



انجمن علمی گردشگری ایران

## بررسی و تحلیل مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی (مطالعه موردی: خراسان رضوی)

حمده الله سجاسی قیداری<sup>۱</sup>، حمید شایان<sup>۲</sup>، امین فعال جلالی<sup>۳</sup>

### چکیده

اقامتگاه‌های بوم‌گردی شیوه‌ای نوین برای پذیرایی و اسکان در مناطق روستایی است. صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی فعالانی اقتصادی‌اند که در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکار و ارائه خدمات به گردشگران مسئولیت‌هایی را به عهده دارند. بر این اساس، هدف این مطالعه بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقابل جامعه محلی و میزبان است. این پژوهش، از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است. به منظور گردآوری اطلاعات، از منابع کتابخانه‌ای و مطالعه میدانی استفاده شده است. جامعه نمونه پژوهش را صاحبان ۲۷ اقامتگاه بوم‌گردی در نواحی روستایی استان خراسان رضوی تشکیل می‌دهد. داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسش‌نامه محقق براساس مؤلفه‌های ابعاد نه‌گانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از بین صاحبان اقامتگاه‌ها جمع‌آوری شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میانگین‌های به دست آمده در مؤلفه‌های پژوهش بیشتر از سطح متوسط‌اند. این امر رعایت و اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقابل جامعه گردشگر و میزبان را نشان می‌دهد که میزان آن در بین زنان اندکی بیشتر از مردان است. براساس نتایج، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در افزایش متغیرهای اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم، اشتغال‌زایی محلی و غیرمحلی، افزایش درآمد سالانه، تعداد گردشگران و درجه اقامتگاه اثرگذار بوده و بالاترین سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی به اقامتگاه غور با مقدار ۴/۹۲ داده شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۰۷

### واژه‌های کلیدی:

گردشگری روستایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کسب‌وکارهای گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی

### مقدمه:

گردشگری، که از گسترده‌ترین صنایع خدماتی جهان به شمار می‌رود، جایگاه ویژه‌ای را در بین جوامع و به‌ویژه کشورهای جهان سوم پیدا کرده است (Archer, 2005: 85). زیرا گردشگری مجموعه‌ای از ظرفیت‌های بالقوه سرمایه، انسان و فرهنگ میان سرزمین را دربردارد (Wilson et al, 2001) و در بهبود سطح زندگی افراد مؤثر است (Darcy & Wearing, 2009). بنابراین، گردشگری به‌زودی به راهبردی برای توسعه مناطق در کشورهای کمتر توسعه‌یافته تبدیل می‌شود (Lazar, 2005: 21). از انواع گردشگری که اخیراً به آن توجه شده گردشگری روستایی است که تاکنون نتایجی قابل قبول داشته است (Bassen & et al, 2006: 40). در واقع، گردشگری روستایی محرک اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی و کاهش فقر در این مناطق شناخته می‌شود (Fun et al, 2014) و، با توجه به این‌که معمولاً فقیرترین مردم جهان در روستاها زندگی می‌کنند (Chi, 2005: 53)، گردشگری روستایی می‌تواند فرصت مناسبی برای حمایت از فعالیت‌های روستایی و محلی (کشاورزی، صنایع دستی) باشد (Stewart & Sanchez

۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول) ssojasi@um.ac.ir

۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.



(Badin, 2009). بنابراین، گردشگری روستایی از معیارهای اصلی توسعه یافتگی جوامع محلی به شمار می‌رود (7: Briedenhann & Wickens, 2004) که در برگیرنده بخش طبیعی شامل مشاهده مناظر طبیعی و بکر و بخش انسانی شامل فرهنگ روستاها و آداب و رسوم سنتی همچون خانه‌های باستانی، مراسم مختلف، پوشش لباس و غذاهای محلی است (105: Bluwstein, 2017). اما باید توجه داشت که توسعه گردشگری روستایی مستلزم ارائه خدمات و تسهیلات به گردشگران است. از جدیدترین نوع خدمات، در حوزه اسکان و پذیرایی، تأسیس و راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی است (Aref, 2011). مقوله اقامتگاه بوم‌گردی از جمله مهم‌ترین بخش‌های مهمان‌نوازی گردشگری روستایی است چنان‌که در برخی مقصدها وجود این اقامتگاه‌ها، به دلیل ویژگی‌های خاص خود و با به‌کارگیری طیف گسترده‌ای از خلاقیت‌ها، به بخش مهمی از جاذبه‌های گردشگری تبدیل (Das & Chatterjee, 2015: 6) شده و منطبق با استانداردهای بومی بنا شده است (2652: Rusong, 2007). اقامتگاه‌های بوم‌گردی عمدتاً برای پاسخ‌گویی به نیازهای اسکان و خدمات منطبق با شرایط اجتماعی و محیطی روستاییان و خواست گردشگران روستایی شکل گرفته است. بنابراین، وجود این نوع از مراکز اقامتی بومی سبب می‌شود تا زنجیره فعالیت‌های اقتصادی، فرهنگی و محیطی روستاها، مستقیم و غیرمستقیم، درگیر فعالیت‌های گردشگری شود و فرصت‌های بسیار خوبی را برای کسب و کارهای اقتصادی و خانوادگی در نواحی روستایی فراهم کند (Sharpley, 2002). توسعه این اقامتگاه‌ها، که از الگوهای پایدار طبیعت‌گردی به‌شمار می‌روند، می‌تواند سبب ارتقای جوامع محلی و جذب مشارکت سرمایه‌گذاری‌ها شود و با ایجاد فرصت‌های اشتغال‌زایی جدید به رشد وضعیت معیشتی و از طرفی به کاهش مشکلات روستایی کمک کند (2003: ESCAP). بر این اساس، از پیش‌فرض‌هایی که تأثیرات مثبت اقامتگاه‌ها را تأیید می‌کنند رعایت اصول و استانداردهای موجود در زمینه اجتماعی از سوی صاحبان آن‌هاست که مسئولیت‌پذیر بودن صاحبان اقامتگاه‌ها را نیز نشان می‌دهد؛ چراکه بازخوردهای مثبت گردشگری روستایی با رفتار مسئولانه اجتماعی شدیداً در ارتباط بوده (3: Kil et al, 2014) و رعایت نکردن آن به معنای نابسامانی محیط‌های گردشگری، کمرنگ شدن فرهنگ بومی و مواردی از این دست است (2015: Nair et al). با توجه به اهمیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در جذب گردشگر به محیط روستا، رعایت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین صاحبان این اقامتگاه‌ها به منظور حفاظت از ارزش‌های اجتماعی در کنار ارائه خدمات به گردشگران اهمیت

بسیاری دارد. مسئولیت‌پذیری صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌تواند در دو زمینه مسئولیت در مقابل جامعه محلی و گردشگران تعریف شود. زیرا صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به لحاظ درآمد و اشتغال و ماندگاری کسب و کار به جامعه گردشگر وابسته و در برابر ارائه خدمات به آن‌ها مسئول‌اند. در مقابل، صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در محیط‌های روستایی مانند شهروندان آن روستا زندگی می‌کنند و دارای وابستگی‌های اجتماعی و فرهنگی‌اند. از این رو، پژوهش حاضر نیز مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقابل جامعه میزبان و مهمان در استان خراسان رضوی را بررسی می‌کند. بر این اساس که مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی چه میزان بوده است و صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی خود را بیشتر در مقابل گردشگران مسئولیت‌پذیر می‌دانند یا روستاییان بومی را؟ پاسخ به این سؤالات می‌تواند در تقویت احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی مؤثر باشد.

تاکنون مطالعات متعددی درباره مسئولیت‌پذیری در بخش‌های گوناگون گردشگری انجام شده است که از جمله آن‌ها موارد زیر است: یافته‌های کاسیم (۲۰۰۴) نشان می‌دهد، در طول دهه گذشته، میزان آگاهی از اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی صاحبان هتل‌ها افزایش یافته است و شرکت‌های گردشگری، با افزایش آگاهی، نگرش‌های زیست‌محیطی سابق خود را تغییر داده‌اند. همچنین، مشخص شد انجام اقدامات سازگار با محیط زیست در رونق و توسعه فعالیت‌های گردشگری اهمیت فراوانی دارد. در پژوهش کیم و یون (۲۰۱۰) مشخص شد که مدیران هتل‌ها و سکونتگاه‌های گردشگری، علی‌رغم گذراندن دوره‌های آموزشی، عمدتاً مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی محیط پیرامون و جامعه میزبان خود را رعایت نمی‌کنند و به بسیاری از مسائل از جمله صرفه‌جویی در انرژی‌ها، آسیب نزدن به محیط زیست اطراف، رعایت چهارچوب‌های فرهنگی جامعه، مدیریت ضایعات، بازیافت، رعایت قوانین اجتماعی بی‌توجه‌اند که لازم است برای مسئول‌پذیر بودن در برابر محیط زیست اقدامات بیشتری انجام شود. همچنین، نتایج مطالعه مارتینز و همکاران (۲۰۱۳) نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارای ساختاری چندبعدی از جمله مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. این مطالعه با پیشرفت در زمینه دانش مسئولیت‌پذیری به نحوه و چگونگی کاربرد عملی آن در خصوص مفاهیم توسعه پایدار، که عمدتاً نظری است، کمک



را آشکار می‌کند. در مطالعه ملوبو و لاولاک (۲۰۱۸)، مشخص شد که مفاهیم مسئولیت‌پذیری در بیشتر کسب‌وکارهای کنونی فقط از جنبه اقتصادی بررسی و شناخته شده است. در نگاه مدیران کسب‌وکارهای گردشگری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی فقط در قالب فضیلت‌هایی چون یکپارچگی در کار، فعالیت‌های خیرخواهانه، جمع‌ی بودن فعالیت‌ها، شفافیت در کار، تقویت روحیه بشردوستانه ظهور می‌یابد. با این حال، شرکت‌های خارجی و داخلی گردشگری محلی، که نگران شرایط زیست‌محیطی و شرایط کاری کارکنان و رفاه گردشگران بودند، توجه خود را به طرح‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی معطوف کردند و آموزش شرکت‌ها را به منظور توسعه و تغییر رفتار آن‌ها آغاز کردند.

