

Research Paper

The Effect of Organizational Ambidexterity on Green Entrepreneurial Orientation and Environmental Performance with an Emphasis on the Moderating Role of Perceived Social Responsibility of the Company

Peyman Akbari *¹ Marziye Deghanizade² Mehdi Panahi³¹ Assistant Professor, Public Management Department, Payam Noor University, Tehran, Iran² Assistant Professor, Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran³ Master of Public Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

10.22080/shrm.2023.24548.1408

Received:

September 28, 2022

Accepted:

November 19, 2022

Available online:

December 26, 2022

Abstract

Objective: The objective of this research is to investigate the effect of organizational ambidexterity on green entrepreneurial orientation and environmental performance with an emphasis on the moderating role of perceived social responsibility of the company. **Research Design:** The current practical research takes a quantitative approach and uses a descriptive-survey method. The statistical population (300 individuals) includes the employees of Farasan Company in Fars Province, who were selected through simple random sampling using Cochran's formula (169 people). The data collection tool was a questionnaire, and the validity and reliability of the measurement model was reported well. **Research Findings:** The results of the hypotheses showed that organizational ambidexterity has an effect on green entrepreneurship orientation, green entrepreneurship orientation has an effect on environmental performance, and green entrepreneurship orientation can play a mediating role (2.07) in the effect of organizational ambidexterity on environmental performance. Finally, the perceived social responsibility of the company can also have a moderating role (0.152) in the influence of organizational ambidexterity on green entrepreneurship orientation. **Research Innovation:** Company managers can pay enough attention to organizational ambidexterity to advance the company's environmental performance. Also, if the desired company wants to improve its environmental performance, it should be able to pay enough attention to the role of green entrepreneurial orientation. The perceived social responsibility of the company can also help in this field, provided that the said company is less concerned about reducing the perceived social responsibility of the company. If it cannot stop the reduction of this variable, it will have irreparable effects on the company body in the long term and the short term. Nevertheless, from a theoretical point of view, unlike previous researches that were mostly descriptive, the present research has been able to indicate the relationships between the variables well, and from a practical point of view, the results of the research can be used in manufacturing companies, especially the comprehensive ones.

Keywords:

Organizational ambidexterity, Green entrepreneurial orientation, Environmental performance, Perceived social responsibility

Extended abstract**1. Introduction**

The importance of the effect of the products produced in Farasan Company is very tangible for some reasons in the directions of green entrepreneurship. First, this company has a large amount of employment in Sepidan City. In 2009, due to the mistake of the production line manager, more than twenty people went to the hospital and two died due to the leakage of dangerous chemicals. Therefore, the importance of

green entrepreneurship and the protection of the environment and the safety of the personnel are important. Accordingly, since the purpose of this study is to examine the relationship between organizational ambidexterity, green entrepreneurial orientation, and environmental performance, the researcher will try to examine the moderating role of the perceived social responsibility of the company from its positive and negative aspects to determine its effects among other research variables. It is clear that organizational ambidexterity can have positive effects on green

*Corresponding Author: Peyman Akbari

Address: Assistant Professor, Public Management Department, Payam Noor University, Tehran, Iran

Email: peymanakbari3537@pnu.ac.ir

entrepreneurial orientation towards a green environment. In other words, regardless of these effects, they still have problems when facing the two-variable organizational forces, i.e., exploration and exploitation (March, 1991). Ambidexterity refers to companies' willingness to pursue economic activities that are environment-friendly and provide value to the society. It includes the actions of companies and the adaptation of processes that enable them to search and (re)develop green processes, products and/or services through the configuration of their internal and external resources (Halder, 2019). Hence, this research tries to analyze the effects of organizational ambidexterity and corporate social responsibility on green entrepreneurial orientation and environmental performance.

2. Research Methods

This article examines the impact of organizational ambidexterity on green entrepreneurial orientation and environmental performance with an emphasis on the moderating role of the perceived social responsibility of the company. It is a "descriptive-survey of correlation type" in terms of purpose and "applied" in terms of data collection method. The statistical population includes the employees (300 individuals) of Farasan Company, among which 169 individuals were selected using Cochran's formula in a non-probability method. The main data collection tools were the organizational ambidexterity questionnaire of Lubatkin et al. (2006) with 12 questions, the green entrepreneurial orientation questionnaire of Yang et al. (2011) with 3 questions, the environmental performance questionnaire of Li et al. (2010) with 5 questions, and finally the perceived social responsibility of the company questionnaire of Kim et al. (2014) with 5 questions. The basis of the measurement scale was the five-choice Likert spectrum questions. To confirm the validity, three types of validity, i.e., content, convergent, and divergent validities were used, and three criteria (factor loadings, Cronbach's alpha coefficient, and composite reliability coefficient) were considered to confirm the reliability. To examine this hypothesis, the structural equations modeling with the partial least squares method have been used. This method is a combination of principal component analysis, which relates the indicators to the latent variables, and path analysis, which enables the creation of a system of the latent variables. The software used in this research is SMART-PLS.

3. Results

The results of the hypotheses showed that organizational ambidexterity has an effect on the green

entrepreneurial orientation, and green entrepreneurial orientation has an effect on the environmental performance. Moreover, green entrepreneurial orientation can play a mediating role in the influence of organizational ambidexterity on environmental performance. Finally, perceived social responsibility of the company can play a medium moderating role in the influence of organizational ambidexterity on green entrepreneurial orientation.

4. Conclusion

The purpose of this research is to analyze the effect of organizational ambidexterity on green entrepreneurial orientation and environmental performance with an emphasis on the role of perceived social responsibility of the company (a case study on Farasan Company in Iran). Despite the design model, it is expected that the mentioned company pay enough attention to organizational ambidexterity to advance its environmental performance. Also, if the said company wants to improve its environmental performance, it should be able to pay enough attention to the role of green entrepreneurial orientation. The perceived social responsibility of the company can also help in this field, provided that the said company is less concerned about reducing the perceived social responsibility of the company. If it cannot stop the reduction of this variable, it will have irreparable effects on the company body.

Funding:

There is no funding support.

Authors' contribution:

Since this article is taken from a master's thesis, the first author's contribution is (70%), the second author's contribution is (20%), and the third author's contribution is (10%).

Conflict of interest:

Authors declared no conflict-of-interest.

Acknowledgments:

It is necessary to express our gratitude and appreciation to the respected Farasan Company, who created the opportunity to distribute the questionnaires of Mr. Mehdi Panahi's thesis.

علمی

تأثیر دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و عملکرد زیست‌محیطی با تأکید بر نقش تعدیل‌گر مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت

پیمان اکبری^{*۱}  مرضیه دهقانی زاده^۲  مهدی پناهی^۳

^۱استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
^۲استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
^۳کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

 10.22080/shrm.2023.24548.1408

چکیده

هدف: هدف این پژوهش تأثیر دوستوانی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و عملکرد زیست‌محیطی با تأکید بر نقش تعدیل‌گر مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت می‌باشد. طرح پژوهش: پژوهش حاضر دارای رویکردی کمی است که هدف از آن کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری (۳۰ نفر) کارکنان شرکت فراسان استان فارس بوده که با فرمول کوکران (۱۶۹ نفر) به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود، روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری نیز خوب گزارش شد. یافته‌های پژوهش: نتایج فرضیات نشان داد که دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تأثیر دارد، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر عملکرد زیست‌محیطی تأثیر دارد، همچنین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز می‌تواند نقش میانجی‌گری (۲/۰۷) را در تأثیرگذاری دوستوانی سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی ایفا کند در نهایت مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت نیز می‌تواند نقش تعدیل‌گری (۰/۱۵۲) را در تأثیرگذاری دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز داشته باشد. نوآوری پژوهش: مدیران شرکت می‌توانند به‌منظور پیشبرد عملکرد زیست‌محیطی شرکت به دوستوانی سازمانی توجه کافی داشته باشند. همچنین شرکت مذکور اگر بخواهد عملکرد زیست‌محیطی‌اش را بهتر ارتقا دهد باید بتواند به نقش جهت‌گیری کارآفرینانه سبز توجه کافی داشته باشد. مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت نیز می‌تواند در این زمینه کمک کننده باشد به شرطی که شرکت مذکور کمتر به فکر کاهش مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت برآید اگر نتواند جلوی کاهش این متغیر را بگیرد، اثرات جبران‌ناپذیری را بر پیکره شرکت هم در بلندمدت و هم کوتاه‌مدت می‌زند. با این اوصاف؛ پژوهش حاضر از باب نظری بر خلاف پژوهش‌های قبلی که بیشتر به صورت توصیفی بیان شدند، توانسته به خوبی روابط بین متغیرها را بازگو کند و از باب کاربردی نیز می‌توان نتایج پژوهش را در شرکت‌های تولیدی مخصوصاً جامع مدنظر به کار برد.

تاریخ دریافت:

۶ مهر ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۲۸ آبان ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۵ دی ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

دوستوانی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، عملکرد زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت

۱ مقدمه

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
فصلنامه علمی مدیریت منابع انسانی پایدار

(et al., 2018). به این ترتیب، مفهوم جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر روی نوع فعالیت شرکت‌ها به شیوه‌های سبز برای نوآوری، بازار فعال و ریسک‌پذیری در انجام فعالیت‌های تجاری تمرکز می‌کند. مرور ادبیات موجود شواهد انباشته‌ای از کارآفرینی سبز ارائه می‌دهد که در آن اکثر فعالیت‌ها شامل برنامه‌ای برای بهبود محیط شرکت، مرکزیت رشد اقتصادی و ارزش‌های اجتماعی شرکت می‌باشند و از این رو انگیزه شرکت‌ها را برای سرمایه‌گذاری بیشتر در منابع و توسعه شایستگی‌هایی که منجر به حرکت شرکت‌ها به سمت کارآفرینی سبز می‌شوند، را توجیح می‌کند (Gast et al., 2017). بنابراین یکی از اهداف این مطالعه، بررسی تأثیر نقش جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر عملکرد محیطی شرکت‌ها می‌باشد.

امروزه، نگرانی‌های زیست‌محیطی در حال تبدیل شدن به یک جنبه مهم در فعالیت‌های کسب و کار، شرکت‌ها شده است، طوری که، بیشتر شرکت‌ها توجه روزافزونی بر مسائل زیست‌محیطی که طیف وسیعی از فعالیت‌های تجاری را، تا شناسایی پتانسیل راحل‌ها، در بر می‌گیرد، داشته‌اند (Qi et al., 2020). تحقیقات اخیر نشان داده که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به عنوان یک عامل مهم، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اثرات سوء فعالیت‌های خود را بر محیط زیست کاهش دهند (Leonidou et al., 2017). جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به عنوان یک زمینه مستعد برای دنبال کردن فرصت‌های بالقوه که هر دو مزایای اقتصادی و زیست‌محیطی را از طریق شروع فعالیت‌های سبز ایجاد می‌کند، تعریف شده است (Jiang

* نویسنده مسئول: پیمان اکبری

آدرس: استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ایمیل: peymanakbari3537@pnu.ac.ir

به منظور تعیین اثر دوسوتوانی سازمانی در جهت‌گیری کارآفرینانه سبز است.

