

نقش قدرت اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان

دکتر زهرا دشت لعلی

گروه مدیریت، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی دهقان، ایران.

(تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۱۰، تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۰۹)

چکیده

زمینه: بی تردید انسان‌ها از بعد ارزش‌های فردی دارای ویژگی‌های اخلاقی متفاوتی هستند که رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد، بطوریکه اخلاقی بودن یا نبودن رفتار افراد می‌تواند منجر به پیامدهای مثبت و منفی در سطح سازمان شود. هدف اصلی پژوهش بررسی نقش قدرت اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان است.

روش: روش پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران و کارکنان در هلال احمر استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۱۶۰ نفر می‌باشند. باتوجه به محدود بودن جامعه آماری از روش تمام شماری استفاده شده است. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد. پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ به تایید رسید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون رتبه بندی فریدمن و نرم افزار Spss22 و Smart PIs2.0 استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که قدرت اخلاقی با مولفه‌های مالکیت اخلاقی، کارآمدی اخلاقی و شجاعت اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان با مولفه‌های عمل پایدار، اجتناب از آسیب، مراقبت، نفوذ بر دیگران و ابتکار عمل تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج رتبه بندی نشان می‌دهد با احتمال ۹۵ درصد در اولویت مولفه‌های قدرت اخلاقی تفاوت معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری: قدرت اخلاقی یک عامل مهم و موثر بر رفتار سبز کارکنان است. برای توسعه قدرت اخلاقی کارکنان برگزاری جلسات گفتمان اخلاقی برای آشنایی با معضلات اخلاقی، استفاده از تکنیک‌های آموزشی استدلال اخلاقی به روش تجزیه و تحلیل موردی، اعمال سیستم پاداش برای تشویق کارکنان به رفتارهای اخلاقی مانند مسئولیت پذیری و مشارکت کارکنان در هدف گذاری آتی سازمان پیشنهاد می‌شود.

کلید واژگان: اخلاق، قدرت اخلاقی، رفتار سبز، کارکنان.

سر آغاز

بسیاری از رفتارها و اقدامات انسان متأثر از ارزش‌های اخلاقی بوده و ریشه در اخلاق دارند (۳). معانی اصطلاحی دیگری نیز برای اخلاق ذکر می‌شود مانند نظام اخلاقی یا نظریهٔ هنجاری یک فرد یا گروه. بعضی نیز اخلاق را به صورت فعل به کار برده‌اند که در این صورت به معنای کار اخلاقی است و از این جهت آن فعل خارجی ولو از هیئت راسخه در نفس پدید نیامده باشد به فاصله یا ردیله بودن متصف می‌شود. شهید مطهری تعریفی از اخلاق را می‌پذیرد که هم به چگونه رفتار کردن توجه کرده باشد و هم به چگونه بودن، چگونگی رفتار مربوط می‌شود به اعمال انسان که شامل گفتار هم می‌شود و چگونه بودن مرتبط با صفات و ملکات نفسانی است. به بیان دیگر اخلاق مجموعه‌ای است از

اخلاق^۱ در لغت جمع واژه خلق و به معنی خوی هاست (۲، ۱) و دانش بررسی و ارزش گذاری بر خوی و رفتار انسان علم اخلاق نامیده می‌شود (۱). اخلاق، به عنوان جذاب ترین بحث‌ها میان قومیت‌ها، ادیان و فرهنگ‌های مختلف است. در قرآن کریم نیز واژه «خُلُق» به معنای سرشت، طبیعت، عادت، خوی به کار رفته است «أَنْكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ». به راستی که تو را خوبی والاست. البته خوی و سرشت، گاه مانند شجاعت و کرامت، پسندیده است و گاه مانند ترسویی و لثامت، بد و نکوهیده. عالمان اخلاق معانی اصطلاحی متعددی برای اخلاق بیان کرده‌اند. یکی از رایج ترین آنها عبارت است از صفات نفسانی که در نفس انسان رسوخ کرده و پایدار شده باشد. برخی از دانشمندان اخلاق را شامل صفات نفسانی غیر پایدار نیز دانسته‌اند.

