

بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری (مطالعه‌ی موردی: استان اردبیل)

میر امیر فروزان^{*۱}

*۱- کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت بازرگانی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی

* ایمیل نویسنده مسئول: amirforouzan1997@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۲۹

چکیده

توسعه‌ی گردشگری در یک منطقه در کنار مزایای فراوانی که دارد، می‌تواند اثرات منفی بر سلامت محیط زیست و فرهنگ محلی آن منطقه داشته باشد. از این رو، باید راهکاری برای کاهش اثرات منفی توسعه‌ی گردشگری اندیشیده شود. مفهوم مسئولیت اجتماعی سبز شرکت یکی از آن مفاهیمی است که می‌تواند مورد توجه سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری قرار گیرد تا ضمن حفظ سلامت محیط زیست، به رونق و توسعه‌ی گردشگری منطقه نیز کمک کند. بر این اساس، هدف این پژوهش، تبیین اثر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری (در استان اردبیل) بود. نوع پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت روش کار، توصیفی-همبستگی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش، کارکنان سازمان‌های خدماتی وابسته به گردشگری در استان اردبیل بودند. برای نمونه‌گیری، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و برای انتخاب حجم نمونه، از جدول کرجسی-مورگان استفاده شد که با توجه به حجم جامعه‌ی آماری، حجم نمونه برابر با ۳۴۶ نفر تعیین گردید. گردآوری داده‌ها با استفاده از دو پرسشنامه‌ی استاندارد «مسئولیت زیست‌محیطی شرکت» و «عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری منطقه» انجام شد. روایی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و پایایی به وسیله‌ی آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و با استفاده از دو نرم‌افزار آماری SPSS 26 و Smart PLS 3 صورت گرفت. بر اساس یافته‌های پژوهش، مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار می‌گذارد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند در حرکت سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه‌ی گردشگری به سوی توجه بیش‌تر به اجرای مسئولیت اجتماعی سبز مؤثر واقع گردد.

کلمات کلیدی

"استان اردبیل"، "توسعه‌ی پایدار"، "گردشگری"، "مسئولیت اجتماعی سبز شرکت".

۱- مقدمه

امروزه، صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و پردرآمدترین صنایع جهان، بخش عظیمی از درآمدهای ارزی کشورها را به خود اختصاص می‌دهد و علاوه بر اشتغال‌زایی باعث تحصیل ارز، تأمین آرامش، توزیع عادلانه‌ی ثروت و تبادل فرهنگ‌ها می‌شود (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵). اما با وجود مزایای فراوانی که می‌توان برای توریسم قائل شد، اگر برنامه‌ریزی صحیحی در این زمینه انجام نشود، توسعه‌ی توریسم تأثیرات منفی زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را به وجود خواهد آورد (مجنونی توتاخانه و سلیمانی، ۱۳۹۷). به عنوان نمونه، اثرات منفی در حوزه‌ی اقتصادی، افزایش مالیات بر دارایی، هزینه‌ی کالاها و خدمات و قیمت زمین است. اثرات منفی اجتماعی، افزایش تراکم ترافیک، شلوغی، جرم و جنایت و سایر مشکلات اجتماعی است. اثرات منفی فرهنگی، تأثیر مخرب بر فرهنگ‌های سنتی است و در نهایت، اثرات منفی زیست‌محیطی، افزایش آلودگی هوا، کاهش منابع طبیعی و فشار بر حیات وحش است (Kirilenko et al., 2021). این اثرات منفی و مشکلات معمولاً زمانی به وجود می‌آیند که توسعه (گردشگری) باشتاب انجام می‌شود و چرخه‌ی عمر محصول یا محیط زیست مدنظر قرار نمی‌گیرد (Meler & Ham, 2012). به دلیل بروز این‌گونه مسائل در بخش محیط زیست، دولت‌ها به مسائل زیست‌محیطی اهمیت فزاینده‌ای داده و در مقررات زیست‌محیطی سخت‌گیرتر شده‌اند که باعث شده شرکت‌های بیش‌تر و بیش‌تری حفاظت از محیط زیست را جزء مسئولیت اجتماعی

شرکت خود قرار دهند که به طور مستقیم باعث شکل‌گیری مفهوم جدیدی به نام «مسئولیت اجتماعی سبز شرکت» شده است (Ji et al., 2020). بر اساس مسائل بیان شده و از آنجایی که پژوهشی در خصوص تأثیر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری مشاهده نشد، لذا انتظار می‌رود نتایج پژوهش حاضر ضمن گسترش این موضوع، به افزایش توجه شرکت‌های گردشگری به مفهوم مسئولیت اجتماعی سبز منجر شده و به توسعه‌ی پایدار گردشگری توأم با حفظ سلامت محیط زیست و فرهنگ محلی مقاصد گردشگری کمک کند.

بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری تأثیر معنی‌داری دارد؟

• مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش

مسئولیت اجتماعی سبز شرکت

مسئولیت اجتماعی سبز یک شرکت به جستجوی منابع سبز یا تجدیدپذیر (مانند انرژی خورشیدی) اشاره دارد که می‌تواند در حین دنبال کردن حداکثر سود جایگزین شوند تا مصرف انرژی را کاهش دهند، از محیط زیست اکولوژیکی محافظت کنند و ایمنی محصول را تا حدی تضمین نمایند. پژوهشگران دانشگاهی بر تحقق مسئولیت اجتماعی سبز شرکت‌ها تمرکز می‌کنند. باور بر این است که عملکرد محیطی سازمانی خوب مزایایی را به همراه خواهد داشت. اول از همه، از نظر انگیزه‌ی درونی، پژوهشگران بر تأثیر مثبت اجرای مسئولیت

است که در طول فعالیت‌های گردشگری آسیب می‌بیند. نظیر افزایش زباله که منجر به آلودگی محیط زیست، بهداشت، اخلاق و مسائل زیبایی‌شناختی گردشگری می‌شود (Kawuryan et al., 2022).

عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری

مهم‌ترین معیارهایی که به عنوان عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری در مناطق توریستی شناسایی شده‌اند به همراه زیرمعیارهای آن‌ها عبارت‌اند از:

(الف) زیرساخت‌های گردشگری: تسهیلات حمل‌ونقل، تسهیلات اقامتی-رفاهی، زیرساخت‌های پایه و دسترسی به سکونتگاه‌های انسانی.

(ب) توان اقتصادی: حمایت بخش‌های دولتی و خصوصی، درآمد ارزی-ریالی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری در منطقه و فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری.

(ج) توان طبیعی: جاذبه‌های توریستی، شرایط آب‌وهوایی، موقعیت خاص استراتژیک منطقه.

(د) تسهیلات گردشگری: بازاریابی و تبلیغات، آژانس‌ها و تورهای گردشگری، امکانات تفریحی و فرهنگی و نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های فصلی.

(ه) توان جمعیتی-اجتماعی: وضعیت امنیت در محدوده، پذیرش صنعت توریسم توسط ساکنان منطقه و مشارکت شهروندی در توسعه گردشگری (سعیده زرابادی و عبدالله، ۱۳۹۲).

پیشینه پژوهش داخلی و خارجی

ضرغام بروجنی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین» به این نتایج رسیده‌اند که مسئولیت اجتماعی در منافع ادراک شده و پشتیبانی از گردشگری پایدار و نیز منافع ادراک شده در پشتیبانی از گردشگری پایدار تأثیر مثبت و معناداری دارند. به علاوه، مسئولیت اجتماعی در هزینه‌های ادراک شده تأثیر معنادار و منفی دارد. هم‌چنین، منافع ادراک شده در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار نقش میانجی ایفا می‌کند؛ در حالی که نقش میانجی هزینه‌های ادراک شده در تأثیر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار تأیید نشده است. شاه‌حسینی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حوزه گردشگری ایران با رویکرد نظریه داده‌بنیاد» به این نتیجه دست یافته‌اند که راهبردهای اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حوزه گردشگری ایران به توسعه پایدار گردشگری، مزیت رقابتی شرکت‌ها و پایداری کسب‌وکار می‌انجامد. (Lund-Durlacher (2015) در پژوهشی با عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت در گردشگری» به این نتیجه دست یافته است که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به بخش اصلی استراتژی‌های شرکت‌های گردشگری تبدیل شده است و حفاظت از محیط زیست، شرایط کار منصفانه برای کارکنان و کمک به رفاه جوامع محلی از پیامدهای کلیدی آن است. (Madanaguli et al. (2021) در پژوهشی تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری در بخش گردشگری: بررسی نظام‌مند ادبیات و چشم‌انداز آینده» به این نتیجه رسیده‌اند که مشارکت مسئولیت اجتماعی شرکت در ایجاد روابط با سهامداران مختلف در زمینه صنعت گردشگری اهمیت

اجتماعی سبز توسط شرکت‌ها در ابعادی مانند ایجاد تصویر شرکت، بهبود رقابت در بازار و افزایش توانایی نوآوری شرکت تأکید کرده‌اند. از یک سو، شرکت‌هایی که بر مسئولیت اجتماعی سبز تمرکز می‌کنند، می‌توانند به راحتی منابع ناملموس را برای ترویج نوآوری به دست آورند، بنابراین عملکرد نوآورانه را بهبود بخشند. از سوی دیگر، مسئولیت اجتماعی سبز نه تنها نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده می‌کند و تصویر شرکت را بهبود می‌بخشد، بلکه به بهبود سهم بازار نیز کمک می‌کند. از نظر فشار بیرونی، به دلیل فشار بازار، فشار مالکیت، فشار اجتماعی و فشار نظارتی، شرکت‌ها به عملکرد زیست‌محیطی یا روش‌های مرتبط با محیط زیست اهمیت می‌دهند. بنابراین، شرکت‌ها باید از منظر مدیریت استراتژیک، ساخت تصویر شرکت در مسئولیت اجتماعی سبز را به عنوان هدف راهبردی بلندمدت خود در نظر بگیرند و اجرای مسئولیت اجتماعی سبز را از طریق طراحی خط مشی ترویج دهند (Ji et al., 2020).

مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی شرکت

مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی عبارت است از مجموعه‌ای از عملیات شرکت که همگام و سازگار با محیط زیست بوده و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس‌های تعیین شده توسط نهادها و آژانس‌های مربوطه اعم از کشوری و بین‌المللی اندازه‌گیری می‌شود (ساسانی، ۱۳۹۳). مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی شرکت ایده‌ای چندبعدی است که به حاکمیت شرکت، پایداری و عملکرد شرکت مربوط است. منطقی‌سازی واقعی برای مطالعه‌ی ابعاد زیست‌محیطی مسئولیت اجتماعی شرکت با مفهوم بنیادی ابتکارات کسب‌وکار سبز مرتبط است. سازمان‌هایی که مشکل از سپرهای زیست‌محیطی و رویه‌های پایدار هستند؛ باید از جهت‌گیری استراتژیک قابل اعتمادی پیروی کنند. از این رو، انتظار می‌رود مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی شرکت به ایجاد تصویر سبز شرکت و مزیت رقابتی سبز کمک کند (Shafiu Alam & Zahidul Islam, 2021).

گردشگری

«گردشگری یا توریسم» واژه‌ای است فرانسوی که از ریشه‌ی «تور» گرفته شده است که در زبان فرانسه دارای معانی مختلفی از قبیل حرکت دورانی، طی کردن پیرامون و گردش نمودن آمده است. با این حال، «توریسم یا گردشگری» به عنوان عمل مسافرت به منظور تفریح و لذت و «گردشگر یا توریست» به عنوان کسی که برای خشنودی و لذت بردن مسافرت می‌کند، تعریف شده‌اند (حسام و همکاران، ۱۳۹۱).

توسعه پایدار گردشگری

با پیروی از اصول پایه‌گذاری شده توسط سازمان جهانی گردشگری ملل متحد، توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که نیازهای گردشگران فعلی و آینده را برآورده می‌کند، از پایداری مقاصد گردشگری محافظت می‌کند و به دنبال افزایش پتانسیل و فرصت‌های گردشگری آینده است. مبحث گردشگری پایدار ارتباط نزدیکی با ارزش‌های زیست‌محیطی، پایداری فرهنگی-اجتماعی و اولویت‌بندی رفاه جوامع محلی دارد. هم‌چنین هدف توسعه پایدار به حداقل رساندن آسیب‌های زیست‌محیطی، حفاظت از محیط زیست و طبیعت

• روش تحقیق

این پژوهش با هدف تبیین اثر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری (در استان اردبیل) صورت گرفته است و از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت روش کار از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه‌ی آماری پژوهش، کارکنان سازمان‌های خدماتی وابسته به گردشگری در استان اردبیل است. روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری تصادفی ساده است و برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی-مورگان^۱ استفاده شده است که با توجه به وجود حدود ۳۱۵ هتل، مهمان‌پذیر و هتل آپارتمان در سطح استان که در مجموع دارای حدود ۳۵۰۰ کارمند هستند، حجم نمونه برابر با ۳۴۶ نفر تعیین شده است. روش گردآوری داده‌ها، روش کتابخانه‌ای و میدانی است که جمع‌آوری داده‌های بخش میدانی با کمک دو پرسشنامه‌ی استاندارد «مسئولیت زیست‌محیطی شرکت» (دارای ۱ بعد و ۵ سؤال) و «عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری منطقه» (دارای ۵ بعد و ۱۸ سؤال) صورت گرفته است و تمامی سؤالات بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از ۱ = کاملاً مخالفم تا ۵ = کاملاً موافقم) درجه‌بندی شده‌اند. روایی به وسیله‌ی تحلیل عاملی تأییدی و پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی و تأیید قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (با رویکرد حداقل مربعات جزئی) و با استفاده از دو نرم‌افزار آماری SPSS 26 و Smart PLS 3 انجام شده است که در ادامه تشریح می‌گردد.

