

بررسی تأثیر کارآفرینی سبز بر بهره‌وری عملیاتی شرکت‌ها با نقش میانجی فرهنگ آینده‌اندیشی (مورد مطالعه شرکت‌های صنعت مواد غذایی شهر تهران)

حمیدرضا رضاپور

کارشناسی ارشد مدیریت تحول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

چکیده

اهمیت روزافزون بهره‌وری عملیاتی در روند رو به رشد شرکت‌ها در بازار رقابتی منجر گردیده تا این مسئله به دغدغه اصلی مدیران این شرکت‌ها تبدیل گردد. به همین علت با توجه به روند روبه رشد توجه به مسائل محیط‌زیستی و تأثیری که در فروش و در نهایت بهره‌وری شرکت‌ها ایفا می‌کند، منجر گردید تا هدف از انجام این مطالعه بررسی تأثیر کارآفرینی سبز بر بهره‌وری عملیاتی شرکت‌ها با نقش میانجی فرهنگ آینده‌اندیشی باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و سرپرستان ارشد شرکت‌های تولیدی مواد غذایی در شهر تهران بودند. حجم نمونه پژوهش بر اساس جدول مورگان ۱۱۴ نفر بوده که به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. داده‌های موردنیاز با استفاده از پرسشنامه‌های کارآفرینی سبز چن و همکاران (۲۰۰۸)، پرسشنامه بهره‌وری عملیاتی لووسی (۲۰۰۱) و فرهنگ آینده‌اندیشی دنیسون (۲۰۰۰) جمع‌آوری گردید. روایی و پایایی پرسشنامه در این مطالعه به ترتیب با استفاده از نسبت روایی محتوایی و ضریب آلفای کرونباخ موردبررسی قرار گرفت که یافته‌ها در این بخش نشان داد که نسبت و ضریب اشاره‌شده به ترتیب برابر با ۰/۶۹ و ۰/۸۸، حاصل گردیده که نشان از تائید روایی و پایایی پرسشنامه داشته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص‌های توصیفی نظیر میانگین، انحراف معیار و همبستگی پیرسون و در بخش استنباطی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. یافته‌های این مطالعه نشان داد که کارآفرینی سبز از طریق فرهنگ آینده‌اندیشی تأثیر مثبت و معناداری بر بهره‌وری عملیاتی بر جای می‌گذارد.

کلیدواژه: کارآفرینی سبز، بهره‌وری عملیاتی، فرهنگ آینده‌اندیشی، صنعت مواد غذایی

مقدمه

بهره‌وری بالای شرکت‌ها نقش کلیدی در موفقیت آن‌ها در بازارهای رقابتی دارد. وقتی افراد سازمان می‌دانند که بهره‌وری چیست و برای افزایش آن تلاش می‌کنند تلاش‌هایی که در مسیر درستی قرار دارند معمولاً به نتیجه می‌رسند. بنابراین رهبران و مدیران باید به‌خوبی درک کنند که بهره‌وری چیست و برای افزایش هرچه بیشتر آن برنامه‌ریزی داشته باشند. واقعیت این است که بهره‌وری مهم‌ترین عامل موفقیت شرکت‌ها در برابر رقبایشان است (بورزینسکا و همکاران، ۲۰۱۸). با افزایش بهره‌وری قیمت تمام شده هر کالا یا خدمت کاهش می‌یابد. بنابراین می‌توان قیمت محصول یا خدمات را به قدری پایین آورد که مشتری‌ها را از رقیبان دور نمود. اما این مقوله در سالهای اخیر بخصوص در بخش عملیاتی و اجرایی سازمانهای تولیدی به نحوی که شایسته باشد، رخ نداده است. به‌نحویکه محصولات تولیدی این شرکت‌ها با توجه به عدم توانمندی در ایجاد و توسعه محصولات بهینه از حد مطلوب بهره‌وری برخوردار نبود و اهداف تدوین شده به درستی و با صرف کمترین هزینه مقدر محقق نگردیده‌اند. به همین علت اکنون بهره‌وری عملیاتی به دغدغه اصلی مدیران و سیاستگذاران شرکت‌های تولیدی در صنایع مختلف بدل گشته است (فاتوکی، ۲۰۱۹).

