

تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز

محمدرضا رادفر^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۹

چکیده

تغییرات اقلیمی، آسیب‌های صنایع به زیست بوم، افزایش انتشار گازهای گلخانه‌ای و آلودگی آب و هوا باعث شده بکارگیری مدیریت سبز و توجه به مسائل زیست محیطی در جهان متلاطم امروز نه تنها به عنوان یک مزیت، بلکه به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای شرکت‌ها و سازمان‌ها به حساب آید؛ لذا این پژوهش با هدف تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز صورت پذیرفته است. روش پژوهش بر مبنای هدف کاربردی و بر مبنای اجرا توصیفی پیمایشی و جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان و مدیران شرکت آرتا تجارت زرین بوده و نمونه‌ای به حجم ۱۴۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه فرهنگ سازمانی سبز هوپون و همکاران (۲۰۲۳)، مدیریت منابع انسانی سبز پیووار سولج و همکاران (۲۰۲۳)، شهرت شرکت فائنی و همکاران (۲۰۲۵) و عملکرد مالی باه و همکاران (۲۰۲۰) و برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار اسمارت PLS استفاده شده و نتایج حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی سبز، شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد و تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار نیز تایید گردید. همچنین مشخص شد فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت در صورت نهادینه شدن فرهنگ سازمانی سبز و بکارگیری مدیریت منابع انسانی سبز می‌توان شهرت شرکت را بهبود بخشید و عملکرد کسب و کار را ارتقا داد.

کلمات کلیدی: مدیریت سبز، مدیریت منابع انسانی سبز، فرهنگ سازمانی سبز، شهرت شرکت، عملکرد کسب و کار.

۱. گروه مدیریت مالی و حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

* پست الکترونیکی نویسنده مسئول: radfar@iaua.ac.ir

۱. مقدمه

کسب و کار سبز، دستیابی استراتژیک و تلفیق اهداف اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی از طریق هماهنگی نظاممند فرآیندهای تجاری درون سازمانی برای بهبود عملکرد اقتصادی بلندمدت یک کسب و کار و شبکه سودمند می باشد. با یک تفصیل کل نگر از طرح ارزش یعنی ارزش درهم تنیده اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی و درون نسلی، کسب و کارهای سبز قادر به تطبیق اهداف دوگانه توسعه پایدار و کسب ثروت و در نتیجه حل دوگانگی میان کسب و کار فرصت گرا و نیکوکاری نوع دوستانه یا دیگرخواه هستند (شرفی، ۱۳۹۸). امروزه سازمان ها به منظور دستیابی به موفقیت در جامعه و تسهیل سودسازی خود باید در کنار عوامل اقتصادی بر عوامل اجتماعی و زیست محیطی متمرکز شوند. اجرای موفقیت آمیز استراتژی های پایدار در سازمان به یک فرآیند مشخص و به هم پیوسته نیاز دارد. مسئله پایداری به سرعت در لیست اولویت های مدیران شرکت ها در سراسر جهان قرار گرفته است، زیرا آگاهی از مفهوم سبز، در استراتژی های کسب و کار، روش های جدیدی برای تجارت ایجاد می کند (بابایی و فانی، ۱۴۰۰). برای تأثیرگذاری بر رفتار و نگرش سازمانی نسبت به دستیابی به اهداف مشترک شرکت، تیم های مدیریت یک سیستم مشترک از باورها، ایده ها و ارزش ها را ایجاد می کنند که به عنوان فرهنگ سازمانی شناخته می شود (السویدی و همکاران^۱، ۲۰۲۱). فرهنگ سازمانی سبز را می توان به عنوان فرهنگی تعریف کرد که در آن حفاظت از محیط زیست اساسی در نظر گرفته می شود؛ بنابراین یک ارزش اصلی کارکنان شرکت در بیانیه ماموریت شرکت گنجانده می شود و باعث می شود هر عضو تیم در قبال حفاظت از محیط زیست احساس مسئولیت کند (عباس و دوگان^۲، ۲۰۲۲). در نتیجه فرهنگ سبز، کارکنان بیشتر در مورد مسائل زیست محیطی نگران هستند. به زعم لی و همکاران^۳ (۲۰۲۲) این اصل تأثیر مثبتی بر کار آن ها دارد.

برای شکوفایی فرهنگ سبز، مدیران باید توجه بیشتری به حفاظت از محیط زیست نشان دهند. توانایی سازمان برای رسیدگی به مسائل زیست محیطی ممکن است کارکنان خود را برای حفاظت از محیط زیست بیشتر ترغیب کند، زیرا داده ها نشان می دهد که فرهنگ سازمانی سبز بر نگرش ها و رفتار اعضای تیم به روشی مثبت نسبت به حفاظت از محیط زیست تأثیر می گذارد (ازهر و یانگ^۴، ۲۰۱۸). ایجاد فرهنگ سبز در یک سازمان وضعیت موجود را به چالش می کشد و عملکرد نوآورانه را تسریع می کند و استراتژی حامی محیط زیست یک شرکت را می توان از طریق فرهنگ سازمانی سبز سازمانی به نوآوری سبز تبدیل کرد (چریان و همکاران^۵، ۲۰۲۱). فرهنگ سازمانی سبز می تواند به شرکت هایی که با مسائل زیست محیطی سر و کار دارند سود برساند (السویدی و همکاران^۶، ۲۰۲۱). ارزش های زیست محیطی، پایه و اساس یک چارچوب رسمی برای فرهنگ سبز، می تواند به سازمان کمک کند تا تغییرات سازگار با محیط زیست را در عملیات خود اجرا کند (طاهر و همکاران^۷، ۲۰۲۰).

موضوع پایداری زیست محیطی و سازمان های سبز، در حال حاضر در پدیده های مدیریتی بطور فزاینده ای وجود دارند و باعث پیدایش انقلاب سبز در اصول سنتی ایجاد شده از قبیل منابع انسانی گردیده است. در واقع، نیاز روزافزونی برای ترکیب مدیریت سبز و مدیریت منابع انسانی وجود دارد و این تلاش ها به عنوان مدیریت منابع انسانی سبز شناخته شده اند (استانستی و مهدیگی، ۱۴۰۰). به بیان دیگر، توجه ویژه ای که چالش های جهانی تغییرات آب و هوایی، انتشار کربن بالا، توسعه سبز و جنبش سبز از اواخر دهه ۱۹۹۰ به خود جلب کرده است (خانال و همکاران^۸، ۲۰۲۳) باعث ایجاد مدیریت منابع انسانی سبز شد. در نتیجه افزایش نفوذ چالش های زیست محیطی، مشاغل و صنایع مجبور به ایجاد و اعمال مدیریت سبز از طریق روش ها و محصولات سازگار با محیط زیست شده اند (افراسیایی و

1. Al-Swidi et al
2. Abbas & Dogan
3. Lee et al
4. Azhar & Yang

5. Cherian et al
6. Al-Swidi et al
7. Tahir et al
8. Khanal et al

همکاران، ۱۴۰۱). مدیریت منابع انسانی سبز بسیاری از شیوه‌های سنتی مانند مشارکت کارکنان، استخدام، پاداش‌ها و آموزش را برای بهبود عملکرد محیطی سازمان ترکیب می‌کند و باعث بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها می‌شود (محمدرضایی و همکاران، ۱۴۰۲). امروزه سازمان‌های خصوصی در محیط‌هایی که ملزم به پاسخ‌گویی سبز هستند، تلاش می‌کنند تا با انواع روش‌ها و فنون سبز، سهم بازار خود را افزایش داده و پاسخ‌گویی خود را تقویت نمایند و سازمان‌های عمومی نیز از این طریق تلاش می‌کنند تا از مزایای اعتماد و رضایت عمومی و نیز عدالت بین نسلی بهره‌گیرند و بر مقبولیت و مشروعیت خود بیفزایند (یوان و همکاران^۱، ۲۰۲۴). مدیریت منابع انسانی سبز برای تحقق و همگرایی ارزش‌های سبز و طیف وسیعی از انگیزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و قانونی صرفاً با بهره‌مندی از مدیریت منابع انسانی سبز امکان‌پذیر است (وانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۳) و با ایجاد آگاهی، اطلاع‌رسانی و تعامل میان کارکنان سازمان درخصوص محیط و عوامل محیطی و سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌های سبز، دنبال ایجاد مسئولیت اجتماعی بین آن‌ها است و به گونه‌ای آن‌ها را هدایت می‌کند که به وظایف و تعهداتشان در قبال محیط عمل نمایند. هدف مدیریت منابع انسانی سبز به وجود آوردن زمینه‌های ایفای نقش در پایداری زیست محیطی برای سازمان‌های مختلف است (محبی و همکاران، ۱۴۰۲).