همان‌طور که مشاهده شد، مطالعات نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری از اصلی‌ترین مسائل در صنعت هتل‌داری و خدمات گردشگری به‌شمار می‌آید. بررسی‌ها نشان داد که در زمینه مسئولیت‌پذیری صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی تاکنون پژوهش‌های چندانی انجام نشده است. پژوهش‌های انجام‌شده نیز عمدتاً اصول کلی نواحی شهری و هتل‌ها را تحلیل و بررسی کرده است. این امر سبب شده که بررسی هرچه دقیق‌تر موضوع پیش‌رو لزوم و اهمیت بیشتری بیابد. شاید بتوان گفت که اغلب پژوهش‌های انجام‌شده را، با توجه به اهمیتی که پژوهشگران خارجی برای این موضوع قائل بوده‌اند، می‌توان در تدوین مؤلفه‌ها و در بخش‌های نظری استفاده کرده و به‌کار برد. آنچه این پژوهش را، در مقایسه با پژوهش‌های دیگر، در جایگاه برتری قرار می‌دهد بررسی سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی است که، با توجه به موضوع، کاری نو و جدید تلقی می‌شود. بر این اساس، این مطالعه می‌تواند به توسعه دانش در زمینه اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های روستایی کمک کند.

### مروری بر ادبیات موضوع

مسئولیت‌پذیری به معنای احساس تعهد و کنشی است که افراد در برابر وظایفی دارند که پذیرفته‌اند (Blackburn, 2007: 6). مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأکید می‌کند که افراد، شرکت‌ها و سازمان‌ها به‌شکلی خودجوش و خودانگیخته به سود و زیان اجتماعی خود همراه با مسائل مالی توجه می‌کنند (Rashid et al, 2014: 503). مسئولیت‌پذیری اجتماعی، براساس رویکرد جدید، به‌درک

می‌کند. مکنزی و پیترز (۲۰۱۴) نیز در پژوهشی نشان دادند که در سال‌های اخیر عوامل زیادی از جمله مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نحوه مدیریت هتل‌ها تأثیرگذار بوده است و بر این اساس، از دلایل رعایت مسئولیت‌پذیر بودن مدیران هتل در نظر گرفتن پاداش و مزایا بوده است. این امر را در برابر فعالیت‌های تجاری گردشگری مسئولیت‌پذیرتر کرده است. مدیران نیز با اجرای روش و سبک‌های مدیریتی متفاوت در میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان خود تأثیرگذار بوده‌اند. یافته‌های اسمیت و آنگ (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که ذی‌نفعان صنعت گردشگری از جمله صاحبان هتل‌ها وظیفه مهمی در اجرای برنامه‌های حفظ مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند و این مقدار بیشتر در بین اقامتگاه‌ها و هتل‌های کوچک محلی یا در سطوح بالای بین‌المللی وجود دارد. این هتل‌ها تمایل داشتند با سایر ذی‌نفعان، غیر از صنعت هتل‌داری، در زمینه سبب‌های اجتماعی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت) نیز همکاری کنند تا استانداردهای لازم و ضروری خود را اجرا کنند و به این ترتیب با بهبود مسائل اجتماعی و محیط‌زیست به محیط پیرامون خود آسیب نزنند. کیم و همکاران (۲۰۱۵) نیز به این نتیجه رسیدند که کارکنان هتل‌های چینی، در مقایسه با هم‌تایان خود (سایر بخش‌های خدمات) در کره، مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بیشتر و کارآمدتر رعایت می‌کنند. یافته‌های زینتارا و همکاران (۲۰۱۵) بیان می‌کند که رعایت مسئولیت‌پذیری کارکنان مکان‌های گردشگری و هتل‌ها در افزایش میزان رضایتمندی شغلی آنان به همراه افزایش مشارکت در کار تأثیر داشته است و همچنین، در نتیجه افزایش سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی، میزان آگاهی کارکنان از اصول نگهداری و حفاظت از محیط‌زیست بیشتر شده است. دوگروبوآ (۲۰۱۶) با پژوهش خود به این نتیجه رسید که استفاده نکردن از دستورالعمل‌های رسمی بین‌المللی، دسترسی نداشتن به اطلاعات و گزارش‌ها و اطلاع‌رسانی نامناسب به ناکامی در جذب گردشگر منجر شده است. همچنین، در این تحقیق مشخص شد که مدیرانی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتری دارند عملکردشان در برابر مسائل زیست‌محیطی ضعیف است و الزامات کمتری را در مقابل محیط رعایت می‌کنند. همچنین، نتایج به‌دست‌آمده کاهش رونق صنعت گردشگری در سال‌های اخیر را نشان می‌دهد که، با توجه بیشتر به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیستی، اخیراً نشانه‌هایی از تجدید حیات



و روابط درونی نظام‌های اجتماعی و محیطی در سطح کلان و تغییر دگرگونی راهبردها برای بهینه‌سازی پیامدها در نظام‌های انسانی و زیست‌محیطی توجه می‌کند. در واقع، مسئولیت‌پذیری اجتماعی با رویکرد جدید و نوظهور در هزاره جدید عاملی مهم در ایجاد تغییرات اساسی در سطح اشخاص، سازمان‌ها و جوامع و اطمینان از توجه به اهمیت تفاوت‌ها و تغییرات در سطح جامعه و الگوی جامع و جدید در قالب مدل دی‌ان‌ای (DNA) واحدهای کسب‌وکار است که به دنبال خلق ارزش حاکمیت مطلوب، مشارکت اجتماعی مناسب و یکپارچگی و امانت‌داری محیطی است. (Visser, 2012)

بر این اساس، تاکنون بررسی‌های متعددی در خصوص مسئولیت‌پذیری ارائه‌کنندگان خدمات گوناگون در جوامع و سازمان‌ها انجام شده است. به همین دلیل، مسئولیت‌پذیری در حوزه‌های گوناگون ابعاد پایداری بررسی شده است. با توجه به این‌که فعالیت‌های گردشگری با محیط انسانی و طبیعی پیوند دارند، مبحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی به منظور حفاظت از منابع جامعه انسانی محلی اهمیت فراوانی دارد (Orlitzky et al., 2011: 7)؛ چراکه پایداری جامعه در بلندمدت، به دلیل این‌که گردشگری در نواحی روستایی دارای آثار اجتماعی بسیاری مانند وارد کردن الگوهای رفتاری، گویشی، پوششی متفاوت است، می‌تواند چالش‌های موجود را در مسیر دستیابی به توسعه کاهش دهد (Martinez-Conesa et al., 2017). بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در فعالیت‌های گردشگری به معنای داشتن اثرگذاری مثبت در جامعه هدف است. (Uddin et al, 2008: 199)

به دلیل اهمیت مسئولیت اجتماعی، تاکنون دیدگاه‌های متعددی در این زمینه ارائه شده است. به طوری که، از نظر فریدمن و فردریک، مسئولیت اجتماعی، به جای توجه به ذی‌نفعان، فقط مجموعه‌ای از واحدهای سازمانی را فراهم کرده است. آن دو معتقدند که منابع موجود باید برای دستیابی به اهداف وسیع اجتماعی استفاده شوند نه فقط برای منافع افراد خاص و شرکت‌های خصوصی (Frederick, 1960; Friedman, 1962: 37). همچنین، در جایی دیگر فریدمن و لایدکا (۱۹۹۱)، در خصوص این‌که چرا معمولاً به مفهوم مسئولیت اجتماعی توجه نمی‌شود، دلایل مختلفی را ارائه کرده‌اند. یکی از آن دلایل این بود که سی‌اس‌آر موجب می‌شود مدیران در حوزه‌های فراسوی تخصص خود، که کاهش و التیام مشکلات جامعه است، وارد شوند. همچنین، وود و اولمان معتقدند پیشینه‌ای طولانی در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد که با بحث مدیریت کیفیت درهم تنیده شده است. این امر موجب شده مسائل و مباحث مختلفی از جمله محل

کار، نیروی کار، مشتریان، عرضه‌کنندگان، محیط‌زیست، جامعه، اخلاقیات، حقوق بشر و بقای سازمانی در عرصه مسئولیت‌پذیری اجتماعی مطرح شوند و مدیران را ملزم کنند که به همه این موارد توجه کنند (Wood, 1991; Ulmann, 1985). به عقیده بوونز، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به وظایف مدیران یا قوانین دولتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی‌ای می‌پردازد که عمدتاً در تضاد با منافع سرمایه‌داران اند. گاهی سازمان‌ها ناچار می‌شوند هزینه رفتارشان را که به لحاظ اجتماعی نامسئولانه تلقی شده است مستقیماً بپردازند (Bovens, 2005: 84).

