



طراحی و تبیین مدل هتلداری سبز سودآور مبتنی بر استراتژی داده بنیاد

زهرا حسینی زاده هرات^۱، محمود معین‌الدین^۲، فروغ حیرانی^۳

چکیده

با توجه به اهمیت هتل‌داری سبز در چشم‌انداز صنعت گردشگری، هتل‌داران باید اطمینان یابند که تدوین و پیاده‌سازی سیاست‌های زیست‌محیطی، ضمن مشروعیت‌بخشی به فعالیت تجاری آن‌ها در جامعه، باعث بهبود عملکرد مالی و سودآوری نیز خواهد شد. هدف اصلی از این پژوهش، طراحی مدل هتل‌داری سبز سودآور مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است و از طرح نظام‌مند استراوس و کوربین استفاده شده است. به‌منظور گردآوری داده‌ها با شانزده خبره علمی-عملی، شامل خبرگان شاغل در صنعت هتل‌داری و استادان دانشگاه، مصاحبه‌های باز صورت گرفت. طبق دستورالعمل کدگذاری باز و محوری و انتخابی، داده‌ها در قالب پانزده مقوله فرعی و شش مقوله اصلی مفهوم‌سازی شده است. مدل یک‌پارچه هتل‌داری سبز سودآور نشان می‌دهد که سودآوری هتل‌ها تابعی از بستر محیطی حاکم است و بستر محیطی حاکم (مقوله علی) شرط علی بروز رفتارهای سبز (مقوله محوری) به‌شمار می‌رود و توانمندی‌های سبز (مقوله کنش و واکنش)، عوامل درون‌سازمانی (عوامل مداخله‌گر) و ثبات نسبی (عوامل زمینه‌ای) به پیامد نهایی یعنی عملکرد مالی سودآور منجر می‌شود. با توجه به شکاف پژوهشی در این زمینه، پیشنهاد می‌شود که به موضوع هتل‌داری سبز، به‌منزله موضوعی مهم در چشم‌انداز مطالعات گردشگری، توجه بیش‌تری شود.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۳

واژه‌های کلیدی:

هتل‌داری سبز، عملکرد مالی سودآور، نظریه داده‌بنیاد، مدل یک‌پارچه هتل‌داری سبز.

مقدمه:

اطمینان از بقای طولانی‌مدت شده است. این ترکیب باعث می‌شود بسیاری از سازمان‌ها، از جمله هتل‌ها، دغدغه‌های محیطی را در سیاست‌های خود لحاظ کنند. رقابت جهانی شدید باعث شده است که سازمان‌ها برای بقا و پیشرفت با تغییرات محیطی سازگار شوند. بنابراین سازمان‌ها برای سازگاری با تحولات جهانی با موانع متعددی مواجه‌اند. در قرن بیست‌ویکم کسب‌وکارها بسیار بی‌ثبات‌اند و سازمان‌ها شاهد شرایط سخت تغییرات و تحولات در عملکردند (Samad et al., 2017). از آنجاکه صنعت گردشگری منافع فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی چشمگیری دارد، واحدهای گردشگری برای رسیدن

در دهه‌های گذشته، موضوعات زیست‌محیطی برای کسب‌وکارها از جمله هتل‌ها در سراسر جهان اهمیت زیادی پیدا کرده است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که بی‌توجهی به تأثیرهای زیست‌محیطی به ارزش شرکت‌ها آسیب می‌رساند (Montabon et al., 2007). سازمان‌ها در پی تقویت خودند تا راهکاری برای مشکلات زیست‌محیطی ارائه دهند و در بسیاری از موارد از این طریق می‌توانند به مزیت رقابتی دست یابند. به‌این‌ترتیب، تغییرات سریع اقتصادی و جهانی شدن موجب واکنش فوری سازمان‌ها از طریق اتخاذ سیاست‌های مؤثر در بهبود عملکرد و حصول

۱. دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

۲. نویسنده مسئول: دانشیار گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران؛ mahmoudmoein@iauyazd.ac.ir

۳. استادیار گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران



به مقاصد خود با شیوه‌های گوناگون در حال تلاش برای جذب گردشگرند (Gavrilovi & Maksimovi, 2018)؛ بنابراین، باید ضمن استفاده از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود، در پی به‌کارگیری سازوکارهای مطلوب و کارآمد برای افزایش درآمد ناشی از گردشگری بود. این امر مهم در نهایت رشد اقتصادی منطقه‌ای، ملی و جهانی را در پی خواهد داشت. مدیریت هدفمند و کارآمد مصرف آب (حکمرانی آب)، با توجه به معضل کم‌آبی، مدیریت استفاده از انرژی، اجرای استراتژی بهبود و باز یافت، کاهش تأثیر مصرف مواد در محیط زیست و استفاده از محصولات دست‌ساز و سبز از حوزه‌های زیست‌محیطی است که در قانون توجه هتل‌ها قرار دارد. در همین راستا پژوهشگران اکثراً بر موضوعاتی همچون ابتکارات سبز، توسعه فرایند و محصول سبز، مدیریت عملکرد سبز، تولید سبز، پشتیبانی و زنجیره تأمین سبز پرداخته‌اند که نشان از اهمیت موضوع دارد (Klingenberg & Geurts, 2009). در سال‌های اخیر، دغدغه‌های زیست‌محیطی فشارهایی بر مشارکت‌کنندگان برای پذیرفتن رویکردهای زیست‌محیطی وارد کرده است. این روند به اجرای پژوهش‌هایی برای بررسی روابط بین ابتکارات سبز، عملکرد سبز و عملکرد کسب‌وکار منجر شده است (Li et al., 2017). در پژوهش‌هایی که تاکنون انجام گرفته است معمولاً ارتباط بین مدیریت محیط زیست و عملکرد مالی بررسی شده است و هیچ‌گونه توافق جامعی بین محققان وجود ندارد (Zeng et al., 2011). از سوی دیگر، با عنایت به این‌که هتل‌داری قلب تپنده صنعت گردشگری است، به موضوعی که هتل‌داران را، با هدف سودآوری، حول محور رفتارهای سبز (هتل‌داری سبز) گرد هم آورد توجهی نشده است؛ از این‌رو در پژوهش حاضر طراحی مدلی مدنظر قرار گرفته است که به بستر علی، ابعاد رفتار سبز، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای حاصل از اجرای رفتارهای سبز در حوزه هتل‌داری بپردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

از ابتدای تاریخ بشر به مسئله محیط‌زیست توجه شده است. توسعه‌های چشمگیر اقتصادی و اجتماعی در اواخر قرن بیستم، بحرانی برای مدیریت محیط‌زیست ایجاد کرده است، همچون آلودگی محیط‌زیست جهانی، از بین رفتن تنوع زیستی،

تخریب خاک و رشد بی‌رویه شهری (ایل‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۶). در مدیریت محیط‌زیست، هدف عمدتاً ترویج و اشاعه مقوله توسعه پایدار است و جایگاه موضوع محیط‌زیست و خط‌مشی‌های زیست‌محیطی و مقوله توسعه پایدار مطرح می‌شود. عملکرد و رفتار زیست‌محیطی تا حدودی منعکس‌کننده شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور است. محیط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قدرتمند نه تنها بر بازده قابل پیش‌بینی می‌افزاید، باعث افزایش سرمایه نیز می‌شود (Vejsagic, 2018).

هتل‌ها از جمله کسب‌وکارهایی هستند که به جرگه متقاضیان کسب مشروعیت در محیط فعالیت خود پیوسته‌اند. با توجه به مطالب گفته شده، به نظر می‌رسد هتل‌ها با مسئولانه عمل کردن در مقابل جامعه و محیط می‌توانند از طریق نیروی انسانی آگاه به مسائل زیست‌محیطی، به مزیت رقابتی تمایز و رهبری هزینه و در نهایت، عملکرد مالی سودآور دست یابند. رویکرد مدیریتی نیازمند نسامانه گزارش‌دهی اثربخش برای پایش پایداری اقدامات هتل و در عین حال مرتبط کردن به اهداف محیطی و اجتماعی است. اما از سوی دیگر، مدیران در برابر محیط، جامعه و همچنین عملکرد مالی خود مسئول‌اند و باید اطمینان یابند که رو به بهبودی حرکت می‌کنند (Assaf et al., 2011). به این ترتیب، هتل‌ها در سرتاسر جهان شیوه‌های سبز را با هدف کاهش تأثیرات زیست‌محیطی و بهبود عملکرد مالی سرلوحه اقدامات خود قرار داده‌اند (Miroshnichenko et al., 2017).

