

ایفای نقش رهبری تحول محور سبز مبتنی بر بهبود خلاقیت سبز از طریق هویت سازمانی سبز

محمدنظیر پرویز^{۱*}

امامعلی ساعتی^۲

حامد شاکریان^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۰۳ تاریخ چاپ: ۱۳۹۸/۰۹/۰۳

چکیده

در این پژوهش نقشی که توسط رهبری تحول محور سبز (سازگار با محیط زیست) در بهبود خلاقیت سبز از طریق هویت سازمانی سبز ایفا شده، مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت کمی میباشد. برای جمع آوری داده ها از یک پرسش نامه استفاده شد که مدیران و کارکنان هتل های توریستی به آن پاسخ دادند. برای این پژوهش با ۲۵۰ کارمند هتل و ۲۵۰ سوپروایزر و رئیس تماس گرفته شد. یافته های این پژوهش نشان می دهد که رهبری سبز تأثیری مثبت بر هویت سازمانی سبز دارد که به نوبه خود به بهبود خلاقیت های سبز در سازمان ها می انجامد. هم چنین معلوم شد تخصیص منابع به عنوان یک میانجی و تعدیل کننده در رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز عمل می کند. از این رو هتل ها باید تخصیص منابع خود را برای بهبود خلاقیت سبز بین کارکنان شان افزایش دهند. بر اساس یافته های این پژوهش، مفاهیم مورد نیاز برای دست اندر کاران این رشته مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

واژگان کلیدی

رهبری تحول محور سبز، هویت سازمانی سبز، خلاقیت سبز، تخصیص منابع، هتل های توریستی

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد، مهاباد، آذربایجان غربی، ایران،

rebin1361@gmail.com

^۲ دانشجوی دکتری تخصصی، مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران،

emamalisaaty@gmail.com

^۳ دانشجوی دکتری تخصصی، مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران،

stu.shakerian@iaut.ac.ir

۱. مقدمه

رشد بی وقفه و بادوام تبدیل به هنجار روز شده و فشار فزاینده ای بر سازمان ها اعمال می شود تا از روند های سبز برای دست یابی به مزایای قابل رقابت با دوام بهره ببرند. حفظ محیط زیست و امنیت آن مسئله ای حیاتی برای سازمان ها شده و شرکت های گروه های خلاق مختلفی با ایجاد می کنند تا مصرف کاغذ و آب به حداقل برسد، حداکثر استفاده از آب باران بشود و آب فاضلاب مورد بازیافت قرار گیرد تا به این شکل محیط زیست حفظ شود. دولت چنین سازمان هایی که محصولات و خدمات سبز ارائه می دهند را ارتقاء می دهد و آن ها را ترویج می کند زیرا این خدمات و رویکرد های سبز نه تنها برای وجهه آن سازمان مفید هستند، بلکه هم چنین به کاهش هزینه ها نیز منجر می شوند. در نتیجه خدمات سبز و فعالیت های سازگار با محیط زیست از جایگاه حیاتی در محیط رقابت بین سازمانی برخوردار شده است. دهه اخیر شاهد تسریع روند شهر نشینی، تقلیل منابع طبیعی و افزایش رد پای کربن در سطح جهانی به نام توسعه اقتصادی بوده است و این کاهش منابع زیست محیطی با بهانه توسعه اقتصادی تبدیل به یکی از نگرانی های اصلی دولت شده است. هم چنین باید به این نکته اشاره کرد که شهر ها به علت افزایش شهر نشینی و کاهش منابع محیط زیست در سال های اخیر شاهد سیل های عظیم و زمین لرزه بوده است. این مشکلات باعث تشدید نگرانی های دولت درباره ویرانی محیط زیست شده، در نتیجه دولت قوانین زیست محیطی سختگیرانه تری را در سر تا سر کشور ابلاغ نموده است. در نتیجه چاره اندیشی برای مسائل محیط زیست تبدیل به مفهومی برای تغییر جهانی محیط زیست شده و سازمان ها را به چالش می کشد تا توجه بیشتری به ارائه خدمات سبز هم چون رهبری سبز و خلاقیت سبز نشان دهند. مطالعات قبلی نشان داده است در اقتصاد کشور های پیشرفته و هم چنین رو به توسعه، بخش خدمات عمومی بیش از ۷۰ درصد در تولید ناخالص ملی سهم داشته و در نتیجه به بهبود خلاقیت انجامیده است. موفقیت هتل های توریستی در ابتدا به خلاقیتی وابسته است که به خدمات ارائه شده مرتبط می باشد. علاوه بر این معرفی خدمات نوآورانه می تواند نقش مهمی در ایجاد ارزش ها ایفا کند. به طور مثال توسعه بهبود اقتصادی، فعالیت های توریستی و بازیابی میراث زیست محیطی یک ناحیه می توانند به عنوان ابزاری برای به دست آوردن سهمی بزرگ تر از بازار و ارزش های مشتری به کار گرفته شوند. صنعت توریسم و هتلداری بیش از هر بخش دیگری تبدیل به یکی از مهم ترین بخش های ارائه خدمات شده اند، در نتیجه این نیاز وجود دارد تا بیشتر پرورش یابند تا در جهت گیری هایی ارائه خدمات خلاق تر شوند. طبق آمار سازمان جهانی توریسم، افزایش ثابتی در صنعت توریسم در اقتصاد های نو ظهور مشاهده می شود. در این رابطه و بر اساس آمار سازمان سهام برند، یک رشد ثابت در این بخش مشاهده می شود که با توجه به سهم ۳۴,۷ میلیارد دلاری در تولید ناخالص ملی امری کاملاً بدیهی و آشکار است. با این افزایش سریع در تعداد توریست های بین المللی، کشور تبدیل به یکی از مقاصد توریستی ارجح در غرب آسیا شده است. طبق آمار جامعه بین المللی نتظار می رود ورود توریست های بین المللی سالانه از سال ۲۰۱۰ تا سال ۲۰۳۰ به میزان ۳,۳ درصد رشد کند. گزارشات حاکی از آن است که رشد صنعتی نشان دهنده پتانسیل بالایی برای صنعت توریسم است که می تواند با ارائه یک تجربه توریستی خاطره انگیز برای بازدید کنندگان افزایش بسیار بیشتری نیز داشته باشد. ترویج تجربیات خاطره انگیز می تواند تا مقدار زیادی با ارائه امکانات و تسهیلات بهتر و هم چنین فراهم کردن طیف وسیعی از خدمات خلاق با هزینه مناسب و کارآمد، حاصل شود. در محیط تجاری امروز که رقابت بسیار بالاست، موفقیت سازمان های خدمات محور مانند یک هتل توریستی بستگی به بهره وری از خدمات خلاق می باشد که می تواند نیاز های مشتریانی که همواره «چیزی متفاوت و بیشتر» را انتظار دارند، برآورده سازد. در نتیجه خلاقیت به تدریج تبدیل به یک