بنابراین، این دیدگاه‌ها نشان می‌دهد که هر نوع فعالیت و کسب‌وکار اقتصادی به واسطه داشتن آثار اجتماعی می‌تواند وظایفی انسانی، فراتر از سود فردی و سازمانی، در مقابل جامعه خود داشته باشد. حوزه گردشگری نیز، به واسطه گستردگی و کسب‌وکارهای متعدد شکل گرفته در آن برای ارائه خدمات به گردشگران، می‌تواند دارای مسئولیت‌هایی در مقابل اجتماع محلی به لحاظ اجتماعی باشد. زیرا، برای مثال، ورود و جذب گردشگر در مناطق روستایی با مناسب‌سازی قواعد و رفتارهای اجتماعی به همراه افزایش کیفیت محیط طبیعی، اصلاح ساختار اجتماعی و مسائل فرهنگی در مقیاس‌های مختلف توسعه‌یافتگی می‌تواند تأثیرات مطلوبی در مناطق ذکر شده داشته باشد (Cawley & Desmond, 1995: 318). بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند عامل اساسی بقای فعالیت‌های گردشگری باشد. به همین دلیل، با توجه به این‌که همه فعالیت‌های گردشگری به گونه‌ای با جامعه ارتباط دارند، مسئولیت اجتماعی، صرف‌نظر از اندازه یا بخش سازمان، به موضوعی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است.

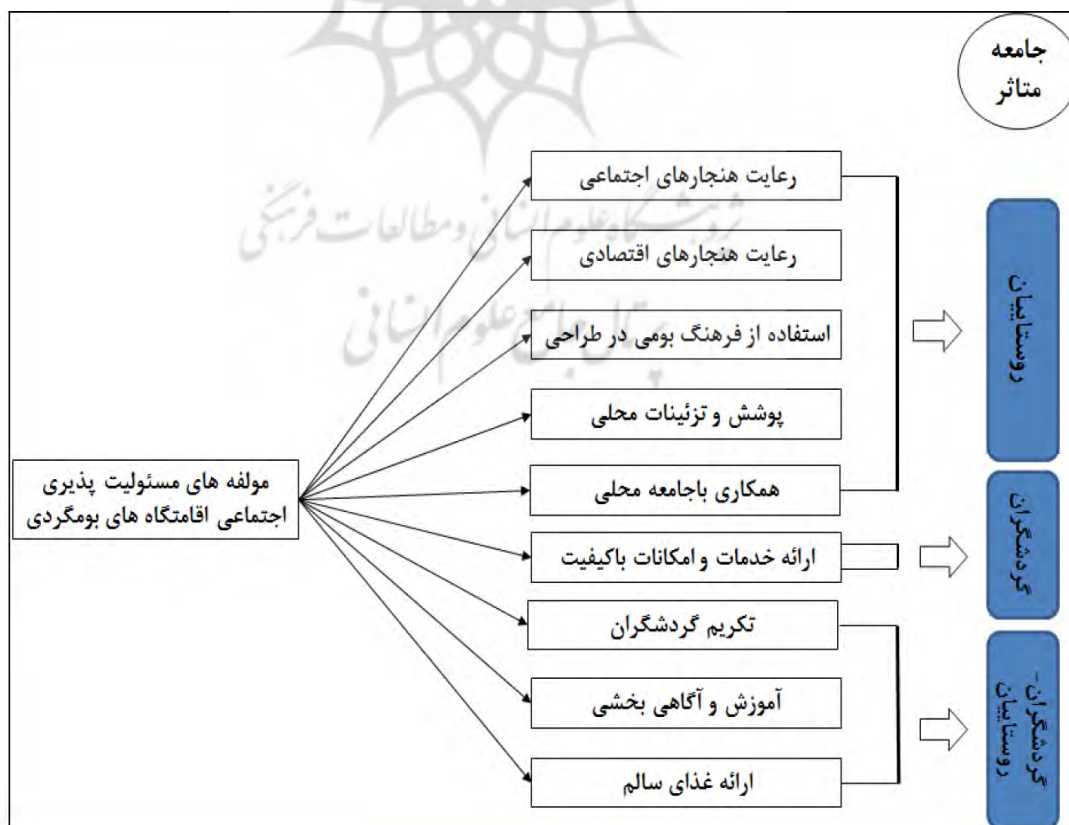
اقدامات مسئولیت‌اجتماعی در کسب‌وکارهای گردشگری، شامل به‌کارگیری مسئولانه مؤلفه‌های فرهنگی (Goodwin, 2011)، حفاظت از میراث فرهنگی، رفتار عادلانه و مسئولانه مدیران و کارکنان، تأمین‌کنندگان و مهمانان، استفاده منصفانه از خدمات و منابع محلی، مشارکت و همکاری با جوامع محلی و طراحی و ارتقای رفتار در مقابل محیط و رعایت هنجارهای اجتماع محلی، می‌تواند ابزار مناسبی برای بازاریابی و توسعه گردشگری برای فعالان گردشگری کوچک تا متوسط باشد (Erdem & Tetik, 2013: 86). بر اساس اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رفتارها و فعالیت‌های تفریحی غیرمسئولانه گردشگران و فعالان اقتصادی گردشگری ممکن است در محیط مقصد گردشگری تأثیر مستقیم و غیرمستقیم اجتماعی و فرهنگی منفی بگذارند. بر این اساس، امروزه رفتار مسئولانه گردشگران و صاحبان کسب‌وکارها در مسیر دستیابی به توسعه پایدار گردشگری ضرورت بسیاری





تعداد گردشگر و جلب رضایت مردم محلی باشد و بی‌توجهی به آن به مسائلی منجر می‌شود که برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی روستا را با مخاطره روبه‌رو می‌کنند. به‌طور کلی، تبلور مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌ها اصلی ارزشمند و حیاتی به‌شمار می‌رود که سبب کاهش آسیب‌پذیری محیط اجتماعی روستاها می‌شود. بنابراین، با وجود این‌که مسئولیت‌پذیری اصلی مهم و اساسی در ارائه خدمات گردشگری به‌ویژه هتل‌داری است، به دلیل نوظهور بودن مسئله توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در محیط‌های روستایی به‌منزله خدمات اسکان محلی به گردشگران روستایی، تاکنون به مسئله مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی توجه نشده است. در حالی‌که اقامتگاه‌های بوم‌گردی در اجتماعات محلی در حال فعالیت بوده و حضور گردشگر تأثیراتی اجتماعی را به همراه خواهد داشت. بنابراین، بسیار مهم است که صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌منظور توسعه کسب‌وکار و جذب گردشگری به محیط‌های روستایی به اصول، قواعد و هنجارهای اجتماعی روستای خود توجه داشته باشند و آن‌ها را رعایت کرده و کسب‌وکارشان را متناسب با آن مدیریت کنند. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش را می‌توان به صورت شکل ۱ ترسیم کرد.

یافته است و با توجه به دستورالعمل‌های بین‌المللی باید اصول پایداری رعایت شود (Bien, 2002: 140). رفتار مسئولانه در مقاصد گردشگری پیش شرط ضروری توسعه گردشگری نواحی روستایی است و محققان معتقدند آنچه در بحث گردشگری پایدار روستایی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی اهمیت دارد بحث مشارکت مردم محلی در اقتصاد گردشگری، رعایت اخلاقیات گردشگری، توجه به هنجارهای رفتاری، احترام به ارزش‌های جامعه ملی و سودرسانی به آن‌هاست که در الگوی اکوتوریسم توسعه پایدار به‌وضوح مشاهده می‌شود (Buckley, 2012: 86). از این رو، در اجتماعات محلی، به دلیل حساس بودن مسائل اجتماعی و وجود هنجارهای محلی و بومی، توجه به اصول و قواعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی فراوانی دارد. بنابراین، رفتار مسئولانه صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی از عناصر اصلی در فرایند توسعه گردشگری است که اهمیت بسیاری در جوامع روستایی دارد؛ زیرا اقامتگاه‌های بوم‌گردی عمدتاً در سکونتگاه‌های انسانی و بومی با قدمت بالا احداث می‌شوند. صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی باید تلاش‌های خود را به حفاظت از جوامع محلی در مقیاس محلی به‌منظور کاهش خطرات و تهدیدهای اجتماعی معطوف سازند. زیرا استفاده مطلوب از محیط روستا می‌تواند ضامن افزایش



