, W., Bhutto, T. A., Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, A. U., & Bhutto, N. A.. Unlocking employees' green creativity: The effects of green transformational leadership, green intrinsic, and extrinsic motivation. *Journal of Cleaner Production*(2020), 255, 120229.
 23. Al Hosani, K. A., van Ewijk, A. R., & Hussain, M.. Determinants of employee creative behavior in the UAE public sector. *International Journal of Productivity and Performance Management*(2021).
 24. Soleimani, Atosa; Nohegar, Ahmad; Salehi, Ismail. "Study of the effect of place attachment components on social participation in environmental protection (Case study: District 1 of

37. 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.
38. Andersén, J. (2017). What about the employees in entrepreneurial firms? A multi-level analysis of the relationship between entrepreneurial orientation, role ambiguity, and social support. *International Small Business Journal*, 35(8), 969-990.
39. Lita, R. P., Surya, S., Ma'Ruf, M., & Syahrul, L.. Green attitude and behavior of local tourists towards hotels and restaurants in West Sumatra, Indonesia. *Procedia Environmental Sciences(2014)*, 20, 261-270.
40. Kautish, P., & Sharma, R.. Value orientation, green attitude and green behavioral intentions: an empirical investigation among young consumers. *Young Consumers(2019)*.
41. Green, K. M., Covin, J. G., & Slevin, D. P.. Exploring the relationship between strategic reactiveness and entrepreneurial orientation: The role of structure–style fit. *Journal of Business Venturing(2008)*, 23(3), 356-383.
42. Qazi, W., Qureshi, J. A., Raza, S. A., Khan, K. A., & Qureshi, M. A.. Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education(2020)*.
31. Afsar, B., Cheema, S., & Javed, F. (2018). Activating employee's pro-environmental behaviors: The role of CSR, organizational identification, and environmentally specific servant leadership. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 904-911.
32. Saeed, B. B., Afsar, B., Hafeez, S., Khan, I., Tahir, M., & Afridi, M. A. (2019). Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 424-438.
33. Gosling, E., & Williams, K. J. (2010). Connectedness to nature, place attachment and conservation behaviour: Testing connectedness theory among farmers. *Journal of environmental psychology*, 30(3), 298-304.
34. Fatoki, O.. Green entrepreneurial orientation and firm performance in South Africa. *Entrepreneurship and Sustainability Issues(2019)*, 7(1), 247.
35. Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarso, A., & Jeong, B. G.. Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *The Bottom Line(2019)*.
36. Habib, M. A., Bao, Y., & Ilmudeen, A.. The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance. *Cogent Business & Management(2020)*, 7(1), 1743616.