با تمامی این اوصاف، این مطالعه، نخست، با ارائه شواهد تازه درباره محیط زیست، به جهت‌گیری کارآفرینانه سبز شرکت‌ها، کمک می‌کند (Zhuang et al., 2019; Sharma, 2019)، دوم اینکه، این مطالعه یک پیش‌بینی‌کننده (دوسوتوانی سازمانی) منحصر به فرد را در جهت‌گیری کارآفرینانه سبز معرفی می‌کند و نشان می‌دهد که قابلیت‌های پویای شرکت‌ها برای شناسایی و تنظیم تعادل در روند نوآوری ممکن است آن‌ها را در جهت همسویی کارآفرینانه خود و اقدامات با ارزش زیست محیطی به منظور تقویت جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در بین شرکت‌ها، کند. این مطالعه بر اساس دیدگاه تعاملی نشان می‌دهد که وقتی دوسوتوانی سازمانی با مسئولیت اجتماعی شرکت فراسان در تعامل باشد، تأثیر قوی تری بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز خواهد داشت. بنابراین چنین رابطه‌ای می‌تواند در حضور عوامل زمینه‌ای (یعنی سطح متوسط) بهتر درک شود. مسئولیت اجتماعی شرکت فراسان معمولاً بیشتر به خدمات برون سازمانی یا اجتماعی برای نهادهای اجتماعی در کشور ما تعبیر شده است. بر اساس مصوب دولت شرکت‌های تولیدی همچون فراسان به دلایلی که در محدوده جغرافیایی مشغول به کار هستند می‌بایستی بنا به جنس فعالیت‌شان بخشی از خدمات را نیز به‌صورت عمومی و مردمی به بومی نشینان منطقه ارائه نمایند و این امر بیشتر در مواقع بحرانی مانند سیل، زلزله و حوادث بحرانی و... بیشتر اجرا می‌گردد. با این اوصاف: شرکت تولیدی صنعتی فراسان در سال ۱۳۶۵ به منظور ساخت پره‌های کولرهای هوایی در استان فارس تأسیس شد و امروزه با گذشت ۳۵ سال نه تنها به خود کفایی صنعتی رسیده بلکه توانسته، واحدهای شیمیایی بیشتری را در زمینه تولیدات خود راه‌اندازی کند و از آنجا که قادر بوده به محیط زیست به عنوان سنگ زیربنای توسعه پایدار توجه و آفری داشته باشد^۱، توانسته عنوان بزرگترین تولیدکننده محصولات کامپوزیتی در ایران را نیز به خود اختصاص دهد، و اگر بخواهد همین‌طور در عرصه شرکتی و راهبردی موفق واقع شد حتماً بایستی تواند نه تنها مسائل زیست محیطی را در اولویت کاری خود قرار دهد. از این‌رو در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که دوسوتوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و عملکرد زیست محیطی با تأکید بر نقش تعدیلگر مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت چه تأثیری دارد؟.

۲ مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲،۱ چارچوب نظری پژوهش

۲،۱،۱ دوسوتوانی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینانه سبز

جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به تمایل شرکت‌ها برای پیگیری فعالیت‌های اقتصادی سازگار با محیط‌زیست که نوعی ارزش

با توجه به اینکه کارآفرینی سبز ماهیت پیشگامانه دارد، انتظار می‌رود که فعال بودن این جهت‌گیری تأثیر مهمی در فعالیت شرکت‌ها داشته باشد (Ebrahimi & Mirbargkar, 2017). دوسوتوانی سازمانی، که شامل هم‌افزایی فعال بهره‌برداری و کشف راه‌حل‌های ابتکاری است، می‌تواند انگیزه تولیدی شرکت‌ها، به سمت کارآفرینی سبز را هدایت کند. دوسوتوانی سازمانی هم از بهره‌برداری از منابع موجود برای یافتن راه‌حل‌های تدریجی کوچک و هم از فرصت‌های جدید برای دستیابی به پیشرفت جدید، استفاده می‌کند (Chang & Hughes, 2012)، و از این‌رو به احتمال زیاد از انگیزه شرکت‌ها برای انجام نوآوری‌های سازگار با محیط‌زیست استفاده می‌کند و فعالیت‌ها را با کالیبره کردن نوآوری اکتشافی و بهره‌برداری خود، انجام می‌دهند.

علاوه بر این، مطالعات گذشته، از یک سو، بیشتر پیرامون نتایج کارآفرینی سبز، مانند فشارهای نهادی، فرهنگ و سبک‌های رهبری، است و از سوی دیگر، تمرکزشان بیشتر بر دوسوتوانی سازمانی مانند رهبری و قابلیت‌های پویا گذاشته‌اند (Gast et al., 2017).

اما این مطالعه سعی در ادغام این دو دیدگاه و پیشنهادی از دوسوتوانی سازمانی به عنوان تعیین‌کننده جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را دارد. به طور خاص، هدف دیگر این مطالعه، از طرفی بررسی نقش دوسوتوانی سازمانی در پرورش جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و از طرفی دیگر بررسی اثرات دوسوتوانی سازمانی از طریق جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر عملکرد زیست محیطی شرکت است. شرایطی که تحت آن دوسوتوانی سازمانی در برآوردن ساختن، نتایج عملکردی موثر می‌باشد، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. لذا پژوهشگران در این پژوهش فعالیت‌های کارآفرینانه سبز را شامل فرآیندهای پیچیده‌ای تصور کرده‌اند که با عوامل‌های سطح خرد، میانی و کلان، شرکت‌ها در تعامل و ارتباط است. با توجه به اینکه دوسوتوانی سازمانی به عنوان یک عامل مهم در سطح میانی محسوب می‌شود، می‌تواند تأثیر متفاوتی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز داشته باشد. مطالعات تجربی گذشته نشان داد که پویایی محیطی (Jiang et al., 2018)، زمینه صنعت (Janni et al., 2013)، ساختار سازمانی (Jansen et al., 2012)، و ویژگی‌های دانش (Guo et al., 2020) اثربخشی دوسوتوانی سازمانی را در برانگیختن عملکرد، تسریع می‌کند. با این حال، مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک نیروی ذی نفع، که می‌تواند تأثیر سریع، دوسوتوانی سازمانی، بر کارآفرینی سبز را نشان دهد، مورد بررسی قرار نگرفته و از آنجا که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و کارآفرینی سبز به سمت ذینفعان گرایش دارند، می‌توان ادعان داشت که مسئولیت اجتماعی شرکت به احتمال زیاد نوآوری و عملکرد شرکت‌ها را افزایش می‌دهد (Li et al., 2019). بنابراین، به نظر می‌رسد مسئولیت اجتماعی شرکت با دوسوتوانی سازمانی به شکل هم‌افزایی برای پیش‌بینی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، برهم کنش دارند. بنابراین، هدف دیگری که در این مطالعه بررسی خواهد شد، نقش تعدیل‌کننده مسئولیت اجتماعی شرکت

^۱ برای اطلاعات بیشتر به سایت شرکت مراجعه شود.

با بازده نامعین است (Brettel et al., 2015). دوسوتوانی، نوآوری، فعال بودن و ریسک‌پذیری در اقدامات یک شرکت نشان‌دهنده فعالیت مشارکتی آن در امورات دوطرفه برای شناسایی و تسخیر بازار، فرصت‌های پیش از رقبای خود و پاسخ به چالش‌های خارجی با تعهد به منابع جسورانه در پیش‌بینی تغییرات بازار است (Tuan, 2016). به عبارت دیگر، از طریق بهره‌برداری، شرکت‌ها، دانش، شایستگی‌ها و شیوه‌های موجود خود را اصلاح و بهبود می‌بخشند تا از پایداری و سازگاری با محیط‌زیست در فرایندهای تجاری و همچنین محصولات اطمینان حاصل کنند. با این حال، اکتشاف به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا به دنبال دانش جدید، فرصت‌ها، فن‌آوری‌ها و منابع جدید برای ایجاد شایستگی‌های تکرار نشدنی پایدار از طریق پیکربندی منحصر به فرد منابع و قابلیت‌های شرکت‌های تازه تسخیر شده با منابع موجود، برای دستیابی به تغییرات سازگار با محیط‌زیست در فرایندها و محصولات باشند. به این ترتیب، دوسوتوانی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را با ایجاد امکان در شرکت‌ها، یافتن راه‌حل‌های سازگار با محیط‌زیست از طریق تعامل بهره‌برداری و اکتشاف برای همسویی (برای جلوگیری از هرج و مرج سازمانی در شرکت‌ها) و سازگاری (برای جلوگیری از اینرسی سازمانی) فرایندهای شرکت‌ها و محصولات سازگار با محیط‌زیست، اجتماعی و انتظارات کارکنان از راه‌حل‌های سبز، تقویت می‌کند (Gibson & Brikshaw, 2004; Junni et al., 2013). علاوه بر این، دوسوتوانی نشان‌دهنده چالش‌هایی برای شرکت‌ها است که باید دانش داخلی و خارجی خود را برای هم‌افزایی اکتشاف و بهره‌برداری با هم ادغام کنند. این به این دلیل است که همه دانش از منابع داخلی خطر فرسودگی دارد و دانش خارجی به احتمال زیاد پایگاه دانش موجود را تقویت می‌کند (Luo & Du, 2015). بنابراین، دوسوتوانی سازمانی، یادگیری فعال و افزایش دانش را تقویت می‌کند، که به نوبه خود توانایی شرکت‌ها را در نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌بینی آینده برای فرصت‌های سبز پایدار، پیش از رقبا را تقویت می‌کند (Hill & Birkinsha, 2014; Jansen et al., 2012). در نتیجه استدلال می‌کنیم:

فرضیه ۱. دوسوتوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینی سبز تأثیر دارد.

۲،۱،۲ جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و عملکرد زیست محیطی

جهت‌گیری کارآفرینانه سبز می‌تواند از طریق مختلفی به پایداری و عملکرد شرکت‌ها کمک کند. جهت‌گیری کارآفرینانه سبز اولاً؛ فرصت‌های بالقوه‌ای را که برای کاهش تخریب ذهنی محیط و کاهش شکست بازار از طریق بهبود کارایی بازار استفاده می‌شوند، را شناسایی می‌کند. جهت‌گیری کارآفرینانه سبز قابلیت‌های خاصی را به شرکت‌ها ارائه می‌کند که این شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا عناصری را که ارتباط تنگاتنگی با شکست‌های بازار مرتبط با محیط‌زیست دارد، کشف، شناسایی و ارزیابی کنند (Teece, 2012). این احتمال وجود دارد که برخی از شکست‌های بازار منجر به تخریب محیط‌زیست شود (Jiang et al., 2018) و همین شرایط احتمالاً فرصت‌هایی برای شرکت‌ها فراهم می‌کند. به‌عنوان

را برای جامعه فراهم می‌کند، اشاره دارد. جهت‌گیری کارآفرینانه سبز شامل اقدامات شرکت‌ها و تطبیق فرایندهایی است که آنها را قادر به جستجو و (دوباره) توسعه فرایندهای سبز، محصولات/خدمات از طریق پیکربندی منابع داخلی و خارجی‌شان می‌کند، می‌باشد (Haldar, 2019; Jiang et al., 2018). جهت‌گیری کارآفرینانه سبز نشان‌دهنده یک رویکرد استراتژیک توسط شرکت‌ها است که با ابتکار و فعال بودن، طراحی و ارائه راه‌حل‌های سبز با استفاده از شیوه‌ها و منابع موجود و همچنین منابع جدید و در نتیجه فراهم‌آوردن زمینه‌ای برای رقابت و عملکرد برتر، مشخص شده است (Ebrahimi & Mirbargkar, 2017). دوسوتوانی سازمانی یک قابلیت جدایی‌ناپذیر از یک شرکت است که نشان‌دهنده جهت دوگانه شرکت برای بهره‌برداری و اکتشاف است (Lubatkin et al., 2006). شرکت‌های دوسوتوان به طور همزمان در بهره‌برداری از شایستگی‌های موجود و کاوش در فرصت‌های جدید به‌جای مبادله بین دو شرکت، مشارکت می‌کنند (Jansen et al., 2012). به این ترتیب، شرکت‌های دوسوتوان قادر به استفاده از فرصت‌های کوتاه‌مدت (نوآوری افزایشی) از طریق بهره‌برداری و در نتیجه به دست آوردن مزایای بلندمدت پیشرفت‌های نوآورانه (نوآوری رادیکال) از طریق اکتشاف هستند. در درجه اول، فعالیت‌های بهره‌برداری بر "اصلاح، کارایی، انتخاب، و پیاده‌سازی،" تمرکز دارد در حالی که اکتشاف شامل "جستجو، تنوع، آزمایش و کشف می‌باشد (March, 1991). از این‌رو، دیدگاه دوسوتوانی، بیشتر بر بخش رادیکال سبز شرکت‌ها اشاره دارد طوری که اگر شرکت‌ها از تداوم در تمدید چشمپوشی کنند، تغییرات می‌توانند "هرج و مرج" ایجاد کنند و در صورت سازگاری، تغییرات جزئی افزایشی، می‌تواند شرکت‌ها را به سمت "اینرسی" سوق دهد و فناوری‌ها، رویکردها و محصولات جدید سبز نادیده گرفته شوند (Sastry, 1997). بنابراین، مهارت در بهره‌برداری و اکتشاف، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا از هرج و مرج و بی‌حرکی درباره تغییرات اساسی در شناسایی، طراحی و توسعه محصولات، فرایندها و خدمات سبز جلوگیری کنند.

با توجه به این که دوسوتوانی قابلیت‌هایی را در اختیار شرکت‌ها برای پاسخ به تغییرات و فرصت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت قرار می‌دهد، بنابراین، ابتکار عمل، فعال بودن و ریسک‌پذیری از جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تقویت می‌شود (Gibson & Brikshaw, 2004). این عنصر ابتکاری "جهت‌گیری کارآفرینانه سبز" نشان‌دهنده تمایل یک شرکت برای حرکت فراتر از شیوه‌ها، محصولات، فناوری‌ها و مشاغل موجود شرکت‌ها با به دست آوردن فرصت‌های سبز و جدید، چه از طریق شایستگی‌های موجود و چه با استفاده از منابع جدید است. فعال بودن نشان‌دهنده اقدامات شرکت برای جستجوی فرصت‌های جدید و نگاهی به تقاضاهای آینده بازار پیش از اقدامات رقبا است و بنابراین از طریق یک جهت‌گیری فرصت طلب فعال، مزیت‌های رقابتی پایدار را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند. جهت‌گیری فعال در جستجوی فرصت عنصر ریسک‌پذیری کارآفرینانه سبز نشان‌دهنده تمایل یک شرکت برای تصمیم‌گیری جسورانه و سرمایه‌گذاری در طرح‌های سبز

۲،۱،۳ نقش واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینانه سبز

دوستوانی سازمانی، به معنای توانایی سازمان‌ها در استفاده متعادل از فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری است (Lubatkin et al., 2006). این فعالیت‌ها، ضمن این که نوآوری و فعال بودن را، که عناصر مهم جهت‌گیری کارآفرینانه سبز هستند را تقویت می‌کنند، می‌تواند رفتار شرکت‌ها در معرفی کالاها و خدماتی که از نظر اقتصادی و زیست‌محیطی نیز، سودمند، هستند را تقویت کند. شرکت‌ها از فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری خود، به دنبال ایجاد مهارت‌هایی برای مدیریت کوتاه‌مدت بازده/تقاضا با ایجاد قابلیت‌های فعلی و مدیریت بلندمدت، بازده/تقاضا از طریق ایجاد تغییرات انقلابی جدید در بازار، هستند (Beckman, 2006). علاوه بر این، دوستوانی سازمانی باعث ایجاد فعالیت و نوآوری، می‌شود که به نوبه خود، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را تحریک می‌کند، از آنجایی که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز با ریسک‌پذیری، نوآوری و فعال بودن مشخص می‌شود (Covin & Slevin, 1989)، این قابلیت‌ها شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا از طریق پیکربندی منابع داخلی و خارجی خود، به دنبال راحل‌های پایدار هم‌چون باز طراحی و توسعه محصولات و خدمات سبز، خود باشند. به این ترتیب، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، شیوه‌ها، محصولات و خدمات سبز را تقویت می‌کند تا بتواند ضمن کاهش اثرات مخرب عملیاتی شرکت‌ها بر محیط زیست، رفاه جامعه و همچنین عملکرد محیط‌زیستی را افزایش دهد (Tiba et al., 2019). بنابراین، دوستوانی سازمانی، باعث ارتقای جهت‌گیری کارآفرینانه سبز شرکت‌ها می‌شود، با این وجود شرکت‌ها به دنبال ابتکاراتی به شرح زیر هستند: (الف) استفاده از فناوری‌های دوستدار محیط‌زیست برای حفاظت از منابع طبیعی، (ب) بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ارائه فرآیندهای تولید جدید که باعث کاهش گازهای سمی شود، (ج) توسعه فناوری‌هایی برای بهبود پردازش کارایی، و (د) تغییر ساختارها برای رفع نیازهای یک محیط به سرعت در حال تغییر.

بر همین اساس، دوستوانی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را شعله‌ور می‌کند، که به نوبه خود، مکانیسم‌های مختلفی را برای بهینه‌سازی عملکرد محیطی ارائه می‌دهد. لذا، این مطالعه جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را به‌عنوان یک مکانیزم میانجی بین دوستوانی سازمانی و عملکرد زیست‌محیطی، پیشنهاد می‌کند، تا توضیح دهد که چگونه شرکت‌ها از فعالیت‌های بهره‌برداری و اکتشافی به روشی دوسویه برای افزایش عملکرد زیست‌محیطی استفاده می‌کنند. لذا انتظار داریم:

فرضیه ۳: جهت‌گیری کارآفرینی سبز در رابطه علی بین دوستوانی سازمانی و عملکرد زیست‌محیطی، نقش میانجی دارد.

۲،۱،۴ نقش تعدیل‌کننده مسئولیت اجتماعی درک شده

شرکت

مفهوم مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت به تعهدات شرکت‌ها در قبال رفاه اقتصادی، اجتماعی و محیطی اشاره دارد (Jin et al., 2013). مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت، با اعمال

مثال، شرکت برق معمولاً به دلیل عدم استفاده کافی از فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست مورد انتقاد قرار گرفته‌اند، در نتیجه باعث استفاده ناکافی از سایر منابع پایدار انرژی مانند انرژی باد می‌شود (Sine & Lee, 2009). برای پرداختن به این شکست بازار، که ارتباط تنگاتنگی با تخریب محیط‌زیست دارد، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز فرصت‌هایی را به شرکت‌ها می‌دهد تا شیوه‌ها، روش‌ها و فناوری‌های سبز را کشف و توسعه دهند و در نتیجه کارایی تولید را با حداقل تأثیر بر منابع طبیعی افزایش دهند (Li et al., 2019). به عنوان مثال، شرکت تویوتا نوعی فناوری هیبریدی را در خودروها ارائه کرده است و شرکت‌های مخابراتی نیز از امواج رادیویی استفاده می‌کنند، بنابراین هر دو باعث صرفه جویی در منابع طبیعی و آسیب کمتر به محیط زیست می‌شوند (Demirel et al., 2019).

دوماً، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز با جلوگیری از استفاده از مواد سمی و در نتیجه کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای خطرناک در محیط کار، به کارمندان در رابطه با سلامت و ایمنی شغلی آنها کمک می‌کند (Chuang & Yang, 2014). مطالعه تیس (۲۰۱۴)، نشان می‌دهد که قابلیت‌های پویا؛ شرکت‌ها را تسهیل می‌کنند تا منابع داخلی و خارجی خود را بسازند، تجدید کرده و (دوباره) پیکربندی کنند، بنابراین، به نوبه خود، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا فرصت‌های جدید را بدست آورند و ارزش خلق کنند. به این ترتیب، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز احتمالاً فرآیندهای جدیدی را توسعه می‌دهد و از فناوری‌های سبز در فرآیند تولید استفاده کرده تا به کاهش انتشارات مضر و کاهش آلودگی کمک کند. علاوه بر این، بکارگیری شیوه‌ها و روش‌های سبز در تولید، می‌تواند منجر به کاهش حداقلی استفاده از سایر منابع طبیعی همچون آب یا زغال سنگ شود و برقراری این شرایط با استانداردهای زیست‌محیطی و ایمنی شغلی مطابقت دارد.

سوماً، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، به چالش‌های نوظهور زیست‌محیطی معاصر شرکت‌ها پاسخ می‌دهد (Teecce, 2016). این دیدگاه نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز این قابلیت را دارد که نه تنها می‌تواند نیازهای تغییراتی محیط‌زیست را برطرف کند بلکه قادر است تا نگرانی جامعه برای مسائل زیست‌محیطی را هم برطرف سازد. در صورت اتخاذ جهت‌گیری کارآفرینانه سبز از سوی شرکت‌ها، آنها می‌توانند بیشتر به سوی منابع مفید و غیر مضر سوق داده شوند، از این رو جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به احتمال زیاد، استفاده از انرژی طبیعی همچون باد و خورشید را تشویق می‌کند، چرا که نه تنها برای سلامت شغلی کارکنان مضر نیست و مفید است، بلکه به‌عنوان رفاه محیط‌زیست نیز شناخته می‌شود (Sine & Lee, 2009). بنابراین، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به‌احتمال زیاد به شرکت‌ها در استفاده از فرصت‌ها کمک می‌کند تا شیوه‌هایی را اتخاذ کنند که نه تنها ارزش اقتصادی ایجاد کند بلکه، نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را بتواند کنترل کند. لذا انتظار داریم:

فرضیه ۲: جهت‌گیری کارآفرینی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی تأثیر دارد.

دهند و مجوزهای اجتماعی و اخلاقی را برای فعالیتهایشان دریافت کنند (Santos, 2011). بدین ترتیب، میزان مشارکت ذینفعان شرکتها، باعث خواهد شد تا مسئولیت اجتماعی درک شده، بتواند بر اثربخشی دوسوتوانی سازمانی در پیش‌بینی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، تأثیر بگذارد.

از آنجایی که دوسوتوانی سازمانی نشان دهنده تغییرات تدریجی و بنیادی در شرکت است، نیروهای معطوف به سهامداران و اثر هم‌افزایی آن در زمینه‌های مطلوب، احتمالاً اثربخشی آن را تسریع می‌کنند (Deng et al., 2020). مسئولیت اجتماعی درک شده می‌تواند به شرکتها برای برآورده کردن انتظارات اجتماعی‌شان، کمک کرده تا بتواند در اثربخشی دوسوتوانی سازمانی در تقویت جهت‌گیری کارآفرینی سبز، اثرگذار باشد. این اثر هم‌افزایی مسئولیت اجتماعی درک شده و دوسوتوانی سازمانی، نه تنها قادر است تا ارزش تبادل اجتماعی را که زیربنایی برای جهت‌گیری کارآفرینی سبز به شمار می‌رود را بر اساس مدل شناخت اجتماعی مبتنی بر مقاصد کارآفرینانه، افزایش دهد (Tuan, 2016)، بلکه همین هم‌افزایی باعث ایجاد نوعی یادگیری و نوآوری می‌شود که می‌تواند جهت‌گیری کارآفرینی سبز را برانگیخته کند (Jansen et al., 2012). بهره‌برداری و اکتشاف می‌تواند به نوآوری شرکت کمک کنند و مسئولیت اجتماعی درک شده با تمرکز نه تنها بر کاهش آسیب، بلکه بر بهبود جامعه نیز نوآوری را تشویق می‌کند (Sharma, 2019). در یک محیط با مسئولیت اجتماعی درک شده بالا، شرکتها تمایل دارند با استفاده از فرآیندهایی که سلامت و ایمنی شغلی کارکنان را تضمین می‌کنند، به دنبال راه‌ها و محصولات جدیدی باشند که هم پایدار باشد و هم کمتر برای مصرف‌کنندگان، جامعه و محیط زیست مضر باشند. از سوی دیگر، اگر مسئولیت اجتماعی درک شده پایین باشد، اعضای شرکت از مناطق ایمنی خود بیرون نمی‌آیند و بیشتر خودگرا باقی می‌مانند، که احتمالاً جهت‌گیری آنها را به سمت توسعه دیگران کاهش می‌دهد (Getele et al., 2020). با این اوصاف، مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت باعث یادگیری از طریق به اشتراک‌گذاری دانش می‌شود، جایی که دانش داخلی نوآوری فزاینده را تسهیل می‌کند، در حالی که لبه دانش خارجی به شرکتها کمک می‌کند تا نوآوری‌های اساسی را انجام دهند (Brunswick & Vanhaverbeke, 2015). در نهایت، مسئولیت اجتماعی درک شده دسترسی به ذینفعان متعدد را برای خلق «محیط زیست» فراهم می‌کند، و شرکتها را قادر می‌سازد تا منابع فراوان، به‌ویژه ارزش‌های اخلاقی را استفاده کنند که فرصت‌های فراوانی را برای نوآوری و رشد به آنها ارائه می‌دهد (Kim et al., 2014). شفیق و همکاران^۳ (۲۰۲۰)، به تأثیر نقش تعدیل‌گری مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت در ارتباط دوسوتوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینی سبز پرداخت و معتقد بود که نقش مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت بایستی کاهشی به مراتب کمتری داشته باشند چرا که

ارزش‌هایی مشخص می‌شود که مسئولیت‌های اجتماعی را تشخیص دهد، و به ارزش‌های اجتماعی اخلاقی کمک کند، و این ارزش‌ها را در شیوه‌های خود تعبیه کند تا بتواند به توسعه کالاها و خدمات و مزیت رقابتی و تجارت خود بپردازد (Getele et al., 2020). نظریه سرمایه اجتماعی (SCT) پیشنهاد می‌کند که با ابتکارات مسئولیت اجتماعی درک شده، شرکتها می‌توانند به دنبال توسعه سرمایه اجتماعی از طریق ذینفعان داخلی و خارجی باشند، زیرا کسب چنین دانشی ضروری است و می‌تواند اقدامات شرکتها را برای دستیابی به عملکرد برتر هدایت کند (Li et al., 2019). مفهوم مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت در دهه ۱۹۳۰ برای شرکت‌های بزرگی که شیوه‌های تجاری خود را با آرمان‌های اجتماعی بیرونی همسو می‌کردند، مطرح شد (Davis, 1973). با این وجود علاوه بر تحقیقات گسترده و کاربردی که در خصوص مسئولیت اجتماعی درک شده در شرکت‌های بزرگ، صورت گرفت، مطالعات اخیر بر کاربردی بودن آن در شرکت‌های کوچک و متوسط نیز حکایت دارد (Perrini, 2006; Sen & Cowley, 2013) و این شرایط توجیه‌ای شد بر استدلال نقش احتمالی مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت، در تأثیرگذاری دوسوتوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینی سبز در شرکت‌های بزرگ و کوچک و متوسط.

بنابر این یک شرکت با مسئولیت اجتماعی که دارد، می‌تواند به اتخاذ تصمیمات شفاف، پاسخگو و قانونی از طرف ذینفعان-اش، بر کیفیت و میزان روابط آنها با سهامداران کلیدی‌اش، بپردازد و از این طریق تصویری از مسئولیت‌پذیری بودن اجتماعی خود را، ایجاد کند (Jamali et al., 2017). اسپنس و همکاران^۱ (۲۰۰۳)، نشان دادند که شرکتها اساساً نهادهای هستند که از هنجارهای سرمایه اجتماعی پیروی می‌کنند، و می‌توانند از سرمایه‌های اجتماعی بیرونی و درونی در جهت توسعه و شهرت مسئولیت اجتماعی شرکت کمک بگیرند (Nahapiet & Ghosha, 2018). روسو و پرنی^۲ (۲۰۱۰)، نشان دادند که مسئولیت اجتماعی، شرکتها تشویق می‌کند تا از روابط قوی خود که از اعتماد، شهرت و مشروعیت با سهامداران خاص (مانند تامین‌کنندگان، مشتریان، رقبا و جامعه محلی) گرفته شده، به‌اندازه کافی برای بهبود مجوز فعالیت‌شان، استفاده کنند. بدین ترتیب، سرمایه اجتماعی به مدیران کمک می‌کند تا از عوامل تعیین‌کننده مختلفی مانند دانش یا مشارکت، که به عملکرد مؤثر فعالیت‌های روزانه کمک می‌کند اما تحت تأثیر مشارکت فعال آن‌ها در تعاملات اجتماعی قرار دارند، استفاده کنند. فرینگتون و همکاران^۳ (۲۰۱۷)، استدلال می‌کنند که این تعاملات اجتماعی شامل یک یا چند بسته مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت است که رفاه جامعه، کارکنان و مشتریان را شامل می‌شود که نقش کلیدی‌ای در توسعه شرکت دارد (Perrini, 2006). بنابرین، شرکتها، مسئولیت اجتماعی درک شده را، ابزاری مهم برای افزایش تصویر، شهرت و رضایت از خود می‌دانند، به عبارتی مسئولیت اجتماعی درک شده، به شرکتها کمک می‌کند تا به حمایت جامعه دست یابند، نگرانی در مورد شیوه‌های تجاری را کاهش

3. Farrington et al
4. Shafique et al

1. Spence et al
2. Russo & Perrini

کار آفرینی سبز در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخت. نتایج حاکی از تایید نقش میانجی‌گر جهت‌گیری کار آفرینی سبز در روابط بین دوستوانی سازمانی و عملکرد شرکت و مشارکت توسعه پایدار بود.

فرح امیر^۴ (۲۰۲۲)، در پژوهشی با عنوان جهت‌گیری کار آفرینی سبز و عملکرد محیطی شرکت از طریق مرور سیستماتیک به این نتیجه رسید که بیشتر مطالعات اخیر به نقش حیاتی جهت‌گیری کار آفرینی سبز در دستیابی به پایداری در یک زمینه تجاری دست یافته‌اند. با این حال، دانش محرک‌های جهت‌گیری کار آفرینی سبز و چگونگی و زمان تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی سبز بر عملکرد محیطی شرکت محدود و فاقد وضوح است. بنابراین، وی در این مطالعه با هدف غنی‌سازی تر کردن ادبیات حاضر نه تنها به تأثیر محرک‌های جهت‌گیری کار آفرینی سبز و عملکرد محیطی شرکت در شرکت‌ها پرداخت. بلکه، به عوامل میانجی و تعدیل‌کننده نیز توجه داشت. سرانجام، این بررسی با پیشنهاد چارچوبی مفهومی با استفاده از شکاف‌های شناسایی‌شده در ادبیات گذشته، پژوهش را پیش برد و پیشنهاد داد که بایستی عوامل سطح خرد و کلان را به منظور پذیرش جهت‌گیری کار آفرینی سبز در شرکت‌ها را در نظر گرفت. همچنین به بررسی روابط عوامل سازمانی که بین جهت‌گیری کار آفرینی سبز و عملکرد محیطی شرکت به عنوان واسطه عمل می‌کنند باید به دقت توجه کرد.

جوزه لوییس و همکاران^۵ (۲۰۲۲)، در پژوهشی با عنوان تسریع توسعه محصول جدید از طریق جهت‌گیری کار آفرینانه در شرکت‌های کوچک و متوسط با تأکید بر نقش تعدیل‌کننده دوستوانی معتقد است که تأثیر گرایش کار آفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط را بر ظرفیت آن برای معرفی سریع محصولات جدید به بازار (یعنی سرعت به بازار) تحلیل می‌کند. یافته‌های نیز یک ارتباط U شکل بین جهت‌گیری کار آفرینانه و سرعت به بازار را تایید می‌کند، و شواهدی مبنی بر اینکه این رابطه منحنی‌خطی زمانی که شرکت‌های کوچک و متوسط دوسوی‌تر نشان می‌دهند، تشدید می‌شود. با این وجود به طور خاص، پیشنهاد داد که شرکت‌ها هنگام نمایش سطوح پایین یا بالا گرایش کار آفرینی، بایستی سرعت بیشتری را در بازار نشان دهند. همچنین پیشنهاد داد که رابطه گرایش کار آفرینی به سرعت به بازار به دوستوانی شرکت‌ها یا ظرفیت آن برای پذیرش همزمان استراتژی‌های اکتشافی و بهره‌بردارانه بستگی دارد.

امران^۶ (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان دوگانگی سازمانی، جهت‌گیری کار آفرینی و عملکرد محیطی در زمینه بررسی نقش تعدیل‌کننده درک شده از مسئولیت‌های اجتماعی این‌گونه بیان می‌کند جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد زیست‌محیطی شرکت‌های کوچک و متوسط با تکیه بر نظریه سرمایه اجتماعی قابل بررسی است، این مطالعه مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌عنوان یک زمینه مهم پیشنهاد می‌کند و رابطه دوستوانی سازمانی جهت‌گیری سازمانی را تعدیل

تأثیر باعث خواهد شد تا دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کار آفرینی سبز تأثیر کمتری داشته باشد. لذا انتظار داریم:

فرضیه ۴: مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت در رابطه علی بین دوستوانی سازمانی و جهت‌گیری کار آفرینی سبز نقش تعدیل‌گر دارد.

۲،۲ پیشینه‌های پژوهش

جعفرنیا و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، در پژوهش خود سعی نمود به بررسی تأثیر گرایش به کار آفرینی و قابلیت‌های پویا، بر عملکرد سازمان با نقش میانجی‌گری دوسوگرایی بپردازد. از دی وی شرکت‌ها برای کسب مزیت رقابتی و عملکرد برتر، باید علاوه بر تمرکز بر نیازهای فعلی مشتریان، نیازهای آینده را نیز کشف کنند و به موقع پاسخ دهند. بنابراین باید به دوستوانی به‌عنوان یک عامل اساسی در کسب مزیت رقابتی توجه کنند. از طرفی ترکیب دو عامل قابلیت‌های پویا و گرایش به کار آفرینی، می‌تواند به نوآوری و سرانجام عملکرد بهتر شرکت بیانجامد. در پژوهش حاضر یافته‌ها نشان داد که دوستوانی بر عملکرد شرکت، گرایش کار آفرینانه و قابلیت‌های پویا بر دوستوانی تأثیر معناداری دارند. همچنین نقش میانجی‌گری دوستوانی در تأثیر گرایش کار آفرینانه بر عملکرد شرکت تایید شد. اما نقش میانجی‌گری دوستوانی در تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تایید نشد. در پایان پیشنهاد داد که برای شروع دوستوانی، قابلیت‌های پویا و گرایش کار آفرینانه باید مورد توجه قرار گیرند. به عبارت دیگر، وقتی شرکت دارای قابلیت‌های پویا و انعطاف‌پذیری است، فرد اجازه دارد از قضاوت خود برای تقسیم‌چگونگی وقت بین فعالیت‌های بهره‌بردارانه و اکتشافی استفاده کند.

مایوچی^۲ (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان نقش کار آفرینی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی براساس مدل خودسازماندهی بیان می‌کند اهمیت اصطلاح کار آفرینی سبز در دو حوزه علمی کار آفرینی و اقتصاد محیط‌زیست به حدی است که از یک طرف اقتصاددانان محیط‌زیست نواقص بازار را مهمترین دلایل آلودگی محیط‌زیست دانسته و از طرف دیگر، ادبیات کار آفرینی عنوان می‌نماید که نواقص بازار نقش مهمی در بهره‌برداری از فرصت‌های جدید توسط کار آفرینان پیشرو دارد. وی با مرور مطالعات پیشین و با معرفی کار آفرینی سبز و نقش آن در عملکرد زیست‌محیطی تحت چرخه "مدل خودسازماندهی" پرداخت. در ادامه، عوامل اساسی این چرخه مانند نهادها و قوانین مرتبط، تکنولوژی کارآمد و بهبود عملکرد مورد بررسی قرار گرفت. به طوریکه ارائه مدل برای مباحث کار آفرینی سبز، توجه به تکنولوژی حامی محیط‌زیست و تأثیرات نهادها (قوانین و بازار) از محورهای نتایج این پژوهش بود.

۲،۳ پیشینه خارجی

جوناید^۳ (۲۰۲۲)، در پژوهشی با عنوان دوستوانی سازمانی، عملکرد شرکت و توسعه پایدار با تأکید بر نقش میانجی‌گرایش

4. FarahAmeer

5. José Luis

6. Imran

1. Jafarinia et al

2. MayoChi

3. Junaid

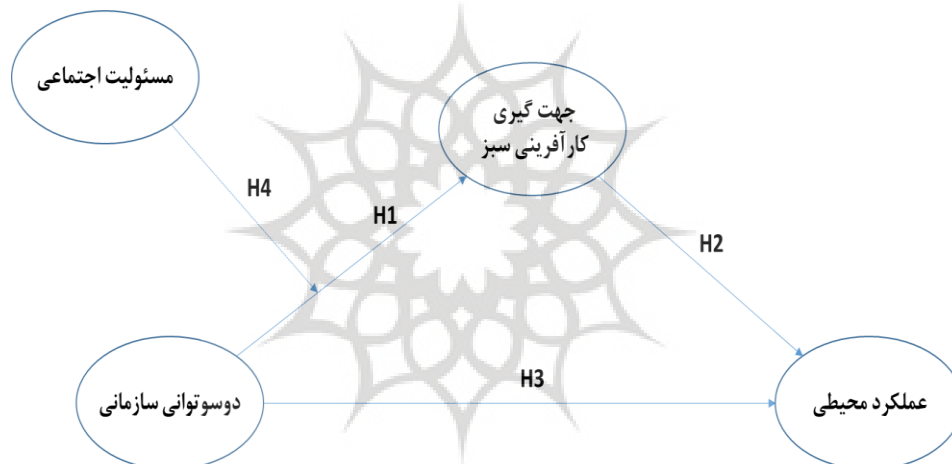
در تولید، استفاده از منابع طبیعی دیگر برای انرژی، مانند آب یا زغال سنگ، و مطابق با انواع استانداردهای ایمنی، محیط زیست و شغل است را به حداقل می رساند. سوم، دوستوانی همچنین به نیاز به تحول ساختاری برای پاسخگویی به آن چالش‌های نوظهور زیست‌محیطی معاصر پاسخ می‌دهد.

۲، ۴ مدل مفهومی پژوهش

به‌منظور دستیابی به هدف پژوهش، و با توجه به مطالعات انجام‌شده و فرضیات مطرح شده و حسب مرور ادبیات صورت گرفته، مدل مفهومی زیر مبنای مطالعه حاضر قرار گرفت. با این اوصاف: مهمترین نوآوری در مدل حاضر آن است که مطالعات گذشته بیشتر به جنبه تئوریک قضیه پرداختند و اگر تحقیقی نیز صورت گرفته، نتوانسته رابطه متغیرها را به طور کامل با هم ذکر و توصیف کنند و شاید به جرات بتوان گفت مطالعه حاضر توانسته به خوبی این رابطه‌ها را بین متغیرها به منظور هدف مورد بررسی، به نحو احسن، برقرار کند.

می‌کند. نتایج شواهد تجربی حاکی از آن است که پیچیدگی و مشکلی که شرکت‌ها در دستیابی به عملکرد زیست‌محیطی با آن مواجه هستند را می‌توان از طریق دوستوانی کاهش داد. اکتشاف و بهره‌برداری هم‌زمان از نوآوری و همچنین و از طریق کارآفرینی تعیین شد. علاوه بر این، اثربخشی دوستوانی در تحریک کارآفرینی و متعاقب آن تا زمانی که شرکت‌ها توانایی ایجاد را داشته باشند، عملکرد زیست‌محیطی را می‌توان با مسئولیت اجتماعی بهینه کرد.

تیس (۲۰۱۶)، نشان داد که قابلیت‌های پویا فعالیت شرکت‌ها را برای ساخت، تمدید و (دوباره) پیکربندی داخلی و خارجی منابع خود تسهیل می‌بخشد و به نوبه خود، آنها را قادر می‌سازد تا از فرصت‌های جدید استفاده کنند و ایجاد ارزش کنند. به این ترتیب، دوستوانی احتمالاً فرایندهای جدید و استفاده از فناوری‌های سبز در فرایند تولید توسعه می‌دهد که برای کاهش انتشارات مضر و کاهش آلودگی به این امر کمک خواهد کرد. علاوه بر این، جاسازی شیوه‌ها و روش‌های سبز



شکل ۱. مدل پژوهش (منبع: جندی (۲۰۲۲)؛ فاراح (۲۰۲۲)؛ جوزه لویس (۲۰۲۲) و امران (۲۰۲۰))

در نهایت مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت از کیم و همکاران (۲۰۱۴)، که مشتمل بر ۵ سوال بودند، به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها، استفاده شدند، مبنای مقیاس اندازه‌گیری سوالات طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بود. برای تأیید روایی^۲ از سه نوع روایی "محتوا"، روایی همگرا^۳ و روایی واگرا^۴ و برای تأیید پایایی از سه معیار (بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ^۵ و ضریب پایایی مرکب^۶) استفاده شد. در جدول ۱ و ۲ نتایج پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری به‌طور کامل آورده شده است.

۳ روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف "کاربردی" و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، "توصیفی-پیمایشی" از نوع همبستگی است. جامعه آماری کارکنان (۳۰۰ نفر) شرکت فراسان استان فارس بودند که ۱۶۹ نفر با فرمول کوکران به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. از پرسشنامه دوستوانی سازمانی لوباکتین و همکاران (۲۰۱۹)، مشتمل بر ۱۲ سوال، عملکرد زیست‌محیطی پانگ و همکاران^۱ (۲۰۱۱)، مشتمل بر ۳ سوال، جهت‌گیری کارآفرینانه سبزی و همکاران^۲ (۲۰۱۰)، مشتمل بر ۵ سوال،

5. Convergent Validity

6. Divergent Validity

7. Coefficient of Cronbach's alpha

8. Coefficient of Composite Reliability

1. Yang et al

2. Li et al

3. Validity

4. Content Validity

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

جنسیت	مرد ۰/۸۳	زن ۰/۱۸
سن	کمتر از ۳۰ سال ۰/۴۷	۳۱ تا ۴۰ سال ۰/۳۵
تحصیلات	لیسانس ۰/۶۰	فوق لیسانس یا بالاتر ۰/۴۰
سابقه کار	کمتر از ۱۰ سال ۰/۵۳	۱۱ تا ۲۰ سال ۰/۳۵
		بیش از ۲۰ سال ۰/۱۲

جدول ۲. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

متغیرهای پژوهش	ضریب میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	بارهای عاملی		ضریب پایایی مرکب	ضریب پایایی آلفای کرونباخ
		ضریب مسیر	آزمون t		
دوستوانی سازمانی	۰/۷۷۳	-	-	۰/۸۷۲	۰/۷۰۸
اکتشاف	-	۰/۸۹۶	۳۲/۹۲۴	-	-
بهره‌برداری	-	۰/۸۶۲	۲۲/۷۱۲	-	-
عملکرد زیست‌محیطی	۰/۵۱۵	-	-	۰/۷۹۰	۰/۷۱۰
جهت‌گیری کارآفرینانه سبز	۰/۵۱۱	-	-	۰/۷۷۵	۰/۷۱۱
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۵۵۴	-	-	۰/۹۱۷	۰/۸۹۸
مسئولیت اجتماعی شرکت * دوستوانی سازمانی	۰/۱۰۰۰	-	-	۰/۱۰۰۰	۰/۱۰۰۰

جدول ۳. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا

متغیر	جهت‌گیری کارآفرینانه سبز	مسئولیت اجتماعی شرکت * دوستوانی سازمانی	دوستوانی سازمانی	عملکرد زیست‌محیطی	مسئولیت اجتماعی شرکت	جزر (AVE)
جهت‌گیری کارآفرینانه سبز	۰/۶۸۶					۰/۷۱
مسئولیت اجتماعی شرکت * دوستوانی سازمانی	-۰/۰۱۶	۰/۱۰۰۰				۱
دوستوانی سازمانی	۰/۲۸۰	-۰/۳۹۶	۰/۸۷۹			۰/۸۸
عملکرد زیست‌محیطی	۰/۶۰۵	-۰/۳۰۷	۰/۴۷۵	۰/۷۱۸		۰/۷۲
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۶۱۵	-۰/۴۵۷	۰/۷۰۳	۰/۷۳۳	۰/۷۲۴	۰/۷۴

برای بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لاکر استفاده شده است: از نظر فورنل و لاکر روایی واگرا وقتی در سطح مطلوب است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. این کار به وسیله یک ماتریس انجام می‌گیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جزر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. در صورتی که اعداد روی قطر اصلی از مقادیر زیرش بیشتر باشد، این روش قابل‌قبول است و مدل دارای روایی واگرا قابل‌قبولی می‌باشد (Davari & Rezazadeh, 2017). همان‌طور که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود، مقدار جزر AVE متغیرهای مکنون از مقدار همبستگی میان آنها که در خانه‌های زیر آن و سمت چپ قطر اصلی بیشتر می‌باشد. پس روایی واگرا متغیرهای مدل در حد قابل‌قبولی می‌باشد.

با توجه به گفت‌های فوق و نتایج خروجی‌های نرم‌افزار اسمارت پلاس^۱ که در جداول شماره‌های ۲ و ۳ آورده شده، مشخص است که ابزار اندازه‌گیری از روایی و پایایی، مناسب برخوردارند.

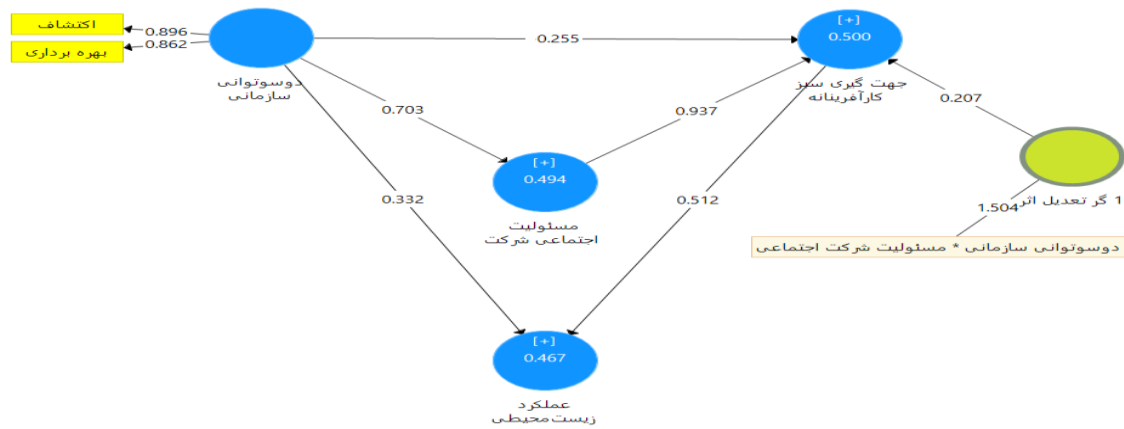
۴ یافته‌ها

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده که روشی برای مدل‌سازی معادلات ساختاری است. قابل‌ذکر است که ارزش t، معنی‌دار بودن اثر متغیرهای پژوهش را می‌دهد. اگر مقدار t از ۱/۹۶ بیشتر باشد به معنای این است که، بین متغیرها نه تنها اثر مثبتی بلکه معنی‌دار نیز است. اگر مقدار t بین ۱/۹۶+ تا ۱/۹۶- باشد هیچ اثر معنی‌داری بین متغیرهای پژوهش وجود ندارد و اگر مقدار t از ۱/۹۶- کوچکتر باشد

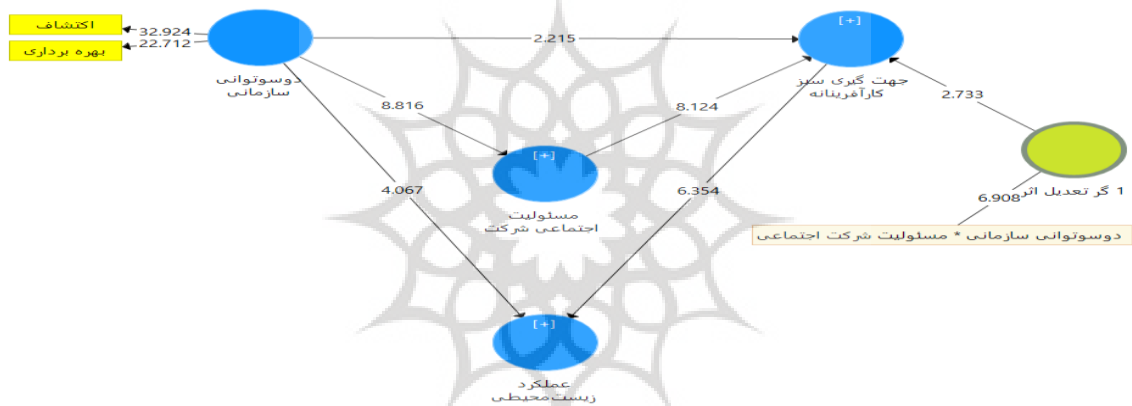
1. Smart-PLS

بین متغیرها وجود دارد و اگر زیر مقدار $0/3$ باشد یعنی ارتباط ضعیفی بین متغیرها وجود دارد (Chin, 2003).

یعنی بین متغیرها نه تنها اثر منفی بلکه معنادار نیز است. و همچنین اگر ضرایب مسیر β ، بالای مقدار $0/6$ باشد به معنای این است که ارتباطی قوی بین متغیرها وجود دارد، اگر ضرایب مسیر β ، بین مقادیر $0/3$ تا $0/6$ باشند ارتباط متوسطی



نمودار ۲. ضرایب مسیر مدل



نمودار ۳. نتایج آزمون T

در نمودارهای (۲) و (۳) که در فوق به آنها اشاره شده است، ارتباط بین متغیرها نشان داده شده است و در ادامه به صورت مختصر در جدول ۴ نتایج آورده شده است.

جدول ۴. خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات

میزان تأثیر	سطح معناداری	ارزش آزمون T	ضریب مسیر	مسیر
متوسط	معنادار	۲/۲۱۵	۰/۲۵۵	دوستوانی سازمانی → جهت گیری کارآفرینانه سبز
قوی	معنادار	۶/۳۵۴	۰/۵۱۲	عملکرد زیست محیطی → جهت گیری کارآفرینانه سبز
متوسط	معنادار	۴/۰۶۷	۰/۳۳۲	دوستوانی سازمانی → عملکرد زیست محیطی
قوی	معنادار	۸/۸۱۶	۰/۷۰۳	دوستوانی سازمانی → مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت
قوی	معنادار	۸/۱۲۴	۰/۹۳۷	دوستوانی سازمانی → جهت گیری کارآفرینانه سبز

مسیر ۰/۵۱۲ و مقدار ۶/۳۵۴، این نتیجه حاصل شد که جهت گیری کارآفرینانه سبز بر عملکرد زیست محیطی تأثیر معنادار و ضعیف دارد. در ادامه برای بررسی تأثیرات متغیر میانجی لازم است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم بررسی شوند (جدول ۵).

طبق جدول فوق که بر پایه نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش است می توان گفت که: نتیجه حاصل از آزمون فرضیه اول با توجه به ضریب مسیر ۰/۲۵۵ و مقدار ۲/۲۱۵، نشان می دهد که دوستوانی سازمانی بر جهت گیری کارآفرینانه سبز تأثیر معنادار و متوسط دارد. در آزمون فرضیه دوم با ضریب

جدول ۵. تفکیک اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم

اثرات کل	اثرات غیرمستقیم	اثرات مستقیم	روابط
۰/۹۱۴	۰/۶۵۹	۰/۲۵۵	دوستوانی سازمانی ← جهت گیری کارآفرینانه سبز
۰/۵۱۲	-----	۰/۵۱۲	جهت گیری کارآفرینانه سبز ← عملکرد زیست محیطی
۰/۵۳۸	۰/۲۰۶	۰/۳۳۲	دوستوانی سازمانی ← عملکرد زیست محیطی
۰/۷۰۳	-----	۰/۷۰۳	دوستوانی سازمانی ← مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت
۰/۹۳۷	-----	۰/۹۳۷	مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت ← جهت گیری کارآفرینانه سبز
۰/۴۷۹	۰/۴۷۹	-----	مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت ← عملکرد زیست محیطی ← جهت گیری کارآفرینانه سبز
۰/۱۰۶	۰/۱۰۶	-----	دوستوانی سازمانی ← جهت گیری کارآفرینانه سبز در حضور متغیر تعدیلگر

در ادامه در جدول شماره (۶) به بررسی آزمون های سوبل^۱ تعدیلگر پرداخته خواهد شد.

جدول ۶. مقادیر Z-value حاصل از آزمون سوبل

ردیف	نام متغیر میانجی	Z-value	VAF	اثر میانجی جزئی
۱	جهت گیری کارآفرینانه سبز در تأثیر گذاری دوستوانی سازمانی بر عملکرد زیست محیطی	۲/۰۷	۰/۲۸	

سه حالت $VAF < 0.20$ بدون اثر میانجی؛ $0.20 \leq VAF < 0.80$ دارای اثر میانجی جزئی؛ $VAF \geq 0.80$ دارای میانجی کامل؛ قرار می گیرد. در ادامه و در جدول شماره ۷ به ارزیابی میزان اثر متغیر تعدیلگر از طریق شاخص f^2 به شرح زیر پرداخته شد. (Cohen, 1988).

$$f^2 = \frac{(R^2 \text{ included} - R^2 \text{ excluded})}{(1 - R^2 \text{ included})}$$

در این فرمول، تفاوت بین ضرایب تعیین در مدل اصلی و مدل تعاملی برای ارزیابی اثر کلی محاسبه می شود و مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۲۵ به ترتیب نشان دهنده تأثیر کم، متوسط و زیاد است.

هر چند که در جدول شماره (۵) اثرات غیرمستقیم و کل متغیر میانجی آورده شده اما طبق آزمون سوبل ابتدا باید مشخص شود که متغیر جهت گیری کارآفرینانه سبز نقش میانجی را می تواند ایفا کند یا خیر؟

در جدول شماره ۵ آزمون سوبل متغیر میانجی نیز گویای این واقعیت است که جهت گیری کارآفرینانه سبز می تواند به ترتیب به مقادیر ۲/۰۷ را میانجی گری کند، چرا که طبق گفته داوری و رضازاده (۲۰۱۷)، تست سوبل اگر از ۱/۹۶، بیشتر باشد به احتمال ۰/۹۵ نقش میانجی تایید خواهد شد اثر واف^۲ که شدت متغیر میانجیگر رو بررسی می کند نشان داد که شدت متغیر جهت گیری کارآفرینانه سبز، (۰/۲۸) می باشد و گویای نقش جزئی این متغیر میانجی است، چرا که طبق گفته هیر و همکاران^۳ (۲۰۱۲) اثر واف در یکی از سه حال در یکی از

جدول ۷. مقادیر f^2 حاصل از آزمون تعدیلگر

ردیف	نام متغیر تعدیلگر	f^2	تأثیر
۱	مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت (تعدیلگر) در تأثیر گذاری دوستوانی سازمانی بر جهت گیری کارآفرینانه سبز	۰/۱۵۲	متوسط

3. Hair et al

1. Sobel test
2. VAF Variance Accounted For

بررسی برآزش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برآزش بخش کلی را نیز کنترل نماید. این معیار را **تن‌هاوس و همکاران^۴ (۲۰۰۴)** معرفی کردند و از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

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

به‌طوری که Communalities نشانگر میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه می‌باشد و \bar{R}^2 نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است که در داخل دایره‌ها در شکل خروجی نرم‌افزار Smart PLS نشان داده می‌شود. وتزل و همکاران سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. یعنی اینکه اگر مقدار ۰/۰۱ و نزدیک آن به‌عنوان GOF در یک مدل بود، می‌توان نتیجه گرفت که برآزش کلی آن مدل در حد ضعیفی است و باید روابط بین سازه‌های مدل را اصلاح کرد و همچنین اگر مقدار ۰/۳۶ برای GOF حاصل شد، نشانگر برآزش کلی قوی مدل دارد (Davari & Rezazadeh, 2017). مقدار معیار GOF معادل ۰/۴۶ و از ۰/۳۶ بیشتر می‌باشد که نشانگر برآزش قوی مدل کلی پژوهش است.

طبق جدول شماره ۷، متغیر دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز با حضور نقش متغیر مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت به عنوان تعدیل‌گر دارای اثر ۰/۱۵۲ می‌باشند که با این اوصاف دارای اثر تعدیل‌گری متوسط می‌باشد. به عبارتی شدت تاثیر متغیر تعدیل‌گر "مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت" برای اینکه دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را متاثر سازد، مقدارش ۰/۱۵۲ است و این مقدار نسبتاً از ۰/۱۵۲ بیشتر به عبارتی $0.25 \leq f2 \leq 0.15$ است و طبق قانون کوهن (۱۹۸۸) در رده تاثیر متوسط قرار دارد. و این بدان معناست که دوستوانی سازمانی بعد از اعمال متغیر تعدیل‌گری تاثیر خودش را بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز مقادیر کمی کاهش داده است. به عبارتی چون قبل از ورود تعدیل‌گر این تاثیر مثبت بوده (۰/۲۵۵) اما همچنان با ورود متغیر تعدیل‌گر شدت این تاثیر مثبت بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز مقدار کمی کاهش یافته و به (۰/۲۰۷) است. در ادامه از طریق معیار GOF که به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری مرتبط به بررسی برآزش مدل پرداخته خواهد شد

برآزش مدل

معیار GOF^۱ مرتبط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. این یعنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از

جدول ۸. نتایج برآزش کلی مدل با معیار GOF

متغیرهای درون‌زا	R ²	Communality	GOF
جهت‌گیری کارآفرینانه سبز	۰/۵۰۰	۰/۱۴۹	GOF = $\sqrt{0.49 * 0.27} = 0.37$
عملکرد زیست محیطی	۰/۴۶۷	۰/۲۳۶	
مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت	۰/۴۹۴	۰/۴۳۴	

دوستوانی سازمانی مهارت دارند نسبت به سایر شرکت‌ها تمایل بیشتری به موفقیت دارند.

نتایج فرضیه دوم نیز بیان کرد که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بر عملکرد زیست‌محیطی تاثیر دارد. که این نتیجه با پژوهش **مایو چی (۲۰۲۱)**؛ **امیر و خان (۲۰۲۲)**؛ مشابهت دارد. با تاییده این فرضیه بایستی گفت که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز عامل مهمی در بروز عملکرد زیست محیطی است؛ **شفیق و همکاران (۲۰۲۰)** دریافتند که شرکت‌هایی که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز بیشتری دارند، به طور فعال‌تری به مشکلات زیست‌محیطی طبیعی رسیدگی می‌کنند، چرا که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز می‌تواند در به حداقل رساندن تخریب محیط‌زیست و بهبود اکولوژی، کمک شایانی داشته باشد. همچنین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز این توانایی را دارد که محصولات سازگار با محیط زیست را از طریق بهبود طراحی‌های سازگار با محیط زیست معرفی کند که می‌تواند مواد خطرناک و کشنده را کاهش دهد. استفاده از فناوری‌های سبز به شرکت‌ها کمک می‌کند تا ضمن اینکه به مسائل و

۵ بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، تحلیل تاثیر دوستوانی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و عملکرد زیست‌محیطی با تاکید بر نقش مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت (مطالعه موردی شرکت فراسان ایران) بود. نتایج حاکی از تایید فرضیه اول "دوستوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تاثیر دارد" بود. که این نتیجه با پژوهش‌های **جعفرنیا و همکاران (۲۰۲۰)**؛ **جوزه لونیس (۲۰۲۱)**؛ مشابهت دارد. لذا پیشنهاد می‌شود، مدیران بانکی حتماً توجه شایانی به دوستوانی سازمانی در محیط کار داشته باشد چرا که تعیین کننده مهمی در جهت‌گیری کارآفرینانه سبز به حساب می‌آید، **کاکرتز و واگنر^۳ (۲۰۱۰)** دریافت که دوستوانی سازمانی یک پیش‌بینی‌کننده مهم در جهت‌گیری شرکت‌ها به سمت شیوه‌های تجاری دوستدار محیط زیست به حساب می‌آید، **گیسون و بریکینشاو (۲۰۰۴)** و شرکت‌هایی که در بکارگیری

4. Ameer & Khan

1. Goodness of fit

2. Tenenhaus et al

3. Kuckertz & Wagner

که اگر بتواند با سایر منابع و یا شایستگی‌های شرکت ترکیب شود، احتمالاً قابلیت‌های شرکت را در تعیین نتایج سازگار با محیط زیست بهینه می‌کند. به طور خاص، مسئولیت اجتماعی درک شده، سرمایه اجتماعی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند، که اثربخشی دوسوتوانی سازمانی را برای پیش بینی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز تسریع کند. از آنجایی که مسئولیت اجتماعی درک شده به رفتار مسئولانه شرکت‌ها در قبال ذینفعان مربوط می‌شود، تلاش شرکت‌ها را برای تولید محصولات سازگار با محیط زیست به منظور دستیابی به پایداری را تسهیل می‌کند. با تمامی این اوصاف طبق این فرضیه مسئولیت اجتماعی درک شده کاهش یافته منتهای کاهش ضعیف بوده و مدیران شرکت باید بتواند راهبردی را اتخاذ کنند که این کاهش نتواند بر خط‌مشی‌های شرکت در بلند مدت تاثیر بدی بگذارد.

علیرغم نتایج پژوهش، مطالعه حاضر مستلزم چندین محدودیت است که می‌تواند به عنوان ایده‌هایی برای پژوهش‌های آتی به کار گرفته شود.

ابتدا، این مطالعه بر روی شرکت فراسان که یک شرکت تولیدی در استان فارس است متمرکز بود که توانست نتایج جالبی را بر نشان دهد. با این حال، مطالعات آتی را می‌توان بر روی شرکت‌های بزرگ نیز مورد آزمایش قرار داد.

دوم، در این مطالعه از نظریه سرمایه اجتماعی به منظور معرفی مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان عامل زمینه‌ای استفاده شد، با این حال، پیشنهاد می‌شود که از نظریه سهامداران نیز برای مطالعات آتی به منظور معرفی مسئولیت اجتماعی شرکت بهره جست.

سوم، این پژوهش در واقع نوعی مطالعه کمی بود و از یک نظرسنجی مقطعی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. با این حال، پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آتی از نوعی پژوهشی کیفی یا رویکرد ترکیبی جهت روابط بین متغیرها استفاده شود.

چهارم، در این مطالعه تنها از مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک تعدیل‌کننده استفاده شد، در حالی که در مطالعات آتی می‌توان از اثرات تعدیل‌گرهای دیگر مانند سبک‌های رهبری را بهره جست.

در پایان و با عنایت به نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری، مدل مفهومی پژوهش، را می‌توان به‌عنوان مدل تجربی که می‌تواند راهنما و مبنایی برای پژوهش‌های علمی و عملی آینده قرار گیرد، در نظر گرفت.

تشکر و قدردانی

لازم است که از مدیر محترم شرکت فراسان که همکاری لازم را با دانشجوی محترم به منظور انجام پایان‌نامه‌اش را داشتند، تشکر و قدردانی نمایم.

عملکرد زیست‌محیطی رسیدگی کنند بتوانند سلامت و ایمنی شغلی کارکنان و رفاه جامعه را نیز در نظر بگیرند. به عبارتی دیگر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا تکنیک‌ها، فرآیندها و محصولات تعبیه‌شده با عناصر سازگار با محیط زیست را توسعه و/یا تطبیق دهند، و از این رو به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا تخریب محیطی را کاهش دهند و رفاه کلی کارکنان، اجتماعی و محیطی را بهبود بخشند، به همین دلایل مدیران شرکت بایستی بتوانند به این عامل "جهت‌گیری کارآفرینانه سبز" توجه شایانی داشته باشند.

نتایج فرضیه سوم نیز بیان کرد که جهت‌گیری کارآفرینانه سبز در تأثیرگذاری دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی نقش میانجی دارد. که این نتیجه با پژوهش **جوناید (۲۰۲۲)**، مطالعه **تیس (۲۰۱۶)**، مشابهت دارد. در تاییده این فرضیه به مدیران شرکت پیشنهاد می‌شود حتماً برای مشارکت موفقیت‌آمیز در فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری، راحل‌های نوآورانه را پیش ببرند، تا بتوانند اولاً کارایی فرآیندها را بهبود بخشند و ثانیاً مشخصات محصول را به گونه‌ای بهینه می‌کند که عملکرد محیطی را تحریک کند. علاوه بر این، اگر شرکت بتواند دوسوتوانی در پیکربندی منابع خود برای طراحی و توسعه فرآیندها، فن‌آوری‌ها، روش‌ها و یا محصولاتی که نشان‌دهنده جهت‌گیری کارآفرینانه سبز هستند، بکار گیرد، می‌تواند باعث حفاظت و کاهش تخریب محیط‌زیست شود. از آنجا که این مطالعه دوسوتوانی سازمانی را به دو فعالیت نوآورانه متفاوت تقسیم کرد نوآوری بهره‌برداری و اکتشافی که به طور همزمان انجام می‌شوند و می‌تواند جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را "که شامل: جنبه‌های سازنده در قالب نوآوری سبز، فعال بودن، و ریسک‌پذیری است" برای فعال کردن شرکت‌ها برای جذب فرصت‌های سبز و پایدار، که عملکرد محیطی را تقویت می‌کنند، مثر ثمر باشد.

نتایج فرضیه چهارم نیز بیان کرد که مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت در تأثیرگذاری دوسوتوانی سازمانی بر جهت‌گیری کارآفرینانه سبز نقش تعدیل‌گر دارد. که این نتیجه با پژوهش **شفیق و همکاران (۲۰۲۰)**، مشابهت دارد. با تاییده این فرضیه بایستی به مدیران شرکت پیشنهاد می‌شود تا از مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت در فعالیت‌های کسب و کار خود استفاده کند چرا که با این کار نه تنها رفاه کارکنانش را در نظر خواهند گرفت، بلکه احتمال بیشتر دارد تا جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را به منظور عملکرد محیطی بهتر تحریک کند، همچنین اگر در استراتژی یک شرکت فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی درک شده، گنجانده شوند، اثربخشی دوسوتوانی سازمانی را برای پیش‌بینی جهت‌گیری کارآفرینانه سبز را تسریع می‌کند، چرا که مسئولیت اجتماعی درک شده نه تنها رفاه سهامداران "جامعه و محیط زیست" را مشخص می‌کند، بلکه شرکت را تحریک می‌کند تا بر منافع جامعه و محیط زیست متمرکز شود. همچنین از آنجا که تئوری سرمایه اجتماعی، مسئولیت اجتماعی درک شده را به عنوان زمینه‌ای کلیدی پیشنهاد می‌کند که اثربخشی قابلیت‌های شرکت را در توسعه ظرفیت‌های سبز و تعیین نتایج پایدار تسریع می‌کند، به عبارتی دیگر؛ تئوری سرمایه اجتماعی، مسئولیت اجتماعی درک شده را به‌عنوان زمینه‌ای «مناسب منابع» در نظر گرفته،

سهم نویسندگان

از آنجا که این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است سهم نویسنده نفر اول (۰/۶۰) و نفر دوم (۰/۳۰) و نفر سوم (۰/۱۰) درصد می‌باشند.

تضاد منافع

بین نویسندگان تضاد منافی وجود ندارد.

منابع

- Ameer, F. and Khan, N.R. (2022). Green entrepreneurial orientation and corporate environmental performance: A systematic literature review. *European Management Journal*, In Press, Corrected Proof, Available online 22 April 2022.
- Beckman, C. M. (2006). The influence of founding team company affiliations on firm behavior. *Academy of Management Journal*, 49(4), 741–758.
- Brettel, M., Chomik, C., & Flatten, T. C. (2015). How organizational culture influences innovativeness, proactiveness, and risk-taking: Fostering entrepreneurial orientation in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 868–885.
- Brunswicker, S., & Vanhaverbeke, W. (2015). Open innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs): External knowledge sourcing strategies and internal organizational facilitators. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1241–1263.
- Chang, Y.-Y., & Hughes, M. (2012). Drivers of innovation ambidexterity insmall-to medium-sized firms. *European Management Journal*, 30(1), 1–17.
- Chin, W. W. (2003). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Chuang, S.-P., & Yang, C.-L. (2014). Key success factors when implementing a green-manufacturing system. *Production Planning & Control*, 25(11), 923–937.
- Cohen, J. E. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Davari, A. and Rezazadeh, A. (2017). *Structural equation modeling with PLS software*. Tehran: Academic Jihad Publishing Organization. [in Persian]
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322.
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneur -ship. *Small Business Economics*, 52(4), 759–771.
- Deng, X., Long, X., Schuler, D. A., Luo, H., & Zhao, X. (2020). External corporate

- social responsibility and labor productivity: A S-curve relationship and the moderating role of internal CSR and government subsidy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 393–408.
- Ebrahimi, P., & Mirbargkar, S. M. (2017). Green entrepreneurship and green innovation for SME development in market turbulence. *Eurasian Business Review*, 7(2), 203–228.
- Farrington, T., Curran, R., Gori, K., O'Gorman, K. D., & Queenan, C. J. (2017). Corporate social responsibility: Reviewed, rated, revised. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 30–47.
- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44–56.
- Guo, J., Guo, B., Zhou, J., & Wu, X. (2020). How does the ambidexterity of technological learning routine affect firm innovation performance within industrial clusters? The moderating effects of knowledge attributes. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119990.
- Getele, G. K., Li, T., & Arrive, T. J. (2020). Corporate culture in small and medium enterprises: Application of corporate social responsibility theory. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27 (2), 897–908.
- Gibson, C. B., & Birkinshaw, J. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 47(2), 209–226.
- Haldar, S. (2019). Towards a conceptual understanding of sustainability driven entrepreneurship. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1157–1170.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Hill, S. A., & Birkinshaw, J. (2014). Ambidexterity and survival in corporate venture units. *Journal of Management*, 40(7), 1899–1931.
- Jafarinia, S; Norali, M.R and RamzAvar, T. (2020). Investigating the effect of entrepreneurial orientation and dynamic capabilities on company performance with a two-column mediation role. *Innovation management in Organizational ambidexterity*. 2(3), 119–142. [in Persian]
- Jansen, J. J., Simsek, Z., & Cao, Q. (2012). Ambidexterity and performance in multiunit contexts: Cross-level moderating effects of structural and resource attributes. *Strategic Management Journal*, 33(11), 1286–1303.
- Jamali, D., Lund-Thomsen, P., & Jeppesen, S. (2017). SMEs and CSR in developing countries. *Business & Society*, 56(1), 11–22.
- Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic

- capability perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 131.
- Jin, K. G., Drozdenko, R., & DeLoughy, S. (2013). The role of corporate value clusters in ethics, social responsibility, and performance: A study of financial professionals and implications for the financial meltdown. *Journal of business ethics*, 112(1), 15–24.
- José Luis, F.M, Olmos-Peñuela, J, Salas-Vallina, A & Alegre Vidal, J. (2022). Entrepreneurial orientation and new product development performance in SMEs: The mediating role of business model innovation. *Technovation*, 108(4), 102325.
- Junaid, A; Veneziani, M; Sarwar, H & Ishtiaq Ishaq, M.I. (2022). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial competencies, innovation, and performances in SMEs of Pakistan: Moderating role of social ties. *Business Ethics the Environment & Responsibility*, 31(2), 419-437.
- Junni, P., Sarala, R. M., Taras, V., & Tarba, S. Y. (2013). Organizational ambidexterity and performance: A meta-analysis. *Academy of Management Perspectives*, 27(4), 299–312.
- Kim, Y., Li, H., & Li, S. (2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk. *Journal of Banking & Finance*, 43, 1–13.
- Kuckertz, A. & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. *Journal. Business. Ventur.* 2010(25), 524–539.
- Lubatkin, M. H., Simsek, Z., Ling, Y., & Veiga, J. F. (2006). Ambidexterity and performance in small-to medium-sized firms: The pivotal role of top management team behavioral integration. *Journal of Management*, 32(5), 646–672.
- Leonidou, L. C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L. P., & Palihawadana, D. (2017). Internal drivers and performance consequences of small firm green business strategy: The moderating role of external forces. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 585–606.
- Li, L., Li, G., Tsai, F.-S., Lee, H.-Y., & Lee, C.-H. (2019). The effects of corporate social responsibility on service innovation performance: *The role of dynamic capability for sustainability*. *Sustainability*, 11(10), 2739.
- Li, Y., Wei, Z., & Liu, Y. (2010). Strategic orientations, knowledge acquisition, and firm performance: The perspective of the vendor in cross-border outsourcing. *Journal of Management Studies*, 47(8), 1457–1482.
- Luo, X., & Du, S. (2015). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation. *Marketing Letters*, 26(4), 703–714.
- March, J. G. (1991). *Exploration and exploitation in organizational learning*. *Organization Science*, 2(1), 71–87.
- Mohammadi, I. (2019). The effect of orientation to the market and orientation to entrepreneurship on company performance (case study: small and medium enterprises of Herat city). *National conferences of new*

- achievements in the field of management. Ferdowsi University of Mashhad. [in Persian].
- MayoChi, L. (2021). The role of green entrepreneurship on environmental performance "based on the self-organization model". Specialized scientific quarterly of new research approaches in management and accounting, 8(2), 10-18.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Orazalin, N., & Baydauletov, M. (2020). Corporate social responsibility strategy and corporate environmental and social performance: The moderating role of board gender diversity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1664–167.
- Perrini, F. (2006). SMEs and CSR theory: Evidence and implications from an Italian perspective. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 305–316.
- Qi, G., Zou, h., & Xie, X. (2020). Governmental inspection and green innovation: Examining the role of environmental capability and institutional development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1774–1785.
- Russo, A., & Perrini, F. (2010). Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs. *Journal of Business Ethics*, 91(2), 207–221
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: Strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 490–507.
- Sastry, M. A. (1997). Problems and paradoxes in a model of punctuated organizational change. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 237–275.
- Sen, S., & Cowley, J. (2013). The relevance of stakeholder theory and social capital theory in the context of CSR in SMEs: An Australian perspective. *Journal of Business Ethics*, 118(2), 413–42.
- Sharma, E. (2019). A review of corporate social responsibility in developed and developing nations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 712–720.
- Shafique, I. (2020). Organizational ambidexterity, green entrepreneurial -orientation, and environmental performance in SMEs context: Examining the moderating role of perceived CSR. Masood Nawaz Kalyar, Lyallpur Business School, Government College University Faisalabad, Faisalabad, Pakistan.
- Sine, W. D., & Lee, B. H. (2009). Tilting at windmills? The environmental movement and the emergence of the US wind energy sector. *Administrative Science Quarterly*, 54(1), 123–155.
- Spence, L. J., Schmidpeter, R., & Habisch, A. (2003). Assessing social capital: Small and medium sized enterprises in Germany and the UK. *Journal of Business ethics*, 47(1), 17–29.

- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395–1401.
- Teece, D. J. (2014). A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 8–37.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 86, 202–216.
- Tiba, S., van Rijnsoever, F. J., & Hekkert, M. P. (2019). Firms with benefits: A systematic review of responsible entrepreneurship and corporate social responsibility literature. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 265–284.
- Tenenhaus, M., Amato, S. and Vinzi, V.E. (2004) A Global Goodness-of-Fit Index for PLS Structural Equation Modelling. *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*, 1, 739-742.
- Tuan, L. T. (2016). Organizational ambidexterity, entrepreneurial orientation, and I-deals: The moderating role of CSR. *Journal of Business Ethics*, 135(1), 145–159.
- Wetzels, M, Odekerken-Schröder, G and Oppen, C.V., (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*. 33(1), pp. 177-195.
- Yang, M. G. M., Hong, P., & Modi, S. B. (2011). Impact of lean manufacturing and environmental management on business performance: An empirical study of manufacturing firms. *International Journal of Production Economics*, 129(2), 251-261.
- Zhuang, Y., Lee, Y., Chang, X., & Kim, R. B. (2019). Entrepreneurial orientation and corporate social responsibility performance: An empirical study of state-controlled and privately controlled firms in China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 27(1), 383–392.