در سال‌های گذشته موضوع شهرت شرکت در میان محافل دانشگاهی و بازاری، جذابیت بسیاری پیدا کرده است و افزایش اهمیت و ارزش دست‌یابی و نگهداری یک شهرت خوب برای شرکت در میان مدیران، به تلاش شرکت‌ها برای ایجاد یک سیستم شهرت برای شرکت خود منجر شده است (نجم روشن و همکاران، ۱۳۹۵). شهرت شرکت، به عنوان قضاوت کلی ذی‌نفعان از شرکت، بر اساس ارزیابی عملکرد مالی، اجتماعی و واکنش محیط بیرونی، به اعمال و گفته‌های شرکت که بیان-

کننده توانایی شرکت به منظور ارائه ارزش و منفعت به مشتریان می‌باشد، نیز معرفی شده است (بارنت و همکاران^۳، ۲۰۰۶). در محیط رقابتی امروزی، با توجه به بی‌اعتمادی محیطی زیاد و فضای رقابتی شدید، سازمان‌ها نیاز دارند که به‌طور فزاینده‌ای زیرک و انطباق‌پذیر باشند. آن‌ها برای ربودن گوی سبقت از یکدیگر به دنبال استفاده از روش‌هایی در راستای بهبود عملکردشان هستند. در واقع اهمیت عملکرد مالی برای شرکت‌ها باعث می‌شود که هر عامل مؤثر بر آن نیز اهمیت یابد (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه یکی از مهمترین مسائل مالی شرکت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد مالی آن‌ها می‌باشد. اندازه‌گیری عملکرد مالی شرکت‌ها از آنجا که پایه بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها در داخل و خارج از شرکت می‌باشد، دارای اهمیت است. تصمیم‌گیری مربوط به سرمایه‌گذاری‌ها، افزایش سرمایه شرکت‌ها، رابطه نمایندگی و بسیاری از تصمیمات دیگر، همگی مبتنی بر اندازه‌گیری عملکرد بوده و عملکرد شرکت عامل مهمی در تغییر ارزش بازار سهام و در نتیجه، تغییر ثروت سهامداران است. با توجه به رشد واحدهای تجاری و تأسیس شرکت‌های سهامی و اینکه هر یک از سهامداران دارای علایق و انتظارات متفاوتی هستند، هدف نهایی و عامل مشترک بین همه آن‌ها، حداکثر ساختن ارزش سرمایه‌گذاری انجام شده در شرکت می‌باشد (جامعی و نجفی، ۱۳۹۸). وجود اعتبارات برای فرآیندهای عملیاتی و نوآور بودن شرکت، لازم و ضروری است. تجربه نشان داده که توانایی و شاخص‌های مدیریتی از عواملی به شمار می‌رود که در بهبود عملکرد مالی کسب و کارها نقش بسزایی دارد؛ بنابراین توجه به عملکرد مالی برای کسب و کارها اهمیت فراوانی داشته و در تلاش هستند با تقویت و توسعه عوامل تأثیرگذار بر این مقوله از قبیل توسعه سرمایه انسانی به اهداف از پیش تعیین شده در این حوزه دست یابند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹).

در کشور ما مطابق قانون، تمام سازمان‌ها، موسسات و

1. Yuan et al
2. Wang et al

3. Barnett et al

نهادهای عمومی غیر دولتی مکلفاند تا اقداماتی مانند بهینه‌سازی مصارف، کاهش تولید پسماند، اطلاع رسانی و آموزش در زمینه برنامه مدیریت سبز، استفاده از فناوری‌های پاک، بازیافت و کاربرد مواد مصرفی سازگار با محیط زیست را با هدف تحقق اهداف برنامه مدیریت سبز انجام دهند. در عصر فعلی کمتر سازمانی را می‌توان یافت که در مسیر رسیدن به موفقیت، ذی‌نفعان خود و همچنین مسائل زیست محیطی را سرلوحه امور قرار ندهد؛ از همین رو است که وقتی به شرکت‌های پیشرو در جهان می‌نگریم در می‌یابیم که شرکت‌های برتر توانسته‌اند با پیاده سازی فرهنگ سازمانی و بکارگیری منابع انسانی سبز هم شهرت خود را توسعه داده و هم عملکرد کسب و کار خود را ارتقا دهند. در سال‌های اخیر صنایع تولیدی مختلف در کشور بدون توجه به محیط زیست و موجودات زنده اقدام به فعالیت نموده و مسبب تغییرات اقلیمی، آسیب‌های متعدد به زیست بوم، افزایش انتشار گازهای گلخانه‌ای و آلودگی آب و هوا شده‌اند. ادامه روند کنونی باعث نابودی زیست بوم می‌شود و نسل‌های آتی را با خطر از دست دادن محیط زیست رو به رو می‌کند؛ لذا صنایع مادر در کنار اهداف سودآوری و ارتقای عملکرد کسب و کار خود باید به مسائل زیست محیطی نیز توجه کرده و به دنبال تولید محصولات سازگار با محیط زیست باشند. شرکت آرتا تجارت زرین که در صنعت غذایی فعال می‌باشد، چشم انداز آتی خود را بر مبنای توجه به محیط زیست گذاشته و با وجود کسب سهم بازار مناسب، به دنبال ارتقای عملکرد شرکت در حوزه مالی است؛ زیرا با نیل به عملکرد مالی خود می‌تواند به عنوان یک برند متمایز در بازار فعالیت نماید؛ به علاوه تاکنون پژوهشی که به صورت همزمان تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و مدیریت منابع انسانی سبز را بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار مورد سنجش قرار دهد در داخل کشور انجام نشده و پژوهش حاضر درصدد پوشش این خلأ پژوهشی است؛ لذا این پژوهش با هدف تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار

با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز در شرکت آرتا تجارت زرین صورت پذیرفته است؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که فرهنگ سازمانی سبز چه تأثیری بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز دارد؟ پاسخ به این پرسش اساسی می‌تواند در کنار پر کردن شکاف نظری تحقیقاتی، راهکاری اساسی و کاربردی برای رشد سودآوری و ارتقای عملکرد کسب و کار شرکت‌ها و صنایع در کنار توجه به مسائل زیست محیطی ارائه دهد. با انجام پژوهش‌هایی از این دست می‌توان مدیران صنایع را قانع ساخت که سبز شدن نه تنها هزینه اضافه برای سازمان محسوب نمی‌شود، بلکه رعایت مسائل زیست محیطی و تولید محصولات سازگار با محیط زیست می‌تواند رشد سودآوری و بهبود عملکرد مالی را از طریق افزایش شهرت شرکت حاصل کند.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرهنگ سازمانی سبز

فرهنگ به سیستم مشترکی از باورها، ارزش‌ها، ایده‌ها و نگرش‌هایی اشاره دارد که رفتار سازمانی را شکل می‌دهند. فرهنگ سازمانی می‌تواند توسط یک گروه مدیریتی به منظور انتشار مجموعه‌ای از ارزش‌ها برای هدایت اهداف شرکت توسعه یابد (گاو^۱، ۲۰۱۷). بر این اساس فرهنگ سازمانی سبز را در نظر می‌گیریم که ارزش شرکت در سراسر سازمان درونی شده است و معمولاً در یک بیانیه مأموریت برای همه کارکنان و مدیران تدوین می‌شود؛ لذا فرهنگ سازمانی سبز می‌تواند سازمان را به عنوان ارزش اساسی و احساس مشارکت بیشتر در مسائل زیست محیطی هدایت کند (استون و همکاران^۲، ۲۰۰۴). بسیاری از محققان بر این باورند که فرهنگ سازمانی سبز با ایجاد شرایط و زمینه لازم و آموزش‌های مورد نیاز می‌تواند باعث تربیت نسل‌های آینده و فرهنگ‌سازی با سطح غنی‌تر از جزئیات و درک محیط زیست شود (مارکوس و فرمت^۳، ۲۰۰۹).