هتل‌داران می‌توانند با توانمندسازی کارکنان، ضمن آگاه‌ساختن آن‌ها از اهمیت موضوعات زیست‌محیطی و جلب مشارکت آنان در اجرای سیاست‌های زیست‌محیطی، مزیت رقابتی ایجاد کنند. هتل‌داران با ایجاد مزیت رقابتی می‌توانند هم‌بهای تمام‌شده خدمات خود را کاهش دهند و هم از طریق برتری، شهرت، اعتبار و تمایز، توجه طیف جدیدی از مشتریان و گردشگران دوستدار محیط‌زیست را از اقصانقاط جهان جلب کنند. واضح است عوامل مذکور به سودآوری و بهبود عملکرد مالی منجر خواهد شد. در اینجا لازم است به پژوهش‌های خارجی که در این زمینه صورت گرفته است اشاره شود.

عبدالله (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر حسابداری اجتماعی و زیست‌محیطی بر سود شرکت‌ها پرداخت.



مشتری دارند، اما در ارتباط بین نظام‌های مدیریت محیط‌زیست و وفاداری مشتری اثر تعدیل‌گری معنی‌دار ندارند. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که رضایت مشتری و وفاداری مشتری اثر میانجی ناقص بر ارتباط بین نظام‌های مدیریت محیط‌زیست و عملکرد مالی دارند (Feng & Wang, 2016).

توگورس (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «اثر نوآوری بر عملکرد شرکت‌ها: تحلیلی از بخش هتل» نقش نوآوری در فرصت‌های بقا و عملکرد مالی را بررسی کرده است. در این پژوهش، شاخص‌های نوآوری زیست‌محیطی و ناسازگار با محیط‌زیست جداگانه تحلیل شدند. نتایج نشان داد که قانونگذاران زیست‌محیطی باید در اندازه‌گیری نوآوری مداخله کنند.

ژانگ چو^۱ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «سیاست‌های محیط‌زیست هتل‌ها و اعتقادات شخصی زیست‌محیطی کارکنان: تعاملات و نتایج» نشان داد که پذیرش شیوه‌های سبز برای هتل و صنعت گردشگری منفعت مالی دارد و موفقیت هتل‌ها در پذیرش شیوه‌های سبز نه تنها به نگرش سازمانی از مسائل محیط‌زیست، که بر باورهای شخصی کارکنان هتل و نیز اقدامات روزمره‌شان بستگی دارد.

گونارائن^۲ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «استفاده از حسابداری در حمایت از توریست پایدار» نشان داد که تصویر عمومی مطلوب از شیوه‌های حسابداری محیط‌زیست هتل‌ها، فشارهای داخلی مانند وابستگی‌های گروهی، اجبار مدیریت بالادست و همچنین نیاز به اعتبارسنجی نظام مدیریت محیط‌زیست در شکل دادن به شیوه‌های مدیریت محیط‌زیست تأثیر دارد و هنگام اجرای این استراتژی، هتل‌ها در پی حمایت کارکنان، مهمانان و تأمین‌کنندگان اند. از دیگر نتایج این پژوهش این بود که مهندسان نقش کلیدی در شیوه‌های حسابداری محیط‌زیست ایفا می‌کنند. در ادامه، به برخی از پژوهش‌های داخلی اشاره می‌شود.

ملکیان و نوری سنچولی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «حسابداری سبز، ابزاری جامع و فراگیر در جریان اطلاعات مدیریت زنجیره تأمین سبز» سعی کردند اهمیت اطلاعات حسابداری سبز در اجرای مدیریت زنجیره تأمین سبز را با نگاهی بر مفاهیم و مبانی نظری مدیریت زنجیره تأمین سبز و بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه و همچنین با نگاهی بر مفاهیم و اهداف حسابداری زیست‌محیطی بررسی کنند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که

هدف از انجام دادن این پژوهش پاسخ به این سؤال بود که آیا حسابداری اجتماعی و زیست‌محیطی بر سود شرکت تأثیر دارد یا نه. در این پژوهش نمونه‌ای متشکل از پنجاه شرکت با ابزار پرسش‌نامه ارزیابی شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین اجرای حسابداری محیط‌زیست و سود شرکت‌ها ارتباط وجود دارد.

الموالی و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «استراتژی محیط‌زیست، حسابداری محیط‌زیست و عملکرد مالی سازمانی» انجام دادند. در این پژوهش، از طریق پرسش‌نامه‌های توزیع‌شده در شرکت‌هایی که در بازار سهام بودند، داده‌ها جمع‌آوری و در معادله ساختاری تجزیه و تحلیل شد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که استراتژی محیط‌زیست بر میزان استفاده از حسابداری مدیریت محیط‌زیست اثر می‌گذارد و بین حسابداری مدیریت محیط‌زیست و عملکرد مالی سازمانی ارتباطی مثبت وجود دارد.

آستاوا و همکاران (۲۰۱۷) به انجام پژوهشی با عنوان «مدلی جدید برای به‌دست آوردن حسابداری سبز در هتل‌ها» پرداختند. این پژوهش در دو مرحله انجام شد. اولین گام، طراحی مدل بر اساس مطالعات نظری و با توجه به عناصر اصلی در ایجاد حسابداری سبز و گام دوم، انجام آزمون مدل از طریق پرسش‌نامه و پردازش داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی بود. محققان در این پژوهش بیان کردند که نتایج این پژوهش به علم حسابداری در زمینه گزارشگری سبز کمک می‌کند.

میروشنی چنکو و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «اقدامات سبز و عملکرد مالی» به بررسی تأثیرات شیوه‌های سبز بر عملکرد مالی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که اقدامات سبز داخلی محرک‌های زیست‌محیطی مهمی از عملکرد مالی اند، در حالی که اقدامات سبز خارجی نقش ثانویه‌ای در تعیین عملکرد مالی دارند.

در پژوهشی دیگر با عنوان «تأثیر نظام‌های مدیریت محیط‌زیست بر عملکرد مالی، یک تجزیه و تحلیل با متغیر میانجی و تعدیل‌گر، با استفاده از تحلیل رگرسیون»، پژوهشگران به کشف چگونگی تأثیر نظام مدیریت محیط‌زیست بر عملکرد مالی از طریق رضایت مشتری، وفاداری مشتری، و هزینه پرداختند. نتایج تجربی این پژوهش نشان داد که نظام‌های مدیریت محیط‌زیست تأثیری مثبت و معنی‌دار در رضایت مشتری، وفاداری مشتری و عملکرد مالی دارند. به علاوه هزینه‌ها تأثیر تعدیل‌گر معنی‌داری در ارتباط منفی بین نظام‌های مدیریت محیط‌زیست و رضایت

1. Jung Chou
2. Gunarathne



اطلاعات حسابداری سبز در برقراری جریان مطلوب اطلاعات بین اجزای ساختار مدیریت زنجیره تأمین سبز مؤثر واقع می‌شود.

وثوقی و شمسی‌ماربینی (۱۳۹۴) در پژوهشی به ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز متین آباد پرداختند. هدف از پژوهش ایشان ارزیابی موفقیت اقامتگاه سبز به لحاظ برخورداری از شاخص‌های مطرح در این اقامتگاه بود. جامعه آماری این پژوهش که گردشگران بودند با پرسش‌نامه ارزیابی شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که به‌رغم تفاوت‌های موجود در برخی از گویه‌ها و شاخص‌ها، این سایت توانسته است به‌منزله اقامتگاهی سبز موفقیتی نسبی به‌دست آورد.

در هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین درباره موضوع هتل‌داری سبز و عملکرد مالی بررسی جامعی صورت نگرفته و مدلی در این خصوص تدوین نشده است؛ از این‌رو هدف اصلی محقق از انجام‌دادن این پژوهش طراحی مدلی برای یک پارچه‌سازی هتل‌داری سبز و عملکرد مالی است.

روش‌شناسی پژوهش

نظریه داده‌بنیاد فرایندی خلاق است که تدوین نظریه‌ای جدید با آن تسهیل می‌شود. بنابراین این رویکرد بیشتر هنگامی مناسب است که درباره موضوعی دانش کافی وجود نداشته باشد (عباس‌زاده و حسین‌پور، ۱۳۹۰). بنابراین روش مناسب برای انجام‌دادن این پژوهش استراتژی داده‌بنیاد در نظر گرفته شده است.

