



Role of Hotel Social Responsibility in the Green Behavior of Staff: The Case of 4- and 5-Star Hotels in Tabriz

Yavar Babaei* 

Assistant Professor, Department of Management and Tourism, Faculty of Economics and Management, Tabriz University, Tabriz, Iran

Shiva Khajeyi 

Graduated of Tourism Management, Faculty of Management and Economics, Tabriz University, Tabriz, Iran

Abstract

The study investigated the role of social responsibility in shaping the green behavior of hotel employees in four- and five-star hotels in Tabriz. Utilizing a positivist, quantitative approach, data was collected from 216 managers and employees selected via cluster sampling. Analysis using structural equation modeling and Amos software revealed that employees' social responsibility and environmental concern significantly influence their green behavior. However, the effect of supporting sustainable tourism on green behavior was not confirmed. The study also found significant effect of social

* Corresponding Author: Email: Babaei_yavar@tabrizu.ac.ir

How to Cite: babaei, Y. and Khajeyi, S. (2026). Role of Hotel Social Responsibility in the Green Behavior of Staff: The Case of 4- and 5-Star Hotels in Tabriz. *Tourism Management Studies*, 21(73), 205 - 258. doi: [10.22054/tms.2025.88163.3107](https://doi.org/10.22054/tms.2025.88163.3107)

responsibility on environmental concern and support for sustainable tourism, as well as the significant effect of environmental concern on support for sustainable tourism.

Keywords: Social responsibility, support for sustainable tourism, green behavior, environmental concerns, hotel industry

Introduction

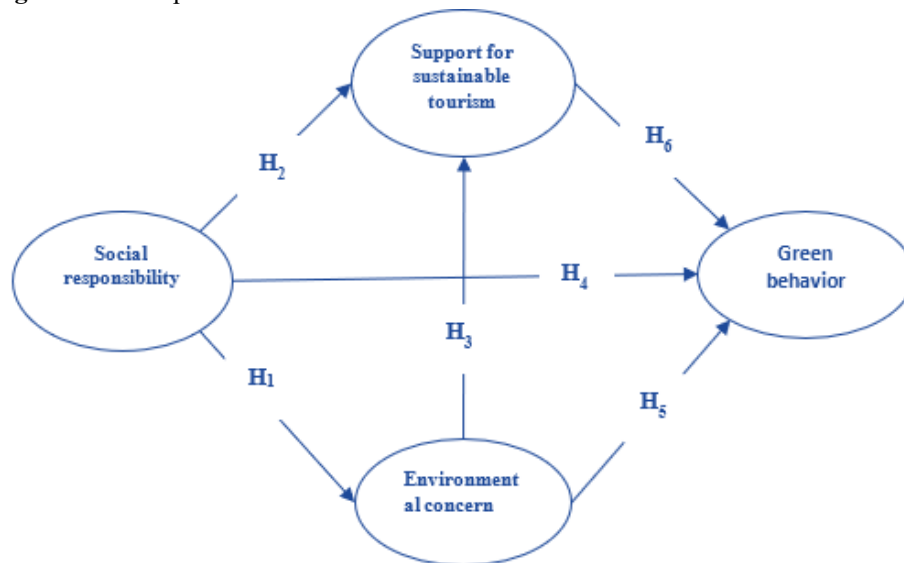
The increased use of fossil fuels and the resulting greenhouse gas emissions have exacerbated climate change (Shahzad et al., 2021). The issue of environmental pollution within the hotel sector is also a noted concern. Estimates show that in 2021, hotels accounted for about 363 million tons of carbon dioxide emissions, or about 1% of total global emissions (Herzallah et al., 2025). Therefore, paying attention to environmental issues in the hotel sector is necessary. One factor affecting hotel management's approach to environmental issues is employees' green behavior. Green employee behavior includes actions related to environmental sustainability in the workplace (Edosomwan et al., 2023). It is necessary to determine the variables that enable employees to engage in green behaviors in the workplace (whether within organizational tasks or beyond) (Kerse, 2024). To this end, the current study examines the effects of social responsibility, environmental concern, and support for sustainable tourism on employees' green behavior in hotels in Tabriz. Tabriz, recognized as a leading tourism city, possesses a substantial number of hotels and residences. Identifying factors that influence hotel employees' green behavior in Tabriz and strengthening these behaviors is crucial for advancing environmentally sustainable practices within the city's hotel industry and tourism sector. A review of the research literature shows that although a limited number of studies have been conducted in this area, no study focused on four- and five-star hotels in Tabriz. Therefore, the central inquiry of this study is to ascertain the effects of social responsibility, environmental concern, and support for

sustainable tourism on the green behavior of hotel employees in Tabriz.

Literature Review

Considering the research objectives and the contents of the theoretical foundations and background sections of the research, and by examining various models in the theoretical literature in the field of social responsibility with the aim of identifying factors affecting the green behavior of employees in the hotel industry, the conceptual model of research was extracted, which has the variables of social responsibility, support for sustainable tourism, environmental concern, and green behavior (Figure 1).

Figure 1: Conceptual model of the research



Methodology

The current study adopts a positivist paradigm, utilizing a descriptive survey strategy and quantitative data. The research geographical scope is limited to Tabriz, focusing specifically on the city's four- and five-star hotels. The statistical population comprises managers and

employees from these establishments, from which a sample of 216 participants was selected across 10 four- and five-star hotels using cluster sampling. The data collection method was based on standard questionnaire, including the Social Responsibility scale (Su & Swanson, 2019), the Support for Sustainable Tourism scale (Zargham Borujeni et al., 2020), the Environmental Concern scale (Chuah et al., 2020), and the Green Behavior scale (Su & Swanson, 2019). To examine the validity of the research tool, content validity, face validity, and construct validity were assessed. Finally, the dataset was analyzed using SPSS and AMOS, encompassing both descriptive and inferential statistics.

Results

The research model was evaluated in Amos software using confirmatory factor analysis (CFA), as illustrated by the standardized measurement model in Figure 2.

Additionally, the structural research model was estimated to test the research hypotheses, with the standardized path coefficients presented in Figure 3.

Figure 2: Confirmatory Factor Analysis in Standard Mode

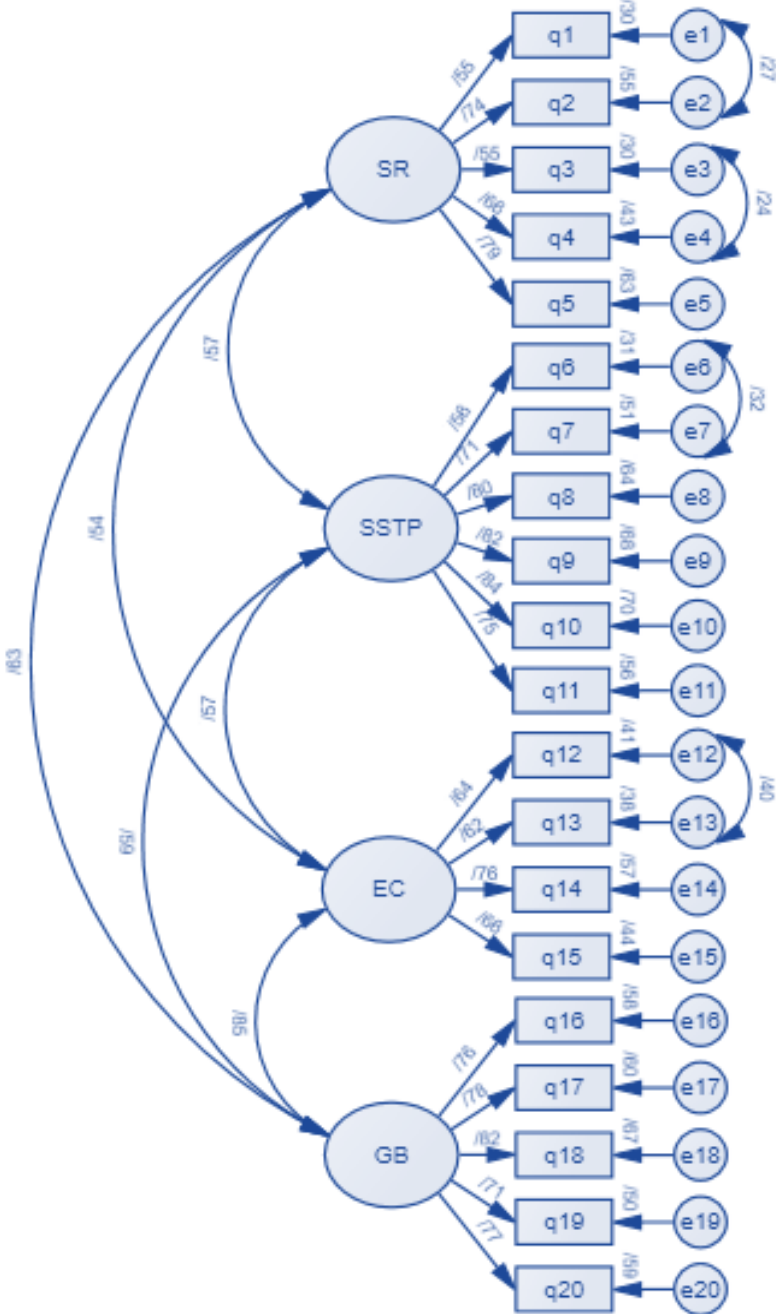
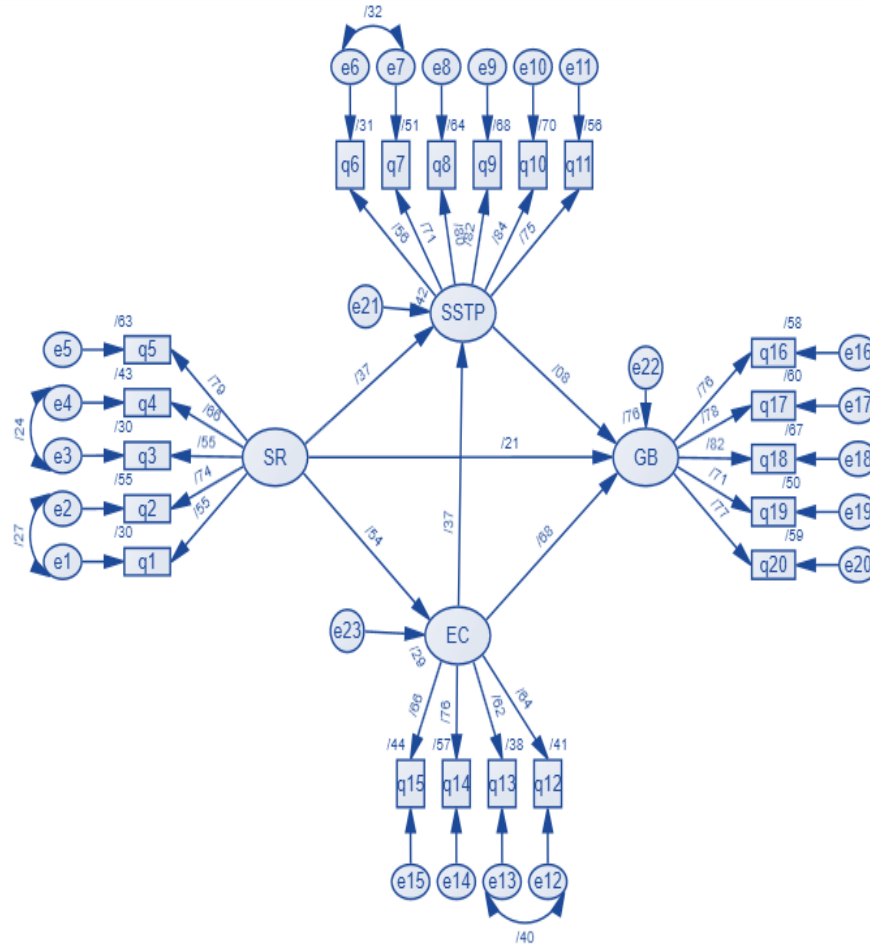


Figure 3: Structural Model of Research in Standard Estimation Mode



The empirical results of the hypothesis testing, summarized in Table 1, indicates that five hypotheses were statistically supported, while one was not confirmed.

Table 1: Results of Research Hypotheses

Number	Hypothesis	Path Coefficients	T-value	R ²	Hypothesis status
H ₁	Social Responsibility → Environmental Concern	0.539	4.856	0.291	Yes
H ₂	Social Responsibility → Support for Sustainable Tourism	0.368	3.518	0.416	Yes
H ₃	Environmental Concern → Support for Sustainable Tourism	0.367	3.579		Yes
H ₄	Social Responsibility → Green Behavior	0.213	2.541	0.762	Yes
H ₅	Environmental Concern → Green Behavior	0.684	6.172		Yes
H ₆	Support for Sustainable Tourism → Green Behavior	0.083	10.64		No

Results & Discussion

This study examined the characteristics of employees in the hotel sector, including social responsibility, environmental concern, and support for sustainable tourism development, and the role of these characteristics on employees' green behavior. For this purpose, six hypotheses were formulated. The first hypothesis of the study found that social responsibility has a significant effect on environmental concern. In the second hypothesis of the study, the findings showed that social responsibility has a significant effect on supporting sustainable tourism. Also, the third hypothesis of the study confirmed that environmental concern supports sustainable tourism development. In the fourth hypothesis, the results showed that social responsibility significantly affects the behavior of hotel employees in Tabriz. The results also showed that environmental concern significantly affects employees' green behavior. Finally, regarding the

sixth hypothesis, the research results showed that supporting sustainable tourism did not have a significant effect on hotel employees' green behavior, and the hypothesis was not confirmed.

Conclusion

The findings of this study highlight the importance of addressing environmental issues and emphasize employees' roles in advancing green practices within the hospitality sector. According to these findings, socially responsible and environmentally conscious employees can exhibit green behaviors in the hospitality sector. On the other hand, hotel managers and owners, given the global trend towards environmental responsibility, should take measures to encourage employees to adopt greener behavior in their hotels.



نقش مسئولیت اجتماعی هتل در شکل‌گیری رفتار سبز کارکنان (مورد مطالعه: هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز)

استادیار گروه مدیریت و گردشگری، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه
تبریز، تبریز، ایران

یاور بابائی * ID

دانش‌آموخته رشته گردشگری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

شیوا خواجه‌ای ID

چکیده

افزایش نگرانی‌ها نسبت به محیط‌زیست و افزایش فرآیندهای آلودگی‌های محیطی ناشی از فعالیت‌های انسانی سبب شده که پایداری، رفتارهای سبز و مسئولیت اجتماعی در محیط‌های کاری و اماکن گردشگری اهمیت یابند. برای همین منظور، این مطالعه به ارزیابی نقش مسئولیت اجتماعی بر رفتار سبز کارکنان در بین هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز پرداخته است. رویکرد تحقیق بر اثبات گرایی استوار بوده و به‌صورت کمی انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق، مدیران و کارکنان هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز می‌باشد که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، تعداد ۲۱۶ نفر نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد و برای تحلیل داده‌های تحقیق از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی بر رفتار سبز کارکنان مؤثرند. اما اثر پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز مورد تأیید قرار نگرفت. از نتایج دیگر تحقیق، اثر معنادار مسئولیت اجتماعی بر نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار و نیز اثر معنادار نگرانی زیست‌محیطی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار می‌باشد. یافته‌های این تحقیق، اهمیت توجه به مسائل مرتبط با محیط‌زیست را در بخش هتلداری برجسته کرده و بر نقش کارکنان در بهبود ملاحظات زیست‌محیطی در بخش هتلداری تأکید می‌کند. مطابق با یافته‌ها، شکل‌گیری مسئولیت اجتماعی و نگرانی نسبت به محیط‌زیست می‌تواند رفتارهای سبز و سازگار با محیط‌زیست کارکنان در بخش هتلداری را به‌دنبال داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی، پشتیبانی از گردشگری پایدار، رفتار سبز، نگرانی زیست‌محیطی، صنعت هتلداری، شهر تبریز

مقدمه

مسائل زیست محیطی از آغاز انقلاب صنعتی در قرن نوزدهم به طور بی سابقه‌ای در سطح جهان مشاهده شده‌اند (O'Neill et al., 2020). منابع جهانی در نتیجه بهره‌برداری بیش‌ازحد انسان با سرعت نگران‌کننده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند (Khan et al., 2021) و نتیجه آن افزایش انتشار گازهای گلخانه‌ای است و محیط زیست جهانی را به سمت بدتر شدن تغییر می‌دهد (Olubunmi et al., 2016). بنابراین، سازمان ملل متحد اهداف توسعه پایدار را برای حداقل سازی خطر فاجعه‌های زیست محیطی تعیین کرد (Zhang et al., 2021). بر این اساس، از اصول توسعه پایدار می‌توان در جهت هدایت فعالیت‌های گردشگری به سمت پایداری در دوران معاصر استفاده کرد.