بررسی‌های انجام گرفته نشان داد که عوامل فراوانی در ایجاد بهره‌وری عملیاتی اثرگذار بوده که یکی از مهم‌ترین آنها، کارآفرینی سبز می‌باشد. کارآفرینی یکی از مفاهیمی است که هر مدیری، هر مجری برتری و هر کارآفرینی باید عمیقاً بشناسد و آن را در حیات کاری و روزمره خود اعمال کند. با این وجود، هنوز بسیاری از شرکت‌ها و پروژه‌های کسب و کار جدید هستند که از اهمیت این موضوع غافل مانده‌اند و آنرا به رتبه ثانویه تنزل داده یا کلاً شمول آنرا به فراموشی سپرده‌اند (ژو و سارکیس، ۲۰۱۰). آمارهای موجود نشان می‌دهد که در طول ۲۰، ۳۰ سال گذشته یا بیشتر، دنیا شاهد جهش بزرگ کسانی بوده است که درباره اهمیت خلق یک وجدان محیطی گفته‌اند که هنرپیشگان سینما و تلویزیون، موسیقی‌دانها، افراد سیاسی و دانشمندان از جمله‌ی این افراد هستند. این پیام که مردم عادی برای زندگی شغلی و فردی خود چه کاری باید انجام دهند، به چندین فرد منتخب که درگیر چنین مشکلی بودند نیز ارسال شده است (واراداراجان، ۲۰۱۵). دولت و برخی از شرکت‌ها از جمله دیگر کیس‌هایی بودند که درگیر این مشکل بوده‌اند. اگرچه برخی از مردم هنوز این مسئله را افسانه می‌پندارند، ولی شرکت‌ها در سراسر دنیا تا حدودی مسئول بروز مشکلات زیست محیطی هستند. بنابراین کارآفرینی سبز دقیقاً اقدامات آگاهانه برای رسیدگی به این مشکل است که در این مورد، این اقدامات می‌تواند فعالیت‌های روز به روز یک شرکت باشد (دوهرتی و همکاران، ۲۰۱۴). این فعالیت‌ها می‌تواند به سادگی ایجاد یک سیاست بازیافت و استفاده مجدد منابعی در شرکت باشد که از آن جمله می‌توان به بازیافت کاغذ، پلاستیک و غیره اشاره کرد. این اقدامات می‌تواند پیشرفته‌تر هم باشد، مانند استفاده از تکنیک‌هایی که باعث کاهش انتشار گازهای حاصل از تولید محصولات یا استفاده از انرژی پاک حاصل از منابع تجدید پذیر باشد. به همین علت کارآفرینی سبز می‌تواند علاوه بر اینکه منجر به کاهش صدمه به محیط‌زیست گردیده، جایگاه و منزلت اجتماعی شرکت را نزد جامعه و مردم ارتقاء داده و درنهایت منجر شود تا گرایش مشتریان به محصولات این قبیل شرکت‌ها نیز افزایش یابد (باقرنژاد و همکاران، ۲۰۱۶).

اثرگذاری کارآفرینی سبز بر بهره‌وری عملیاتی توسط عوامل زیادی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. کارآفرینی سبز و تأثیری که می‌تواند بر بهره‌وری بر جای گذارد، با استفاده از ایجاد فرهنگ آینده‌اندیشی و توسعه ارزشهای و شاخصهایی که می‌تواند نگاه و گرایش به آینده را تحت تأثیر قرار دهد، این امر را تقویت مینماید. نگاه به آینده می‌تواند باعث گردد تا رویه‌های کارآفرینی سبز بیشتر موردتوجه قرار گرفته و تأکید بر حفظ محیط‌زیست بیش از گذشته موردپسند مدیران و شرکت‌ها قرار داشته باشد. این امر درنهایت با افزایش میزان محبوبیت شرکت‌ها و توسعه اعتبار آنان نزد مشتریان باعث می‌گردد تا با افزایش سطح درآمد و دسترسی به تامین‌کنندگان مواد اولیه و تدوین استراتژی در راستای کاهش هزینه، بهره‌وری عملیاتی شرکت افزایش یابد.

بر این اساس این مطالعه با هدف بررسی تأثیر کارآفرینی سبز بر بهره‌وری عملیاتی شرکت‌ها با نقش میانجی فرهنگ آینده‌اندیشی است.