محل کار به یک قدرت شخصیتی انعطاف پذیر، تحمل پذیری ریسک و خطر، پایبندی به اصول اخلاقی، حمایت از اصول اخلاقی و اقدام به اصول اخلاقی و پرهیز از اصول غیراخلاقی در سازمان تعریف شده است (۲۱). برای مثال، در یک محیط کاری از کارکنان خواسته شود برای شرکت در یک قرعه کشی خاصی کمک مالی کنند در حالیکه چنین اقدامی هنجارهای سازمانی را نقض می کند. اگر فرد دارای شجاعت اخلاقی بالا باشد از پیشنهاد مشارکت خودداری می کند و اگر فرد دارای شجاعت اخلاقی پایین باشد خجالت می کشد و حتی با نارضایتی ممکن است مشارکت کند (۱۷). بنابراین، با توجه به پیامدهای ارزشمند قدرت اخلاقی، بی توجهی سازمان ها به قدرت اخلاقی کارکنان می تواند مشکلاتی را برای سازمان بوجود آورد و مشروعیت سازمان و اقدامات آن را زیر سوال ببرد. همانطور که پیشتر ذکر شد، اعضای یک سازمان رفتارهای یکسانی در محیط کار از خود نشان نمی دهند. با این حال، سازمانهایی که قصد دارند به شیوه های پایدار از نظر زیست محیطی عمل کنند و به دنبال حل مشکلات زیست محیطی هستند باید رفتارهای کارکنان خود را از نظر اثرات زیست محیطی مورد توجه قرار دهند. چونکه، برخی از رفتارهای کارکنان به محیط کمک می کند مانند استفاده از محصولات سازگار با محیط زیست و صرفه جویی در انرژی، استفاده بهینه از منابع (برای مثال استفاده از کنفرانس از راه دور به جای سفر به جلسات)، اجتناب از تولید ضایعات (برای مثال ویرایش اسناد و مدارک به صورت الکترونیکی به جای چاپ آنها)، بازیافت (برای مثال چاپ پیش نویس روی کاغذهای ضایعاتی) و صرفه جویی در مصرف آب (۲۲، ۲۳). برخی نیز به محیط زیست آسیب می رساند مانند آلودگی و تخریب اکوسیستم ها (۲۴). پس می توان گفت طیف رفتارهای سبز کارکنان شامل دو رفتار مفید و مضر است یا به پایداری محیط زیست کمک می کند یا از آن کم می کند. یعنی انجام رفتارهای مفید در مقابل خودداری از آنها و انجام رفتارهای مضر در مقابل خودداری از آنها. این تمایز نشان دهنده این است که چه رفتاری در سازمان باید به طور فعال دنبال شود و چه رفتاری باید مهار شود تا به پایداری محیط زیست کمک کند. در این راستا، رفتارهای سبز کارکنان نشان دهنده «اقدامات و رفتارهای مقیاس پذیری کارکنان در ارتباط با پایداری محیط» است (۲۲). اگرچه، ارزیابی رفتار سبز کارکنان به خاطر پیچیدگی فرآیندی که دارد کار دشواری است. تعدادی از پژوهشگران برای ارزیابی رفتار سبز کارکنان پنج مولفه «عمل پایدار»^{۱۰}، اجتناب از آسیب^{۱۱}، مراقبت^{۱۲}، نفوذ بر دیگران^{۱۳} و ابتکار عمل^{۱۴} را به عنوان عناصر تشکیل دهنده این رفتار در نظر گرفتند (۲۲). عمل پایدار عبارت از رفتارهایی که کارکنان برای افزایش پایداری محیطی محصولات و فرآیندهای کاری انجام می دهند (برای مثال یک معمار ساختمان هایی با تأثیرات زیست محیطی کم از نظر آلودگی طراحی کند). اجتناب از آسیب یعنی پرهیز از فعالیت های اقتصادی که بر محیط طبیعی تأثیر منفی می گذارد (برای مثال، قطع درختان برای تولید محصول های چوبی). مراقبت یعنی اجتناب از اسراف یا صرفه جویی (برای مثال صرفه جویی در آب، انرژی، گاز و سایر منابع طبیعی) در نتیجه به رفتارهایی گفته می شود که باعث

اصول و قواعد، بیانگر بایدها و نبایدهای اخلاقی که نوعی استقلال از شخص در آنها وجود دارد، اصولی مانند خوبی، راستگویی، بدی، دروغگویی که افراد آنها را از والدین یا آموزگار می آموزند و به نوعی بر اجتماع تکیه دارند و به عنوان ابزاری در دست اجتماع است که بر افراد تحمیل می کند اخلاق به این معنا امری اجتماعی است (۴). در سال ۱۹۹۹ چهار عامل روانی شامل حساسیت اخلاقی^۲، قضاوت اخلاقی^۳، انگیزه اخلاقی^۴، و عمل اخلاقی^۵، به ادبیات روانشناسی اخلاق اضافه شد (۵). این چهار فرآیند به عنوان یک چارچوب سازماندهی مهم و نقطه شروع برای تحقیق و عمل اخلاق مطرح شد. البته در سال ۲۰۰۲ در تحقیقاتی مشخص شد میزان مهارت افراد در هر یک از این چهار فرآیند متفاوت است (۶). نظریه های رست و همکاران و دیگران تا حد زیادی به فرآیند شناخت معضلات اخلاقی مانند انتخاب های پیچیده فکری بین حق در مقابل باطل یا درست در مقابل نادرست متمرکز شده بودند. در واقع، در چنین مدل هایی به چگونگی فرآیند وسوسه های اخلاقی افراد پرداخته نشده است (۷). تحقیقات اخلاقی عمدتاً بر مدل های قضاوت اخلاقی در مقابل رفتار اخلاقی متمرکز شده است (۸). بطور کلی، می توان گفت بررسی افراد از نظر روانی موضوع پیچیده ای است. زیرا، افراد در طول زندگی حوزه های مختلف دانشی خود را از طریق تجربه های مستقیم و غیر مستقیم به دست می آورند (۹، ۱۰، ۱۱) و این موضوع در حوزه اخلاقی نیز صدق می کند (۱۲، ۱۳). افراد از نظر توجه اخلاقی با یکدیگر تفاوت دارند و این شرایط حساسیت مسائل اخلاقی را بیشتر ممکن می سازد (۱۴). دانش پیچیده اخلاق، مباحث اخلاقی و غیر اخلاقی مختلفی را در فرهنگ ها و سازمان ها به صورت مجموعه ای از فضایل، هنجارها و آداب و رسوم شکل می دهد (۱۵، ۱۶). علیرغم، دامنه گسترده مباحث اخلاقی، در این پژوهش، از واژه قدرت اخلاقی^۶ به معنای دامنه خاصی از اخلاق استفاده شده است. در تعاریف تئوری، ابعاد قدرت اخلاقی به صورت مجموعه ای از قدرت شخصیت، اخلاق شخصی، احساس عزت و اصول توصیف می شود (۱۷، ۱۸). در مطالعات دیگر، (۱۸) قدرت اخلاقی را در قالب سه مولفه مالکیت اخلاقی^۷، کارآمدی اخلاقی^۸ و شجاعت اخلاقی^۹ توصیف می کنند. مالکیت اخلاقی عبارت است از احساس مسئولیت و مسئولیت پذیری که فرد نسبت به اعمال خود دارد. یعنی افرادی که دارای مالکیت اخلاقی بالایی هستند، مسئولیت رفتارها و پیامدهای بعدی خود را می پذیرند، در حالی که افراد دارای مالکیت اخلاقی پایین به دنبال کاهش مسئولیت خود هستند. برای مثال، «بقیه این کار را می کنند». قدرت اخلاقی فرد با کارایی اخلاقی یعنی داشتن اعتماد به نفس و اعتقاد به توانایی ها ی خود است. برای مثال، یک فرد با فردی که رفتار غیراخلاقی انجام می دهد، برخورد می کند یا خود آن کار را به طور موثر انجام می دهد. به عبارتی، کارکنان با کارایی اخلاقی بالا دارای اعتماد به نفس هستند و توانایی رد پیشنهاد یک رفتار غیر اخلاقی را دارند (۱۹، ۱۷). سرانجام، شجاعت اخلاقی عبارت از تعهد به اصول اخلاقی، آگاهی از خطرات ناشی از حمایت از این اصول، تمایل و قدرت برای تحمل این خطر تعریف می شود (۲۰). در تحقیقات دیگر، شجاعت اخلاقی در