شکل ۱: مدل چارچوب نظری تحقیق

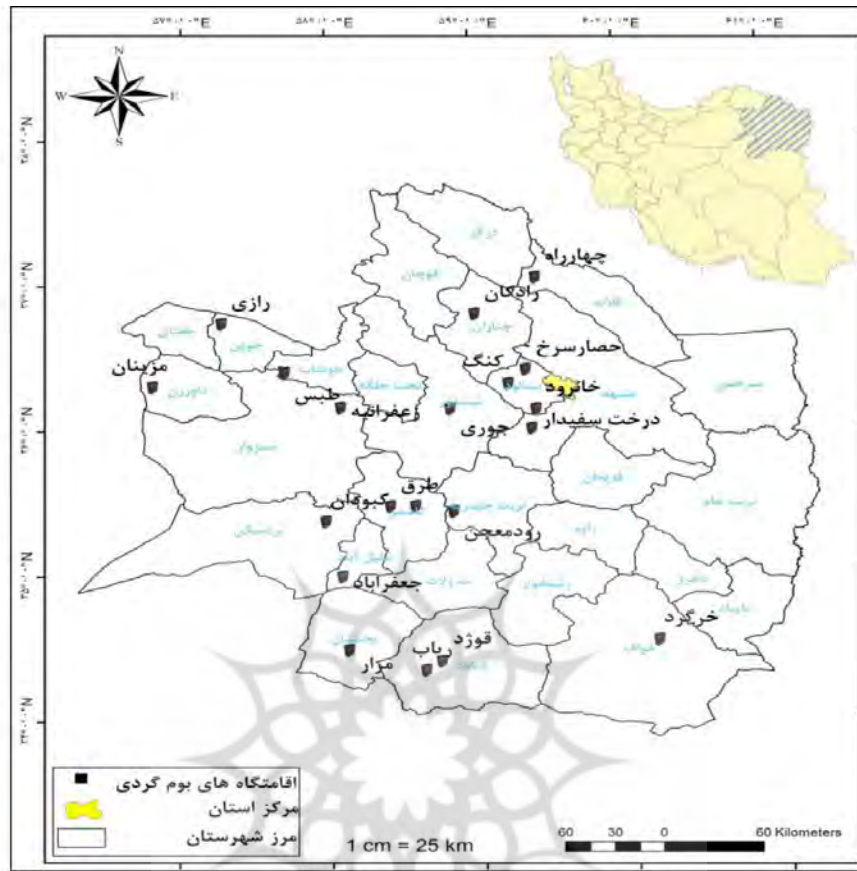
## روش‌شناسی تحقیق

هدف این پژوهش تحلیل میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در روستاهای استان خراسان رضوی است. از این رو، این مطالعه، از نظر هدف، کاربردی و، براساس ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق صاحبان ۲۷ اقامتگاه بوم‌گردی روستایی در استان خراسان رضوی است که به صورت تمام‌شماری به‌منزله نمونه مطالعه و بررسی شد (جدول ۱).

جدول ۱: مشخصات اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان خراسان رضوی

نام شهرستان	نام اقامتگاه	نام روستا	جاذبه‌های منحصر به فرد روستا	درجه	فاصله از شهر	مدیریت	ظرفیت پذیرش سالانه
بجستان	آصف	مزار	معماری و بافت سنتی، آثار تاریخی، قلعه کهنه، مسجد قدیمی	۳	۲۰	بومی	۱۴۶۰۰
بردسکن	سبئی	کبودان	بافت مسکونی قدیمی، منطقه حفاظت‌شده، کویر، برج	۳	۱۸	بومی	۱۰۹۵۰
	بی‌بی بانو			بومی		۱۰۹۵۰	
	سرکمر			بومی		۱۰۹۵۰	
بینالود	ماژان	حصار سرخ	درخت‌های کهن، باغ‌های سبز	۳	۱۳	بومی	۱۱۶۸۰
	کنگ کهن	کنگ	جاذبه‌های طبیعی، باغ‌ها، بافت مسکونی تاریخی، قلعه، قبرستان قدیمی	۲	۲۹	بومی	۱۰۹۵۰
ترت حیدریه	شودالون	رود معجن	آبشار، قلعه کهن قدیمی	۳	۱۵	بومی	۷۳۰۰
جوین	حموی	رازی	بافت تاریخی روستا	۳	۱۷	بومی	۹۱۲۵
چناران	ارگ رادکان	رادکان	برج تاریخی، رودخانه، یخدان و حمام تاریخی	۱	۷	بومی	۲۵۵۰۰
	کهندژ			بومی		۱۰۹۵۰	
خلیل‌آباد	اشنو	جعفرآباد	کویر نمک، بافت تاریخی، آب‌انبار و مسجد جامع، کویر	۳	۲۵	بومی	۷۳۰۰
خواف	غیاثیه	خرگرد	مدرسه قدیمی، حمام تاریخی، بنای یادبود، آب‌انبار، قلعه، مزار، آسپاد، تفرجگاه طبیعی	۳	۵	بومی	۱۴۶۰۰
سبزوار	زعفرانیه	زعفرانیه	کاروان‌سرا، یخچال، قلعه کهنه، چاپارخانه، حمام، آب‌انبار	۳	۳۵	بومی	۷۳۰۰
	ننه کلو بابا کلو	طیس	قنات، رودخانه، آبشار	۳	۱۵	بومی	۱۲۷۷۵
کاشمر	چشمه نقره	طرق	قلعه تاریخی، بافت کهن روستا	۳	۱۰	بومی	۱۸۲۵۰
	بادام	ایور	خانه‌های قلعه‌ای، جاذبه‌های کوهستانی، کارگاه‌های قالی‌بافی	۳	۱۳	بومی	۱۴۶۰۰
کلات	خانه پدري	چهارراه	رودخانه دائمی، کوهستان	۳	۳۲	بومی	۷۳۰۰
گناباد	قوامیه	ریاب	خانه‌های قدیمی بادگیردار، حوضخانه، قلعه، حمام، مسجد و آب‌انبار	۲	۱۰	بومی	۱۸۲۵۰
	خالو عیسی			۳		بومی	۱۴۶۰۰
	خواجه ابومنصور			۳		بومی	۱۲۷۷۵
	ریو			۳		بومی	۱۲۷۷۵
مشهد	غور	قوژد	آثار باستانی و کاروان‌سرا، بادگیر، پارک جنگلی، قبرستانی قدیمی	۳	۳۰	بومی	۱۴۶۰۰
	عارف و ماهرخ			۳		بومی	۱۴۶۰۰
مشهد	جاده ابریشم	درخت سپیدار	قلعه، قبرستان، گبرها، کاروان‌سرای قدیمی، غار، دیواره‌های صخره‌نوردی، قنات تاریخی	۲	۵۵	بومی	۱۴۶۰۰
	هفت سنگ			۲		بومی	۱۴۶۰۰
نیشابور	یاراب	خانرود	رودخانه، باغ‌ها، جاذبه‌های کوهستانی	۲	۱۲	بومی	۱۴۶۰۰
	جوری	جوری	بقعه تاریخی، خانه‌های قدیمی	۳	۲	بومی	۹۱۲۵

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی (۱۳۹۸).



شکل ۲: معرفی اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان رضوی

در این مطالعه، به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز از دو روش کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی استفاده شد. بنابراین، با روش اسنادی به بررسی ادبیات نظری پژوهش پرداخته و در نهایت مؤلفه‌های پژوهش استخراج و متناسب با شرایط منطقه بازبینی شد. در این مطالعه، بر اساس ادبیات نظری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در قالب ۹ مؤلفه و ۳۴ متغیر سنجش و بررسی شد. همچنین، در روش میدانی، در ابتدا سؤالات طرح شده پس از تأیید روایی توسط کارشناسان حوزه گردشگری در قالب ابزار پرسش‌نامه در طیف لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) در بین نمونه‌ها تکمیل و سپس کدگذاری شد. پایایی کل پرسش‌نامه مورد نظر از طریق پیش‌آزمون آلفای کرونباخ با ۳۰ پرسش‌نامه به مقدار ۰/۸۲ به دست آمد که مطلوبیت این پرسش‌نامه را نشان می‌دهد (جدول ۲).

از دلایل اصلی اهمیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان رضوی اهمیت چشمگیر آن‌ها در توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی است. استان خراسان رضوی سالانه بیش از بیست میلیون گردشگر داخلی و خارجی دارد (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران، ۱۳۹۸) که بخش زیادی از این جمعیت از نقاط روستایی و جاذبه‌های طبیعی و انسانی آن‌ها دیدن می‌کنند و از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری علاقه‌مندان گردشگری، برای استراحت و گذران اوقات فراغت، اقامتگاه‌های بوم‌گردی نواحی روستایی است. این اقامتگاه‌ها هتل‌موزه‌های<sup>۲</sup> محلی-سنتی اند که سبک زندگی و معماری سنتی در جامعه روستایی را نشان می‌دهند. این شرایط علاقه‌مندی گردشگران به استفاده از آن‌ها را بیشتر کرده است.

1. Iran's Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization, 2018  
2. Hotel museum

جدول ۲: ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش

(Seroka-Stolka, 2013; CSR Report, 2017; Saka et al., 2009)

مؤلفه	تعداد متغیرها	ضریب پایایی
رعایت هنجارهای اجتماعی	۶	۰/۶۶
رعایت هنجارهای اقتصادی	۲	۰/۷۱
استفاده از فرهنگ بومی در طراحی	۵	۰/۶۷
پوشش و تزئینات محلی	۲	۰/۶۳
تکریم گردشگران	۳	۰/۶۹
همکاری با جامعه محلی	۳	۰/۶۶
آموزش و آگاهی‌بخشی	۴	۷۷/۰
ارائه غذای سالم	۳	۶۸/۰
ارائه خدمات و امکانات باکیفیت	۶	۷۲/۰

توالیت، سیستم دفع فاضلاب)، فناوری اطلاعات (دسترسی به شبکه‌های تلفن همراه و اینترنت) و روش‌های رزرو (حضور، تلفنی و اینترنتی) در شرایط مناسبی قرار دارند. همچنین، ۳۷ درصد اقامتگاه‌ها در برابر مخاطرات طبیعی (مانند سیل و زلزله) اصول و استانداردهای ایمنی در ساخت و ساز را (بر اساس ضوابط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور) رعایت کرده‌اند. میزان ورود گردشگر به هر یک از اقامتگاه‌ها نشان داد که حدود ۴۴/۴ درصد از اقامتگاه‌ها تعداد کمتر از ۵۰ گردشگر در هفته و حدود ۵۵/۶ درصد بین ۵۰ تا ۱۰۰ گردشگر در هفته پذیرش دارند که هزینه اقامت برای هر نفر در بین اقامتگاه‌ها متفاوت است. به‌طور کلی، بیشترین میزان قیمت برای اقامتگاه ارگ رادکان با نرخ ۸۵ هزار تومان برای هر نفر و کم‌ترین آن برای اقامتگاه بی‌بی بانو با قیمت ۲۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است. در نتیجه، مشخص شد که میانگین قیمت در بین اقامتگاه‌های استان حدود ۴۵ هزار تومان برای هر نفر در شبانه‌روز با صبحانه بوده که این قیمت در ایام مختلف سال با توجه به مناسبت‌ها متغیر است.

