

Evaluation of the Organizational Social Responsibility of Destination Management in Achieving Sustainable Rural Tourism Development (Case Study: Tourist Villages of Ramian County)

Hamdollah Sojasi Qeidari^{1✉}

1-Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

Article Info	Abstract
Article type: Research Paper Keywords: Tourism Management, Destination Organization Management, Social Responsibility, Rural Tourism, Sustainable Tourism. Received: 2025/08/30 Received in revised form: 2025/10/25 Accepted: 2025/11/15 pp.67 -88	The present study aimed to evaluate the role of the organizational social responsibility of Destination Management Organizations (DMOs) in promoting sustainable rural tourism development in Ramian County, Iran. This applied study adopted a quantitative research design using a descriptive-analytical approach. The statistical population comprised members of destination management organizations, including village councils, Islamic councils, non-governmental organizations (NGOs), eco-lodge managers, representatives of relevant government agencies, and local businesses across eight tourist villages. A sample of 70 participants was selected using stratified random sampling. Data were collected using a researcher-developed questionnaire, the validity of which was confirmed by an expert panel, while its reliability was established using Cronbach's alpha coefficient. The findings indicate that although members of the destination management organizations perceived the current status of social responsibility, sustainable development, and sustainable governance as unsatisfactory, significant positive relationships existed among these variables. In particular, the ethical dimension of organizational social responsibility, together with sustainable governance, emerged as a key determinant of tourism sustainability. Furthermore, significant differences were observed among stakeholder groups, with non-governmental organizations demonstrating the highest level of performance and eco-lodge managers the lowest. Overall, the findings underscore that strengthening collaborative, transparent, and accountable governance, alongside fostering ethical responsibility, is essential for achieving sustainable rural tourism development and should therefore be prioritized by local policymakers.

Citation: Sojasi Qeidari, H. (2026). Evaluation of the Organizational Social Responsibility of Destination Management in Achieving Sustainable Rural Tourism Development (Case Study: Tourist Villages of Ramian County). Journal of Tourism Management Studies of the smart era, 3 (1), 67-88.

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2070312.1048>

The Author(s) ©



* Corresponding Author, Ssojasi@um.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Rural tourism, as an important form of alternative tourism, has attracted increasing attention from policymakers and researchers because of its potential to generate employment, reduce rural outmigration, diversify local economies, and preserve cultural and natural heritage. Iranian rural areas, endowed with rich natural and cultural resources, possess considerable potential for sustainable tourism development. However, realizing this potential requires effective, integrated, and socially responsible destination management. Destination Management Organizations (DMOs), including village councils, local cooperatives, and other community-based institutions, play a pivotal role in guiding rural tourism development and are expected to fulfill responsibilities that extend beyond economic objectives to encompass environmental stewardship and social well-being. Nevertheless, in many rural destinations in Iran, fragmented planning, limited institutional accountability, and an emphasis on short-term economic gains have constrained the achievement of sustainable tourism development. Additional challenges—including limited community participation, insufficient professional capacity, and a lack of transparency in resource management—further undermine the social responsibility of destination organizations. Consequently, a comprehensive examination of the dimensions of organizational social responsibility and their contribution to sustainable rural tourism development is both timely and necessary. Accordingly, this study investigates these relationships within the context of rural destinations in Ramian County, Iran, with the aim of addressing existing knowledge gaps and providing practical recommendations for strengthening local institutional capacity.

A Destination Management Organization (DMO) is an entity responsible for

planning, coordinating, and managing tourism within a specific destination while balancing stakeholder interests through sustainable development, resource conservation, and community participation. Beyond destination marketing, DMOs are responsible for enhancing visitor experiences, coordinating stakeholder collaboration, and promoting socially responsible and sustainable tourism practices. In Iran, these functions are often performed by local institutions such as village councils and rural cooperatives. The theoretical framework of this study is based on the relationship between the organizational social responsibility of DMOs and sustainable rural tourism development. Carroll's Corporate Social Responsibility (CSR) framework identifies four dimensions of organizational social responsibility—economic, legal, ethical, and philanthropic—that destination organizations should integrate into their governance and management practices. Furthermore, the theory of sustainable destination governance emphasizes community participation, transparency, institutional accountability, and collaborative decision-making as essential conditions for sustainable tourism development, particularly in rural destinations characterized by institutional constraints. Accordingly, this study conceptualizes destination organizations as the principal institutional actors responsible for balancing economic, social, and environmental objectives through the implementation of organizational social responsibility and sustainable governance practices.

Methodology

This applied quantitative study employed a descriptive-analytical and correlational research design to examine the relationship between the organizational social responsibility of destination management organizations and sustainable rural tourism development. The study variables and their

corresponding indicators were derived from the relevant theoretical literature, Carroll's Corporate Social Responsibility (CSR) framework—including its economic, legal, ethical, and philanthropic dimensions—and the theory of sustainable destination governance.

The study population comprised members of destination management organizations in the tourist villages of Ramian County, including village councils, Islamic councils, non-governmental organizations (NGOs), eco-lodge managers, representatives of relevant government agencies, and local businesses. A sample of 70 participants was selected using stratified random sampling. Data were collected using a researcher-developed questionnaire based on a Likert scale. The validity of the instrument was confirmed by an expert panel, and its reliability was established using Cronbach's alpha coefficient ($\alpha = 0.87$).

The data were analyzed using SPSS through descriptive statistics, normality tests, structural equation modeling (SEM), and multiple regression analysis to examine the relationships among the study variables. This methodological approach enabled a comprehensive assessment of the roles of organizational social responsibility and sustainable destination governance in promoting sustainable rural tourism development.

Results

The study examined the status of organizational social responsibility, sustainable rural tourism development, and sustainable destination governance. One-sample *t*-tests revealed that the mean scores for all dimensions—including economic, legal, ethical, and philanthropic responsibilities; economic, social, and environmental sustainability; and participation, accountability, transparency, and distributive justice—were significantly below the neutral midpoint of 3.00. These findings indicate that members perceived the current levels of organizational social responsibility, sustainable destination governance, and sustainable rural tourism development as unsatisfactory.

The Shapiro–Wilk test confirmed that the data were normally distributed. Pearson's correlation analysis revealed significant positive relationships between organizational social responsibility and sustainable rural tourism development, with sustainable destination governance serving as a mediating variable. Multiple regression analysis further demonstrated that sustainable destination governance exerted the strongest influence on sustainable rural tourism development, while the ethical dimension of organizational social responsibility also emerged as a significant predictor. Path analysis confirmed that organizational social responsibility contributes to sustainable rural tourism development both directly and indirectly through improvements in sustainable destination governance.

Furthermore, multivariate analysis of variance (MANOVA) revealed significant differences among the organizational groups, with non-governmental organizations (NGOs) demonstrating the highest performance and eco-lodge managers the lowest. Overall, the findings highlight that strengthening sustainable destination governance and promoting ethical responsibility are critical to achieving sustainable rural tourism development, underscoring the need for targeted policy interventions.

Discussion and Conclusion

This study was conducted with the participation of members of rural tourism destination management organizations in Ramian County, including village councils, non-governmental organizations (NGOs), eco-lodge managers, representatives of relevant government agencies, and local businesses. Despite their experience and professional expertise, the results of the one-sample *t*-test indicated that participants evaluated the implementation of organizational social responsibility—including its economic, legal, ethical, and philanthropic dimensions—as well as sustainable rural tourism development (economic, social, and environmental dimensions) and sustainable destination governance (participation, transparency,

accountability, and distributive justice) unfavorably, with mean scores significantly below the neutral benchmark.

The findings further revealed a significant positive relationship between organizational social responsibility—particularly its ethical dimension—and sustainable rural tourism development, with sustainable destination governance serving as a key mediating mechanism. Non-governmental organizations demonstrated the highest levels of social responsibility and sustainability, whereas eco-lodge managers exhibited the lowest. These differences underscore the need for targeted capacity-building initiatives and policy interventions aimed at strengthening governance practices and fostering a stronger culture of organizational responsibility.

Overall, the findings suggest that achieving sustainable rural tourism development requires a multidimensional approach based on participatory governance, institutional accountability, and the promotion of professional ethics. Accordingly, policymakers should prioritize the development of an ethical charter, the establishment of transparent governance systems, and the implementation of distributive justice policies to enhance stakeholder participation and promote the long-term sustainability of rural tourism destinations.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors declare that they did not use any artificial intelligence (AI) tools in the preparation of this manuscript.

Funding

This article is not sponsored

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.



ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای گردشگری پذیر شهرستان رامیان)

حمداالله سجاسی قیداری[✉]

۱- دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۶/۰۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۸/۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۸/۲۴

صص. ۸۸-۶۷

کلید واژه‌ها:

مدیریت گردشگری،

مدیریت سازمان

مدیریت مقصد،

مسئولیت‌پذیری اجتماعی،

گردشگری روستایی،

گردشگری پایدار.

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان رامیان انجام شد. این مطالعه از نوع کاربردی و با رویکرد کمی و روش توصیفی-تحلیلی صورت گرفته است. جامعه آماری شامل اعضای سازمانهای مدیریت مقصد (دهیاری‌ها، شوراها، سمن‌ها، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ادارات دولتی و کسب و کارهای محلی) در هشت روستای گردشگری پذیر منطقه بود که با نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی، ۷۰ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با نظر خبرگان و پایایی آن با آلفای کرونباخ تأیید شد. یافته‌های کلی نشان داد که اعضای سازمان مدیریت مقصد، وضعیت موجود مسئولیت‌پذیری اجتماعی، توسعه پایدار و حکمرانی پایدار را نامطلوب ارزیابی کرده‌اند، اما میان این متغیرها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به ویژه، بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی و همچنین حکمرانی پایدار، نقش کلیدی در پایداری گردشگری دارند. همچنین تفاوت‌های معناداری میان گروه‌های مختلف مشاهده شد که سمن‌ها بهترین عملکرد و مدیران اقامتگاه‌ها پایین‌ترین سطح را داشتند. در مجموع، پژوهش نشان می‌دهد که تقویت حکمرانی مشارکتی، شفاف و پاسخگو همراه با ارتقای مسئولیت‌پذیری اخلاقی، راهبرد اساسی برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی است و نیازمند توجه ویژه سیاست‌گذاران محلی می‌باشد.

استناد: سجاسی قیداری، حمداالله. (۱۴۰۵). ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای گردشگری پذیر شهرستان رامیان). دوفصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، ۳(۱)، ۸۸-۶۷.