این پژوهش از لحاظ فلسفه پژوهش، طبیعت‌گرایانه، از نظر جهت‌گیری، کاربردی و از حیث رویکرد، استقرایی است و از نظر اهداف پژوهش از نوع تحقیقات اکتشافی به‌شمار می‌رود. با توجه به هدف پژوهش که طراحی مدل یک پارچه‌سازی اجرای رویکرد هتل‌داری سبز و عملکرد مالی در هتل‌هاست

و همچنین موضوع جهانی شدن شهر یزد و افزایش بیش‌ازپیش گردشگران، هتل‌های شهر یزد جامعه آماری پژوهش تعیین شدند. روش نمونه‌گیری هدفمند و از نوع گلوله برفی است. طبق منابع موجود، این روش زمانی مناسب است که اعضای گروه یا جامعه به‌راحتی قابل تشخیص نباشند. در این روش پژوهشگر ابتدا افرادی را شناسایی می‌کند و پس از دریافت اطلاعات، از آن‌ها می‌خواهد که فرد یا افراد دیگر را به وی معرفی کنند (Babbie, 2002). بر این اساس، افرادی خبره در نظر گرفته شدند که سابقه کاری بیش از ده سال داشتند و به مباحث گردشگری و هتل‌داری کاملاً آشنا بودند و همچنین تمایل به مشارکت داشتند. تعداد نمونه مناسب برای روش داده‌بنیاد، بر اساس پیشنهاد استراوس و کوربین، بین ۱۰ تا ۲۵ نفر است که افزایش این تعداد به مرحله اشباع نظری بستگی دارد. فرایند جمع‌آوری اطلاعات تا زمانی ادامه می‌یابد که دیگر اطلاعات و داده‌های جدیدی از مصاحبه‌شوندگان به‌دست نیاید (Strauss & Corbin, 2008). در این پژوهش، انتخاب بیست نفر نمونه به‌مرور انجام شد. از مصاحبه‌دهم به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد، اما برای اطمینان بیشتر مصاحبه‌ها تا نفر شانزدهم ادامه یافت؛ با وجود این‌که از مصاحبه دوازده به بعد داده‌ها کاملاً تکراری بود. در صورت موافقت مشارکت‌کننده، صدای او در هنگام مصاحبه ضبط می‌شد و در غیر این صورت فقط به یادداشت‌برداری اکتفا می‌شد. با توجه به کیفی بودن پژوهش حاضر، گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های باز و عمیق و میدانی صورت پذیرفت. مصاحبه‌ها در ابتدا با ارائه توضیحات و شفاف‌سازی موضوع مصاحبه شروع می‌شد و طی آن، برای کنترل روند مصاحبه، سؤالات بعدی بر اساس پاسخ‌ها مطرح می‌شد. مصاحبه‌ها از یک تا دو ساعت زمان می‌برد. در جدول ۱ مشخصات مربوط به افراد نمونه آمده است.

جدول ۱: مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	سمت	ردیف	تحصیلات	سمت	ردیف	تحصیلات	سمت
۱	دکتری	عضو هیئت علمی	۷	دکتری	رئیس هتل	۱۳	دکتری	عضو هیئت علمی
۲	دکتری	عضو هیئت علمی	۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۴	دانشجوی دکتری	مدرس دانشگاه، خبره در صنعت
۳	کارشناسی ارشد	مدیر داخلی	۹	دانشجوی دکتری	مدیر داخلی	۱۵	دکتری	رئیس هتل
۴	دانشجوی دکتری	مدیر اجرایی	۱۰	دانشجوی دکتری	مدیر داخلی	۱۶	دانشجوی دکتری	مدیر داخلی
۵	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۱	دانشجوی دکتری	مدیر اجرایی			
۶	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۲	دکتری	عضو هیئت علمی			



درگیری طولانی‌مدت پژوهشگر با فضای پژوهشی و مشاهده‌های مداوم او در محیط پژوهش از جمله اعتمادسازی با افراد موضوع پژوهش، فراگیری فرهنگ آن محیط و کنترل بدفهمی‌های ناشی از مداخله‌های پژوهشگر یا مطلعان.

کثرت‌گرایی^۱ از طریق گردآوری شواهد از منابع مختلف شامل نظریه‌های گوناگون، آدم‌های گوناگون، منابع اطلاعاتی متنوع و شیوه‌های گوناگون.

کنترل بیرونی پژوهش از طریق داوری یا گزارش شخص ثالث؛ در این روش، «گزارشگر شخص ثالث» را وکیل مدافع شیطان می‌دانند، یعنی کسی که پژوهشگر را صادق نگاه می‌دارد، از پژوهشگر پرسش‌های دشواری درباره روش‌ها و معانی و تفسیرها می‌کند و صبورانه به سخنان او گوش می‌دهد.

در تحلیل موردی منفی^۲ پژوهشگر فرضیه‌ها را هم‌زمان با پیشرفت پرس‌وجو در پرتو شواهد ناقص اصلاح می‌کند.

روشنگری پژوهشگر از همان ابتدا درباره سوگیری‌های احتمالی خود با ذکر تجربیات قبلی (سوگیری‌ها و تمایلاتی که احتمالاً تفسیرها و رویکردهای مطالعه را شکل داده‌اند).

دریافت نظر شرکت‌کنندگان در پژوهش درباره اعتبار یافته‌ها و تفسیرهاست. برای این کار می‌توان یافته‌ها، تفسیرها و نتایج پژوهش را در گروهی کانونی متشکل از شرکت‌کنندگان در پژوهش قضاوت کرد.

توضیح مفصل و غنی^۳ خوانندگان را برای قضاوت درباره انتقال پذیر بودن یافته‌ها کمک می‌کند. با این توصیف دقیق، خواننده می‌تواند تصمیم بگیرد که آیا داده‌ها، روش‌ها یا یافته‌های ارائه‌شده در پژوهش را می‌تواند در محیط دیگری به کار گیرد یا خیر.

داوران بیرونی؛ در اینجا داور مثل حسابرس مالی است. او از بیرون فضای پژوهش را زیر نظر می‌گیرد و مشخص می‌کند که آیا یافته‌ها و تفاسیر و نتایج از طریق داده‌ها پشتیبانی می‌شود یا خیر (Creswell, 2007).

در این پژوهش برای سنجش اعتبار از سه راهبرد، از میان هشت راهبرد موردنظر کرسول، به شرح زیر استفاده شده است:

برای افزایش اعتبار مدل، پس از طراحی در اختیار خبرگانی قرار گرفت که هم در زمینه هتل‌داری سبز و هم در زمینه عملکرد مالی صاحب‌نظرند. همچنین این مدل در اختیار استادانی قرار گرفت که با روش نظریه داده‌بنیاد آشنایی کامل داشتند و از این خبرگان

تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه یافته‌های پژوهشی

داده‌های کیفی گردآوری‌شده از طریق مصاحبه در طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی تحلیل شد تا در نهایت تصویری عینی از نظریه خلق‌شده تولید شود.

کدگذاری باز: در این مرحله برای همه نکات استخراج‌شده از مصاحبه‌ها برچسبی (کد) در نظر گرفته شد. چون تعداد برچسب‌های اولیه زیاد بود، به کدهای ثانویه تبدیل شد و در نهایت مفاهیم اولیه استخراج شد (جدول ۱).

کدگذاری محوری: در این مرحله، نظریه پرداز داده‌بنیاد یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب می‌کند و آن را در مرکز فرایندی که در حال بررسی آن است (در جایگاه پدیده مرکزی) قرار می‌دهد، سپس دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌های دیگر عبارت‌اند از «پیامدها»، «شرایط زمینه‌ای»، «عوامل

مداخله‌گر»، «راهبردها» و «شرایط علی». این مرحله مشتمل بر ترسیم نموداری است که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود. الگوی کدگذاری روابط بین شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها را نمایان می‌کند (Creswell, 2005). این نوع

کدگذاری در حقیقت ارتباطی مقوله به زیرمقوله‌ها و پیوند دادن مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها در سطح ابعاد و ویژگی‌ها به یکدیگر است و به علت تحقق یافتن حول یک مقوله، محوری نامیده شده است (Strauss & Corbin, 1990; Li, 2001).

(جدول موردنظر در ادامه آورده شده است.)

کدگذاری انتخابی: کدگذاری انتخابی مرحله اصلی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است که محقق بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه نظریه می‌پردازد.

کدگذاری انتخابی فرایند یک پارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها برای شکل‌گیری نظریه است. گام‌های این نوع کدگذاری به شکل واضحی از یکدیگر مجزا نیستند و از طریق فرایندی تعاملی همراه با کدگذاری باز و محوری انجام می‌شود. خلاصه آن که رویه تحلیل داده‌ها که به خلق مدل نظریه منجر می‌شود شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهاست که پدیده اصلی یعنی «هتل‌داری سبز سودآور» را تشریح می‌کند.