کاهش، استفاده مجدد، بازیافت منابع شود. نفوذ بر دیگران عبارت از فرآیندهای روانشناختی مرتبط با محیط زیست مانند انتشار دانش، تشویق و کمک به تغییر رفتار در دیگران است (برای مثال آموزش، راهنمایی، هدایت، تشویق و حمایت از محیط زیست). ابتکار عمل یعنی رفتارهایی که قالب را می‌شکند و بر خلاف انتظارات جامعه است (روش‌های جدید برای شروع کار و ترویج رفتارهای مرتبط با محیط زیست). با این حال، می‌توان گفت پنج مولفه و اجزای آنها با هم ارتباط دارند و این ظرفیت وجود دارد که کارکنان می‌توانند به طرق مختلف به پایداری محیطی سازمانها کمک کنند (۲۴). در پژوهشی دیگر، که هدف آن نقش رهبری اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان با نقش میانجی جو روانی سبز و تعدیلگری آگاهی زیست محیطی انجام شد محققان به این نتیجه رسیدند که رهبری اخلاقی با نقش میانجی جو روانی سبز بر رفتار سبز کارکنان تاثیر مثبت و معناداری دارد و آگاهی زیست محیطی تاثیر غیر مستقیم بر رهبری اخلاقی از طریق جو روانی سبز بر رفتار کارکنان دارد. همچنین، سازمان‌ها با تمرکز بر رفتار سبز کارکنان می‌توانند به پایداری محیطی زیست کمک کنند (۲۵). برخی پژوهشگران طی مطالعاتی دریافته‌اند که جو اخلاقی بر رفتارهای غیراخلاقی تاثیر منفی می‌گذارد (۲۶). در پژوهشی دیگر تحت عنوان تاثیر رفتار رهبری، حمایت نهادی و معنویت در محل کار بر رفتار محیطی کارکنان دریافته‌اند روابط مثبت معنی داری بین رفتار رهبری، حمایت نهادی و معنویت در محل کار بر رفتار محیطی کارکنان وجود دارد (۲۷). همچنین، تحقیقات نشان داده است ادراک کارکنان از فرآیندها و استراتژی‌های محیطی سازمان می‌تواند ارزش‌های سبز محیطی را افزایش دهد (۲۸). به علاوه رهبری معنوی بر معنویت محل کار، انگیزه ذاتی و اشتیاق محیطی تاثیر مثبت می‌گذارد (۲۹). همچنین در پژوهشی دیگر نشان داده شد که انگیزه ذاتی و اشتیاق محیطی بر رفتارهای سبز کارکنان تاثیر مثبت دارد. عوامل زمینه‌ای نیز بر رفتارهای سبز عمومی اثرگذار است. جو سازمانی یکی از عوامل زمینه‌ای است که بر نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان تاثیر می‌گذارد (۲۳، ۲۶، ۳۰، ۳۱). برخی از تحقیقات نیز تاثیر مثبت جو اخلاقی را بر نگرش‌ها و رفتارهای مختلف کارکنان مانند رضایت شغلی، عملکرد شغلی، تعهد موثر، رضایت از سرپرست را نشان می‌دهند (۳۲، ۳۳، ۳۴). بنابراین، اغلب سازمان‌ها در محیط‌های پیچیده فعالیت می‌کنند که با چالش‌های اخلاقی متعدد و گاه دشوار روبرو هستند که بی‌توجهی سازمان‌ها به قدرت اخلاقی و ضعف در رعایت اصول اخلاقی می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان‌ها بوجود آورد و مشروعیت سازمان و اقدامات آن‌ها را زیرسؤال ببرد. همچنین، باورهای عمومی نشان می‌دهند که به موازات افزایش پیچیدگی چالش‌های سازمانی، دامنه حرص و آز و تخلف در سازمان‌ها در حال افزایش است (۳۵). از طرفی، بدتر شدن شرایط محیطی به یک نگرانی جدی برای ساکنان جهان تبدیل شده است و سازمان‌ها یکی از عوامل اصلی این وضعیت ترسناک هستند (۳۶). به همین دلیل، نیاز شدیدی به ادغام مسائل زیست محیطی در سیاست‌ها، رویه‌ها و شیوه‌های سازمان‌ها وجود دارد (۳۷، ۳۸). در

همین راستا، اغلب سیاست‌گذاران و سازمان‌ها باید به رفتارهای سازگار با محیط زیست در محیط‌های شغلی توجه داشته باشند و به طور فزاینده‌ای بر «نتیجه سه گانه» ارتباط متقابل عملکرد اقتصادی (سود)، عملکرد اجتماعی و عملکرد محیطی تمرکز کنند (۳۹). از اینرو، اغلب سازمان‌های سراسر جهان با ایجاد انگیزه در کارکنان خود برای مشارکت در رفتارهای سازگار با محیط زیست، به طور معمول ابتکارات را برای بهبود عملکرد محیطی خود اتخاذ می‌کنند (۴۰). ابتکارات زیست محیطی، از جمله ابتکارات سازمانی است که از کارکنان و تصمیم‌گیرندگان سرچشمه می‌گیرد. از طرفی، همه اقدامات سازمانی را اعضای سازمان انجام می‌دهند. بنابراین، این کارکنان هستند که رفتار می‌کنند و فعالیت‌های سازمان را انجام می‌دهند نه سازمان. همچنین، هرگونه تعریف از رفتار سبز کارکنان فقط شامل رفتارها و نتایج تحت کنترل افراد است. رفتار سبز کارکنان نشان‌دهنده رفتار خود آنها است. در واقع، رفتار سبز کارکنان، رفتاری است که کارکنان برای حفظ محیط زیست در یک سازمان انجام می‌دهند به شکلی حامی محیط زیست هستند (۳۳). از این رو، اهمیت موضوع، این است که افرادی که برای یک سازمان کار می‌کنند از نظر اخلاقی و رفتارهای مسئولانه با محیط زیست متفاوت هستند. حتی کارکنانی که کار یکسانی را انجام می‌دهند از نظر عملکرد با هم تفاوت دارند. بنابراین، درک چگونگی و چرایی اخلاق و رفتار کارکنان برای سازمان‌هایی که قصد دارند به شیوه‌های پایدار از نظر زیست محیطی عمل کنند، مهم است. همچنین، برخی از تحقیقات موجود نشان می‌دهند که رفتار سبز کارکنان بر محیط زیست اثرگذار است و پیامدهای مثبتی برای سازمان‌ها و کارکنان دارد برای مثال، رفتار سبز کارکنان به سازمان‌ها در دستیابی به اهداف توسعه پایدار و بهبود عملکرد محیطی کمک می‌کند (۴۱) و حتی رضایت شغلی کارکنان و مدیران را افزایش می‌دهد (۳۳). بنابراین، با توجه به پیامدهای ارزشمند رفتار سبز کارکنان، متأسفانه تحقیقات موجود در توضیح چگونگی رفتارهای سبز کارکنان ناقص است. از طرفی، طبق اساسنامه جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران، اصول هفت گانه نهضت بین‌المللی صلیب سرخ و هلال احمر ملی شامل ۱- انسانیت (بشر دوستی)؛ ۱۵: هدف نهضت محافظت از جان و سلامتی نوع بشر و تضمین کرامت انسانها است؛ ۲- بیطرفی؛ ۱۶: جهت جلب اطمینان همگانی نهضت در درگیری‌ها بی طرفانه عمل کند و در هیچ مناسبتی سیاسی، نژادی و غیره شرکت نمی‌کند؛ ۳- بی غرضی؛ ۱۷: نهضت تلاش می‌کند که تنها با توجه به نیاز افراد، رنج ایشان را التیام بخشد و موارد حیاتی‌تر را بدون توجه به علیت، نژاد، عقیده و غیره ترجیح دهد؛ ۴- نداشتن وابستگی؛ ۱۸: نهضت مستقل است نمایندگان محلی علاوه بر ارائه خدمات انسان دوستانه در دولتهای خود مطابق قوانین کشور با حفظ استقلال خود منطبق با اصول نهضت عمل کنند؛ ۵- خدمات داوطلبانه؛ ۱۹: عضویت در نهضت داوطلبانه است و در هیچ شرایطی، سود آوری مشوق آن نخواهد بود؛ ۶- یگانگی؛ ۲۰: در هر کشوری تنها یک جمعیت صلیب سرخ یا هلال احمر می‌تواند وجود داشته باشد که برای استفاده عموم است و فعالیتهای انسان دوستانه در

پرسشنامه قابل بررسی بودند. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان به طور خلاصه در جدول ۲ ذیل نشان داده شده است. برای جمع آوریداده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. از روش کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری پژوهش و از روش میدانی برای گردآوری داده‌های اولیه استفاده شده است. ابزار روش میدانی پرسشنامه استاندارد بود. جهت سهولت ارائه پرسشنامه و دریافت پاسخ از پرسشنامه آنلاین شامل پرسشنامه ۱۲ سوالی قدرت اخلاقی با سه مولفه مالکیت اخلاقی (۴ گویه)، کارآمدی اخلاقی (۵ گویه) و شجاعت اخلاقی (۳ گویه) (۴۱) و پرسشنامه ۱۶ سوالی رفتار سبز کارکنان به پنج مولفه عمل پایدار (۴ گویه)، اجتناب از آسیب (۳ گویه)، مراقبت (۳ گویه) و نقوذ بر دیگران (۲ گویه) و ابتکار عمل (۲ گویه) (۴۲) استفاده شده است. نمره گذاری پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت از ۱ تا ۵ درجه بندی شد. روایی پرسشنامه از طریق روایی محتوایی تایید شده است. همچنین، پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ به تایید رسید.

جدول ۲: متغیرهای جمعیت شناختی

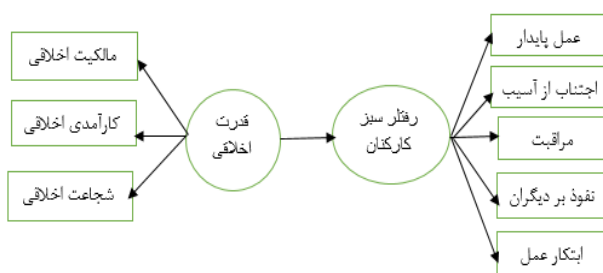
متغیر	تعداد	متغیر	تعداد	
جنسیت	زن	سابقه کاری	زیر ۵ سال	
			۵-۱۰ سال	
			۱۱-۱۵ سال	
	مرد		۱۶-۲۰ سال	
			۲۱-۲۵ سال	
			۲۶-۳۰ سال	
سن	۲۰-۲۵ سال	تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	
			۲۶-۳۰ سال	کاردانی
	۳۱-۳۵ سال			۳۵ بالای سال
			کارشناسی ارشد	
	۳۶-۴۰ سال		۴۱-۴۵ سال	دکتری
				۴۶-۵۰ سال

پس از جمع‌آوری داده‌ها، برای تجزیه و تحلیل آنها از آزمون رتبه بندی فریدمن و نرم افزار SPSS 22 و Smart PLS 2.0 استفاده شده است.