سلاح مؤثر برای مواجهه با رقابت بازار شده است زیرا مشتریان هر چه بیشتر نسبت به محیط زیست آگاه شده و به آن حساس شده اند. حفظ محیط زیست تبدیل به مقوله ای حائز اهمیت حیاتی شده است، از این رو مؤسسات خدماتی مانند هتل ها شروع به نشان دادن اشتیاق خود برای همراهی با رویکرد هایی شده اند که سازگار با محیط زیست است که از آن جمله می توان به خلاقیت های سبز اشاره کرد. خلاقیت برای توسعه ایده های جدید و مفید که می توانند به توسعه و پیشرفت سازمان و عملکرد آن بیانجامند، امری حیاتی به شمار می رود. در سازمان های خدماتی مانند هتل ها، خلاقیت گاهی مهم برای فرآیند نوآوری می باشد چرا که نقطه آغازین نوآوری سازمانی محسوب می شود. ما در این مطالعه از برخی مفاهیم مربوط به نوآوری های زیست محیطی مانند رهبری تحول محور سبز، هویت سازمانی سبز، خلاقیت سبز و تخصیص منابع بهره گرفته ایم. رهبری تحول محور سبز رفتار یک رهبر است که باعث برانگیخته شدن پیروان او شده تا اهداف زیست محیطی را برآورده ساخته و آن ها را ترغیب می کند تا ماورای آن چه که از آن ها انتظار می رود عمل کنند تا به عملکرد زیست محیطی مناسبی برسند که از آن جمله می توان به خلاقیت سبز اشاره کرد. آمابایل^۱ (۱۹۸۸)، چن^۲ و چانگ^۳ (۲۰۱۳) خلاقیت سبز را به این شکل توصیف نموده اند: «توسعه و تکامل ایده های جدید درباره محصولات سبز، خدمات سبز، فرآیند های سبز یا رویکرد های سبز که باید اصیل، نوین و مفید باشند». پرورش خلاقیت سبز بین کارکنان برای تولید نتایج نوآورانه، نگرانی اصلی مدیران است. شالی^۴، ژو^۵ و الدهم^۶ (۲۰۰۴) بر این باورند که خلاقیت میان کارکنان به عنوان یک عنصر مهم شناخته می شود زیرا باعث آشکار شدن خصوصیات فردی شده و هم چنین توانایی او برای انجام وظایفش تحت تمام شرایط را روشن می کند. به همین شکل، برخی رویکرد های نخستین توسط پژوهشگران قبلی اتخاذ شده تا مرجع خلاقیت را مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. مدیران در گام اول، باید کارکنان خود را عمیقاً تحت تأثیر قرار دهند تا کارشان را به گونه ای خلاقانه انجام دهند و در نتیجه این رویکرد را به سبک رهبری ارجح خود تبدیل نمایند. آمابایل، شاتزل^۷، مونتا^۸ و کرامر^۹ (۲۰۰۴) بر اساس این پژوهش ها عنوان کردند که رفتار رهبر نقشی حیاتی در بهبود خلاقیت میان کارکنان ایفا می کند. پژوهش های گذشته نشان داده اند که رهبری تحول محور نقش شاخصی در بهبود خلاقیت کارکنان دارد. این گونه رهبری محیطی پشتیبان و برانگیزاننده ایجاد می نماید و منابع زمینه ای مورد نیاز را برای افراد را به عنوان ابرازی از یک رفتار خلاق ساماندهی می کند. از این رو، در این پژوهش تلاش شده رابطه بین رهبری متحول کننده و خلاقیت خدمات در سازمان هایی مانند هتل های توریستی از منظر مسائل زیست محیطی درک شود. در وهله دوم باید به این نکته اشاره کرد که هویت سازمانی سبز و تخصیص نسبت به منابع نقشی حیاتی در پرورش خلاقیت سبز در صنعت هتل ایفا می کنند. هدف این پژوهش بررسی نقش رهبری سبز و تأثیر گذاری آن بر هویت سازمانی سبز و تأثیرات متعاقب آن بر خلاقیت سبز در هتل های توریستی می باشد. این پژوهش هم چنین تلاش می کند این نکته را آشکار نماید که تخصیص منابع نقشی سازنده در رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز دارد. در

¹ amabile

² chen

³ chang

⁴ shali

⁵ zho

⁶ aldaham

⁷ shanzel

⁸ monta

⁹ keramer

نتیجه این پژوهش به این روش ها به نکات ارائه شده در پژوهش های قبلی می افزاید: اول این که رابطه ای شاخص بین رهبری سبز و خلاقیت سبز تأیید می شود. دوم این که نقش میانجی هویت سازمانی سبز بین رهبری سبز و خلاقیت سبز توضیح داده می شود. سوماً نقش تخصیص منابع به عنوان یک تعدیل کننده درک بهتری از خلاقیت سبز در هتل های توریستی ارائه می دهد. در نتیجه در این مقاله تلاش شده نقش رهبری سبز و خلاقیت سبز در بستر هتل های توریستی درک شود. هم چنین ما به بررسی این مقوله می پردازیم که هویت سازمانی سبز و تخصیص منابع تا چه مقدار بر خلاقیت سبز در هتل های توریستی تأثیر می گذارند.

۲. بنیان نظری و شکل گیری فرضیات

۲.۱ رهبری تحول محور سبز و خلاقیت سبز

خلاقیت سازمانی به مقدار زیادی به رهبران و خصوصیات آن‌ها بستگی دارد، زیرا آن‌ها نقشی پیشرو در بهبود عملکردهای زیست محیطی ایفا می کنند. در چندین پژوهش نشان داده شده که رهبری تحول محور نقشی کلیدی در حاصل شدن نتایج خلاق داشته است. رهبری تحول محور چهار بُعد دارد: «برانگیختن هوشمندان، ملاحظات انفرادی شده، کاریزما و انگیزه سازی الهامبخش.» قدرت پر جذبه چنین رهبری کمک می کند پیروان به اندیشه های الهامبخشی دست پیدا کنند که این امر به نوبه خود منجر به کسب احترام میان آن‌ها و در نتیجه بدست آوردن وفاداری آن‌ها می شود. با کمک قدرت این کاریزما و جذبه، چنین رهبری می تواند حسی از مسئولیت جمعی بین پیروان خود ایجاد نماید. ملاحظات انفرادی به این رهبر کمک می کند حسی از تعلق بین پیروانش ایجاد کند که منجر به شکل گیری وابستگی و نگران یکدیگر بودن می شود. علاوه بر این، رهبر تحول محور با کمک انگیزه های الهامبخش نه تنها می تواند بینش و بصیرتی برای سازمان ایجاد نماید، بلکه هم چنین می تواند به پیروانش کمک کند تا مسیری که این چشم انداز می تواند به واقعیت بدل شود را به او نشان دهند. و سرانجام یک رهبر تحول محور می تواند از طریق برانگیختن هوشمند، باعث الهامبخشی به توانایی ادراکی پیروانش شود که به نوبه خود منجر به بهبود و ارتقاء توانایی های خلاق آن‌ها می شود. رهبر در این سبک هدایت، تفکر خلاق و نوآورانه را بین پیروانش ترغیب و تشویق می نماید. در نتیجه پژوهش های گذشته نشان می دهند که این سبک رهبری ارتباط بسیار زیادی با خلاقیت کارکنان دارد. یک رهبر تحول محور می تواند با برانگیختن پیروان به سوی سطوح بالاتر عملکرد و هم چنین ترغیب آن‌ها برای اندیشیدن به روشی خلاق باعث بهبود و توسعه خلاقیت شود. جونگ و همکارانش^{۱۰} (۲۰۰۳) بر این باورند که رهبری تحول محور می تواند به پیروان کمک کند به ایده هایی جدید برای عملکرد مؤثر سازمانی دست یابند. وانگ و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که رهبری تحول محور می تواند سطح بالایی از خلاقیت را بین کارکنان صنعت هتلداری بوجود آورد. علاوه بر این، این سبک رهبری حال و هوایی اصیل و نوآور ایجاد می کند که پیروان خود را قادر می سازد ایده هایی خلاق برای سازمان داشته باشند. ما در این پژوهش از مفهوم «رهبری تحول محور سبز» استفاده می کنیم که توسط باس^{۱۲} (۱۹۸۵)، چن و چانگ^{۱۳} (۲۰۱۳) و گاردنر^{۱۴} (۱۹۹۸) به این شکل توصیف شده است: «رفتارهای رهبرانی که به پیروان خود انگیزه می دهند به اهداف زیست محیطی نائل شوند و الهامبخش آن‌ها می شوند تا ماورای سطوح عملکرد زیست محیطی که از آن‌ها انتظار می رود، رفتار کنند.» چن و چانگ (۲۰۱۳)

¹⁰ Jong et al

¹¹ Wang et al

¹² bass

¹³ gardner

¹⁴ avolio

عنوان کردند که رهبری تحول محور سبز در صنعت الکترونیک وابسته به خلاقیت سبز است. با توجه به این مباحث، ما فرض را بر این می گذاریم که رهبری سبز در صنعت خدمات رسانی با خلاقیت سبز مرتبط است (شکل ۱) فرض ۱: رهبری تحول محور سبز، رابطه‌ای مثبت با خلاقیت سبز دارد.