پیشینه

تا قبل از دهه هفتاد میلادی، در تمامی پروژه های توسعه، صرفاً دیدگاه اقتصادی و ایجاد درآمد و بازده اقتصادی بیشتر، مدنظر بود؛ درواقع بر این باور بودند که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر احاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روشها و راه حل‌های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبل شود؛ بنابراین تمامی مکاتب اقتصادی به نحوی کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خود تشریح نمودند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵). مطالعه اجمالی در ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که ابتدا کارآفرینی در حوزه موزیک مطرح گردیده است. سپس کارآفرینان وارد حوزه وسیع کسب و کار شدند و از آن به بعد به عنوان موتور توسعه اقتصادی، مطرح گردیدند همچنان که کارآفرینی در حوزه کسب و کار دوازده نقش کلیدی و محوری خود را ایفا میکند، به مرور، وارد سایر حوزه ها شد و واژه های جدیدی به تدریج وارد ادبیات کارآفرینی گردید (برزگری و زمانی، ۱۳۹۰). لذا از دهه ۱۹۷۰ بحث کارآفرینی سبز به منزله یک هدف اجتماعی وسیع با تمرکز بر ضرورت تلفیق و پیگیری رفاه انسانی همراه با توقف تخریب محیط‌زیست مطرح شده است (عنابستانی و جهان‌تبیغ، ۱۳۹۷). ارتقاء و توسعه کسب و کارهای سبز و توسعه اقتصادها و اکوسیستم‌های طبیعی، ما را ناگزیر به تجزیه و تحلیل عمیق تر شرایط و عواملی می‌کند که کارآفرینی سبز را تحت تأثیر قرار میدهند. به علاوه الگوهای توسعه تکنولوژی و به کارگیری آنها به طور قابل توجهی تحت تأثیر تکامل نوآوری و عوامل تعیین کننده آن است. همچنین این امر بسیار حائز اهمیت است که از پیش شرط‌های خلق نوآوری سبز، عواملی که به عنوان محدودیت یا مشوق عمل میکنند، تکنولوژیهای جدید، منابع و تأثیر بازارها بر روی پویایی های حاصل از تغییرات نوآوری و مدیریت، آگاهی یابیم (غضنفر زاده کپته و حسین زاده لنج آبادی، ۱۳۹۷). در مهر و موم های اخیر تأکید بر نوآوری برای پایداری محیط‌زیست، از اهمیت ویژه‌ای در بین تصمیم گیران سازمانی برخوردار بوده است (واراداران، ۲۰۱۵).

رویکرد آینده‌نگری باز می‌تواند مزایای مختلفی داشته باشد. اولین مزیت این رویکرد، پردازش جامع اطلاعات یکپارچه و تنوع ورود داده های برگرفته از دیدگاه های مشترک است (میمیس و همکاران، ۲۰۱۲).

اسکاتمن و همکاران (۲۰۱۳) اعتقاد دارند، سازمانها باید از طریق فعالیتهای مشترک برای کسب سود استفاده کنند و به منظور بهره برداری از دانشهای خاص در مورد مسائل آینده بهره ببرند و گردآوری اطلاعات مشترک نیز توسط سیستمهای آینده نگری باز حمایت میشود (کلر و همکاران، ۲۰۱۵). علاوه بر وینر (۲۰۱۸) استدلال نمودند، افراد و شرکت‌ها به تنهایی فاقد دانش کافی برای ساختن آینده هستند. هگر و بومان (۲۰۱۵) اعتقاد دارند در آینده نگریهایی باز مجموعه بزرگی از افراد تیم محور با زمینه‌های تخصصی متنوع گرد هم می‌آیند و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های مختلف، دانش متفاوت، روشهای جدید انجام کار و پایگاهی از داده‌های وسیع و شکلگیری شبکه‌ای از شرکا و رقبای ناهمگن، مزایای بسیاری برای سازمانها ایجاد می‌نمایند. بنابراین، با توجه به ماهیت باز بودن آینده‌نگری، محدودیتهای معمول پروژه های آینده‌نگری شرکتی می‌تواند مدیریت شود، برای مثال ریسک محدود شدن به مدل‌های ذهنی موجود و تحت تأثیر قرار گرفتن ساختارهای قدرت درون شرکتی در عدم اطمینان تصمیمگیران پیرامون پیشرفتهای آینده کاهش مییابد. (کلر و همکاران، ۲۰۱۵). یکی از مزایای دیگر این رویکرد، اشتراک گذاری منابع سازمانها (نیروی انسانی، تجهیزات، زمان، بودجه، دانش تخصصی است (وینر، ۲۰۱۸).