یافته‌ها

برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری انعکاسی از آزمونهای پایایی (دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی مرکب) و آزمونهای روایی (دو روش روایی همگرا و روایی واگرا) استفاده شده است. بدیهی است هر قدر شاخص آلفای کرونباخ به ۱ نزدیکتر باشد، همبستگی درونی بین سوالها بیشتر و در نتیجه پرسشها همگن تر خواهند بود. کرونباخ ضریب پایایی ۴۵٪ را کم، ۷۵٪ را متوسط و قابل قبول، و ضریب ۹۵٪ را زیاد پیشنهاد کرده است. در صورت پایین بودن مقدار آلفا، بایستی بررسی شود که با حذف

سرزمین خود را انجام می‌دهد؛ ۷-جهان شمولی^{۲۱}: همه جمعیت‌ها در نهضت دارای موقعیت یکسان و مسؤولیتها و وظایف یکسانی را در کمک به یکدیگر دارند؛ مینا بوده و در هر شرایطی لازم الاجرا می‌باشند (۴۲). بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش قدرت اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان در سازمان جمعیت هلال احمر استان چهارمحال و بختیاری است. به علاوه به دنبال پاسخگویی به این پرسش‌ها است که چگونه قدرت اخلاقی افراد در محل کار می‌تواند در رفتار سبز کارکنان نقش داشته باشد؟ چگونه سازمان‌ها می‌توانند برای توسعه قدرت اخلاقی کارکنان تلاش کنند؟



نگاره ۱: مدل مفهومی تحقیق

روش

این پژوهش با توجه به روش، پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف کاربردی است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران و کارکنان هلال احمر استان چهارمحال و بختیاری هستند که شامل ۱۶۰ نفر است که در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: تعداد کارکنان در سازمان هلال احمر استان

چهارمحال و بختیاری

نام پایگاه	تعداد کارکنان
شهرکرد	۱۵
بروجن	۱۴
فارسان	۱۰
کیار	۹
لردگان	۱۵
اردل	۱۴
کوه‌رنگ	۱۳
ستاد	۷۱
جمع کل	۱۶۱

باتوجه به محدود بودن جامعه آماری از روش تمام شماری استفاده شد. برای گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه که از این تعداد ۱۴۹

کدام پرسشها مقدار آن را می‌توان افزایش داد (۴۳). در جدول ۳، اطلاعات مربوط به نتایج پایایی و روایی متغیرها ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج پایایی و روایی متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
مالکیت اخلاقی	۰/۹۱۰	۰/۸۶۲	۰/۵۴۹
کارآمدی اخلاقی	۰/۸۷۴	۰/۸۹۱	۰/۶۲۰
شجاعت اخلاقی	۰/۸۷۶	۰/۸۷۲	۰/۶۹۵
عمل پایدار	۰/۸۶۳	۰/۸۶۲	۰/۵۵۸
اجتناب از آسیب	۰/۹۳۱	۰/۹۳۰	۰/۸۱۷
مراقبت	۰/۷۷۶	۰/۷۸۴	۰/۵۵۰
نفوذ بر دیگران	۰/۸۴۹	۰/۸۵۰	۰/۶۵۴
ابتکار عمل	۰/۷۵۷	۰/۷۵۹	۰/۵۱۳

t آماره محاسبه و مشخص شود. اگر اعداد بیشتر از ۱/۹۶ باشند نشان دهنده اثر مثبت و معنادار در سطح ۹۵ درصد است و اگر بین ۱/۹۶+ و ۱/۹۶- باشند، بدین معنا است که اثر معناداری وجود ندارد و اگر کوچکتر از ۱/۹۶- باشند نشان دهنده اثر منفی ولی معنادار هستند. نتایج آزمون فرضیه‌ها حاصل از خروجی نرم افزار Smart PLS 2.0 در جدول زیر نشان داده شده است.

بر اساس نتایج مدل اندازه‌گیری مندرج در جدول ۲ مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) همواره بزرگتر از ۰/۵ است و مقدار پایایی ترکیبی (CR) نیز در تمام موارد مقداری بیشتر از ۰/۷ به دست آمده که از مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز بزرگتر است؛ بنابراین روایی همگرا نیز تأیید می‌شود. جهت بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل و لارکر استفاده گردیده است. در مجموع با تأیید روایی همگرا و واگرایی، روایی کلی مدل اندازه‌گیری مورد قبول واقع شده است. برای معناداری ضرایب مسیر باید

جدول ۴: اثرات کلی مدل

فرضیه‌ها	اثر کل	آماره تی	نتیجه
قدرت اخلاقی بر رفتار سبز کارکنان تأثیر دارد.	۰/۹۰۹	۵۳/۲۹۱	تأیید
قدرت اخلاقی بر عمل پایدار تأثیر دارد.	۰/۶۱۷	۱۱/۳۱۵	تأیید
قدرت اخلاقی بر اجتناب از آسیب تأثیر دارد.	۰/۷۷۵	۱۵/۲۹۶	تأیید
قدرت اخلاقی بر مراقبت تأثیر دارد.	۰/۸۳۷	۱۲/۵۰۶	تأیید
قدرت اخلاقی بر نفوذ بر دیگران تأثیر دارد.	۰/۸۲۱	۱۶/۸۷۴	تأیید
قدرت اخلاقی بر ابتکار عمل تأثیر دارد.	۰/۹۱۸	۱۴/۹۹۴	تأیید

شده اند. همچنین، برای اولویت بندی مولفه‌های قدرت اخلاقی از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده و در جدول ۵ نشان داده شده است.

با توجه به شدت اثر محاسبه شده متغیرها و آماره احتمال آزمون به‌دست‌آمده که همگی بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪ تمامی فرضیه تأیید

جدول ۵: آماره‌های آزمون رتبه بندی مولفه‌های قدرت اخلاقی

قدرت اخلاقی	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	میانگین رتبه
مالکیت اخلاقی	۴/۰۶	۰/۷۷	۱	۵	۲/۴۵
کارآمدی اخلاقی	۳/۴۴	۰/۵۸	۲	۵	۱/۶۲
شجاعت اخلاقی	۳/۶۲	۰/۷۰	۱/۳۳	۵	۱/۹۳

پس فرض ادعای یکسان بودن رتبه (اولویت) این مولفه‌ها پذیرفته نمی‌شود و با احتمال ۹۵ درصد تفاوت معناداری در اولویت مولفه‌های قدرت اخلاقی وجود دارد.