1. Gao
2. Stone et al

3. Marcus & Fremeth

مهمی در کاهش آسیب‌ها و خسارت‌های زیست‌محیطی ایفا می‌کنند. مدیریت منابع انسانی سبز برای اجرای سیستم‌های مدیریت زیست‌محیطی حیاتی است (مطیعی و همکاران، ۱۴۰۰).

شهرت شرکت

شهرت مفهومی است که با اعتبار شرکت ارتباط نزدیکی دارد؛ به عبارت دیگر، شرکت‌ها اعتبار را از طریق رفتارهایشان به دست می‌آورند که پایه و اساسی برای شهرت قوی ایجاد می‌کند. اگر ذی‌نفعان به شایستگی آن شرکت ایمان نداشته باشند، شرکت هرگز شهرتی آنچنان قوی نخواهد یافت. شهرت شرکت را عامل شناخت عملکرد گذشته و چشم‌انداز آینده توصیف می‌کنند که جذابیت شرکت را با همه عوامل داخلی خود هنگامی که با دیگر شرکت‌های بزرگ رقیب مقایسه می‌شود نشان می‌دهد. شهرت شرکت ارتباط نزدیکی با تصویر، هویت و فرهنگ شرکت دارد؛ به نحوی که شهرت شرکت چیزی بیش از تصویر ذهنی و هویت شرکت است به طوری که شهرت از ادراکات مشتریان از نقش اجتماعی شرکت و چگونگی رفتار آن با ذی‌نفعان چندگانه‌اش در طول زمان ایجاد می‌شود (گامس و اوکیوس^۳، ۲۰۰۹). مفهوم شهرت شرکت، توجه رشته‌های تخصصی دانشگاهی مانند مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و بازاریابی را جلب کرده است. در نگرش اقتصادی، شهرت شرکت عکس‌العملی از عملکرد گذشته شرکت است که بیانگر ویژگی‌های منحصر به فرد شرکت می‌باشد. در نگرش مدیریت استراتژیک شهرت شرکت به عنوان دیدگاه جمعی درباره شرکت از نظر ذی‌نفعان متعدد که از پیام‌های ارتباطی، تبلیغاتی، روابط عمومی و نقش‌های مختلف اجتماعی شرکت که بر تصمیم‌گیری ذی‌نفعان مؤثر است، تشکیل می‌گردد. در نگرش جامعه‌شناسی شهرت شرکت با آگاهی و شناخت عموم درباره شخصیت شرکت است که از ماحصل فعالیت‌ها و پیامدهای پیشین شرکت شکل گرفته و در نگرش بازاریابی،

فرهنگ سازمانی را می‌توان سبز در نظر گرفت زمانی که کارمندان فراتر از اهداف در جهت به حداقل رساندن تاثیر مثبت فعالیت‌های سازمانی بر روی محیط زیست حرکت می‌کنند (رزکویی و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

مدیریت منابع انسانی سبز

مدیریت منابع انسانی یک رویکرد استراتژیک برای مدیریت موثر کارکنان در یک سازمان است، به طوری که به کسب و کارها در کسب مزیت‌های رقابتی کمک می‌کند. این ساختار برای به حداکثر رساندن عملکرد کارکنان در تحقق اهداف استراتژیک کارفرمایان طراحی و ساخته شده است. مدیریت منابع انسانی سبز را می‌توان به عنوان شیوه‌ها و سیاست‌های مدیریت منابع انسانی تعریف کرد که یک کسب و کار را حفظ می‌کند و مهم‌تر از آن، جلوگیری از آسیب‌های ناشی از فعالیت‌های ضد محیطی در سازمان‌ها می‌باشد (چادھاری^۲، ۲۰۲۰). مدیریت منابع انسانی سبز رویکردی است که نیازهای سازمان و جامعه را بدون وارد کردن آسیب به جامعه برآورده می‌کند. همچنین مدیریت منابع انسانی سبز به طور مستقیم مسئول پرورش نیروی کاری است که محیط زیست را درک کند و قدر آن را بداند (شن و بنسان^۳، ۲۰۱۶). برای حصول اطمینان از اینکه یک شرکت مشارکت‌های سبز مناسبی را توسط نیروی کار خود به دست می‌آورد، تغییر یا انطباق عملکرد مدیریت منابع انسانی برای سبز شدن ضروری است. به طور سنتی، بخش‌های مدیریت منابع انسانی مسئولیت طیف گسترده‌ای از عملکردهای مدیریت منابع انسانی مانند استخدام و ارزیابی عملکرد را بر عهده دارند. سبز شدن با هر کارکرد مدیریت منابع انسانی مستلزم اعمال، خط مشی‌ها و رویه‌هایی است که مشارکت سبز مناسب و عملکرد شغلی پرسنل را تضمین می‌کند (جمشیدی، ۱۴۰۰). منابع انسانی سبز با کمک به سازمان جهت نیل به اهدافی مانند جلوگیری از آلودگی، کمینه‌سازی زباله‌ها و انتشار کمتر گازهای گلخانه‌ای نقش

1. Roscoe et al
2. Chaudhary

3. Shen & Benson
4. Gümtüş, M. Öksüz

شهرت شرکت به عنوان نماینده شناخت عملکرد گذشته و چشم‌انداز آینده است که جذابیت کل شرکت را هنگام مقایسه با دیگر رقبا به تمام افراد نشان می‌دهد (شاما و حسن^۱، ۲۰۰۹).

عملکرد کسب و کار

عملکرد سازمانی را میزان تحقق اهداف و آرمان‌های سازمان توسط هر یک از اعضای آن توصیف می‌کنند. مفهوم عملکرد سازمانی با پیشرفت و بهبود یک سازمان مرتبط است؛ لذا، عملکرد سازمانی میزان اثربخشی و بهره‌وری یک سازمان را در قیاس با شاخص‌های عملکردی از قبل تعیین شده مشخص می‌نماید (اوبیجاکو^{۲۵}، ۲۰۱۹). عملکرد مالی مهمترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به حساب می‌آید. در محیط رقابتی امروز، ارزیابی مناسب عملکرد شرکت‌ها نه تنها برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان، بلکه برای شرکت‌های رقیب نیز بسیار مهم و قابل توجه است؛ چرا که این ارزیابی برای توسعه بخش‌های جدید و بهبود بهره‌وری بخش‌های موجود امری ضروری به حساب می‌آید (عارف منش و همکاران، ۱۳۹۹). توانایی مالی یک سازمان در بهره‌وری و سودآوری، عملکرد مالی نامیده می‌شود (شاهین^۲، ۲۰۱۱). عملکرد کسب و کار در پژوهش حاضر بر اساس شاخص‌های مالی نظیر سودآوری، حجم فروش، بازده دارایی و سهم بازار در نظر گرفته شده است.

حال که به تشریح مبانی نظری پرداخته شد، در خصوص پیوند متغیرهای پژوهش و توسعه روابط میان فرضیه‌ها می‌توان چنین استدلال نمود که امروزه در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه صرف سودآوری برای شرکت‌ها پایان کار نیست و اساساً سازمان‌های بزرگ و صنایع استراتژی مالی خود را بر پایه مسائل زیست محیطی و نیل به اهداف توسعه پایدار رقم می‌زنند؛ لذا در عصری قرار داریم که توجه تک بُعدی به مسائل اقتصادی نمی‌تواند به سازمان‌ها در رسیدن به موفقیت با ثبات یاری رسان باشد و صنایع و سازمان‌ها در کنار ترسیم چشم‌انداز

سودآوری بالا، نباید از خواسته‌های دغدغه مند ذی‌نفعان خود غافل شوند. با نگاهی به پژوهش‌های صورت گرفته و تحقیقات کاربردی در کشورهای پیش‌تاز در زمینه مالی چنین برداشت می‌شود شرکت‌ها با استفاده از پیاده‌سازی فرهنگ سازمانی سبز و بکارگیری مدیریت منابع انسانی سبز ضمن ارتقای شهرت خود و کسب عملکرد مالی مطلوب، زمینه ساز دستیابی به عملکرد پایدار و بهبود عملکرد زیست محیطی را نیز می‌توانند فراهم کنند. به همین دلیل در این پژوهش قصد داریم تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و مدیریت منابع انسانی سبز را بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار مورد سنجش قرار دهیم.

در این بخش از مقاله به بررسی مطالعات پیشین مربوط به موضوع پژوهش پرداخته می‌شود. در ادامه برخی از مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته در حوزه موضوع مورد مطالعه ارائه می‌گردد.

محمدی و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی به تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و اقدامات مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد محیط زیستی کارکنان با نقش میانجی نوآوری سبز پرداختند. جامعه آماری این پژوهش، کلیه کارکنان شرکت فولاد خوزستان بوده که از میان آن‌ها، تعداد ۳۶۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب و با استفاده از پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری گردیده و نتایج نشان داد که اقدامات مدیریت منابع انسانی و فرهنگ سازمانی سبز بر نوآوری سبز و عملکرد محیط زیستی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نشان داد نوآوری سبز به عنوان میانجی در رابطه بین اقدامات مدیریت منابع انسانی و فرهنگ سازمانی سبز با عملکرد محیط‌زیستی کارکنان، نقشی کلیدی ایفا می‌کند.

رادفر و علیقلی (۱۴۰۳) در پژوهشی به واکاوری تأثیر فشار ذی‌نفعان و تولید سبز بر عملکرد مالی با نقش میانجی شهرت شرکت و عملکرد زیست محیطی در شرکت‌های صنعت پتروشیمی بورس تهران پرداختند. جامعه آماری شامل کارکنان و مدیران شرکت‌های صنعت پتروشیمی در بورس تهران به

مذکور نیز به نوبه خود بر مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت قانونی تأثیر می‌گذارند.

هیکام و همکاران^۱ (۲۰۲۵) در پژوهشی به تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و سرمایه فکری سبز بر مزیت رقابتی با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز پرداختند. بر اساس ۱۷۰ پرسشنامه تکمیل شده نتایج حاکی از تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و سرمایه فکری سبز بر مزیت رقابتی و مدیریت منابع انسانی سبز دارد.

فائنی و همکاران^۲ (۲۰۲۵) در پژوهشی به تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز و فعالیت‌های پایدار بر شهرت شرکت پرداختند. جامعه آماری ۷۵۵ نفر از کارکنان و مدیران شرکت‌های مواد غذایی در اندونزی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی سبز به طور قابل‌توجهی شهرت شرکت را بهبود می‌بخشد اما تأثیر معناداری بر رضایت شغلی کارکنان ندارد. علاوه بر این، فرهنگ سازمانی رابطه بین مدیریت منابع انسانی سبز و شهرت شرکت را تعدیل نمی‌کند.

شیخ و همکاران^۳ (۲۰۲۴) در پژوهشی به تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز و فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد زیست محیطی پرداختند. جامعه آماری ۲۹۲ نفر از مدیران هتل‌های چهار و پنج ستاره کشور پاکستان بوده و نتایج حاکی از آن است که مدیریت منابع انسانی سبز و فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر دارند.

عباس و خان^۴ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان مدیریت دانش سبز و فرهنگ سبز سازمانی: تعاملی برای نوآوری سبز سازمانی و عملکرد سبز که با روش توصیفی از نوع همبستگی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش سبز پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار نوآوری سبز سازمانی و عملکرد سبز بود و توانایی‌های آن‌ها را در این زمینه‌ها تقویت کرد. با این حال، نوآوری سبز تا حدی میانجی بین مدیریت دانش سبز و عملکرد سبز شرکتی بود. همچنین مشخص شد که فرهنگ سبز رابطه

حجم نمونه ۳۸۴ نفر بوده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده و نتایج حاکی از آن است که فشار ذی‌نفعان سازمانی و تولید سبز بر عملکرد مالی با نقش میانجی شهرت شرکت و عملکرد زیست‌محیطی در شرکت‌های صنعت پتروشیمی بورس تهران تأثیر دارند.

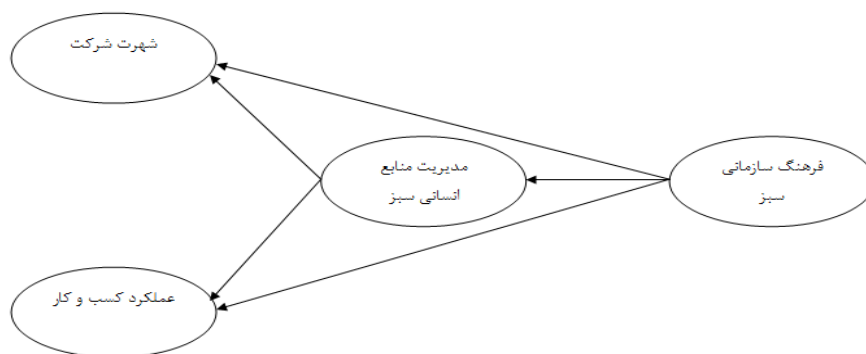
دهقانی زاده و توکلی الله آبادی (۱۴۰۳) در پژوهشی به نقش فرهنگ سازمانی سبز، استراتژی نوآوری سبز و مقررات محیط زیستی در پیش‌بینی عملکرد سبز و مزیت رقابتی از طریق نوآوری سبز پرداختند. جامعه آماری شرکت کاشی میلاد یزد بوده و با نمونه‌گیری در دسترس، ۱۱۸ نفر از کارکنان این شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده و یافته‌های پژوهش نشان داد که فرهنگ سازمانی سبز و مقررات محیط زیستی، باعث بهبود نوآوری سبز می‌شوند. فرهنگ سازمانی سبز نیز، باعث بهبود عملکرد سبز و مزیت رقابتی می‌شود. همچنین نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی سبز و مقررات محیط زیستی از طریق متغیر میانجی نوآوری سبز، باعث بهبود عملکرد سبز می‌شوند.

بهشتی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی به ارائه مدل اجرای خط‌مشی‌های مدیریت منابع انسانی سبز با تأکید بر رهبری معنوی در دانشگاه علوم پزشکی شاهرود پرداختند. برای دستیابی به هدف پژوهش از طرح پژوهش آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) استفاده گردیده و جامعه مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی شامل اساتید و مدیران دانشگاه علوم پزشکی شاهرود و جامعه آماری بخش کمی نیز شامل مدیران و کارشناسان دانشگاه علوم پزشکی شاهرود بوده است. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته استفاده و تحلیل کیفی مصاحبه‌های تخصصی با روش تحلیل مضمون انجام شده و یافته‌های پژوهش نشان داد رهبری معنوی بر قوانین اخلاقی ناظر، معنویت در محیط کار و فرهنگ اخلاق‌مداری تأثیر دارد. این عوامل نیز بر اجرای خط‌مشی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر می‌گذارد و اجرای خط‌مشی‌های

1. Hikam et al
2. Faeni et al

3. Sheikh et al
4. Abbas & Khan

را نیز ارتقا دهد؛ لذا با توجه به مبانی نظری، پیشینه پژوهش و بررسی‌های صورت گرفته، مدل مفهومی ذیل به عنوان مدل پژوهش مطرح می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بین مدیریت دانش سبز و نوآوری سبز سازمانی را تقویت کرد. بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته می‌توان انتظار داشت فرهنگ سازمانی سبز با استفاده از مدیریت منابع انسانی سبز موجب بهبود شهرت شرکت شده و عملکرد کسب و کار شرکت

سیستماتیک با استفاده از فرمول کوکران انتخاب و برای جمع-آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده که شامل ۱۹ گویه می-باشد و شاخص‌های آن با استفاده از مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای نمره‌گذاری شده است. برای متغیر فرهنگ سازمانی سبز از پرسشنامه هویون و همکاران^۲ (۲۰۲۳)، برای متغیر مدیریت منابع انسانی سبز از پرسشنامه پیووار سولج و همکاران^۲ (۲۰۲۳)، برای متغیر شهرت شرکت از پرسشنامه فائنی و همکاران (۲۰۲۵) و برای عملکرد مالی نیز از پرسشنامه باه و همکاران^۳ (۲۰۲۰) استفاده شده است. در این پرسشنامه فرهنگ سازمانی سبز شامل ۵ گویه، مدیریت منابع انسانی سبز شامل ۵ گویه، شهرت شرکت شامل ۵ گویه و عملکرد کسب و کار نیز شامل ۴ گویه می‌باشند. برای بررسی روایی پرسشنامه از خبرگان و اساتید دانشگاه کمک گرفته شد و با اعمال نظرات اصلاحی، روایی پرسشنامه تایید گردید. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (CR) استفاده شده و با توجه به جدول (۱) و از آنجا که مقادیر آن برای تمامی متغیرها بیش از ۰/۷ است، پایایی مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین روایی همگرا زمانی تأیید می‌شود که مقادیر روایی همگرا برای هر

بر اساس مدل ارائه شده، فرضیه‌های ذیل تبیین می‌گردند:
(۱) فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.

(۲) فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت تأثیر دارد.
(۳) فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.
(۴) مدیریت منابع انسانی سبز بر شهرت شرکت تأثیر دارد.
(۵) مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.

(۶) فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.
(۷) فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.

۳. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه اجرا، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان و مدیران شرکت آرتا تجارت زرین بوده و نمونه‌ای به حجم ۱۴۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی

1. Huynh et al
2. Piwowar-Sulej et al

3. Baah et al

متغیر از ۰/۵ بزرگتر باشد؛ همان طور که مشاهده می شود روایی همگرای پرسشنامه نیز تأیید می گردد. همگرا برای تمام متغیرها از ۰/۵ بزرگتر بوده و لذا روایی

جدول ۱. نتایج آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و روایی همگرا

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا
فرهنگ سازمانی سبز (GOC)	۵	۰/۸۴۶	۰/۸۹۳	۰/۶۳۱
مدیریت منابع انسانی سبز (GHRM)	۵	۰/۸۹۵	۰/۹۲۳	۰/۷۰۵
شهرت شرکت (FR)	۵	۰/۸۹۳	۰/۹۲۲	۰/۷۰۲
عملکرد کسب و کار (BP)	۴	۰/۸۸۵	۰/۹۲۱	۰/۷۴۴

منبع: یافته‌های پژوهش

۴. یافته‌های پژوهش

کمتر بوده، لذا توزیع داده‌ها غیر نرمال می باشد و برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت PLS استفاده می گردد.

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف با نرم افزار SPSS استفاده شده و با توجه به نتایج جدول (۲) و از آنجا که سطح معناداری از ۰/۰۵

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

متغیر	سطح معناداری	نتیجه آزمون
فرهنگ سازمانی سبز	۰/۰۰۰	توزیع داده‌ها غیر نرمال است.
مدیریت منابع انسانی سبز	۰/۰۰۰	توزیع داده‌ها غیر نرمال است.
شهرت شرکت	۰/۰۰۰	توزیع داده‌ها غیر نرمال است.
عملکرد کسب و کار	۰/۰۰۰	توزیع داده‌ها غیر نرمال است.

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳. نتایج آزمون KMO و بارتلت

کفایت نمونه (KMO)	۰/۸۵۳
سطح معناداری	۰/۰۰۰

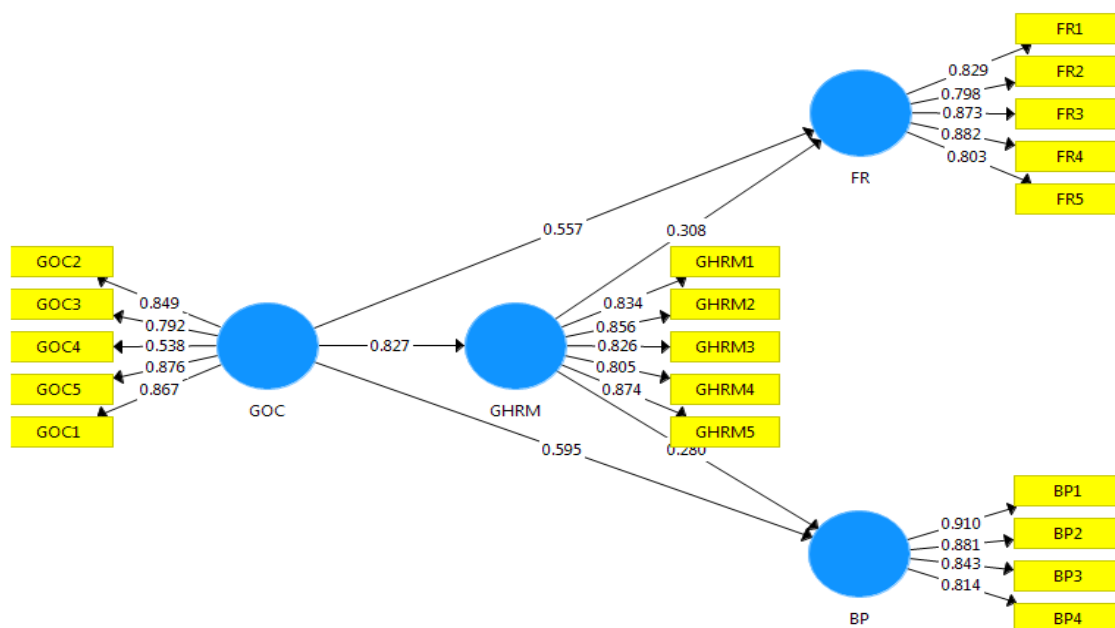
منبع: یافته‌های پژوهش

همان طور که در جدول (۳) مشاهده می شود، مقدار آماره KMO برابر ۰/۸۵۳ است و از مقدار ۰/۷ بیشتر بوده که نشان می دهد کفایت نمونه این پژوهش در حد شایسته بوده است. همچنین از آنجایی که سطح معناداری آماره بارتلت برابر با صفر و کمتر از ۰/۰۵ است، ساختار داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب می باشد و وجود ارتباط مناسب میان ساختار داده‌ها تأیید می گردد. برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش از

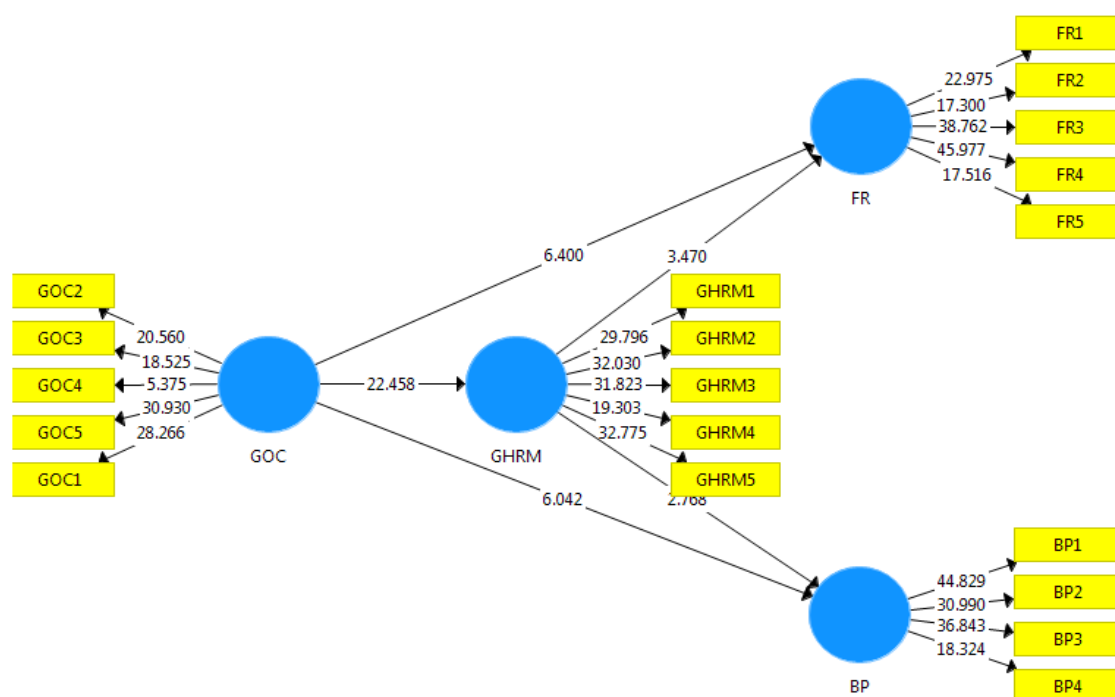
پیش از انجام مدل سازی معادلات ساختاری، ابتدا باید از کفایت نمونه برداری اطمینان حاصل شود. با استفاده از آزمون KMO می توان از کفایت نمونه اطمینان حاصل کرد. این شاخص در دامنه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب و در غیر این صورت نتایج چندان مناسب نمی باشد. همچنین برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی که پایه تحلیل قرار گرفته در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شده است.

پذیرش قرار می‌گیرد و اگر عدد معناداری T-Value کوچکتر از ۱/۹۶ و یا بزرگتر از ۱/۹۶- باشد، فرضیه مورد پذیرش قرار نمی‌گیرد. در ادامه مدل نهایی پژوهش در حالت استاندارد و معناداری را شاهد هستیم.

مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار اسمارت PLS استفاده شده است. با استفاده از خروجی T-Value در نمودار (۲) به بررسی پذیرش یا عدم پذیرش فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. نحوه قضاوت به این صورت است که اگر T-Value بزرگتر از ۱/۹۶ و یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد، فرضیه مورد



نمودار ۱. مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب استاندارد (تحلیل مسیر)



نمودار ۲. مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری

جدول ۵. نتایج فرضیه‌های مستقیم

فرضیه	ضریب مسیر	آماره آزمون (T-Value)	نتیجه
فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.	۰/۸۲۷	۲۲/۴۵۸	پذیرش
فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت تأثیر دارد.	۰/۵۵۷	۶/۴	پذیرش
فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.	۰/۵۹۵	۶/۰۴۲	پذیرش
مدیریت منابع انسانی سبز بر شهرت شرکت تأثیر دارد.	۰/۳۰۸	۳/۴۷۰	پذیرش
مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.	۰/۲۸۰	۲/۷۶۸	پذیرش

منبع: یافته‌های پژوهش

Value) به میزان ۳/۴۷۰ و ۲/۷۶۸ که از ۱/۹۶ بیشتر هستند مورد پذیرش قرار می‌گیرند. ضریب مسیر بین مدیریت منابع انسانی سبز و شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار نیز به ترتیب برابر ۰/۳۰۸ و ۰/۲۸۰ است. برای آزمون فرضیه غیرمستقیم که دارای متغیر میانجی است، از آزمون سوبل استفاده می‌گردد. نحوه بررسی فرضیه دارای متغیر میانجی بدین صورت است که اگر تأثیر متغیر مستقل بر میانجی و تأثیر میانجی بر وابسته هم زمان معنادار شود، نقش میانجی تأیید شده و تأثیر غیرمستقیم را تأیید خواهد کرد؛ با توجه به مدل‌های پژوهش در حالت استاندارد و معناداری و آماره آزمون سوبل در خصوص رد یا پذیرش فرضیه نتیجه‌گیری می‌نماییم.

با توجه به نمودار ۲ و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر ۲۴/۴۵۸ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است، فرضیه اول پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ یعنی فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی سبز با ضریب مسیر ۰/۸۲۷ تأثیر دارد. با عنایت به مقدار (T-Value) به میزان ۶/۴ که از ۱/۹۶ بیشتر است، فرضیه دوم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ یعنی فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت با ضریب مسیر ۰/۵۵۷ تأثیر دارد. در خصوص فرضیه سوم با توجه به اینکه مقدار (T-Value) برابر با ۶/۰۴۲ است و از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد، این فرضیه نیز مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ یعنی فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار با ضریب مسیر ۰/۵۹۵ تأثیر دارد. فرضیه چهارم و پنجم پژوهش نیز با توجه به مقادیر (T-

جدول ۶. نتایج فرضیه‌های غیرمستقیم

فرضیه	آماره آزمون سوبل	نتیجه
فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.	۳/۵۸۴	پذیرش
فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد.	۲/۸۹۶	پذیرش

منبع: یافته‌های پژوهش

برازندگی کل مدل از شاخص GOF استفاده می‌شود. این آزمون کیفیت کلی مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری را تعیین می‌کند. هر چه این شاخص بیشتر باشد نشان از قدرت برازندگی بالای مدل است و هر چه به صفر نزدیک شود، حکایت از برازش ضعیف مدل دارد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ برای

با توجه به جدول (۶) و از آنجایی که مقدار آماره آزمون سوبل برابر ۳/۵۸۴ و ۲/۸۹۶ شده است، فرضیه‌های غیرمستقیم پژوهش تأیید می‌شوند؛ یعنی فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد و فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد. جهت ارزیابی مقدار

GOF به ترتیب برازش ضعیف، متوسط و قوی را تبیین می‌کنند.

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

جدول ۷. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

متغیرها	ضریب تعیین	مقادیر شاخص اشتراکی
فرهنگ سازمانی سبز	-	۰/۶۳۱
مدیریت منابع انسانی سبز	۰/۶۸۴	۰/۷۰۵
شهرت شرکت	۰/۶۸۸	۰/۷۰۲
عملکرد کسب و کار	۰/۷۰۸	۰/۷۴۴
میانگین	۰/۶۹۳	۰/۶۹۵

منبع: یافته‌های پژوهش

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0/695 \times 0/693} = 0/694$$

همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار محاسبه شده برای شاخص GOF عدد ۰/۶۹۴ است و نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش دارد؛ بنابراین می‌توان این‌گونه برداشت نمود که مدل ارائه شده دارای برازش مطلوبی بوده و داده‌های گردآوری شده به خوبی توانسته‌اند مدل طراحی شده را پوشش دهند و با قدرت بالایی مدل را تأیید نمایند.

۵. بحث و نتیجه گیری

در سال‌های اخیر مفهوم مدیریت سبز به عنوان یک رویکرد اساسی در ادبیات آکادمیک جایگاه ویژه‌ای یافته و صنایع و سازمان‌های بزرگ در جهان در حال تطبیق خود با پارادایم‌های سبز هستند. فشار ذی‌نفعان به شرکت‌ها برای رعایت مسائل زیست‌محیطی در کنار دغدغه‌های سازمان‌ها برای حفظ زیست بوم باعث شده تفکر مدیریت سبز روز به روز در مدیران بیشتر از قبل نهادینه شود. هدف از انجام پژوهش حاضر تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز بوده است. برای نیل به این مهم از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده و پس از بررسی فرضیه‌های مستقیم پژوهش مشخص گردید فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع

انسانی سبز، شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار به ترتیب با ضریب مسیر ۰/۸۲۷، ۰/۵۵۷ و ۰/۵۹۵ تأثیر دارد. همچنین مشاهده شد مدیریت منابع انسانی سبز بر شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار با ضریب مسیر ۰/۳۰۸ و ۰/۲۸۰ تأثیر دارد. به علاوه در پژوهش حاضر برای بررسی فرضیه غیرمستقیم از آزمون سوبل استفاده شده و مشخص گردید فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت با نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر دارد و مدیریت منابع انسانی سبز در تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار نقش میانجی دارد. با نهادینه شدن فرهنگ سازمانی سبز در شرکت می‌توان انتظار داشت منابع انسانی در راستای مدیریت سبز حرکت کرده و شهرت و تصویری که ذی‌نفعان از شرکت در ذهن دارند ارتقا یابد و به تبع آن عملکرد کسب و کار که خود را در افزایش سهم بازار و سودآوری نمایان می‌کند، رشد خواهد یافت. امروزه مشتریان نه تنها به دنبال کیفیت بالای محصولات هستند، بلکه به شرکت‌هایی که در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به محیط زیست توجه می‌کنند، نگاه ویژه دارند؛ لذا از همین رو است که اگر فرهنگ سازمانی سبز و مدیریت منابع انسانی حامی محیط زیست در شرکت مستقر شوند، شهرت و بازده شرکت رشد قابل قبولی خواهد داشت. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش هیکام و همکاران (۲۰۲۵)، فائتی و همکاران (۲۰۲۵)، عباس و خان (۲۰۲۲) و دهقانی زاده و توکلی‌الله آبادی (۱۴۰۳) همسو بوده است. در پژوهش‌های مذکور نیز تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی سبز و همچنین تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر شهرت شرکت تأیید شده بود، با این وجود هیچ یک از پژوهش‌های پیشین به بررسی همزمان فرهنگ سازمانی سبز، مدیریت منابع انسانی سبز، شهرت شرکت و عملکرد کسب و کار نپرداخته و لذا پژوهش حاضر از این رو دارای نوآوری بوده است. در نهایت نتایج می‌توان چنین استدلال کرد که در صورت نهادینه شدن فرهنگ سازمانی سبز و بکارگیری مدیریت منابع انسانی سبز می‌توان شهرت شرکت را بهبود بخشید و عملکرد کسب و کار

را ارتقا داد؛ لذا پیشنهادات ذیل با توجه به نتایج حاصل شده از فرضیه‌ها مطرح می‌شود:

با عنایت به تأیید تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر شهرت شرکت پیشنهاد می‌شود فرهنگ سازمانی سبز در شرکت به منظور بهبود تصویر شرکت در ذهن ذی‌نفعان پیاده سازی شود. با عنایت به تأیید تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد کسب و کار پیشنهاد می‌شود آموزش، توانمندسازی و اقدامات لازم جهت بکارگیری منابع انسانی سبز در شرکت صورت پذیرد.

با توجه به تأیید تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد کسب و کار پیشنهاد می‌شود فرهنگ سازمانی سبز به منظور تولید محصولات سازگار با محیط زیست و افزایش سهم بازار ترویج و ارتقا یابد.

با توجه به تأیید تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر مدیریت منابع انسانی پیشنهاد می‌شود در جذب و استخدام نیروی انسانی به معیارهای مدیریت سبز توجه شود.

همچنین با عنایت به تأیید فرضیه‌های میانجی پیشنهاد می‌شود ذهنیت سبز در شرکت به منظور رعایت مسائل زیست محیطی در عین دستیابی به عملکرد مالی برتر تقویت گردد.

منابع

- (۱) استانستی، صدف، مهدی بیگی، نجمه (۱۴۰۰). تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر ارتقاء عملکرد محیطی بیمارستان‌ها؛ نقش میانجی فرهنگ سازمانی سبز. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۴(۵۳)، ۱۱۵-۱۴۰.
- (۲) افراسیابی، هادی، بهشتی فر، ملیکه، ضیاالدینی، محمد (۱۴۰۱). طراحی الگوی بلوغ مدیریت منابع انسانی سبز در مناطق درجه یک شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران. تعالی منابع انسانی، ۳(۱)، ۴۴-۶۰.
- (۳) بابائی، یاور و فانی، مریم (۱۴۰۰). اثر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی زیست محیطی و رفتارهای حامی

محیط زیست کارکنان هتل. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶(۵۶)، ۲۱۱-۲۴۹.

(۴) بهشتی، احمد؛ فرهادی محلی، علی؛ طبری، مجتبی و معطوفی، علیرضا (۱۴۰۳). ارائه مدل اجرای خط‌مشی‌های مدیریت منابع انسانی سبز با تأکید بر رهبری معنوی در دانشگاه علوم پزشکی شاهرود، مدیریت سبز، ۴(۴)، ۳۸-۱۸.

(۵) جامعی، رضا و نجفی، قاسم. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین ساختار مالکیت و عملکرد مالی با تأکید بر خارج تحقیق و توسعه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری و منافع اجتماعی، ۹(۱)، ۸۱-۱۰۰.

(۶) جمشیدی، علیرضا (۱۴۰۰). تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد محیطی با توجه به رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان و تعهد کارکنان مورد مطالعه: کارکنان هتل‌های شهر اصفهان، چهارمین دوره همایش ملی مدیریت حسابداری و مهندسی صنایع، جزیره کیش.

(۷) حسینی، سیدصمد؛ نیکخواه، یونس و کرمی، اژدر (۱۳۹۹). تأثیر توسعه سرمایه انسانی بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق عملکرد نوآوری و عملیاتی. جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۹(۱)، ۹۳-۱۱۴.

(۸) دهقانی زاده، مرضیه. توکلی الله آبادی، مهناز (۱۴۰۳). نقش فرهنگ سازمانی سبز، استراتژی نوآوری سبز و مقررات محیط زیستی در پیش بینی عملکرد سبز و مزیت رقابتی از طریق نوآوری سبز، آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، ۱۳(۱)، پیاپی (۳۵)، ۵۸-۳۷.

(۹) رادفر، محمدرضا و علیقلی، منصوره (۱۴۰۳). واکاوری تأثیر فشار ذی‌نفعان و تولید سبز بر عملکرد مالی با نقش میانجی شهرت شرکت و عملکرد زیست محیطی در شرکت‌های صنعت پتروشیمی بورس تهران، فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۱۵(۶۱)، ۳۹-۲۱.

(۱۰) شرفی، لیدا، رضائی، روح اله، میرک زاده، علی، اصغر، کرمی دهکردی، اسماعیل (۱۳۹۸). طراحی مدل پایداری