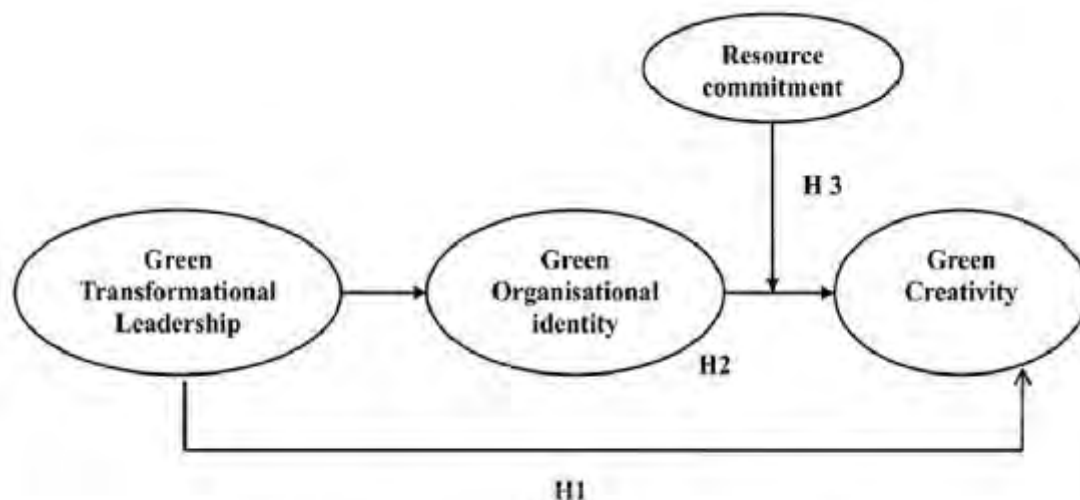


Fig. 1. Hypothesized research model.

شکل یک: مدل تحقیقاتی فرضیه ها

۲,۲ نقش میانجی هویت سازمانی سبز

هویت سازمانی توسط آلبرت^{۱۵} و وتن^{۱۶} (۱۹۸۵) به عنوان «ویژگی‌های محوری، شاخص و پایدار یک سازمان» تعریف شده است و شامل سه المان اصلی می‌شود: «اندیشه‌ای، تعریفی و پدیده‌ای». هویت سازمانی بر فعالیت‌های کارکنان تأثیر می‌گذارد و نمایی کلی و مرجع ارائه می‌دهد که فراهم کننده شفافیت مدیریتی برای مشکلات استراتژیک است. بنابراین کارکنان یک سازمان توسط هویت سازمانی خود شکل می‌گیرند. ما در این پژوهش به تمایز هویت سازمانی از چشم‌انداز زیست محیطی نگریسته‌ایم و به این شکل «هویت سازمانی سبز» را در هتل‌های توریستی در نظر گرفته ایم. طبق تعاریف ارائه شده توسط آلبرت و وتن (۱۹۸۵) و چن (۲۰۱۱)، هویت سازمانی سبز به عنوان «یک الگوی تفسیری درباره مدیریت زیست محیطی و حفاظت از آن عمل می‌کند و اعضا به صورت جمعی آن را ایجاد می‌کنند تا معنایی برای رفتارشان بسازند». پژوهشگران حوزه سازمانی اغلب اشتیاق خود را برای بررسی رابطه‌ای که بین رهبری و خلاقیت کارکنان وجود دارد، ابراز نموده‌اند. وانگ و همکارانش (۲۰۱۴) و هم چنین گوموس لوگلو^{۱۷} و ایلسو^{۱۸} (۲۰۰۹)، مشاهده کردند که رهبران تحول محور نقشی کلیدی در تعیین خلاقیت کارکنان ایفا می‌کنند. هم چنین معلوم شد که رهبری تحول محور سبز تأثیری مثبت بر خلاقیت سبز دارد. هم چنین پژوهش‌های گذشته نشان دادند که رهبران زیست محیطی باعث شکل گرفتن هویت سازمانی سبز شده و بر کارکنان تأثیر می‌گذارند تا سازمان را شناسایی کرده، آن را باور کنند و درباره آن بیان‌دیشند که به نوبه خود منجر به بهبود فعالیت‌های خلاقانه کارکنان می‌شود و فرصتی برای آن‌ها فراهم می‌آورد تا از نتایج خلاقیت خود

¹⁵ albert

¹⁶ wooten

¹⁷ Gomoos loogloo

¹⁸ ilso

بهره‌مند شوند. هویت سازمانی سبز به کارکنان انگیزه می‌دهد تا رابطه‌ای معنادار با مشتریان برقرار کنند و هم‌چنین روش‌هایی خلاق برای حل مشکلات بیابند. در برخی پژوهش‌ها به نقشی که رهبری تحول‌محور سبز می‌تواند در ترغیب و بهبود خلاقیت سبز در تولید و هم‌چنین صنایع خدمات رسانی ایفا کند، بیشتر پرداخته شده است. هم‌چنین در برخی از پژوهش‌های اخیر معلوم شد که هویت سازمانی سبز به عنوان یک میانجی بین رهبری زیست‌محیطی و مزایای رقابتی سبز ایفا می‌کند. بر این اساس، این‌گونه تصور می‌شود که هنگامی که یک سازمان رهبری تحول‌محور سبز را انتخاب می‌کند، افزایشی قابل مشاهده در هویت سازمانی سبز آن ایجاد می‌شود که سرانجام به افزایش خلاقیت سبز منجر می‌شود. در نتیجه ما اعلام می‌کنیم که هویت سازمانی سبز به عنوان یک میانجی رابطه بین رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز عمل می‌کند.

فرضیه ۲. هویت سازمانی سبز به عنوان میانجی رابطه بین رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز عمل می‌کند.

۲,۳ تخصیص منابع به عنوان یک تعدیل‌کننده

تخصیص منابع به عنوان انتشار «منابع و ماهیت‌های ملموس و غیرملموس در دسترس سازمان است که آن را قادر می‌سازد تولیدی کارآمد همراه با بهره‌وری داشته باشد و محصولی برای ارائه به بازار تولید کند که برای بخش یا بخش‌هایی از بازار دارای ارزش باشد.» هم‌چنین می‌توان آن را به عنوان سازمانی توصیف کرد که از منابع به گونه‌ای بهره می‌برد و برنامه‌ایش را به صورتی تعدیل می‌کند که بتواند به بهترین عملکرد برسد. پژوهشگران در زمینه تخصیص منابع بر این عقیده‌اند که یک سازمان تلاش می‌کند از منابع برای سودآوری بهره‌برد و خلاقیت و هم‌چنین رویکردها نوآورانه را برای عملکرد بهتر نهادینه سازد. ریچی و همکارانش^{۱۹} (۲۰۰۵) عنوان داشتند که یک سازمان بر منابع خود برای نهادینه کردن رویکردهای زیست‌محیطی استیلا دارد. از بین این رویکردها می‌توان به رهبری زیست‌محیطی برای گرفتن بهترین عملکرد به شکل خلاقیت اشاره کرد. چندین پژوهشگر هم‌چنین اشاره داشته‌اند که یک رابطه مثبت و مؤثر بین هویت سازمانی سبز و عملکرد زیست‌محیطی مانند خلاقیت وجود دارد. در این پژوهش به این نکته اشاره شده که عوامل دیگری نیز می‌تواند وجود داشته باشد مانند تخصیص منابع موجود که باعث اثر گذاشتن بر رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز می‌شود. در پژوهشی که توسط راجرز^{۲۰} و تیب^{۲۱} و لمبک^{۲۲} (۱۹۹۹) انجام گرفت، ثابت شد نداشتن منابع مالی و انسانی کافی می‌تواند مشکل اصلی در شکوفایی رویکردهای زیست‌محیطی باشد. از سوی دیگر، حتی با وجود هویت سازمانی سبز بسیار زیاد، سازمان نمی‌تواند سطح مطلوبی از خلاقیت سبز را بدست آورد، اگر فاقد منابع کافی باشد. برخی پژوهشگران حوزه سازمانی دریافته‌اند که سطح بالای هویت سازمانی سبز منجر به سطح بالاتری از خلاقیت سبز می‌شود. در هر حال در این پژوهش پیشنهاد شده که با تخصیص مقادیر بیشتری از منابع، یک سازمان می‌تواند به خلاقیت سبز دست یابد. در یک پژوهش اخیر معلوم شد تخصیص منابع به عنوان یک تعدیل‌کننده بین رویکردهای نوآوری زیست‌محیطی و عملکرد زیست‌محیطی عمل می‌کند. بر این اساس فرض می‌شود که هنگامی که یک سازمان نمی‌تواند سطح بیشتری از منابع را فراهم کند، حتی اگر سطح هویت سازمانی سبز بالایی داشته باشد نمی‌تواند به سطح مطلوبی از خلاقیت سبز برسد. بر اساس مباحث ذکر شده، این‌گونه فرض می‌شود که تخصیص مقدار کافی از منابع رابطه بین هویت سازمانی سبز و

¹⁹ Richi et al

²⁰ rajerz

²¹ tiben

²² lambeck

خلاقیت سبز را تعدیل می‌نماید.