گاترینگر و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی چالشهای انتخاب شریک در پروژه‌های آینده‌نگری مشارکتی پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که برای تحقق اهداف آینده‌نگری مشارکتی (مانند خلق دانش مشترک پیرامون آینده و تفکر خارج از چارچوب ذهنی) ویژگیهای سازمانی، اعتماد و تعهد عواملی مؤثر هستند. با توجه به منابع فناوری در اختیار سازمانها، درجه بالاتری از تنوع در تخصصهای آینده‌نگری بسیار مهم است و همجواری سازمانی چندان اهمیتی ندارد. وینر (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر بافت سازمانی بر آینده‌نگری باز پرداخته است. وینر بر سه عنصر از بافت سازمانی تمرکز داشت: فرهنگ سازمانی، حمایت مدیران ارشد و خلاقیت کار تیمی. وینر با مبنا قرار دادن انواع فرهنگ سازمانی و براساس چارچوب ارزش های رقابتی، نشان داد فرهنگ توسعه‌گرا و انسان-

گرا برخلاف فرهنگ ماموریتگرا و بروکراتیک زمینه‌ساز موفقیت پروژه‌های آینده‌نگری باز است و حمایت مدیران ارشد و گرایش به کار تیمی در پروژه آینده‌نگری باز عوامل اصلی موفقیت آنها است.

یون و همکاران (۲۰۱۸) براساس دیدگاه مبتنی بر منابع و نظریه قابلیت‌های پویا، با توسعه مدلی نشان دادند که آینده‌نگری شرکتی اثر معنی داری بر نوآوری، با در نظر گرفتن یادگیری سازمانی دارد. وینر و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی رویکرد آینده‌نگری باز مشارکتی را برای الهام بخشیدن به نوآوری‌های گسسته و پایدار محور بررسی نمودند. آنها با بیان اینکه تغییرات مستمر فناوریها، خدمات و مدل‌های کسب و کار جدید، فرصتهای مختلفی را برای شرکت‌ها به دنبال دارد و این تغییرات می‌تواند نه تنها به موفقیت اقتصادی، بلکه به پایداری بیشتر شرکت‌ها از طریق خلق نوآوریها کمک کند. در این زمینه، آینده‌نگری شرکت‌ها و باز بودن آن را به عنوان رویکردی جدید و محرکی مناسب برای فعالیتهای نوآورانه شرکت‌ها محسوب نمودند. نتایج نشان داد که آینده‌نگریهای باز مشارکتی تفکر خالق را پرورش می‌دهد. و شرکت‌ها را از وابستگی به مسیر و قفل شدن در نوآوریهای فعلی باز میدارد و پتانسیل نوآوریهای آینده را با ایجاد بینشی جدید پیرامون فرصتها و ریسکهای احتمالی افزایش داده و شرکت‌ها را به سوی نوآوریهای پایدار محور رهنمون میسازد.

شمیدهوبر و وینر (۲۰۱۸) در تحقیقی با هدف کسب آینده‌های پایدار با مفهوم سازی آینده‌نگری باز عمومی بیان داشتند که فعالیتهای آینده‌نگری باز جهت افزایش تصمیمات مربوط به راهبردها و نوآوریهای آینده محور و پایدار به عنوان اقدامات اساسی محسوب میشود. کالوف و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی نقش شبکه‌های آینده‌نگری برای تقویت فرایند نوآوری باز پرداختند. آنها بیان داشتند که آینده‌نگریهای مشارکتی و شبکه‌ها می‌تواند از نوآوریهای نوین سازمانها و از طریق تحلیل اقدامات نوآورانه باز، پیرامون انتخاب تکنولوژی و شناسایی نیازهای آینده مشتریان پشتیبانی نماید. آینده‌نگری همچنین می‌تواند به تحقق نوآوری در باز کردن برخی از چالشهایی که در ادبیات نوآوری باز اشاره شده کمک مؤثری کند. نتایج حاکی از این واقعیت بود که شبکه‌های آینده‌نگری، محرکی برای ارائه ایده‌های جدید در قالبهای نوآوری مشارکتی و کمک به فرایند نوآوری باز است. وینر و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی نقش فرهنگ سازمانی در آینده‌نگری باز مشارکتی درون سازمانی بیان داشتند آینده‌نگری در فاز پایانی هر نوآوری، یک اقدام گسترده مدیریتی برای افزایش ظرفیت نوآوری است. با وجود این، انجام آینده‌نگریها صرفاً با تمرکز بر مهارتها و تواناییهای داخلی می‌تواند شرکت‌ها را از کسب بینش عمیق آینده‌های بالقوه باز دارد. بنابراین، باز شدن مرزهای شرکت‌ها برای بررسی آینده‌های محتمل و اشتراک دانش پیرامون تحولات آینده یک رویکرد امیدوارکننده برای شرکت‌ها محسوب میشود. یافته‌ها نشان دهنده این واقعیت است که فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر باز بودن شرکت‌ها، پیش شرط مهمی است. در این تحقیق براساس چارچوب ارزشهای رقابتی فرهنگ سازمان و تحلیل ارزشهای فرهنگی نشان داده شد: فرهنگ سازمانی توسعه‌گرا و انسان‌گرا زمینه‌ساز بهبود پروژه‌های آینده‌نگری باز هستند و فرهنگ ماموریتگرا و بروکراتیک موانعی برای باز بودن آینده‌نگری باز مشارکتی محسوب میشوند.