کرسول (۲۰۰۷) برای نیل به اعتبار یا روایی پژوهش کیفی هشت راهبرد پیشنهاد می‌دهد. البته در انتها تذکر می‌دهد که رعایت دست‌کم دو راهبرد در هر پژوهش کیفی می‌تواند برای پژوهش اعتباری قابل قبول ایجاد کند. هشت راهبرد عبارت‌اند از:

1. Triangulation
2. Negative Case Analysis
3. Thick description



پژوهشگر و جلب اعتماد مشارکت‌کنندگان و کنترل بدفهمی‌های ناشی از مداخله پژوهشگر موجب افزایش روایی شد که این امر خود شش ماه طول کشید.

در این پژوهش، برای آزمون پایایی از «ممیزی پژوهش» استفاده شد. پژوهشگر باید به ممیز نشان دهد که داده‌ها را چگونه گردآوری کرده است و چگونه طبقه‌ها از آن‌ها مشتق شده‌اند (دانایی فرد و اسلامی، ۱۳۹۰). در این پژوهش، روش‌های آزمون پایایی شامل هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها، ایجاد فرایندهای ساختارمند برای اجرا و تفسیر مصاحبه‌های هم‌گرا و نیز استفاده از افراد متخصص بوده است. در جدول ۲ نمونه‌ای از جدول کدگذاری باز نشان داده شده و به علت طولانی بودن این جدول از ارائه کامل آن اجتناب شده است.

خواسته شد که نظر خود را درباره فرایند تدوین و مدل نهایی ارائه دهند. بیشتر آن‌ها مدل را تأیید کردند و برخی نظریات اصلاحی داشتند که در فرایندی رفت و برگشتی، اصلاحات اعمال و نظر نهایی آن‌ها دریافت شد. همچنین طی فرایند پژوهش با خبرگان روش پژوهش ارتباط برقرار بود و تأییدیه اجرای مراحل فرایند دریافت شد. در پژوهش کیفی، پژوهشگر رکن اصلی پژوهش تلقی می‌شود. با توجه به شیوه گردآوری داده‌ها در این پژوهش، که از طریق مصاحبه انجام شد، برای هر مرحله از گردآوری و تحلیل داده‌ها و طبقه‌بندی‌های مشتق شده به سایر پژوهشگران متخصص و استادان مراجعه شد و آرای آن‌ها در خلال پژوهش به دست آمد و اصلاحات لازم پیرامون الگوی نهایی هتل‌داری سبز سودآور اعمال شد. به علاوه ارتباط طولانی مدت

جدول ۲: کدگذاری باز

مفاهیم اولیه	مصاحبه‌ها
تحقق ایدئولوژی سبز (C11) و باور عمومی (C13) به ارزش‌های سبز (C12)، آگاهی زیست‌محیطی (C21)، افزایش حساسیت (C22) درک عمیق از اهمیت محیط‌زیست (C23)، اختصاص بودجه دولتی (C121)، ترغیب و تشویق مالی هتل‌داران (C122)، اعطالی تسهیلات کم‌بهره (C131)، تسهیل در اخذ وام (C132)، حمایت مادی و فنی دولت از هتل‌های سبز (C133)، برچسب سبز (C141) و ارائه گواهی سبز به هتل (C142)، ترغیب برای داشتن امتیاز در کسب برچسب سبز (C143).	گرایش باورهای عمومی جامعه به ارزش‌های سبز و بهادادن و علاقه‌مندی جامعه به حفظ محیط‌زیست؛ یا به عبارتی، ایدئولوژی سبز می‌تواند نقش مهمی داشته باشد (C1). افزایش هر چه بیشتر حساسیت‌های جامعه و تأکید بر گسترش دانش و آگاهی‌های عمومی در خصوص جنبه‌های زیست‌محیطی بر سوق‌دادن افکار عمومی برای حفظ محیط‌زیست بسیار مهم است (C2). با اختصاص دادن بودجه دولتی برای تشویق و ترغیب هتل‌داران این شهر به اجرای شیوه‌های زیست‌محیطی، ممکن است نتایج مطلوبی به دست آید (C12). به نظرم دولت باید وام‌های کم‌بهره یا بلاعوض را با حداقل چرخه اداری وام‌دهی برای اجرای شیوه‌های مدیریت زیست‌محیطی به هتل‌داران اعطا نماید تا بتوانند تجهیزات جدید با کمترین هدررفت انرژی را جایگزین تجهیزات قدیمی کنند (C13). (تأمین مالی سبز) تدوین دستورالعمل شفاف و بدون ابهام در صدور برچسب یا ارائه گواهی سبز به هتل‌ها و ترغیب هتل‌ها به دریافت آن و همچنین ترغیب گردشگران به استفاده از هتل‌هایی با برچسب سبز اهمیت بسزایی دارد (C14).

جدول ۳: کدگذاری محوری

کدهای ثانویه	مفاهیم	طبقه‌های فرعی
تحقق‌ایدئولوژی سبز و باور عمومی به ارزش‌های سبز، آگاهی زیست‌محیطی، افزایش حساسیت درک عمیق از اهمیت محیط‌زیست، تقویت ارتباطی جامعه انسانی با طبیعت، توسعه مهارت‌های ارتباط با محیطی، درک مهارت‌های شناخت منابع زیست‌محیطی، فهم وابستگی بین اجزای فیزیکی و بیولوژیکی محیط‌زیست، حساسیت افکار عمومی.	تفکر/ باورهای زیست‌محیطی سبز	عوامل فرهنگی- اجتماعی
توجه و دانش عمومی درباره جنبه‌های زیست‌محیطی، درک اثرات رفتارها بر محیط‌زیست، تأثیر پافشاری ذی‌نفعان اجتماعی، نقش دولت در آگاه‌سازی سازمان‌ها به مسائل زیست‌محیطی، سطح آموزش همگانی، اهمیت تأکید عمومی بر رفاه بلندمدت انسانی، و برقراری عدالت اجتماعی میان نسل‌ها، شبکه‌های اجتماعی،	دانش / آگاهی عمومی سبز	
حساس کردن افکار عمومی، تقویت روابط اجتماعی هتل با جامعه، تأکید بر اهمیت سبز محور بودن هتل، فشارهای اجتماعی، اهمیت سازگاری هتل‌ها با محیط‌زیست، تعهدات برای جلوگیری از آلودگی، به اشتراک گذاشتن اطلاعات زیست‌محیطی هتل، همکاری و همفکری در حل مشکلات و بهبود وضعیت هتل مبتنی بر دانش سازمان‌های طرفدار محیط‌زیست، پایبندی به اصول اخلاقی و احساس مسئولیت اجتماعی و رعایت الزامات زیست‌محیطی، کاهش تأثیرات زیست‌محیطی فعالیت‌های هتل.	مسئولیت اجتماعی سبز	
برچسب سبز و ارائه گواهی سبز به هتل، ترغیب به امتیاز داشتن برای برچسب سبز، مشارکت مدیریت گردشگری، و اتحادیه هتل‌داران.	نمادهای سبز	
بخشودگی مالیاتی، مقررات تشویقی، تخفیف مالیاتی، تسریع در رسیدگی به صورت حساب‌ها، تقسیط مالیات.	مالیات سبز	قوانین سبز
قوانین مربوط به ساخت و ساز، قوانین حمایت از فعالیت ساختمانی سبز، قوانین بازسازی هتل سبز.	حمایت قانونی	
اختصاص بودجه دولتی، ترغیب و تشویق مالی هتل‌داران، اعطای تسهیلات کم‌بهره، تسهیل در اخذ وام، حمایت مادی و فنی دولت از هتل‌های سبز.	بودجه‌بندی سبز	تأمین مالی سبز
فناوری کاهش مصرف آب، شیر آب کم‌مصرف، تصفیه آب و استفاده مجدد از آب، لوله‌کشی متناسب، گیاهان کم‌مصرف، پوشش گیاهی مناسب و کم‌مصرف، جداسازی گیاهان با مصارف متفاوت، طراحی نظام آبیاری بهینه، بازرسی مستمر شبکه آبی، تعمیر مداوم نشتی آب، نوسازی شبکه آبی هتل، بهره‌گیری از فناوری زیست‌محیطی در آشپزی، کاهش مصرف آب، ظرف‌شویی صرفه‌جو، فلاش تانک صرفه‌جو، جمع‌آوری آب باران، خاک‌کاستری.	بهره‌وری سبز (مدیریت) در مصرف آب	عوامل سخت‌سازمانی
بهره‌وری سبز در مصرف انرژی شامل نظام سرمایش گرمایش کم‌مصرف، نظام خورشیدی، عایق‌کاری، مصالح ساختمانی سبز، لامپ‌های فلورسنت، تعادل حرارتی، آسایش حرارتی، تعیین قهرمان انرژی.	بهره‌وری سبز در مصرف انرژی	
کاهش تولید زباله و فاضلاب، استفاده از محصولات قابل بازیافت، مکانیزم تفکیک زباله از مبدأ، کود گیاهی ارگانیک، کاهش استفاده ظروف یک‌بار مصرف، نگرش صفر کردن زباله، سردخانه زباله، محل نگهداری موقت، بسته‌بندی زباله‌سازگار با محیط‌زیست، آموزش برای آگاهی یافتن در برابر زباله‌ها، کمپوست، بانک مواد غذایی، تسهیم دانش بازیافت، محل مناسب دفن زباله، تفاهم با شهرداری، برنامه‌ریزی بازیافت.	مدیریت پسماند	