فرضیه ۳. تخصیص منابع تأثیر هویت سازمانی سبز بر خلاقیت سبز کارکنان را تعدیل می‌کند به شکلی که هنگامی که تخصیص منابع به جای کم، زیاد باشد، رابطه آن‌ها تقویت می‌گردد.

۳. روش پژوهش

۳،۱ نمونه‌گیری و گردآوری داده‌ها

داده‌های این پژوهش از کارکنان و مدیران هتل‌های توریستی گردآوری شدند تا رابطه‌ای که بین رهبری تحول محور سبز، هویت سازمانی سبز، تخصیص منابع و خلاقیت سبز وجود دارد، مورد بررسی قرار گیرد. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت کمی می‌باشد. پرسش‌نامه‌ها به زبان فارسی تهیه شدند. در هر حال برای گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه‌ها استفاده شدند. این کار با کمک دو متخصص انجام گرفت که تسلط داشتند تا کیفیت پرسشنامه حفظ شود. ما برای این پژوهش از یک فرآیند گردآوری داده به صورت دومارحله‌ای استفاده کردیم. در ابتدا با ۳۵ هتل توریستی برای مشارکت در این طرح تماس گرفته شد. معرفی پژوهش به گونه‌ای ساماندهی شد تا کارکنان هتل کاملاً نسبت به این مسئله هشیاری پیدا کنند که این پژوهش از اهمیت خاصی برخوردار است و تأکید ما بر این است که مفاهیمی کاربردی و قابل اجرا داشته باشد. در مجموع ۲۹ نماینده هتل قبول کردند در این پژوهش شرکت کنند. در مرحله دوم، ما با همکاری بخش منابع انسانی هتل‌های گوناگون، یک جلسه معرفی برای کارکنان برنامه‌ریزی کردیم. ما در این جلسه اطلاعات مرتبط با پژوهش را با شرکت کنندگان در میان گذاشتیم و هم‌چنین اهمیت هر پرسش پژوهش را به آن‌ها گوشزد نمودیم. در پایان پاکت اصلی، پرسش‌های پژوهش (پرسش‌های مربوط به کارکنان و مدیران) و پاکت‌های بازگشت بین شرکت کنندگان توزیع شد و از آن‌ها خواسته شد پرسشنامه را به صورت انفرادی تکمیل کرده و برای حفظ اسرار پاسخ‌دهنده، به همان بخش تأمین نیروی انسانی تحویل دهند. در این فرآیند، رهبری تحول محور سبز توسط کارکنان ارزیابی شد و برای مدیران اطلاعاتی درباره هویت سازمانی سبز، تخصیص منابع و خلاقیت سبز در نظر گرفته شد. سپس پاسخ‌ها شخصاً توسط پژوهشگر از نماینده هتل‌ها تحویل گرفته شد. در مجموع ۳۵۰ پرسشنامه بین کارکنان و به همین تعداد بین مدیران منتشر شده بود. از این مجموع، نمونه‌های بدست آمده شامل پاسخ‌های ۲۵۰ کارمند و ۲۵۰ سوپروایزر بود که آمار پاسخی برابر با ۷۱،۴۲ درصد را نشان می‌دهد.

۳،۲ معیارهای سنجش

در این پژوهش، از معیارهای استاندارد اندازه‌گیری برای تمام ساختارها استفاده شد که قبلاً آزمایش شده بودند. متغیرهای پژوهش با یک معیار سنجش ۵ امتیازی لیکرت اندازه‌گیری شدند (۱ بیانگر به شدت مخالف و ۵ برابر به شدت موافق بود).

۳،۲،۱ رهبری تحول محور سبز

برای اندازه‌گیری رهبری تحول محور سبز از یک مقیاس ۶ آیتمی استفاده کردیم که توسط چن و چانگ (۲۰۱۳) شکل گرفته است ($A=0.914$) که هم‌چنین اعتبار و قابل اطمینان بودن این معیار سنجش را ارائه نموده‌اند. یکی از پرسش‌های نمونه شامل این گزینه می‌شود: «رهبر الهامبخش اعضاء سازمان در رابطه با برنامه‌های زیست محیطی می‌باشد.»

۳،۲،۲ هویت سازمانی سبز

برای ارزیابی هویت سازمانی سبز، از مقیاس سنجش ۶ آیتمی چن (۲۰۱۱) استفاده کردیم. پرسش نمونه این است: «کارکنان شرکت به تاریخچه سازمان درباره مدیریت و حفظ منابع طبیعی افتخار می‌کنند.» ($A=0.944$) این معیار

سنجش قبلاً معتبر شده و مورد استفاده فراوانی برای بررسی هویت سازمانی سبز قرار گرفته است.

۳,۲,۳ تخصیص منابع

تخصیص منابع توسط یک مقیاس ۴ گزینه‌ای که توسط لی^{۳۳}(۲۰۱۴) ایجاد شده است، مورد ارزیابی قرار گرفت. چند معیار سنجش دیگر در این مورد وجود دارند اما هیچ محتوای آشکاری وجود ندارد که کدام یک از آن‌ها بهترین است. این مقیاس قبلاً مورد استفاده فراوانی در تخصیص منابع از منظر زیست محیطی داشته و دارای اعتبار است. پرسش نمونه این است: «ما از منابع مالی کافی برای سرمایه‌گذاری در نوآوری در رویکردهای زیست محیطی برخوردار هستیم.» (A=0.91).

۳,۲,۴ خلاقیت سبز

برای سنجش خلاقیت سبز از یک مقیاس ۶ گزینه‌ای استفاده کردیم که توسط چن و چانگک(۲۰۱۳) برای ارزیابی امتیازی که سوپروایزرها به رفتار خلاق سبز کارکنان‌شان در محیط کار می‌دهند، مورد استفاده قرار گرفته بود. مقدار آلفای کرونباخ برای این مقیاس ۰,۹۵۰ در نظر گرفته شد. این امر نشان می‌دهد که گزینه‌های معیار سنجش بازتاب‌دهنده مفهوم کلی خلاقیت سبز می‌باشند. گزینه پرسش این است: «اعضاء سازمان راه‌های جدید برای حاصل شدن اهداف زیست محیطی ارائه می‌دهند.»

۳,۲,۵ متغیرهای کنترل

سیاست‌ها و روال یک سازمان در گذر زمان شکل می‌گیرند و تکمیل می‌شوند. در نتیجه ما در این پژوهش هم متغیرهای امتیازدهی هتل را کنترل نموده‌ایم و هم دوران استخدام را زیرا هر دو بر عملکرد کارکنان و رفتار خلاق آن‌ها تأثیر می‌گذارند. معلوم شد که ۲۰,۴ درصد از هتل‌ها بین ۱ تا ۵ سال سابقه داشتند، ۴ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال، ۸,۴ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال و ۷,۲ درصد بالای ۱۶ سال. از مدیران هتل‌ها خواسته شد آن‌گونه که قانون تعیین کرده، امتیازاتی از ۱ تا ۵ ستاره بدهند. و امتیاز آن‌ها به صورت ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ برای ۱ تا ۵ ستاره تعیین شد. ۴۵,۶ درصد مدیران هتل‌ها امتیاز یک ستاره دادند، ۳۹,۲ درصد ۲ ستاره، ۱۵,۲ درصد امتیازی برابر یا بیشتر از ۳ ستاره دادند.

۳,۳ رویکرد تحلیلی

پژوهش کنونی در سطح فردی با کمک دو تکنیک آماری SPSS و AMOS نسخه ۲۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در مرحله اول آنالیز فاکتور تأییدکننده اجرا شد تا مدل ارزیابی پیشنهادی را مورد سنجش قرار دهد. آنالیز فاکتور تأییدکننده آشکار کرد که رابطه‌ای بین متغیرهای مشاهده شده و عوامل نهفته خاص آن‌ها وجود دارد. برای ارزیابی تناسب مدل، از طیف ضریب تناسب به نام ضریب تناسب مقایسه‌ای، ضریب تناسب هنجاری، ریشه جذر خطای تخمین، ضریب خوب بودن تناسب و ضریب خوب بودن تعدیل شده تناسب استفاده شد. از ماکروی SPSS به نام PROCESS برای تجزیه و تحلیل مسیر مدل ترسیمی استفاده شد. این امر ارزیابی مدل پیشنهادی را انجام می‌دهد و به ارزیابی متغیرها به شکل حمایت از فرضیات کمک می‌کند که منجر به شکل‌گیری یافته‌های تجربی می‌شود.

۴. نتایج

۴,۱ صحت همگرایی و تابع مبین

برای ارزیابی تناسب مدل سنجش، آنالیز فاکتور تأییدکننده اجرا شد که نشان‌دهنده تناسب مدل در سطح بسیار خوبی

می باشد:

which shows a very good model fit ($\chi^2 = 233.5$, degree of freedom (df) = 207, $p = 0.000$, GFI = 0.924, CFI = 0.994, NFI = 0.947, RMSEA = 0.023). The present study included the assessment of

پژوهش حاضر شامل ارزیابی صحت همگرایی و تابع مبین برای ارزیابی اعتبار مدل سنجش می باشد. بارگزاری استاندارد شده فاکتور، اعتبار کلی و میانگین متغیر بدست آمده از تمام سازه ها در مدل ارزیابی، در جدول ۱ نشان داده شده اند.

جدول یک: قابلیت اطمینان سازه ها و بارگذاری فاکتورها از شاخص ها.

Table 1
Reliability of the constructs and factor loadings of indicators.

Construct	Indicators	α /CR	AVE	MSV	ASV	Factor loadings	t - value
Green Transformational Leadership	The leader inspires the organization members with the environmental plans (GTL1).	0.914/0.914	0.673	0.226	0.136	0.866	14.052***
	The leader provides a clear environmental vision for the members to follow (GTL2).					0.873	13.185***
	The leader gets the organization members to work together for the same environmental goals (GTL3).					0.760	11.386***
	The leader encourages the organization members to achieve the environmental goals (GTL4).					0.794	11.953***
	The leader acts with considering environmental beliefs of the organization members (GTL5).					0.781	11.740***
	The leader stimulates the organization members to think about green ideas (GTL6).					0.843	12.453***
Green Organizational Identity	The company's managers and employees are proud of the company's history about environmental management and protection (GO1).	0.944/0.944	0.761	0.165	0.118	0.850	13.980***
	The company's managers and employees have a sense of pride about the company's environmental goals and missions (GO2).					0.875	13.391***
	The company's managers and employees feel that the company has carved out a significant position with respect to environmental management and protection (GO3).					0.916	14.082***
	The company's managers and employees feel that the company have formulated well-defined environmental goals and missions (GO4).					0.915	14.060***
	The company's managers and employees are knowledgeable about the company's environmental tradition and culture (GO5).					0.829	12.629***
	The company's managers and employees identify that the company highly pay attention to environmental management and protection (GO6).					0.844	12.878***
Resource Commitment	We have sufficient financial resource to invest on environmental innovation practices (RC1).	0.856/0.857	0.649	0.060	0.045	0.815	13.674***
	We have sufficient management resource to invest on environmental innovation practices (RC2).					0.841	12.603***
	We have sufficient investment on software establishment (e.g. introduction of technology, human resource training) for environmental innovation practices (RC3).					0.761	11.316***
	We have sufficient investment on hardware establishment (e.g. equipment and green material purchasing) for environmental innovation practices (RC4).					0.804	12.012***
Green Creativity	The members of the organization suggest new ways to achieve environmental goals (GC1).	0.949/0.950	0.759	0.226	0.150	0.877	14.063***
	The members of the organization propose new green ideas to improve environmental performance (GC2).					0.874	13.362***
	The members of the organization promote and champion new green ideas to others (GC3).					0.881	13.365***
	The members of the organization develop adequate plans for the implementation of new green ideas (GC4).					0.871	13.214***
	The members of the organization would rethink new green ideas (GC5).					0.837	12.665***
	The members of the organization would find out creative solutions to environmental problems (GC6).					0.886	13.465***

Note: N = 250, Significance level, ***denotes $p < 0.001$, **denotes $p < 0.01$ and * denotes $p < 0.05$.
CR – Composite Reliability, α – Cronbach Reliability,
AVE – Average Variance Extracted.
MSV – Maximum Shared Variance.
ASV – Average Shared Variance.
GTL – Green Transformational Leadership.
GOI – Green Organizational Identity.
RC – Resource Commitment.
GC – Green Creativity.

معلوم شد بارگزار تمامی فاکتورهای مدل به مقدار بسیار زیاد ۱ درصد معنادار هستند. قابلیت اطمینان بالای سازه‌ها توسط اعتبار کلی و اعتبار سازه (آلفا) تمام سازه‌ها تأیید شد که بالاتر از سطح قابل قبول ۰,۷۰ می‌باشد. جدول ۲ نشان‌دهنده میانگین، انحراف استاندارد و ارتباط میان متغیرهای پژوهش می‌باشد. هم‌چنین نشان‌دهنده ارتباط داخلی بین تمامی متغیرهاست که کمتر از جذر ریشه میانگین متغیر بدست آمده در هر متغیر می‌باشد و این امر خود نشان‌دهنده اعتبار و صحت تابع مبین است.

جدول دو: همبستگی، معناداری، انحراف استاندارد و روایی و پایایی

Table 2
Correlations, means, standard deviations and Discriminant Validity.

N = 250	Mean	S.D	Correlation						
			1	2	3	4	5	6	
1. Hotel tenure	2.024	0.760	-						
2. Hotel rating	1.696	0.719	0.799*	-					
3. Green transformational leadership	3.020	0.878	0.096	0.097	(0.820)				
4. Green organizational identity	3.070	0.978	0.152*	0.170**	0.332**	(0.872)			
5. Resource commitment	2.938	0.963	0.094	0.128*	0.139*	0.158*	(0.805)		
6. Green creativity	3.040	0.960	0.224*	0.280**	0.431**	0.378**	0.199**	(0.871)	

Note: N = 250 1. Significance level, ***denotes $p < 0.001$, **denotes $p < 0.01$ and * denotes $p < 0.05$. 2. For discriminant validity, the square roots of AVE are in parentheses along the diagonal.

تکنیک دیگری برای سنجش صحت تابع مبین وجود دارد که «با مقایسه مقادیر میانگین واریانس مشترک و حداکثر واریانس مشترک با مقادیر میانگین متغیر بدست آمده انجام می‌گیرد. این تکنیک هنگامی قابل کاربرد است که تمامی مقادیر حداکثر واریانس مشترک و مقادیر میانگین واریانس مشترک کمتر از مقادیر میانگین متغیر بدست آمده مربوطه باشند.» جدول ۱ نشان می‌دهد که تمامی مقادیر مرتبط این شرط را برآورده ساخته‌اند. در نتیجه صحت تابع مبین در مدل سنجش مورد پشتیبانی واقع شده است. علاوه بر این، از آزمون یک فاکتوری هارمن نیز استفاده شد تا انحراف رایج در روش مورد بررسی قرار گیرد. انحراف رایج روش یک مشکل کلی در پژوهش‌های رفتاری است زیرا پاسخ‌دهندگان یکسان به ارزیابی تمامی متغیرهای پژوهش می‌پردازند. برای مواجهه با این مشکل، از آزمون هرمان و تکنیک واریانس روش رایج استفاده شد. شش آیتم هویت سازمانی سبز، چهار آیتم تخصیص منابع و شش آیتم خلاقیت سبز وارد یک آنالیز فاکتور بخش اصلی شدند. نتایج نشان می‌دهد که سه فاکتور در مدل ۳۷,۶۷ درصد واریانس را توضیح می‌دهند که کمتر از ۵۰ درصد است. ما برای مشکل انحراف رایج، هم‌چنین از فاکتور نهفته AMOS استفاده کردیم که توسط پداسکف و همکارانش (۲۰۰۳) توصیه شده است. در این تکنیک، تمام آیتم‌های سنجش بر سازه‌های نظری و فاکتور روش مشترک نهفته‌شان بارگذاری شدند. این فاکتور مشترک، کنترل‌کننده واریانس مشترک بین تمامی متغیرهای مشاهده شده مدل می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که واریانس مشترک بین تمامی متغیرها صفر بوده است. در نتیجه مسئله انحراف رایج در این پژوهش به چشم نمی‌خورد.

۵. آزمون فرضیات

جدول ۳ دربرگیرنده نتایج ماکرووی SPSS PROCESS می‌باشد که برای آنالیز انجام شد که آن نیز برای سنجش فرضیات یک و دو انجام گرفته بود. ماکرووی PROCESS رویکرد BOOTSTRAP را برای تخمین تأثیر غیرمستقیم همراه با تست SOBEL را تسهیل می‌کند. در فرضیه یک مطرح شده بود که رهبری تحول‌محور سبز با خلاقیت سبز مرتبط است. پس از کنترل کردن سابقه و امتیاز هتل، معلوم شد که رهبری سبز ارتباطی مثبت با خلاقیت مثبت دارد که در جدول ۳ نمایش داده شده است.

($B = 0.397$, $SE = 0.067$, $P < 0.001$)

در نتیجه فرضیه یک مورد تأیید است. در فرضیه ۲ مطرح شده بود که هویت سازمانی سبز میانجی رابطه بین رهبری تحول محور سبز و خلاقیت سبز می باشد. جدول ۳ نشان دهنده نتایج بدست آمده برای فرضیه ۲ می باشد. رهبری تحول محور سبز ارتباطی معنادار و مثبت با هویت سازمانی سبز دارد.

$$(B = 0.365, T = 5.309, P < 0.001)$$

رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز نیز معنادار و مثبت بود که به نوبه خود کنترل کننده خلاقیت سبز از طریق تأثیر هویت سازمانی سبز است.

$$(B = 0.239, T = 4.016, P < 0.001)$$

این تأثیر مستقیم نیز از معنادار و شاخص بود.

$$(B = 0.489, T = 7.324, P < 0.001).$$

نتایج آزمون SOBEL یک تأثیر غیرمستقیم و شاخص را آشکار نمود.

$$(SOBEL Z = 3.167, P < 0.01)$$

هم چنین تحلیل آزمون BOOTSTRAP صحت نتایج آزمون SOBEL را با ۹۵ درصد تأیید نمود و شامل صفر نمی شد (۰,۰۴۴,۰,۱۶۱) هم چنین تأثیر مستقیم رهبری تحول محور سبز بر خلاقیت سبز نیز معنادار بود.

$$(B = 0.397, T = 5.860, P < 0.001)$$

در نتیجه مشاهده می شود که پس از کنترل کردن سابقه هتل و درجه کیفی آن، هویت سازمانی سبز تا حدودی در نقش میانجی در رابطه بین رهبری سبز و خلاقیت سبز عمل می کند.

جدول سه: نتایج رگرسیون برای هویت سازمانی سبز واسطه ای بین رهبری تحول گرای سبز و خلاقیت سبز ایجاد می کند.

Table 3
Regression results for Green organizational identity mediating between Green transformational leadership and Green creativity.

Variable	β	SE	t-value	P-value
Direct and total effects				
<i>Control variable</i>				
Hotel Tenure	-0.235	0.738	-0.319	0.749
Hotel Rating	2.013	0.781	2.574	0.010
Green creativity on Green transformational leadership				
Hotel Tenure	0.224	0.790	0.284	0.776
Hotel Rating	0.982	0.834	1.177	0.240
GOI on Green transformational leadership				
Green creativity regressed on GOI, controlling for green transformational leadership	0.239	0.059	4.016	0.000
Hotel Tenure	-0.181	0.760	-0.239	0.811
Hotel Rating	2.248	0.803	2.798	0.005
Green creativity regressed on Green transformational leadership, controlling for GOI				
Value	0.489	0.066	7.324	0.000
	SE		z	p-value
<i>Indirect effect and significance using normal distribution</i>				
Sobel	0.087	0.027	3.167	0.001
<i>Bootstrap results for indirect effect</i>				
Effect	0.087	0.029	0.044	0.161
	M	SE	LL 95% CI	UL 95% CI

Note: N = 250. 1.) GOI represents Green organizational identity. Bootstrap sample size = 1000, LL = lower limit, UL = upper limit, CI = confidence interval. 2.) P = 0.000 shows significant level.

در فرضیه ۳ مطرح شد که تخصیص منابع باعث تعدیل رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز می شود. جدول ۴ نشان دهنده نتایج تحلیل تعدیلی بود که پس از کنترل سابقه و درجه کیفی هتل صورت گرفت و معلوم می شود که تخصیص منابع به گونه ای شاخص و مثبت باعث تعدیل تأثیر هویت سازمانی سبز بر خلاقیت سبز می شود و به این شکل فرضیه ۳ مورد تأیید است.

$$(B = 0.017, T = 1.055, P < 0.05),$$

یک آنالیز منحنی ساده انجام شد تا هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز در تخصیص منابع اندک و زیاد معلوم شود. (شکل

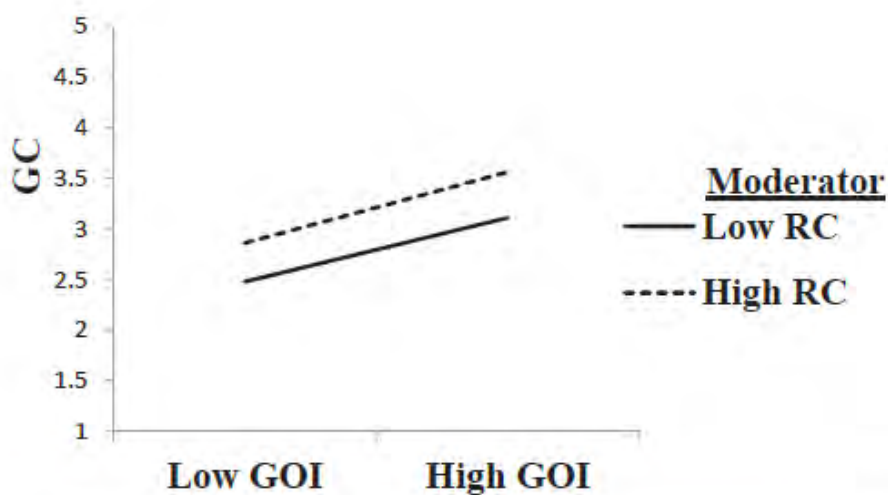


Fig. 2. Moderating effect of Resource Commitment on the relationship between Green.

شکل دو: تأثیر تعدیل کننده تعهد منابع بر رابطه سبز



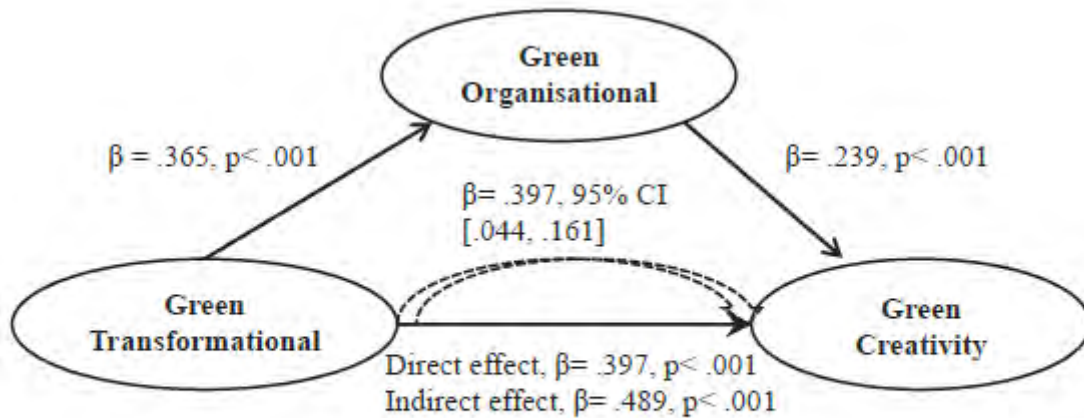


Fig. 3. Path result of mediation model.

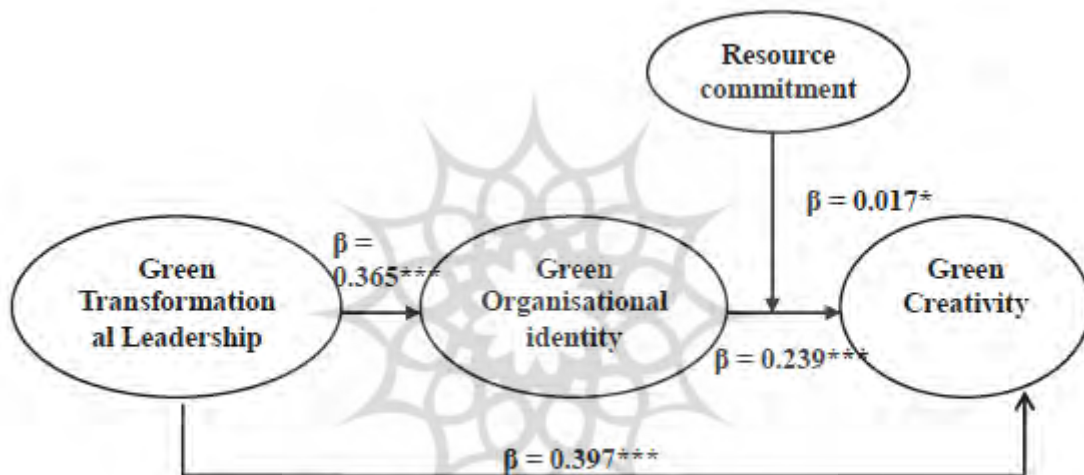


Fig. 4. Path results of full research model.