مفهوم پایداری مسیر منحصربه‌فردی را برای ارتقای رشد اجتماعی-زیست محیطی صنایع جهانی (مثلاً گردشگری) در پیش گرفته است (Higgins-Desbiolles et al., 2019). صنعت گردشگری، یکی از مدرن‌ترین و خلاق‌ترین و دارای سریع‌ترین رشد در بین صنایع مختلف در سطح جهانی به‌شمار می‌رود (وهاب‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). مطابق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۲۴ بیش از ۱/۵ میلیارد نفر بوده و در نیمه اول سال ۲۰۲۵، با وجود افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی و تجاری، سفرهای بین‌المللی رشد ۵ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل را تجربه کرده است که نشان‌دهنده ثبات در رشد این صنعت بوده است (UNWTO, 2025). با این حال، اگرچه صنعت گردشگری مزایای اقتصادی عظیمی را برای کشورهای جهان به ارمغان می‌آورد؛ اما افزایش هزینه‌های زیست محیطی فعالیت‌های گردشگری باعث شده است که این صنعت تحت تأثیر غیرقابل انکار تغییرات اقلیمی جهانی قرار گیرد (Li, 2022). گسترده‌گی آن به اکوسیستم جهان، آسیب زیادی وارد کرده و در نتیجه باعث شده است که این صنعت با بحران‌های زیست محیطی مواجه شود (Scott et al., 2019). بر اساس این مفهوم، وضعیت فعلی، سؤالاتی را در مورد توسعه پایدار این صنعت مطرح می‌کند و در نتیجه نیاز به اقدامات پایداری را ایجاد می‌نماید (Blázquez-Salom et al., 2019). در سطح جهانی نیز تقاضای مصرف‌کنندگان به محصولات پایدار افزایش یافته است و همچنین، انتظارات آن‌ها

از سازمان‌ها برای عملکرد مسئولانه افزایش یافته است (Alkandi, 2025). بنابراین، پرداختن به مسائل پایداری در تولید و فعالیت می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا اعتماد قوی‌تر و اعتبار بیشتری را برای ذی‌نفعان ایجاد کنند (Suganthi, 2019). با توجه به این موارد، پایداری یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها در بخش گردشگری است (Khan et al., 2021).

در بخش هتلداری شاهد گسترش آلودگی‌های زیست‌محیطی هستیم. به‌طوری‌که صنعت هتلداری یکی از پرمصرف‌ترین صنایع در سراسر جهان است که به‌طور قابل توجهی بر مصرف انرژی و انتشار کربن اثر می‌گذارد. برآوردها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۱ هتل‌ها حدود ۳۶۳ میلیون تن انتشار دی‌اکسید کربن یا به عبارت دیگر حدود یک درصد از کل انتشار جهانی این گاز را به خود اختصاص داده‌اند (Herzallah et al., 2025). بنابراین، توجه به مسائل زیست‌محیطی در بخش هتلداری دارای ضرورت است. یکی از عوامل مؤثر بر مدیریت فعالیت‌های هتل‌ها نسبت به محیط‌زیست، رفتار سبز کارکنان است. رفتار سبز کارکنان شامل رفتارهای مرتبط با پایداری زیست‌محیطی در محیط کار است (Edosomwan et al., 2023).

در تعریفی دیگر، اونس و دیلچرت (2012) رفتار سبز کارکنان را به‌عنوان اقدامات و فعالیت‌های قابل اندازه‌گیری مرتبط با پایداری زیست‌محیطی که به‌وسیله کارکنان انجام می‌شود، تعریف می‌کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که مقاصد گردشگری مختلف به‌دلیل رفتارهای غیرمسئولانه انسانی که نیاز فوری به اصلاح دارند، به‌شدت آسیب دیده‌اند (Wang et al., 2019). علاوه بر این، مطالعات پیشین نشان می‌دهد که درک تأثیر تخریب محیط‌زیست، کارکنان را به نشان دادن رفتارهای طرفدار محیط‌زیست تشویق کرده است که این امر به‌طور محدود در صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته است (Sarfraz et al., 2022). کارکنان، در مقام اعضای سازمان و جامعه، نقشی محوری در تضمین پایداری محیط‌زیستی سازمان ایفا می‌کنند؛ به‌طوری‌که بروز رفتارهای سازگار با محیط‌زیست (سبز) از سوی آنان در محیط کار، از اهمیت بالایی برخوردار است (Weerakkody et al., 2022)؛ زیرا رفتار سبز کارکنان با گسترش نگرش‌ها و رفتارهای طرفدار محیط‌زیست در

محیط سازمانی منجر به افزایش عملکرد سبز می‌شود (Huo et al., 2022). بر همین اساس، تعیین متغیرهای مؤثر بر رفتارهای سبز کارکنان هتل در محیط کاری ضروری است (Kerse, 2024). برای این منظور، این مطالعه به بررسی اثر مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان در هتل‌های شهر تبریز می‌پردازد. شهر تبریز به‌عنوان یکی از شهرهای مطرح در حوزه گردشگری دارای هتل‌ها و اقامتگاه‌های متعددی است. شناخت عوامل مؤثر بر رفتار سبز کارکنان هتل‌های شهر تبریز و تلاش در جهت تقویت این رفتارها می‌تواند صنعت هتلداری در این شهر و نیز گردشگری این شهر را به سوی پایداری و رعایت شیوه‌های پایداری زیست‌محیطی هدایت کند.

بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های محدودی در این حوزه انجام شده است، اما هیچ مطالعه‌ای در این زمینه در هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز انجام نگرفته است. همچنین، این مطالعه مفهوم رفتار سبز کارکنان را در بخش هتلداری بررسی کرده است که به‌واسطه اهمیت هتل‌ها در مصرف انرژی، مصرف آب، انتشار گاز دی‌اکسید کربن و... دارای اهمیت می‌باشد. به همین دلیل، انجام مطالعه در زمینه تعیین متغیرهای مؤثر بر رفتار سبز کارکنان در بخش هتل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از نوآوری‌های این تحقیق می‌توان به مواردی از قبیل تأکید بر نقش کارکنان در اقدامات زیست‌محیطی هتل‌ها، انتخاب جامعه مورد مطالعه به واسطه کمبود مطالعات انجام‌شده در آن و نیز تأکید بر پشتیبانی از گردشگری پایدار به‌عنوان نتیجه وجود مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی و نیز رفتار سبز به‌عنوان کارکردهای عملی احساس مسئولیت و نگرانی زیست‌محیطی می‌باشد. بنابراین با توجه به مطالب فوق، مسئله اصلی در این تحقیق این است که مسئولیت اجتماعی هتل، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار چه تأثیری بر رفتار سبز کارکنان هتل‌های شهر تبریز دارند؟ و نیز مسئولیت اجتماعی هتل و نگرانی هتل چه تأثیری بر پشتیبانی از گردشگری پایدار دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی یک جزء استراتژیک از عملیات یک شرکت است که در آن شرکت به‌صورت داوطلبانه به مسائل محیط‌زیست و جامعه می‌پردازد و در مقابل اقدامات خود که بر مصرف، جامعه و محیط‌زیست تأثیر می‌گذارد، پاسخگو است (Zhang & Berhe, 2022). در واقع، مسئولیت اجتماعی به‌عنوان دستیابی به عملکرد کسب‌وکار در عین پایداری به ارزش‌های اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی تعریف می‌شود (Tsoutsoura, 2004). این تلاش‌ها و فعالیت‌ها فراتر از تعهدات ساده اقتصادی و قانونی است و با هدف دستیابی به منافع اجتماعی انجام می‌شود و شرکت به‌صورت داوطلبانه ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی را در عملیات تجاری و تعاملات ذی‌نفعان ادغام می‌کند (Tian et al., 2015). اهمیت مسئولیت اجتماعی در سال‌های اخیر، مدیران را از این واقعیت آگاه ساخته که مسئولیت اجتماعی نه‌تنها از نظر ایدئولوژیکی ضروری است، بلکه یک ضرورت اقتصادی در بازار امروز محسوب می‌شود (Widyastuti et al., 2019).

یک مقصد شامل بسیاری از بخش‌های مرتبط با گردشگری، مانند عملیات گشت‌وگذار، حمل‌ونقل زمینی، خطوط هوایی، اقامت، رستوران‌ها و آژانس‌های مسافرتی است. بازیگران کلیدی در این بخش‌ها به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی که می‌توانند بر اقتصاد، محیط‌زیست، فرهنگ و جامعه مقصد تأثیر بگذارند، با چالش‌هایی در رابطه با مسئولیت اجتماعی روبه‌رو هستند (Su et al., 2016). بسیاری از مطالعات، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در صنعت گردشگری، مانند خطوط هوایی (Lee et al., 2013)، هتل‌ها (Singal, 2014) و رستوران‌ها (Kim & Kim, 2014) بررسی کرده‌اند. بسیاری از هتل‌ها، اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را در اسناد سیاستی و ارتباطات بازاریابی خود برجسته کرده‌اند (Ibnou-Laaroussi et al., 2020). طبق دیدگاه مسئولیت اجتماعی، هتل‌ها به کیفیت محیط‌زیست کمک می‌کنند و در کنار آن با توجه به افزایش آگاهی زیست‌محیطی در جوامع، تقاضا برای محصولات سبز، وفاداری مشتری، برندسازی سبز و سودآوری آن‌ها افزایش می‌یابد (Chung, 2020). بنابراین، یک کسب‌وکار مسئول از نظر اجتماعی،

نیازهای جامعه را برآورده می‌کند و از این طریق ضمن بهبود اعتبار خود، تقاضای پایدار برای محصولات خود را تضمین می‌نماید (Cho et al., 2019).

نگرانی زیست‌محیطی

نگرانی زیست‌محیطی را می‌توان به‌عنوان هوشیاری و بصیرتی که در نتیجه استفاده بیش‌ازحد منابع طبیعی و آلودگی ناشی از آن در افراد شکل می‌گیرد، تعریف کرد. (قلی‌پور سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۸). نگرانی زیست‌محیطی نشان‌دهنده آگاهی فرد از مشکلات زیست‌محیطی علاوه‌بر تعهد فرد به مدیریت مشکل است (Akehurst et al., 2012). نگرانی زیست‌محیطی به‌عنوان یک عامل حیاتی در توضیح شکل‌گیری تصمیمات/رفتارهای سازگار با محیط‌زیست در نظر گرفته می‌شود (Raharjo et al., 2019).

نگرانی زیست‌محیطی را می‌توان به‌عنوان «آگاهی/نگرانی در مورد تأثیر مضر رفتار غیرمسئولانه زیست‌محیطی انسان بر محیط طبیعی که انسان‌ها برای آن ارزش زیادی قائل هستند» توصیف کرد. این متغیر به دو روش مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد: نگرانی برای مسئله زیست‌محیطی خاص ناشی از یک صنعت خاص و نگرانی برای مسائل زیست‌محیطی جهانی ناشی از رفتار عمومی انسان (Ahmad et al., 2018). این تحقیق بر مورد اول، یعنی نگرانی در مورد اهمیت مشکلات زیست‌محیطی ناشی از بخش هتلداری، متمرکز است. در یک بازار رو به رشد با آگاهی زیست‌محیطی، این مفهوم توجه فزاینده‌ای را از سوی دانشگاهیان و متخصصان در صنایع مهمان‌نوازی و گردشگری به خود جلب می‌کند (Vazifehdoust et al., 2013).

مطالعات قبلی ارتباط بین نگرانی زیست‌محیطی و رفتارهای سبز مسافران را نشان داده‌اند (Chan, & Wong et al., 2006). این مطالعات اهمیت نگرانی زیست‌محیطی را به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار مهم و مثبت بر فرآیندهای تصمیم‌گیری سازگار با محیط‌زیست مشتریان نشان داده‌اند (Ahmad et al., 2018). افرادی که نگرانی زیست‌محیطی بالایی دارند، راحت‌تر در رفتارهای سبز شرکت می‌کنند و مایل به واکنش به مسائل زیست‌محیطی هستند (Vazifehdoust et al., 2013).

نگرانی زیست‌محیطی به نگرش مثبت یا منفی نسبت به چالش‌های زیست‌محیطی، تخریب محیط‌زیست و تغییرات اقلیمی اشاره دارد و به‌عنوان یک ویژگی عاطفی که دلسوزی، نگرانی‌ها، علایق و عدم علایق فرد نسبت به محیط‌زیست شناخته می‌شود». به همین دلیل است که این متغیر یک عامل نگرشی قوی و تأثیرگذار برای رفتار طرفدار محیط‌زیست در نظر گرفته می‌شود (Ibnou-Laaroussi et al., 2020).

تحقیقات نشان می‌دهد که یکی از عوامل مؤثر بر نگرانی زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی می‌باشد. فلسفه مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی در بلندمدت، تعادل بین اجزای اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی است (Tao et al., 2022). با این وجود، مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی در بلندمدت در اهداف دارای تمایز هستند. به‌رینگر و سگدی (2016) ادعا کردند که نگرانی زیست‌محیطی بیشتر بر برآورده کردن خواسته‌ها، اصول اخلاقی، عناصر اجتماعی - مالی - زیست‌محیطی، حقوق مدنی و همکاری تمرکز دارد؛ در حالی که مسئولیت اجتماعی شرکتی بر روابط متقابل زیست‌محیطی و اجتماعی، نگرش سهامداران، رفتار اخلاقی و داوطلبی متمرکز است. به همین ترتیب، دیلیک و ماف (2016) ادعا کردند که نگرانی زیست‌محیطی در سطح کلان متمرکز است، اما مسئولیت اجتماعی شرکتی صرفاً بر رویکردهای سطح صنعت و بهره‌وری زیست‌محیطی تمرکز دارد. ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و نگرانی زیست‌محیطی هم از نظر عملی و هم از نظر نظری مورد توجه است (Tao et al., 2022).