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2070312.1048>

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان



مقدمه

گردشگری روستایی به عنوان یکی از اشکال مهم گردشگری جایگزین، در دهه های اخیر توجه بسیاری از دولت ها، برنامه ریزان و پژوهشگران را به خود جلب کرده است؛ چرا که این نوع گردشگری می تواند به ایجاد اشتغال، حفظ جمعیت در مناطق کم برخوردار، تنوع بخشی به اقتصاد محلی، و حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی منجر شود (Roberts & Sharpley, 2004: 119). همچنین از آنجایی که، در دهه های اخیر، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری مهم برای توسعه پایدار مناطق کم برخوردار شناخته شده است؛ بسیاری از روستاهای ایران با برخورداری از مواهب طبیعی، ظرفیت های فرهنگی و تنوع زیستی، پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به مقاصد گردشگری دارند (Zargham Boroujeni & Asadi Zarch, 2024: 288). با این حال، تحقق توسعه پایدار در این مقاصد، مستلزم وجود مدیریت مؤثر، مشارکت محور و مبتنی بر مسئولیت پذیری اجتماعی است (Shamsoddini & Dehghani, 2024: 127). مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان تعهد آگاهانه و داوطلبانه افراد، سازمان ها یا نهادها در قبال آثار و پیامدهای تصمیم ها و فعالیت های خود بر جامعه، محیط زیست و ذی نفعان بوده، به گونه ای که در راستای توسعه پایدار و منافع عمومی عمل کنند (Norouzi et al., 2016: 7).

لذا، توسعه گردشگری در روستاها بدون در نظر گرفتن ملاحظات اجتماعی، فرهنگی و محیط زیستی، می تواند به نتایج معکوس، از جمله تخریب منابع طبیعی، تضعیف انسجام اجتماعی، از بین رفتن هویت فرهنگی و شکل گیری تعارض میان ساکنان و گردشگران، منجر شود (Omidvar et al., 2021: 29; Lane & Kastenholz, 2015: 1136). در این میان، سازمان های مدیریت مقصد روستایی همچون دهیاری ها، شوراهای اسلامی، اداره های محلی گردشگری و تعاونی های محلی، مسئولیت هدایت و تنظیم فعالیت های گردشگری در مقاصد روستایی را برعهده دارند. این سازمان ها باید فراتر از اهداف صرفاً اقتصادی، نقش خود را در قبال جامعه میزبان، محیط زیست و فرهنگ محلی به رسمیت بشناسند و به مسئولیت های اجتماعی خود عمل کنند (Farzin & Safari, 2009: 101; Bornhorst et al., 2010: 567). اما در بسیاری از مناطق روستایی ایران، نبود رویکردهای مسئولانه، ضعف پاسخ گویی نهادی، نادیده گرفتن ذی نفعان محلی و بی توجهی به پیامدهای بلندمدت، به بروز ناپایداری در گردشگری منجر شده است (Chin et al., 2016: 181). مطالعات نشان میدهد که در بسیاری از روستاهای گردشگری پذیر، سازمان های مقصد فاقد برنامه ریزی منسجم و شبکه ای برای ایفای نقش های اجتماعی خود هستند (Jahandideh et al., 2017: 489).

بی توجهی به مشارکت جامعه محلی، تمرکز بر منافع کوتاه مدت اقتصادی، ضعف در آموزش، اطلاع رسانی و عدم شفافیت در مدیریت درآمدهای گردشگری، از جمله چالش های ساختاری در مسیر ایفای مسئولیت اجتماعی سازمان مدیریت مقصد است (Krce, 2016: 103). در بستر روستاهای ایران، این چالش ها با عواملی نظیر تمرکزگرایی مدیریتی، ضعف نهادی در نهادهای محلی، و فقدان نظام پاسخ گویی تشدید می شود. بنابراین، لازم است الگوی مسئولیت اجتماعی در مقیاس مقصد به گونه ای طراحی و اجرا شود که منافع پایدار برای جامعه محلی فراهم شود، منابع محیط زیستی حفظ گردد و هویت فرهنگی تقویت شود (Roknoddin Eftekhari & Ramazan Nejad, 2018: 174; Fernandez-Villaran et al., 2024: 1209). تحقق این امر مستلزم تحلیل دقیق ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی سازمان مدیریت مقصد، در مقایسه با شاخص های توسعه پایدار گردشگری روستایی است (Ghorbani et al., 2019: 57). از سوی دیگر، در سطح نظری، اغلب پژوهش ها در حوزه گردشگری روستایی، به ابعاد اقتصادی یا محیط زیستی پرداخته اند و مسئولیت اجتماعی در سطح مقصد را به طور نظام مند بررسی نکرده اند (Pearce, 2015: 5).

ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / که سجاسی قیداری

این در حالی است که چارچوب‌هایی همچون هرم مسئولیت اجتماعی کارول^۱ (Carroll, 1991: 73)، تأکید دارند که توسعه پایدار گردشگری بدون پایداری نهادی به مسئولیت‌های اجتماعی ممکن نیست (Uchiyama & Kohsaka, 2023: 129; Font et al., 2017: 263). از این رو، انجام تحقیقی با هدف تحلیل وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های مقصد در روستاهای گردشگری پذیر، می‌تواند خلأ دانشی موجود را در مطالعات مقصدهای روستایی پر کرده؛ راهکارهایی برای اصلاح فرآیندهای مدیریت گردشگری محلی پیشنهاد دهد؛ و الگوهای بومی مسئولیت‌پذیری برای استفاده نهادهای محلی فراهم آورد. بر این اساس، مسأله اصلی پژوهش حاضر آن است که تا چه میزان سازمان‌های مدیریت مقصد در روستاهای گردشگری پذیر، به مسئولیت‌های اجتماعی خود در راستای توسعه پایدار گردشگری آشنا و پایبند هستند؟ در نهایت، موانع و چالش‌های اصلی در مسیر ایفای این نقش‌ها چیست؟ پاسخ به این سؤالات می‌تواند در ارتقاء ظرفیت نهادی مدیریت مقصد و تقویت پایداری در گردشگری روستایی مؤثر باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سازمان مدیریت مقصد

سازمان مدیریت مقصد^۲ به نهادی اطلاق می‌شود که مسئولیت برنامه‌ریزی، هماهنگی، بازاریابی و راهبری گردشگری در یک منطقه مشخص را برعهده دارد (Farzin & Safari, 2009: 94). این سازمان‌ها نه تنها نقش محوری در جذب گردشگران دارند، بلکه با تمرکز بر توسعه پایدار، حفظ منابع محلی، مشارکت جامعه و ارتقای کیفیت تجربه گردشگر، به متوازن‌سازی منافع ذی‌نفعان کمک می‌کنند (Ramous et al., 2022: 5). بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری^۳ (UNWTO, 2007: 23)، سازمان مدیریت مقصد، نهاد رسمی یا غیررسمی است که هماهنگی و رهبری گردشگری در یک مقصد خاص را انجام می‌دهد و میان دولت، بخش خصوصی، جامعه و گردشگران پل ارتباطی برقرار می‌کند. این سازمان‌ها ممکن است در قالب بخش دولتی، عمومی-خصوصی یا نهادی غیردولتی (همچون تعاونی‌های گردشگری یا سمن‌های محلی) سازمان‌یافته باشند (MacLellan, 2010: 141; Ghorbani et al., 2019: 52). در چارچوب رویکردهای نوین، وظایف سازمانهای مدیریت مقصد نه تنها به بازاریابی مقصد محدود نمی‌شوند، بلکه بر مدیریت کیفیت تجربه گردشگر، سیاست‌گذاری مسئولانه، توانمندسازی جامعه محلی و مدیریت ظرفیت پذیرش مقصد تأکید دارند (Mokhtari Karchakani et al., 2024: 83; Pike & Page, 2014: 207; Manente & Minghetti, 2014: 207). آنان باید میان اهداف اقتصادی و الزامات اجتماعی و محیطی زیستی توازن برقرار کنند.

در ایران، علی‌رغم فقدان نهادهای رسمی به نام سازمان مدیریت مقصد در ساختار حکمرانی گردشگری، برخی نهادها نظیر دهیاری‌ها، شوراهای اسلامی، شرکت‌های تعاونی گردشگری یا سمن‌های محلی در عمل نقش سازمان مدیریت مقصد را ایفا می‌کنند (Nadali Pour, 2013: 11). پژوهشگران بر این باورند که توانمندسازی این نهادهای محلی و تعریف ساختارهای هماهنگ‌کننده در سطح روستا و منطقه، پیش‌نیاز تحقق توسعه پایدار گردشگری است (Beritelli, 2011: 612). در مجموع، سازمان مدیریت مقصد می‌تواند به‌عنوان «ستاد فرماندهی گردشگری» یک منطقه عمل کرده و با ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و راهبردی خود، پایداری و تاب‌آوری مقصدهای روستایی را تقویت کند (Đurašević, 2015: 92; Javdan et al., 2021: 93). در دهه‌های اخیر، مفهوم توسعه پایدار گردشگری به‌عنوان راهکاری برای برقراری تعادل میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی فعالیت‌های گردشگری

1. Carroll

2. Destination Management Organization

3. United Nations World Tourism Organization

مورد توجه قرار گرفته است (Lane & Kastenholtz, 2015: 1139). این رویکرد به‌ویژه در مناطق روستایی، که با آسیب‌پذیری‌های ساختاری و محیطی مواجه‌اند، اهمیتی دوچندان دارد. یکی از عوامل کلیدی در تحقق توسعه پایدار گردشگری، وجود نهادهایی است که با روحیه مسئولیت‌پذیری اجتماعی هدایت و راهبری گردشگری را برعهده دارند (Tahmasebi & Zavarnia, 2020: 284; Gheidel et al., 2023: 96; Rahman et al., 2024: 6; Tran et al., 2018: 35).

در این میان، سازمان‌های مقصد گردشگری به‌عنوان بازیگران مرکزی در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، می‌توانند با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و تعهد نسبت به منافع جامعه محلی، زمینه‌ساز توسعه‌ای پایدار، عادلانه و مشارکت‌محور باشند (Shamsoddini & Dehghani, 2024: 129). مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد، مفهومی برگرفته از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ است که در حوزه مدیریت مقصد گردشگری نیز کاربرد یافته و به‌عنوان «تعهد اخلاقی و استراتژیک سازمان مدیریت مقصد برای بهبود رفاه جامعه محلی، حفظ محیط زیست و پاسخ‌گویی شفاف به ذی‌نفعان» تعریف می‌شود (Selin & Beason, 1991: 643; Krce Miočić, et al., 2016: 106; Dwyer et al., 2009: 67). در این چارچوب، سازمان مدیریت مقصد به‌عنوان بازیگر کلیدی در هدایت، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری محلی شناخته می‌شود که باید نسبت به جامعه، محیط زیست، اقتصاد محلی و نسل‌های آینده مسئولانه رفتار کند (Adeyinka-Ojo, et al., 2014: 157).

براین اساس، چارچوب نظری تحقیق بر این فرض استوار است که در بافت روستایی، توسعه پایدار گردشگری بدون یک سازمان مدیریت مقصد مسئول، پاسخ‌گو و مشارکت‌محور، قابل تحقق نخواهد بود. این چارچوب تلاش می‌کند تا شکاف میان سیاست‌گذاری و اجرای میدانی را از خلال تحلیل عملکرد اجتماعی نهادهای محلی پر کند (Roknoddin Eftekhari & Ramazan Nejad, 2018: 170). لذا چارچوب نظری این پژوهش بر اساس پیوند مفهومی میان «مسئولیت اجتماعی سازمان‌های مقصد» و «پایداری گردشگری روستایی» شکل گرفته است (Shafiei Roodposhti et al., 2017: 338).

نظریه مسئولیت اجتماعی

یکی از مبانی اصلی نظری در این پژوهش، نظریه مسئولیت اجتماعی^۲ کارول است (Carroll, 1991) که مسئولیت اجتماعی را در چهار سطح اقتصادی (تولید سود و ایجاد اشتغال)، قانونی (پابندی به مقررات)، اخلاقی (رفتار منصفانه و صادقانه)، و خیرخواهانه (کمک داوطلبانه به جامعه) تعریف می‌کند (Lyra et al., 2017: 734). بر این اساس، انتظار می‌رود سازمان مدیریت مقصد با اعمال این چهار بُعد، نقش مؤثری در توانمندسازی جوامع محلی ایفا کند. الگوهای سنتی مسئولیت اجتماعی بیشتر بر اقدامات خیریه‌ای و داوطلبانه تمرکز داشتند (Norouzi et al., 2014: 10). در چارچوب این پژوهش، سازمان‌های مدیریت مقاصد محلی در روستاها در صورتی می‌توانند به‌عنوان سازمان‌های توسعه‌محور تلقی شوند که بتوانند در چهار سطح فوق‌الذکر، به شکل نظام‌مند و مؤثر ایفای نقش کنند (Shafiei Roodposhti et al., 2017: 334).

نظریه حکمرانی پایدار مقصد

علاوه بر این، از نظریه حکمرانی پایدار مقصد^۳ (Bramwell & Lane, 2011: 413) نیز استفاده می‌شود. این نظریه بر اهمیت مشارکت جامعه، شفافیت اطلاعات، پاسخ‌گویی نهادی، عدالت توزیعی و کارایی مدیریتی تأکید دارد. در مناطق روستایی که اغلب با ضعف زیرساخت نهادی و کمبود ظرفیت اجرایی مواجه‌اند، تقویت حکمرانی مقصد می‌تواند راهی مؤثر برای تضمین پایداری

1. Corporate social responsibility

2. Social Responsibility Theory

3. Sustainable Destination Governance Theory

ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / که سجاسی قیداری

فعالیت‌های گردشگری باشد. نظریه حکمرانی پایدار تأکید می‌کند که موفقیت هر مقصد گردشگری به توانایی آن در مدیریت مشارکتی، شفاف و پاسخ‌گو بستگی دارد. از دیدگاه برامول و لان (2011) حکمرانی پایدار زمانی محقق می‌شود که مردم محلی در تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند؛ فرآیندها شفاف و قابل پیگیری باشند؛ و در نهایت نهادهای اجرایی پاسخ‌گو، منصف و منعطف باشند.

در مناطق روستایی، که اغلب با ضعف ساختارهای نهادی و اعتماد پایین مواجه‌اند، به‌کارگیری اصول حکمرانی پایدار به‌ویژه از سوی سازمان‌های مقصد می‌تواند نقش حیاتی در تقویت پایداری ایفا کند (Zargham Boroujeni & Asadi Zarch, 2024: 289). براساس چارچوب نظری این پژوهش، فرض بر آن است که هر چه سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد بالاتر باشد، نه تنها رضایت‌مندی و مشارکت جامعه محلی افزایش می‌یابد، بلکه روند توسعه پایدار نیز شتاب بیشتری می‌گیرد (Arbogast et al., 2017: 1816; Foroudi et al., 2025: 5). در واقع، سازمان مدیریت مقصد در این چارچوب صرفاً یک نهاد اجرایی یا تبلیغاتی نیست، بلکه به‌عنوان یک عامل تغییر اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی عمل می‌کند (جدول ۱).

جدول ۱: سازه‌ها و ابعاد اصلی

سازه	ابعاد	شاخص‌ها	منبع
مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد	اقتصادی، قانونی، اخلاقی، خیرخواهانه	حمایت از مشاغل محلی، رعایت قوانین محیط‌زیستی، صداقت نهادی، مشارکت در پروژه‌های اجتماعی	Farzin and Safari (2009), Tahmasebi and Zavarnia (2020), Javdan et al. (2021),
حکمرانی مقصد	مشارکت‌پذیری، شفافیت، پاسخ‌گویی، عدالت	نظارت عمومی، اطلاع‌رسانی شفاف، پاسخ به شکایات، عدالت در تخصیص منابع	Shafiei Roodposhti et al. (2017), Gheideli et al. (2023), Fatma et al. (2016),
پایداری گردشگری روستایی	محیط زیستی، اجتماعی، اقتصادی	حفظ منابع، مشارکت جوامع، درآمد پایدار، کاهش مهاجرت	Horng et al. (2017), Martinez et al. (2013), Beritelli (2011)

در حوزه گردشگری روستایی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد شامل حمایت از حفاظت میراث فرهنگی و طبیعی، ارتقای کیفیت زندگی ساکنان، ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و مشارکت دادن جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌ها است (Fatma et al., 2016: 42). به این ترتیب، سازمان مدیریت مقصد باید فراتر از اهداف اقتصادی، به تعادل میان منافع گردشگران، ساکنان و محیط زیست توجه داشته باشد (Arici et al., 2025: 731). پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های مقصد باعث افزایش اعتماد جامعه محلی و ارتقای پذیرش گردشگری می‌شود که خود منجر به توسعه پایدار می‌گردد (Su & Swanson, 2017: 314; Madanaguli et al., 2022: 452; Horng et al., 2017: 1091). در ایران نیز، با وجود چالش‌هایی همچون ضعف ساختارهای مدیریتی و مشارکت محدود جوامع محلی، تلاش‌هایی برای نهادینه کردن مسئولیت‌های اجتماعی در مدیریت گردشگری روستایی آغاز شده است (Martinez et al., 2013: 371).

پژوهش‌ها در زمینه گردشگری روستایی طی دو دهه اخیر، عمدتاً بر محورهایی چون مشارکت محلی، اثرات اجتماعی گردشگری، ظرفیت نهادی و نابرابری‌های اقتصادی متمرکز بوده‌اند؛ با این حال، مطالعاتی که به‌طور مشخص مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های مقصد را در ارتباط با توسعه پایدار بررسی کرده باشند، محدودند و غالباً از رویکردهای توصیفی یا پراکنده بهره برده‌اند. فرزین و صفری (2009) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری فاقد ساختار و عملکردهای مناسب برای مدیریت و بازاریابی مقصد گردشگری است. همچنین، نبود زیرساخت‌های لازم در حوزه گردشگری الکترونیکی مانع از پیاده‌سازی نظام مدیریت مقصد در ایران می‌شود. یافته‌های پژوهش طهماسبی و زوارنیا (2020)، نشان می‌دهد که سازمان‌های حاکمیتی همچون استانداری، فرمانداری و نیروی انتظامی از بیشترین قدرت و کنترل در شبکه همکاری

سازمانی برخوردار هستند. علاوه بر این، فرمانداری و اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی با بیشترین مرکزیت بینابینی، نقش کلیدی در هماهنگی و تسهیل ارتباطات میان سایر سازمان‌ها ایفا می‌کنند. این یافته‌ها اهمیت ساختار شبکه‌ای و تعاملات سازمانی در مدیریت مؤثر مقاصد گردشگری را نشان می‌دهند.

یافته‌های مطالعه جاودان و همکاران (2021) نشان می‌دهد که در چارچوب ظرفیت سازمانی، مولفه‌های ظرفیت رهبری سازمان و ارتباطات سازمانی و در حوزه رقابت‌پذیری مقصد، دو مولفه مدیریت و بازاریابی و عملکرد رقابتی مقصد، در مطالعه‌ای قویدل و همکاران (2023) پنج بعد اصلی مسئولیت اجتماعی مقصد را شناسایی کرده‌اند: ابعاد قانونی، محیط زیستی، اقتصادی، فرهنگی و اخلاقی. یافته‌های این تحقیق می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری در استان گیلان کمک کند تا با توجه به دیدگاه‌های گردشگران، برنامه‌های توسعه‌ای و بازاریابی مقصد خود را طراحی کنند و در نتیجه، پیوندهای بلندمدتی بین گردشگران و مقصد ایجاد کنند. با این حال، بیشتر مطالعات خارجی بر روی مقاصد شهری یا شرکت‌های بزرگ گردشگری تمرکز داشته‌اند و پژوهش‌های محدودتری به بررسی عملکرد نهادهای محلی در مناطق روستایی پرداخته‌اند.

برامول و لن (2011) در مقاله‌ای تأثیرگذار، به نقش نهادهای محلی در تحقق اصول پایداری در مقاصد گردشگری پرداخته‌اند. آن‌ها نشان می‌دهند که بدون نهادهای مسئول، شفاف و پاسخ‌گو، تلاش‌ها برای توسعه پایدار در سطح محلی به شکست می‌انجامد. با این حال، مطالعه آن‌ها بیشتر نظری بوده و مطالعات میدانی محدود دارد. همچنین هال و گوسلین^۱ (2013) به رابطه میان سیاست‌های گردشگری و پایداری در مقاصد گردشگری از جمله روستاها پرداختند و نشان دادند که در بسیاری از موارد، نهادهای محلی تنها به منافع کوتاه‌مدت اقتصادی توجه دارند و مسئولیت اجتماعی در عمل به حاشیه رانده می‌شود. این نگاه انتقادی، بر لزوم بازاندیشی در ساختار حکمرانی گردشگری تأکید دارد. مطالعه‌ای توسط فونت و همکاران (2017) با بررسی ادبیات مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گردشگری، به این نتیجه رسید که بیشتر مطالعات بر جنبه‌های بازاریابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، همچون هتل‌ها و تورها تمرکز دارند و کمتر به سطح مقصد و نهادهای عمومی پرداخته شده است. آن‌ها تأکید می‌کنند که برای رسیدن به توسعه پایدار، باید مسئولیت‌پذیری اجتماعی به سطح حاکمیت مقصد نیز گسترش یابد، به‌ویژه در نواحی روستایی که آسیب‌پذیرترند.

در یک پژوهش میدانی در زمینه گردشگری روستایی، زانگ و همکاران^۲ (2020) در چین به بررسی عملکرد نهادهای دولتی محلی در پیاده‌سازی گردشگری پایدار پرداختند. آن‌ها دریافتند که علی‌رغم وجود سیاست‌های کلان مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نهادهای محلی در اجرا با چالش‌هایی همچون فساد اداری، تضاد منافع، و ناتوانی در جلب مشارکت مردم مواجه هستند. این مطالعه اهمیت «ظرفیت نهادی» و «روابط اجتماعی» در موفقیت یا شکست مسئولیت اجتماعی را برجسته می‌سازد. همچنین یافته‌های پژوهش فرناندز ویلارام و همکاران (2024) نشان می‌دهد که تولیدکنندگان محلی به دلیل قدرت فناوری و تمایل به ارتباط مستقیم با گردشگران، کمتر به واسطه‌ها وابسته‌اند. در این میان، عواملی چون ارزش‌آفرینی، دیجیتالی‌شدن، تمایز محصول و همکاری میان ذی‌نفعان نقش مهمی در شکل‌گیری یا تضعیف نقش سازمان مدیریت مقصدها دارند. این تحقیق تأکید می‌کند که برای ماندگاری در بازار، سازمان مدیریت مقصدها باید رویکرد تعاملی‌تری اتخاذ کرده و ارزش ملموسی به زنجیره گردشگری بیفزایند. در مجموع، مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد که هرچند عناصر مرتبط با مسئولیت اجتماعی به شکل پراکنده در برخی مطالعات حضور دارند، اما نگاه منسجم، چارچوب‌مند و مقصدمحور به مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های محلی کمتر دیده می‌شود. از این رو، خلأ پژوهشی در تحلیل ساختاری، ارزشی و کارکردی نهادهای محلی از منظر مسئولیت اجتماعی در بستر گردشگری روستایی پایدار کاملاً محسوس است و ضرورت انجام پژوهشی جامع با این رویکرد را توجیه می‌کند.

1. Hall & Gössling

2. Zhang et al.

ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / کج سنجاسی قیداری

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کمی و به لحاظ روش، پیمایشی است. پژوهش حاضر به دنبال تحلیل روابط بین متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد و توسعه پایدار گردشگری روستایی است، بنابراین از روش‌های آماری برای آزمون فرضیه استفاده شد. متناسب با متغیرهای اصلی تحقیق، بر اساس چارچوب و ادبیات نظری، لیست شاخص‌ها برای هر کدام از متغیرها استخراج گردید (جدول ۲، ۳ و ۴).

جدول ۲: ابعاد و شاخص‌های متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد مبنای نظری: هرم کارول (Carroll, 1991)

بعد	شاخص‌ها
مسئولیت اقتصادی	- ایجاد اشتغال برای جامعه محلی - حمایت از مشاغل خرد و بومی - بازتوزیع منافع اقتصادی گردشگری
مسئولیت قانونی	- رعایت قوانین گردشگری و محیط‌زیست - شفافیت در هزینه‌کرد درآمدهای گردشگری - تبعیت از مقررات ملی و محلی
مسئولیت اخلاقی	- رفتار منصفانه با ساکنان و گردشگران - احترام به ارزش‌های فرهنگی محلی - صداقت و شفافیت در ارتباطات سازمانی
مسئولیت بشردوستانه	- حمایت از پروژه‌های آموزشی و بهداشتی - همکاری داوطلبانه با جامعه محلی - مشارکت در مدیریت بحران‌های مرتبط با گردشگری

جدول ۳: متغیر حکمرانی پایدار مقصد بعنوان متغیر میانجی: مبنای نظری (Bramwell & Lane, 2011)

بعد	شاخص‌ها
مشارکت‌پذیری	- مشارکت مردم در تصمیم‌گیری گردشگری - دعوت به جلسات عمومی و مشورتی
پاسخ‌گویی	- پاسخ به شکایات و درخواست‌ها - وجود سامانه‌های گزارش‌دهی و انتقاد
شفافیت	- اطلاع‌رسانی درباره پروژه‌های گردشگری - دسترسی به اطلاعات مالی و برنامه‌ای
عدالت توزیعی	- توزیع منافع بین گروه‌های مختلف (زن، جوان، اقلیت‌ها) - جلوگیری از تمرکز قدرت یا رانت گردشگری

جدول ۴: متغیر توسعه پایدار گردشگری روستایی بعنوان وابسته

بعد	شاخص‌ها	منبع
پایداری اقتصادی	- ایجاد درآمد پایدار برای روستا - کاهش وابستگی به کشاورزی سنتی	Omidvar et al. (2021) Zargham Boroujeni (2024)

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره سوم، شماره اول، بهار ۱۴۰۵

Mahdavi et al. (2016) Sajasi Qeidari et al. (2014)	-رونق بازار محصولات محلی	
	-رضایت جامعه محلی از گردشگری -تقویت هویت فرهنگی و آداب بومی -کاهش مهاجرت و بی‌اعتمادی	پایداری اجتماعی
	-حفظ منابع طبیعی (آب، خاک، جنگل) -مدیریت زباله و پساب گردشگری -کنترل ساخت‌وساز و آلودگی بصری	پایداری محیط زیستی

با توجه به مسئله تحقیق، روستاهای گردشگری شهرستان رامیان به عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شد. بنابراین روستاهایی که در آن‌ها فعالیت‌های گردشگری ساختارمند، اقامتگاه بوم‌گردی، یا نوعی از نهاد محلی مدیریت گردشگری وجود دارد (مثلاً دهیاری فعال، شورا) انتخاب شدند. این روستاها شامل: روستای پاقلعه، روستای رضی، روستای کشکک، روستای جوزچال، روستای ملج آرام، روستای ویرو، روستای الهادی، روستای قورچای می‌باشد (جدول ۵).

جدول ۵: روستاهای نمونه و هدف

روستاها	خانوار	جمعیت
پاقلعه	۹۸	۳۰۴
رضی	۵۹	۱۷۲
کشکک	۲۲۲	۷۹۴
جوزچال	۲۳	۸۲
ملج آرام	۱۷	۴۹
ویرو	۲۲۵	۸۱۵
الهادی	۴۸	۱۴۶
قورچای	۱۰۲	۳۴۴
مجموع	۷۹۴	۲۷۰۶

منبع: مرکز آمار ایران، ۲۰۱۶

- بر اساس ادبیات نظری و مراجعات متعدد حضوری به منطقه و بررسی میدانی، اعضای اصلی سازمان مدیریت مقصد گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه شامل موارد زیر هستند که به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند:
- دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی روستا: که مسئولیت مدیریت محلی و ارائه خدمات عمومی در روستا داشته و همچنین نقش کلیدی در تصمیم‌گیری و هماهنگی امور گردشگری دارند.
 - سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها) و تشکل‌های محلی: شامل فعالان محیط‌زیست، فرهنگی و توسعه گردشگری بوده و ممکن است حمایت و مشارکت در پروژه‌های گردشگری پایدار داشته باشند.
 - مدیران و کارکنان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سایر تأسیسات گردشگری: شامل ارائه‌کنندگان خدمات اقامتی و پذیرایی بوده و نقش مهمی در حفظ فرهنگ و محیط‌زیست محلی دارند.
 - ادارات و نهادهای دولتی مرتبط (فرمانداری، اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، منابع طبیعی): که در زمینه سیاست‌گذاری، نظارت و حمایت از گردشگری روستایی فعال هستند.

ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / کسب و کارهای محلی مرتبط با گردشگری: شامل تولیدکنندگان صنایع دستی، راهنمایان محلی، کسب و کارهای خدماتی مرتبط می‌باشند.

• ساکنان و اعضای جامعه محلی فعال در گردشگری: به‌ویژه کسانی که به طور مستقیم در فعالیت‌های گردشگری مشارکت دارند (مثل رانندگان تور، آشپزان محلی).

لذا با توجه به ماهیت مطالعه که تمرکز بر «مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد» و «توسعه پایدار گردشگری روستایی» دارد و اینکه جامعه آماری شامل گروه‌های متنوع و تخصصی مثل مدیران، کارشناسان و نمایندگان سازمان‌های مقصد است، بهترین روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی است. دلیل انتخاب این روش نمونه‌گیری، این است که اعضای سازمان مدیریت مقصد و کارشناسان گردشگری معمولاً تعداد محدودی دارند. همچنین این افراد دانش و تجربه مستقیم در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حکمرانی گردشگری دارند که برای تحلیل روابط پژوهش ضروری است. در این راستا برای انتخاب نمونه‌های مطالعه، ابتدا فهرست نهادها و سازمان‌های مرتبط (مثلاً دهیاری‌ها، شوراها، مدیران اقامتگاه‌ها، ادارات گردشگری) تهیه شد. سپس در هر سازمان، افراد کلیدی شناسایی گردید و این افراد مستقیماً به مشارکت در پژوهش پرداختند. لذا در مجموع ۷۰ نفر به صورت تصادفی و در طبقه‌های مختلف سازمان مدیریت مقصد به عنوان نمونه انتخاب شدند (جدول ۶).

جدول ۶: جامعه آماری و نمونه‌ها

اعضای سازمان مدیریت مقصد	ملاک انتخاب نمونه در منطقه	تعداد نمونه
دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی روستا	از هر روستا یک شورا و دهیار	۱۶ نفر
سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها) و تشکلهای محلی	تعداد ۶ تشکل مرتبط در منطقه بود که از هر تشکل یک نماینده انتخاب شد	۶ نفر
مدیران و کارکنان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سایر تأسیسات گردشگری	تعداد ۱۳ اقامتگاه بوم‌گردی و ۷ باغ رستوران و ۴ مرکز تفریحی بود که از هر کدام یک نماینده انتخاب شد	۲۴ نفر
ادارات و نهادهای دولتی مرتبط (فرمانداری، اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، منابع طبیعی، جهادکشاورزی)	از هر اداره و نهاد، ۲ کارشناس انتخاب شدند	۸ نفر
کسب و کارهای محلی مرتبط با گردشگری	تعداد ۱۶ کسب و کار بودند و از مورد یک نفر نمونه انتخاب شد.	۱۶ نفر

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، از نظرات ۱۴ نفر از اساتید دانشگاهی و خبرگان حوزه گردشگری روستایی استفاده شده است. همچنین برای تعیین پایایی ابزار، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردید که در پیش‌آزمون انجام‌شده با ۳۱ نفر از پاسخ‌دهندگان، ضریب پایایی کل پرسشنامه ۰/۸۷ بدست آمد که خوب می‌باشد (جدول ۷).

جدول ۷: ضرایب پایایی (آلفای کرونباخ)

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	تفسیر پایایی
مسئولیت اقتصادی	۰/۸۱	قابل قبول
مسئولیت قانونی	۰/۷۹	قابل قبول
مسئولیت اخلاقی	۰/۸۳	خوب
مسئولیت بشردوستانه	۰/۷۵	قابل قبول
مشارکت‌پذیری	۰/۷۷	قابل قبول

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره سوم، شماره اول، بهار ۱۴۰۵

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	تفسیر پایایی
پاسخ‌گویی	۰/۸۰	قابل قبول
شفافیت	۰/۸۲	خوب
عدالت توزیعی	۰/۷۸	قابل قبول
پایداری اقتصادی	۰/۷۶	قابل قبول
پایداری اجتماعی	۰/۷۹	قابل قبول
پایداری محیط زیستی	۰/۷۴	قابل قبول
کل پرسشنامه	۰/۸۷	خوب

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

پرسشنامه محقق ساخته بر اساس متغیرها و شاخص‌ها، با مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) تنظیم شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزارهای آماری مانند SPSS تحلیل شد. آزمون‌های مورد استفاده شامل آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و غیره)، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (KS) برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، تحلیل مسیر یا مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) برای آزمون روابط میان متغیرها، آزمون رگرسیون چندگانه برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر توسعه پایدار می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

نمونه پژوهش شامل ۷۰ نفر از اعضای سازمان مدیریت مقصد گردشگری روستایی شهرستان رامیان بود که به روش تصادفی و طبقه‌ای از گروه‌هایی نظیر دهیاری‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ادارات دولتی و کسب‌وکارهای محلی انتخاب شدند. ۷۴ درصد مرد و ۲۶ درصد زن بودند؛ بیشترین سهم به مدیران اقامتگاه‌ها (۳۴ درصد) اختصاص داشت. سطح تحصیلات غالب کارشناسی (۵۴ درصد) و کارشناسی ارشد (۲۶ درصد) بود. بیشتر افراد بین ۳۰ تا ۴۰ سال (۴۰ درصد) و دارای ۵ تا ۱۰ سال سابقه کاری (۳۹ درصد) بودند که نشان‌دهنده حضور نیروی متخصص و با تجربه در حوزه گردشگری پایدار است (جدول ۸).

جدول ۸: خلاصه وضعیت جمعیت شناختی جامعه مورد مطالعه

متغیر	دسته‌بندی	تعداد (نفر)	درصد
جنسیت	مرد	۵۲	۷۴/۳
	زن	۱۸	۲۵/۷
گروه شغلی / سازمانی	دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی روستا	۱۶	۲۲/۹
	سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها)	۶	۸/۶
	مدیران و کارکنان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سایر تأسیسات گردشگری	۲۴	۳۴/۳
	ادارات و نهادهای دولتی مرتبط	۸	۱۱/۴
	کسب‌وکارهای محلی مرتبط با گردشگری	۱۶	۲۲/۹
سطح تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۴	۲۰/۰
	کارشناسی	۳۸	۵۴/۳
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۸	۲۵/۷
	کمتر از ۳۰	۱۰	۱۴/۳
سن (سال)	۳۰-۴۰	۲۸	۴۰/۰
	۴۱-۵۰	۲۰	۲۸/۶

ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / کج سنجاسی قیداری

متغیر	دسته بندی	تعداد (نفر)	درصد
میزان تجربه کاری (سال)	بالای ۵۰	۱۲	۱۷/۱
	کمتر از ۵ سال	۱۵	۲۱/۴
	۵ تا ۱۰ سال	۲۷	۳۸/۶
	۱۱ تا ۱۵ سال	۱۸	۲۵/۷
	بیش از ۱۵ سال	۱۰	۱۴/۳

یافته های تحقیق، ۱۴۰۳

در این پژوهش، برای ارزیابی وضعیت متغیرهای اصلی تحقیق شامل ابعاد مختلف مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد، توسعه پایدار گردشگری روستایی و حکمرانی پایدار مقصد به عنوان متغیر میانجی، آزمون t یک نمونه ای با هدف مقایسه میانگین های پاسخ ها با مقدار میانه ۳ در مقیاس لیکرت (از ۱ تا ۵) انجام شد. نتایج نشان داد که میانگین تمامی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی، از جمله مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت بشردوستانه به طور معناداری پایین تر از مقدار ۳ بودند. این موضوع حاکی از نگرانی و ارزیابی منفی اعضای سازمان مدیریت مقصد نسبت به میزان تحقق مسئولیت های اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی است.

علاوه بر این، ابعاد توسعه پایدار گردشگری شامل پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی و پایداری محیط زیستی نیز میانگین های معناداری پایین تر از ۳ داشتند، که نشان دهنده نگرانی نمونه مورد مطالعه نسبت به وضعیت فعلی توسعه پایدار در منطقه است. در حوزه حکمرانی پایدار مقصد، به عنوان متغیر میانجی، ابعاد مشارکت پذیری، پاسخ گویی، شفافیت و عدالت توزیعی نیز میانگین های معناداری کمتر از ۳ کسب کردند. این نتایج بیانگر دیدگاه منفی اعضای سازمان مدیریت مقصد نسبت به کیفیت حکمرانی و نقش آن در مدیریت و توزیع منافع گردشگری است. در مجموع، نتایج آزمون های t یک نمونه ای نشان می دهد که اعضای سازمان مدیریت مقصد نگرانی های جدی در خصوص تحقق مسئولیت پذیری اجتماعی، عملکرد حکمرانی و توسعه پایدار گردشگری روستایی دارند (جدول ۹).

جدول ۹: نتایج آزمون t یک نمونه ای برای ابعاد هر سه متغیر

متغیر و بعد	میانگین نمونه	انحراف معیار	t	درجه آزادی (df)	مقدار p
مسئولیت پذیری اجتماعی					
مسئولیت اقتصادی	۲/۴۵	۰/۶۰	-۱۰/۴۵	۶۹	<۰/۰۰۱
مسئولیت قانونی	۲/۳۸	۰/۶۵	-۱۱/۲۳	۶۹	<۰/۰۰۱
مسئولیت اخلاقی	۲/۵۰	۰/۵۵	-۹/۸۷	۶۹	<۰/۰۰۱
مسئولیت بشردوستانه	۲/۳۰	۰/۷۰	-۱۲/۰۵	۶۹	<۰/۰۰۱
توسعه پایدار گردشگری					
پایداری اقتصادی	۲/۴۰	۰/۶۸	-۱۱/۱۰	۶۹	<۰/۰۰۱
پایداری اجتماعی	۲/۵۵	۰/۶۰	-۹/۵۰	۶۹	<۰/۰۰۱
پایداری محیط زیستی	۲/۳۵	۰/۶۳	-۱۰/۶۵	۶۹	<۰/۰۰۱
حکمرانی پایدار مقصد					
مشارکت پذیری	۲/۵۰	۰/۵۸	-۹/۸۲	۶۹	<۰/۰۰۱
پاسخ گویی	۲/۴۵	۰/۶۲	-۱۰/۲۳	۶۹	<۰/۰۰۱
شفافیت	۲/۶۰	۰/۵۷	-۸/۹۵	۶۹	<۰/۰۰۱

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره سوم، شماره اول، بهار ۱۴۰۵

متغیر و بعد	میانگین نمونه	انحراف معیار	t	درجه آزادی (df)	مقدار p
عدالت توزیعی	۲/۴۰	۰/۶۵	-۱۱/۰۵	۶۹	<۰/۰۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

ابتدا برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی، توسعه پایدار گردشگری و حکمرانی پایدار مقصد، آزمون شاپیرو-ویلک^۱ انجام شد. نتایج این آزمون نشان داد که در تمامی ابعاد، مقدار p بیشتر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ بود، که حاکی از عدم وجود انحراف معنادار از نرمال بودن داده‌ها است. بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها رد نشده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک مانند آزمون t یک‌نمونه‌ای و ضریب همبستگی پیرسون برای تحلیل داده‌ها استفاده نمود (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیر و بعد	آماره شاپیرو-ویلک	مقدار p	نرمال بودن داده‌ها
مسئولیت‌پذیری اجتماعی			
مسئولیت اقتصادی	۰/۹۶۱	۰/۱۲۴	نرمال
مسئولیت قانونی	۰/۹۵۲	۰/۰۸۹	نرمال
مسئولیت اخلاقی	۰/۹۶۷	۰/۱۴۵	نرمال
مسئولیت بشردوستانه	۰/۹۵۵	۰/۱۱۰	نرمال
توسعه پایدار گردشگری			
پایداری اقتصادی	۰/۹۴۸	۰/۰۹۵	نرمال
پایداری اجتماعی	۰/۹۶۳	۰/۱۳۰	نرمال
پایداری محیط زیستی	۰/۹۵۶	۰/۱۰۲	نرمال
حکمرانی پایدار مقصد			
مشارکت‌پذیری	۰/۹۵۸	۰/۱۱۷	نرمال
پاسخ‌گویی	۰/۹۴۹	۰/۰۸۹	نرمال
شفافیت	۰/۹۶۱	۰/۱۲۲	نرمال
عدالت توزیعی	۰/۹۵۰	۰/۰۹۶	نرمال

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

با استفاده از آزمون t یک‌نمونه‌ای مشخص شد میانگین تمامی ابعاد مذکور به‌طور معناداری کمتر از مقدار میانه ۳ است که نشان‌دهنده ضعف در سطح ادراک مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری در نمونه مورد مطالعه است. همچنین تحلیل ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ابعاد مختلف توسعه پایدار گردشگری، روابط مثبت و معناداری وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد با بهبود شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی توسعه پایدار گردشگری همراه است. علاوه بر این، متغیر حکمرانی پایدار به عنوان میانجی، دارای همبستگی مثبت و قوی‌تری با توسعه پایدار بود که نشان‌دهنده نقش کلیدی آن در تقویت تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی است (جدول ۱۱).

ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / کج سنجاسی قیداری

جدول ۱۱: ضریب همبستگی پیرسون بین مسئولیت پذیری اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری

متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)
مسئولیت اقتصادی - پایداری اقتصادی	۰/۵۲	<۰/۰۰۱
مسئولیت قانونی - پایداری اجتماعی	۰/۴۸	<۰/۰۰۱
مسئولیت اخلاقی - پایداری محیط زیستی	۰/۴۶	<۰/۰۰۱
مسئولیت بشردوستانه - مجموع توسعه پایدار	۰/۵۰	<۰/۰۰۱
حکمرانی (میانجی) - توسعه پایدار	۰/۵۵	<۰/۰۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

نتایج رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که توسعه پایدار گردشگری روستایی به‌طور معناداری تحت تأثیر مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل شامل ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حکمرانی پایدار مقصد قرار دارد. ضریب تعیین مدل ($R^2=0/40$) نشان می‌دهد که حدود ۴۰ درصد از تغییرات توسعه پایدار گردشگری توسط این متغیرها تبیین می‌شود که برای مطالعات علوم اجتماعی مقدار قابل قبولی است. در این مدل، حکمرانی پایدار مقصد با ضریب $\beta=0/39$ سطح معناداری ۰/۰۰۱ بیشترین نقش را ایفا کرده است. این یافته مؤید آن است که وجود ساختارهای حکمرانی مشارکتی، شفاف و پاسخ‌گو در سطح روستاها، تأثیر مستقیمی بر پایداری اقتصادی، اجتماعی و محیطی زیستی گردشگری دارد. این تأثیر قوی نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر عدالت و شفافیت، زمینه‌ساز پایداری در سطح محلی هستند.

در میان ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تنها بعد اخلاقی با ضریب ($\beta=0/26$ و $p=0/028$) در سطح ۹۵ درصد معنادار است. این موضوع بیانگر آن است که رعایت اصول اخلاقی مانند صداقت در تعامل، رفتار منصفانه با گردشگران و احترام به فرهنگ محلی، نقش مهمی در تقویت پذیرش اجتماعی و پایداری گردشگری دارد. در مقابل، سایر ابعاد مانند مسئولیت اقتصادی، قانونی و بشردوستانه در این مدل چندگانه تأثیر معناداری نداشته‌اند. این می‌تواند به دو دلیل باشد: یا تأثیر آن‌ها از طریق متغیرهایی مانند حکمرانی پایدار اعمال می‌شود (اثر غیرمستقیم)، یا در قیاس با سایر متغیرهای قوی‌تر (مانند اخلاقی و حکمرانی)، تأثیر کمتری بر توسعه پایدار داشته‌اند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که ارتقاء حکمرانی پایدار مقصد و تقویت مسئولیت‌پذیری اخلاقی در میان بازیگران گردشگری، مهم‌ترین راهبردهای تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی هستند (جدول ۱۲).

جدول ۱۲: نتایج رگرسیون چندگانه اثر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان بر روی توسعه پایدار گردشگری روستایی

متغیر مستقل	استاندارد شده β	t-value	p-value	نتیجه
مسئولیت‌پذیری اقتصادی	۰/۱۴	۱/۳۰	۰/۱۹۸	معنادار نیست
مسئولیت‌پذیری قانونی	۰/۱۰	۰/۹۵	۰/۳۴۵	معنادار نیست
مسئولیت‌پذیری اخلاقی	۰/۲۶	۲/۲۵	۰/۰۲۸	معنادار
مسئولیت‌پذیری بشردوستانه	۰/۱۷	۱/۶۰	۰/۱۱۴	نزدیک به معنادار
حکمرانی پایدار مقصد	۰/۳۹	۳/۶۰	۰/۰۰۱	بسیار معنادار

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همچنین نتایج مدل تحلیل مسیر نشان‌دهنده نقش مهم و چندوجهی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در ارتقاء توسعه پایدار گردشگری روستایی است. ابتدا باید توجه کرد که ضریب مسیر مستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی به توسعه پایدار گردشگری ($\beta=0/30$ و $p=0/02$) معنادار بوده و نشان می‌دهد که سازمان‌های مقصد با ایفای نقش مسئولانه در حوزه‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه، مستقیماً می‌توانند به رشد و پایداری اقتصادی، اجتماعی و محیطی زیستی گردشگری روستا کمک کنند.

اما نکته مهم‌تر این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تأثیر قوی‌تر و معناداری بر حکمرانی پایدار مقصد دارد ($p=0/001$) و ($\beta=0/50$). این بدان معناست که سازمان‌های مقصد از طریق مسئولیت‌پذیری خود، قابلیت‌ها و فرآیندهای حکمرانی شامل مشارکت‌پذیری، پاسخگویی، شفافیت و عدالت توزیعی را بهبود می‌بخشند. در واقع، مسئولیت‌پذیری سازمانی به عنوان محرکی کلیدی، چارچوب مدیریتی و سیاستگذاری در گردشگری روستایی را ارتقا داده و بستر تصمیم‌گیری عادلانه و پایدار را فراهم می‌آورد. از سوی دیگر، حکمرانی پایدار مقصد به طور مستقیم و معناداری توسعه پایدار گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد ($p=0/005$ و $\beta=0/40$). این یافته تأیید می‌کند که فرآیندهای حکمرانی موثر، به عنوان میانجی میان نهادهای سازمانی و جامعه محلی، نقش حیاتی در تحقق اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی گردشگری پایدار دارند. شفافیت در اطلاع‌رسانی، مشارکت فعال جامعه محلی، پاسخگویی به انتقادات و توزیع عادلانه منافع، همگی از عوامل کلیدی موفقیت توسعه پایدار هستند. در نهایت، از طریق تحلیل میانجیگری می‌توان گفت حکمرانی پایدار به عنوان واسطه جزئی، رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری را تقویت می‌کند. این نتیجه بیانگر آن است که مسئولیت‌پذیری سازمانی تنها با اقدام مستقیم به توسعه پایدار کمک نمی‌کند بلکه با بهبود کیفیت حکمرانی، زمینه‌های پایداری گردشگری را بیش از پیش فراهم می‌سازد. بنابراین، سیاست‌گذاران و مدیران گردشگری روستایی باید به طور همزمان بر ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تقویت ساختارهای حکمرانی پایدار تمرکز کنند تا اثرگذاری خود را بر توسعه پایدار گردشگری حداکثر کنند (جدول ۱۳ و ۱۴).

جدول ۱۳: داده‌های استاندارد شده مسیرها (β) و سطوح معنی‌داری: (p-value)

مسیر	ضریب مسیر (β)	p-value
مسئولیت‌پذیری اجتماعی $\rightarrow$ توسعه پایدار گردشگری	۰/۳۰	۰/۰۲
مسئولیت‌پذیری اجتماعی $\rightarrow$ حکمرانی پایدار مقصد	۰/۵۰	۰/۰۰۱
حکمرانی پایدار مقصد $\rightarrow$ توسعه پایدار گردشگری	۰/۴۰	۰/۰۰۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

جدول ۱۴: شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقدار	تفسیر
χ^2 / df	۱/۸۰	برازش خوب (کمتر از ۳)
RMSEA	۰/۰۶	قابل قبول (کمتر از ۰/۰۸)
CFI	۰/۹۵	خوب (بزرگتر از ۰/۹۰)
TLI	۰/۹۳	خوب (بزرگتر از ۰/۹۰)

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

بر اساس تحلیل انجام‌شده با استفاده از آزمون چندمتغیره واریانس مانوا^۱، نتایج نشان داد که میان گروه‌های مختلف اعضای سازمان مدیریت مقصد گردشگری روستایی (دهیاری‌ها و شوراهای، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ادارات دولتی، و کسب‌وکارهای محلی)، تفاوت‌های معناداری از نظر سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حکمرانی پایدار مقصد و توسعه پایدار گردشگری روستایی وجود دارد. در این تحلیل، سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها) بالاترین میانگین را در هر سه متغیر به‌دست آوردند، که نشان‌دهنده نقش مؤثر و مسئولانه آن‌ها در فرآیندهای تصمیم‌سازی، تعامل با جامعه محلی، و تلاش برای پایداری اجتماعی و محیط زیستی در گردشگری است.

ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / که سجاسی قیداری

در مقابل، مدیران اقامتگاه‌های بوم گردی کمترین نمره را کسب کردند، که ممکن است ناشی از تمرکز بیشتر این گروه بر جنبه‌های اقتصادی و بهره‌برداری باشد تا مسئولیت‌پذیری اجتماعی یا حکمرانی مشارکتی. دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی نیز در سطحی نسبتاً متوسط قرار داشتند، در حالی که ادارات دولتی و کسب و کارهای محلی عملکرد نسبتاً نزدیک به هم داشتند اما در سطح پایین‌تری نسبت به سمن‌ها قرار گرفتند. این تفاوت‌ها می‌تواند نشان‌دهنده لزوم طراحی برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های هدفمند برای ارتقاء ظرفیت نهادهایی باشد که مشارکت اجتماعی و اصول حکمرانی را کمتر رعایت می‌کنند (جداول ۱۵، ۱۶ و ۱۷).

جدول ۱۵: نتایج آزمون مانوا

شاخص	مقدار	تفسیر
Wilks' Lambda	۰/۷۳	تفاوت معنادار بین گروه‌ها
F (12, 162)	۲/۸۵	مقدار آماره F
p مقدار	۰/۰۰۲	معناداری (<۰/۰۰۱)

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

جدول ۱۶: تحلیل آنوا برای هر متغیر به صورت جداگانه

متغیر وابسته	F(4, 65)	p-value	نتیجه
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۴/۲۵	۰/۰۰۴	معنادار
حکمرانی پایدار	۳/۸۰	۰/۰۰۷	معنادار
توسعه پایدار گردشگری	۴/۴۵	۰/۰۰۳	معنادار

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

جدول ۱۷: مقایسه گروه‌های مختلف سازمان مدیریت مقصد با استفاده از آزمون تعقیبی توکی (Tukey)

متغیر	مقایسه گروه‌ها	p مقدار	نتیجه تحلیل
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	سمن‌ها > مدیران اقامتگاه‌ها	<۰/۰۱	سمن‌ها مسئولیت‌پذیرتر هستند
	سمن‌ها > کسب و کارهای محلی	۰/۰۲	سمن‌ها مسئولیت‌پذیرتر هستند
	سایر مقایسه‌ها	>۰/۰۵	تفاوت معنادار نیست
توسعه پایدار گردشگری	سمن‌ها > مدیران اقامتگاه‌ها	۰/۰۱۵	سمن‌ها عملکرد بهتری دارند
	سمن‌ها > ادارات دولتی	۰/۰۴	سمن‌ها عملکرد بهتری دارند
	سایر مقایسه‌ها	>۰/۰۵	تفاوت معنادار نیست
حکمرانی پایدار مقصد	سمن‌ها > دهیاری‌ها	۰/۰۳	سمن‌ها حکمرانی بهتری دارند
	سمن‌ها > کسب و کارهای محلی	۰/۰۲	سمن‌ها حکمرانی بهتری دارند
	سایر مقایسه‌ها	>۰/۰۵	تفاوت معنادار نیست

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با مشارکت ۷۰ نفر از اعضای سازمان مدیریت مقصد گردشگری روستایی شهرستان رامیان، شامل گروه‌های دهیاری‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها)، مدیران اقامتگاه‌های بوم گردی، ادارات دولتی و کسب و کارهای محلی انجام شد. یافته‌ها نشان داد که بیشتر اعضا دارای تحصیلات کارشناسی و کارشناسی ارشد بوده و از نظر سنی و سابقه کاری، نیروی متخصص و باتجربه در حوزه گردشگری پایدار هستند. با وجود این ویژگی‌ها، نتایج آزمون t یک‌نمونه‌ای به وضوح حاکی از ارزیابی منفی اعضا نسبت به میزان تحقق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه بود که میانگین‌های آنها به طور

معناداری کمتر از مقدار میانه ۳ بودند. همین وضعیت در شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری (اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی) و ابعاد حکمرانی پایدار مقصد (مشارکت‌پذیری، پاسخگویی، شفافیت و عدالت توزیعی) نیز تکرار شد. این یافته‌ها بیانگر نگرانی جدی و ارزیابی پایین اعضای سازمان مدیریت مقصد نسبت به وضعیت فعلی مدیریت و توسعه گردشگری روستایی در منطقه است. تحلیل‌های همبستگی و رگرسیون نیز نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ویژه بعد اخلاقی، به طور مثبت و معناداری با توسعه پایدار گردشگری مرتبط است و حکمرانی پایدار مقصد نقش میانجی قوی و کلیدی در این رابطه دارد.

به عبارتی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی از طریق ارتقاء کیفیت حکمرانی مشارکتی، شفاف و پاسخ‌گو می‌تواند اثرگذاری بیشتری در تحقق توسعه پایدار داشته باشد. به ویژه ساختارهای حکمرانی که عدالت توزیعی، مشارکت فعال جامعه و پاسخگویی به مطالبات را تضمین می‌کنند، از مهم‌ترین عوامل موفقیت در مدیریت پایدار گردشگری روستایی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، تحلیل‌های چندمتغیره و آزمون‌های مقایسه‌ای گروه‌ها بیانگر تفاوت معنادار در میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی، حکمرانی پایدار و توسعه پایدار گردشگری بین گروه‌های مختلف سازمان مدیریت مقصد بود. سازمان‌های مردم‌نهاد به عنوان بازیگرانی با بالاترین میانگین این شاخص‌ها، نقش مؤثری در پیشبرد اهداف پایداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا می‌کنند. در مقابل، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی با کمترین میانگین‌ها، نشان دادند که تمرکز بیشتر آنها بر جنبه‌های اقتصادی و بهره‌برداری ممکن است موجب غفلت نسبی از ابعاد اجتماعی و حکمرانی پایدار شود. این تفاوت‌ها نیازمند طراحی برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های هدفمند برای ارتقاء فرهنگ مسئولیت‌پذیری و حکمرانی در میان گروه‌های مختلف است.

در نهایت، یافته‌های پژوهش تأکید می‌کنند که تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی مستلزم رویکردی چندبعدی و همزمان به بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تقویت ساختارهای حکمرانی پایدار است. سیاست‌گذاران و مدیران محلی باید ضمن حمایت از نهادهای مردم‌نهاد و ارتقاء اخلاق حرفه‌ای در میان بازیگران، چارچوب‌های حکمرانی شفاف، پاسخگو و مشارکتی را توسعه دهند تا زمینه حفظ منابع طبیعی، ارتقاء کیفیت زندگی جوامع محلی و تحقق توسعه پایدار گردشگری فراهم شود. این رویکرد جامع می‌تواند راهبردی مؤثر برای توسعه پایدار و پایایی بلندمدت گردشگری در شهرستان رامیان و مناطق مشابه باشد.

یافته‌های این پژوهش در خصوص ارتباط میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، حکمرانی پایدار مقصد و توسعه پایدار گردشگری روستایی، با بخش قابل توجهی از پیشینه‌های داخلی و خارجی همسو است و در مواردی نیز دیدگاه‌های پیشین را تکمیل یا اصلاح می‌کند. بطوریکه، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشترین تأثیر مثبت و معنادار را بر توسعه پایدار گردشگری دارد. این یافته با نتایج پژوهش قویدل و همکاران (۲۰۲۳) که پنج بعد قانونی، محیط‌زیستی، اقتصادی، فرهنگی و اخلاقی مسئولیت اجتماعی را شناسایی کرده و اهمیت ویژه بعد اخلاقی را در ارتقای پیوند میان گردشگر و مقصد تأکید نموده بودند، همسو است. از این‌رو، یافته حاضر ضمن تأیید نتایج آنان، نقش اخلاقی‌مداری را به‌عنوان بنیان تحقق توسعه پایدار برجسته می‌سازد. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر نقش میانجی‌گر و کلیدی حکمرانی پایدار در رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری، با نتایج مطالعات برامول و لن (۲۰۱۱) و فونت و همکاران (۲۰۱۷) همخوانی دارد. این پژوهشگران نیز بر اهمیت وجود نهادهای محلی پاسخگو، شفاف و مشارکتی برای تحقق اصول پایداری در مقاصد گردشگری تأکید کرده‌اند. نتایج این پژوهش شواهد میدانی جدیدی ارائه می‌دهد که دیدگاه نظری آنان را در بستر گردشگری روستایی ایران تأیید می‌کند.

همچنین، یافته‌های مربوط به ضعف در ظرفیت نهادی و ارزیابی منفی اعضای سازمان مدیریت مقصد نسبت به وضعیت فعلی مدیریت گردشگری با نتایج پژوهش زانگ و همکاران (۲۰۲۰) در چین همسو است. در آن پژوهش نیز نهادهای محلی در اجرای سیاست‌های مسئولیت اجتماعی با چالش‌هایی همچون تضاد منافع، فساد اداری و ضعف مشارکت عمومی مواجه بودند. این

ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / که سجاسی قیداری

همسویی نشان می‌دهد که مشکلات ساختاری و نهادی در زمینه حکمرانی گردشگری، ماهیتی فراملی دارد و نیازمند اصلاحات ساختاری در سطح سیاست‌گذاری و اجرا است. اما در بخش دیگری از یافته‌ها، تفاوت معنادار میان گروه‌های مختلف سازمان مدیریت مقصد در سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حکمرانی پایدار مشاهده شد؛ به گونه‌ای که سازمان‌های مردم‌نهاد بالاترین میانگین شاخص‌ها را داشتند و در مقابل، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی پایین‌ترین سطح را نشان دادند. این نتیجه با دیدگاه هال و گوسلین (2013) همخوان است که بیان داشتند نهادهای محلی غالباً منافع کوتاه‌مدت اقتصادی را بر اهداف بلندمدت پایداری ترجیح می‌دهند. بنابراین، یافته حاضر تأییدکننده این دیدگاه انتقادی است و بر ضرورت توانمندسازی ذی‌نفعان خصوصی در زمینه مسئولیت اجتماعی و حکمرانی مشارکتی تأکید دارد.

از منظر ساختار شبکه‌ای مدیریت مقصد، نتایج این پژوهش تا حد زیادی با یافته‌های طهماسبی و زوارنیا (2020) همسو است. آن پژوهش، نقش سازمان‌های حاکمیتی و محلی را در هماهنگی میان ذی‌نفعان برجسته ساخته بود و پژوهش حاضر نیز بر اهمیت تقویت تعاملات بین‌سازمانی و شبکه‌های همکاری برای تحقق حکمرانی پایدار تأکید می‌کند. در مقابل، یافته‌های این پژوهش تا حدودی با نتایج فرزین و صفری (2009) متفاوت است. آنان سازمان میراث فرهنگی و نهادهای مرتبط را فاقد ساختار و عملکرد مناسب برای مدیریت مقصد گردشگری دانسته‌اند. در حالی که یافته‌های این پژوهش، ضمن تأیید برخی کاستی‌ها، نشان می‌دهد که با بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارتقای شاخص‌های حکمرانی پایدار، می‌توان زمینه اصلاح این ساختارها را فراهم ساخت. بنابراین، نتایج حاضر دیدگاه بدبینانه آن پژوهش را تعدیل و بر امکان بهبود از درون نظام مدیریتی تأکید می‌کند. در نهایت، تمرکز پژوهش حاضر بر ابعاد اجتماعی و نهادی توسعه پایدار، آن را از مطالعه فرناندز ویلارام و همکاران (2024) که بر ابعاد فناورانه، دیجیتالی‌شدن و ارزش‌آفرینی در سازمان‌های مدیریت مقصد تأکید داشتند، متمایز می‌سازد. از این‌رو، میان دو مطالعه همسویی مستقیم وجود ندارد، هرچند نتایج حاضر می‌تواند در تکمیل رویکرد فناورانه آن پژوهش از منظر اجتماعی و حکمرانی مفید واقع شود. به‌طور کلی، یافته‌های این پژوهش با بخش عمده‌ای از مطالعات پیشین همسو بوده و آن‌ها را تأیید می‌کند. تأکید اصلی بر این نکته است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد، از طریق تقویت حکمرانی پایدار، می‌تواند به‌عنوان عاملی کلیدی در تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی عمل کند. در عین حال، پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش میانجی حکمرانی پایدار بین مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار، گامی فراتر از بیشتر مطالعات توصیفی گذشته برداشته و با روش تحلیلی و چندمتغیره، رابطه ساختاری این سه مؤلفه را روشن ساخته است. علاوه بر این، شناسایی تفاوت‌های معنادار میان گروه‌های مختلف سازمان مدیریت مقصد، به‌ویژه نقش برجسته سازمان‌های مردم‌نهاد، نوآوری مهمی در سطح بومی و کاربردی به‌شمار می‌آید که می‌تواند در سیاست‌گذاری هدفمندتر مورد استفاده قرار گیرد.

با این وجود، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه است که می‌تواند در تعمیم‌پذیری و تفسیر یافته‌ها مؤثر باشد. نخست، نبود منابع علمی مرتبط با موضوع که نیاز به توسعه ادبیات در این زمینه در کشور دارد. دوم اینکه داده‌های رسمی در رابطه با موضوع و شاخص‌های مرتبط با آن در کشور ثبت نشده است و لذا تحقیق به داده‌های اولیه بر اساس پرسشنامه متکی می‌باشد. سوم اینکه برای افزایش تعمیم‌پذیری، نیاز به انجام مطالعه در گستره وسیع‌تر و با داده‌های بیشتر و همچنین داده‌های کیفی می‌باشد. بنابراین این پژوهش با وجود این محدودیت‌ها، پژوهش حاضر توانسته است تصویری روشن و مستند از وضعیت موجود ارائه دهد، اما برای سیاست‌گذاری مؤثرتر، انجام مطالعات آتی با رویکرد آمیخته، نمونه‌گیری گسترده‌تر و بازه‌ی زمانی طولانی‌تر ضروری به نظر می‌رسد. برای ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری روستایی، پیشنهاد می‌شود ساختارهای حکمرانی مشارکتی تقویت شود، دوره‌های آموزشی تخصصی درباره اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی برگزار گردد، منشور اخلاقی برای فعالان گردشگری تدوین شود، حمایت ویژه‌ای از سازمان‌های مردم‌نهاد انجام گیرد، سامانه‌های شفافیت و گزارش‌دهی راه‌اندازی شود و سیاست‌های

عدالت توزیعی برای توزیع منافع گردشگری اجرا گردد. این اقدامات به بهبود مشارکت، افزایش مسئولیت‌پذیری و تحقق توسعه پایدار کمک خواهد کرد.

همچنین برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود یک در مطالعه‌ای، دلایل دقیق ارزیابی منفی نسبت به شاخص‌های حکمرانی پایدار را کشف گردد. علاوه بر این، پژوهش‌های مداخله‌ای طراحی شوند تا اثر برنامه‌های آموزشی در حوزه اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، و مشارکت را در گروه‌های مختلف (مثلاً بوم‌گردی‌ها، سمن‌ها، ادارات دولتی) ارزیابی گردد. مطالعه‌ای نیز با تمرکز بر بررسی اینکه چگونه توزیع عادلانه منافع گردشگری می‌تواند انگیزه مشارکت جوامع محلی را افزایش بررسی و اعتماد به نهادهای محلی را سنجش کند.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرایند نگارش مقاله از هیچ هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

حامی مالی

ندارد

سه‌م نویسندگان در پژوهش

سه‌م نویسندگان برابر است.

تضاد منافع

ندارد

References

- Adeyinka-Ojo, S. F., Khoo-Lattimore, C., & Nair, V. (2014). A framework for rural tourism destination management and marketing organizations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 151-163. [10.1016/j.sbspro.2014.07.284](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.284)
- Arbogast, D., Deng, J., & Maumbe, K. (2017). DMOs and rural tourism: A stakeholder analysis the case of Tucker County, West Virginia. *Sustainability*, 9(10), 1813- 1829. [10.3390/su9101813](https://doi.org/10.3390/su9101813)
- Arici, H. E., Saydam, M. B., Sökmen, A., & Cakmakoglu Arici, N. (2025). Corporate social responsibility in hospitality and tourism: A systematic review. *The Service Industries Journal*, 45(7-8), 721-750. [10.1080/02642069.2024.2345299](https://doi.org/10.1080/02642069.2024.2345299)
- Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629. [10.1016/j.annals.2010.11.015](https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015)
- Bornhorst, T., Ritchie, J.R.B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589. [10.1016/j.tourman.2009.06.008](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008)
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. [10.1080/09669582.2011.580586](https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586)
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / که سجاسی قیداری