تمام اقامتگاه‌ها نیز، به‌منظور جذب گردشگر، تبلیغات و اطلاع‌رسانی متنوعی در فضای مجازی و فیزیکی انجام می‌دهند که از جمله می‌توان به پیام‌رسان‌های تلگرام، وبگاه‌های اینترنتی، اینستاگرام و اطلاع‌رسانی محیطی (مانند بنر، تابلوها) اشاره کرد. از نظر فاصله به نزدیک‌ترین شهر، مشخص شد ۱۱/۱ درصد از اقامتگاه‌ها در فاصله کمتر از ۱۰ کیلومتر، ۶۴/۱ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ کیلومتر و ۲۴/۸ درصد در فاصله بیش از ۲۰ کیلومتری قرار گرفته‌اند. شرایط و موقعیت خاص برخی از روستاها سبب شده است تا این نواحی از نظر گردشگری همواره جاذب جمعیت باشند. در این میان، اقامتگاه‌های بوم‌گردی تنها یکی از عناصر گردشگری در روستا به‌شمار می‌روند که خود تحت تأثیر عوامل دیگر چون ویژگی‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی، بافت سنتی و عناصر شاخص فرهنگی است. به دلیل اهمیت این موضوع، روستاهای مورد مطالعه از نظر برخی از قابلیت‌های موجود بررسی شدند که نتایج نشان داد جاذبه‌های طبیعی (مانند وجود چشم‌اندازها، باغ‌ها)، معماری (مانند بناهای قدیمی، حمام تاریخی، نوع بافت مسکونی)، فرهنگی (گوش و لهجه‌های خاص محلی، صنایع دستی) و تاریخی (مانند قبرستان‌ها، سنگ‌نوشته‌ها) در تمامی روستاهای مورد مطالعه وجود دارد که این خود نقطه قوتی در جذب گردشگر است. حدود ۸۰ درصد صاحبان

همچنین، به‌منظور تجزیه و تحلیل یافته‌های گردآوری شده پس از بررسی و تأیید داده‌ها از نظر نرمال بودن با آزمون کولموگوروف اسمیرنوف ۱ در نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس (SPSS)، از آزمون هم‌بستگی برای بررسی میزان شدت ارتباط بین مؤلفه‌های پژوهش و از مدل آماری رگرسیون برای بررسی اهمیت ویژگی‌های صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها و از آزمون t تک‌نمونه‌ای نیز برای مقایسه میانگین‌های ابعاد استفاده شده است. به‌منظور مشخص شدن تفاوت میانگین‌ها بین مسئولیت‌پذیری زنان و مردان نیز از آزمون t دو نمونه‌ای مستقل استفاده شد.

### یافته‌ها

بررسی‌ها نشان داد که، از لحاظ مدیریت، تمام اقامتگاه‌ها بومی و، از نظر درجه‌بندی، درجه دو و سه‌اند و تنها اقامتگاه ارگ رادکان درجه یک است. بر اساس نتایج، همه صاحبان اقامتگاه‌ها متأهل و، از نظر جنسیت، ۶۳ درصد را مردان و ۳۷ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. از نظر گروه‌های سنی، ۵۵ درصد صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال قرار دارند. همچنین، از نظر سطح تحصیلات، ۵۵/۶ درصد از نمونه‌های مورد مطالعه مدرک دیپلم دارند که از این بین فقط کمتر از ۸ درصد زمینه تحصیلی آن‌ها با گردشگری مرتبط بوده است. در ادامه، مشخص شد که وضعیت دسترسی به خدمات زیرساختی (گاز، آب و برق، تلفن، دسترسی به شبکه‌های تلفن همراه، امکانات سرمایشی و گرمایشی و راه آسفالت) و خدمات بهداشتی (حمام،

1. Kolmogorov-Smirnov test





گردشگری روستایی، به دلیل تجربی بودن آموزش فرایند گردشگری و مهمان‌نوازی در روستا، بوده است. این امر میزان قابل قبول سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقایسه با گردشگران و جامعۀ محلی را نشان می‌دهد.

جدول ۳: میانگین مؤلفه‌های پژوهش (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

مؤلفه‌ها	متغیر	منتفع	میانگین	انحراف از معیار
رعایت هنجارهای اجتماعی	احترام به ارزش‌های بومی و محلی	روستایی	۶۶/۴	۰/۶۲
	جلوگیری از رفتارهای ناهنجار گردشگران	روستایی	۰۰/۴	۰/۶۲
	رعایت قوانین و مقررات	روستایی	۴۸/۴	۰/۷۰
	مطابقت زمینه‌های توسعه گردشگری با هنجارهای جامعه	روستایی	۵۹/۴	۶۳/۰
	تداخل نداشتن اقامتگاه با طرح‌های توسعه روستایی	روستایی	۷۰/۴	۵۴/۰
	نبود آلودگی صوتی	روستایی	۹۲/۴	۳۸/۰
رعایت هنجارهای اقتصادی	استفاده از نیروهای کار بومی	روستایی	۳۳/۴	۹۶/۰
	فروش صنایع دستی بومی به گردشگران	روستایی	۳۷/۴	۸۳/۰
	توجه به مبلغان محلی در طراحی اقامتگاه	روستایی	۲۹/۴	۸۱/۰
استفاده از فرهنگ بومی در طراحی	استفاده از رنگ‌های محلی در طراحی بنا	روستایی	۳۳/۴	۸۷/۰
	به کارگیری تجهیزات سنتی و بومی	روستایی	۵۹/۴	۶۹/۰
	استفاده از مصالح بومی	روستایی	۵۹/۴	۶۹/۰
	کاربرد صنایع دستی بومی در طراحی بنا	روستایی	۵۵/۴	۶۴/۰
پوشش و تزئینات محلی	استفاده از تزئینات محلی و سنتی برای اقامتگاه	روستایی	۴۴/۴	۶۹/۰
	استفاده از پوشش محلی برای کارکنان اقامتگاه	روستایی	۰۰/۴	۶۷/۰
تکریم گردشگران	توجه به علائق گردشگران	گردشگران	۴۰/۴	۶۹/۰
	احترام به نمادها و الگوهای فرهنگی گردشگران	گردشگران	۹۲/۳	۶۷/۰
	آشنایی گردشگران با آداب و فنون بومی	روستایی	۷۷/۳	۶۹/۰
همکاری با جامعۀ محلی	همکاری با انجمن‌های محلی	روستایی	۰۰/۴	۶۲/۰
	مشارکت در طرح‌های توسعه محلی	روستایی	۸۱/۳	۸۳/۰
	داشتن احساس تعلق مکانی صاحب اقامتگاه به روستا	روستایی	۷۰/۴	۵۲/۰

اقامتگاه‌های بوم‌گردی افراد بومی روستا هستند، به طوری که حدود ۶۶/۷ درصد همیشه در اقامتگاه حضور داشته و سایر صاحبان بیش از دو بار در هفته در اقامتگاه فعالیت دارند. بومی بودن صاحب اقامتگاه از مهم‌ترین معیارهای مسئولیت‌پذیری پیشرفت است. از این رو، حدود ۳۷ درصد از صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی بین ۵ تا ۱۰ سال و ۶۳ درصد بیش از ۱۰ سال در روستا سکونت داشته‌اند. این پیشینه سکونت در روستا سبب شده است که تقریباً تمامی صاحبان اقامتگاه‌ها در تعدادی از گروه‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه روستایی از قبیل شرکت در جلسه‌های حل مشکلات روستا، عضویت در سمن‌های حفاظت از محیط‌زیست، مشارکت در جلسات شورای روستایی و موارد دیگر فعالیت داشته باشند. همچنین، با توجه به هزینه‌های زیاد احداث اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی، دریافت خدمات و تسهیلات (نقدی و غیرنقدی) از سوی دولت از ضروریات انکارناپذیر است. در این میان، برخی از سازمان‌ها تسهیلاتی از قبیل ارائه مجوزهای فعالیت، وام اشتغال روستایی و تبلیغات ارائه می‌دهند که اقامتگاه‌های مورد مطالعه نیز بیش از ۸۰ درصد از این خدمات بهره‌مند شده‌اند. با توجه به این که اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد مطالعه در سامانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ثبت شده‌اند، حدود ۴۰ درصد از اقامتگاه‌ها پذیرای مهمان خارجی بوده‌اند که بیشترین تعداد گردشگر خارجی به اقامتگاه‌های واقع در روستاهای رادکان چناران و ریاب مربوط می‌شود.

در بررسی وضعیت ایجاد اشتغال اقامتگاه‌های بوم‌گردی مشخص شد در مجموع ۱۳۹ اشتغال مستقیم و ۴۶۳ اشتغال غیرمستقیم ایجاد شده است. همچنین، میانگین مؤلفه‌ها نشان داد از ۳۴ متغیر مورد بررسی تمامی موارد بالای حد متوسط بودند. در این میان، با توجه به این که از دلایل مهم انتخاب اقامتگاه‌های بوم‌گردی توسط گردشگران وجود فضایی آرام و دور از هیاهوی زندگی شهری بوده که عمدتاً در نواحی روستایی این چنین فضایی برای گردشگران فراهم است، نبود آلودگی صوتی با میانگین ۴/۹۲ در بین متغیرها بالاترین امتیاز را به دست آورده است و کمترین میانگین (۳/۲۵) توجه به مراسم و نمایش‌های محلی به دلیل کم‌رنگ شدن فرهنگ و سنت‌های گذشتگان و محدود بودن زمان اقامت گردشگر در اقامتگاه بوم‌گردی، که فرصت اجرای نمایش کمتر پیش خواهد آمد، و برگزاری کلاس‌های آموزشی مرتبط با گردشگری به دلیل دسترسی نامناسب به مربی متخصص در روستا و نبود کلاس‌های مرتبط با



کنگ کهن	۰۶/۴	خواجه ابومنصور	۵۹/۴
شودالون	۵۶/۴	ریو	۵۳/۴
حموی	۳۵/۴	غور	۹۲/۴
ارگ رادکان	۵/۴	عارف و ماهرخ	۸۷/۴
کهن دژ	۱۵/۴	جاده ابریشم	۹۰/۴
اشنو	۳۲/۴	باراب	۲۱/۴
غیایه	۴۷/۴	هفت سنگ	۷۰/۴
زعفرانیه	۳۲/۴	جوری	۹۰/۴
ننه کلو بابا کلو	۰۳/۴		

از آنجاکه صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی از بین دو گروه جنسیتی زنان و مردان بودند و فرض بر این است که به لحاظ مسئولیت‌پذیری اجتماعی بین این دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد، در ادامه میزان تفاوت مسئولیت‌پذیری اجتماعی زنان و مردان با استفاده از آزمون t دونمونه‌ای مستقل اندازه‌گیری شد. هر چند به لحاظ میانگین هر دو گروه زنان و مردان صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی بالای حد متوسط‌اند، زنان اندکی از میانگین بالاتری برخوردارند (جدول ۵).

جدول ۵: محاسبه میانگین گروه‌های مستقل (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

خطای میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	جنسیت	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۸	۰/۲۷	۶۲/۴	زنان	
۰/۰۵	۰/۲۳	۳۸/۴	مردان	

با توجه به نتایج آزمون لوین مشخص شد که سطح معناداری بالاتر از مقدار ۰/۰۵ است، یعنی در مجموع فرض نابرابری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بین زنان و مردان تأیید و فرض برابری میانگین‌ها رد می‌شود. بنابراین، واریانس گروه‌های مستقل مردان و زنان صاحب اقامتگاه بوم‌گردی در رعایت مسئولیت‌پذیری اجتماعی با هم برابر نیست. این امر تأثیر جنسیت در مسئولیت‌پذیری بودن صاحبان اقامتگاه در برابر جامعه و محیط به‌منظور افزایش گردشگران و بهبود توسعه اقامتگاه را نشان می‌دهد که، براساس نتایج، مسئولیت‌پذیری زنان در مقایسه با مردان تا حدودی بیشتر است. همچنین، بررسی نتایج فاصله از سطح اطمینان نشان داد که، با توجه به مثبت بودن حد

1. Levene's Test

2. Confidence Interval of Difference

مؤلفه‌ها	متغیر	منتفع	میانگین	انحراف از معیار
آموزش و آگاهی‌بخشی	آگاهی‌بخشی زیست‌محیطی به گردشگران و روستاییان	روستایی- گردشگر	۰۰/۴	۶۷/۰
	برگزاری کلاس‌های آموزشی مرتبط با گردشگر	گردشگران	۲۵/۳	۵۹/۰
	معرفی جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی روستا	گردشگران	۴۸/۴	۷۰/۰
ارائه غذای سالم	اجرای مراسم و نمایش محلی در اقامتگاه مقصد	روستایی	۲۵/۳	۶۵/۰
	ارائه غذاهای سالم و محلی به گردشگران	گردشگران	۸۱/۴	۵۵/۰
	امکان ارائه نوشیدنی‌های محلی و دمنوش	گردشگران	۵۱/۴	۶۴/۰
ارائه خدمات و امکانات باکیفیت	استفاده از مواد محلی برای تهیه غذا	روستایی	۲۹/۴	۸۲/۰
	برخورداری از خدمات عمومی	گردشگران	۲۲/۴	۵۴/۰
	برخورداری از خدمات بهداشتی و درمانی	گردشگران	۱۸/۴	۴۷/۰
	دسترسی آسان به خدمات ارتباطی و حمل‌ونقل	گردشگران	۳۳/۴	۸۳/۰
	تخصیص فضای مناسب و طبیعی برای پذیرایی از میهمانان	گردشگران	۲۹/۴	۷۷/۰
	داشتن فضاهای مکمل مورد نیاز گردشگران	گردشگران	۳۳/۴	۷۳/۰
برخورداری از خدمات ارتباطی (اینترنت) در اقامتگاه	گردشگران	۲۵/۴	۸۵/۰	

توزیع میانگین‌های ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی

نتایج حاصل از بررسی میانگین مسئولیت‌پذیری در بین صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی نشان می‌دهد که مقادیر به‌دست آمده یکسان توزیع نشده‌اند. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، بیشترین سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی در اقامتگاه غور با مقدار ۴/۹۲ بوده است.

جدول ۴: توزیع فضایی میانگین‌های مسئولیت‌اجتماعی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

نام اقامتگاه	مستولیت اجتماعی	نام اقامتگاه	مستولیت اجتماعی
آصف	۴/۲۴	چشمه نقره	۴۴/۴
سینی	۴/۷	بادام	۲۹/۴
بی‌بی بانو	۴/۶	خانه پدری	۵۶/۴
سرکمر	۴۷/۴	قوامیه	۲۹/۴
مازان	۶۵/۴	خالو عیسی	۳۸/۴

بالا و پایین، میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زنان بیشتر از مردان است (جدول ۶).

جدول ۶: مقایسه تفاوت میانگین‌های مسئولیت‌پذیری در بین زنان و مردان با استفاده از آزمون t، دونمونه‌ای (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

برای برابری میانگین‌ها t آزمون				آزمون لوین		دو گروه زنان و مردان		
مقدار فاصله از سطح اطمینان ۹۵٪		خطای اختلاف میانگین	اختلاف میانگین	Sig	t آماره			Sig
حد بالا	حد پایین							
۰/۴۵	۰/۰۴	۰/۰۹۰	۲/۴۸	۰/۰۱۸	۲/۵۲	۰/۳۵	۰/۹۰	فرض برابری میانگین
۰/۴۶	۰/۰۳	۰/۱۰	۲/۴۸	۰/۰۲۷	۲/۴۱			فرض نابرابری میانگین



در این مؤلفه‌ها ندارد و، با توجه به مقادیر حد پایین و بالا، میانگین‌ها تا حد زیادی برابرند. همچنین، بررسی سطح نتایج در فاصله اقامتگاه از مرکز شهر و تفاوت در میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز نشان داد، با توجه به سطح معناداری به دست آمده، تفاوت معناداری در میانگین‌های این دو مؤلفه از لحاظ فاصله وجود ندارد. به طوری که می‌توان گفت بیشتر گردشگرانی که قصد اقامت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی را دارند به کیفیت اقامتگاه و نوع خدمات ارائه شده توجه می‌کنند (جدول ۷).

در ادامه نیز، آزمون t دونمونه‌ای مستقل براساس متغیر فاصله اقامتگاه‌های بوم‌گردی از شهر با متغیرهای درجه اقامتگاه، گردشگری سالانه، هزینه اقامت، اشتغال‌زایی مستقیم و مسئولیت‌پذیری اجتماعی محاسبه شد. با توجه به نتایج آزمون لوین مشخص شد سطح معناداری، به غیر از مؤلفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، در سایر متغیرها بالاتر از مقدار ۰/۰۵ به دست آمده است که این امر فرض برابری میانگین‌ها را در فواصل معین (کمتر از میانگین و بیشتر از آن) تأیید می‌کند. به عبارتی، می‌توان گفت که فاصله اقامتگاه‌های بوم‌گردی از شهر تأثیری

جدول ۷: مقایسه تفاوت میانگین مؤلفه‌ها در دو گروه فاصله از شهر (کمتر و بیشتر از میانگین) با استفاده از آزمون t دونمونه‌ای (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

فاصله اقامتگاه از مرکز شهر (کمتر از میانگین / بیشتر از میانگین)	آزمون لوین		برای برابری میانگین‌ها t آزمون				
	حد بالا	حد پایین	اختلاف میانگین	Sig	t آماره	Sig	f آماره
درجه اقامتگاه	۰/۳۷	-۰/۵۰	۰/۰۶	۰/۷۶	۰/۳۰	۰/۸۱۱	۰/۰۵۸
	۰/۳۶	-۰/۴۹	۰/۰۶	۰/۷۵	۰/۳۱		
تعداد گردشگر	۴۹۴۱/۴۴	-۱۶۱۵/۰۹	۱۶۶۳	۰/۳۰	۱/۰۴	۰/۷۸	۰/۰۷۵
	۴۷۴۲/۳۷	-۱۴۱۶/۰۲	۱۶۶۳	۰/۲۷	۱/۱۱		
هزینه اقامت	۱۲۱۹۷/۵۵	-۱۴۸۹۱/۶۷	۱۳۴۷	۰/۸۳	۰/۲۰	۰/۵۳	۰/۳۹
	۱۱۴۹۳/۲۶	-۱۴۱۸۷/۳۸	۱۳۴۷	۰/۸۳	۰/۲۱		
اشتغال‌زایی مستقیم	۱/۹۲	-۰/۸۱	۰/۵۵	۰/۴۱	۰/۸۳	۰/۱۱	۲/۷۳
	۱/۷۸	-۰/۶۷	۰/۵۵	۰/۳۶	۰/۹۲		
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۰۷	-۰/۳۶	۰/۱۴	۰/۱۸	۱/۳۶	۰/۰۴۴	۰/۴۸
	۰/۱۱	-۰/۴۰	۰/۱۵	۰/۲۴	۱/۲۰		





جدول ۱۱: خلاصه مدل (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

مدل	R مقدار	ضریب تعیین ۱	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد ۲
۱	۰/۸۶۹	۰/۷۵۶	۰/۵۸۸	۰/۲۴۸۷۴

در جدول ۱۱ (خلاصه مدل) ۱ بین متغیر سن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم‌بستگی‌ای از نوع مستقیم و قوی وجود دارد و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۳۹ برابر مزبور در تبیین متغیر وابسته است.

مدل شدند. به‌طور کلی، ضریب تعیین این مؤلفه‌ها در میزان مسئولیت‌پذیری صاحبان اقامتگاه‌ها ۰/۷۵۶ است و نشان می‌دهد که در بالا بردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌ها مؤلفه‌های ذکر شده تأثیر بسیاری داشته است. زیرا بسیاری از صاحبان اقامتگاه‌ها، که دارای تحصیلات، تعداد گردشگر و تجربه بیشترند و درآمد آن‌ها بالا و فاصله کمی با شهر دارند، دارای مسئولیت بیشتری‌اند. براساس نتایج مدل، حدود ۷۵ درصد میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی را متغیرهای سن، تحصیلات و درآمد تبیین می‌کنند.

جدول ۱۲: سطح هم‌بستگی، ضریب تعیین و ضریب معناداری رگرسیون بین سن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	هم‌بستگی پیرسون	ضریب تعیین تعدیل شده	ضرایب استاندارد شده			سطح معناداری Sig
				Beta	Std. Error	b	
سن	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۸۴	۰/۳۹	۰/۴۷۷	۰/۲۳	۳/۳۴	۰/۰۱۲
تحصیلات	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۶۸	۰/۴۵	۰/۴۷۹	۰/۱۹	۲/۰۴	۰/۰۳
درآمد از اقامتگاه	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۶۲/۰	۰/۳۶	۰/۳۴۸	۰/۳۰	۳/۲۷	۰/۰۲

همچنین، بین سطح تحصیلات و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم‌بستگی مستقیم و معناداری وجود دارد و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۴۵ در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بر توانایی بالای متغیر مستقل در تبیین متغیر وابسته دلالت دارد. بین درآمد اقامتگاه و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم‌بستگی مستقیم و محکمی وجود دارد. ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۳۶ بر توانایی متغیر مستقل مزبور در تبیین متغیر وابسته دلالت دارد.

میانگین‌های بوم‌گردی با توجه به نرمال بودن مؤلفه‌های پژوهش از آزمون آماری t تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. بنابراین، میانگین محاسبه‌شده مؤلفه‌های نه‌گانه با میانگین فرضی ۳ سنجش شد و مشخص شد میانگین واقعی به‌دست‌آمده پاسخ‌گویان بیشتر از ۳ به‌عنوان حد متوسط است. این نتیجه‌گویای این است که صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی توجه زیادی دارند که، از این بین، عامل پنجم (آموزش و آگاهی بخشی) با آماره ۲۲/۸۲ و عامل سوم (توجه به فرهنگ بومی) با آماره ۲۲/۰۵ بیشترین میانگین را داشته‌اند.

همچنین، بین سطح تحصیلات و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم‌بستگی مستقیم و معناداری وجود دارد و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۴۵ در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بر توانایی بالای متغیر مستقل در تبیین متغیر وابسته دلالت دارد. بین درآمد اقامتگاه و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم‌بستگی مستقیم و محکمی وجود دارد. ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۳۶ بر توانایی متغیر مستقل مزبور در تبیین متغیر وابسته دلالت دارد.

### تحلیل تفاوت میانگین ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی

در ادامه، به‌منظور بررسی تفاوت میانگین بین مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان

جدول ۱۳: مقایسه میانگین مؤلفه‌های پژوهش (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

متغیرهای پژوهش	t آماره	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری	اختلاف میانگین	مقدار فاصله از سطح اطمینان (۹۵٪)	
						سطح بالا	سطح پایین
رعایت هنجارهای اجتماعی	۱۳/۰۳	۴/۲۲	۰/۴۸	۰/۰۰	۱/۲۲	۱/۰۳	۱/۴۲
رعایت هنجارهای اقتصادی	۵۲/۱۹	۴/۵۳	۰/۴۰	۰/۰۰	۱/۵۳	۱/۳۷	۱/۶۹
استفاده از فرهنگ بومی در طراحی	۲۲/۰۵	۴/۵۴	۰/۳۶	۰/۰۰	۱/۵۴	۱/۳۹	۱/۶۸
همکاری با جامعه محلی	۱۹/۰۱	۴/۲۳	۰/۳۳	۰/۰۰	۱/۲۳	۱/۱۰	۱/۳۶
آموزش و آگاهی بخشی	۲۲/۸۲	۴/۲۰	۰/۲۷	۰/۰۰	۱/۲۰	۰/۰۹	۱/۳۱
ارائه غذای سالم	۱۵/۹۸	۴/۳۱	۰/۴۲	۰/۰۰	۱/۳۱	۱/۱۴	۱/۴۸
پوشش و تزئینات محلی	۱۸/۹۵	۴/۲۰	۰/۳۲	۰/۰۰	۱/۲۰	۱/۰۷	۱/۳۳
تکریم گردشگران	۲۰/۰۲	۴/۳۹	۰/۳۶	۰/۰۰	۱/۳۹	۱/۲۵	۱/۵۳
ارائه خدمات و امکانات باکیفیت	۲۰/۱۱	۴/۳۵	۰/۳۴	۰/۰۰	۱/۳۵	۱/۲۱	۱/۴۹

### بحث و نتیجه گیری

استان خراسان رضوی، به علت وجود مرقدا امام هشتم شیعیان، از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری مذهبی ایران و جهان اسلام در کشور به‌شمار می‌رود و هر ساله گردشگران داخلی و خارجی بی‌شماری به قصد زیارت وارد این استان می‌شوند. این استان، علاوه بر داشتن جاذبه‌های مذهبی (حرم مطهر)، دارای جاذبه‌هایی است که از نظر طبیعی و فرهنگی اهمیت فراوانی دارند و برخی از مهم‌ترین آن‌ها در نواحی روستایی واقع شده‌اند. به‌طور کلی، در تعداد زیادی از روستاهای استان خراسان رضوی جاذبه‌های طبیعی (از قبیل کوهستان، رودها، آبشارها)، انسانی (مانند آثار باستانی، بافت تاریخی) وجود دارد که توانایی بسیاری در جذب گردشگر دارد. در نتیجه، تلاش برای خدمات‌رسانی به گردشگران روستایی زمینه‌ساز شکل‌گیری و توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان شده که بستر مناسبی برای توزیع فضایی گردشگران در سطح فضای جغرافیایی را فراهم کرده است. از طرفی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی به علت بهره‌گیری از سبک سنتی و فرهنگ بومی روستایی از جاذبه‌های گردشگری به‌شمار می‌آیند. با توجه به این توانمندی که اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای روستاها فراهم کرده‌اند، چون با محیط و جامعه روستایی ارتباط مستقیم دارند مدیریت آن‌ها بسیار مهم است و هرگونه بهره‌برداری مستقیم و غیرمستقیم

از آن در محیط و جامعه میزبان اثرگذار است. بر این اساس، در این مطالعه مسئولیت‌پذیری صاحبان اقامتگاه‌ها از نظر اجتماعی در مقابل دو گروه هدف (جامعه روستایی و گردشگران) بررسی شد. میانگین مؤلفه‌ها نشان داد که توجه به جامعه گردشگر برای صاحبان اقامتگاه‌ها اهمیت بسیاری دارد. در واقع، صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به این درک رسیده‌اند که توجه به ارزش‌های اجتماعی محلی اهمیت بسیار زیادی در رونق و توسعه فعالیت‌های گردشگری روستا دارد. بنابراین، برای صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی، با توجه به این که پیشینه روستایی و بومی در روستا دارند، حفاظت از ارزش‌های اجتماعی محلی و توجه به جنبه‌های مختلف زندگی روستاییان اهمیت بسیاری دارد. از این رو، مسئولیت‌پذیری در بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی از جنبه اجتماعی ارزیابی شد و مشخص شد در تمام اقامتگاه‌ها میانگین بالای ۴ است. نتایج به‌دست آمده با تحقیقی که کاسیم (۲۰۰۷) در خصوص مسئولیت‌پذیری مدیران گردشگری انجام داد مطابقت دارد. البته، از نظر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بین اقامتگاه‌ها تفاوت وجود دارد. همچنین، بررسی سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بین زنان و مردان نشان داد که تفاوت معناداری بین زنان و مردان وجود دارد. این امر می‌تواند به دلیل حساسیت و ویژگی‌های شخصیتی زنان به ارزش‌های فرهنگی اجتماعی بومی باشد که این نتیجه نیز با نتایج پژوهش



Bien, A. (2002). "Environmental certification for tourism in Central America: CSt and other programs." *Ecotourism and Certification: Setting Standards in Practice*. Island Press, Washington, DC, 133-160.

Blackburn, W. R. (2007). *The Sustainability Handbook: The Complete Management Guide to Achieving Social, Economic, and Environmental Responsibility*. First published by Earth scan in the UK and USA, London.

Bluwstein, J. (2017). Creating ecotourism territories: Environmentalities in Tanzania's community-based conservation. *Geoforum*, 83, 101-113.

Bovens, M. A. P. (2005). *Publieke verantwoording: Een analysekader*.

Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). "Tourism routes as a tool for the Economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?" *Tourism Management*, 25(1), 71-79.

Buckley, R. (2012). "Sustainability reporting and certification in tourism." *Tourism Recreation Research*, 37(1), 85-90.

Cawley, M., & Desmond A., Gillmor (1995). *Farm diversification: Studies relating to the west of Ireland*. Teagasc.

Chi, G. (2005). *Study of developing destination loyalty model*. Doctoral Dissertation, Oklahoma State University.

Darcy, S., & Wearing, S. (2009). "Public-private partnerships and contested cultural heritage tourism in national parks: a case study of the stakeholder views of the North Head Quarantine Station (Sydney, Australia)." *Journal of Heritage Tourism*, 4(3), 181-199.

Das, M., & Chatterjee, B. (2015). "Ecotourism: A panacea or a predicament?" *Tourism Management Perspectives*, 14, 3-16.

De Grosbois, D. (2016). "Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: a performance evaluation using a new institutional theory based model." *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245-269.

Economic, U. N. Social Commission for Asia and the Pacific (UN ESCAP). 2003. "Social safety nets for women", *Studies on gender and development*, United Nations, New York.

پیوتر و همکاران (۲۰۱۷) هم‌سوایی و مطابقت دارد. همچنین، نتایج نشان داد که متغیر فاصله اقامتگاه از شهر نمی‌تواند تأثیر مستقیمی در درجه اقامتگاه، تعداد گردشگر، هزینه اقامت، اشتغال‌زایی مستقیم و مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد. در واقع، با توجه به بهبود راه‌های ارتباطی و وسایل حمل‌ونقل سریع، عامل راه را نمی‌توان عاملی محدودکننده در نظر گرفت. آزمون رگرسیون خطی نشان داد که متغیرهای سن، تحصیلات و درآمد حدود ۷۵ درصد از متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند. متغیر سن ۳۹ درصد، تحصیلات ۴۵ درصد و درآمد حدود ۳۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس، برای افزایش سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی ضروری است به موارد زیر توجه شود:

- آموزش اصول گردشگری مسئولانه به صاحبان مرد اقامتگاه‌های بوم‌گردی؛

- زمینه‌سازی برای انتقال تجربه‌های موفق اقامتگاه‌های استان به سایر اقامتگاه‌هایی که میانگین کمتری دارند؛

- بهسازی تزیینات داخلی اقامتگاه‌های بوم‌گردی متناسب با فرهنگ روستا؛

- توجه بیشتر به فرهنگ بومی و محلی روستاهای هدف گردشگری؛

- افزایش امکانات اقامتگاه بوم‌گردی به منظور افزایش قدرت انتخاب گردشگران در استفاده از خدمات ارائه‌شده و

- استفاده بیشتر کارکنان اقامتگاه‌ها از پوشش محلی و جشن‌های روستایی.

## منابع

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی (۱۳۹۸).

Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). "The positive and negative impacts of tourism." *Global Tourism*, 3, 79-102.

Aref, F. (2011). "The effects of tourism on quality of life: A case study of Shiraz, Iran." *Life Science Journal*, 8(2), 26-30.

Bassen, A., Meyer, K., & Schlange, J. (2006). "The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital." Available at SSRN 984406.

- Morteza Kotobi, Tehran: Reed Publishing, Third Edition.
- Mackenzie, M., & Peters, M. (2014). "Hospitality managers' perception of corporate social responsibility: An explorative study." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 257-272.
- Martínez, P., Pérez, A., & Rodríguez 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.
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). "Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs." *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.
- Melubo, K., & Lovelock, B. (2018). "Reframing Corporate Social Responsibility from the Tanzanian Tourism Industry: The Vision of Foreign and Local Tourism Companies." *Tourism Planning & Development*, 15(6), 672-691.
- Nair, V., Mohamed, B., & Chiun, L. M. (2015). "Multi-Dimensional Responsible Rural Tourism Capacity (RRTC) Framework: A Proposed Environmental Responsibility and Management Model for Malaysia." *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism (APIJHT)*, 1(4), 1-17.
- Orlitzky, M., Siegel, D. S., & Waldman, D. A. (2011). "Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability." *Business & society*, 50(1), 6-27.
- Peutere, L., Rautava, P., & Virtanen, P. (2017). "Domestic responsibilities as predictors of labour market attachment trajectories in men and women." *International Journal of Sociology and Social Policy*, 37(9/10), 536-554.
- Rashid, N. R. N. A., Rahman, N. I. A., & Khalid, S. A. (2014). "Environmental corporate social responsibility (ECSR) as a strategic marketing initiatives." *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 499-508.
- Rusong, W. (2007). "Understanding eco-complexity and promoting ecology of sustainability: Beijing Erdem, B., & Tetik, N. (2013). A new trend in the hotel industry: ecolodges." *Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Geographia*, 58(1), 85-92.
- Frederick, W. C. (1960). "The growing concern over business responsibility." *California management review*, 2(4), 54-61.
- Friedman, M. (1962). Price theory, a provisional text (No. HB221 F75).
- Friedman, R. E., & Liedtka, J. (1991). "Corporate social responsibility: A critical approach." *Business Horizons*, July-August, 92-8.
- Fun, F. S., Chiun, L. M., Songan, P., & Nair, V. (2014). "The impact of local communities' involvement and relationship quality on sustainable rural tourism in rural area, Sarawak: The moderating impact of self-efficacy." *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144(5), 60-65.
- Goodwin, H. (2011). Taking responsibility for tourism (p. 256). Woodeaton: Goodfellow Publishers Limited.
- Kasim, A. (2004). "Socio-environmentally responsible hotel business: Do tourists to Penang Island, Malaysia care?" *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(4), 5-28.
- Kasim, A. (2007). "Towards a wider adoption of environmental responsibility in the hotel sector." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(2), 25-49.
- Kil, N., Holland, S. M., & Stein, T. V. (2014). "Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors." *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 7, 16-25.
- Kim, S., & Yoon, J. H. (2010). "Environmental management of Korean hotels: A perspective of GMs." *International Journal of Tourism Sciences*, 10(2), 55-83.
- Kim, C., Kim, S. H., & Lee, K. H. (2015). "A comparison study of multinational chain hotel employees' perceptions of corporate social responsibility in China and Korea." *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(2), 364-376.
- Lazar, Zh. (2005). Public opinion translated by





- Uddin, M. B., Tarique, K. M., & Hassan, M. (2008). "Three dimensional aspects of corporate social responsibility." *Journal of Business and Economics*, 3(1).
- Ulmann, A. (1985), "Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms." *Academy of Management Review*, 10, 540-57.
- Visser, W. (2012). *The Age of Responsibility: CSR 2 and the New DNA of Business*. John Wiley & Sons Ltd.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). "Factors for success in rural tourism development." *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.
- Wood, D. (1991). "Corporate social responsiveness revisited." *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- EcoSummit 2007 Review." *Acta Ecologica Sinica*, 27(6), 2651-2654.
- Saka, M., Sürmeli, H., & Öztuna, A. (2009). "Which attitudes preservice teachers' have towards environmental ethics." *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 2475-2479.
- Seroka-Stolka, O. (2013). "Environmental corporate Social responsibility (ECSR) in polish food Sector enterprises from Czystochowa region—empirical analysis." *APStRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 7(1033-2016-83996), 101-106.
- Sharpley. R. (2002). "Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus." *Tourism Management*, 23(3), 233-244.
- Smith, R. A., & Ong, J. L. T. (2015). "Corporate social responsibility and the operationalization challenge for global tourism organizations." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(5), 487-499.
- Stewart, R. B., & Sanchez Badin, M. R. (2009). "The World Trade Organization and global administrative law." *Constitutionalism, Multilevel Trade Governance and Social Regulation*, Christian Joerges, Ernst-Ulrich Petersmann, eds, 09-71.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی