

تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز از طریق خودکارآمدی اخلاقانه سبز و تعصبات زیست محیطی و نقش تعدیلگر ارتباطات سبز (مورد مطالعه: هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس)

مصطفی طاهری^{1*}، محسن گنجوی²

1. هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

(E-mail::mtaheri362@pnu.ac.ir - (09171076617)

2. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی مرکز بین الملل قشم

M.ganjavi808@gmail.com

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، تاثیر جهت گیری کارآفرینانه سبز بر رفتار اخلاقانه سبز از طریق خودکارآمدی اخلاقانه سبز و تعصبات زیست محیطی و نقش تعدیلگر ارتباطات سبز (مورد مطالعه: هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس) می باشد. روش تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از جهت ماهیت توصیفی- علی است. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارکنان هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس (به تعداد 556 نفر) بودند. به استناد جدول مورگان حجم نمونه به تعداد 225 نفر برآورد و به روش تصادفی ساده مورد پرسش قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها در مورد پرسشنامه استاندارد شامل 30 سؤال بود که روایی پرسشنامه توسط استاد راهنما و متخصصان، کارشناسان مدیریت و پایایی آن ها از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای همه شرایط بیشتر از 0.70 تأیید شد. در این پژوهش بر اساس ادبیات و مدل مفهومی 9 فرضیه ارائه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (با استفاده از نرم افزار SPSS) و آمار استنباطی (با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده شد. یافته ها تمامی فرضیه ها و برازش مناسب مدل تحقیق را تأیید می کند. نتایج نشان می دهد که ارتباط سبز می تواند ادراکات مشترکی را در میان کارکنان و هنجارهای سازگار با محیط زیست ایجاد کند که می تواند به عنوان شکلی از رفتارهای اجتماعی برای کارکنان جهت توسعه و پاسخ مثبت به جهت گیری کارآفرینانه سبز عمل کند، بر اساس یافته های ما، برای ایجاد خدمات گردشگری پایدار، سازمان های فعال در صنعت گردشگری از جمله هتل های 4 و 5 ستاره استان فارس باید خلاقیت سبز کارمندان را از طریق پرورش جهت گیری های کارآفرینانه سبز تقویت کنند.

واژگان کلیدی: ارتباطات سبز، تعصبات زیست محیطی، جهت گیری کارآفرینانه سبز، رفتار اخلاقانه سبز، خودکارآمدی اخلاقانه سبز