شکل سه: نتیجه مسیر مدل میانجیگری؛ شکل چهار: نتایج مسیر مدل تحقیق کامل.

نتایج نشان می‌دهند که هنگامی که تخصیص منابع بالاست، هویت سازمانی سبز تأثیری زیاد بر خلاقیت سبز دارد و هنگامی که تخصیص منابع اندک است، این رابطه تضعیف می‌شود. از این رو فرضیه ۳ نیز مورد تأیید است.

جدول چهار: نتایج رگرسیون برای تعدیل تعهد منابع بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز تأثیر دارد.

Table 4
Regression results for Resource commitment moderating between Green organizational identity and Green creativity.

Variable	B	SE	t - value	p - value
<i>Control variable</i>				
Hotel tenure	-0.1757	0.784	-0.224	0.822
Hotel rating	2.096	0.929	2.256	0.0249
<i>Predictor variable</i>				
Green organizational identity	0.334	0.064	5.209	0.000
Resource commitment (Moderator)	0.2098	0.100	2.090	0.000
Interaction (Green organizational identity × Resource commitment)	0.017	0.016	1.055	0.037

Note: N = 250. Significance level, ***denotes $p < 0.001$, **denotes $p < 0.01$ and * denotes $p < 0.05$.

۶. مباحثه و مفاهیم

این پژوهش مفاهیمی را مطرح نموده است که می‌توانند نه فقط برای توسعه فرضیات مفید واقع شوند، بلکه هم چنین می‌توانند از ارزش مدیریتی برخوردار باشند. این پژوهش را می‌توان به عنوان یکی از اولین پژوهش‌ها در نظر گرفت که

به بررسی نقش رهبری تحول‌محور سبز و هویت سازمانی سبز بر خلاقیت سبز بین کارکنان هتل‌های توریستی پرداخته است. این پژوهش به صورت تجربی پشتیبان این واقعیت است که ادراک کارکنان از روش‌های متحول‌کننده رهبرشان در هدایت آن‌ها برای بهبود هویت سازمانی سبز و باورشان درباره توانایی آن‌ها برای عملکردی خلاق داشتن، تأثیری عمیق بر عملکرد خلاقانه آن‌ها دارد. بر اساس پژوهش‌های اخیر، مشاهده شده چنین رهبران در صنعت هتلداری خلاقیت سبز را بین زیردستان‌شان رواج می‌دهند. در این پژوهش به نقش تخصیص منابع به عنوان تعدیل‌کننده تأثیر رابطه تعهد سازمانی سبز و خلاقیت سبز پرداخته شد. نتایج بدست آمده هم‌چنین آشکار می‌کنند که هویت سازمانی سبز به عنوان یک میانجی بین رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز عمل می‌کند. هم‌چنین بر اساس یافته‌های ما، مشاهده شده که رهبری تحول‌محور سبز رابطه‌ای مستقیم با خلاقیت سبز دارد، از این رو به مدیران هتل‌های توریستی توصیه می‌شود سبک رهبری خود را به گونه‌ای تکامل بخشند که پرورش دهنده خلاقیت‌های سبز بیشتری باشد. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که سازمان‌های تولیدی مانند صنعت الکترونیک، تمرکز بیشتری بر توسعه رهبری تحول‌محور سبز داشته‌اند تا به خلاقیت سبز منجر شود. بر اساس این یافته‌ها، می‌توان گفت که حتی سازمان‌های خدماتی مانند هتل‌های توریستی می‌توانند منابع ارزشمند خود را به سوی توسعه رهبری تحول‌محور سبز متمرکز سازند تا باعث بهبود خلاقیت سبز شوند. این امر نه تنها به هتل‌های توریستی کمک می‌کند از دولت برای حفاظت محیط زیست پشتیبانی کنند، بلکه هم‌چنین به برندسازی هتل‌ها با ایجاد یک «تصویر سبز» از صنعت هتلداری توریستی کمک می‌کند. دولت در این رابطه می‌تواند پیشگام شده و سیاست‌هایی وضع کند که با خلاقیت سبز به گونه‌ای مرتبط باشند که الهامبخش صنعت هتلداری بوده تا رهبری تحول‌محور سبز و هویت سازمانی سبز را توسعه داده و هم‌چنین بازده کاری خلاق حاصل کند که با محیط زیست سازگاری داشته باشد. یافته‌های این پژوهش هم‌چنین آشکار می‌کنند که تخصیص منابع نقشی حیاتی در تعدیل رابطه بین هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز ایفا می‌کند. پس از تجزیه و تحلیل تأثیر تعاملی، نتایج حاکی از آن است که هویت سازمانی سبز به سطح بالاتری از خلاقیت سبز منجر می‌شود، آن هم هنگامی که تخصیص منابع توسط سازمان مربوطه در سطح بالایی قرار داشته باشد. با توجه به این تحلیل می‌توان دریافت که اگر تخصیص منابع از سوی سازمان اندک باشد، حتی هویت سازمانی سبز در سطح بالا نیز نمی‌تواند به سطح بیشتری از خلاقیت سبز منتهی شود. در نتیجه هتل‌های توریستی نیاز به افزایش هویت سازمانی سبز خود و هم‌چنین تخصیص منابع بیشتری برای این منظور دارند تا خلاقیت سبز در آن‌ها افزایش یابد.

۶,۱ مفاهیم نظری

یافته‌های این پژوهش به متون پژوهشی درباره رهبری تحول‌محور سبز، هویت سازمانی سبز و خلاقیت سبز در محتوای هتل‌های توریستی مفاهیم بیشتری افزوده است. در این پژوهش مدلی برای توضیح روش‌هایی ارائه شده که در آن‌ها رهبری تحول‌محور سبز بر هویت سازمانی سبز تأثیر گذاشته که به نوبه خود بر خلاقیت سبز تأثیر می‌گذارد. بر اساس این یافته‌ها، این پژوهش چندین مقوله نظری خاص ارائه می‌دهد. اول این که یافته‌ها نشان می‌دهند توسعه هویت سازمانی سبز منجر به افزایش خلاقیت سبز می‌شود، آن هم هنگامی که تخصیص منابع توسط سازمان در سطح بالایی قرار داشته باشد. دوم این که این پژوهش تأییدکننده نقش غیرمستقیم رهبری تحول‌محور سبز در ارتقاء خلاقیت سبز می‌باشد. نکته سوم این است که هویت سازمانی سبز به عنوان یک میانجی و تعدیل‌کننده بین رهبری تحول‌محور سبز و خلاقیت سبز در هتل‌های توریستی عمل می‌کند. سرانجام این پژوهش با مطالعه درباره کاربردی بودن خلاقیت سبز در هتل‌های توریستی مفاهیم جدیدی به پژوهش‌های قبلی می‌افزاید. در نتیجه، هویت سازمانی سبز و تخصیص منابع متغیرهای مهمی هستند که نقشی

حیاتی در رابطه بین رهبری تحول محور سبز و خلاقیت سبز ایفا می کنند. این پژوهش به این نتیجه گیری منتهی می شود که صنایع خدمات رسانی مانند هتل های توریستی نیز می توانند سهم بسزایی در مراقبت و حفاظت از محیط زیست داشته باشند و این کار توسط استفاده از مجموعه ای از فعالیت های خلاقانه مانند رهبری تحول محور سبز و خلاقیت سبز امکان پذیر است. هم چنین سازمان ها مستلزم اتخاذ رویکردهای کارآمد رهبری و هدایت هستند تا سطح بالاتری از خلاقیت سبز حاصل شود.