در واقع، از مشتریانی که سطح بالایی از نگرانی زیست‌محیطی دارند، انتظار می‌رود که احساس روشنی از مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی داشته باشند و از اقدامات سازگار با محیط‌زیست پیروی کنند (Biswas & Roy, 2015)، به‌عنوان مثال، صرفه‌جویی در مصرف برق و خرید خدمات و محصولات سازگار با محیط‌زیست. علاوه بر این، آن‌ها می‌توانند تاکتیک‌های سبزشویی شرکت را نیز شناسایی کرده و از اثرات مطلوب آن آگاه باشند؛ بنابراین، استفاده از چنین خدمات و محصولات را افزایش دهند (Newton et al., 2015). بنابراین با توجه به مطالب فوق، فرضیه اول تحقیق به‌صورت زیر مطرح می‌شود:

H1: مسئولیت اجتماعی هتل بر نگرانی زیست محیطی کارکنان هتل تأثیر دارد.

پشتیبانی از گردشگری پایدار

گردشگری پایدار نوعی گردشگری است که آثار اقتصادی، اجتماعی و محیطی حال و آینده در آن ملاحظه می شود و به نیازهای بازدیدکنندگان، صنعت گردشگری، محیط و جامعه میزبان توجه می کند (ضرغام پروجنی و همکاران، ۱۳۹۸). پایداری به عنوان توانایی دستیابی به بهبود اجتماعی و زیست محیطی بدون ایجاد موانع برای نسل های آینده توصیف می شود (Maruyama et al., 2019). پایداری از مؤلفه های اصلی پایداری اقتصادی، پایدار اجتماعی و پایداری زیست محیطی تشکیل شده است (Torrent-sellens et al., 2023). با وجود اهمیت همه مؤلفه های پایداری، امروزه پایداری زیست محیطی اهمیتی ویژه دارد. به این دلیل که امروزه مصرف بالایی از منابع، مواد اولیه و انرژی وجود دارد (Olah et al., 2020). علاوه بر این، شیوه هایی مانند سوزاندن یا ریختن زباله، دفع مواد سمی در طبیعت بیشتر از گذشته است (Weerakkody et al., 2022). همه این موارد منجر به انتشار بالای کربن و گازهای گلخانه ای، تغییرات آب و هوایی، بلایای طبیعی و... می شود. بنابراین، تمرکز بر پایداری زیست محیطی اهمیت دارد (Kerse, 2024). گردشگری پایدار به عنوان «رویکردی مثبت برای کاهش تنش ها و اصطکاک های ایجاد شده به وسیله تعاملات پیچیده بین صنعت گردشگری، بازدیدکنندگان، محیط زیست و جوامع میزبان گردشگران» تعریف می شود. گردشگری پایدار به توسعه و پایداری بلندمدت صنعت گردشگری کمک می کند (Khan et al., 2021). توسعه گردشگری پایدار به عنوان نوعی از گردشگری تعریف می شود که به طور معناداری به فرآیند توسعه کمک می کند و در عین حال، اصول توسعه را حفظ می کند. این نوع گردشگری به گونه ای طراحی شده است که نیازها و خواسته های نسل های آینده را به خطر نیندازد و به آنها امکان دهد تا به منابع و فرصت های لازم دسترسی داشته باشند (Khan et al., 2022).

مطالعات نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست محیطی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار، مؤثر هستند (Fang et al., 2018؛ ضرغام پروجنی و همکاران، ۱۳۹۸). مسئولیت اجتماعی پدیده ای است که جنبه های زیست محیطی را در دستیابی به رفاه اجتماعی

در نظر می‌گیرد. در بخش گردشگری، مسئولیت اجتماعی شرکتی نیاز به اجرای ابتکارات سازگار با محیط‌زیست را افزایش می‌دهد و در نتیجه، توسعه اجتماعی-زیست‌محیطی را تضمین می‌کند (Paskova & Zelenka, 2019). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا می‌کند و تأثیر زیادی بر ذی‌نفعان شرکت‌ها (مانند کارکنان، دولت و مشتریان) دارد (Fang et al., 2018). فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی کارکنان نقش مهمی در ایجاد ارتباط فرد با محیط‌زیست ایفا می‌کند. این امر باعث می‌شود کارکنان این ابزار را به‌عنوان توجیه منطقی برای انجام کار خوب بپذیرند. در توضیح این مفهوم، پژوهش نشان می‌دهد که قابلیت مسئولیت اجتماعی شرکتی درک‌شده به‌طور گسترده بر درک کارکنان تأثیر می‌گذارد و در نتیجه، توسعه پایدار گردشگری را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد (ضرغام‌بروجنی و همکاران، ۱۳۹۸).

همچنین، تحقیقات نشان می‌دهد که سیاست‌های گردشگری پایدار نقش مهمی در حفظ محیط‌زیست و حمایت از عناصر اجتماعی-فرهنگی یک مقصد دارند. در این زمینه خان و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که سیاست‌های گردشگری پایدار به‌طور قابل توجهی بر مدیریت مقصد و مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارند که برای توسعه گردشگری پایدار ضروری هستند. به‌طور خلاصه، حمایت کارکنان هتل از گردشگری پایدار به‌طور قابل توجهی به نگرانی‌ها و آگاهی زیست‌محیطی آن‌ها بستگی دارد. تقویت این جنبه‌ها از طریق برنامه‌ها و آموزش‌های هدفمند می‌تواند منجر به اتخاذ مؤثرتر و گسترده‌تر شیوه‌های پایدار در بخش هتلداری شود و به پیشبرد اهداف گردشگری پایدار کمک کند (El-Tahhan, 2023; Sourvinou & Filimonau, 2017). در نتیجه، بر اساس این ادبیات، فرضیه‌های زیر تدوین می‌گردد:

H₂: مسئولیت اجتماعی هتل بر پشتیبانی از گردشگری پایدار تأثیر دارد.

H₃: نگرانی زیست‌محیطی کارکنان هتل بر پشتیبانی از گردشگری پایدار تأثیر دارد.

رفتار سبز کارکنان

رفتار سبز کارکنان شامل درگیر شدن کارکنان در رفتارهای سبز، از جمله اقدامات کارکنان برای انجام کار به روشی سازگار با محیط‌زیست مانند بازیافت، استفاده منطقی از منابع و

مشارکت در محیط‌زیست است (Su & Swanson, 2019). طبق تحقیقات انجام‌شده، اصطلاحات متنوعی برای توصیف رفتار مفید نسبت به محیط‌زیست استفاده شده است، از جمله اصطلاح رفتار حامی محیط‌زیست، رفتار سازگار با محیط‌زیست، رفتار اکولوژیکی، رفتار حفاظتی یا رفتار سبز (Vicente, 2024). رفتار سبز کارکنان، رفتاری مثبت در محل کار است که به مسائل زیست‌محیطی و توسعه پایدار می‌پردازد (Edosomwan et al., 2023). در واقع، رفتار سبز کارکنان پدیده‌ای است که ساختار حفاظت از محیط‌زیست را منطقی می‌کند (Li, 2022). در حالی که این رفتار را می‌توان در چهار بُعد شامل یادگیری سبز، شیوه‌های فردی، تأثیرگذاری بر دیگران و صداها‌ی سازمانی، مورد بررسی قرار داد (Zhang et al., 2021) و می‌توان آن را به‌عنوان رفتار سبز درون‌نقشی و فرانقشی نیز در نظر گرفت. رفتار سبز درون‌نقشی کارکنان، رفتاری است که در نتیجه انتظارات کارکنان برای انجام وظایف خود به شیوه‌های سازگار با محیط‌زیست رخ می‌دهد. این رفتارها شامل تغییر جهت کارکنان به سمت فعالیت‌های پایدار مطابق با سیاست‌های سازمانی و نشان دادن رفتارهای سازگار با محیط‌زیست به‌عنوان بخشی از شرح وظایف آن‌ها می‌شود (Norton et al., 2015). بنابراین، استفاده معقول از آب و انرژی، حفاظت از منابع سازمانی و کاهش یا جلوگیری از ضایعات سمی ناشی از انتظارات سازمانی هنگام انجام وظایف، نمونه‌هایی از رفتار سبز درون‌نقشی هستند (Kerse et al., 2021). در مقابل، رفتار سبز فرانقشی کارکنان، رفتاری سازگار با محیط‌زیست است که به‌صورت داوطلبانه توسط یک کارمند صورت می‌گیرد و به‌عنوان رفتار بشردوستانه سازمانی نسبت به محیط‌زیست نیز شناخته می‌شود (Katz et al., 2022). این رفتارها شامل اقدامات خودجوش کارکنان در راستای پایداری محیط‌زیست است که از وظایف رسمی سازمانی فراتر می‌رود (El-Tony & Choo, 2021).

اولویت دادن به محیط‌زیست، ارائه توصیه‌های طرفدار محیط‌زیست برای بهبود فرآیندها یا محصولات موجود، آغاز سیاست‌ها و برنامه‌های سبز، خاموش کردن چراغ‌ها و رایانه‌ها در مواقع عدم استفاده و تشویق سایر کارکنان به سبز بودن، برخی از رفتارهای سبز فرانقشی هستند (Kerse et al., 2021). بنابراین، در حالی که رفتار سبز درون‌نقشی، بخشی از وظایف

اصلی کارکنان محسوب می‌شود؛ در مقابل، رفتار سبز فرانتشی، رویکردی داوطلبانه، فعالانه و تغییردهنده در قبال چالش‌های محیط‌زیست در سازمان است (Bissing-Olson et al., 2013).

بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که عوامل مختلفی از جمله مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان در صنعت گردشگری و به‌ویژه بخش هتلداری مؤثر هستند. در این راستا باید تأکید کرد که مسئولیت اجتماعی شرکتی، موضوعی حیاتی در گردشگری است که تأثیر آسیب‌های زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد و به سیاست‌های شرکت‌ها برای دستیابی به توسعه پایدار اشاره دارد (Han et al., 2020). مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث می‌شود که کارکنان، فعالیت‌های پایداری را اتخاذ کنند و در نتیجه، رفاه محیط‌زیست را تضمین نمایند (Abdullah et al., 2020). امروزه، افراد و مشاغلی که آسیب‌پذیری محیطی را کنترل می‌کنند، درگیر رفتارهای طرفدار محیط‌زیست شده‌اند. بر این اساس، دانشگاهیان با ایجاد ارتباط بین شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی و رفتار پیشگیرانه کارکنان، بیان می‌کنند که رفتار پیشگیرانه کارکنان به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با چالش‌های فزاینده زیست‌محیطی مقابله کنند. در واقع، رفتار زیست‌محیطی با هدایت اقدامات سازگار با محیط‌زیست کارکنان برای دستیابی به اهداف پایدار، محیطی سالم ایجاد می‌کند (Halder et al., 2020).

نکته قابل توجه این است که در سال‌های اخیر، تلاش‌های سازمان‌های فعال در پرداختن به نگرانی‌های زیست‌محیطی، باعث شده است که کارکنان نسبت به تخریب فزاینده محیط‌زیست واکنش نشان دهند. بر این اساس، با شتاب گرفتن جهان به سمت صنعتی شدن و مسائل زیست‌محیطی رو به رشد، به شدت الزام انجام اقدامات مختلف برای تقویت رفتار سازگار با محیط‌زیست افراد احساس می‌شود. بر اساس این گفته، سازمان‌ها به‌طور قابل توجهی کارکنان را برای اتخاذ فعالیت‌های اجتماعی-زیست‌محیطی ترغیب می‌کنند و در نتیجه، آن‌ها را در رفتار طرفدار محیط‌زیست مشارکت می‌دهند (Cheema et al., 2020). رفتار سازگار با محیط‌زیست کارکنان، آن‌ها را به ایجاد درک مثبت از مسئولیت اجتماعی شرکتی تشویق می‌کند. کارکنانی که برای طبیعت ارزش قائلند، مسئولیت

زیست محیطی جدی در قبال شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از خود نشان می‌دهند. مسئولیت اجتماعی شرکتی، به عنوان یک عامل زمینه‌ای، رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان را به سمت ایجاد نتایج مثبت زیست محیطی سوق می‌دهد (Ruepert et al., 2017). اقدام سازگار با محیط زیست یک فرد، حفاظت پایدار از منابع را ترویج کرده و ثبات محیط زیست را تضمین می‌کند. در بخش گردشگری، درک بهبود یافته از مسئولیت اجتماعی شرکتی به عاملی حیاتی در تسریع رفتار زیست محیطی کارکنان تبدیل شده است (Tuan, 2018). در نتیجه، بسیاری از سازمان‌های گردشگری، تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را برای دستیابی به توسعه گردشگری سازگار با محیط زیست ترویج کرده‌اند (Han et al., 2020). بنابراین با توجه به مطالب فوق، فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

- H4: مسئولیت اجتماعی بر رفتار سبز کارکنان هتل تأثیر دارد.
- H5: نگرانی زیست محیطی بر رفتار سبز کارکنان هتل تأثیر دارد.
- H6: پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان هتل تأثیر دارد.

پیشینه پژوهش

ابدو و ادگار (2025) در مطالعه‌ای با عنوان «پرورش رفتار سبز: بررسی شایستگی‌های مدیریتی برای مدیریت مؤثر منابع انسانی سبز در هتل‌ها»، چارچوبی از شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز را به عنوان سازوکاری محوری برای افزایش توانایی‌ها، انگیزه و فرصت‌های کارکنان برای حمایت از عملکرد پایدار پیشنهاد دادند. این چارچوب بر اساس سه شایستگی مدیریتی اصلی شامل حل مسئله، ارتباط و اعتماد که از طریق آموزش رسمی، استراتژی‌های تعامل، اشتراک دانش و ابتکارات اعتمادسازی توسعه می‌یابند، بنا شده است. این تحقیق با گسترش مدل توانایی-انگیزه-فرصت برای گنجاندن شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز و برجسته کردن اهمیت استراتژیک سرمایه‌گذاری در شایستگی‌های مدیریتی و منابع انسانی برای همسوسازی توسعه کارکنان با اهداف پایداری شرکت، به گفت‌وگوهای موجود در این زمینه کمک می‌کند.

لویس و همکاران (2024) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش رفتار سبز داوطلبانه و عملکرد سبز در ارتقای پایداری در صنعت مهمان‌نوازی» نشان دادند که آموزش سبز، تعهد سبز و مدیریت دانش سبز نقش مهمی در ترویج شیوه‌های پایدار در صنعت هتلداری دارند. سرمایه‌گذاری در آموزش کارکنان برای ایجاد دانش و مهارت، نشان دادن تعهد قوی مدیریت به پایداری و اجرای مدیریت دانش مؤثر، کلید ایجاد یک محیط کاری است که از پایداری و مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی پشتیبانی می‌کند.

آگراول و پرادهان (2023)، مطالعه‌ای با عنوان «رفتار سبز کارکنان در هتل‌ها: نقش مدیریت منابع انسانی سبز، رهبری تحول‌آفرین سبز و همخوانی ارزش‌ها» انجام دادند. یافته‌های تحقیق، ارتباط غیرمستقیم معناداری را بین مدیریت منابع انسانی سبز و رهبری تحول‌آفرین سبز از یک سو و رفتار سبز درون‌نقشی و رفتار سبز فرانقشی از سوی دیگر از طریق همخوانی ارزش‌ها گزارش می‌دهند.

خان و همکاران (2022) در مطالعه‌ای با عنوان «پیشایندهای رفتار سبز کارکنان در صنعت هتلداری»، نشان دادند که رهبری اخلاقی محیط‌زیستی با فضای روان‌شناختی سبز و رفتار سبز کارکنان ارتباط مثبت دارد. علاوه بر این، فضای روان‌شناختی سبز با رفتار سبز کارکنان ارتباط مثبت دارد و فضای روان‌شناختی سبز در رابطه بین رهبری اخلاقی محیط‌زیستی و رفتار سبز کارکنان واسطه‌گری می‌کند.

السویدی و همکاران (2021) در مطالعه‌ای با عنوان «درک ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و رفتار سبز کارکنان هتل»، نتیجه گرفتند که مسئولیت اجتماعی شرکتی محرک اصلی رفتار سبز کارکنان در هتل است. رفاه کارکنان و هنجارهای زیست‌محیطی شخصی تا حدی این رابطه را میانجی‌گری می‌کنند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که استراتژی زیست‌محیطی هتل این روابط را تعدیل می‌کند.

احمد و همکاران (2020) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی و محرک‌های محیطی بر رفتار سبز کارکنان: اثر واسطه‌ای رفاه کارکنان»، در بین کارکنان هتل‌های پاکستان به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی شرکتی، نگرانی زیست‌محیطی و دانش تأثیر مثبتی بر رفاه کارکنان دارند. علاوه بر این، نگرانی زیست‌محیطی، دانش و رفاه

زیست محیطی تأثیر مثبتی بر رفتار سبز دارند، در حالی که مسئولیت اجتماعی شرکتی و دانش زیست محیطی تأثیر مثبت اما ناچیزی دارند. علاوه بر این، رفاه به طور کامل واسطه رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و رفتار سبز و بین آگاهی زیست محیطی و رفتار سبز کارکنان است.

بابائی و شیخ حسنی (۱۴۰۴) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر بر عملکرد محیط‌زیستی کارکنان هتل (مورد مطالعه: هتل‌های شهر یزد)»، نشان دادند که رفتار شهروندی و رفتار حامی محیط‌زیست تأثیر معناداری بر عملکرد محیط‌زیستی کارکنان دارد. اما تأثیر مشارکت محیط‌زیستی و تعهد سازمانی بر عملکرد محیط‌زیستی کارکنان هتل در شهر یزد مورد تأیید قرار نگرفت. از نتایج دیگر تحقیق، اثر معنادار مشارکت محیط‌زیستی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی بر رفتار حامی محیط‌زیست است که اثر معنادار مشارکت محیط‌زیستی بر تعهد سازمانی و اثر معنادار مشارکت زیست محیطی و تعهد سازمانی بر رفتار شهروندی می‌باشد.

نهادوندی و همکاران (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت اشیاء، قصد خرید و عملیات سازمانی سبز در رفتار سازمانی سبز کارکنان در صنعت هتلداری»، نشان دادند که اینترنت اشیاء در عملیات سبز و رفتار سبز کارکنان تأثیر معناداری دارد. همچنین قصد خرید سبز در عملیات سبز و رفتار سبز کارکنان تأثیر معناداری داشت، اما تأثیر عملیات سبز در رفتار سبز کارکنان تأیید نشد.

یوسفی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان «تبیین مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت هتلداری با رویکرد فراترکیب»، ضمن شناسایی شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای تأثیرگذار بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی هتل‌ها، راهبردها و اقداماتی در زمینه ارتقای سطح مسئولیت‌پذیری کارکنان، بازاریابی سبز، مدیریت سبز، صرفه‌جویی، توسعه مشارکت اجتماعی و غیره شناسایی شدند. همچنین، بهبود رضایت ذی‌نفعان، ارتقای عملکرد هتل و افزایش سطح رفاه اجتماعی، برندسازی و پایداری هتل به عنوان پیامدهای پیاده‌سازی این راهبردها مشخص گردید.

عالم‌شهن‌آبادی و بهرام‌زاده (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی رفتار مدیریت منابع انسانی سبز و آگاهی زیست‌محیطی بر رفتارهای سبز با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر ارتقای عملکردی سبز (مطالعه موردی: هتل بزرگ تهران)»، نتیجه گرفتند که اثرات آگاهی زیست‌محیطی بر روی مدیریت منابع انسانی سبز با در نظر گرفتن نقش میانجیگری عملکرد مراقبت از محیط‌زیست کارکنان مبتکرانه مورد تأیید بوده است. ولی اثر عملکرد مراقبت از محیط‌زیست کارکنان مرتبط با وظایف همسو و معنادار نیست. همچنین، رهبری خدمتگزار نقش واسطه در رابطه بین مدیریت منابع انسانی سبز و عملکرد مراقبت از محیط‌زیست کارکنان مرتبط با وظایف را ندارد.

سبک‌رو و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز در عملکرد محیطی با میانجیگری عوامل توانمندساز فرهنگ سازمانی سبز، تعهد سازمانی و رفتار زیست‌محیطی»، در بین کارکنان هتل نتیجه گرفتند که مدیریت منابع انسانی سبز در تعهد سازمانی کارکنان، توانمندساز فرهنگ سازمانی و رفتار دوستدار محیط‌زیست تأثیر مثبت دارد. همچنین، نتایج نشان داد که مدیریت منابع انسانی سبز از طریق دو متغیر میانجی شامل تعهد سازمانی و رفتار دوستدار محیط‌زیست کارکنان در عملکرد محیطی تأثیر مثبت دارد.

بابائی و فانی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «اثر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی زیست‌محیطی و رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان در هتل‌های استان یزد و کرمان»، به این نتیجه رسیدند که مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر مثبت و معناداری بر مشارکت زیست‌محیطی کارکنان، رفتار شهروندی زیست‌محیطی و رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان دارد. همچنین، مشارکت زیست‌محیطی و رفتار شهروندی زیست‌محیطی کارکنان تأثیر معناداری بر رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان دارد.

ضرغام‌پروجنی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین»، نتیجه گرفتند که مسئولیت اجتماعی بر منافع ادراک‌شده و پشتیبانی از گردشگری پایدار و نیز منافع ادراک‌شده بر پشتیبانی از گردشگری پایدار اثر معنادار دارد. همچنین، مسئولیت اجتماعی بر هزینه‌های ادراک‌شده تأثیر معنادار و

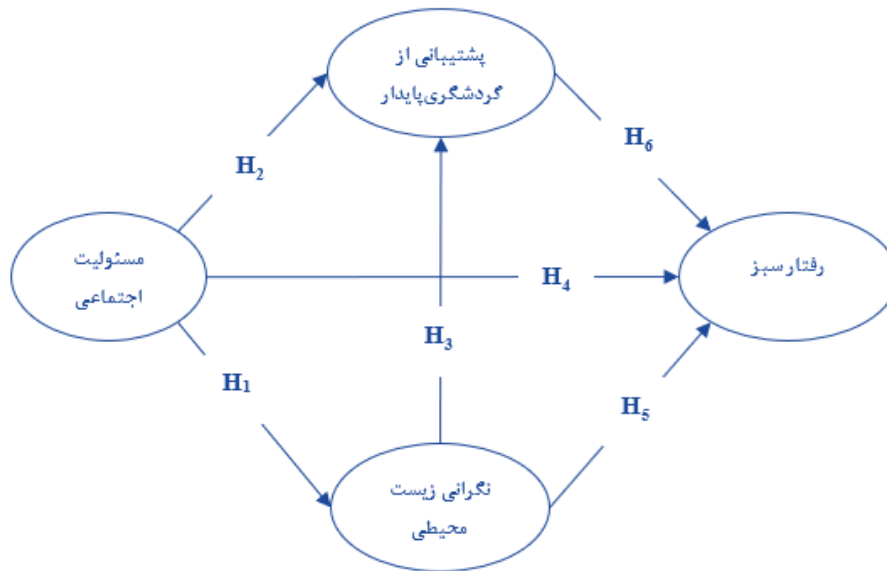
منفی دارد. در نهایت، منافع ادراک شده نقش میانجی در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار دارد؛ اما نقش میانجی هزینه های ادارا ک شده بر تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار مورد تأیید قرار نگرفت.

با مروری بر مطالعات پیشین مرتبط با موضوع تحقیق، مشاهده می گردد که اگرچه مطالعاتی به بررسی پیشایندها و عوامل مؤثر بر رفتار سبز کارکنان پرداخته اند، اما مطالعه ای که بتواند به طور جامع اثر مسئولیت اجتماعی، پشتیبانی از گردشگری پایدار و نگرانی زیست محیطی را بر رفتار سبز کارکنان بررسی کند، موجود نبود. همچنین، در بررسی مطالعات داخلی مشاهده می گردد که اثر نگرانی زیست محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان هتل، مورد بررسی قرار نگرفته است. به علاوه از نظر قلمرو مکانی، تاکنون مطالعه ای در این حوزه در بین کارکنان هتل های شهر تبریز انجام نگرفته است. بنابراین با توجه به این موارد، تحقیق حاضر به دنبال توسعه ادبیات تحقیق در این حوزه است و به دنبال پوشش دادن خلأهای مطالعاتی در ارتباط با عوامل مؤثر بر رفتار سبز کارکنان هتل با تأکید بر مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار است.

مدل مفهومی

با توجه به اهداف تحقیق و مطالب بخش مبانی نظری و پیشینه تحقیق و با بررسی مدل های مختلف در ادبیات نظری در حوزه مسئولیت اجتماعی با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار سبز کارکنان در صنعت هتلداری، مدل مفهومی تحقیق استخراج شد که دارای متغیرهای مسئولیت اجتماعی، پشتیبانی از گردشگری پایدار، نگرانی زیست محیطی و رفتار سبز می باشد (شکل ۱).

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



(منبع: برگرفته از ادبیات تحقیق)

روش تحقیق

این تحقیق براساس پارادایم اثبات‌گرایی در زمره تحقیقات کاربردی بوده و از استراتژی توصیفی - پیمایشی پیروی می‌کند و بر اساس گردآوری داده‌های میدانی و مبتنی بر تحقیقات کمی می‌باشد. از لحاظ زمانی، این تحقیق به صورت مقطعی و در بازه زمانی پاییز و زمستان ۱۴۰۳ و از نظر مکانی، این تحقیق در شهر تبریز انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارکنان هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز می‌باشد. این شهر دارای چهار هتل پنج‌ستاره و شش هتل چهارستاره است. شیوه نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای بود. به این صورت که هر هتل به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شد و اقدام به نمونه‌گیری در بین اعضای کارکنان و مدیران هتل‌ها صورت گرفت و تعداد ۲۱۶ نفر از بین ۸ هتل چهارستاره و پنج‌ستاره این شهر انتخاب گردید. شیوه گردآوری داده‌ها به صورت میدانی و با ابزار پرسشنامه استاندارد می‌باشد که شامل پرسشنامه مسئولیت اجتماعی (Su & Swanson, 2019) با ۵ گویه، پرسشنامه پشتیبانی از گردشگری پایدار (ضرغام‌بروجنی و همکاران، ۱۳۹۸) با ۶ گویه، پرسشنامه نگرانی زیست محیطی (Chuah et al., 2020) با ۴

گویه و رفتار سبز کارکنان (Su & Swanson, 2019) با ۵ گویه می‌باشد که برای سنجش آن‌ها از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. به‌منظور بررسی روایی ابزار تحقیق از روایی قانونی، روایی صوری و روایی سازه استفاده شد و بر اساس روایی قانونی، میزان سازگاری نظری با ادبیات و میزان پشتیبانی تجربی از روابط بین سازه‌ها را نشان می‌دهد (Lim, 2024)؛ بابائی و شیخ‌حسینی، ۱۴۰۴. با توجه به اینکه ابزار تحقیق از منابع معتبر استخراج گردید؛ بنابراین، روایی قانونی آن مورد تأیید می‌باشد. برای بررسی روایی صوری، پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار گرفت و بر اساس نظر آن‌ها مورد اصلاح و بازبینی قرار گرفت. همچنین از روایی سازه نیز جهت ارزیابی روایی پرسشنامه استفاده گردید که نتایج آن در بخش یافته‌ها ارائه شده است (جدول ۶ و ۷). به‌منظور بررسی پایایی تحقیق از شاخص‌های آلفای کرونباخ، امگای مک‌دونالد و پایایی ترکیبی استفاده شد که نتایج آن در بخش یافته‌ها ارائه شده است (جدول ۶). در نهایت، داده‌های حاصل از توزیع میدانی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس^۱ و آموس^۲ و در قالب دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

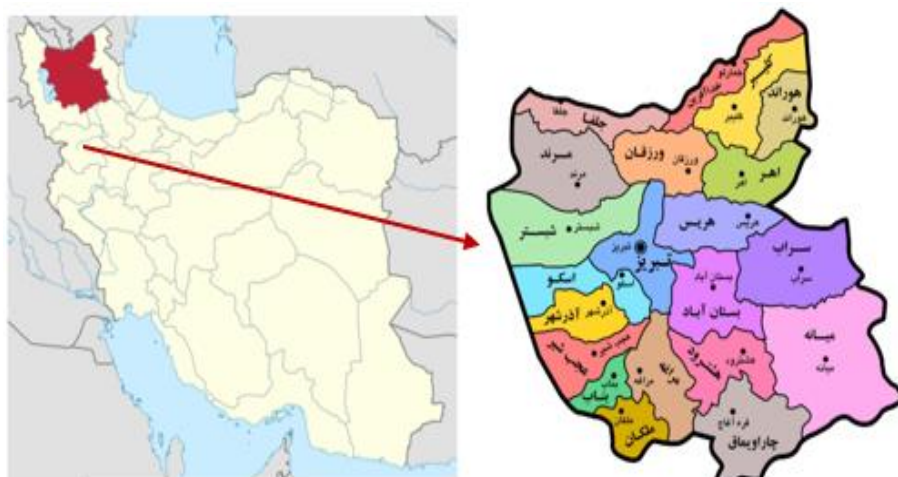
محدوده مورد مطالعه

تبریز شهری در شمال غرب ایران و مرکز استان آذربایجان شرقی می‌باشد. شهر تبریز در موقعیت جغرافیایی ۳۸ درجه و ۴ دقیقه شمالی و ۴۶ درجه و ۱۷ دقیقه شرقی قرار دارد. این شهر دارای ارتفاع ۱۳۵۰ متر از سطح دریا و در فاصله ۶۳۰ کیلومتری از شهر تهران قرار دارد. وسعت این منطقه حدوداً ۲۴۴۵۱ کیلومترمربع بوده و مطابق سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای جمعیتی بالغ بر ۱۵۸۴۸۵۵ نفر می‌باشد. شهر تبریز، به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص، پیشینه تاریخی غنی و فرهنگ پربار، یکی از مقاصد مهم گردشگری ایران به‌شمار می‌رود. این شهر علاوه بر آثار تاریخی ارزشمند از طبیعت زیبا و امکانات تفریحی متنوعی برخوردار است که آن را به یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری کشور تبدیل کرده است. تبریز با داشتن بازار بزرگ تبریز که در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت شده است و ارگ علیشاه،

1. SPSS
2. Amos

مسجد کبود، خانه‌های تاریخی، موزه‌های متعدد و پارک‌های زیبا، جذابیت ویژه‌ای برای گردشگران دارد. همچنین، این شهر به واسطه فرهنگ غنی و غذاهای محلی بی‌نظیر همچون کوفته تبریزی و لبنیات مرغوب، تجربه‌ای منحصر به فرد برای مسافران رقم می‌زند. علاوه بر بناهای تاریخی، طبیعت زیبای ائل‌گلی و کوه عینالی از جمله مکان‌هایی هستند که گردشگران را به خود جذب می‌کنند. همچنین، تبریز در سال ۲۰۱۸ به‌عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی انتخاب شد که نشان‌دهنده اهمیت این شهر در صنعت گردشگری است. در شکل ۲، موقعیت شهر تبریز بر روی نقشه ایران و استان آذربایجان شرقی نمایش یافته است.

شکل ۲. موقعیت شهر تبریز در نقشه ایران



یافته‌های تحقیق

پس از گردآوری داده‌های تحقیق از جامعه آماری، داده‌های به‌دست آمده وارد نرم‌افزار اسپاس‌اس شد و پس از پیش‌پردازش اولیه، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج بخش توصیفی در قالب اطلاعات جمعیت‌شناختی و آمار توصیفی سؤالات و متغیرهای تحقیق با استفاده از نرم‌افزار اسپاس‌اس بخش استنباطی در دو بخش تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل

ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس انجام گرفت. در ادامه هر یک از این بخش ها ارائه می گردد.

یافته های توصیفی

جدول ۳، ویژگی های جمعیت شناسی مربوط به نمونه مورد مطالعه را بر حسب جنسیت، سن، تحصیلات، ستاره هتل و واحد خدمتی نشان می دهد.

جدول ۳. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه

متغیر	ویژگی	فراوانی	درصد	متغیر	ویژگی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۲۶	۵۸/۳	تحصیلات	زیر دیپلم	۲۶	۱۲/۰
	زن	۸۷	۴۰/۳		دیپلم	۶۷	۳۱/۰
	بی پاسخ	۳	۱/۴		فوق دیپلم	۲۸	۱۳/۰
سن	زیر ۲۰ سال	۳	۱/۴		لیسانس	۶۸	۳۱/۵
	۲۱-۳۰ سال	۸۶	۳۹/۸		فوق لیسانس	۲۰	۹/۳
	۳۱-۴۰ سال	۶۶	۳۰/۶		دکتری	۲	۰/۹
	۴۱-۵۰ سال	۴۷	۲۱/۸		بی پاسخ	۵	۲/۳
	۵۱ سال و بالاتر	۱۰	۴/۷	واحد خدمتی	فنی	۱۳	۶/۰
	بی پاسخ	۴	۱/۹		حراست/حمل و نقل	۹	۴/۲
رشته تحصیلی	غیر مرتبط	۱۵۳	۷۰/۸		رستوران/کافی شاپ	۳۹	۱۸/۱
	مرتبط	۵۱	۲۳/۶		خدمات	۶۰	۲۷/۸
	گردشگری	۹	۴/۲		اداری	۳۱	۱۴/۳
	بی پاسخ	۳	۱/۴		پذیرش/تشریفات	۵۸	۲۶/۸
ستاره هتل	چهار ستاره	۱۰۲	۴۷/۲		بی پاسخ	۶	۲/۸
	پنج ستاره	۱۱۴	۵۲/۸				

همان طور که در این جدول مشاهده می شود، از نظر جنسیت مردان با فراوانی ۱۲۶ نفر (معادل ۵۸/۲ درصد) دارای بیشترین تعداد می باشند. از نظر سنی، گروه دارای سن ۲۱ تا ۳۰ سال با فراوانی ۸۶ نفر و معادل ۳۹/۸ درصد بیشترین تعداد را دارا هستند. همچنین از نظر تحصیلات، بیشترین فراوانی مربوط به لیسانس ها با فراوانی ۶۸ نفر و معادل ۳۱/۵ درصد و دیپلم ها با فراوانی ۶۷ و معادل ۳۱ درصد بود. از نظر رشته تحصیلی، گروه دارای رشته غیر مرتبط با

فراوانی ۱۵۳ نفر و معادل ۷۰/۸ درصد بیشترین تعداد را دارا هستند. از نظر واحد خدمتی، قسمت خدمات و پذیرش - تشریفات به‌ترتیب با فراوانی ۶۰ نفر (معادل ۲۷/۸ درصد) و ۵۸ نفر (معادل ۲۶/۸ درصد) بیشترین تعداد را به خود اختصاص دادند.

جدول ۴، آمار توصیفی سنجه‌های تحقیق شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود بر اساس میانگین پاسخ مشارکت‌کنندگان در تحقیق، کلیه مقادیر میانگین سنجه‌ها بزرگ‌تر از عدد متوسط (۳) می‌باشد که نشان می‌دهد اعضای نمونه توافق نسبی نسبت به سؤالات تحقیق دارند. همچنین، در این تحقیق از شاخص‌های چولگی و کشیدگی به‌منظور بررسی وضعیت توزیع داده‌های تحقیق استفاده شده است. شرط لازم برای نرمال بودن توزیع داده‌های تحقیق این است که مقدار چولگی به‌دست آمده برای هر یک از سنجه‌های تحقیق در بازه (۳ و -۳) و مقدار کشیدگی هریک از سنجه‌ها در بازه (۵ و -۵) قرار گیرد (Ryu, 2011). با توجه به نتایج جدول ۴، مشاهده می‌گردد که کلیه مقادیر چولگی و کشیدگی در بازه قابل قبول قرار دارند. بنابراین می‌توان گفت که داده‌های تحقیق از توزیع نرمال برخوردار است.

جدول ۴. آمار توصیفی سنجه‌های تحقیق

متغیر	سنجه	کد سنجه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مسئولیت اجتماعی	این هتل در عملیات خود از نظر زیست‌محیطی مسئول است.	q1	۴/۴۴	۰/۸۹۲	-۲/۰۰	۲/۴۶
	این هتل به جامعه محلی کمک می‌کند.	q2	۴/۰۷	۰/۹۹۳	-۰/۹۱۷	۰/۳۰۴
	این هتل در کسب سود موفق است.	q3	۴/۳۵	۰/۸۰۴	-۱/۰۳۷	۰/۵۸۵
	این هتل با ذی‌نفعان خود به خوبی رفتار می‌کند.	q4	۴/۳۴	۰/۹۰۱	-۱/۶۵	۲/۰۱
	این هتل برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود، اخلاقی و فراتر از تمامی تعهدات قانونی عمل می‌کند.	q5	۴/۱۱	۱/۰۲	-۱/۰۸	۰/۷۱۵

ادامه جدول ۴.

متغیر	سنجه	کد سنجه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
پشتیبانی از گردشگری پایدار	من از توسعه پایدار صنعت گردشگری حمایت می‌کنم.	q6	۴/۳۱	۰/۹۱۰	-۱/۳۲	۱/۶۲
	من در طرح‌ها و برنامه‌های مربوط به گردشگری پایدار مشارکت می‌کنم.	q7	۴/۰۱	۱/۰۲	-۱/۰۰	۰/۷۷۳
	من در تبادل فرهنگی بین ساکنان و بازدیدکنندها مشارکت می‌کنم.	q8	۳/۹۴	۰/۹۸۹	-۰/۶۰۷	-۰/۲۹۹
	من با اقدامات در زمینه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری همکاری می‌کنم.	q9	۳/۹۱	۱/۰۶	-۰/۶۲۹	-۰/۳۹۶
	من در آموزش و ترویج حفاظت محیطی و اجتماعی مشارکت می‌کنم.	q10	۳/۸۸	۱/۰۱	-۰/۵۰۰	-۰/۵۳۱
	من در حفظ جاذبه‌های گردشگری مشارکت می‌کنم.	q11	۴/۱۵	۰/۹۵۳	-۰/۸۸۷	۰/۰۶۰
نگرانی زیست‌محیطی	من نگران محیط‌زیست هستم.	q12	۴/۴۴	۰/۸۲۷	-۱/۴۰	۱/۷۰۷
	شرایط محیط‌زیست بر کیفیت زندگی من تأثیر می‌گذارد.	q13	۴/۵	۰/۸۱۳	-۱/۸۳	۱/۷۲۸
	من مایل‌م برای حفاظت از محیط‌زیست فداکاری کنم.	q14	۴/۱۸	۰/۹۲۰	-۰/۶۹۲	-۰/۵۸۴
	من از نظر احساسی درگیر موضوعات محافظت از محیط‌زیست هستم.	q15	۴/۱۳	۰/۹۴۸	-۰/۷۶۸	-۰/۲۰۳
رفتار سبز کارکنان	من وظایف محول‌شده را به اندازه کافی به روش‌های سازگار با محیط‌زیست انجام می‌دهم.	q16	۴/۰۹	۰/۹۳۵	-۰/۷۳۷	-۰/۱۲۰
	من مسئولیت‌های مشخص‌شده در شرح شغل خود را به روش‌های سازگار با محیط‌زیست انجام می‌دهم.	q17	۴/۱۵	۰/۹۲۸	-۰/۷۵۷	-۰/۱۷۰

ادامه جدول ۴.

متغیر	سنجه	کد سنجه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
رفتار سبز کارکنان	من وظایف شغلی که از من انتظار می‌رود را به روش‌های سازگار با محیط‌زیست انجام می‌دهم.	q18	۴/۱۷	۰/۹۴۲	-۰/۹۲۲	۰/۳۱۳
	من از هر فرصتی استفاده می‌کنم تا به‌طور فعال در حفاظت از محیط‌زیست در محل کارم مشارکت کنم.	q19	۴/۱۸	۰/۸۸۹	-۰/۶۴۳	-۰/۷۶۸
	من از هر ابتکاری استفاده می‌کنم تا در محل کارم به روشی سازگار با محیط‌زیست عمل کنم.	q20	۴/۲۱	۰/۹۱۶	-۰/۸۳۹	-۰/۲۲۸

در جدول ۵ نیز آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق ارائه شده است. بر اساس نتایج به‌دست آمده، نگرانی زیست‌محیطی با ۴/۳۱ دارای بیشترین میانگین و پشتیبانی از گردشگری پایدار با ۴/۰۳ دارای کمترین میانگین در بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. بر اساس نتایج شاخص‌های چولگی و کشیدگی نیز به‌واسطه آنکه مقادیر چولگی در بازه (۳- و ۳) و مقادیر کشیدگی در بازه (۵- و ۵) قرار دارد، می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال برخوردارند و بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده کرد.

جدول ۵. آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

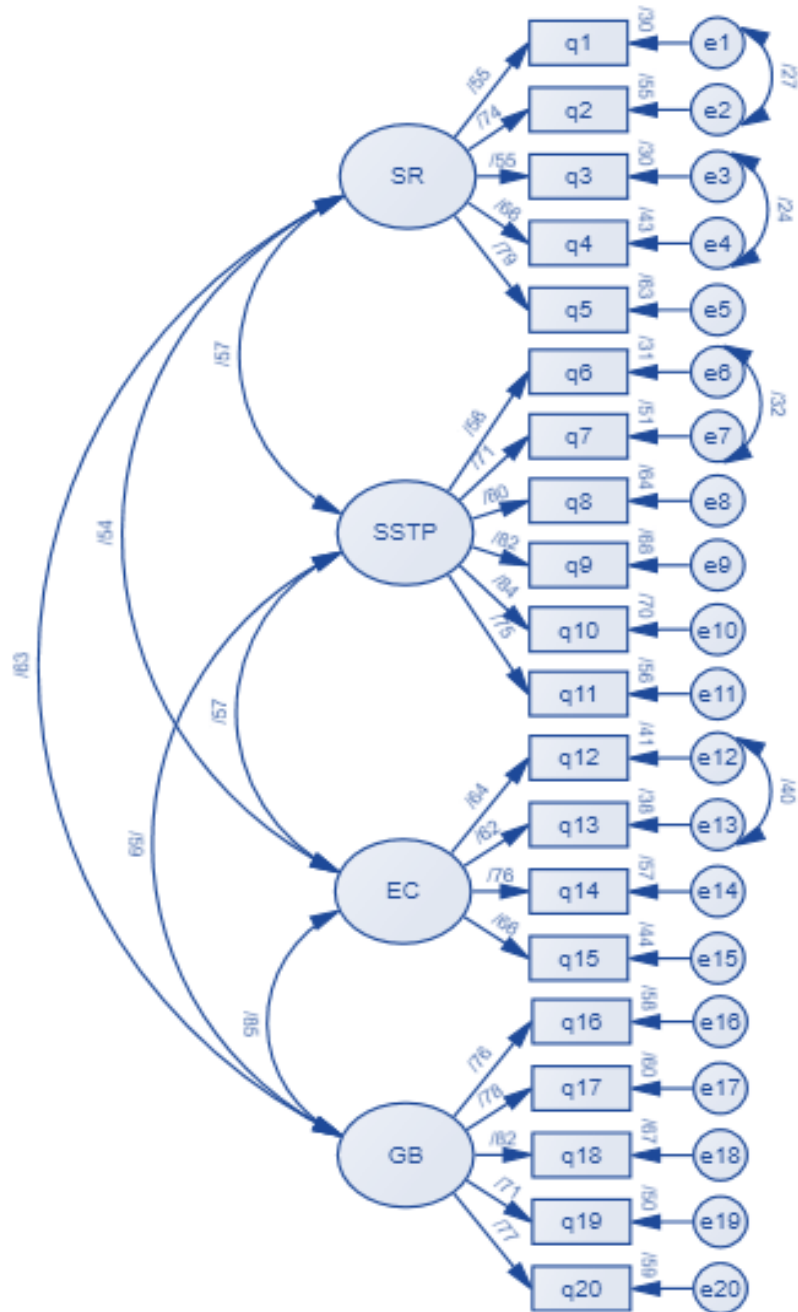
متغیر	کد متغیر در مدل	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مسئولیت اجتماعی	SR	۴/۲۶	۰/۶۹۵	-۰/۹۰۶	۰/۱۹۹
پشتیبانی از گردشگری پایدار	SSTP	۴/۰۳	۰/۷۹۶	۰/۸۳۶	۰/۷۹۶
نگرانی زیست‌محیطی	EC	۴/۳۱	۰/۶۸۲	-۱/۰۹	۱/۰۹
رفتار سبز کارکنان	GB	۴/۱۶	۰/۷۵۳	-۰/۵۲۴	-۰/۷۱۹

یافته‌های استنباطی

در بخش استنباطی، نتایج نمونه به جامعه تعمیم داده می‌شود و از آن به‌منظور بررسی مدل تحقیق و فرضیه‌های تحقیق استفاده می‌شود. در این بخش، ابتدا از تحلیل عاملی تأییدی به‌منظور تأیید حضور سنجه‌های تحقیق در مدل و نیز بررسی روایی و پایایی و برازش مدل تحقیق استفاده می‌شود و پس از آن از تحلیل ساختاری جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده می‌گردد. برای این منظور، مدل تحقیق در حالت تحلیل عاملی در نرم‌افزار آموس اجرا شد که در شکل ۳، مدل تحلیل عاملی تأییدی در حالت استاندارد شده نمایش یافته است. با توجه به اینکه مقادیر بارهای عاملی به‌دست آمده برای کلیه سنجه‌های تحقیق بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد، بنابراین حضور هر یک از سؤالات پرسشنامه در مدل تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در جدول ۶ نیز مقادیر بارهای عاملی و معناداری شاخص‌های تحقیق، ضرایب مربوط به پایایی و روایی همگرا ارائه شده است. با توجه به اینکه مقادیر بارهای عاملی شاخص‌های تحقیق بزرگ‌تر از ۰/۵ بوده و نیز ضرایب معناداری آن‌ها نیز بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشد؛ بنابراین، حضور همه شاخص‌ها در مدل تحقیق، مورد تأیید قرار گرفت. بر اساس شاخص‌های پایداری، کلیه مقادیر مربوط به آلفای کرونباخ، ضریب امگا و پایایی ترکیبی مربوط به متغیرهای تحقیق بزرگ‌تر از ۰/۷ می‌باشد؛ بنابراین، پایایی ابزار تحقیق، مورد تأیید است. از نظر روایی همگرا نیز کلیه مقادیر آن بزرگ‌تر از ۰/۵ بوده است؛ بنابراین، روایی همگرای ابزار تحقیق تأیید شد.

شکل ۳. تحلیل عاملی تأییدی در حالت استاندارد



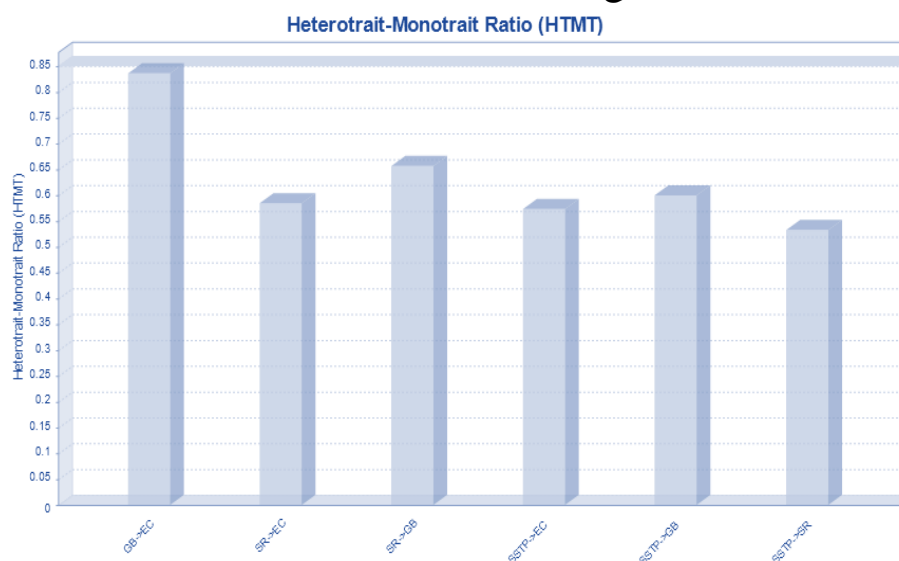
جدول ۶. بارهای عاملی، معناداری ضرایب، پایایی و روایی همگرا

متغیر	کد سنجه	بارهای عاملی	معناداری	آلفای کرونباخ	ضریب امگا	پایایی ترکیبی	روایی همگرا (AVE)
مسئولیت اجتماعی	q1	۰/۵۵	-	۸۰۵	۰/۸۱۶	۰/۸۶۵	۰/۵۶۴
	q2	۰/۷۴	۸/۳۱				
	q3	۰/۵۵	۵/۸۶				
	q4	۰/۶۶	۶/۶۰				
	q5	۰/۷۹	۷/۱۶				
پشتیبانی از گردشگری پایدار	q6	۰/۵۶	-	۰/۸۸۸	۰/۸۹۲	۰/۹۱۵	۰/۶۴۳
	q7	۰/۷۱	۹/۲۴				
	q8	۰/۸۰	۱۱/۰۲				
	q9	۰/۸۲	۱۱/۳۲				
	q10	۰/۸۴	۱۱/۵۰				
	q11	۰/۷۵	۱۰/۲۹				
نگرانی زیست محیطی	q12	۰/۶۴	-	۰/۷۸۳	۰/۷۷۷	۰/۸۶۱	۰/۶۰۸
	q13	۰/۶۲	۹/۷۰				
	q14	۰/۷۶	۸/۵۸				
	q15	۰/۶۶	۷/۸۱				
رفتار سبز کارکنان	q16	۰/۷۶	-	۰/۸۷۵	۰/۸۷۷	۰/۹۰۹	۰/۶۶۸
	q17	۰/۷۸	۱۱/۵۶				
	q18	۰/۸۲	۱۲/۲۳				
	q19	۰/۷۱	۱۰/۴۶				
	q20	۰/۷۷	۱۱/۴۱				

همچنین، شکل ۴ نتایج مربوط به روایی واگرا براساس آزمون HTMT را به صورت زوجی بین متغیرهای تحقیق نشان می دهد. با توجه به اینکه مقادیر این شاخص برای کلیه متغیرها کوچک تر از ۰/۹ است؛ بنابراین، ابزار تحقیق از نظر روایی واگرا قابل قبول است. در این تحقیق، مدل پژوهش از نظر انطباق با واقعیت جامعه هدف با استفاده از شاخص های برازش مورد ارزیابی قرار گرفت و نتایج آن در جدول ۷ ارائه شده است. با توجه به نتایج جدول و مقادیر مجاز هر یک از شاخص های برازش، مشاهده می گردد که

برازش مدل تحقیق مورد تأیید می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مدل تحقیق قابلیت انطباق با واقعیت جامعه هدف را دارد.

شکل ۴. نتایج آزمون HTMT جهت بررسی روایی واگرا

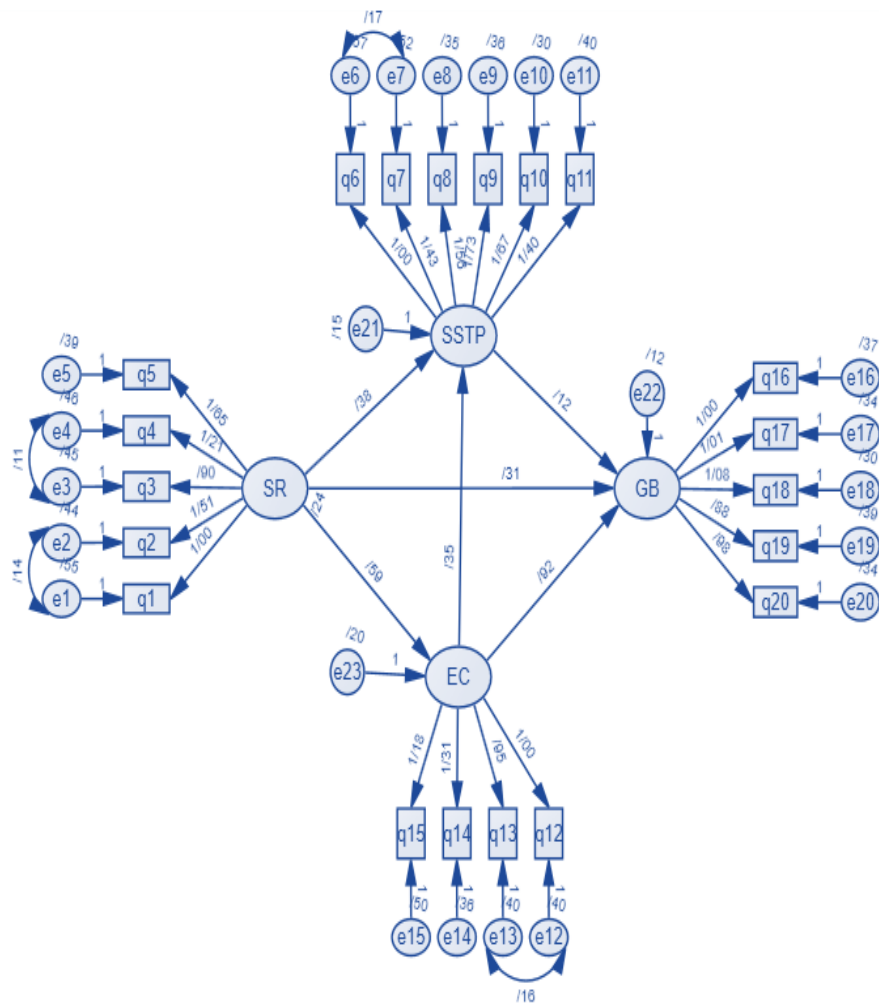


جدول ۷. برازش مدل تحقیق

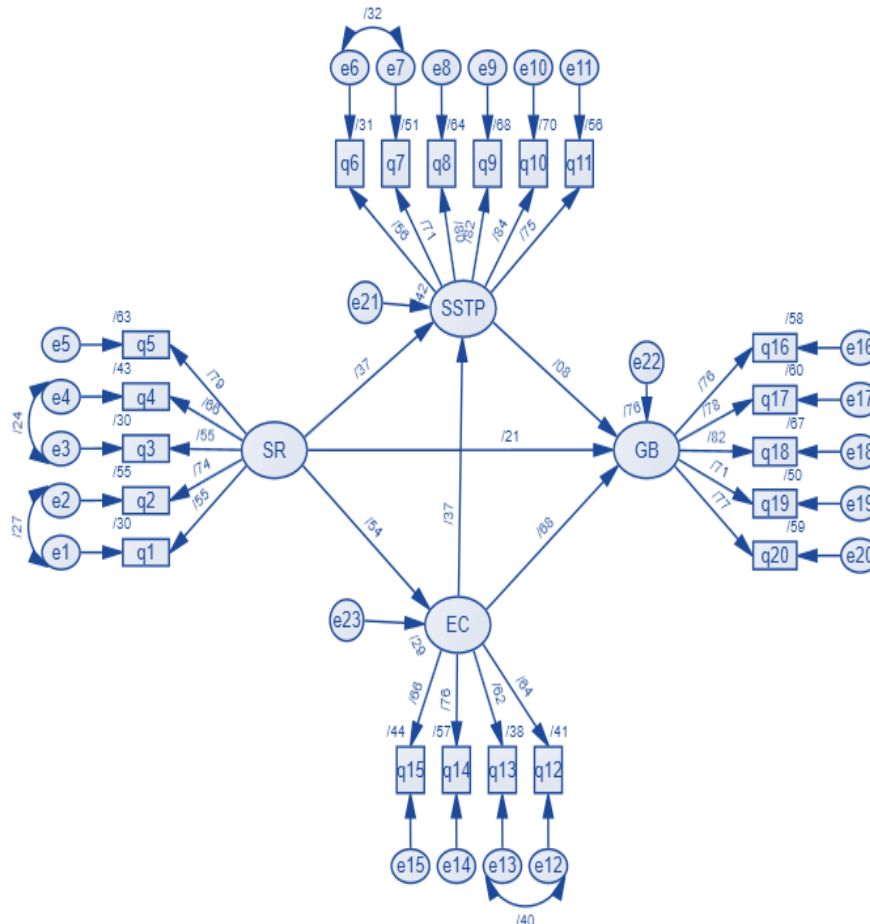
شاخص	حد مجاز	نتایج	وضعیت
Chi-Square (CMIN)	-	۳۴۰/۲۲۲	-
Df	-	۱۶۰	-
Chi-Square/df	کوچک‌تر از ۳	۲/۱۲۶	تأیید
RMSEA	کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/۰۷۲	تأیید
GFI	بزرگ‌تر از ۰/۸	۰/۸۶۶	تأیید
AGFI	بزرگ‌تر از ۰/۸	۰/۸۲۴	تأیید
SRMR	کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/۰۷۱	تأیید
TLI	بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۰۴	تأیید
CFI	بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۱۹	تأیید

در ادامه و پس از تأیید تحلیل عاملی تأییدی تحقیق، روایی، پایایی و برازش متغیرهای تحقیق، مدل ساختاری تحقیق به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق و دقت پیش‌بینی متغیرها اجرا گردید که نتایج آن در شکل ۵ در حالت تخمین غیراستاندارد و در شکل ۶ در تخمین استاندارد ارائه شده است.

شکل ۵. مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین غیراستاندارد



شکل ۶. مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین استاندارد



در نهایت، براساس نتایج مدل ساختاری تحقیق می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخت. نتایج فرضیه‌های تحقیق در جدول ۸ ارائه شده است. در این تحقیق، تعداد شش فرضیه مطرح گردید. در فرضیه اول تحقیق به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نگرانی زیست‌محیطی کارکنان پرداخته شد که با توجه به اینکه مقدار t به دست آمده $4/856$ و ضریب مسیر $0/539$ می‌باشد، این فرضیه در سطح اطمینان ۹۹ درصد مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین، مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر نگرانی زیست‌محیطی کارکنان هتل شهر تبریز دارد. نتایج ضریب تعیین نیز نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی بیش از ۲۹ درصد

از تغییرات نگرانی زیست‌محیطی کارکنان هتل را پیش‌بینی می‌کند. در فرضیه دوم و سوم تحقیق به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۳۶۸ و معناداری ۳/۵۱۸ و نیز نگرانی زیست‌محیطی با ضریب مسیر ۰/۳۶۷ و معناداری ۳/۵۷۹ تأثیر مثبت و معناداری بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در بین کارکنان هتل شهر تبریز دارند. بنابراین، این دو فرضیه مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، نتایج ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیرهای مسئولیت اجتماعی و نگرانی زیست‌محیطی کارکنان هتل در مجموع بیش از ۴۱ درصد از تغییرات متغیر پشتیبانی از گردشگری پایدار را تبیین می‌کند. در فرضیه‌های چهارم تا ششم به تأثیر متغیرهای مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان هتل پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۲۱۳ و معناداری ۲/۵۴۱ و نگرانی زیست‌محیطی با ضریب مسیر ۰/۶۸۴ و معناداری ۶/۱۷۲ تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار سبز کارکنان هتل‌های شهر تبریز دارند. اما با این وجود، نتایج نشان داد که پشتیبانی از گردشگری پایدار تأثیر معناداری بر رفتار سبز کارکنان هتل ندارد و فرضیه ششم تحقیق، مورد تأیید قرار نگرفت. در نهایت، نتایج حاصل از ضریب تعیین متغیر وابسته نهایی تحقیق یعنی رفتار سبز نشان داد که متغیرهای مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از گردشگری پایدار در مجموع بیش از ۷۶ درصد از تغییرات متغیر رفتار سبز کارکنان هتل را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند.

جدول ۸. نتایج فرضیه‌های تحقیق

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب مسیر	مقدار t	ضریب تعیین	وضعیت فرضیه
H ₁	مسئولیت اجتماعی ← نگرانی زیست‌محیطی	۰/۵۳۹	۴/۸۵۶	۰/۲۹۱	تأیید
H ₂	مسئولیت اجتماعی ← پشتیبانی از گردشگری پایدار	۰/۳۶۸	۳/۵۱۸	۰/۴۱۶	تأیید
H ₃	نگرانی زیست‌محیطی ← پشتیبانی از گردشگری پایدار	۰/۳۶۷	۳/۵۷۹		تأیید
H ₄	مسئولیت اجتماعی ← رفتار سبز	۰/۲۱۳	۲/۵۴۱	۰/۷۶۲	تأیید
H ₅	نگرانی زیست‌محیطی ← رفتار سبز	۰/۶۸۴	۶/۱۷۲		تأیید
H ₆	پشتیبانی از گردشگری پایدار ← رفتار سبز	۰/۰۸۳	۱/۰۶۴		رد

بحث و نتیجه‌گیری

بسیاری از منابع در حوزه پایداری گردشگری، بیشتر به جنبه‌های اقتصادی توجه کردند و مطالعات بسیار کمی به حوزه‌های زیست‌محیطی پرداخته‌اند و نیز بررسی جنبه‌های رفتاری کارکنان به‌ویژه در بخش هتلداری برای رشد سبز و آگاهی آن‌ها از محیط‌زیست و شناخت نقشی که کارکنان در کاهش تخریب محیط‌زیست ایفا می‌کنند، موضوع مهمی در گردشگری است. بنابراین برای پر کردن شکاف موجود این مطالعه به بررسی مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی و پشتیبانی از توسعه گردشگری پایدار و نقش این ویژگی‌ها بر رفتار سبز کارکنان در بخش هتلداری پرداخت. برای این منظور، شش فرضیه تدوین و پس از گردآوری داده‌های میدانی از طریق تحلیل‌های آماری پیشرفته مورد آزمون قرار گرفت. در فرضیه اول تحقیق، نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی بر نگرانی زیست‌محیطی تأثیر معناداری دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که توجه به مسئولیت اجتماعی در هتل‌ها می‌تواند باعث افزایش دغدغه و نگرانی کارکنان نسبت به مسائل محیط‌زیستی گردد. مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک محرک کلیدی، نه تنها وجهه عمومی هتل را ارتقا می‌بخشد، بلکه بستری فراهم می‌کند تا کارکنان به‌صورت درونی‌شده، دغدغه‌مند و متعهد به حفظ محیط‌زیست گردند. این یافته بر ضرورت تلفیق سیاست‌های مسئولیت اجتماعی در استراتژی‌های توسعه منابع انسانی هتل‌ها تأکید می‌کند. نتایج این یافته‌ها با مطالعاتی از قبیل بیسواز و روی (2015) و تائو و همکاران (2022) هم‌راستا است.

در فرضیه دوم تحقیق، یافته‌های تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر پشتیبانی از گردشگری پایدار دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که کارکنانی که نسبت به مسائل محیط‌زیست احساس مسئولیت دارند، تمایل دارند که از توسعه گردشگری پایدار حمایت کنند. به بیان دیگر، مسئولیت اجتماعی، یک سرمایه‌گذاری استراتژیک و پیش‌نیاز ضروری برای گذار موفقیت‌آمیز به سمت گردشگری پایدار است. این امر یک راهبرد هوشمندانه مدیریتی برای کاهش تعارضات، جلب مشارکت ذی‌نفعان و ایجاد یک مزیت رقابتی پایدار است که از طریق پشتیبانی کارکنان امکان‌پذیر می‌شود. نتایج این یافته منطبق با ادبیات بوده و با مطالعاتی از قبیل لی (2022)، پاسکوا و زلنکا (2019)، فانگ و همکاران (2019) و

ضرغام‌پروجنی و همکاران (۱۳۹۸) هم‌راستایی دارد. همچنین، در فرضیه سوم تحقیق نیز اثر نگرانی زیست‌محیطی بر پشتیبانی از توسعه گردشگری پایدار مورد تأیید قرار گرفت. تلاقی نگرانی‌های زیست‌محیطی و پایدار، ضرورت سیاست‌های قوی و مشارکت جامعه را نشان می‌دهد که بر حفظ محیط‌زیست تأکید دارند و مزایای ملموسی را برای جوامع محلی فراهم می‌کنند. این رویکرد جامع، پایداری و پشتیبانی از شیوه‌های گردشگری پایدار را تضمین می‌کند (Ravikumar et al., 2022). پشتیبانی از گردشگری پایدار، ریشه در باورها و احساسات عمیق‌تر افراد نسبت به محیط‌زیست دارد. این پشتیبانی، یک انتخاب تصادفی یا صرفاً مبتنی بر مشوق‌های بیرونی نیست، بلکه یک واکنش منطقی و اخلاقی به یک نگرش درونی‌شده است. بنابراین، هرگونه تلاش برای ترویج گردشگری پایدار و همچنین، پشتیبانی و حمایت از آن، بدون در نظر گرفتن و تقویت نگرانی زیست‌محیطی در بین کارکنان با چالش‌های بنیادین مواجه خواهد شد. با بررسی ادبیات تحقیق می‌توان گفت که این یافته با مطالعاتی از قبیل راویکومار و همکاران (2022)، خان و همکاران (2021) و ال-تاها (2023) همخوانی دارد.

در فرضیه‌های چهارم، پنجم و ششم، عوامل مؤثر بر رفتار سبز کارکنان هتل مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر رفتار کارکنان هتل در شهر تبریز دارد. مطابق با ادبیات، مسئولیت اجتماعی می‌تواند در نهایت به رفتار سازگار با محیط‌زیست کارکنان منجر شود و رفتارهای کارکنان منطبق و سازگار با محیط‌زیست می‌گردد. در همین راستا می‌توان تأکید نمود که سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی، نه تنها یک هزینه، بلکه یک سرمایه‌گذاری استراتژیک در توسعه سرمایه انسانی سازمان است که در بلندمدت منافع متعددی برای سازمان داشته و ابتدا در قالب رفتار فردی و در نهایت در قالب رفتار سازمانی منعکس می‌گردد. این یافته‌ها منطبق با ادبیات تحقیق بوده و با مطالعاتی از قبیل توان (2018)، هان و همکاران (2020)، کنوال و همکاران (2024) و خان و همکاران (2021) همخوانی دارد.

همچنین، نتایج نشان داد که نگرانی زیست‌محیطی نیز بر رفتار سبز کارکنان تأثیر معناداری دارد. بنابراین، کارکنان دغدغه‌ها و نگرانی‌های خود را با رفتارهای سبز از قبیل

صرفه‌جویی در مصرف انرژی، کاغذ، کاهش تولید زباله، مصرف آب و... نشان می‌دهند. نگرانی زیست‌محیطی به‌عنوان یک محرک درونی قدرتمند، می‌تواند منجر به ترویج داوطلبانه رفتارهای سبز در هتل‌ها گردد. سرمایه‌گذاری در تقویت این نگرانی، می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مکمل در کنار سیاست‌های رسمی سازمان، موجب تسریع در حرکت به سمت گردشگری پایدار و حمایت از آن شود. این یافته با مطالعه چانگ و همکاران (2024) و رضا و همکاران (2023) هم‌راستایی دارد. در نهایت، در فرضیه ششم، نتایج تحقیق نشان داد که پشتیبانی از گردشگری پایدار بر رفتار سبز کارکنان هتل تأثیر معناداری ندارد و این فرضیه مورد تأیید قرار نگرفت. این نتیجه با ادبیات تحقیق در تناقض بوده و برخلاف انتظار ادبیات تحقیق می‌باشد و با مطالعاتی از قبیل هالدر و همکاران (2023)، چیم و همکاران (2020) و سو و اسوانسون (2019) همخوانی ندارد. دلایل مختلفی می‌تواند به بروز چنین نتیجه‌ای منجر شود که می‌توان به عدم درونی‌سازی و آگاهی کارکنان نسبت به ارزش‌های پایداری در هتل‌ها، عدم وجود تناسب بین سیاست‌های کلی هتل نسبت به پایداری و شیوه‌های اجرایی و عملیاتی در سطح خرد در بین کارکنان، فقدان زیرساخت‌های لازم مانند سیستم بازیافت یکپارچه و تجهیزات کم‌مصرف، نبود انگیزه‌های کافی، ارزش‌های فرهنگی محلی و سیستم‌های حمایتی ناکافی از رفتارهای سبز کارکنان در هتل اشاره کرد. در نهایت، این نتیجه نشان می‌دهد که در حوزه مسائل زیست‌محیطی، هتل‌ها باید شکاف بین پشتیبانی کارکنان از گردشگری پایدار و بروز رفتارهای سبز را مدیریت نمایند و با اجرای سیاست‌ها و راهکارهای مختلف این شکاف را برطرف نمایند.

در این تحقیق، محدودیت‌ها و موانعی فرآیند انجام تحقیق را تحت تأثیر قرار داد. از جمله محدودیت‌های تحقیق می‌توان به عدم بررسی متغیرهای تحقیق به تفکیک هتل‌ها، عدم توجه به بخش‌های دیگر هتلداری از قبیل هتل‌های درجه پایین و سایر اقامتگاه‌ها، محدودیت در گردآوری داده‌ها و نیز محدودیت روش شناختی از نظر عدم استفاده از شیوه‌های کیفی و عدم توجه به تفاوت‌های فردی، روحیات و عواطف فردی در شکل‌گیری رفتارهای سبز می‌باشد. بر اساس محدودیت‌های تحقیق و نیز نتایج به‌دست آمده در این تحقیق، پیشنهادها و پژوهشی شامل بررسی تأثیر ویژگی‌های فردی، عواطف و هیجانات و نیز نقش فرهنگ و

فضای سازمانی در بروز رفتار سبز، انجام مطالعات مبتنی بر روش‌شناسی کیفی و شناخت مفاهیم عمیق و دست اول و مرتبط با رفتار سبز کارکنان هتل و انجام این تحقیق در سایر بخش‌های صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی از قبیل سایر انواع اقامتگاه‌ها، جامعه میزبان و کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری می‌باشد.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادها و راهکارهای زیر به‌منظور استفاده از نتایج تحقیق در جهت بهبود رفتارهای سبز کارکنان در هتل‌ها ارائه می‌گردد:

- ارائه مشوق‌های عملی به کارکنان در جهت تقویت‌های رفتار سبز مانند اعطای جایزه کارمند سبز سال به کارکنان دارای بهترین عملکرد زیست‌محیطی؛
- برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی و به‌ویژه دوره‌های آموزشی حین عمل جهت آگاهی کارکنان نسبت به مسائل زیست‌محیطی و شیوه‌های رفتار سبز در بخش هتلداری؛
- برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی، پروژه‌های پژوهشی، دستورالعمل‌های کاربردی و... در جهت افزایش توجه کارکنان به محیط‌زیست و شیوه‌های رفتار سبز در هتل‌ها؛
- بازنگری نسبت به سیاست‌های کلان زیست‌محیطی هتل‌ها در صورت لزوم و ایجاد شرایطی جهت سازگاری بیشتر پشتیبانی از گردشگری پایدار در سطح کلان و رفتار سبز کارکنان در سطح خرد؛
- نصب دفترچه‌ها و تابلوهای راهنمایی به کارکنان و همچنین، گردشگران در مورد نحوه مصرف انرژی و راه‌های بهینه‌سازی و کاهش مصرف انرژی و آب.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله از همه افرادی که در تهیه این مقاله نقش ایفا نمودند، به‌ویژه از کارکنان و مدیران هتل‌های چهارستاره و پنج‌ستاره شهر تبریز جهت همکاری در گردآوری داده‌ها و ارائه اطلاعات صحیح و دغدغه‌مندی آن‌ها نسبت به مسائل محیط‌زیست و توسعه گردشگری، کمال تشکر و قدردانی را دارند.

ORCID

Yavar Babaei



<https://orcid.org/0000-0002-2433-3921>

Shiva Khajeyi



<http://orcid.org/0009-0002-2801-7616>

منابع

۱. بابائی، یاور، فانی، مریم (۱۴۰۰). اثر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی زیست‌محیطی و رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان هتل. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶(۵۶)، ۲۴۹-۲۱۱. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.50812.2286>
۲. بابائی، یاور، شیخ‌حسینی، نرگس (۱۴۰۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر عملکرد محیط‌زیستی کارکنان هتل (مورد مطالعه: هتل‌های شهر یزد). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۴(۵۴)، ۱۱۱-۱۴۲. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2025.29572.4011>
۳. سبک‌رو، مهدی، سعیدا اردکانی، سعید، کایدیان، اذین (۱۴۰۰). تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز در عملکرد محیطی با میانجیگری عوامل توانمندساز فرهنگ سازمانی سبز، تعهد سازمانی و رفتار زیست‌محیطی، مورد مطالعه: هتل‌های شهر یزد. *گردشگری و توسعه*، ۱۰(۴)، ۲۳۱-۲۴۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.241976.2097>
۴. ضربام‌پروجنی، حمید، بابائی، یاور، شیخ‌حسینی، نرگس (۱۳۹۹). اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین. *گردشگری و توسعه*، ۹(۴)، ۱۶۹-۱۸۴. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.177473.1684>
۵. وهاب‌زاده دهخوارقانی، میترا، احمدزاده، حسن، منوچهری‌میاندواب، ایوب، پناهی، علی (۱۴۰۰). ارزیابی و تحلیل وضعیت شاخص‌های گردشگری مناطق شهری تبریز با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری. *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۹(۳۶)، ۱۷-۳۶. <https://iueam.ir/article-1-1777-fa.html>
۶. یوسفی، جواد، ضیایی، محمود، کریمی‌علویجه، محمدرضا، محمودزاده، سید مجتبی (۱۴۰۲). تبیین مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت هتلداری با رویکرد فراترکیب. *علوم مدیریت ایران*، ۱۷(۶۶)، ۵۷-۹۴.

https://journal.iams.ir/article_375.html?lang=fa

7. Abdo, S. S., & Edgar, D. (2025). Nurturing green behaviour: Exploring managerial competencies for effective green human resource

- management in hotels. *Cleaner Production Letters*, 9, 00102. <https://doi.org/10.1016/j.clpl.2025.100102>
8. Abdullah, M. I., Huang, D., Sarfraz, M., Ivascu, L., & Riaz, A. (2020). Effects of internal service quality on nurses' job satisfaction, commitment and performance: Mediating role of employee well-being. *Nursing Open*, 8(2), 607-619. <https://doi.org/10.1002/nop2.665>
 9. Agrawal, S., & Pradhan, S. (2023). Employee green behavior in hotels: The role of green human resource management, green transformational leadership and value congruence. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(2), 241-255. <https://doi.org/10.1108/CBTH-11-2022-0191>
 10. Ahmad, F., Draz, M., Su, L., Ozturk, I., & Rauf, A. (2018). Tourism and environmental pollution: Evidence from the One Belt One Road Provinces of Western China. *Sustainability*, 10(10), 3520. <https://doi.org/10.3390/su10103520>
 11. Ahmed, M., Zehou, S., Raza, S. A., Qureshi, M. A., & Yousufi, S. Q. (2020). Impact of CSR and environmental triggers on employee green behavior: The mediating effect of employee well-being. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2225-2239. <https://doi.org/10.1002/csr.1960>
 12. Akehurst, G., Afonso, C., & Gonçalves, H. M. (2012). Re-examining green purchase behaviour and the green consumer profile: New evidences. *Management Decision*, 50(5), 972-988. <https://doi.org/10.1108/00251741211227726>
 13. Alkandi, I. (2025). Nexus between green practices, green marketing, and business performance: The mediating role of corporate social responsibility in emerging economy. *Discover Sustainability*, 6(1), 329. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01182-0>
 14. AlSuwaidi, M., Eid, R., & Agag, G. (2021). Understanding the link between CSR and employee green behaviour. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 50-61. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.008>
 15. Behringer, K., & Szegedi, K. (2016). The role of CSR in achieving sustainable development - theoretical approach. *European Scientific Journal*, 12(22), 10-25.

16. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n22p10>
17. Bissing-Olson, M. J., Iyer, A., Fielding, K. S., & Zacher, H. (2013). Relationships between daily affect and pro-environmental behavior at work: The moderating role of pro-environmental attitude. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 156-175. <https://doi.org/10.1002/job.1788>
18. Biswas, A., & Roy, M. (2015). Leveraging factors for sustained green consumption behavior based on consumption value perceptions: Testing the structural model. *Journal of Cleaner Production*, 95, 332-340. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.042>
19. Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A., Vera-Rebollo, F., & Ivars-Baidal, J. (2019). Territorial tourism planning in Spain: From boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1764-1785. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675073>
20. Chan, E. S., & Wong, S. C. (2006). Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. *Tourism Management*, 27(3), 481-492. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.007>
21. Chea, A. C. (2024). Green marketing and consumer behavior: An analytical literature review and marketing implications. *Journal of Consumer Marketing*, 41(2), 78-92.
22. Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., & Maqsoom, A. (2020). Retracted: How employee's perceived corporate social responsibility affects employee's pro-environmental behaviour? The influence of organizational identification, corporate entrepreneurship, and environmental consciousness. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 616-629. <https://doi.org/10.1002/csr.1826>
23. Chen, G., Sabir, A., Rasheed, M. F., Belascu, L., & Su, C.-W. (2024). Green marketing horizon: Industry sustainability through marketing and innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100606. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100606>
24. Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability*, 11(2), 343. <https://doi.org/10.3390/su11020343>

25. Chung, K. C. (2020). Green marketing orientation: Achieving sustainable development in green hotel management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(6), 722-738. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1693471>
26. Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156-174. <https://doi.org/10.1177/1086026615575176>
27. Edosomwan, H. S., Oguebe, T. M., & Joe-Akunne, C. O. (2023). Workplace well-being in manufacturing organizations in Nigeria: Do employee green behavior, core self-evaluations and empowering leadership matter? *International Journal of Occupational Safety and Health*, 13(1), 97-107. <https://doi.org/10.3126/ijosh.v13i1.42236>
28. El-Tahhan, E. A. K. S. (2023). Environmental awareness of employees as a mediating variable in the relationship between the marketing orientation of green star hotels and sustainable tourism in Egypt. *Wseas Transactions on Business and Economics*, 21, 248-265. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.23>
29. El-Tony, Y. F., & Choo, L. S. (2021). Cultivating employee green behavior: The essence of individual green value. In *2021 Third International Sustainability and Resilience Conference: Climate Change* (pp. 334-338). IEEE.
30. Fang, W.-T., Lien, C.-Y., Huang, Y.-W., Han, G., Shyu, G.-S., Chou, J.-Y., & Ng, E. (2018). Environmental literacy on ecotourism: A study on student knowledge, attitude, and behavioral intentions in China and Taiwan. *Sustainability*, 10(6), 1886. <https://doi.org/10.3390/su10061886>
31. Halder, P., Hansen, E. N., Kangas, J., & Laukkanen, T. (2020). How national culture and ethics matter in consumers' green consumption values. *Journal of Cleaner Production*, 265, 121754. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121754>
32. Han, S., Li, G., Lubrano, M., & Xun, Z. (2020). Lie of the weak: Inconsistent corporate social responsibility activities of Chinese zombie firms. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119858. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119858>

33. Hassan, T. H., Shehata, H. S., El-Dief, M., & Salem, A. E. (2020). The social responsibility of tourism and hotel establishments and their role in sustainable tourism development in Al-Ahsa, Saudi Arabia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4), 1564-1570. <https://doi.org/10.30892/gtg.334spl18-609>
34. Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926-1944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
35. Hughes, E., & Scheyvens, R. (2018). Development alternatives in the Pacific: How tourism corporates can work more effectively with local communities. *Tourism Planning & Development*, 15(5), 516-534. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1478881>
36. Huo, X., Azhar, A., Rehman, N., & Majeed, N. (2022). The role of green human resource management practices in driving green performance in the context of manufacturing SMEs. *Sustainability*, 14(24), 16776. <https://doi.org/10.3390/su142416776>
37. Kanwal, S., Al Mamun, A., Wu, M., Bhatti, S. M., & Ali, M. H. (2024). Corporate social responsibility: A driver for green organizational climate and workplace pro-environmental behavior. *Journal of Business Ethics*, 10(19), e38987. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38987>
38. Katz, I. M., Rauvola, R. S., Rudolph, C. W., & Zacher, H. (2022). Employee green behavior: A meta-analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1146-1157. <https://doi.org/10.1002/csr.2260>
39. Kerse, G. (2024). The effect of perceived green organizational support on employee green behavior: The moderating role of long-term orientation. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 21(1), 1762. <https://doi.org/10.14488/BJOPM.1762.2024>
40. Kerse, G., Maden, Ş., & Tartan Selçuk, E. (2021). Green transformational leadership, green intrinsic motivation and employee green behavior: The scale adaptation and relationship determination. *Journal of Business Research-Turk*, 13(2), 1574-1591.

41. Khan, N. U., Cheng, J., Yasir. M., Saufi, R. A., Nawi, N. C., & Bazkiaei, H. A. (2022) Antecedents of employee green behavior in the hospitality industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 836109. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.836109>
42. Khan, M. R., Khan, H. U. R., Tan, K. L., Lim, C. K., & Ahmed, M. F. (2021). Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model. *Sustainability*, 13(21), 12156. <https://doi.org/10.3390/su132112156>
43. Khattak, S., Nouman, M., Fayaz, M., Cismaş, L. M., Negruţ, L., Negruţ, C. V., & Salem, S. (2021). Corporate social responsibility and employee green behavior in the hospitality industry: A cross-country study. *Sustainability*, 13(19), 10534. <https://doi.org/10.3390/su131910534>
44. Kim, M., & Kim, Y. (2014). Corporate social responsibility and shareholder value of restaurant firms. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 120-129. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.006>
45. Lee, S., Seo, K., & Sharma, A. (2013). Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: The moderating role of oil prices. *Tourism Management*, 38, 20-30. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.002>
46. Leung, X. Y., Xue, L., & Wen, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem. *Tourism Management*, 71, 44-53. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.021>
47. Li, C., Agyeiwaah, E., & Zhao, Y. (2024). Understanding tourists' eco-paralysis, environmental concern, and pro-environmental behavior: An explanatory sequential mixed methods study. *Tourism Management*, 32(10), 2060–2079. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2266778>
48. Li, X. (2022). Green innovation behavior toward sustainable tourism development: A dual mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13, 930973. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.930973>
49. Newton, J. D., Tsarenko, Y., Ferraro, C., & Sands, S. (2015). Environmental concern and environmental purchase intentions: The mediating role of learning strategy. *Journal of Business Research*, 68(9), 1974-1981. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.007>

50. Norton, T. A., Parker, S. L., Zacher, H., & Ashkanasy, N. M. (2015). Employee green behavior: A theoretical framework, multilevel review, and future research agenda. *Organization & Environment*, 28(1), 103-125. <https://doi.org/10.1177/1086026615575773>
51. O'Neill, B. C., Carter, T. R., Ebi, K., Harrison, P. A., Kemp-Benedict, E., Kok, K., Kriegler, E., Preston, B. L., Riahi, K., Sillmann, J., van Ruijven, B. J., van Vuuren, D., Carlisle, D., Conde, C., Fuglestvedt, J., Green, C., Hasegawa, T., Leininger, J., Monteith, S., & Pichs-Madruga, R. (2020). Achievements and needs for the climate change scenario framework. *Nature Climate Change*, 10, 1074-1084. <https://doi.org/10.1038/s41558-020-00952-0>
52. Olubunmi, O. A., Xia, P. B., & Skitmore, M. (2016). Green building incentives: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 59, 1611-1621. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.01.028>
53. Ones, D. S., & Dilchert, S. (2012). Employee green behaviors. In S. E. Jackson, D. S. Ones, & S. Dilchert (Eds.), *Managing human resources for environmental sustainability* (pp. 85-116). Jossey-Bass.
54. Paskova, M., & Zelenka, J. (2019). How crucial is the social responsibility for tourism sustainability? *Social Responsibility Journal*, 15(4), 534-552. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0057>
55. Raharjo, K. (2019). The role of green management in creating sustainability performance on the small and medium enterprises. *Management of Environmental Quality*, 30(3), 557-577. <https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2018-0053>
56. Rahman, M. H., Tanchangya, T., Rahman, J., Aktar, M. A., & Majumder, S. C. (2024). Corporate social responsibility and green financing behavior in Bangladesh: Towards sustainable tourism. *Innovation and Green Development*, 3(3), 100133. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2024.100133>
57. Rajeswari, K., & Suganya, R. V. (2023). Green marketing and its influence on consumer purchasing behaviour. *Journal of Propulsion Technology*, 44(4), 3592-3601.

58. Ravikumar, A., Al Subhi, S., & Meesala, K. M. (2022). Community perception and attitude towards sustainable tourism and environmental protection measures: An exploratory study in Muscat, Oman. *Economies*, 10(2), 29. <https://doi.org/10.3390/economies10020029>
59. Raza, S. A., Khan, K. A., & Qamar, B. (2024). Understanding the influence of environmental triggers on tourists' pro-environmental behaviors in the Pakistan's tourism industry. *Journal of Tourism Futures*, 10 (1), 38-67. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2021-0269>
60. Ruepert, A. M., Keizer, K., & Steg, L. (2017). The relationship between corporate environmental responsibility, employees' biospheric values and pro-environmental behaviour at work. *Journal of Environmental Psychology*, 54, 65-78. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.10.006>
61. Ryu, E. (2011). Effects of skewness and kurtosis on normal-theory based maximum likelihood test statistic in multilevel structural equation modeling. *Behavior Research Methods*, 43, 1066–1074. <https://doi.org/10.3758/s13428-011-0115-7>
62. Sarfraz, M., Ivascu, L., Abdullah, M. I., Ozturk, I., & Tariq, J. (2022). Exploring a pathway to sustainable performance in manufacturing firms: The interplay between innovation capabilities, green process and product innovations and digital leadership. *Sustainability*, 14(10), 5945. <https://doi.org/10.3390/su14105945>
63. Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49-61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>
64. Sethi, S., Shah, F. A., Arif, M., & Jan, S. (2020). Mapping the link between corporate social responsibility and sustainable development in the Ayubia National Park Khyber. *Journal of Mountain Science*, 6(2), 373-384.
65. Shahzad, M., Qu, Y., Zafar, A. U., & Appolloni, A. (2021). Does the interaction between the knowledge management process and sustainable development practices boost corporate green innovation? *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 4206-4222. <https://doi.org/10.1002/bse.2865>

66. Singal, M. (2014). Corporate social responsibility in the hospitality and tourism industry: Do family control and finances matter? *International Journal of Hospitality Management*, 36, 81-89. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.002>
67. Sourvinou, A., & Filimonau, V. (2018). Planning for an environmental management programme in a luxury hotel and its perceived impact on staff: An exploratory case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 649–667. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377721>
68. Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 72, 437-450. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.009>
69. Su, L., Huang, S., & Huang, J. (2016). Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1039-1057. <https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
70. Suganthi, L. (2019). Examining the relationship between corporate social responsibility, performance, and employees' pro-environmental behavior at work with green practices as mediator. *Journal of Cleaner Production*, 232, 739-750. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.295>
71. Tamvada, M. (2020). Corporate social responsibility and accountability: A new theoretical foundation for regulating CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5, 2. <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>
72. Tao, Y.-T., Lin, M.-D., & Khan, A. (2022). The impact of CSR on green purchase intention: Empirical evidence from the green building industries in Taiwan. *Frontiers in Psychology*, 13, 1055505. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1055505>
73. Tian, Q., Liu, Y., & Fan, J. (2015). The effects of external stakeholder pressure and ethical leadership on corporate social responsibility in China. *Journal of Management & Organization*, 21(4), 388-410. <https://doi.org/10.1017/jmo.2015.14>

74. Tsoutsoura, M. (2004). Corporate social responsibility and financial performance. *The Center for Responsible Business*.
<https://escholarship.org/uc/item/111799p2>
75. Tuan, L. T. (2018). Activating tourists' citizenship behavior for the environment: The roles of CSR and frontline employees' citizenship behavior for the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1178-1203. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1330337>
76. United Nations World Tourism Organization (2025), *International tourism up 5% in first half of 2025 despite global challenges*,
<https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
77. Vazifehdoust, H., Taleghani, M., Esmailpour, F., Nazari, K., & Khadang, M. (2013). Purchasing green to become greener: Factors influence consumers' green purchasing behavior. *Management Science Letters*, 3(9), 2489-2500. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2013.08.013>
78. Vicente, J. M. (2024). Green tourist behavior analysis and its relationship with the choice of eco-tourism destination: An empirical study. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 12(4), 544-557. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2024.11.003>
79. Wang, S., Du, J., Li, S., He, H., & Xu, W. (2019). Impact of tourism activities on glacial changes based on the tourism heat footprint (THF) method. *Journal of Cleaner Production*, 215, 845-853. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.120>
80. Weerakkody, W. A. S., Johnson, L. W., & Daronkola, H. K. (2022). Role of green manufacturing practices on green knowledge and employee green behaviour in the manufacturing sector in Sri Lanka. In *2022 Moratuwa Engineering Research Conference (MERCon)*. IEEE. <https://doi.org/10.1109/MERCon55799.2022.9906198>
81. Widyastuti, S., Said, M., Siswono, S., & Firmansyah, D. A. (2019). Customer trust through green corporate image, green marketing strategy, and social responsibility: A case study. *European Research Studies Journal*, 22(2), 83-99.
82. Yang, J., Malik, S. Y., Mughal, Y. H., Azam, T., Khan, W., Chuadhry, M. A., Ilyas, M., & Cao, Y. (2023). Assessing the impact of corporate social responsibility, green shared vision on voluntary green work

- behavior: Mediating role of green human resource management. *Sustainability*, 15(23), 16398. <https://doi.org/10.3390/su152316398>
83. Zhang, B., Yang, L., Cheng, X., & Chen, F. (2021). How does employee green behavior influence employee well-being? An empirical analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1661. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041669>
84. Zhang, L., Li, D., Cao, C., & Huang, S. (2018). The influence of greenwashing perception on green purchasing intentions: The mediating role of green word-of-mouth and moderating role of green concern. *Journal of Cleaner Production*, 187, 740-750. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.201>
85. Zhang, Y., & Berhe, H. M. (2022). The impact of green investment and green marketing on business performance: The mediation role of corporate social responsibility in Ethiopia's Chinese textile companies. *Sustainability*, 14(7), 3883. <https://doi.org/10.3390/su14073883>

References [In Persian]

1. Babaei, Y. & Fani, M. (2021). The effect of green human resource management on hotel employee environmental citizenship behavior and eco-friendly behavior. *Tourism Management Studies*, 16(56), 211-249. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.50812.2286>
2. Babaei, Y., & Sheikhhasani, N. (2025). Evaluation of factors affecting the environmental performance of hotel employees (Case study: Hotels in Yazd city). *Journal of Tourism Planning and Development*, 14(54), 111-142. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2025.29572.4011>
3. Sabokro, M., Saeida Ardakani, S., & Kayedian, A. (2021). The impact of green human resource management on environmental performance mediated by enabling factors in green organizational culture, organizational commitment and environmental behavior case of study: Hotels in Yazd. *Journal of Tourism and Development*, 10(4), 231-247. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.241976.2097>
4. Vahabzadeh Dehkharghani M, Ahmadzadeh H, Manouchehri Miandoab, A., & Panahi, A. (2021). Assessment and analysis of the sustainability status of tourism indicators in Tabriz using tourism life cycle model.

Journal of Urban Economics and Management, 9(36), 17-36. <http://iueam.ir/article-1-1777-fa.html>

5. Yousefi, J., Ziaee, M., Karimi Alavijeh, M. R., & Mahmoudzadeh, S. M. (2023). Explaining social responsibility model in hotel industry: A meta-synthesis approach. *Iranian Journal of Management Sciences*, 17(66), 57-94.
6. Zargham Boroujeni, H., Babaei, Y., & Sheikh Hasani, N. (2020). The effect of social responsibility on sustainable tourism support in Sarein city. *Journal of Tourism and Development*, 9(4), 169-184. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.177473.1684>

استناد به این مقاله: بابائی، یاور و خواجه‌ای، شیوا. (۱۴۰۵). نقش مسئولیت اجتماعی هتل در شکل‌گیری رفتار سبز کارکنان (مورد مطالعه: هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر تبریز). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۲۰ (۷۲)، ۲۰۵-۲۵۸.

doi: 10.22054/tms.2025.88163.3107



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.