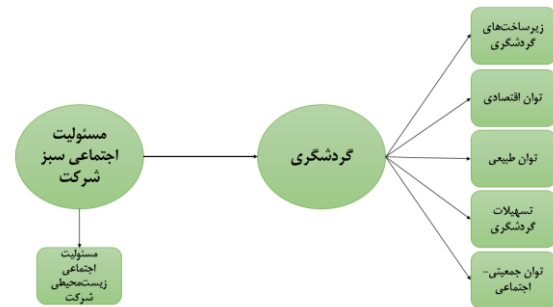
• مدل‌سازی معادلات ساختاری

ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

مدل اندازه‌گیری روابط میان متغیرهای پنهان و آشکار را تعریف می‌کند. به منظور بررسی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده می‌شود. مقادیر میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۴ بیشتر است که نشان می‌دهد روایی همگرایی پرسشنامه مناسب است. پایایی ترکیبی (مقادیر بیش‌تر از ۰/۷) معیاری برای ارزیابی برازش درونی مدل است که بر پایه‌ی سازگاری سؤالات مربوط به سنجش هر عامل قابل محاسبه است. شاخص پایایی ترکیبی نسبت مجموع بارهای عاملی متغیرهای مکنون به مجموع بارهای عاملی به اضافه‌ی واریانس خطا است. مقدار آن مابین ۰ و ۱ بوده و جایگزینی برای آلفای کرونباخ است. سازگاری استاندارد برای پایایی ترکیبی مقدار بیش از ۰/۶ است که تمامی مقادیر پایایی ترکیبی بیش‌تر از ۰/۶ بوده‌اند. از این رو، مدل اندازه‌گیری پایایی مناسبی دارد. شاخص آلفای کرونباخ میزان بارگیری هم‌زمان متغیرهای مکنون را هنگام است. میزان رابطه‌ی یک سازه با شاخص‌هایش در قیاس با دیگر سازه‌ها با روایی افتراقی مشخص می‌شود. طبق شاخص فورنل-لارکر^۲، جذر میانگین واریانس استخراج شده باید از حداکثر همبستگی آن متغیر مکنون با دیگر متغیرها بیش‌تر باشد. روایی افتراقی قابل قبول یک مدل بیانگر آن است که یک سازه در مدل با شاخص‌های خود تعامل بیش‌تری دارد تا با دیگر سازه‌ها و برای آن حداقل مقدار ۰/۵ در نظر گرفته شده است که بدین معناست که متغیر پنهان مورد نظر حداقل نیمی از واریانس مشاهده‌پذیر خود را تبیین می‌نماید. در جدول ۱،

برجسته‌ای دارد و صنعت گردشگری باید نقش ذی‌نفعان را بشناسد و سعی کند آن‌ها را در ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت مشارکت دهد. هم‌چنان که ملاحظه شد، از آنجایی که در پژوهش‌هایی نظیر پژوهش‌های فوق نقش مسئولیت اجتماعی «سبز» شرکت در توسعه‌ی گردشگری مورد بررسی قرار نگرفته است، لذا در پژوهش حاضر به این موضوع توجه بیش‌تری می‌شود. بر اساس مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش، فرضیه‌ای نیز به شرح زیر برای پژوهش حاضر تدوین می‌گردد: «مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری تأثیر معنی‌داری دارد.»

هم‌چنین مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ رسم شده است.

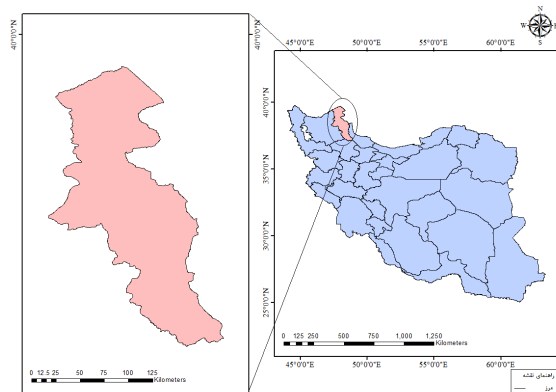


شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (منبع: مبانی نظری پژوهش)

۲- روش انجام تحقیق

• محدوده‌ی مورد مطالعه

استان اردبیل با مرکزیت شهر اردبیل یکی از استان‌های شمال‌غربی ایران محسوب می‌شود. این استان از شمال به جمهوری آذربایجان، از سمت غرب به استان آذربایجان شرقی، از سمت شرق به استان گیلان و از سمت جنوب به استان زنجان محدود شده است. یکی از ویژگی‌های این استان آب‌وهوای مطبوع و خنک این منطقه در فصول بهار و تابستان می‌باشد. از شهرستان‌های دیگر این استان می‌توان به اردبیل، بیله‌سوار، پارس‌آباد، سرعین، نیر، خلخال، مشگین‌شهر و نمین اشاره کرد (سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۳۹۲). در شکل ۲ نقشه‌ی موقعیت جغرافیایی محدوده‌ی مورد مطالعه که در محیط نرم‌افزار ArcGIS ترسیم شده، به نمایش درآمده است.



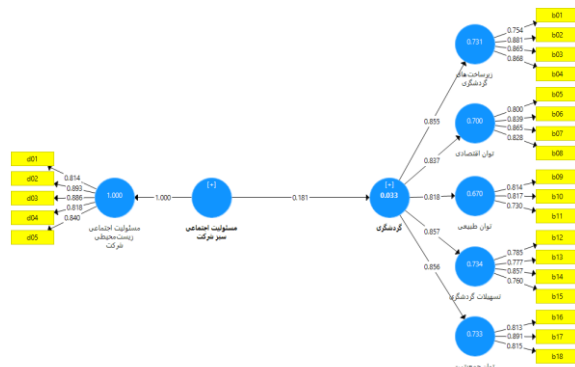
شکل ۲- محدوده‌ی مورد مطالعه (منبع: نگارنده)

1. Krejcie & Morgan
2. Fornell & Larcker

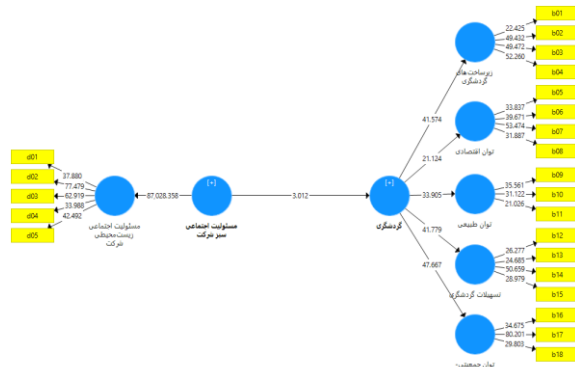
اجتماعی سبز شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه‌ی پایدار گردشگری دارد و در صورتی که مسئولیت اجتماعی سبز در شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری تقویت شود، گردشگری نیز توسعه می‌یابد. در جدول ۳، خلاصه‌ی نتیجه‌ی آزمون فرضیه ارائه شده است. با توجه به این که مقدار آماره‌ی t از $1/96$ در سطح اطمینان 95% بزرگ‌تر است، طبق جدول، مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه‌ی پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معنی‌دار می‌گذارد.

جدول ۳- نتیجه‌ی آزمون فرضیه (منبع: نگارنده)

نتیجه	t-value	ضریب مسیر
تأیید	۳/۰۱۲	۰/۱۸۱



شکل ۳- ضرایب بار عاملی و مقادیر ضرایب مسیر برای فرضیه‌ی پژوهش (منبع: نگارنده)



شکل ۴- مقادیر آماره‌ی t برای فرضیه‌ی پژوهش (منبع: نگارنده)

۴- نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج پژوهش، می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی سبز شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه‌ی پایدار گردشگری دارد. بنابراین، اگر شرکت‌ها، سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری نظیر هتل‌ها و مهمان‌پذیرها، آژانس‌های مسافرتی و شرکت‌های حمل‌ونقل گردشگری و ... به مسئولیت اجتماعی سبز خود عمل کنند، به گونه‌ای که از منابع انرژی پایدار و تجدیدپذیر در فعالیت‌های خود استفاده کنند، مواد قابل بازیافت را در محصولات و بسته‌بندی‌های خود به کار گیرند و به حفظ محیط زیست متعهد باشند، ضمن این که می‌توانند به بهبود تصویر شرکت خود کمک کرده و مشتریان (گردشگران) بیش‌تری را به سوی خود جذب کنند (به خصوص

میانگین واریانس استخراج شده، پایایی ترکیبی، ضریب آلفای کرونباخ و معیار فورنل-لازکر نشان داده شده‌اند که از حداقل مقدارشان بیش‌ترند و در نتیجه متغیرها پایایی بالایی دارند. بر این اساس، مدل اندازه‌گیری از پایایی بالایی برخوردار است.

جدول ۱- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری (منبع: نگارنده)

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	معیار فورنل-لازکر
مسئولیت اجتماعی سبز گردشگری	۰/۷۲۴	۰/۹۲۹	۰/۹۰۴	۰/۸۵۱
	۰/۴۸۲	۰/۹۴۳	۰/۹۳۶	۰/۶۹۴

ارزیابی برازش مدل ساختاری

به منظور بررسی برازش مدل ساختاری، دو معیار ضریب تعیین (R^2) و ارتباط پیش‌بین (Q^2) مورد استفاده قرار می‌گیرند. ضریب تعیین نسبت واریانس متغیر وابسته حول میانگین آن را اندازه‌گیری می‌کند که توسط متغیر مستقل تبیین می‌شود. مقادیر تقریبی $0/67$ قوی، مقادیر حدود $0/33$ متوسط و مقادیر $0/19$ و کم‌تر ضعیف در نظر گرفته می‌شوند. شاخص ارتباط پیش‌بین، تأثیر نسبی ارتباط پیش‌بین را با مقادیر $0/2$ ، $0/15$ و $0/35$ تبیین می‌کند که نشان‌دهنده‌ی مقادیر کوچک، متوسط و بزرگ آن هستند. در جدول ۲ معیارهای ضریب تعیین و ارتباط پیش‌بین نشان داده شده‌اند.

جدول ۲- شاخص‌های برازش مدل ساختاری (منبع: نگارنده)

متغیر	ضریب تعیین	ارتباط پیش‌بین
گردشگری	۰/۰۳۳	۰/۰۲

بررسی برازش کلی مدل

به منظور بررسی برازش کلی مدل از معیاری به نام GOF استفاده شده است. بر اساس سه مقدار $0/1$ ، $0/25$ و $0/36$ که به ترتیب بیانگر مقادیر ضعیف، متوسط و قوی این معیار هستند و مقدار به دست آمده برای GOF، می‌توان برازش کلی مدل پژوهش را تأیید کرد. (رابطه‌ی ۱):

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

$$GOF = \sqrt{0/682 \times 0/033} = 0/15$$

۳- نتایج

نتایج پژوهش، حاکی از آن است که متغیر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت واریانس گردشگری را تبیین می‌کند. همان‌طور که در شکل‌های ۳ و ۴ ملاحظه می‌شود، ضریب مسیر اثر متغیر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر گردشگری برابر با $0/181$ محاسبه شده است و با توجه به این که مقدار آماره‌ی t برابر $3/012$ به دست آمده و در سطح $0/05$ معنی‌دار است، با اطمینان 95% می‌توان گفت که مسئولیت

- آژانس‌ها و تورهای مسافرتی در محصولات و بسته‌بندی‌های خود از مواد تجدیدپذیر و قابل بازیافت استفاده کنند.
 - استفاده از انرژی‌های پاک همچون انرژی خورشیدی و بادی در صنعت گردشگری افزایش یابد (البته این امر مستلزم سرمایه‌گذاری عظیم دولتی است).
 در انتها لازم به ذکر است که یکی از محدودیت‌هایی که در انجام این پژوهش وجود داشت، عدم انجام پژوهش مشابه در خصوص تأثیر مسئولیت اجتماعی سبز شرکت بر توسعه پایدار گردشگری بود که در نتیجه آن امکان مقایسه‌ی نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین وجود نداشت.

مشتریان طرفدار حفظ محیط زیست، در نهایت می‌توانند از این راه به توسعه پایدار گردشگری در یک منطقه کمک کرده و از بروز اثرات منفی گردشگری نظیر آلودگی هوا و محیط زیست، تأثیر مخرب بر روی فرهنگ محلی و ... پیشگیری نمایند.
 بر این اساس، پیشنهادهای کاربردی به شرح زیر ارائه می‌گردند:
 - در وهله اول، باید فرهنگ اجرای مسئولیت اجتماعی سبز در شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری نهادینه‌سازی شود.
 - شرکت‌های حمل‌ونقل گردشگری نسبت به نوسازی وسایل نقلیه‌ی خود اقدام کنند و یا از سوخت‌های پاک در وسایل نقلیه‌ی خود استفاده نمایند.

منابع

- حسام، م، نگهبان، س، آشور، ح، جباری، س، ۱۳۹۱. تحلیل عوامل مؤثر بر بازاریابی جهانگردی در جزیره‌ی ابوموسی، اولین همایش ملی توسعه‌ی سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، چابهار.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل، ۱۴۰۰. سالنامه‌ی آماری استان اردبیل، چاپ اول، تهران: سازمان برنامه و بودجه‌ی کشور.
- ساسانی، ق، ۱۳۹۳. بررسی رابطه‌ی مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی و غیر مالی شرکت (مطالعه‌ی موردی: شرکت‌های صنعتی استان گلستان)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- سعیده زرابادی، ز، عبدالله، ب، ۱۳۹۲. ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه‌ی صنعت گردشگری منطقه‌ی آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، نشریه‌ی علمی-پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، دوره‌ی ۴، شماره‌ی ۶، ص ۳۷-۴۸.
- شاه‌حسینی، م، نظری، م، ترکستانی، م، قربانی، ف، ۱۴۰۰. مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حوزه‌ی گردشگری ایران با رویکرد نظریه‌ی داده‌بنیاد، مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۶، شماره‌ی ۵۳، ص ۱۷۲-۱۰۹.
- ضرعام بروجنی، ح، بابائی، ی، شیخ‌حسینی، ن، ۱۳۹۹. اثر مسئولیت اجتماعی بر پشتیبانی از گردشگری پایدار در شهر سرعین، فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۹، شماره‌ی ۴، ص ۱۸۴-۱۶۹.
- فرتوک‌زاده، ح، اسفندیارپور بروجنی، س، کیانی فیض‌آبادی، ز، رجبی نهوجی، م، ۱۳۹۵. بررسی سیاست‌های توسعه‌ی صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم، فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی سیاست‌گذاری عمومی، دوره‌ی ۲، شماره‌ی ۱، ص ۱۱۹-۹۳.
- مجنونى توتاخانه، ع، سلیمانی، ع، ۱۳۹۷. برنامه‌ریزی تقویت زیرساخت‌های اقتصادی شهر با تأکید بر گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهر اردبیل)، فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، شماره‌ی ۷ (پیاپی ۲۵)، ص ۵۷-۴۱.
- Ji, D., Liu, Y., Zhang, L., An, J., Sun, W. 2020. Green social responsibility and company financing cost-based on empirical studies of listed companies in China, Sustainability, Vol. 12, P. 1-16.
- Kawuryan, M.W., Fathani, A.T., Purnomo, E.P., Salsabila, L., Azmi, N.A., Setiawan, D., Fadhlurrohman, M.I. 2022. Sustainable tourism development in Indonesia: bibliometric review and analysis, Indonesian Journal of Geography, Vol. 54, P. 154-166.
- Kirilenko, A.P., Ma, S., Stepchenkova, S.O., Su, L., Waddell, T.F. 2021. Detecting early overtourism: bringing together objective and subjective indicators of tourism benefits, P. 1-23.
- Lund-Durlacher, D. 2015. Corporate social responsibility in tourism, Education for Sustainability in Tourism, P. 59-73.
- Madanaguli, A., Srivastava, S., Ferraris, A., Dhir, A. 2021. Corporate social responsibility and sustainability in tourism sector: a systematic literature review and future outlook, Sustainable Development, Vol. 30, P. 447-461.
- Meler, M., Ham, M. 2012. Green marketing for green tourism. Tourism & Hospitality Management, Conference Proceedings, Osijek, Croatia, P. 130-139.
- Shafiul Alam, S.M., Zahidul Islam, K.M. 2021. Examining the role of environmental corporate social responsibility in building green corporate image and green competitive advantage, International Journal of Corporate Social Responsibility, Vol. 6, P. 1-16.

Investigating the Effect of Green Corporate Social Responsibility on the Sustainable Development of Tourism (Case Study: Ardabil Province)

Mir Amir Forouzan¹

1 MSc., Faculty of Social Sciences, University of Mohagheh Ardabili, Ardabil, Iran

Email Address : amirforouzan1997@gmail.com

Abstract

Introduction

Today, the tourism industry, as one of the most important and profitable industries in the world, accounts for a huge part of the foreign exchange earnings of the countries, and in addition to creating jobs, it earns foreign currency, provides peace, fair distribution of wealth, and exchange of cultures. But despite the many benefits that can be attributed to tourism, if proper planning is not done in this field, the development of tourism will cause negative environmental, cultural, social and economic effects. For example, the negative effects in the economic sphere are the increase in property taxes, the cost of goods and services, and the price of land. The negative social effects are increased traffic congestion, crime and other social problems. Negative cultural effects are destructive effects on traditional cultures, and finally, negative environmental effects are increased air pollution, reduced natural resources, and pressure on wildlife. These negative effects and problems usually arise when development (tourism) is carried out in a hurry and the life cycle of the product or the environment is not considered. Due to the emergence of such issues in the environment sector, governments have given increasing importance to environmental issues and have become stricter in environmental regulations, which has caused more and more companies to include environmental protection as part of their corporate social responsibility, which directly causes the formation of a new concept. It is called "Green Corporate Social Responsibility". Based on this and since there was no research on the effect of the green corporate social responsibility on the sustainable development of tourism, it is expected that the results of the present research will increase the attention of tourism companies to the concept of green social responsibility and lead to the sustainable development of tourism. along with maintaining the health of the environment and local culture of tourist destinations. Based on this, the main question of the current research is whether the green corporate social responsibility has a significant effect on the sustainable development of tourism?

Methodology

The purpose of this study was to explain the effect of green corporate social responsibility on the sustainable development of tourism in Ardabil province. Ardabil province with the capital of Ardabil city is one of the northwestern provinces of Iran. This province is bordered by Republic of Azerbaijan from the north, East Azerbaijan province from the west, Gilan province from the east, and Zanjan province from the south. One of the characteristics of this province is the pleasant and cool weather of this region in spring and summer. Other cities of this province include Ardabil, Beilehsavar, Parsabad, Sareyn, Nir, Khalkhal, Meshgin shahr and Namin. The type of research was applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of the nature of method. The statistical population of the study was the employees of service organizations related to tourism in Ardabil province. Simple random sampling method was used for sampling and Krejcie & Morgan table was used to select the sample size. Considering the existence of about 315 hotels, guesthouses and apartment hotels in the province, which have a total of about 3500 employees, the sample size was 346 people. Collection of required data using two standard questionnaires, effective factors in the development of tourism in the region and corporate environmental responsibility questionnaire was performed and all questions are graded on a five-point Likert scale (from 1 = completely disagree to 5 = completely agree). Validity was assessed using confirmatory factor analysis and reliability was assessed by Cronbach's alpha. Data analysis was performed using structural equation modeling approach using SPSS 26 and SmartPLS 3 software.

Results

The research results indicate that the green corporate social responsibility variable explains the tourism variance. Since the path coefficient of the effect of the green corporate social responsibility variable on tourism has been calculated equal to 0.181 and considering that the t-value is equal to

3.012 and it is significant at the 0.05 level, with 95% confidence It can be said that the green corporate social responsibility has a positive and significant effect on the sustainable development of tourism, and if the green social responsibility is strengthened in companies and organizations related to tourism, tourism will also develop. Therefore, considering that t-value is greater than 1.96 at the 95% confidence level, the green corporate social responsibility has a positive and significant effect on the sustainable development of tourism.

Conclusion

According to the presented results, it can be said that the green corporate social responsibility has a positive and significant effect on the sustainable development of tourism. Therefore, if companies, organizations and businesses related to tourism, such as hotels, travel agencies and tourism transport companies, etc., fulfill their green social responsibility, in such a way that they use sustainable and renewable energy sources in their activities, materials use recyclables in their products and packaging and be committed to protecting the environment, while they can help improve their company's image and attract more customers (tourists) to them (especially customers who are in favor of protecting the environment), finally, in this way, they can contribute to the sustainable development of tourism in a region and prevent the negative effects of tourism, such as air and environmental pollution, destructive effects on local culture, etc. Based on this, practical suggestions are presented as follows:

- In the first place, the culture of implementing green social responsibility should be institutionalized in companies and organizations related to tourism.
- Tourist transportation companies should modernize their vehicles or use clean fuels in their vehicles.
- Travel agencies and tours use renewable and recyclable materials in their products and packaging.
- Increase the use of clean energy such as solar and wind energy in the tourism industry (however, this requires huge government investment).

Finally, it should be mentioned that one of the limitations of this research was the lack of a similar research on the impact of the green corporate social responsibility on the sustainable development of tourism, as a result of which it was not possible to compare the results of the current research with previous researches.

Keywords

Ardabil Province; Green Corporate Social Responsibility; Sustainable Development; Tourism