در جدول بالا مشاهده می‌شود که مالکیت اخلاقی با میانگین رتبه ۲/۴۵ در مرتبه اول اهمیت، شجاعت اخلاقی با میانگین رتبه ۱/۹۳ در مرتبه دوم اهمیت و کارآمدی اخلاقی با میانگین رتبه ۱/۶۲ در مرتبه سوم اهمیت قرار دارد. چون، مقدار سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ است که از سطح خطای ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان از معناداری ضریب است،

امروزه، با توجه به پیچیدگی مساله اخلاق و جایگاه آن در علوم مختلف، پژوهش حاضر، مفهوم جدیدی از ظرفیت‌های اخلاقی ارائه می‌دهد. از طرفی، اکثر سازمان‌ها در محیط‌های پیچیده زیست محیطی فعالیت می‌کنند و به موازات افزایش پیچیدگی زیست محیطی، به طور ذاتی سازمان‌ها با چالش‌های اخلاقی دشواری روبرو می‌شوند. به طور یقین، سازمان‌ها برای پاسخگو بودن به این چالش‌ها باید برای ارتقاء ظرفیت‌های اخلاقی کارکنان تلاش کنند. از این رو، قدرت اخلاقی با درک، پیش‌بینی و اصلاح رفتارهای کارکنان در محل کار می‌تواند بینش جدیدی از نیت، به عمل ارائه کند. بنابراین، مشاهده‌های میدانی تحقیق نشان می‌دهد که کارکنان با قدرت اخلاقی بالا، شاخص‌های رفتاری سبز را بیشتر رعایت می‌کنند، مالکیت اخلاقی بر اعمال خود دارند. کارکنان با کارآمدی مالکیت بالا از سطح اخلاقی بالاتری برخوردارند و به اصول و هنجاری‌های محیطی پایبندند و به پایداری زیست محیطی در سازمان‌ها کمک می‌کنند. کارکنان با شجاعت اخلاقی بالا با موفقیت رفتارهای خود را کنترل می‌کنند و به آن دسته از کارکنانی که رفتارهای ناپایدار زیست محیطی دارند کمک می‌کنند (۲۵). آن‌ها دریافته‌اند که رهبری اخلاقی با نقش میانجی‌جو روانی سبز بر رفتار سبز کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نتیجه، سازمان‌ها با تمرکز بر رفتار سبز کارکنان می‌توانند به پایداری محیط زیست کمک کنند. از طرفی، شجاعت اخلاقی، کارآمدی و مالکیت اخلاقی، تمایل افراد به انجام اقدامات اخلاقی را افزایش می‌دهد (۱۸). همچنین، رهبری اخلاقی، رفتارهای غیر اخلاقی کارکنان را به حداقل می‌رساند (۴۳، ۴۴، ۴۵). همچنین، در فرضیه دوم مشخص شد که قدرت اخلاقی بر عمل پایدار تأثیر دارد. به عبارتی، مالکیت اخلاقی و کارآمدی اخلاقی به ایجاد محصولات و فرآیندهای پایدار کمک می‌کنند. در واقع، کارکنان با قدرت اخلاقی بالا محصولات سازگار و دوستدار محیط زیست را جایگزین محصولات ناسازگار محیط زیست می‌کنند و با توسعه فرآیندهای سبز زیان‌های زیست محیطی را کمتر می‌کنند. علاوه بر آن شجاعت اخلاقی، کارکنان را متعهد به استفاده بهینه از منابع سازمانی و اجتناب از خرید تجهیزات یا لوازم غیرقابل استفاده می‌کند. این یافته با نتایج برخی از تحقیقات دیگر هم‌راستا است (۴۸، ۴۷، ۴۶). آن‌ها به این نتیجه رسیدند که اخلاق محیطی، محیط نهادی و پشتیبانی مدیریتی نقش مهمی در برانگیختن فعالیت‌های سبز کارکنان در سازمان‌ها دارد. ارزشهای مشترک و هنجارهای اجتماعی بر الگوهای رفتاری، باورها و مفروضات هر سازمان که از مسئولیتها و انتظارات اجتماعی پیروی می‌کند، تأثیر می‌گذارد. همچنین، تصویب و اجرای قوانین در سازمان، تأثیر رفتارهای ناهنجار را محدود می‌کند. فرضیه سوم نشان می‌دهد که قدرت اخلاقی بر اجتناب از آسیب‌ناپذیر دارد. در واقع، کارکنان با قدرت اخلاقی بالا به تقویت اکوسیستم‌ها و نظارت بر تأثیرات زیست محیطی کمک می‌کنند. برای مثال به ارتقاء سیستم جمع‌آوری فاضلاب برای جلوگیری از سرریز و آلودگی آب

آشامیدنی کمک می‌کنند، برخورد صحیح با زباله‌های خطرناک، نظارت بر انتشار گازهای گلخانه‌ای در عملیات؛ اجتناب از آلودگی آب‌های زیرزمینی و خاک مانند اجتناب از آلودگی خاک با روغن و مواد شیمیایی خطرناک یا پیگیری برای پاکسازی مواد شیمیایی مضر و حفظ محیط کار از رویدادهای منفی زیستی. از طرفی، رهبران اخلاقی حفاظت از محیط زیست را به عنوان مسئولیت اخلاقی خود در نظر می‌گیرند (۴۹). در فرضیه چهارم مشخص شد که قدرت اخلاقی بر مراقبت تأثیر دارد. این یافته نشان می‌دهد که کارکنان با قدرت اخلاقی از اتلاف منابع و انرژی در محیط کار جلوگیری می‌کنند. زیرا، استفاده بهینه از منابع، مسئولانه‌ترین راه برای حفظ آن است و تأثیرات اولیه زیست محیطی را به حداقل می‌رساند مانند خاموش کردن لامپ‌های اضافه، استفاده صحیح از وسایل گرمایشی و سرمایشی در محیط کار، استفاده از چاپ دو رو کاغذ. همچنین، استفاده از سطوح زباله مجزا برای بازیافت کاغذ و محصولات پلاستیکی. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش مشابه (۲۲، ۲۴) هم‌راستا است. در فرضیه پنجم مشخص شد که قدرت اخلاقی بر نفوذ بر دیگران تأثیر دارد. این یافته نشان می‌دهد که کارکنان با شجاعت اخلاقی بالا می‌توانند سایر کارکنان را اقناع و تشویق به حمایت و افزایش پایداری زیست محیطی کنند همچنین، فراتر از کارکنان، ذینفعان و مشتریان را نیز اقناع به فعالیت‌های زیست محیطی می‌کنند. کلا رفتارهای سبز را به جامعه انتشار می‌دهند. البته، چنین تغییراتی لزوماً خاص رفتار سبز کارکنان نیست و شاخص‌های گوناگونی را پوشش می‌دهد (۲۸، ۲۹، ۵۰، ۵۱). در فرضیه ششم مشخص شد که قدرت اخلاقی بر ابتکار عمل تأثیر دارد. این یافته جنبه کارآفرینی رفتاری کارکنان در اجرای برنامه‌ها و خط‌مشی‌های سازمان را نشان می‌دهد. زیرا، موفقیت ابتکارات سازمانی برای پایداری محیطی وابسته به رفتارهای محیطی کارکنان است (۲۲، ۲۳، ۵۲، ۵۳).

نتیجه‌گیری

طبق نتایج این پژوهش بطور کلی می‌توان گفت، رفتارهایی که منافع زیست محیطی را در اولویت قرار می‌دهند، لازمه آن ایشار و از خودگذشتگی است مانند توقف پروژه‌های سودآور اما زیان‌آور برای محیط زیست. بنابراین، می‌توان گفت، قدرت اخلاقی یک عامل مهم و موثر بر رفتار سبز کارکنان است و در نهایت، برای توسعه قدرت اخلاقی کارکنان پیشنهاد می‌شود به برگزاری جلسات گفت‌وگو اخلاقی برای آشنایی با معضلات اخلاقی، استفاده از تکنیک‌های آموزشی استدلال اخلاقی به روش تجزیه و تحلیل موردی، اعمال سیستم پاداش برای تشویق کارکنان به رفتارهای اخلاقی مانند مسئولیت‌پذیری و مشارکت کارکنان در هدفگذاری آتی سازمان.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش اصل اخلاقی امانت‌داری علمی و سایر اصول اخلاقی علمی همچون رازداری و رضایت آگاهانه رعایت شده است.

واژه نامه

8. Reynolds SJ. (2006). A neurocognitive model of the ethical decision-making process: Implications for study and practice. *Journal of Applied Psychology*; 91: 737-748.
9. Bandura A. (1991). Social cognitive theory of moral thought and action. In: WM Kurtines, JL Gewitz Eds. *Handbook of moral behavior and development*. USA: Psychology Press. Pp. 45-103.
10. Schroder HM, Driver MJ, Streufert S. (1967). Human information processing: Individuals and groups functioning in complex social situations. New York: Rinehart & Winston. Pp. 20-24.
11. Streufert S, Nogami G. (1989). Cognitive style and complexity: Implications for I/O psychology. In: CL Cooper, I Robertson. Eds. *International review of industrial and organizational psychology*. Chichester, UK: Wiley. Pp. 147-181.
12. Narvaez D. (2010). Moral complexity: The fatal attraction of truthiness and the importance of mature moral functioning. *Perspectives on Psychological Science*; 5: 163-181.
13. Swanson HL, Hill G. (1993). Metacognitive aspects of moral reasoning and behavior. *Adolescence*; 28: 711-735.
14. Reynolds S J. (2006). A neurocognitive model of the ethical decision-making process: Implications for study and practice. *Journal of Applied Psychology*; 91: 737-748.
15. Margolis JD, Phillips RA. (1999). Toward an ethics of organizations. *Business Ethics Quarterly*; 9: 619-638.
16. Shweder RA. (1991). *Thinking through cultures*. Cambridge/MA: Harvard University Press.
17. Hannah ST, Avolio BJ. (2010). Moral potency: Building the capacity for characterbased leadership. *Consult. Psychol. J. Pract. Res*; 62 (4): 291-310.
18. Hannah ST, Avolio BJ, May DR. (2011). Moral maturation and moral conation: A capacity approach to explaining moral thought and action. *Acad. Manag. Rev*; 36(4): 663-685.
19. May DR, Chan AYL, Hodges TD, Avolio BJ. (2003). Developing the moral component of authentic leadership. *Organizational Dynamics*; 32: 247-260.
20. Kidder RM. (2006). *Moral courage*. New York: William Morrow. Pp. 19-39.
21. Hannah ST, Avolio BJ, Walumbwa FO. (2011). The relationships between authentic leadership, moral courage, and ethical and pro-social behaviors. *Business Ethics Quarterly*; 21: 555-578.
22. Ones DS, Dilchert S. (2012). Environmental sustainability at work: A call to action. *Perspect. Sci. Pract*; 5: 444-466.
23. Norton TA, Zacher H, Parker SL, Ashkanasy NM. (2017). Bridging the gap between green behavioral intentions and employee green behavior: The role of green psychological climate. *J. Organ. Behav*; 38: 996-1015.
24. Jackson SE, Ones DS, Dilchert S, Kraiger K. (2012). Managing human resources for

1. Ethics
2. moral sensitivity
3. moral judgment
4. moral motivation
5. moral action
6. Moral potency
7. moral ownership
8. moral efficacy
9. moral courage
10. Working Sustainably
11. Avoiding Harm
12. Conserving
13. Influencing Others
14. Taking Initiative
15. humanly
16. neutrality
17. impartiality
18. independence
19. voluntary service
20. unity
21. universality

- اخلاق
حساسیت اخلاقی
قضاوت اخلاقی
انگیزه اخلاقی
عمل اخلاقی
قدرت اخلاقی
مالکیت اخلاقی
کارآمدی اخلاقی
شجاعت اخلاقی
عمل پایدار
اجتناب از آسیب
مراقبت
نفوذ بر دیگران
ابتکار عمل
انسانیت
بی طرفی
بی غرضی
نداشتن وابستگی
خدمات داوطلبانه
یگانگی
جهان شمولی

References

1. Babran S, Khaniki H, Ataherian M. (2016). Code of professional ethics in media. *Ethics in Science and Technology*; 10 (4) :7-16. (In Persian).
2. Iman M, Ghaffari Nasab E. (2011). Ethical standards in human sciences researches. *Ethics in Science and Technology*; 6 (2) :73-83. (In Persian).
3. Rafiei M, Hoseini S. (2013). Conceptual model of strategic relationship between ethical decision-making strategies and human resources strategies with organizational performance. *Ethics in Science and Technology*; 8 (1) :16-26. (In Persian).
4. Dashtlaali Z. (2014). A survey of the effect of eq on work ethics of employees. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*; 4: 815-820.
5. Rest J R, Narvaez D, Bebeau MJ, Thoma SJ. (1999). *Postconventional moral thinking: A neo-Kohlbergian approach*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
6. Bebeau MJ. (2002). The defining issues test and the four-component model: contributions to professional education. *Journal of Moral Education*; 31: 271-294.
7. Monin B, Pizarro DA, Beer JS. (2007). Deciding versus reacting: Conceptions of moral judgment and the reason affect debate. *Review of General Psychology*; 11: 99-111.

38. Bansal P, Homan AJ. (2012). *The Oxford handbook of business and the natural environment*. New York, NY, USA: Oxford University Press.
39. Elkington J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
40. Robertson JL, Barling J. (2015). Introduction. In: Robertson JL, Barling J. Eds. *The psychology of green organizations*; Oxford University Press: New York, NY, USA. Pp. 3–11.
41. Tian H, Zhang J, Li J. (2020). The relationship between pro-environmental attitude and employee green behavior: The role of motivational states and green work climate perceptions. *Environ. Sci. Pollut. Res*; 27: 7341–7352.
42. RCS (2009). Articles of association of the red crescent society of the Islamic Republic of Iran. Available at: www.rcs.ir. Accessed: 14 Oct 2020. (In Persian).
43. Eva N, Newman A, Miao Q, Wang D, Cooper B. (2020). Antecedents of duty orientation and follower work behavior: The interactive effects of perceived organizational support and ethical leadership. *J. Bus. Ethics*; 161: 627–639.
44. Khan MAS, Ali M, Usman M, Saleem S, Jianguo D. (2019). Interrelationships between ethical leadership, green psychological climate, and organizational environmental citizenship behavior: The moderating role of gender. *Front. Psychol*; 10: 1977.
45. Zhao H, Zhou Q. (2019). Exploring the impact of responsible leadership on organizational citizenship behavior for the environment: A leadership identity perspective. *Sustainability*; 11: 944.
46. Mortimer Gary A, Fazal-e-Hasan B, Syed M, Grimmer C, Grimmer M. (2020). Explaining the impact of consumer religiosity, perceived risk and moral potency on purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*; 55: 102–115.
47. Junsheng H, Masud M, Akhtar R, Rana MJS. (2020). The mediating role of employees' green motivation between exploratory factors and green behaviour in the Malaysian food industry. *Sustainability*; 12: 509.
48. DuBois CL, Dubois DA. (2012). Strategic HRM as social design for environmental sustainability in organization. *Hum. Resour. Manag*; 51: 799–826.
49. Suifan TS, Diab H, Alhyari S, Sweis RJ. (2020). Does ethical leadership reduce turnover intention? The mediating effects of psychological empowerment and organizational identification. *J. Hum. Behav. Soc. Environ*; 1–19.
50. Han Z, Wang Q, Yan X.J.S. (2019). How responsible leadership motivates employees to engage in organizational citizenship behavior for the environment: a double-mediation model. *Sustainability*; 11: 605.
51. Moore C, Mayer DM, Chiang FF, Crossley C, Karlesky MJ, Birtch TA. (2019). Leaders matter morally: The role of ethical leadership in shaping environmental sustainability. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com>. Accessed: 2 May 2020.
25. Saleem M, Qadeer F, Mahmood F, Ariza-Montes A, Han H. (2020). Ethical leadership and employee green behavior: a multilevel moderated mediation analysis. *Sustainability*; 12: 3314.
26. Kuenzi M, Mayer DM, Greenbaum RL. (2019). Creating an ethical organizational environment: The relationship between ethical leadership, ethical organizational climate, and unethical behavior. *Pers. Psychol*; 73: 43–71.
27. Fatoki O. (2019). Hotel employees' pro-environmental behaviour: effect of leadership behaviour, institutional support and workplace spirituality. *Sustainability*; 11(15): 4135.
28. Zhou S, Zhang D, Lyu C, Zhang H. (2018). Does seeing "mind acts upon mind" affect green psychological climate and green product development performance? the role of matching between green transformational leadership and individual green values. *Sustainability*; 10: 3206.
29. Afsar B, Badir Y, Kiani US. (2016). Linking spiritual leadership and employee pro-environmental behavior: The influence of workplace spirituality, intrinsic motivation, and environmental passion. *Journal of Environmental Psychology*; 45: 79–88.
30. Littleford C, Ryley TJ, Firth SK. (2014). Context, control and the spillover of energy use behaviours between office and home settings. *Journal of Environmental Psychology*; 40: 157–166.
31. Schneider B, Ehrhart MG, Macey WH. (2013). Organizational climate and culture. *Annu. Rev. Psychol*; 64: 361–388.
32. Parker CP, Baltes BB, Young SA, Hu JW, Altmann RA, Lacost HA, Roberts JE. (2003). Relationships between psychological climate perceptions and work outcomes: A meta-analytic review. *J. Organ. Behav*; 24: 389–416.
33. Mulki JP, Jaramillo JF, Locander WB. (2009). Critical role of leadership on ethical climate and salesperson behaviors. *J. Bus. Ethics*; 86: 125–141.
34. Cheng MY, Wang L. (2015). The mediating effect of ethical climate on the relationship between paternalistic leadership and team identification: A team-level analysis in the Chinese context. *J. Bus. Ethics*; 129: 639–654.
35. George B. (2007). *True north: Discover your authentic leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
36. Aguinis H, Glavas A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda. *J. Manag*; 38: 932–968.
37. Testa F, Corsini F, Gusmerotti NM, Iraldo F. (2018). Predictors of organizational citizenship behavior in relation to environmental and health & safety issues. *Int. J. Hum. Resour. Manag*; 1–34.

53. Law MMS, Hills P, Hau BCH. (2017). Engaging employees in sustainable development—a case study of environmental education and awareness training. Hong Kong. Bus. Strategy Environ; 26: 84–97.
52. Saeed BB, Afsar B, Hafeez S, Khan I, Tahir M, Afridi MA. (2019). Promoting employee’s proenvironmental behavior through green human resource management practices. Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag; 26: 424–438.