۶.۲ مفاهیم مدیریتی

این پژوهش پیشنهادات حیاتی برای مدیرانی دارد که در هتل های توریستی به کار مشغول هستند. استفاده از رهبری تحول محور سبز برای دست یافتن به هویت سازمانی سبز، نیازمند سطح بالایی از تخصیص منابع برای بهبود خلاقیت سبز می باشد. اگر سازمان ها علاقه دارند خلاقیت سبز را بین کارکنان خود ترویج دهند، نیاز به هماهنگ کردن مفهوم رهبری تحول محور سبز با هویت سازمانی سبز در استراتژی های زیست محیطی بلندمدت خود دارند. مدیریت یک هتل توریستی می تواند نقشی مهم در توسعه رفتارهای خدمات رسانی سازگار با محیط زیست داشته باشد و این کار با اتخاذ سبک رهبری تحول محور سبز و هویت سازمانی سبز امکان پذیر است. آن ها می توانند فرهنگی را توسعه دهند که باعث ارتقای نگرش های سازگار با محیط زیست می شود و این کار از طریق تخصیص منابع بیشتر انجام می گیرد و می تواند در فرآیند فکری سازمان به سوی حفاظت از محیط زیست تغییر شاخصی به بار آورد. یکی از پرچالش ترین کارهایی که باید دنبال شود، تخصیص مقدار خاصی از منابع سازمانی برای نهادهای سازی خلاقیت سازگار با اکوسیستم برای مؤسسات است. مدیران هتل های توریستی در این رابطه می توانند نقش حیاتی ایفا کنند و این کار از طریق عمل کردن به عنوان پیام رسانان یا نمایندگان فرآیند هدایت تغییر هنگام تکامل و پیشبرد رفتار سازگار با محیط زیست برای رسیدن به حد اعلای خود امکان پذیر است. رویکردهای سازگار با محیط زیست مانند رهبری تحول محور سبز و هویت سازمانی سبز هم چنین می تواند با تخصیص مقدار بیشتری از منابع به افزایش خلاقیت سبز منجر شوند. مدیران هتل های صنعتی باید دوره های آموزشی را پشت سر بگذارند تا فعالیت های سازگار با محیط زیست را که می توانند برای بهبود رهبری تحول محور سبز و هویت سازمانی سبز بین کارکنان شان ترویج دهند تا باعث بهبود خلاقیت سبز کارکنان آن ها شود را توسعه دهند. رهبران باید به سختی تلاش کنند تا مهارت های لازم را در خود و کارکنان شان ارتقا بخشیده تا بتوانند هویت سازمانی سبز را ایجاد کرده و منابع مورد نیاز برای دستیابی به خلاقیت سبز را در دسترس قرار دهند. می توان به مدیران سازمان ها توصیه کرد هم خود و هم کارکنان شان را به گونه ای تربیت کنند تا مهارت های لازمی که به بهبود تخصیص منابع سازمان کمک می کند را آموزش ببینند تا به این شکل کارکنان زمان، انرژی و منابع خود را هنگام انجام چنین فعالیت هایی هدر ندهند. در پایان یافته های این پژوهش حاکی از آن است که هتل ها، مخصوصاً آن دسته از هتل هایی که، نیاز به درک مسئولیت شان در برابر محیط زیست دارند تا بتوانند آن را حفظ رده و به سطح بالایی از خلاقیت سبز دست یابند. یافته های این پژوهش فرصتی برای توسعه فعالیت های سازگار با محیط زیست برای هتل های توریستی فراهم می آورد، اما در عین حال می تواند تبدیل به چالشی برای این هتل ها شود. این فرصت بستگی به درک شاخص بودن نقشی دارد که توسعه رهبری تحول محور سبز می تواند در افزایش خلاقیت سبز سازمان ایفا نماید. چالش این هتل ها این است که راه هایی برای شناسایی و توسعه رهبری تحول محور سبز بیابند تا به سطح بالایی از خلاقیت سبز دست یابند.

۷. نتیجه گیری

در این پژوهش نقش رهبری تحول محور در بهبود خلاقیت سبز بین کارکنان هتل های توریستی مورد بررسی قرار گرفت.

همچنین نقش میانجی هویت سازمانی سبز و تخصیص منابع نیز بررسی شد. از این رو این پژوهش توانسته است درک بیشتری از عوامل تعیین کننده و نتایج فعالیت های سبز مانند خلاقیت سبز در بستر هتل های توریستی ارائه دهد. یافته های کنونی می تواند برای دست اندرکاران سازمان ها و مؤسساتی که در بخش هتلداری و مهمانداری فعالیت می کنند مفید باشد تا سیاست های خود را از نو طراحی کرده به شکلی که پرورش دهنده رویکردهای نوین برای سازمان شان باشند. در نتیجه دست اندرکاران صنعت هتل مستلزم مشورت با کارکنان شان هستند تا برنامه های آموزشی شان را به گونه ای دوباره طراحی کنند تا کارکنان بتوانند عملکردهای زیست محیطی خود را توسعه داده و به گونه ای خلاقانه کار کنند.

۹. منابع و مآخذ

1. albert, s., & whetten, d. (1985). organizational identity. research in organizational behavior, 7, 263e295.
2. amabile, t. m. (1988). a model of creativity and innovation in organizations. research in organizational behaviour, 10(1), 123e167.
3. amabile, t. m., schatzel, e. a., moneta, g. b., & kramer, s. j. (2004). leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support. the leadership quarterly, 15(1), 5e32.
4. bass, b. m. (1985). leadership and performance beyond expectations. new york: free press.
5. chang, c. h., & chen, y. s. (2013). green organizational identity and green innovation. management decision, 51(5), 1056e1070.
6. chen, y.-s. (2011). green organizational identity: sources and consequence. management decision, 49(3), 384e404.
7. chen, y. s., & chang, c. h. (2013). the determinants of green product development performance: green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. journal of business ethics, 116(1), 107e119.
8. gardner, w. l., & avolio, b. j. (1998). the charismatic relationship: a dramaturgical perspective. academy of management review, 23(1), 32e58.
9. gumusluoglu, l., & ilsev, a. (2009). transformational leadership, creativity, and organizational innovation. journal of business research, 62(4), 461e473.
10. jung, d. i., chow, c., & wu, a. (2003). the role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: hypotheses and some preliminary findings. the leadership quarterly, 14(4), 525e544.
11. li, y. (2014). environmental innovation practices and performance: moderating effect of resource commitment. journal of cleaner production, 66, 450e458.
12. podsakoff, p. m., mackenzie, s. b., lee, j. y., & podsakoff, n. p. (2003). common method biases in behavioural research: a critical review of the literature and recommended remedies. journal of applied psychology, 88(5), 879.
13. richey, r. g., genchev, s. e., & daugherty, p. j. (2005). the role of resource commitment and innovation in reverse logistics performance. international journal of physical distribution & logistics management, 35(4), 233e257.
14. rogers, d. s., & tibben-lembeke, r. s. (1999). going backwards: reverse logistics trends and practices (vol. 2). pittsburgh, pa: reverse logistics executive council.
15. shalley, c. e., zhou, j., & oldham, g. r. (2004). the effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here? journal of management, 30(6), 933e958.
16. wang, c. j., tsai, h. t., & tsai, m. t. (2014). linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: the influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity. tourism management, 40, 79e89.

Green Transformational Leadership Role Based on Improving Green Creativity through Green Organizational Identity

Mohammadnazir Parvaz¹

Emamali Saaty²

Hamed Shakerian³

Date of Receipt: 2019/11/24 Date of Issue: 2019/11/24

Abstract

In this study, the role played by green (eco) transformational leadership in promoting green creativity through green organizational identity is examined. The research method is applied in terms of purpose and quantitative in nature.. A questionnaire was used to collect the data, which managers and staff of tourist hotels answered. For this study, 250 hotel staff and 250 supervisors and bosses were contacted. The findings of this study show that green leadership has a positive impact on green organizational identity, which in turn leads to the improvement of green creativity in organizations. It was also found that resource allocation acts as a mediator and moderator in the relationship between green organizational identity and green creativity. Therefore, hotels should increase their resource allocation to improve green creativity among their staff. Based on the findings of this study, the concepts needed for practitioners in this field will be discussed.

Keyword

Transformational leadership green, green corporate identity, green creativity, resource allocation, tourist hotels

1. M.Sc. Student in Public Administration, Faculty of Humanities, Azad University, Mahabad, West Azerbaijan, Iran, rebin1361@gmail.com
2. PhD student, Industrial Management, Faculty of Humanities, Azad University, Tabriz, East Azarbaijan, Iran, emamalisaaty@gmail.com
3. PhD student in Industrial Management, Faculty of Humanities, Azad University, Tabriz, East Azarbaijan, Iran, stu.shakerian@iaut.ac.ir

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی