

مقاله پژوهشی

بررسی تأثیر خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری (مورد مطالعه: استان اردبیل)

میرامیر فروزان*

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۱۰

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۱

چکیده | امروزه، محیط زیست‌گرایی در میان مصرف‌کنندگان افزایش یافته است. به همین دلیل، شرکت‌ها برای پاسخ به این گرایش می‌توانند از مفهومی به نام خلاقیت سبز کمک بگیرند. هم‌چنین، از آن‌جا که توسعه صنعت گردشگری در یک منطقه می‌تواند در کنار مزایا، معایبی مثل آلودگی‌های زیست‌محیطی یا لطمه به فرهنگ و میراث محلی را در پی داشته باشد، بنابراین شرکت‌های گردشگری نیز باید به مفهوم خلاقیت سبز توجه بیش‌تری نشان دهند. هدف از این پژوهش، پاسخ به این سؤال اصلی است که خلاقیت سبز چه نقشی در توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل ایفا می‌کند؟ نوع پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش، کارکنان کسب‌وکارهای خدماتی وابسته به گردشگری استان اردبیل بود. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و برای انتخاب حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شد که بر پایه آن، حجم نمونه برابر با ۳۴۶ به دست آمد. جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با استفاده از دو پرسشنامه استاندارد خلاقیت سبز و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه انجام گرفت. روایی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و پایایی به وسیله آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و با استفاده از دو نرم‌افزار آماری SPSS 26 و Smart PLS 3 صورت گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که از آن‌جا که متغیر خلاقیت سبز واریانس صنعت گردشگری را تبیین می‌کند، خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. هم‌چنین بر اساس یافته‌ها، در بین ابعاد خلاقیت سبز، انگیزه خلاقانه سبز نیز بر توسعه صنعت گردشگری مؤثر است. یافته‌های این پژوهش، می‌تواند در حرکت سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در صنعت گردشگری به سمت توجه بیش‌تر به خلاقیت سبز مؤثر واقع شود.

واژگان کلیدی | استان اردبیل، توسعه گردشگری، خلاقیت سبز، صنعت گردشگری.

رویه مدیریتی مشخص و عدم وجود برنامه منظم و هماهنگ و نداشتن آینده‌نگری برای توسعه گردشگری استان سبب شده تا به رغم وجود قابلیت‌های آن گام مؤثری برای توسعه آن برداشته نشده و ظرفیت‌های آن، آن‌طور که باید مورد بهره‌برداری قرار نگیرد (نظم‌فر و علی‌بخشی، ۱۴۰۰، ۶۱). به عنوان نمونه، شهر اردبیل که قطب اصلی گردشگری استان اردبیل است و در مقایسه با سایر نواحی موقعیت بی‌همتایی دارد، چه از نظر موقعیت جغرافیایی که مرکز استان است، چه داشتن منابع و پتانسیل‌های مناسب و هم‌چنین امکان دسترسی مناسب

مقدمه و بیان مسئله | امروزه، گردشگری به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در بسط روابط میان ملت‌ها به شمار می‌آید، ولی توسعه آن نیاز به امکانات ویژه‌ای، نظیر: زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات، آثار تاریخی و فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، شرایط آب‌وهوایی، آداب و سنن و ... دارد (سبحانی، ۱۳۸۹، ۱۱۴). با این حال، استان اردبیل با داشتن استعدادها و زیاد گردشگری به جایگاه خوبی در صنعت گردشگری دست نیافته است (وجدان طالش‌مکائیل، ۱۳۸۷، ۳). به گونه‌ای که نبود

* نویسنده مسئول: amirforouzan1997@gmail.com، ۰۹۱۴۳۵۹۷۰۳۰

استان اردبیل و فراهم کردن مزایای گردشگری برای منطقه، در کنار افزایش توجه سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری به حفظ سلامت محیط طبیعی و فرهنگ منطقه از طریق به کارگیری عنصر خلاقیت سبز کمک کند. بر اساس آنچه بیان شد، هدف اصلی از انجام این پژوهش، تبیین اثر خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل است.

گفتنی است، پژوهش حاضر در راستای پاسخ به این سؤال اصلی انجام شده است که خلاقیت سبز چه نقشی در توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل ایفا می‌کند؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های داخلی انجام شده در زمینه خلاقیت سبز اندک است. در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر آموزش سبز بر رفتار شهروندی سبز با نقش تعدیل‌کنندگی عملکرد مدیریت سبز، خلاقیت سبز و درگیری کارکنان سبز در یک بیمارستان» با جمع‌آوری و تحلیل داده‌هایی از کارکنان یک بیمارستان در شهر تهران، این نتیجه به دست آمده است که آموزش سبز در رفتار شهروندی سبز تأثیر معناداری بر نقش تعدیل‌گری خلاقیت سبز و نقش تعدیل‌گری کارکنان سبز دارد. بنابراین، آموزش سبز مؤثر می‌تواند به بیمارستان‌ها در انجام اقدامات مؤثر در حفظ پایداری زیست‌محیطی کمک کند (آندرواژ، آلبونعمی، رضایتی، عطف و قاسمی همدانی، ۱۳۹۸). در پژوهشی دیگر با عنوان «ایفای نقش رهبری تحول‌محور سبز مبتنی بر بهبود خلاقیت سبز از طریق هویت سازمانی سبز» داده‌هایی از میان مدیران و کارکنان هتل‌های توریستی گردآوری شده و پس از تحلیل داده‌ها این نتایج به دست آمده است که رهبری سبز تأثیری مثبت بر هویت سازمانی سبز که به نوبه خود منجر به بهبود خلاقیت‌های سبز در سازمان‌ها می‌شود، دارد و از آن‌جا که تخصیص منابع به عنوان یک میانجی و تعدیل‌کننده در رابطه میان هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز عمل می‌کند، بنابراین، هتل‌ها باید تخصیص منابع خود را برای بهبود خلاقیت سبز میان کارکنانشان افزایش دهند (پرویز، ساعتی و شاکرین، ۱۳۹۸).

از میان پژوهش‌های خارجی در مقاله‌ای با عنوان «آموزش سبز در تقویت خلاقیت سبز از طریق قابلیت‌های پویای سبز در بخش صنایع دستی هند: اثر تعدیل‌کننده تعهد منابع» با نظرسنجی از ۲۱۱ مدیر بخش صنایع دستی این نتیجه به دست آمده است که آموزش سبز بر خلاقیت سبز سازمان‌ها به طور مستقیم و غیر مستقیم تأثیر می‌گذارد و قابلیت‌های پویای سبز به طور غیر مستقیم از طریق نقش تعدیل‌گری تعهد منابع برای ایجاد بازدهی خلاقانه برتر، بر خلاقیت سبز تأثیر می‌گذارد (Joshi & Lochan Dhar, 2020). در پژوهشی تحت عنوان «رفتار خلاقانه سبز در صنعت گردشگری: نقش گرایش کارآفرینانه سبز و سازوکار میانجی‌گری دوگانه» اقدام به

به این شهر ویژگی‌های خاص از نظر منزلت و جایگاه مهم در بخش گردشگری داده است، با وجود داشتن پتانسیل‌های گوناگون گردشگری، این شهر نتوانسته است که در جذب گردشگر موفق باشد (مینایی، حیدری چپانه و قربانی، ۱۳۹۹، ۱۴۴) و یا روستاهای ناحیه اردبیل با توجه به محرومیت و درصد بالای بیکاری جوانان علی‌رغم داشتن پتانسیل‌ها در زمینه‌های مختلف از جمله گردشگری، تاکنون نتوانسته‌اند به جایگاهی که مستحق آن‌هاست دست یابند (طالشی، خدایانه و آقایی هیر، ۱۳۹۷، ۱۷۱). از آن‌جا که صنعت گردشگری به عنوان یکی از بااهمیت‌ترین و درآمدزاترین صنایع دنیا در شروع هزاره سوم، بخش عظیمی از درآمدهای ارزی کشورها را به خود اختصاص می‌دهد و علاوه بر اشتغال‌زایی باعث تحصیل ارز، تأمین آرامش، توزیع عادلانه ثروت و تبادل فرهنگ‌ها می‌شود (فرتوک‌زاده، اسفندیارپور بروجنی، کیانی فیض‌آبادی و رجیبی نهوجی، ۱۳۹۵، ۹۴)؛ بنابراین، لازم است فعالیت‌ها و اقداماتی به منظور توسعه صنعت گردشگری در استان صورت گیرد تا مزایای برشمرده، نصیب شهرها و روستاهای آن شوند. اما در طرف مقابل، با وجود مزایای فراوانی که می‌توان برای توریسم در نظر گرفت، اگر برنامه‌ریزی درستی در این عرصه صورت نگیرد، توسعه گردشگری، اثرات منفی زیست‌محیطی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و... خواهد داشت. در این صورت گردشگری نه تنها به عنوان فعالیتی سودآور مطرح نخواهد شد بلکه به عنوان یک فعالیت زیان‌آور و نامطلوب شناخته خواهد شد (مجنونی توتاخانه و سلیمانی، ۱۳۹۷، ۴۲). از آن‌جا که امروزه، تغییرات اقلیمی و آلودگی ویرانگر زیست‌محیطی نیاز به محیط زیست‌گرایی را افزایش داده است، بنابراین، شرکت‌ها در حال حاضر با ذی‌نفعان مرتبط با محیط زیست سر و کار دارند. مقررات سخت‌گیرانه زیست‌محیطی، افزایش تقاضا برای محصولات سبز و فشار برای انطباق با استانداردهای بین‌المللی بازتابی از تمرکز ذی‌نفعان بر مسائل زیست‌محیطی است. به منظور کاهش فشار از سوی سهامداران مختلف، شرکت‌ها سیستم مدیریت محیطی را اتخاذ کرده‌اند که تصویر شرکت و مزیت رقابتی آن‌ها را ارتقاء می‌دهد. در دنیای کسب‌وکار رقابتی امروز، سازمان‌ها محصولات سبز تولید می‌کنند تا به محیط زیست‌گرایی مصرف‌کنندگان پاسخ دهند. برای انجام این کار «خلاقیت سبز» به عنوان حربه‌ای رقابتی به منظور مقابله با افزایش رقابت و خواسته‌های مشتریان عمل می‌کند (Mansoor, Farrukh, Lee & Jahan, 2021, 1). با توجه به توضیحاتی که در خصوص وضعیت صنعت گردشگری در استان اردبیل ارائه شد و نیز لزوم توجه به محیط زیست‌گرایی در عصر حاضر و از آن‌جا که تاکنون پژوهشی در زمینه بررسی اثر خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری استان صورت نگرفته است، بنابراین، انتظار می‌رود انجام این پژوهش بتواند ضمن گسترش این موضوع، به توسعه و رونق صنعت توریسم در

رفتارهای شهروندی سازمانی سبز تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، رفتارهای شهروندی سازمانی سبز تا حدی نقش واسطه در رابطه میان رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز ایفا می‌کند (Ogretmenoglu, Akova & Goktepe, 2022). در پژوهشی با عنوان «آیا مدیریت منابع انسانی سبز و خودکارآمدی، خلاقیت سبز را تسهیل می‌کند؟ مطالعه هتل‌ها و استراحتگاه‌های مجلل» با جمع‌آوری داده‌هایی از استراحتگاه‌ها و هتل‌های مجلل این نتایج به دست آمده است که ارتباط مثبت میان مدیریت منابع انسانی سبز با خلاقیت سبز و همچنین اثر میانجی خودکارآمدی سبز بر ارتباط مدیریت منابع انسانی سبز و خلاقیت سبز تأیید می‌شود. اما نقش واسطه‌ای رهبری تحول‌محور سبز بر اثر غیرمستقیم مدیریت منابع انسانی سبز و خلاقیت سبز تأیید نمی‌شود (Farooq, Zhang, Talwar & Dhir, 2022).

همچنان که ملاحظه شد، پژوهش‌های انجام‌شده اهمیت خلاقیت سبز را در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف نشان می‌دهند و بیانگر لزوم فراهم کردن زمینه‌ها و منابع برای رشد و پرورش خلاقیت سبز در میان کارکنان هستند. بر همین اساس است که در پژوهش حاضر نقش خلاقیت سبز کارکنان سازمان‌های خدماتی گردشگری استان اردبیل در توسعه گردشگری آن بررسی می‌شود.

مبانی نظری

• خلاقیت سبز

«خلاقیت» به عنوان تولید ایده‌های بدیع و مناسب در هر حوزه‌ای از فعالیت‌های انسانی اعم از علم، هنر، آموزش، تجارت و زندگی روزمره تعریف می‌شود، بنابراین، ایده‌ها باید جدید و متناسب با فرصت یا مشکل موجود باشند (Al-Ababneh, 2020, 245). برای کشف جامع ماهیت خلاقیت، رودز^۱ مدل 4P خلاقیت را پیشنهاد می‌دهد. این مدل خلاقیت را به چهار روش مختلف از جمله شخص (فرد)، فرایند، محیط و محصولات ارزیابی می‌کند. به طور خاص، اصطلاح «شخص (فرد)» به ویژگی‌های خلاقانه افراد، مانند شخصیت، سبک‌های تفکر و هوش اشاره دارد. اصطلاح «فرایند» رفتارهای شخصی برای دستیابی به اهداف خلاقانه، مانند یادگیری، ادراک و ارتباط را نشان می‌دهد. اصطلاح «محیط» به معنای محیط خلاقانه مانند منابع بیرونی و درونی است. اصطلاح «محصول» منعکس‌کننده نتایج خلاقانه، مانند ایده‌های جدید و مفید، راه‌حل‌ها و محصولات است. در دهه گذشته، محققان خلاقیت را به حوزه تحقیقات نوظهور رفتارهای سبز معرفی کردند. نقش خلاقیت سبز پیش‌فرض نوآوری سبز است. چن و چانگ^۲ در ابتدا مفهوم خلاقیت سبز را مطرح کردند. آن‌ها با اشاره به مفهوم خلاقیت، آن را تولید ایده‌های جدید و مفید در مورد محصولات سبز تعریف کردند. اگرچه این تعریف به طور گسترده در زمینه تحقیقاتی خلاقیت سبز کاربرد دارد، اما