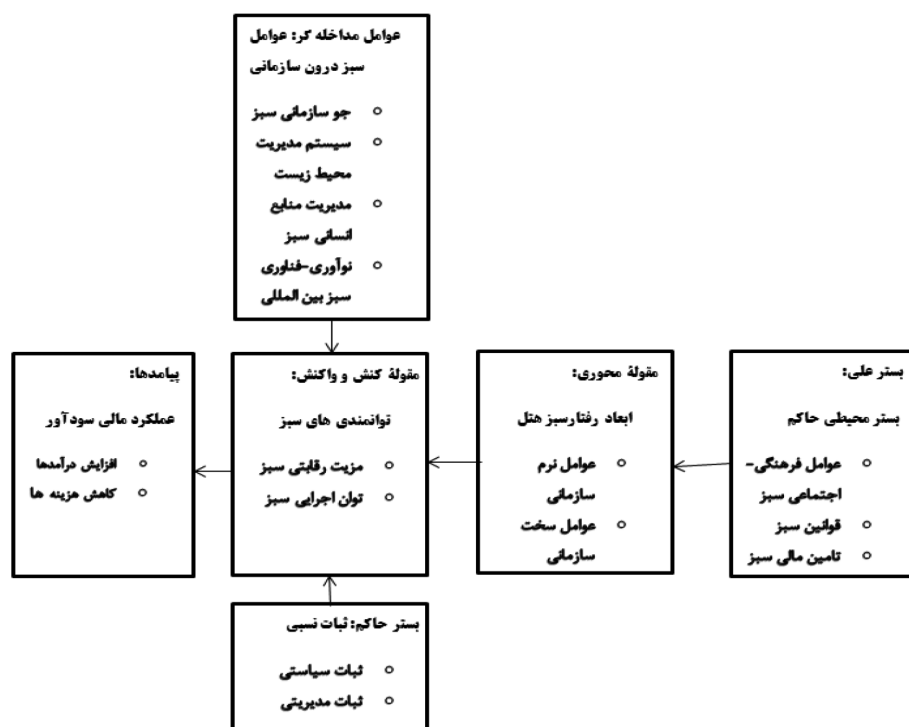
کدهای ثانویه	مفاهیم	طبقه های فرعی
عوامل نرم سازمانی	پرورش کارکنان سبز	آموزش و آگاه‌سازی کارکنان، کارکنان سبز مسئول، ایده‌پردازان سبز، قهرمانان ایده‌پرداز و اجرای سبز هتل، طراحی پوسترهای آموزشی سبز، ایجاد محیط کاری سبز، پاسخ‌گویان سبز.
	سیاست‌های سازمانی سبز	برنامه‌های سبز، دغدغه‌های زیست‌محیطی در برنامه‌ها، جایگاه هتل سبز بودن یا تصویر آتی سبز، تدوین اهداف سنجش پذیر سبز، سنجش تأثیرهای بالقوه زیست‌محیطی برنامه‌ها، بازنگری در برنامه‌ها و فعالیت با رویکرد زیست‌محیطی.
	زنجیره تأمین سبز	سیاست انتخاب عرضه‌کنندگان سبز، محصولات سبز، مواد اولیه سبز، اولویت‌دادن به معیارهای سبز عرضه‌کنندگان.
	تبلیغات سبز	اعلان عمومی فعالیت‌های سبز، انتشار فعالیت‌های سبز، برگزاری مراسم، کنفرانس و گردهم‌آیی، آشنا کردن گردهم‌آیی علاقه‌مندان سبز، کمپین سبز.
مزیت رقابتی سبز	کسب برند سبز	بهبود تصویر سازمانی، حمایت ذی‌نفعان سبز، ظهور مشتری سبز، ظهور برند هتل سبز، تقویت برند سبز هتل، جایگاه ذهنی.
	کسب وفاداری سبز	احتمال بازگشت مسافر سبز، پرداخت بیشتر مسافر سبز، رضایت مسافران سبز، توصیه به دیگر مسافران.
	کسب سهم بازار سبز	تبلیغات دهان‌به‌دهان سبز، تبلیغ رایگان، پیشی گرفتن از رقبای افزایش تعداد مسافران سبز.
توان اجرایی سبز	توان دستیابی به اهداف سبز	تحقق اهداف و برنامه‌های سبز، توان گردشگری سبز اقتصادمحور، منافع اجتماعی، منافع زیستی، رفع دغدغه زیست‌محیطی با صرفه اقتصادی، توان تبدیل برنامه‌ها به اقدامات عملی، توان حفظ تمرکز در تلاش‌ها، توان زمان‌بندی، بودجه‌بندی و نظارت بر پیشرفت کار.
	کسب شایستگی‌های سبز	برچسب‌های سبز، جوایز سبز، شایستگی‌های زیست‌محیطی، نشان‌های تجاری، دستیابی به مهارت‌های سبز محور، قابلیت‌های سبز، تجربیات در عمل، شایستگی‌های زیست‌محیطی هتل، مشارکت‌پذیری زیست‌محیطی.
	یک پارچگی و انسجام (سازمانی و اجتماعی) در اجرای استراتژی	ایجاد و حفظ هماهنگی میان فعالیت‌ها، انسجام در اطلاعات و هماهنگی فرایندها، اتخاذ تصمیمات منسجم در حین عمل، توان تنظیم اهداف سازگار، ایجاد و حفظ اعتماد به اجرای استراتژی سبز و نتایج آن، ایجاد و حفظ احساس مالکیت در مقابل فعالیت‌های سبز، پذیرش و همراهی در تعدیلات و تغییرات استراتژی سبز.
عوامل درون سازمانی	جو سازمانی سبز	فراگیری نگرش سبز، کاهش چالش ادراکی مدیران، دستیابی به دانش سبز، انتقال دانش سبز، رفع مقاومت سازمانی، باورهای سبز، ایدئولوژی سبز، رفتار سبز مدیریتی.
	نظام مدیریت محیط زیست	حمایت مدیریتی، باور مدیر ارشد، حمایت مالی، تأمین بودجه لازم، ارزش‌گذاری بر میزان انجام‌دادن کارها، اهمیت پیشرفت در برنامه‌ها، اجتناب از سیاسی کاری و یان‌دبازی، استقرار فرایندهای کاری سبز (بدون کاغذ).
	مدیریت منابع انسانی سبز	پاداش سبز، شایسته‌سالاری سبز، ارتقا سبز محور، اهمیت دادن به نظر افراد، اهمیت دادن به رضایت فرد از شرایط کاری جدید، کسب نظر در برنامه کاری جدید شرایط توسعه مهارت سبز نیروی انسانی، اهمیت متوازن بر منافع سازمانی و فردی در هتل سبز.
	نوآوری-فناوری سبز بین‌المللی	برقراری ارتباط با نهادهای بین‌المللی، تبادل بین‌المللی اطلاعات سبز، پیگیری پیشرفت‌ها در حفظ محیط زیست، نوع‌آوری‌های هتل‌های بین‌المللی، فناوری‌های سبز نهادهای بین‌المللی.



کدهای ثانویه	مفاهیم	طبقه‌های فرعی
کاهش دیوان‌سالاری (بروکراسی) اداری وقت‌گیر بودن و هزینه‌آخذ و تمديد برچسب‌های سبز تغییرات مثبت سیاست‌های سبز تغییرات کارشناسی شده پیوستگی سیاست‌ها، سیاست‌های سبز قابل اجرا.	ثبات سیاست‌ها	بستر حاکم: برقراری ثبات نسبی
	تغییرات مدیریتی جریان حاکم، پرورش مدیران دانشگاهی سبز، آموزش‌های دانشگاهی سبز محور قرار گرفتن مدیران سبز بر مدار تصمیم‌گیری.	
کاهش هزینه‌های جاری، صرفه‌جویی‌های جاری، صرفه‌جویی در منابع مصرفی، کاهش قیمت تمام‌شده در هتل، صرفه‌جویی در انرژی، افزایش دریافتی از مسافران، درآمد ناشی از فعالیت‌های سبز، افزایش گردش پول.	کاهش هزینه افزایش درآمد	عملکرد مالی سودآور

جدول ۴: شکل‌دهی طبقات اصلی

طبقه‌های اصلی	طبقه‌های فرعی
بستر محیط حاکم	<ul style="list-style-type: none"> تفکر/ باورهای زیست‌محیطی سبز دانش / آگاهی عمومی سبز مسئولیت اجتماعی سبز مالیات سبز بودجه‌بندی سبز
ابعاد رفتار سبز هتل	<ul style="list-style-type: none"> بهره‌وری سبز (مدیریت) در مصرف آب بهره‌وری سبز مصرف انرژی مدیریت پسماند پرورش کارکنان سبز سیاست‌های سازمانی سبز زنجیره تأمین سبز تبلیغات سبز
توانمندی‌های سبز	<ul style="list-style-type: none"> کسب برند سبز کسب وفاداری مشتریان سبز کسب سهم بازار سبز توان دستیابی به اهداف سبز کسب شایستگی‌های سبز یک‌پارچگی و انسجام (سازمانی و اجتماعی) در اجرای استراتژی
عوامل سبز درون‌سازمانی	<ul style="list-style-type: none"> جو سازمانی سبز نظام مدیریت محیط‌زیست مدیریت منابع انسانی سبز نوآوری-فناوری سبز بین‌المللی
برقراری ثبات نسبی	<ul style="list-style-type: none"> ثبات سیاست‌ها ثبات مدیریتی
پیامدهای مالی سبز: سودآوری	<ul style="list-style-type: none"> افزایش درآمد کاهش هزینه



نمودار ۱: مدل فرایندی هتل‌داری سبز سودآور (یافته‌های پژوهش)

تحلیل و تفسیر یافته‌ها

شرایط علی (بستر محیطی حاکم): شرایط علی باعث به‌وجود آمدن و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند. از میان طبقه‌های تولید شده، طبقه بستر محیطی حاکم به همراه ویژگی‌های آن یعنی عوامل فرهنگی-اجتماعی سبز، قوانین سبز و تأمین مالی سبز به‌منزله شرایط علی در نظر گرفته شدند. از میان طبقه‌های استخراج شده، بستر محیطی حاکم، به‌منزله کلید اصلی رفتار سبز هتل مطرح شد. عوامل فرهنگی-اجتماعی سبز، بازتابی از ارزش‌های اجتماعی و در واقع تشریح‌کننده خوب یا بد بودن آن از نظر جامعه مورد نظر است. ارزش‌های اجتماعی در واقع انتظارات رفتاری را برای کسب مشروعیت اجتماعی هتل‌ها شکل می‌دهد. جوامع انسانی بر اساس اعتقادات، نگرش‌ها و ارزش‌ها، قوانین و مقررات اجرایی‌ای که دارند از هم متفاوت می‌شوند. نمودار ارزش‌ها و اعتقادات و قوانین حاکم بر جوامع در رفتار سازمان‌های فعال در آن جامعه ظاهر می‌شود. براین اساس، تفکر/باورهای زیست‌محیطی سبز، دانش/آگاهی عمومی سبز، مسئولیت اجتماعی سبز، مالیات سبز و بودجه‌بندی سبز مسیر رفتاری سازمان‌ها را به‌منزله ابزارهای کنترل‌کننده مشخص می‌کند.

مسئله استخراج شده: مؤلفه‌های تفکرات/باورهای زیست‌محیطی سبز، دانش/آگاهی عمومی سبز، مسئولیت اجتماعی سبز، مالیات سبز و بودجه‌بندی سبز، در جایگاه شرایط علی زمینه بروز رفتارهای سبز هتل خواهد شد.

طبقه محوری (ابعاد رفتار سبز هتل): این مقوله همان برچسب مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به‌وجود آمده در نظر گرفته می‌شود. در مدل الگوی به‌دست آمده، شناخت مقوله محوری، مقوله‌ای که سایر مفاهیم با آن مرتبط‌اند و در مرکزیت مدل قرار دارد، از اهمیت بسیاری برخوردار است. پس از بازنگری چندین باره مقوله‌های به‌دست آمده، به نظر می‌رسد آنچه در کانون مدل هتل‌داری سبز سودآور وجود دارد ابعاد رفتار سبز هتل است. با توجه به تحلیل‌های صورت‌گرفته پژوهشگر، ابعاد رفتاری سبز به‌منزله طبقه محوری تعیین شد. با توجه به پدیده اصلی، ابعاد رفتاری سبز نتیجه شرایط علی محسوب می‌شود. طبقه محوری در پژوهش حاضر شامل عوامل نرم و عوامل سخت سازمانی است. وجود نیروی انسانی آگاه در مدیریت هتل‌داری امری ضروری است. از این رو، آموزش کارکنان در چگونگی اجرایی شدن مدیریت سبز می‌تواند در فرایند توسعه در صنعت گردشگری اهمیت بسزایی داشته باشد. زمانی



هم منسجم شوند و بتوانند سیاست‌های منسجمی داشته باشند؛ از طرف دیگر، وقتی مجموعه تصمیمات و برنامه‌ها و سیاست‌ها با هم متعارض باشند روند انجام فعالیت‌های هتل‌ها دچار اختلال می‌شود؛ لذا سردرگمی و ابهام را به همراه خواهد داشت.

مسئله استخراج‌شده: ثبات نسبی بستر و زمینه حاکم را برای توانمندی‌های سبز فراهم می‌کند.

شرایط مداخله‌گر (عوامل سبز درون‌سازمانی): شرایطی عام‌اند که مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می‌دهند و کنش‌ها و تعاملات از آن‌ها متأثر می‌شوند. جوّ سازمانی سبز، نظام مدیریت محیط‌زیست، مدیریت منابع انسانی سبز و نوآوری-فناوری سبز بین‌المللی از مؤلفه‌های آن به‌شمار می‌آید. آنچه از یادداشت‌ها برمی‌آید این است که افراد مصاحبه‌شونده تأکید داشتند که ارزشمند بودن حفظ محیط‌زیست و نگهداری از منابع طبیعی در هتل اهمیت زیادی دارد. افراد فعالیت‌های صرفاً تأمین‌کننده منافع فردی و به‌خصوص آسیب‌رسان به محیط‌زیست و ائتلاف منابع، هرچند منابع ارزان، را در سازمان قبیح می‌دانند و نظام جذب، حفظ، ارتقا و حتی پاداش دهی و شایسته‌سالاری مبتنی بر حفظ منابع و آسیب‌نرساندن به محیط‌زیست است.

مسئله استخراج‌شده: عوامل درون‌سازمانی از قبیل جوّ سازمانی سبز، نظام مدیریت محیط‌زیست، مدیریت منابع انسانی سبز، نوآوری-فناوری سبز بین‌المللی، توانمندی سبز را تسهیل یا تعدیل می‌بخشد.

پیامدها (عملکرد مالی سودآور): برخی از طبقه‌ها نتایج و پیامدهایی را بیان می‌کنند که بر اثر اتخاذ راهبردها به‌وجود می‌آیند. در این پژوهش عملکرد مالی سودآور نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجادشده (تأثیرپذیری از طبقه محوری، بستر حاکم، و شرایط مداخله‌گر) است که شامل کاهش هزینه و افزایش درآمد است. افراد مصاحبه‌شونده نکاتی را در این خصوص بیان کرده‌اند که در اینجا به آن‌ها اشاره می‌شود. آن‌ها معتقد بودند که پذیرش درونی و اعتقاد واقعی به اجرای راهکارهای سبز در کوتاه‌مدت هزینه‌هایی بر هتل تحمیل می‌کند، اما در بلندمدت کاهش هزینه‌ها را در پی خواهد داشت. علاوه بر این، هتل‌ها با کسب شهرت و اعتبار نزد آن بخش از بازار (مسافران) که حاضرند حتی در قبال پرداخت بیشتر از خدمات هتل سبز استفاده کنند مزیت رقابتی کسب خواهند کرد و در پی آن در هتل‌ها افزایش سهم بازار و درآمد بیشتری مشاهده خواهد شد.

که یک فرد از پیامدهای مضر فعالیت زیست‌محیطی آگاه باشد، رفتار مناسب‌تری خواهد داشت و این خود، انگیزه‌ای برای رفع مشکلات زیست‌محیطی خواهد بود. بنابراین چنین اقداماتی از سوی مدیریت سازمانی به آگاهی، دانش، نگرش، تعهدات و مهارت‌های کارکنان در برابر محیط‌زیست و مسائل مربوط به آن منجر خواهد شد و با کاهش هزینه‌ها، به علت استفاده بهینه از انرژی و آب، کسب درآمد بالاتری در پی خواهد داشت. از اساسی‌ترین بخش‌های اجرای هتل‌داری سبز استفاده از زیرساخت‌های ساختمانی لازم است که شامل مصرف بهینه برق، انرژی، آب و مدیریت پسماند است.

مسئله استخراج‌شده: ابعاد رفتار سبز، مقوله محوری پژوهش است و ایجاد توانمندی سبز راهبرد کنشی برای عملکرد مالی است.

کنش‌ها و تعاملات (توانمندی‌های سبز): کنش‌ها و تعاملات رفتارها و فعالیت‌ها و تعاملات هدف‌داری را بیان می‌کنند که در پی طبقه محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و بستر حاکم ظهور می‌کند. با حضور طبقه محوری، مداخله‌گر و بستر حاکم زمینه برای گسترش توانمندی‌های سبز فراهم می‌شود. به این طبقه «راهبر» نیز گفته می‌شود که در پژوهش حاضر عبارت‌اند از مزیت رقابتی سبز و توان اجرایی سبز. امروزه هتل‌ها با کسب مشروعیت در چارچوب انجام‌دادن اقدامات اساسی در پی بازاریابی و مزایای پاسخ‌گویی به تقاضاهای سبز جامعه‌اند.

مسئله استخراج‌شده: توانمندی‌های سبز مقوله کنشی انتخاب شده‌اند که در کنار عوامل درون‌سازمانی و ثبات نسبی به عملکرد مالی سودآور هتل‌ها منجر می‌شوند.

بستر حاکم (ثبات نسبی): به شرایط خاصی که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارد «بستر» گفته می‌شود. این بستر را مجموعه‌ای از مفاهیم و طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهد که عبارت‌اند از ثبات نسبی مدیریت، و ثبات در سیاست‌ها. ثبات نسبی شرایطی است که بر کنش و تعاملات تأثیر می‌گذارد و تمیز آن‌ها از شرایط علی کمی دشوار می‌نماید. نکات بیان‌شده در مصاحبه تأکیدی بر اهمیت تأثیرگذاری این عوامل است: تغییر زودبده زود تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران عرصه محیط‌زیست در انجام‌رساندن وظایف و روند فعالیت‌های هتل‌ها اختلال ایجاد می‌کند. هر گروه مدیریتی علاوه بر داشتن دیدگاه‌ها و راهکارهای متفاوت، با آمدن خود ترکیبی جدید درست می‌کند و زمان لازم است تا مجدداً افراد با



بحث و نتیجه گیری

در بسیاری از پژوهش‌ها به ارتباط بین موضوعات زیست‌محیطی و عملکرد مالی پرداخته شده است و بسیاری از مطالعات رابطه مثبتی را بین پذیرش ابتکارات محیطی سبز از سوی سازمان‌ها و عملکرد مالی نشان می‌دهند.

در باره بررسی رابطه مدیریت محیط زیست و عملکرد مالی واحدهای انتفاعی هیچ توافق جامعی میان پژوهشگران در خارج از کشور وجود ندارد (Cohen et al., 1997; King & Lenox, 2001; Earnhart & Lizal, 2007; Zeng et al., 2011; Pereira-Moliner et al., 2015). در اینجا به مقایسه رهیافت‌ها و مسائل استخراج‌شده این پژوهش با پژوهش‌های مشابه صورت‌گرفته پیرامون این رهیافت‌ها می‌پردازیم:

یافته‌های این پژوهش پیرامون مقوله علی، در قالب بستر محیطی حاکم، که موجب ابعاد رفتاری سبز هتل می‌شود، با یافته‌های پژوهشی سارکیس و همکاران (۲۰۱۰) مطابقت دارد. رهیافت بعدی ابعاد رفتار سبز به منزله مقوله محوری پژوهش است که باعث ایجاد توانمندی سبز (به منزله راهبرد کنشی برای عملکرد مالی) می‌شود. یافته‌های این بخش از پژوهش کاملاً با پژوهش دلماس و همکاران (۲۰۱۳) همسو است و از لحاظ توجه به عوامل سخت‌سازمانی با پژوهش فونت و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت دارد، اما از لحاظ توجه به عوامل نرم‌سازمانی تطابق ندارد. همچنین این نتایج با یافته‌های پژوهشی قره‌نژاد (۱۳۸۶)، صالحی و پازوکی‌نژاد (۱۳۹۲) و مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) از لحاظ توجه به عوامل نرم‌سازمانی همسو، ولی از لحاظ توجه به عوامل سخت‌سازمانی غیر همسو است. قضیه بعدی که استخراج شد توانمندی‌های سبز بود که به عنوان مقوله کنشی انتخاب شده و در کنار عوامل درون‌سازمانی و ثبات نسبی سبب عملکرد مالی سودآور هتل‌ها می‌شوند. یافته‌های کیفی این بخش از پژوهش با یافته‌های پژوهشی فونت و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت دارد. در زمینه پیامد نهایی، نتایج این پژوهش با یافته‌های وانگ و همکاران (۲۰۱۹)، الموالی و همکاران (۲۰۱۸) و فنگ و وانگ (۲۰۱۶) همسو بوده است. نتایج کلی به دست آمده از این پژوهش با یافته‌های پژوهشی الموالی و همکاران (۲۰۱۸) از لحاظ تأثیر استراتژی محیط‌زیست بر عملکرد مالی، میروشنی چنکو (۲۰۱۷) از نظر تأثیر اقدامات سبز بر عملکرد مالی، و فنگ و وانگ (۲۰۱۶) از حیث تأثیر نظام‌های مدیریت محیط‌زیست بر عملکرد مالی مطابقت دارد.

در باره فرایند خلق نظریه این پژوهش، طبق ساختار نظام‌مند استراوس و کوربین، می‌توان جمع‌بندی کرد که طبق آرای خبرگان، مقوله علی در قالب بستر محیطی حاکم با تمرکز بر تفکر/باورهای زیست‌محیطی سبز، دانش/آگاهی عمومی سبز، مسئولیت اجتماعی سبز، مالیات سبز و بودجه‌بندی سبز علت رفتارهای سبز هتل‌ها در نظر گرفته شده است که خود موجب ابعاد رفتاری سبز هتل می‌شود و ابعاد رفتار سبز، به منزله مقوله محوری، شامل بعد رفتار سخت و بعد رفتار نرم هتل است. طبق تحلیل‌های به دست آمده از آرای خبرگان، ابعاد رفتاری مذکور کنش و واکنش را با عنوان توانمندی سبز ایجاد می‌کند. این توانمندی نیز به نوبه خود تحت تأثیر عوامل درون‌سازمانی همچون جو سازمانی سبز، نظام مدیریت محیط‌زیست، مدیریت منابع انسانی سبز، نوآوری-فناوری سبز بین‌المللی و همچنین بستر حاکم به نام ثبات نسبی قرار دارد که در نهایت سبب عملکرد مالی سودآور می‌شود.

با توجه به مدل ارائه شده و متغیرهای آن، نظریه داده‌بنیاد خلق شده با عنوان هتل داری سبز سودآور در این پژوهش به این شرح بیان می‌شود: بستر رفتاری حاکم همچون تأمین مالی سبز، قوانین سبز، عوامل فرهنگی-اجتماعی به ابعاد رفتاری منوط به سبز بودن منجر می‌شود که به نوبه توانمندی سبز هتل را ایجاد و تقویت می‌کند و این توان، خود متأثر از عوامل سازمانی و بستر حاکم در هتل است و به کاهش هزینه و افزایش درآمد در لوای عملکرد مالی سودآور می‌انجامد.

در پایان، پیشنهادها مبتنی بر این پژوهش و نیز پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده به شرح زیر بیان می‌شود:

حفاظت از محیط‌زیست و توجه به معیارهای هتل داری سبز نیازمند همکاری متقابل سازمان‌های گوناگون است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود قانونگذاران محیط‌زیست و نهادهای مرتبط از نتایج این پژوهش و مدل نهایی ارائه شده برای قانونگذاری بهره‌گیرند. با توجه به موضوع جهانی شدن شهر یزد، این شهر تاریخی مقصد گردشگران بسیاری از اقصی نقاط جهان خواهد شد، از این رو پیشنهاد می‌شود هتل‌داران از نتایج این پژوهش برای سودآوری بیشتر استفاده کنند.

پیشنهاد می‌شود این پژوهش در صنعت هتل داری کشور مدل سازی شود تا با مقایسه نتایج بتوان مدل هتل داری سبز سودآور را در هتل‌های بیشتری اجرا کرد.



کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال دوم، شماره ۲، پیاپی ۴، ص ۹۷-۱۰۶.

مهدی‌زاده، حسین، امید، نوریه، عزیزی، مریم و اسلام‌پناه، مریم (۱۳۹۲). «پادکست و تأثیر آن بر آگاهی‌های زیست‌محیطی دانش‌آموزان دوره راهنمایی». فصل‌نامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، دوره ۴، شماره ۲، پیاپی ۱۴، ص ۵-۲۰.

وثوقی، لیللا و شمسی‌ماربینی، نرگس (۱۳۹۴). «ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز». فصل‌نامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳۲، ص ۶۷-۸۷.

Abdullah, A. S. (2018). "Social and Environmental Accounting Effect on Companies' Profit". *Account and Financial Management Journal*, 3, 1621-1633.

Al-Mawali, H., Al-Sharif, A., Rumman, G. A., & Kerzan, F. (2018). "Environmental Strategy, Environmental Management Accounting and Organizational performance: evidence from the United Arab Emirates Market". *Journal of Environmental Accounting and Management*, 6(2), 109-118.

Astawa, I. P., Yasa, I. M. S., & Parnata, I. K. (2017). "A new model in achieving Green Accounting at hotels in Bali". In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 953, No. 1, p. 012056). IOP Publishing.

Babbie, E. (2002). *The Basics of Social Research*. 2nd ed. Belmont, Calif, London: Wadsworth/Thomson Learning.

Cohen, M. A., Fenn, S. A., & Konar, S. (1997). *Environmental and financial performance: Are they related?*. Washington, DC: Investor Responsibility Research Center, Environmental Information Service.

Creswell, J. W. (2005). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage, p. 201-220.

پیشنهاد می‌شود تأثیر متغیرهایی نظیر تأمین مالی سبز و ابعاد رفتارهای سبز در عملکرد مالی هتل‌ها در تحقیقی کمی بررسی شود.

با توجه به شکاف پژوهشی در زمینه هتل‌داری سبز، پیشنهاد می‌شود به موضوع هتل‌داری سبز در جایگاه موضوعی مهم در چشم‌انداز مطالعات گردشگری توجه بیشتری شود.

محدودیت‌ها

ممکن است نتایج این پژوهش، مانند نتایج سایر پژوهش‌های کیفی، قابلیت تعمیم نداشته باشد که این موضوع نوعی محدودیت برای این پژوهش محسوب می‌شود. نمونه آماری این پژوهش افراد زیادی را دربر نمی‌گیرد. شاید افراد منتخب نتوانسته باشند مفاهیم مدنظر پژوهش و مقوله‌های پژوهش را شکل دهند و این مسئله قابلیت تعمیم را کاهش می‌دهد. همچنین، در دسترس نبودن خبرگان و متخصصان، مانند سایر پژوهش‌هایی که از نظر خبرگان استفاده می‌شود، از دیگر محدودیت‌های این پژوهش بوده است.

منابع

ایل‌بیگی، الناز، ناظری، علی و کاظمی، سید محمد مهدی (۱۳۹۶). «نظام مدیریت زیست‌محیطی و عملکرد مالی سازمان؛ نقش میانجی‌گری مزیت رقابتی و تعدیل‌گر هزینه تعویض». فصل‌نامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت، سال هفتم، شماره ۳، ص ۶-۱۸.

دانایی‌فرد، حسن، اسلامی، آذر (۱۳۹۰). ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی: کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده‌بنیاد در عمل. جلد اول. انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

صالحی، صادق و پازوکی‌نژاد، زهرا (۱۳۹۲). «محیط‌زیست در آموزش عالی: ارزیابی دانش زیست‌محیطی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی مازندران». دوفصل‌نامه مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی، سال دوم، شماره ۴، ص ۱۹۹-۲۲۰.

عباس‌زاده، محمد و حسین‌پور، ابراهیم (۱۳۹۰). «کاربرد تثلیث در پژوهش‌های کیفی (با تأکید بر نظریه زمینه‌ای)». فصل‌نامه روش‌شناسی علوم انسانی، دوره ۱۷، شماره ۶۷، ص ۱۴۷-۱۶۶.

قره‌نژاد، حسن (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر توسعه گردشگری و مهمان‌پذیری. تهران: آران.

ملکیان، حمزه و نوری سنچولی، مرضیه (۱۳۹۶). «حسابداری سبز، ابزاری جامع و فراگیر در جریان اطلاعات مدیریت زنجیره تأمین سبز». مطالعات

- US". *Business Strategy & the Environment*, 26(6), 776–790.
- Miroshnichenko, M., Barontini, I. R., & Testa, F. (2017). "Green practices and financial performance: A global outlook". *Journal of Cleaner Production*, 147, 340–351.
- Montabon, F. Sroufe, R., & Narasimhan, R. (2007). "An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance". *Journal of Operations Management*, 25, p. 998–1014.
- Pereira–Moliner, J., Font, X., Tarí, J. J., Molina–Azorin, F. J., Lopez–Gamero, D.M., and Pertusa–Ortega, M. E. (2015). "The holy grail". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5), 714–738.
- Samad, S., Yusuf, M. S. Y., Yassien, A. H. M., & Ahmed, W. A. (2017). "Influence of formulation and implementation strategy on organizational performance: A case in Ministry of Health". *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 12(1), 37–44.
- Sarkis, J., Gonzalez–Torre, P., & Adenso–Diaz, B. (2010). "Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training". *Journal of Operations Management*, 28(2), 163–176.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, J. (2008). *Basic of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. 2nd ed. Thousand Oaks, Sage.
- Tugores, M. (2015). "The impact of innovation on firms' performance: an analysis of the hotel sector in Majorca", *Tourism Economics*, 21(1), 121–140.
- Vejzagic, V., Brown, J. B., & Schmidt, P. (2018). "Accounting for Sustainability: Environmental Indicators from Croatian Hotels". *International Journal of Business Management and Commerce*, 3(4), 24–34.
- Delmas, A. M., & Pekovic, S. (2013). "Environmental standards and labor productivity: Understanding the mechanisms that sustain sustainability". *Journal of Organizational Behavior*, 34, 230–252.
- Earnhart, D., & Lizal, L. (2007). "Effect of pollution control on corporate financial performance in a transition economy". *European Environment*, 17, 247–266.
- Feng, T., & Wang, D. (2016). "The Influence of Environmental Management Systems on Financial Performance: A Moderated–Mediation Analysis". *Journal of Business Ethics*, 135, 265–278.
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016). "Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas". *J. Clean. Prod.*, 137, 1439–1448.
- Gavrilovi, Z., & Maksimovi, M. (2018). "Green Innovations in the Tourism Sector". *Strategic Management*, 23(1), 036–042.
- Gunarathne, N. (2013). "The Use of Accounting in Supporting Sustainable Tourism: The Case of the Sri Lankan hotels". *Session VI–Sustainable Tourism*, 127–140.
- Jung Chou, C. (2014). "Hotels' environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interactions and outcomes". *Tourism Management*, 40, 436–446.
- King, A., & Lenox, M. J. (2001). "Does it really pay to be green? An empirical study of firm environmental and financial performance". *Journal of Industrial Ecology*, 5(1), 105–116.
- Klingenberg, B., & Geurts, T. G. (2009). "A theoretical framework for financial performance measurement of operations management strategies". *Proceedings of the Northeast Decision Sciences Institute, Smithfield, RI, April*, p.1–3.
- Lee, J. (2001). *A Grounded Theory: Integration and Internalization in ERP Adoption and Use*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Nebreska, In Proquest UMI Database.
- Li, S., Ngiatedema, T., & Chen, F. (2017). "Understanding the impact of green initiatives and green performance on financial performance in the



Zeng, S. X., Meng, X. H., Zeng, R. C., Tam, C. M., Tam, V. W. Y., & Jin, T. (2011). "How environmental management driving forces affect environmental and economic performance of SMEs: A study in the Northern China district". *Journal of Cleaner Production*, 19(13), 1426–1437.

Wang, Z. C., Cao, J. J., Hu, H., & Yu, P. (2019). "The influence of environmental background on tourists' environmentally responsible behavior". *Journal of Environmental Management*, 231, 804–810.