روش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی است. برای بررسی ادبیات موضوع پژوهش از شیوه کتابخانه‌ای استفاده شد و برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به متغیرها از روش میدانی (پرسشنامه‌ای) بهره گرفته شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و سرپرستان ارشد شرکت‌های تولیدی مواد غذایی در شهر تهران بودند. حجم نمونه پژوهش بر اساس جدول مورگان ۱۱۴ نفر بوده که به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. داده‌های موردنیاز با استفاده از پرسشنامه‌های کارآفرینی سبز چن و همکاران (۲۰۰۸)، پرسشنامه بهره‌وری عملیاتی لووسی (۲۰۰۱) و فرهنگ آینده‌اندیشی دنیسون (۲۰۰۰) جمع‌آوری گردید. روایی و پایایی پرسشنامه در این مطالعه به ترتیب با استفاده از نسبت

روایی محتوایی و ضریب آلفای کرونباخ موردبررسی قرار گرفت که یافته‌ها در این بخش نشان داد که نسبت و ضریب اشاره‌شده به ترتیب برابر با ۰/۶۹ و ۰/۸۸. حاصل گردیده که نشان از تائید روایی و پایایی پرسشنامه داشته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص‌های توصیفی نظیر میانگین، انحراف معیار و همبستگی پیرسون و در بخش استنباطی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

یافته‌ها

در این گام از پژوهش و پیش از بررسی نهایی این مطالعه، ابتدا باید برازش مدل حاضر را با آزمون‌های موردنظر بررسی کرده و سپس اقدام به ارزیابی سوالات پژوهش نمود.

در این راستای برازش مدل پژوهش با استفاده از شاخص‌های CR ، AVE و VIF موردبررسی قرار گرفته که نتایج آن به شرح جدول ۴-۱۴ ارائه میشود. به منظور ارزیابی همسانی متغیرهای پژوهش از شاخص AVE در خروجی الگوریتم نرم‌افزار SMART-PLS حاصل می‌شود. مقادیر بالای ۰/۵ نشان‌دهنده‌ی اعتبار درونی مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی است. به منظور ارزیابی سازگاری درونی متغیرهای پژوهش از پایایی مرکب بهره برده می‌شود. مقادیر بالای ۰/۷ برای هر یک از متغیرهای پنهان نشان‌دهنده‌ی سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری است. طبق نتیجه حاصل‌شده که در جدول زیر مشاهده می‌شود، تمامی متغیرهای پنهان از سازگاری درونی مناسبی برخوردار هستند. به منظور سنجش روایی واگرا، می‌بایست مقدار جذر روایی همگرا برای متغیرهای پژوهش بیشتر از ضرایب همبستگی میان متغیرها باشد و همانطور که در جدول زیر مشاهده می‌شود، مقادیر روایی واگرا برای هر یک از متغیرها در بازه ۰/۲ تا ۱۰ قرار گرفته که نشان از تائید روایی واگرا دارد.

جدول ۱. برازش مدل

متغیر	تعداد سوال	میانگین	انحراف معیار	روایی همگرا	پایایی مرکب	روایی واگرا
کارآفرینی سبز	۹	۳/۶۵۱	۰/۷۸۹	۰/۶۸۸	۰/۹۲۲	۰/۴۷
بهره‌وری عملیاتی	۱۰	۳/۲۰۱	۰/۹۲۰	۰/۵۹۸	۰/۸۶۵	۱/۱۳
فرهنگ آینده‌اندیشی	۹	۱۰۱۳	۰/۷۱۱	۰/۷۶۳	۰/۹۰۱	۲/۷۴

در این مطالعه همچنین جهت سنجش برازش مدل با استفاده از شاخص اشتراکی^۱ و ضریب تعیین^۲، شاخص نیکوئی برازش از طریق فرمول زیر محاسبه کردیم. دامنه این شاخص بین صفر و یک است و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی را نشان می‌دهد. شاخص (GOF) نشان دهنده این است که تا چه حد متغیرهای مشاهده‌پذیر ماتریس کوواریانس در مدل خاص به‌خوبی پیاده شده‌اند. مقدار GOF برابر بود با ۰/۴۵۱ که نشان از برازش بالا دارد. همچنین باید بیان نمود که این آزمون هم‌راستای آزمون کای-اسکوئر در رویکردهای بررسی برازش نهایی مدل پژوهش است.

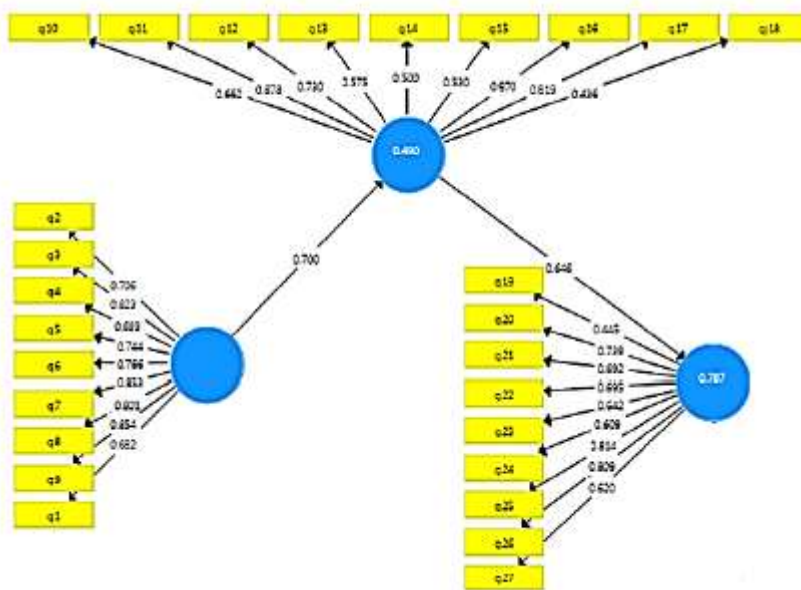
جدول ۲. شاخص نیکوئی برازش

متغیر	واریانس تبیین شده	مقادیر اشتراکی	شاخص نیکوئی برازش
بهره‌وری عملیاتی	۰/۶۳۱	۰/۳۲۴	۰/۴۵۱
فرهنگ آینده‌اندیشی	۰/۵۲۱	۰/۲۸۹	

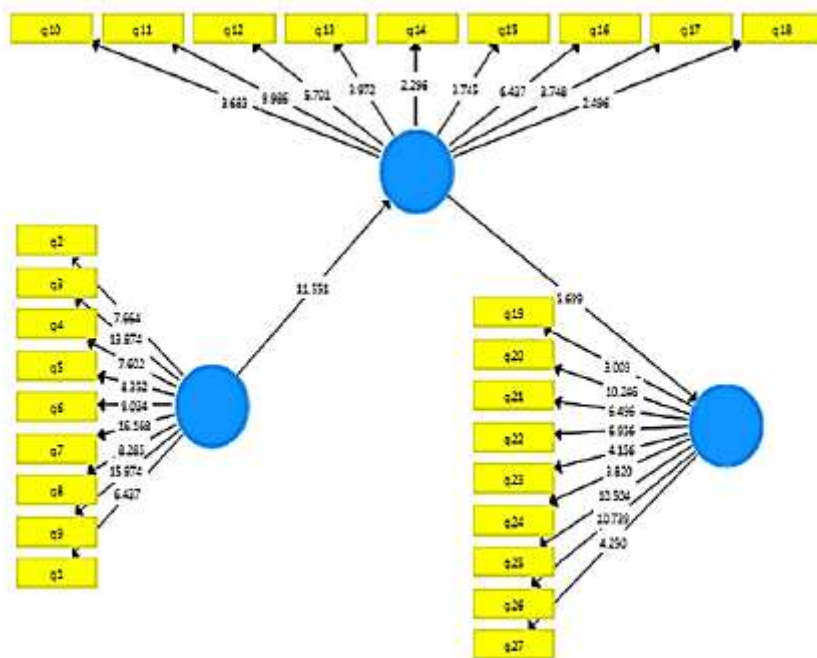
1. Communality
2. R Square

$$GOF = \sqrt{Communality} \times \overline{R^2} = 0.451$$

در این بخش به منظور بررسی فرضیه‌های این مطالعه، مدل ضرایب مسیر و آماره تی پژوهش به شرح شکل‌های ۱ و ۲ ارائه میگردد.



شکل ۱. مدل ضرایب مسیر



شکل ۲. مدل آماره تی

بر اساس نتایج حاصله به شرح شکل‌های ۱ و ۲ می‌توان بیان داشت که با توجه به اینکه مقدار ضرایب مسیر برای همه مسیرها مثبت بوده، می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی سبز بر فرهنگ آینده‌اندیشی و فرهنگ آینده‌اندیشی نیز بر بهره‌وری عملیاتی در میان نمونه مورد بررسی تأثیر مستقیمی دارد. همچنین این مطالعه نشان می‌دهد که با توجه به اینکه مقدار آماره تی برای تمامی روابط بیشتر از ۱/۹۶ ایجاد گردیده، می‌توان بیان داشت که تأثیر روابط اشاره معنادار بوده و کارآفرینی سبز از طریق فرهنگ آینده‌اندیشی بر بهره‌وری عملیاتی تأثیر مثبت و معناداری بر جای می‌گذارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف بررسی تأثیر کارآفرینی سبز بر بهره‌وری عملیاتی با تأکید بر نقش میانجی فرهنگ آینده‌اندیشی صورت پذیرفت. یافته‌های این مطالعه نشان داد که کارآفرینی سبز از طریق فرهنگ آینده‌اندیشی می‌تواند بهره‌وری عملیاتی را در میان شرکت‌های مورد بررسی صنعت مواد غذایی در شهر تهران ارتقاء دهد.

امروزه کارآفرینی سبز با هدف تولید محصولات دوست دار محیط‌زیست در طی فرآیندهای تولیدی مورد توجه جدی قرار گرفته است. کارآفرینی سبز می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد کارآفرینی سبز و کسب و کارهای سبز، باشد. کارآفرینی سبز در واقع می‌تواند یک راهکار مفید و اثر بخش برای توسعه کشورها در ابعاد مختلف خصوصاً اقتصادی- اجتماعی باشد که اگر محقق شود قطعاً در بحث امنیت غذایی، کاهش مشکلات زیست محیطی، بهبود برنامه‌های اشتغال‌زایی و توسعه کشاورزی تأثیر بسزایی داشته باشد. با بررسی و تحلیل مطالب می‌تواند کارآفرینی سبز را به عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی- اجتماعی شرکت‌ها محسوب کرد که با توسعه آن گام بلندی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات زیست‌محیطی، کاهش بیماری‌های ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم و بهره‌وری بیشتر زمینه‌ای کشاورزی برداشت.

بنگاه های اقتصادی سبز امکانات زیادی را هم برای محیط زیست و هم برای کارآفرینان سبز ایجاد میکنند. با این امر و با حمایت از منابع طبیعی، هزینه ها را کاهش داده و با ایجاد فضای جدید و متفاوتی در بازار در توسعه اقتصادی پایدار جوامع، به کارآفرینها کمک می کنند. با حمایت های مناسب و به جا، کارآفرینان از فرصت های ایجاد شده توسط شرکت های سبز بهره مند شده و آگاهی زیست محیطی مصرف کنندگان را ارتقا می دهند. در عصر حاضر، اکثر جوامع و سازمان ها به دنبال تغییر، تحول و نوآوری در فرآیندها و ساختارهای خود بوده به این معنا که در پی روشهای نوین کارا در این زمینه هستند. با توجه به بافتی که در حال حاضر بر دنیای کسب و کار سازمان ها حکم فرماست، سازمان ها ناگزیر از انجام تغییراتی در نگرش، دانش، رویکردها، رویه ها و نتایج مورد انتظار خود هستند.

با عنایت به مطالب مطرح شده محورهای زیر پیشنهاد میشود:

- ❖ برگزاری کارگاه و دوره های آموزش کارآفرینی زیست محیطی به منظور آشنایی و اطلاع رسانی به اقشار مختلف جامعه
- ❖ راه اندازی طرحهای تشویقی و حمایت های عملی و کافی دولت از شرکت ها و کسب و کارهای سبز در راستای استفاده از انرژی های تجدیدپذیر و به کارگیری طرحهای نوآورانه حفاظت از محیط زیست
- ❖ برگزاری جشنواره های کارآفرینی سبز به صورت مستمر و در فصلهای مناسب برای عرضه و تبادل طرحها و برنامه های نوین کارآفرینانه توسط شرکت های دست اندرکار و کارآفرینان
- ❖ حمایت های مادی و معنوی دولت از کسب و کارهای سبز فعال و ایده های نو از طریق پرداخت وامهای کم بهره، اعتبارات، یارانه و
- ❖ شناسایی، آموزش و حمایت از کارآفرینان بالقوه در راستای نوآوری و بهره گیری از فرصت های شغلی سبز و همراهی با آنان تا پایدار شدن کسب و کار ایجاد شده
- ❖ فراهم آوردن زیرساخت های لازم در مؤسسات آموزشی در راستای زمینه سازی آموزش های متناسب و ترویج کارآفرینی سبز

منابع

۱. برزگری، زهره و زمانی، محسن (۱۳۹۰). کارآفرینی سبز؛ نگرشی نوین در توسعه اقتصادی (موانع و محرکها). کنفرانس ملی کارآفرینی، تعاون، جهاد اقتصادی، نایین، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نایین.
۲. رضایی، بیژن، کهریزی، دانیال و نجف پور، هدی (۱۳۹۵). بررسی موانع و چالشهای توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. جلد سوم، شماره اول، بهار ۱۳۹۵.
۳. عنابستانی، علی اکبر و جهانتیغ، حسنعلی. "بررسی چالشهای توسعه کارآفرینی سبز دریاچههای در منطقه‌ی سیستان". فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال هشتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۷.
۴. غضنفر زاده کپته، حمید و حسین زاده لنج آبادی، توفیق (۱۳۹۷). گذر از کارآفرینی سبز به کارآفرینی بومی‌سازی شده مبتنی بر اقتصاد آبی، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کسب و کار، تبریز
5. Baghernezhad S, Ghane M, and Moezzi M. (2016). Strain monitoring in woven fabrics with locally induced mass irregularities using an image based method. *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe 2016*; 24 2(116): 73-80. DOI: 10.5604/12303666.1191430.
6. burzyńska d, jabłońska m, dziuba r.(2018). Opportunities and conditions for the development of green entrepreneurship in the polish textile sector fibres & textiles in eastern europe 2018; 26, 2(128): 13-19. doi: 10.5604/01.3001.0011.5733
7. Calof, J., Meissner, D., & Razheva, A. (2018). Overcoming open innovation challenges: A contribution from foresight and foresight networks. *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(6), 718-733.
8. Doherty, B., Haugh, H., Lyon, F.) 2014(. Social enterprises as hybrid organizations: a review and research agenda. *Int. J. Manag. Rev.* 16 (4), 417e436.
9. Fatoki, O. (2019). green entrepreneurial orientation and firm performance in South Africa. *entrepreneurship and sustainability issues 2019 volume 7 number 1 (September)* [http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1\(19\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(19))
10. Gattringer, R., Wiener, M., & Strehl, F. (2017). The challenge of partner selection in collaborative foresight projects. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 298-310.
11. Keller, J., Markmann, C., & Heiko, A. (2015). Foresight support systems to facilitate regional innovations: A conceptualization case for a German logistics cluster. *Technological Forecasting and Social Change*, 97, 15-28
12. Miemis, V., Smart, J., & Brigis, A. (2012). Open foresight. *Journal of Future Studies*, 17, 91-98
13. Schatzmann, J., Schäfer, R., & Eichelbaum, F. (2013). Foresight 2.0- Definition, overview & evaluation. *European Journal of Futures Research*, 1(1), 15
14. Schmidhuber, L., & Wiener, M. (2018). Aiming for a sustainable future: conceptualizing public open foresight. *Public Management Review*, 20(1), 82- 107.
15. Varadarajan, R. 2015. Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1): 1-23
16. Wiener, M., Gattringer, R., & Strehl, F. (2018). Collaborative open foresight-A new approach for inspiring discontinuous and sustainability-oriented innovations. *Technological Forecasting and Social Change*.

17. Wiener, M., Gatringer, R., & Strehl, F. (2018). Participation in interorganisational collaborative open foresight a matter of culture. *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(6), 684-700
18. Yoon, J., Kim, Y., Vonortas, N. S., & Han, S. W. (2018). Corporate foresight and innovation: the effects of integrative capabilities and organisational learning. *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(6), 633-645.
19. Zhu, Q., and Sarkis, J.) 2010(. A portfolio-based analysis for green supplier management using the analytical network process. *Supply Chain Management: an international journal*, 15(4): 306-319.