جمع‌آوری و تحلیل داده‌هایی از کارکنان و مدیران تورگردی در بازارهای نوظهور آسیا و اقیانوسیه شده و در نهایت این نتایج به دست آمده است که رابطه مثبت میان جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و رفتار خلاقانه سبز کارکنان از طریق مسیره‌های دوگانه خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست‌محیطی هماهنگ میانجی‌گری می‌شود. همچنین کیفیت ارتباطات سبز در روابط بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز با خودکارآمدی خلاقانه سبز و اشتیاق زیست‌محیطی هماهنگ نقش تعدیل‌گری دارد و به این ترتیب، کارآفرینی و خلاقیت سبز به سوی رشته گردشگری سوق داده می‌شوند. بر این اساس، برای ایجاد خدمات گردشگری پایدار، سازمان‌های فعال در صنعت گردشگری باید خلاقیت سبز کارکنان را از طریق پرورش جهت‌گیری‌های کارآفرینانه سبز تقویت کنند (Luu, 2020). در پژوهشی با عنوان «رهبری فراگیر سبز و خلاقیت سبز در بخش گردشگری و مهمان‌نوازی: میانجی‌گری متوالی جو روانی سبز و مشارکت کاری» با جمع‌آوری و تحلیل داده‌هایی از بین کارکنان بخش گردشگری و مهمان‌نوازی، این نتایج به دست آمده است که رهبری فراگیر سبز با جو روانی سبز و خلاقیت سبز، خلاقیت سبز با مشارکت کاری سبز و مشارکت کاری سبز با خلاقیت سبز ارتباط مثبت دارند. علاوه بر این، اثر واسطه‌ای متوالی جو روانی سبز و مشارکت کاری سبز پشتیبانی می‌شود. این نتایج برای بخش گردشگری و مهمان‌نوازی مفید است، جایی که سبک رهبری رابطه‌مدار، مانند رهبری فراگیر، با توجه به اندازه کوچک واحدهای کسب‌وکار، ماهیت خدمات‌محور این بخش و قدرت کارکنان در پرورش خلاقیت بیش‌تر در نقطه ارتباط با مشتریان مرتبط است (Buhtto, Farooq, Talwar, Awan & Dhir, 2021). در پژوهشی تحت عنوان «ذهن‌آگاهی سبز و پیوند خلاقیت سبز در صنعت گردشگری: بررسی اثرات فرایند مشارکت سبز و مسئولیت اجتماعی شرکت» با جمع‌آوری و تحلیل داده‌هایی از مدیران خط مقدم صنعت گردشگری در پاکستان، این نتایج به دست آمده است که ذهن‌آگاهی سبز با فرایند مشارکت خلاقانه سبز و خلاقیت سبز رابطه مثبت دارد. به علاوه، فرایند مشارکت خلاقانه سبز در رابطه میان ذهن‌آگاهی سبز و خلاقیت سبز نقش واسطه‌ای ایفا می‌کند. همچنین مسئولیت اجتماعی ادراک‌شده شرکت ارتباط میان ذهن‌آگاهی سبز و فرایند مشارکت خلاقانه سبز را تعدیل می‌کند. اثر میانجی‌گری مسئولیت اجتماعی ادراک‌شده شرکت نیز قابل توجه است (Kalyar, Ali & Shafique, 2021).

در پژوهشی با عنوان «اثرات میانجی شهروندی سازمانی سبز بر رابطه بین رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز: شواهدی از هتل‌ها» با گردآوری داده‌هایی از کارکنان هتل‌ها در استانبول، این نتایج به دست آمده است که رهبری تحول‌محور سبز به طور مثبت بر خلاقیت سبز کارکنان و

زیست قضاوت و تشخیص داده می‌شوند. این یک تلاش استراتژیک برای کاهش اثرات منفی فرایندهای تولید بر محیط زیست است تا در دستیابی به پایداری زیست‌محیطی کمک کند. در این جا، بر نیاز به در نظر گرفتن سرعت، کمیت، کیفیت و ارزش ایده‌های خلاقانه هنگام توسعه و به‌کارگیری محصولات سبز توسط کارکنان تأکید می‌شود (Taha & Abbas, 2023, 21-22). گفتنی است در این پژوهش، از این ابعاد برای سنجش خلاقیت سبز کارکنان و نیز بررسی تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر توسعه صنعت گردشگری استفاده می‌شود.

• گردشگری و صنعت گردشگری

سازمان جهانی گردشگری^۱، گردشگری را این‌گونه تعریف می‌کند: «فعالیت‌های یک شخص که به خارج از محیط معمول خود به مدتی کم‌تر از یک دوره زمانی مشخص مسافرت می‌کند، اصلی‌ترین هدف سفر وی انجام دادن فعالیت‌هایی غیر از آنچه در محل بازدید شده، است» (کارنما، دهقانی و شفيعی، ۱۳۹۳، ۷۹۰). به‌طور مشابه، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲ بیان می‌کند که «گردشگری شامل فعالیت‌های افرادی است که به مکان‌هایی خارج از محیط معمول خود سفر کرده و تا حداکثر یک سال متوالی به منظور سپری کردن اوقات فراغت، کسب‌وکار و سایر اهدافی که با فعالیت‌های انجام‌شده در محل مورد بازدید متفاوت است، در آن اقامت می‌کنند» (صفری علی‌اکبری، احمدیان‌فرد، صادقی و غلامیان حسین‌آبادی، ۱۳۹۷، ۴۸۴). به فرایندها، فعالیت‌ها و نتایج حاصله از ارتباط و تعامل میان گردشگران، فعالین صنعت گردشگری، جامعه محلی و محیط پیرامون که موجبات جلب و پذیرش گردشگر در مقصد را فراهم می‌سازد، صنعت گردشگری گفته می‌شود. بنابراین، صنعت گردشگری مجموعه‌ای متشکل از صنایع، خدمات و فعالیت‌های گوناگون است که به یک تجربه سفر منجر می‌شود (سیف‌اللهی، حاضری و حسینی، ۱۳۹۵).

• توسعه صنعت گردشگری

به‌طور کلی، اصطلاح «توسعه» را می‌توان در سه معنا به کار برد، یعنی: یک فرایند، نتیجه آن فرایند و فعالیت‌هایی که از این فرایند پشتیبانی می‌کنند، که هر کدام ممکن است شامل رقابت‌های اجتماعی و اقتصادی و دیدگاه‌های ایدئولوژیک سیاسی و زیست‌محیطی در نظر گرفته شوند (Sharpley, 2009, 30). اما مفهوم توسعه گردشگری در جهان امروز به جنبه‌های پایدار حفظ میراث فرهنگی و حفاظت از محیط طبیعی مربوط می‌شود. بسیاری از مقاصد شروع به حداقل‌سازی اثرات اجتماعی-فرهنگی و تأثیرات بر محیط زیست ناشی از گردشگری کرده‌اند. توسعه گردشگری امروزه دیگر متمایل به انطباق با توسعه انبوه گردشگری نیست، بلکه بیش‌تر در قالب توسعه گردشگری با علاقه خاص یا با عنوان توسعه گردشگری جایگزین در نظر گرفته می‌شود. مرحله توسعه گردشگری بیش‌تر به

تنها می‌تواند در بعد محصول منعکس شود. با این حال، دشوار است که بگوییم آیا محصول می‌تواند به‌طور کامل خلاقیت سبز را به همراه داشته باشد. چرا که قضاوت مدیران جدید بدون تجربه تحقیق و توسعه محصول سبز به‌عنوان فردی که خلاقیت سبز ندارد یا سطح پایینی دارد، منطقی نیست. برای حل این مشکل، تعریفی یکپارچه از خلاقیت سبز به‌عنوان ظرفیتی جامع برای کارکنان به منظور توسعه محصولات سبز ارائه شده است (Jiang, Wang, Lu, Liu, Wang & Li., 2021, 2). بر این اساس، خلاقیت سبز عبارت است از «توسعه ایده‌های جدید درباره محصولات سبز، خدمات سبز، فرایندهای سبز یا شیوه‌های سبز که اصیل، بدیع و مفید هستند» (Mansoor et al., 2021, 3).

• ابعاد خلاقیت سبز کارکنان

به وسیله تطبیق با مدل 4P، مدلی چهار بعدی از خلاقیت سبز کارکنان پیشنهاد می‌شود که چهار پایه خلاقیت سبز را می‌شناساند: انگیزه، تفکر، رفتار و بازده خلاقانه سبز. بر این اساس، انگیزه خلاقانه سبز نشان‌دهنده بعد محیط است؛ تفکر خلاقانه سبز نشان‌دهنده بعد شخص (فرد) است؛ رفتار خلاقانه سبز نشان‌دهنده بعد فرایند است؛ بازده خلاقانه سبز نشان‌دهنده بعد محصول است (Jiang et al., 2021, 3). ابعاد مختلف خلاقیت سبز به این شرح است:

۱- انگیزه خلاقانه سبز: به میل درونی در روح و تفکر فرد برای خلق ایده‌های اساسی به منظور تولید و توسعه محصولات سبز اشاره دارد که باعث کاهش آلودگی محیط زیست و دستیابی به پایداری بلندمدت می‌شود. حضور این افراد در سازمان به‌عنوان موتور و کاتالیزوری برای بقیه کارکنان به منظور ایجاد ایده‌های اساسی جدید عمل خواهد کرد.

۲- تفکر خلاقانه سبز: از افراد می‌خواهد که توانایی‌های شناختی در شناسایی مشکلات اساسی و یافتن راه‌حل برای آن‌ها به روش‌های خلاقانه داشته باشند و از انعطاف‌پذیری شناختی در تدوین برنامه‌ها و راه‌حل‌های راهبردی متناسب با هر مشکل جدیدی که پیش روی آن‌ها ظاهر می‌شود، برخوردار باشند و بتوانند ایده‌های مختلف را از همتایان خود جمع‌آوری کرده و آن‌ها را به صورت جدی و انعطاف‌پذیر مورد بحث قرار دهند تا به ایده اصلی برسند.

۳- رفتار خلاقانه سبز: عبارت است از توانایی افراد در یادگیری رفتارها و مهارت‌های سبز و توانایی برقراری ارتباط و تبادل این رفتارها و دانش سبز به شیوه‌ای انعطاف‌پذیر با دیگران، برای دستیابی به اهداف خلاقانه سبز از طریق ارائه یا توسعه محصولات سبز و قابلیت‌های اساسی آن‌ها برای بهبود قابلیت‌های پویا و توسعه رفتار سبز آن‌ها.

۴- بازده خلاقانه سبز: تلاش برای توسعه ایده‌ها و پیشنهادات جدید برای محصولات سبز، خدمات سبز، فرایندهای سبز یا شیوه‌های سبز که با عنوان اصیل، بدیع و مفید برای محیط

صنعت توریسم توسط ساکنان و مشارکت شهروندی در توسعه گردشگری (سعیده زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۲، ۳۹). از مجموع مطالب بیان شده در بخش مبانی نظری، برای ترسیم مدل مفهومی پژوهش و نمایش روابط میان متغیرها و نیز تدوین فرضیات پژوهش استفاده می‌شود که در ادامه ارائه شده‌اند.

مدل مفهومی پژوهش

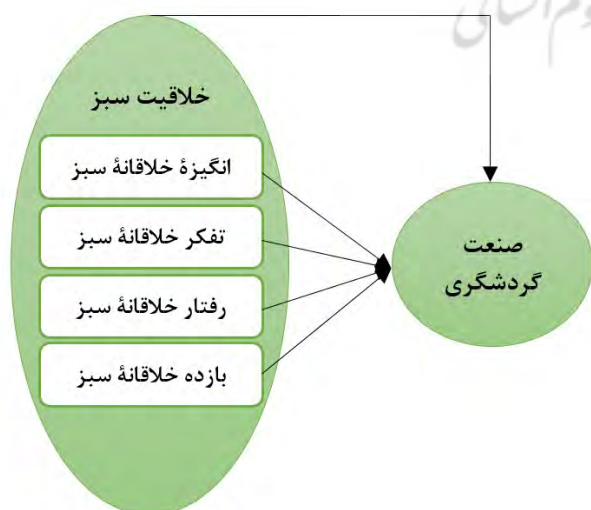
بر مبنای بررسی پژوهش‌های پیشین و مبانی نظری، می‌توان مدلی مفهومی به صورت تصویر ۱ برای این پژوهش ترسیم کرد. بر اساس این مدل، خلاقیت سبز و اجزای آن (یعنی انگیزه، تفکر، رفتار و بازده خلاقانه سبز) به عنوان متغیر مستقل و صنعت گردشگری به عنوان متغیر وابسته پژوهش در نظر گرفته شده‌اند. به کمک مدل مفهومی می‌توان فرضیاتی را برای این پژوهش تدوین کرد.

بر این اساس، فرضیه اصلی پژوهش به شرح ذیل تدوین می‌شود:

«خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل تأثیر معنادار می‌گذارد.»

همچنین، فرضیات فرعی این پژوهش عبارت‌اند از:

- انگیزه خلاقانه سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل تأثیر معنادار می‌گذارد.
- تفکر خلاقانه سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل تأثیر معنادار می‌گذارد.
- رفتار خلاقانه سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل تأثیر معنادار می‌گذارد.
- بازده خلاقانه سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل تأثیر معنادار می‌گذارد.



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش. مأخذ: نگارنده.

عنوان محرکی برای توجه به ظرفیت تحمل محیط طبیعی و فرهنگی و همچنین رفاه جوامع محلی است. به دلیل انگیزه، آگاهی و بلوغ روزافزون در میان مسافران با علاقه خاص، مقاصد ملزم به ارزیابی ظرفیت تحمل محیط‌های طبیعی و فرهنگی هستند تا انتظارات گردشگران را نه تنها به محصولات فیزیکی ارائه شده، بلکه بیش از آن، به تجربه و درک خدمات نوآورانه برجسته (تجارب واقعی) و کیفیت منطبق کنند. سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۳ بیان کرد که توسعه پایدار باید سه اصل پایداری اکولوژیکی، پایداری اجتماعی و فرهنگی و پایداری اقتصادی را برای نسل‌های کنونی و آینده در بر گیرد. علاوه بر پایداری منابع طبیعی و اقتصادی، پایداری فرهنگی منبع بسیار مهمی در توسعه گردشگری است. گردشگری پایدار در صورتی محقق می‌شود که علاوه بر پایداری اقتصادی، به طور عادلانه از منابع طبیعی، منابع فرهنگی و منابع انسانی استفاده شود (Amerta, Sara & Bagiada, 2018, 249). در نقطه مقابل گردشگری پایدار، گردشگری ناپایدار قرار دارد؛ به این صورت که اگر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های صحیح در جهت تحقق اهداف گردشگری به خوبی طراحی و تدوین نشده باشند، گردشگری ناپایدار رخ می‌دهد (فلاح فعال و کیاکجوری، ۱۴۰۰، ۳۵).

• عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری

به طور کلی، عوامل بسیاری در توسعه صنعت گردشگری یک منطقه نقش دارند و تعامل و ارتباط میان آن‌ها، توسعه گردشگری را شکل می‌دهد. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت‌اند از: گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد (شركا، علیزاده و جعفری، ۱۴۰۱، ۱۳۵). با این وجود، می‌توان گفت نظام گردشگری متشکل از عناصری است که این عناصر به عنوان مهم‌ترین عوامل در توسعه صنعت گردشگری مطرح می‌شوند که در یک تقسیم‌بندی کلی به پنج معیار که هر یک از آن‌ها خود دارای چندین زیرمعیار نیز هستند تقسیم می‌شوند. این معیارها و زیرمعیارها عبارت‌اند از:

(الف) زیرساخت‌های گردشگری: تسهیلات حمل‌ونقل، تسهیلات اقامتی-رفاهی، زیرساخت‌های پایه و دسترسی به سکونتگاه‌های انسانی؛

(ب) توان اقتصادی: حمایت بخش‌های دولتی و خصوصی، مقدار درآمد (ریال و ارز)، فرصت‌های سرمایه‌گذاری و فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری؛

(ج) توان طبیعی: جاذبه‌های گردشگری، شرایط آب‌وهوایی و موقعیت خاص استراتژیک منطقه؛

(د) تسهیلات گردشگری: تبلیغات و بازاریابی، آژانس‌ها و تورهای گردشگری، امکانات تفریحی و فرهنگی و نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های فصلی؛

(ه) توان جمعیتی-اجتماعی: وضعیت امنیت در محدوده، پذیرش

روش‌شناسی

محسوب می‌شود. مجتمع‌های آبگرم سرعین در ۲۵ کیلومتری غرب شهر اردبیل یکی از مشهورترین مناطق گردشگری استان اردبیل است. آبشار گورگور سبلان که در شهرستان مشگین‌شهر واقع شده، گردنه ناو خلخال که از داخل جنگل‌های تالش به جاده رشت و آستارا متصل می‌شود و گردنه حیران که یکی از زیباترین و بی‌نظیرترین چشم‌اندازهای طبیعی ایران است، در این استان واقع شده است. استان اردبیل هم‌چنین دارای بناهای تاریخی و مکان‌های دیدنی زیادی است که برخی از آن‌ها هم‌چون بقعه شیخ صفی‌الدین اردبیلی شامل بناهای متعدد از دوره‌های مختلف است و با رفتن به یک مکان دیدنی می‌توان از چندین اثر تاریخی و قدیمی بازدید کرد. قلعه‌ها نظیر قلعه قهقهه، کهنه قلعه، تپه‌های باستانی، حمام‌های قدیمی، عمارت‌های بزرگ (خانه و کیل‌الرایا)، گورستان‌های مشاهیر و بقعه‌های مقدس و تاریخی از دیگر دیدنی‌های استان اردبیل هستند که در کنار صنایع دستی و جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی منطقه جاذبه‌های کم‌نظیری را فراهم کرده‌اند (سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۳۹۲، ۵۰). در تصویر ۲ موقعیت جغرافیایی استان اردبیل در کشور، در قالب نقشه‌ای به نمایش درآمده است.

ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

مدل اندازه‌گیری روابط میان متغیرهای پنهان و آشکار را تعریف می‌کند. به منظور بررسی روایی همگرا، معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) تحلیل می‌شود. مقادیر AVE بالاتر از ۰/۴ است که نشان می‌دهد روایی همگرای پرسشنامه مناسب است. پایایی ترکیبی (مقادیر بالاتر از ۰/۷) یک معیار ارزیابی برازش درونی مدل است که بر پایه میزان سازگاری سؤالات مربوط به سنجش هر عامل قابل محاسبه است. شاخص پایایی ترکیبی نسبت مجموع بارهای عاملی متغیرهای مکنون به مجموع بارهای عاملی به اضافه واریانس خطاست. مقدار آن بین ۰ و ۱ و جایگزینی برای آلفای کرونباخ است. سازگاری استاندارد برای

پژوهش حاضر با هدف تبیین اثر خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری در استان اردبیل صورت گرفته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان کسب‌وکارهای خدماتی وابسته به گردشگری استان اردبیل است. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری تصادفی ساده است و به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران^۵ استفاده شده است که با توجه به وجود ۳۱۵ هتل، مهمان‌پذیر و هتل آپارتمان در سطح استان (که مجموعاً دارای حدود ۳۵۰۰ کارمند هستند)، حجم نمونه، ۳۴۶ به دست آمده است. روش جمع‌آوری داده‌ها، مطالعات کتابخانه‌ای (شامل استفاده از کتاب، پایان‌نامه، مقاله و ...) و همچنین روش میدانی (بهره‌گیری از پرسشنامه) است. جمع‌آوری داده‌های بخش میدانی، با کمک دو پرسشنامه استاندارد «خلاقیت سبز» (متشکل از ۴ بعد و ۱۶ سؤال) و «عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه» (متشکل از ۵ بعد و ۱۸ سؤال) صورت گرفته است. کلیه سؤالات به صورت مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از گزینه ۱ = کاملاً مخالفم تا گزینه ۵ = کاملاً موافقم) درجه‌بندی شده‌اند. روایی به وسیله تحلیل عاملی تأییدی و پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی و تأیید قرار گرفته است. ضمناً پرسشنامه‌ها از نظر روایی محتوایی مورد تأیید خبرگان قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک مدل‌سازی معادلات ساختاری (با رویکرد حداقل مربعات جزئی) و با استفاده از دو نرم‌افزار SPSS 26 و Smart PLS 3 صورت گرفته است.

منطقه مورد مطالعه

استان اردبیل با مرکزیت شهر اردبیل یکی از استان‌های شمال غربی ایران محسوب می‌شود. این استان از شمال به جمهوری آذربایجان، از سمت غرب به استان آذربایجان شرقی، از سمت شرق به استان گیلان و از سمت جنوب به استان زنجان محدود شده است. یکی از ویژگی‌های این استان آب‌وهوای مطبوع و خنک این منطقه در فصول بهار و تابستان است. از شهرستان‌های دیگر این استان می‌توان به اردبیل، بیله‌سوار، پارس‌آباد، سرعین، نیر، خلخال، مشگین‌شهر و نمین اشاره کرد. استان اردبیل به لحاظ طبیعی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی از مناطق پررونق و ارزشمند ایران است. وضعیت خاص زمین‌شناسی و توپوگرافی منطقه باعث ایجاد جاذبه‌های طبیعی و چشم‌اندازهای بسیار زیبایی شده و بر غنای طبیعی منطقه افزوده است. در بیش‌تر مناطق استان، آثار طبیعی و تاریخی زیادی پراکنده شده‌اند. کوهستان پرشکوه سبلان با قلّه آتشفشانی سبلان و چشمه‌های آب‌گرم و دریاچه‌های طبیعی کوچک ولی پرشمار، مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی استان اردبیل



تصویر ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی استان اردبیل. مأخذ: نگارنده.

می‌شود، ضریب مسیر اثر انگیزه خلاقانه سبز بر صنعت گردشگری معادل ۰/۴۸۶ و مقدار آماره t آن برابر ۷/۶۹۳ محاسبه شده است که در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است و با اطمینان ۹۵ درصد گفته می‌شود که انگیزه خلاقانه سبز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنعت گردشگری دارد. اما ضریب مسیر اثر تفکر خلاقانه سبز بر صنعت گردشگری معادل ۰/۱۲۲- و مقدار آماره t آن برابر ۱/۷۶۳، ضریب مسیر اثر رفتار خلاقانه سبز بر صنعت گردشگری معادل ۰/۰۸۷ و مقدار آماره t آن برابر ۱/۰۸۸ و ضریب مسیر اثر بازده خلاقانه سبز بر صنعت گردشگری معادل ۰/۱۳۵ و مقدار آماره t آن برابر ۱/۷۰۲ به دست آمده است که هیچ کدام در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار نیستند و بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد گفته می‌شود که تفکر خلاقانه سبز، رفتار خلاقانه سبز و بازده خلاقانه سبز به تنهایی در توسعه صنعت گردشگری تأثیر معنی‌داری ندارند.

• بررسی برازش کلی مدل

به منظور بررسی برازش کلی مدل از معیاری به نام GOF^9 استفاده شده است. بر اساس سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به ترتیب بیانگر مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معیار GOF

جدول ۱. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری. مأخذ: نگارنده.

| متغیر | میانگین واریانس استخراج شده (AVE) | پایایی ترکیبی (CR) | آلفای کرونباخ (CA) | معیار فورنل-لارکر |
|--------------------|-----------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| خلاقیت سبز | ۰/۵۸ | ۰/۹۶ | ۰/۹۵ | ۰/۷۶ |
| انگیزه خلاقانه سبز | ۰/۷۷ | ۰/۹۳ | ۰/۹۰ | ۰/۸۸ |
| تفکر خلاقانه سبز | ۰/۷۷ | ۰/۹۳ | ۰/۹۰ | ۰/۸۸ |
| رفتار خلاقانه سبز | ۰/۷۲ | ۰/۹۱ | ۰/۸۷ | ۰/۸۵ |
| بازده خلاقانه سبز | ۰/۷۸ | ۰/۹۴ | ۰/۹۱ | ۰/۸۹ |
| صنعت گردشگری | ۰/۴۸ | ۰/۹۴ | ۰/۹۴ | ۰/۶۹ |

جدول ۲. معیار R^2 و Q^2 برای برازش مدل ساختاری (برای فرضیه اصلی). مأخذ: نگارنده.

| متغیر | R^2 | Q^2 |
|--------------|-------|-------|
| صنعت گردشگری | ۰/۲۵ | ۰/۱۱ |

جدول ۳. معیار R^2 و Q^2 برای برازش مدل ساختاری (برای فرضیات فرعی). مأخذ: نگارنده.

| متغیر | R^2 | Q^2 |
|--------------|-------|-------|
| صنعت گردشگری | ۰/۳۲ | ۰/۱۴ |

پایایی ترکیبی^۷ (CR) مقدار بالای ۰/۶ است که تمامی مقادیر پایایی ترکیبی از ۰/۶ بیش‌تر بودند. از این‌رو، مدل اندازه‌گیری پایایی مناسبی دارد. شاخص آلفای کرونباخ میزان بارگیری هم‌زمان متغیرهای مکنون را هنگام افزایش یک متغیر آشکار اندازه‌گیری می‌کند. مقدار این سنجه بین ۰ تا ۱ است. میزان رابطه یک سازه با شاخص‌های آن در قیاس با دیگر سازه‌ها با روایی افتراقی (واگرا) مشخص می‌شود. طبق شاخص فورنل-لارکر^۸، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده هر متغیر مکنون باید از حداکثر همبستگی آن متغیر مکنون با دیگر متغیرها بیش‌تر باشد. روایی افتراقی (واگرای) قابل قبول یک مدل بیانگر آن است که یک سازه در مدل با شاخص‌های خود تعامل بیش‌تری دارد تا با دیگر سازه‌ها. برای آن حداقل مقدار ۰/۵ در نظر گرفته شده است و این بدین معناست که متغیر پنهان مورد نظر حداقل نیمی از واریانس مشاهده‌پذیر خود را تبیین می‌کند. **جدول ۱**، AVE، پایایی ترکیبی، ضریب آلفای کرونباخ و معیار فورنل-لارکر را نشان می‌دهد که بیش‌تر از حداقل مقدارشان به دست آمده‌اند و متغیرها پایایی بالایی دارند. بر این اساس، مدل اندازه‌گیری از پایایی بالایی برخوردار است (**جدول ۱**).

برازش مدل ساختاری

به منظور بررسی برازش مدل ساختاری، دو معیار R^2 و Q^2 مورد استفاده قرار گرفته‌اند. R^2 نسبت واریانس متغیر وابسته حول میانگین آن را اندازه‌گیری می‌کند که توسط متغیر مستقل تبیین می‌شود. مقادیر تقریبی ۰/۶۷ قوی، مقادیر حدود ۰/۳۳ متوسط و مقادیر ۰/۱۹ و کم‌تر ضعیف در نظر گرفته می‌شوند. Q^2 تأثیر نسبی ارتباط پیش‌بین را با مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ تبیین می‌کند که نشان‌دهنده مقادیر کوچک، متوسط و بزرگ آن هستند. در **جدول ۲** و **۳** هر دو معیار R^2 و Q^2 دارای مقدار قابل قبول هستند.

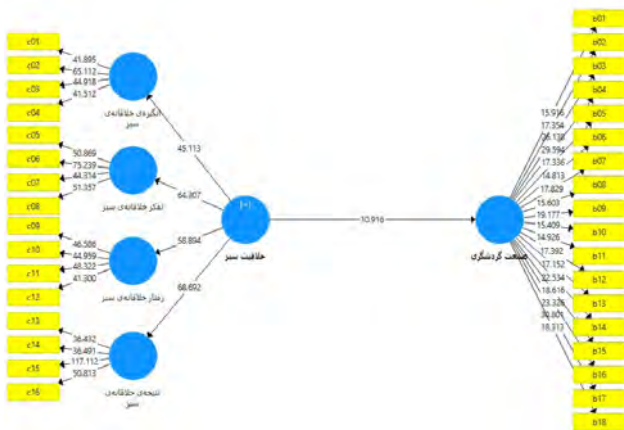
تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

• فرضیه اصلی

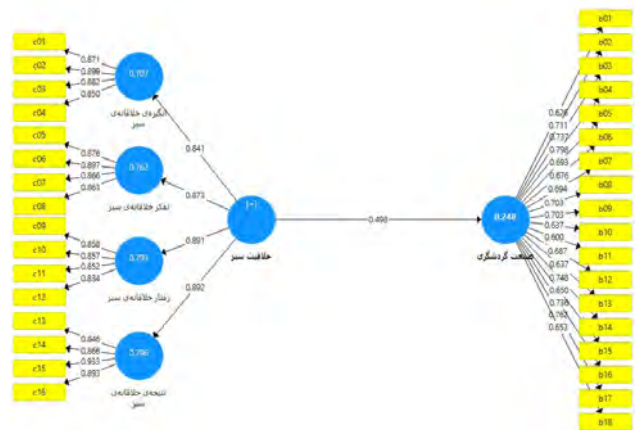
یافته‌های پژوهش، حاکی از آن است که متغیر خلاقیت سبز واریانس صنعت گردشگری را تبیین می‌کند. همان‌طور که در **تصاویر ۳ و ۴** مشاهده می‌شود، ضریب مسیر اثر متغیر خلاقیت سبز بر صنعت گردشگری معادل ۰/۴۹۸ محاسبه شده است و با توجه به این که مقدار آماره t برابر ۱۰/۹۱۶ و در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است با اطمینان ۹۵ درصد گفته می‌شود که خلاقیت سبز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنعت گردشگری دارد و در صورتی که خلاقیت سبز در شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری تقویت شود، گردشگری نیز توسعه می‌یابد.

• فرضیات فرعی

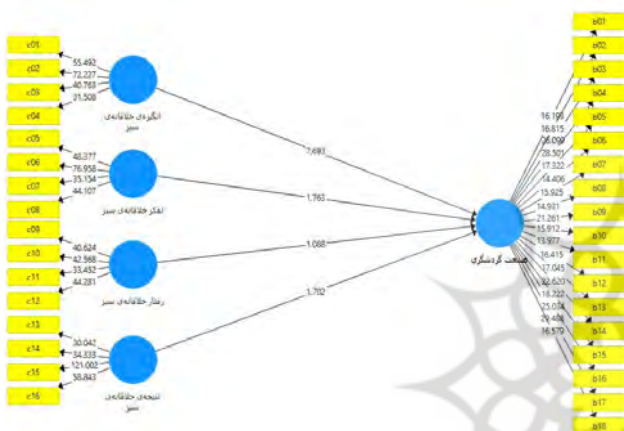
بر اساس یافته‌ها و همان‌طور که در **تصاویر ۵ و ۶** ملاحظه



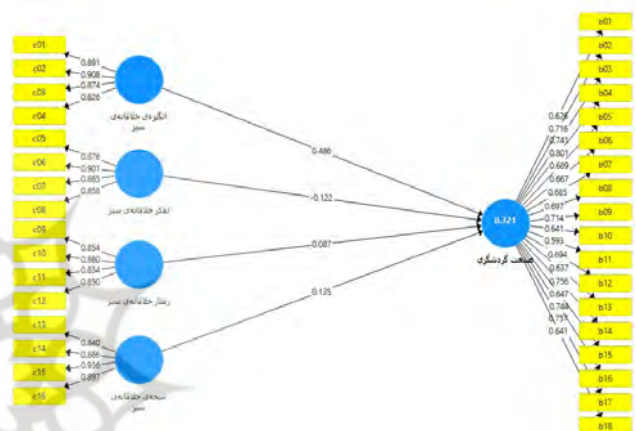
تصویر ۴. مقادیر آماره t برای فرضیه اصلی پژوهش. مأخذ: نگارنده.



تصویر ۳. ضرایب بار عاملی و ضرایب مسیر برای فرضیه اصلی. مأخذ: نگارنده.



تصویر ۶. مقادیر آماره t برای فرضیات فرعی پژوهش. مأخذ: نگارنده.



تصویر ۵. ضرایب بار عاملی و ضرایب مسیر برای فرضیات فرعی پژوهش. مأخذ: نگارنده.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یافته‌های پژوهش مؤید آن است که خلاقیت سبز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنعت گردشگری می‌گذارد. همچنین، بر اساس این یافته‌ها، در میان ابعاد خلاقیت سبز، انگیزه خلاقانه سبز نیز بر توسعه صنعت گردشگری نقش مثبت و معنی‌دار دارد. از این رو اگر شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در صنعت گردشگری (مانند آژانس‌ها و تورهای مسافرتی و گردشگری، هتل‌ها و مهمان‌پذیرها و...)، خلاقیت سبز را در میان کارکنان خود افزایش دهند و به دنبال آن محصولات و خدمات سبز تولید و ارائه کرده و در اختیار مشتریان خود (گردشگران) قرار دهند، ضمن این که می‌توانند مشتریان بیشتری را به سوی خود جذب کنند (به‌ویژه مشتریان طرفدار حفظ محیط زیست)، در نهایت از این طریق می‌توانند به رونق و توسعه صنعت گردشگری در منطقه کمک کنند. همچنین، در این صورت، از بروز تأثیرات منفی ناشی از توسعه گردشگری (نظیر آلودگی‌های زیست‌محیطی و یا لطمه به فرهنگ و میراث محلی منطقه) تا حد زیادی جلوگیری می‌شود. به علاوه، این شرکت‌ها و سازمان‌ها باید تلاش کنند تا با روش‌های گوناگون، انگیزه خلاقانه سبز را در میان کارکنان

هستند و مقدار به دست آمده برای GOF (برای فرضیه اصلی و فرضیات فرعی) می‌توان برآزش کلی و قوی مدل پژوهش را تأیید کرد.

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

$$GOF = \sqrt{0.71 \times 0.25} = 0.42 \text{ (فرضیه اصلی)}$$

$$GOF = \sqrt{0.70 \times 0.32} = 0.47 \text{ (فرضیات فرعی)}$$

• خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

در جداول ۴ و ۵، خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها ارائه شده‌اند. با توجه به مقدار آماره t که از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر است، طبق جدول ۴، خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار می‌گذارد. با توجه به مقدار آماره t که از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر است، طبق جدول ۵، انگیزه خلاقانه سبز بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار می‌گذارد. اما همان‌طور که مشاهده می‌شود، از آن‌جا که مقدار آماره t از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد کوچک‌تر است، تفکر خلاقانه سبز، رفتار خلاقانه سبز و بازده خلاقانه سبز هیچ یک به تنهایی بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار ندارند.

جدول ۴. نتیجه آزمون فرضیه اصلی. مأخذ: نگارنده

| فرضیه اصلی | ضریب مسیر | t-value | نتیجه |
|---------------------------|-----------|---------|-------|
| خلاقیت سبز ← صنعت گردشگری | ۰/۴۹۸ | ۱۰/۹۱۶ | تأیید |

جدول ۵. نتیجه آزمون‌های فرضیات فرعی. مأخذ: نگارنده

| فرضیات فرعی | ضریب مسیر | t-value | نتیجه |
|---------------------------------|-----------|---------|-------|
| انگیزه خلاقانه سبز ← ص. گردشگری | ۰/۴۸۶ | ۷/۶۹۳ | تأیید |
| تفکر خلاقانه سبز ← ص. گردشگری | -۰/۱۲۲ | ۱/۷۶۳ | رد |
| رفتار خلاقانه سبز ← ص. گردشگری | ۰/۸۷ | ۱/۰۸۸ | رد |
| بازده خلاقانه سبز ← ص. گردشگری | ۰/۱۳۵ | ۱/۷۰۲ | رد |

مورد بررسی قرار نگرفته بود، نتایج این پژوهش زمینه گسترش موضوع را فراهم می‌کند.

بر اساس نتایج این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی نیز برای شرکت‌های گردشگری به شرح زیر ارائه می‌گردند:

- لزوم تقویت خلاقیت سبز در میان کارکنان سازمان به منظور کمک به توسعه صنعت گردشگری.

- افزایش میزان انگیزه خلاقانه سبز در کارکنان شرکت‌های گردشگری از طریق محرک‌های بیرونی (نظیر: مشوق‌های مالی و غیرمالی) به منظور افزایش مشارکت آنان در فرایند خلاقانه توسعه محصولات سبز.

- آموزش مهارت‌های جدید به کارکنان و تشویق آنان به کسب اطلاعات بیشتر در خصوص محصولات و خدمات سبز در شرکت‌های گردشگری.

- تولید محصولات سبز در حوزه گردشگری (به عنوان مثال: محصولات و بسته‌بندی‌های قابل بازیافت و تجدیدپذیر)، ارائه خدمات سبز، فرایندها (رویه‌های) سبز و ... و انجام تبلیغات برای آن‌ها به منظور آگاه‌سازی و جذب مشتریان (گردشگران) به سوی شرکت خود.

- ترویج فرهنگ حفاظت از محیط زیست و احترام به طبیعت و فرهنگ محلی منطقه در بین کارکنان شرکت‌های گردشگری و مشتریان آن‌ها (گردشگران).

خود تقویت کنند، چرا که تقویت انگیزه، موجب خلق ایده‌های جدید برای تولید و ارائه محصولات و خدمات سبز جدید در حوزه گردشگری شده و نیز به عنوان محرکی برای سایر کارکنان سازمان عمل می‌کند. بر اساس مقایسه با پژوهش‌های پیشین بررسی شده، می‌توان گفت نتایج و یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش لوو (Luu, 2020) مشابهت بیش‌تری دارد، چرا که در آن پژوهش نیز پرورش خلاقیت سبز کارکنان برای ایجاد خدمات گردشگری پایدار الزامی بود. اما از آن جاکه در میان پژوهش‌های داخلی، موضوع حاضر

پی‌نوشت‌ها

۱. /Rhodes ۲. /Chen & Chang ۳. World Tourism Organization ۴. Organization for Economic Co-operation and Development
 ۵. Composite Reliability .۷ /Average Variance Extracted ۶. /Cochran ۷. Goodness of Fit ۸. /Fornell & Larcker ۹.

فهرست منابع

- آندرواژ، لیلا؛ آلبونعیمی، ابراهیم؛ رضایتی، لیلی؛ عطف، زهرا و قاسمی همدانی، ایمان. (۱۳۹۸). تأثیر آموزش سبز بر رفتار شهروندی سبز با نقش تعدیل‌کنندگی عملکرد مدیریت سبز، خلاقیت سبز و درگیری کارکنان سبز در یک بیمارستان. مدیریت بهداشت و درمان، ۱۰(۴)، ۱۰۳-۱۱۳.
- پرویز، محمدنظیر؛ ساعتی، امامعلی و شاکریان، حامد. (۱۳۹۸). ایفای نقش رهبری تحول‌محور سبز مبتنی بر بهبود خلاقیت سبز از طریق هویت سازمانی سبز. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۳(۱۹)، ۷۰-۸۶.
- سازمان نقشه‌برداری کشور. (۱۳۹۲). اطلس گردشگری. تهران: سازمان نقشه‌برداری کشور.
- سبحانی، بهروز. (۱۳۸۹). شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۴(۴)، ۱۱۳-۱۲۸.
- سعیده زرابادی، زهرا سادات و عبدالله، بهار. (۱۳۹۲). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP). انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، ۴(۶)، ۳۷-۴۸.
- سیفاللهی، ناصر؛ حاضری، هاتف و حسینی، سیده وجیهه. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین توسعه صنعت گردشگری با بهبود شاخص فضای کسب‌وکار: مطالعه موردی کشورهای منتخب در حال توسعه. پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری. روسیه: سن پترزبورگ.
- شرکا، سعیده؛ علیزاده، کتابون و جعفری، حمید. (۱۴۰۱). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری نمونه موردی: شهر بجنورد. گردشگری شهری، ۹(۲)، ۱۲۸-۱۴۶.
- صفری علی‌اکبری، مسعود؛ احمدیان‌فرد، کریم؛ صادقی، حجت‌الله و غلامیان حسین‌آبادی، سمیه. (۱۳۹۷). شناخت و تحلیل امنیت اجتماعی در روستاهای هدف گردشگری (مطالعه موردی: استان اصفهان). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۳(۲)، ۴۸۳-۵۰۳.
- طالشی، مصطفی؛ خداپناه، کیومرث و آقایی‌هیبر، محسن. (۱۳۹۷). ارزیابی و تحلیل توسعه پایدار روستاهای پیرامونی کانون‌های گردشگری در ناحیه اردبیل. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۲(۶۴)، ۱۶۹-۱۸۸.

sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1716-1737.

- Farooq, R., Zhang, Z., Talwar, S. & Dhir, A. (2022). Do green human resource management and self-efficacy facilitate green creativity? A study of luxury hotels and resorts. *Journal of Sustainable Tourism*, 30 (4), 824-845.
- Jiang, H., Wang, K., Lu, Z., Liu, Y., Wang, Y. & Li, G. (2021). Measuring green creativity for employees in green enterprises: scale development and validation. *Sustainability*, 13 (275), 1-16.
- Joshi, G. & Lochan Dhar, R. (2020). Green training in enhancing green creativity via green dynamic capabilities in the Indian handicraft sector: the moderating effect of resource commitment. *Journal of Cleaner Production*, 2 (267), 121-148.
- Kalyar, M. N., Ali, F. & Shafique, I. (2021). Green mindfulness and green creativity nexus in hospitality industry: examining the effects of green process engagement and CSR. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33 (8), 2653-2675.
- 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*, 29 (1), 1-29.
- Mansoor, A., Farrukh, M., Lee, J. K. & Jahan, S. (2021). Stimulation of employees' green creativity through green transformational leadership and management initiatives. *Sustainability*, 13 (7844), 1-14.
- Ogretmenoglu, M., Akova, O. & Goktepe, S. (2022). The mediating effects of green organizational citizenship on the relationship between green transformational leadership and green creativity: evidence from hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5 (4), 734-751.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: beyond sustainability?* London: Earthscan.
- Taha, I. M. & Abbas, A. A. (2023). The role of environmental monitoring promoting green creativity. *Economics and Business*, (37), 15-36.

- فرتوک‌زاده، حمیدرضا؛ اسفندیارپور بروجنی، سیما؛ کیانی فیض‌آبادی، زهره و رجیبی نهوجی، میثم. (۱۳۹۵). بررسی سیاست‌های توسعه صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم. *سیاست‌گذاری عمومی*، ۱۲(۱)، ۹۳-۱۱۹.
- فلاح فعال، مسعود و کیاکجوری، کریم. (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه گردشگری پایدار و فرصت‌های سرمایه‌گذاری (مورد مطالعه: منطقه آزاد تجاری-صنعتی انزلی). *توسعه و سرمایه*، ۱۶(۱)، ۳۳-۵۲.
- کارنما، اسدالله؛ دهقانی، معصومه و شفیعی، هادی. (۱۳۹۳). راهبردها و راهکارهای مدیریت توسعه گردشگری با نگاهی به وضعیت ایران. *اولین همایش بین‌المللی علمی-راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها*. مشهد: جهاد دانشگاهی.
- مجنونى توپاخانه، علی و سلیمانی، علیرضا. (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی تقویت زیرساخت‌های اقتصادی شهر با تأکید بر گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهر اردبیل). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۷(۷)، ۴۱-۵۷.
- مینایی، عباس؛ حیدری چپانه، رحیم و قربانی، رسول. (۱۳۹۹). تحلیل بر اثرات مؤلفه تجارب به‌یادماندنی در پایداری و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر اردبیل. *گردشگری شهری*، ۷(۲)، ۱۴۳-۱۵۵.
- نظم‌فر، حسین و علی‌بخشی، آمنه. (۱۴۰۰). آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری (نمونه موردی: استان اردبیل). *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱(۶۳)، ۵۹-۷۹.
- وجدان طالشمکائیل، رحیم. (۱۳۸۷). موانع و چالش‌های توسعه گردشگری داخلی در استان اردبیل (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، ایران.
- Al-Ababneh, M. M. (2020). The concept of creativity: definitions and theories. *International Journal of Tourism & Hotel Business Management*, 2 (1), 245-249.
- Amerta, S., Sara, M & Bagjada, K. (2018). Sustainable tourism development. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 5(2), 248-254.
- Bhutto, T. A., Farooq, R., Talwar, S., Awan, U. & Dhir, A. (2021). Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

فروزان، میرامیر. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر خلاقیت سبز بر توسعه صنعت گردشگری (مورد مطالعه: استان اردبیل). *گردشگری فرهنگ*، ۴(۱۲)، ۴۴-۵۳.



DOI: 10.22034/TOC.2023.385451.1110

URL: http://www.toc-sj.com/article_170387.html