- شهرت شرکت های لوازم خانگی. فصلنامه علمی-پژوهشی کاوش های مدیریت بازرگانی، ۳(۶)، ۱۰۴-۷۵.
- 18) Abbas, J., & Dogan, E. (2022). The impacts of organizational green culture and corporate social responsibility on employees' responsible behaviour towards the society. *Environmental Science and Pollution Research*. doi:10.1007/s11356-022-20072-w.
- 19) Abbas, J. and Khan, S.M. (2022), "Green knowledge management and organizational green culture: an interaction for organizational green innovation and green performance", *Journal of Knowledge Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-ofprint. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2022-0156>.
- 20) Al-Swidi, A. K., Gelaidan, H. M., & Saleh, R. M. (2021). The joint impact of green human resource management, leadership and organizational culture on employees' green behavior and organizational environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 316, 128112.
- 21) Azhar, A., & Yang, K. (2021). Examining the influence of transformational leadership and green culture on pro-environmental behaviors: Empirical evidence from florida city governments. *Review of Public Personnel Administration*. doi:10.1177/0734371X211027347
- 22) Barnett, M. L. Jermier, J. M. & Lafferty, B. A. (۲۰۰۶). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 56-38.
- 23) Chaudhary, R. (2020). Green human resource management and employee green behavior: An empirical analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 630-641.
- 24) Cherian, J., Gaikar, V., Paul, R., & Pech, R. (2021). Corporate culture and its impact on employees' attitude, performance, productivity, and behavior: An investigative analysis from selected organizations of the United Arab Emirates (UAE). *Journal of Open Innovation*:
- کسب و کارهای کوچک و متوسط کشاورزی در استان کرمانشاه، ۱۲(۲)، ۱۱-۲۴.
- ۱۱) عارف منش، زهره. انصاری سامانی، حبیب و سعید زارعی الوندی (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ترتیب ورود به بازار و جهت گیری های استراتژیک بر عملکرد مالی شرکت. نشریه علمی کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ۱۲، شماره ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۹.
- ۱۲) محبی، عاطفه؛ حمزوی، حسین و خادمی، عبدال (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر مسئولیت اجتماعی سازمان های آموزشی با نقش میانجی رفتار سبز کارکنان. مدیریت دانشگاهی، ۲(۲)، ۹۷-۱۲۲.
- ۱۳) محمدرضائی، حجت الله، مداحیان، شیوا، پیوند، علیرضا، سلاجقه، سنجر (۱۴۰۲). طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی سبز مبتنی بر فناوری اطلاعات (مطالعه موردی: سازمان های دولتی شهر کرمان)، فصلنامه مدیریت سبز، ۳(۲)، ۳۶-۵۸.
- ۱۴) محمدی، سارا. رحیمی، فرج الله و داستین، مهدیه (۱۴۰۴). تبیین تاثیر فرهنگ سازمانی سبز و اقدامات مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد محیط زیستی کارکنان با نقش میانجی نوآوری سبز، محیط زیست و توسعه فرابخشی، ۱۴۰۴.
- ۱۵) مطیعی، محسن؛ خانی، امیرمحمد و بیرامی، ثریا (۱۴۰۰). تأثیر زنجیره تأمین سبز و مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با نقش واسطه ای نوآوری سبز، ۲۰(۷۷)، ۱۹۶-۱۶۵.
- ۱۶) نصراللهی، مهدی؛ فتحی، محمدرضا و نظری، حمید (۱۳۹۵). بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد مالی شرکت های شهرک صنعتی البرز استان قزوین: نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری. بررسی های بازرگانی، ۱۴(۸۱)، ۴۳-۶۲.
- ۱۷) نجم روشن، سعید؛ نصراللهی، زهرا؛ طباطبایی نسب، سید محمد (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر حسن

- 33) Shahin, A. (2011). An investigation on the influence of total quality management on financial performance the Case of Boutan Industrial Corporation. *International Journal of Business and Social Science*, 2(15), 105-112.
- 34) Shamma, H. M. & Hassan, S. S. (۲۰۰۹). Customer and non-customer perspectives for examining corporate reputation. *Journal of Product & Brand Management*, 71(2), 356-337.
- 35) Sheikh, A.A. Shan, A. Hassan, N.M. Khan, S.N. AbdAlatti, A (2024). Impact of green human resource management practices on hotels environmental performance: A mediation and moderation analysis, *Sustainable Futures* 8 (2024) 100409
- 36) Shen, J., Benson, J., (2016). When CSR is a social norm: how socially responsible human resource management affects employee work behavior. *J. Manag.* 42, 1723–1746.
- 37) Stone, G. Joseph, M. & Blodgett, J. (2004). "Toward the creation of an eco-oriented corporate culture: a proposed model of internal and external antecedents leading to industrial firm eco-orientation". *Journal of Business and Industrial Marketing*, 19(1), 68-84.
- 38) Tahir, R., Athar, M. R., & Afzal, A. (2020). The impact of greenwashing practices on green employee behaviour. Mediating Role of Employee Value Orientation and Green Psychological Climate. (No. 1). 7(1), Article 1 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2020.1781996>.
- 39) Wang, Z., Cai, S. A., Ren, S., & Singh, S. K. (2023). Green operational performance in a high-tech industry: Role of green HRM and green knowledge. *Journal of Business Research*, 160, 743-761.
- 40) Yuan, Y., Ren, S., Tang, G., Ji, H., Cooke, F. L., & Wang, Z. (2024). How green human resource management affects employee voluntary workplace green behaviour: An integrated model. *Human Resource Management Journal*, 34(1), 91-121.
- Technology, Market, and Complexity, 7(1), 1–28. doi:10.3390/joitmc7010045.
- 25) Faeni, D.P. Oktaviani, R.F. Riyadh, H.A. Faeni, R.P. Beshr, B.A.H (2025). Green Human Resource Management and Sustainable Practices on Corporate Reputation and Employee Well-being: A model for Indonesia's F&B industry, *Environmental Challenges* 18 (2025) 101082
- 26) Gao, Y. (2017). "Business leaders' personal values, organisational culture and market orientation". *Journal of Strategic Marketing*, 25(1), 49-64.
- 27) Gümüş, M. Öksüz, B. (۲۰۰۹). *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- 28) Hikam, A. Malavia Madani, R. Nurhidayah (2025). The effect of green organizational culture and green intellectual capital on green competitive advantage through green human resource management: Residential sector, *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3) 2025, pages: 1008-1018
- 29) Khanal, G., Shrestha, R., Devkota, N., Sakhakarmy, M., Mahato, S., Paudel, U. R., ... & Khanal, C. K. (2023). An Investigation of Green Supply Chain Management Practices on Organizational Performance Using Multivariate Statistical Analysis. *Supply Chain Analytics*, 100034.
- 30) Marcus, A. A., & Fremeth, A. R. (2009). Green Management Matters Regardless. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 17–26. <http://www.jstor.org/stable/27747523>
- 31) Obijiaku, O. L. (2019). The impact of organisational culture on organisational performance in Nigerian banks. Dublin, National College of Ireland.
- 32) Roscoe, S. , Subramanian, N. , Charbel J. C. , Jabbour, C. J. C. , and Chong, T . , (2019) , Green human resource management and the enablers of green organizational culture: enhancing a firm's environmental performance for sustainable development, *Bus Strat Env*, pp. 1–13. [wileyonlinelibrary .com/journal/bse](http://wileyonlinelibrary.com/journal/bse).

The impact of green organizational culture on corporate reputation and business performance with the mediating role of green human resource management

Mohammad Reza Radfar ^{1*}

^{1st} Department of Financial Management and accounting, ST.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract:

Climate change, industrial damage to the environment, increased greenhouse gas emissions, and air and water pollution have made the use of green management and attention to environmental issues in today's turbulent world not only an advantage, but also an unavoidable necessity for companies and organizations. This study was conducted with the aim of explaining the impact of green organizational culture on company reputation and business performance with the mediating role of green human resource management. The research method is based on the applied objective and on the basis of descriptive survey implementation, and the statistical population of the study includes employees and managers of Arta Tejarat Zarrin Company, and a sample of 145 people was selected through systematic random sampling. To collect data, the questionnaire of Green Organizational Culture by Huynh et al. (2023), Green Human Resource Management by Piwovar-Sulej et al. (2023), Company Reputation by Faeni et al. (2025), and Financial Performance by Bah et al. (2020) were used and Structural equation modeling in SmartPLS software was used to examine the research hypotheses and the results indicate that green organizational culture has a positive impact on green human resource management, company reputation, and business performance, and the impact of green human resource management on company reputation and business performance was also confirmed. It was also found that green organizational culture has an impact on company reputation and business performance with the mediating role of green human resource management. Therefore, it can be concluded that if a green organizational culture is institutionalized and green human resource management is implemented, the firm's reputation can be improved and business performance can be promoted.

Keywords: Green management, Green human resource management, Green organizational culture, corporate reputation, business performance