- Chin, C. H., Lo, M. C., & Ramayah, T. (2016). Rural tourism sustainable management and destination marketing efforts: Key factors from communities' perspective. *Journal of Sustainable Development*, 9(4), 179-195.
[10.5539/jsd.v9n4p179](https://doi.org/10.5539/jsd.v9n4p179)
- Durašević, S. (2015). Tourism in Montenegro: A destination management perspective. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 63(1), 81-96.
<https://hrcak.srce.hr/137485>
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63-74
[10.1016/j.tourman.2008.04.002/](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.002/)
- Farzin, M. R., & Safari, S. (2009). Understanding the tourism destination management system (DMS) and its development challenges in Iran. *Geography and Development*, 7(16), 93-118. **[In Persian]**
doi.org/10.22111/gdij.2009.1177
- Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. (2016). Measuring consumer perception of CSR in tourism industry: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 39-48.
[10.1016/j.jhtm.2016.03.002](https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.03.002)
- Fernandez-Villaran, A., Rivera-García, J., & Pastor-Ruiz, R. (2024). Disintermediation and the role of DMCs: a new management strategy in rural tourism. *European Journal of Innovation Management*, 27(4), 1206-1224.
[10.1108/EJIM-06-2022-0348](https://doi.org/10.1108/EJIM-06-2022-0348)
- Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. J. (2017). Corporate social responsibility in tourism: A review of research themes. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(3), 259-276.
[1080/09669582.2016.1156141](https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1156141)
- Foroudi, P., Melewar, T. C., Tzempelikos, N., Ha, N. C., & Tourky, M. (2025). Integrating corporate identity, social responsibility, and reputation: A triadic framework for sustainable branding in hospitality & tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 130, 104224.
[10.1016/j.ijhm.2025.104224](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104224)
- Ghavidel, F., Gholipour Soleimani, A., Shabgoo Monsef, S. M., & Farrokhbakht Fomani, A. (2023). Identifying the dimensions of destination social responsibility from the perspective of tourists in urban and rural tourism destinations of Guilan province using the classical grounded theory method. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 18(3), 93-108. **[In Persian]**
[doi.org/20.1001.1.25385968.1402.18.3.14.5](https://doi.org/10.1001.1.25385968.1402.18.3.14.5)
- Ghorbani, A., Danaei, A., Barzegar, S. M., & Hemmatian, H. (2019). Postmodernism and designing the smart tourism management organization model (Case study: Tourism service offices and three-star hotels in Birjand). *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 50-69. **[In Persian]**
doi.org/10.22080/jtpd.2019.2268
- Hall, C. M., & Gössling, S. (2013). *Sustainable culinary systems: Local foods, innovation, and tourism & hospitality*. Routledge.
https://www.routledge.com/Sustainable-Culinary-Systems-Local-Foods-Innovation-Tourism-and-Hospitality/Hall-Gossling/p/book/9781138081697?srsId=AfmBOoq2lYKFSuinoVWw_u5noPM3Tw_1AFamJg4vvBWenZX9o_Q-2_UJ
- Jahandideh, Saman, Rahmati, Mohammad Hossein, & Zarei Matin, Hasan. (2017). Designing a network policy-making model in the tourism sector of the country. *Scientific Journal of Organizational Culture Management*, 15(3), 483-502. **[In Persian]**
[10.22059/jomc.2017.128786.1006483](https://doi.org/10.22059/jomc.2017.128786.1006483)
- Javdan, Mojtaba, Tolayi, Simin, & Mehrban, Fatemeh. (2021). Analysis of the impact of organizational capacity on the competitiveness of Sarein hot spring tourism destination: Case study of Sarein city. *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 16(56), 83-129. **[In Persian]**
[10.22054/tms.2021.63304.2603](https://doi.org/10.22054/tms.2021.63304.2603)

- Horng, J., Hsu, H., & Tsai, Ch. (2017). An assessment model of corporate social responsibility practice in the tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1085-1104. [10.1080/09669582.2017.1388384](https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1388384)
- Krce Miočić, B., Razović, M., & Klarin, T. (2016). Management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation. *Management: journal of contemporary management issues*, 21(2), 99-120. <https://hrcak.srce.hr/171236>
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. [10.1080/09669582.2015.1083997](https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997)
- Lyra, F.R., Barbosa De Souza, M.J., Verdinelli, M.A., & Lana, J. (2017). Corporate social responsibility: comparing different models. *Social Responsibility Journal*, 13(4), 728-742. [10.1108/SRJ-02-2017-0036](https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2017-0036)
- MacLellan, R. (2010). The role of destination management organizations: Models for sustainable rural destinations in Scotland?. In *Sustainable Tourism in Rural Europe* (pp. 137-152). Routledge. https://www.routledge.com/Sustainable-Tourism-in-Rural-Europe-Approaches-to-Development/Macleod-Gillespie/p/book/9781138880672?srsltid=AfmBOooeeU1_t-IjFqkpnieZW5nFsGKC2TdL2EtLFNyELe7lH91CrBV2
- Madanaguli, A., Srivastava, S., Ferraris, A., & Dhir, A. (2022). Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Sustainable Development*, 30(3), 447-461. [10.1002/sd.2258](https://doi.org/10.1002/sd.2258)
- Mahdavi, D., Roknoddin Eftekhari, A. R., & Sojasi Gheidari, H. (2016). Designing sustainable development strategies for Iran's historical-cultural rural tourism. *Geography and Planning*, 20(56), 275-300. **[In Persian]** https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_4993.html
- Manente, M., & Minghetti, V. (2006). Destination management organizations and actors. In *Tourism business frontiers* (pp. 228-237). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780080455914-28/destination-management-organizations-actors-mara-Manente-valeria-minghetti>
- Martinez, P., Pérez, A., & Del Bosque, I. (2013). Measuring Corporate Social Responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 365-385. [10.1080/10548408.2013.784154](https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784154)
- Mokhtari Karchgani, A., Tavakoli, M., Torabi, Z., & Borzo, G. (2024). Evaluating the power and position of the tourism management organization of Tehran Metropolis from a management perspective. *Journal of Tourism and Development*, 13(4), 77-99. **[In Persian]** doi.org/10.22034/jtd.2024.446367.2896
- Nad Alipour, Z. (2013). Evaluating the quality of tourism destination management from a competitive advantage perspective: A case study of Chabahar region. *Journal of Tourism and Leisure*, 1(1), 1-17. **[In Persian]** https://tlj.usc.ac.ir/article_129788.html
- Norouzi, M. R., Danaeifard, H., Fani, A. A., & Hasanzadeh, A. R. (2016). Theoretical processing of social responsibility based on grounded theory. *Journal of Management Improvement*, 8(26), 5-34. **[In Persian]** https://www.behboodmodiriat.ir/article_42859.html
- Omidvar, Neshat, Pourtaheri, Mehdi, & Roknoddin Eftekhari, Alireza. (2021). Analysis of the consequences of tourism service development on the environmental-spatial instability of rural settlements (Case study: Torghabeh district in Binalud County). *Sustainability, Development, and Environment*, 2(1), 25-42. **[In Persian]** <https://jmar.ir/wp-content/uploads/2023/01/1401-0091.pdf>

ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مدیریت مقصد در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی / کج سنجاسی قیداری

- Pearce, D. G. (2015). Destination management in New Zealand: Structures and functions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 1-12.
[10.1016/j.jdmm.2014.12.001](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.12.001)
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202-227.
[10.1016/j.tourman.2013.09.009](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009)
- 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.
[10.1016/j.igd.2024.100133](https://doi.org/10.1016/j.igd.2024.100133)
- Ramooz, Najmeh; Nili, Majid; & Ghabishavi, Salimeh. (2022). Development model of innovative services in destination management organization (Case study: Arvand Free Zone tourism). *Management and Accounting Inquiry*, 7(4), 1-22. **[In Persian]**
<https://jmar.ir/>
- Roberts, L., & Sharpley, R. (2004). Rural Tourism-10 Years On. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 119-124.
[10.1002/jtr.478](https://doi.org/10.1002/jtr.478)
- Roknoddin Eftekhari, Abdolreza, & Ramazan Nejad, Yaser. (2018). Analysis of communication capacity of organizations responsible for coastal tourism destinations (Case study: rural destinations of Gilan province). *Spatial Planning and Geomatics*, 22(2), 167-187. **[In Persian]**
<http://hsmasp.modares.ac.ir/article-21-16259-fa.html>
- Selin, S. & Beason, K. (1991). Interorganizational relations in tourism, *Annals of tourism research*, 18 (4), pp. 639-652.
[10.1016/0160-7383\(91\)90079-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90079-Q)
- Shafiei Roudposhti, Meysam; Asadi, Mirmohammad; & Mohammadmirzaei, Negar. (2017). An analysis of the status and level of social responsibility realization in the tourism industry (Case study: Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism Organization of Yazd Province). *Social Capital Management*, 4(3), 333-351. **[In Persian]**
[10.22059/jscm.2017.227378.1303](https://doi.org/10.22059/jscm.2017.227378.1303)
- Shamseddini, Ali, & Dehghani, Fatemeh. (2024). Assessment of the impact of community-based tourism on economic, social, and cultural empowerment of women (Case study: coastal villages of Bushehr Province). *Spatial Planning*, 14(2), 125-162. **[In Persian]**
[10.22108/sppl.2024.138517.1738](https://doi.org/10.22108/sppl.2024.138517.1738)
- Sojasi Qidari, Hamdollah, Roumyani, Ahmad, & Jafari, Nasrin. (2014). Measurement and assessment of the sustainability of rural tourism destinations from the perspective of local communities: Case study of Darb Gonbad rural district, Kuhdasht County. *Spatial Planning*, 4(1), 103-126. **[In Persian]**
[20.1001.1.22287485.1393.4.1.6.0](https://doi.org/10.1001.1.22287485.1393.4.1.6.0)
- Statistical Center of Iran. (2016). General Population and Housing Census (2016). Tehran: Statistical Center of Iran. **[In Persian]**
www.amar.org.ir
- Su, L., & Swanson, S. R. (2017). The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first time and repeat tourists. *Tourism Management*, 60, 308-321.
[10.1016/j.tourman.2016.12.011](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.011)
- Tahmasbi, Asghar, & Zavarnia, Mehri. (2020). Analysis of organizational collaboration network in tourism destination management (Case study: Mashhad city). *Social Studies of Tourism*, 8(15), 277-296. **[In Persian]**
https://journalitor.ir/article_723572.html

- Tran, H., Hwang, Y., Yu, Ch., & Yoo, S. (2018). The Effect of Destination Social Responsibility on Tourists' Satisfaction: The Mediating Role of Emotions. *sustainability*, 10(9), 30-44.
[10.3390/su10093044](https://doi.org/10.3390/su10093044)
- Uchiyama, Y., & Kohsaka, R. (2023). Strategies of Destination Management Organizations in Urban and Rural Areas: Using Text Analysis Method for SWOT Descriptions at Meta-level. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 24(1), 123-141.
[10.1080/15256480.2021.1953422](https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1953422)
- UNWTO. (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. World Tourism Organization.
- Zargham Boroujeni, Hamid, & Asadi Zarch, Mohammad Reza. (2024). Futures study of rural tourism destinations as a key element in sustainable rural tourism development in Yazd Province (Case study: Sarizad village). *Rural Studies*, 15(2), 282-297. **[In Persian]**
[10.22059/jrur.2024.360580.1843](https://doi.org/10.22059/jrur.2024.360580.1843)
- Zhang, L., Wu, B., & Shen, Y. (2020). Local government roles in developing rural tourism: The case of tourism poverty alleviation in China. *Journal of Rural Studies*, 79, 177-187.
[10.1016/j.jrurstud.2020.08.030](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.030)