

The Effect of Tourism Quality Perception on the Sport Tourists' Environmentally Responsible Behaviour with the Mediating Role of Attachment to Place

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

.....18 March 2022

Received in revised form:

.....10 June 2022

Accepted:

.....16 June 2022

Published online:

.....25 June 2022

Keywords:

Tourism Quality Perception,

Tourism,

Environmentally Responsible

Behavior,

Attachment to Place,

Alangdareh Forest Park

Forest, Emotional attachment,

Service quality, Sustainable

development, Sports tourism

ABSTRACT

Introduction: The increase in sports tourists in nature-based tourism areas has drawn public attention to the negative impacts on environmentally sensitive areas. Therefore, the purpose of this study was to investigate the effect of perception the quality of tourism on the environmentally responsible behavior of sports tourists with the mediating role of attachment to the place.

Methods: This research is descriptive and correlational. The statistical population consisted of all sports tourists in the Alangdareh Forest Park of Gorgan in 2021. The data collection tool was a questionnaire. The data collection tools were the standard questionnaires of understanding the quality of tourism by Yin et al. (2021), environmentally responsible behavior by Yin et al. (2021) and place attachment by Ramkison et al. (2013). The validity and reliability of the questionnaires were confirmed. Structural equation modeling including confirmatory factor analysis and path analysis were used to analyze the data. The software used for data analysis were AMOS23 and SPSS23.

Results: The results showed that perception the quality of tourism has a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists; perception the quality of tourism has a significant effect on attachment to the place of sports tourists; Attachment to the place has a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists and attachment to the place mediates the effect of understanding the quality of tourism on the environmentally responsible behavior of sports tourists.

Conclusion: In order to strengthen the responsible behavior of sports tourists and also increase the attachment to the place, it is better that the management of tourist attractions in general and the officials in Alangdareh Forest Park in particular try to provide services and raise the desired level of quality. In this way, they encourage sports tourists to behave in an environmentally responsible manner. One of the important messages of the current research is that attachment to a place is a significant mediator between understanding the quality of tourism and responsible environmental behavior. Therefore, this study shows that stakeholders and officials can provide more environmental protection information, activities and programs to improve the environmentally responsible behavior of tourists. stimulation of environmentally responsible behaviors can be actively promoted by forest park managers and officials. Through active interaction with sports tourists, good management, supporting biodiversity and encouraging responsible and sustainable consumption, the authorities can lead to strengthening the attachment to the place and stimulating environmentally responsible behaviors of sports tourists. The results of the current research emphasize active interaction with sports tourists, good management, supporting biodiversity and encouraging responsible and sustainable consumption in order to strengthen tourists' attachment to the place and environmentally responsible behaviors.

Cite this article:

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.



Extended Abstract

Introduction

While the growing number of visitors and tourists brings in a lot of revenue, however, they significantly lead to a negative impact and damage to the tourist resources and the environment of the places visited (Cheng et al., 2021) and their misbehavior may harm the environment and make it difficult to manage these destinations (Chen et al., 2020). In the field of tourism, some researchers believe that encouraging visitors to show environmentally responsible behavior is the most important way to reduce the negative or even destructive effects on the tourism environment (Lee et al., 2013). However, what factors may affect the environmentally responsible behavior of tourists? The study of people's feelings about important places in their lives has received increasing attention from environmental psychologists. Among these concepts, attachment to place is the most common concept in which many researchers have made great efforts and indeed, the concept of place attachment lies at the heart of these studies (Hernández et al., 2007). Based on the theory of place attachment, researchers have focused on analyzing the key effects and mechanism of formation of environmentally responsible behavior in recent years (Zhao et al., 2018). On the other hand, studying the perceived quality of tourists is the key to improving the level of services and standards of the tourism industry. Therefore, the purpose of this study was to investigate the effect of perception the quality of tourism on the environmentally responsible behavior of sports tourists with the mediating role of attachment to the place.

Methods

The present study is cross-sectional. This research is applied based on purpose and descriptive-correlation in terms of method and survey in terms of data collection. In this study, "perception the quality of tourism" as an independent variable, "environmentally responsible behaviour" as a dependent variable and "attachment to the place" as a mediating variable. The statistical population consisted of all sports tourists in the Alangdareh Forest Park of Gorgan in 2021. The number of statistical population studied was unknown. The number of samples was estimated between 66 and 330 based on Klein's (1994) theory. The data required for this research were collected in two sections: library and field. In the library section, various books, articles and dissertations have been used and a questionnaire was used in the field section. The questionnaires used consist of 4 sections. The first part includes demographic information such as age, gender, occupation, education, activity level or visit to Alangdareh forest. The second part includes the standard questionnaire of perception the quality of tourism of Yin et al. (2021) containing 10 items and 3 dimensions. The third part includes the standard questionnaire of environmental responsible behavior of Yin et al. (2021) containing 7 items and 2 dimensions. The fourth section also includes the standard questionnaire of attachment to the place of Ramkissoon et al. (2013) containing 16 items and 3 dimensions. The questionnaires used have a 5-point Likert scale. The validity and reliability of the questionnaires used were reviewed and confirmed. The sampling method was available. A total of 216 respondents answered the questionnaires in full. Structural equation modeling including confirmatory factor analysis and path analysis were used to analyze the data. The software used for data analysis were AMOS23 and SPSS23.

Results

Demographic findings showed that the highest frequency distribution is related to the age range of 31 to 35 years and the lowest frequency distribution is related to the age range of 46 to 50 years. Of the 216 respondents, 58% are women and 41% are men. 46 percent are single and 54 percent are married. 25 percent have a bachelor's degree and 5 percent a doctorate. 40 percent have more than 20 years of sports experience and 10 percent have between 6 and 10 years of sports experience. Findings from testing the hypotheses showed that perception the quality of tourism has a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists; perception the quality of tourism has a significant effect on attachment to the place of sports tourists; Attachment to the place has a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists and attachment to the place mediates the effect of understanding the quality of tourism on the environmentally responsible behavior of sports tourists.

Conclusion

In order to strengthen the responsible behavior of sports tourists and also increase the attachment to the place, it is better that the management of tourist attractions in general and the officials in Al-Gandara Forest Park in particular try to provide services and raise the desired level of quality. In this way, they encourage sports tourists to behave in an environmentally responsible manner. In this way, we will achieve sustainable use of tourism resources and sustainable development of tourism in this forest park in the long run.

Keywords

Tourism Quality Perception, Tourism, Environmentally Responsible Behavior, Attachment to Place, Alangdareh Forest Park, Forest, emotional attachment, service quality, sustainable development, sports tourism.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: All ethical principles have been observed.

Funding: There is no funding support

Authors' contribution: H.D.; developed the original idea, methodology, investigation, resources, A.V.; writing—original draft preparation, H.B.; editing.

Conflict of interest: Authors declared no conflict of interest

Acknowledgments: The authors appreciate the cooperation of all sports tourists without whom this study could not be performed.



مدیریت ورزشی



تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: افزایش گردشگران ورزشی در مناطق گردشگری مبتنی بر طبیعت توجه عمومی را به تأثیرات منفی بر مناطق حساس از نظر زیست محیطی جلب کرده است. به همین جهت هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان بود.
تاریخ دریافت:	
1400/10/20	روش پژوهش: این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری را کلیه گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان در سال ۱۴۰۰ تشکیل دادند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد درک کیفیت گردشگری بین و همکاران (۲۰۲۱)، رفتار مسئولانه زیست محیطی بین و همکاران (۲۰۲۱) و دلبستگی به مکان رامکیسون و همکاران (۲۰۱۳) بود. روایی و پایایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. از مدلسازی معادلات ساختاری شامل تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نرم‌افزارهای مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، AMOS ²³ و SPSS ²³ بود.
تاریخ بازنگری:	
1400/11/25	
تاریخ پذیرش:	
1400/11/28	
تاریخ انتشار:	
1401/1/25	
کلیدواژه‌ها: النگدره جنگل، دلبستگی عاطفی به مکان، درک کیفیت خدمات، رفتار مسئولانه زیست محیطی توسعه پایدار، گردشگران ورزشی	یافته‌ها: نتایج نشان داد که درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی تأثیر معناداری دارد؛ درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی تأثیر معناداری دارد؛ دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی تأثیر معناداری دارد و دلبستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی نقش میانجی دارد.
	نتیجه‌گیری: یکی از پیام‌های مهم پژوهش حاضر این است که دلبستگی به مکان میانجی معناداری بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی است. بنابراین، این مطالعه نشان می‌دهد که دست‌اندرکاران و مسئولین می‌توانند اطلاعات، فعالیت‌ها و برنامه‌های حفاظت از محیط زیست بیشتری را برای بهبود رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ارائه دهند. تحریک رفتارهای مسئولانه زیست محیطی می‌تواند به طور فعال توسط مدیران و مسئولین پارک جنگلی ترویج شود. مسئولین از طریق تعامل فعال با گردشگران ورزشی، مدیریت خوب، حمایت از تنوع زیستی و تشویق مصرف مسئولانه و پایدار، می‌توانند منجر به تقویت دلبستگی به مکان و تحریک رفتارهای مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی شوند. نتایج پژوهش حاضر بر تعامل فعال با گردشگران ورزشی، مدیریت خوب، حمایت از تنوع زیستی و تشویق مصرف مسئولانه و پایدار به منظور تقویت دلبستگی به مکان و رفتارهای مسئولانه زیست محیطی گردشگران تأکید دارد.

استناد:

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

© نویسندگان.



مقدمه

گردشگری مبتنی بر طبیعت به عنوان یک بازار خاص گردشگری بازار گردشگری خاص، به طور گسترده در ادبیات دهه‌های اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. اکثر مطالعات، گردشگری را به عنوان یک منبع مهم برای احیا و توسعه اقتصادی و متعاقباً کیفیت زندگی ساکنان می‌دانند. با این حال، در این محیط به سرعت در حال تغییر، به هم پیوسته و پویا، تصمیم‌گیرندگان در گردشگری با مسائل مبرمی روبرو روبرو هستند (لالیسچ و گاراس1، 2022). آن‌ها معتقدند در حالی که تعداد فزاینده بازدیدکنندگان و گردشگران درآمد زیادی را به همراه دارد، با این وجود به طور قابل توجهی منجر به تأثیر منفی و آسیب به منابع توریستی گردشگری و محیط زیست مکان‌های بازدید شده می‌شوند (چنگ2 و همکاران، 2021) و رفتارهای نامناسب آن‌ها ممکن است به محیط زیست آسیب برساند و مدیریت این مقاصد را دشوار کند (چن و همکاران3، 2020). گردشگران، آگاهانه یا ناآگاهانه، نه تنها ممکن است در تخریب محیط زیست نقش داشته باشند (به عنوان مثال می‌توان به زباله‌ریزی، چیدن گل و شاخه، بالا رفتن از درختان، خطنویسی روی آثار، زیر پا گذاشتن چمن، جابجایی بذر به دلیل فعالیت انسانی، ایجاد مزاحمت در زیستگاه حیوانات و گیاهان، ایجاد انواع آلودگی‌های محیطی و ازدحام بیش از حد در مقصد اشاره کرد) (سو4 و همکاران، 2020؛ بین5 و همکاران، 2021)، بلکه مشکلاتی را در مدیریت مقصد مانند ازدحام بیش از حد و آسیب رساندن به تأسیسات گردشگری افزایش دهند (ژائو6 و همکاران، 2018). در عصر گردشگری انبوه، اثرات منفی زیست محیطی ناشی از فعالیت‌های گردشگری فشار فوق‌العاده‌ای را بر مدیریت و توسعه پایدار مقاصد گردشگری وارد می‌کند (ژو7 و همکاران، 2020). تخریب محیط زیست اکثراً به دلیل استفاده بی‌رویه از زمین حاصل می‌شود. در دهه‌های اخیر به دنبال افزایش گردشگری در طبیعت و عدم توجه به توان سرزمین و برد مناطق مقصد گردشگری، مشکلات عدیده‌ای برای این مناطق به وجود آمده است. مناطق حفاظت شده از جمله مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند که با داشتن پتانسیل بالا صدمات فراوانی را نیز متحمل می‌شوند (پارساجو و ناصحی، 1397). پارک‌های ملی و مناطق حفاظت شده نقش اساسی در حفاظت از اکوسیستم‌های طبیعی دارند و ابزاری مؤثر برای حفظ گونه‌های در حال انقراض و تهدیدات ناشی از فعالیت‌های انسانی هستند. این مناطق می‌توانند به حفاظت از تنوع زیستی با حفظ فرآیندهای زیست محیطی در مقابل آشفته‌گی‌ها کمک کنند (نیک‌اندیش، دشتی و سبزیبایی، 1398). با این حال، رشد مستمر بازدیدکنندگان که منجر به اثرات مخرب در پارک‌های ملی می‌شود، یکی از مسائل مبرمی است که پارک‌ها با آن مواجه هستند (لی8، 2011). در حالی که گردشگری مبتنی بر طبیعت به عنوان ابزاری مفید برای پیگیری توسعه پایدار در نظر گرفته شده و توسط سازمان جهانی گردشگری توصیه شده است، تضاد بین حفاظت از طبیعت و توسعه گردشگری توجه محققان را به خود جلب کرده است (چاو9 و همکاران، 2019).

از طرف دیگر، ورزش نیز مانند بسیاری از فعالیت‌های دیگر ممکن است آثار مفید یا زیان‌بخشی برای محیط زیست داشته باشد. تصمیم به فعالیت ورزشی در وهله اول تأثیر چندانی بر محیط زیست ندارد، ولی هنگامی که تعداد انبوهی از ورزشکاران به تمرین، رقابت، سفر برای شرکت در مسابقات یا تأمین و خرید تجهیزات ورزشی می‌پردازند، تأثیر آن ملموس‌تر خواهد بود و ممکن است پیامدهای زیادی از قبلی تولید زباله، آلودگی هوا و ... را به دنبال داشته باشد (اختیاری، عیدی و شعبانی‌مقدم، 1397). اگرچه ورزش در زمره بزرگ‌ترین جفاکنندگان به محیط زیست قرار نمی‌گیرد، اما می‌توان صدمات و لطمات کوچک و بزرگ بسیاری به محیط زیست وارد کند. بسیاری از مطالعات و افکار عمومی بر روی مسائل محیط زیستی حاصل از رویدادهای بزرگی مانند بازی‌های المپیک تمرکز کرده‌اند، این در حالیست که توجه کمی به دیگر فعالیت‌های ورزشی که توسط عده زیادی از مردم انجام می‌شوند، معطوف شده است. اثرات رویدادهای ورزشی بزرگ، قابل رویت‌تر هستند، اما فعالیت‌های روزانه نیز می‌توانند به واسطه حضور زیادی از مردم اثرات منفی بر محیط زیست داشته باشند. هرگاه رویدادها، تجهیزات و اماکن ورزشی (زیرساخت‌ها، جاده‌ها، جایگاه‌های طبیعی و ...) تشکیل یک جاذبه گردشگری را بدهند، در آن صورت ورزش می‌تواند با گردشگری در ارتباط باشد. (بهمن-پور، 1394). ایران علاوه بر داشتن طبیعت ارزشمند، همواره به دلایل مختلف از جمله گردشگری غیر حرفه-

1. Lalicic
2. Cheng
3. Chen
4. Su
5. Yin
6. Zhao
7. Zhou
8. Lee
9. Chow

ای در معرض تخریب منابع طبیعی قرار دارد (نجوان و رنجبر، 1396). به عنوان مثال فعالیت‌های ورزشی در مناطق طبیعی و جایگاه‌هایی که نیاز به تغییرات اساسی در اکوسیستم ندارند (مانند دوچرخه‌سواری کوهستان، سوارکاری و ورزش‌های آبی)، می‌توانند اثراتی منفی ناشی از حضور تعداد زیاد ورزشکاران (که رفتارهای آن‌ها با محیط زیست دوستانه نیست) را به همراه داشته باشند؛ یا گردشگران ورزشی سبب ایجاد تخریب‌های وسیعی به کل اکوسیستم شوند (بهمن‌پور، 1394).

در واقع فعل و انفعالات طبیعت و انسان به طور گسترده در چند دهه گذشته به دلیل افزایش فشار بر محیط زیست ناشی از افزایش رشد جمعیت و جهانی شدن مورد مطالعه قرار گرفته است (دلامینی¹ و همکاران، 2021). این مطالعات، بسیاری از مشکلات زیست محیطی را ناشی از فعالیت‌های انسانی می‌دانند. بنابراین، به نظر می‌رسد مطالعات در ارتباط با تعاملات انسان و طبیعت در شناسایی رفتار محیطی که منجر به تخریب محیط زیست شود، می‌تواند نقش مهمی داشته باشد (چیو² و همکاران، 2014). این امر منجر به درخواست‌های فزاینده‌ای برای محققان شده است تا بفهمند چرا برخی افراد درگیر رفتارهای محیطی هستند، در حالی که برخی دیگر آن را نادیده می‌گیرند. استفاده پایدار از منابع پارک‌های ملی زمانی می‌تواند افزایش یابد که بازدیدکنندگان رفتارهای طرفدار محیط زیست و مسئولانه داشته باشند (عمران³ و همکاران، 2014). بنابراین یکی از نگرانی‌های کلیدی محققان گردشگری این است که چگونه اثرات نامطلوب گردشگری بر محیط زیست را محدود کنند. در نتیجه، درک عوامل اصلی که منجر به توسعه رفتار مسئولانه زیست محیطی⁴ می‌شود، از اهمیت بالایی برخوردار است (سو و همکاران، 2020). رفتار مسئولانه زیست محیطی به عنوان یک رفتار سازگار با محیط زیست یا طرفدار محیط زیست در نظر گرفته می‌شود (چی⁵، 2022) و به نگرانی، تعهد و دانش زیست محیطی فرد اشاره دارد (گوپتا⁶ و همکاران، 2021). در واقع، رفتار مسئولانه زیست محیطی که رفتار طرفدار محیط زیست نیز نامیده می‌شود (پودل و نیوپان⁷، 2017)، به عنوان رفتاری تعریف می‌شود که اثرات مضر و تأثیرات منفی کمتری بر محیط زیست دارد و به اقدامات افرادی که استفاده پایدار از منابع طبیعی را حمایت می‌کنند، توصیف می‌شود (رید⁸ و همکاران، 2010).

در حوزه گردشگری برخی از محققان بر این باورند که تشویق بازدیدکنندگان به نشان دادن رفتار مسئولانه از نظر زیست محیطی، مهم‌ترین وسیله برای کاهش اثرات منفی یا حتی مخرب بر محیط گردشگری است (لی⁹ و همکاران، 2013). در واقع به نظر می‌رسد پرورش رفتار مسئولانه زیست محیطی در بین بازدیدکنندگان بهترین استراتژی مدیریتی برای دستیابی به این هدف مهم باشد (چنگ و همکاران، 2021). در زمینه تحقیقات گردشگری، لی (2011) رفتار مسئولانه زیست محیطی را به عنوان رفتار گردشگرانی در نظر گرفت که بر حفاظت از محیط زیست و کاهش اثرات منفی در طول تجربه تجربه‌ی خود تمرکز می‌کنند. به طور کلی رفتار مسئولانه زیست محیطی به مجموعه‌ای از رفتارها اطلاق می‌شود که گردشگران برای کاهش اثرات منفی زیست محیطی و ترویج حفاظت از محیط زیست در فعالیت‌های گردشگری انجام می‌دهند. از یک دیدگاه رفتار مسئولانه زیست محیطی به دو بعد مورد قبول و فعال تقسیم می‌شود (بین و همکاران، 2021). اگر انسان مسئولیت خود را در قبال محیط زیست انجام دهد، آسیب و تخریب محیط زیست را می‌توان به حداقل رساند. بنابراین انسان‌ها باید نسبت به محیط زیست رفتار مسئولانه داشته باشند تا از آسیب‌های زیست محیطی جلوگیری کنند (ایستیانایا و همکاران¹⁰، 2020).

با این حال، چه عواملی ممکن است بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران تأثیر بگذارد؟ چگونه رفتار مسئولانه گردشگران در قبال محیط‌های گردشگری را می‌توانیم ارتقاء دهیم؟ و تا آنجا که به خود گردشگران مربوط می‌شود، چه چیزی می‌تواند آنها را تشویق کند که رفتار مسئولانه زیست محیطی از خود نشان دهند؟ این سؤالات به نگرانی‌های مهمی برای محققان و مدیران تبدیل شده است. مطالعات مختلفی در رابطه با تلاش برای بهبود رفتار دوستدار محیط زیست به طور کلی انجام شده است (سوگاندینی¹¹ و همکاران، 2018). تعدادی از مطالعات همچون چاو و همکاران (2019) به درک نگرش‌ها و رفتار مسئولانه

1. Dlamini

2. Chiu

3. Imran

4. Environmentally responsible behaviour

5. Chi

6. Gupta

7. Poudel & Nyaupane

8. Reid

9. Lee

10. Istiana

11. Sugandini

زیست محیطی گردشگران مبتنی بر طبیعت اختصاص داده شده است. تحقیقات در مورد رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران در درجه اول بر عوامل روانشناختی شخصی گردشگران تمرکز کرده‌اند (وانگ¹ و همکاران، 2019). چندین محقق نیز گزارش کرده‌اند که رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران تحت تأثیر برخی متغیرها همچون تعهد (لی، 2011)، نگرش زیست محیطی (شولتز² و همکاران، 2004) دانش محیطی (چنگ و وو³، 2015)، تجربه تجربی رضایت‌بخش (لی و موسکاردو⁴، 2005) و دلبستگی مکانی (بلانکنبرگ و آلهوسن⁵، 2018) به طور مستقیم و غیرمستقیم است. می‌توان متوجه شد که اندازه‌گیری شاخص‌های زیست محیطی مرتبط با رفتار مسئولانه زیست محیطی کاری پیچیده و سخت است (اشتریمیکینه⁶، 2015). مطالعه احساساتی که افراد نسبت به مکان‌های مهم زندگی خود ایجاد می‌کنند، به طور فزاینده‌ای مورد توجه روانشناسی محیطی قرار گرفته است (هرناندز⁷ و همکاران، 2007). گفتمان‌هایی که روابط افراد و مکان‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند، مملوء از مفاهیم کلیدی مختلف از جمله حس مکان، دلبستگی به مکان⁸ و وابستگی به مکان هستند (هیدالگو و هرناندز⁹، 2001). در میان این مفاهیم، دلبستگی به مکان عمومی‌ترین مفهومی است که تعداد زیادی از محققان در آن تلاش‌های زیادی انجام داده‌اند و در واقع، مفهوم دلبستگی به مکان در قلب این مطالعات نهفته است (هرناندز و همکاران، 2007). دلبستگی به مکان مجموعه‌ای از احساسات در مورد یک مکان جغرافیایی است و به عنوان یک پیوند عاطفی مثبت بین افراد و محل زندگی آنها دیده می‌شود (تاسی¹⁰ و همکاران، 2022). دلبستگی به مکان منعکس‌کننده پیوندهای عاطفی و اجتماعی است که افراد را به موقعیت‌های خاص همراه با اعمال مربوط به مکان‌شان پیوند می‌دهد (رامکیسون و ماوندو¹¹، 2014). بسیاری از محققان دلبستگی به مکان را به عنوان یک ساختار چند بعدی پیچیده تلقی کرده‌اند (هرناندز¹² و همکاران، 2013). در واقع، ابعاد دلبستگی به مکان متفاوت است و این موضوع چالشی را برای محققان در این زمینه ایجاد می‌کند (رامکیسون و ماوندو، 2014). در مفهوم‌سازی دلبستگی به مکان، مقیاس‌های دو بعدی شامل هویت مکان و وابستگی به مکان به طور گسترده در زمینه‌های مدیریت گردشگری پذیرفته شده است (ویلیامز و واسکه¹³، 2003). ابعاد دلبستگی به مکان از یک دیدگاه دیگر شامل وابستگی به مکان، هویت، عاطفه، پیوند اجتماعی، وابستگی به جامعه، دلبستگی به همسایگی و سایر موارد است که بازتاب طیفی از احساسات افراد نسبت به یک مکان است (رامکیسون¹⁴ و همکاران، 2012). در گردشگری، دلبستگی به مکان معمولاً پس از یک بازدید تکامل می‌یابد، اگرچه مواردی هم وجود دارد که افراد به آن دلبستگی پیدا می‌کنند با وجود اینکه قبلاً هرگز از آن مکان‌ها بازدید نکرده‌اند (تاسی و همکاران، 2022). بنابراین درک ابعاد مختلف دلبستگی به مکان برای کمک بیشتر به مدیران پارک‌های جنگلی در تقویت دلبستگی به مکان مهم است (رامکیسون و همکاران، 2012). برخی از مطالعات نشان داده‌اند که دلبستگی به مکان گردشگران به طور قابل‌توجهی بر رفتار مسئولانه زیست محیطی آن‌ها تأثیر می‌گذارد (دیواین‌رایت و هاوز¹⁵، 2010؛ گاسلینگ و ویلیامز¹⁶، 2010). مشخص شده است که دلبستگی به مکان یک پیش‌بینی‌کننده مثبت رفتار مسئولانه زیست محیطی است (لی، 2011). طبق یافته‌های مطالعات قبلی، زمانی که گردشگران به شدت به جاذبه‌های توریستی دلبستگی دارند، احتمال بیشتری برای اتخاذ رفتار مسئولانه زیست محیطی دارند (رامکیسون و همکاران، 2013). در این رابطه، اسکنل و گیفورد¹⁷ (2010) در پژوهش خود اظهار کرده‌اند که دلبستگی به مکان اغلب با رفتارهای مثبت خودگزارش شده و مسئولانه مرتبط است. واکر و چپمن¹⁸ (2003) نیز دریافته‌اند که دلبستگی به مکان پیش‌بینی‌کننده قوی قصد بازدیدکنندگان پارک برای جمع‌آوری زباله‌های دیگران در پارک است. یافته‌-

1. Wang
2. Schultz
3. Cheng & Wu
4. Lee & Moscardo
5. Blankenberg & Alhusen
6. Streimikiene
7. Hernandez
8. Attachment to place
9. Hidalgo & Hernandez
10. Tasci
11. Ramkissoon & Mavondo
12. Hernandez
13. Williams & Vaske
14. Ramkissoon
15. Devine-Wright & Howes
16. Gosling & Williams
17. Scannell & Gifford
18. Walker & Chapman

های مشابهی توسط هالپنی¹ (2010) نیز گزارش شده است. او در پژوهش خود اشاره به این موضوع داشت که دل‌بستگی به مکان به طور مثبت با نیت رفتاری محیطی بازدیدکنندگان پارک مرتبط است. نتایج حاصل از پژوهش رامکیسون و همکاران (2013) نیز که به بررسی ابعاد دل‌بستگی به مکان و روابط آن با رضایت مکان و رفتارهای طرفدار محیط زیست در بین گردشگران پارک ملی استرالیا پرداخته بودند، نشان داد که دل‌بستگی به مکان تأثیر مثبت قابل توجهی بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران دارد. محققان حوزه روانشناسی اجتماعی و محیطی نیز تأثیر دل‌بستگی به مکان را بر رفتار مسئولانه محیطی بررسی کرده‌اند و نشان می‌دهند که دل‌بستگی به مکان می‌تواند رفتار مسئولانه محیطی بازدیدکنندگان را در زمینه‌های مختلف تفسیر کند (گاسلینگ و ویلیامز، 2010). در این راستا نتایج پژوهش چنگ² و همکاران (2013) نیز تأثیر دل‌بستگی به مکان بر جذابیت مقصد و رفتار مسئولانه محیطی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که دل‌بستگی به مکان به طور مثبت با رفتار مسئولانه محیطی قوی‌تر همراه است. واسکه و کوبرین³ (2001) هم در پژوهش خود یک اثر غیرمستقیم دل‌بستگی به مکان را بر رفتار مسئولانه محیطی گزارش کردند. بنابراین، دل‌بستگی به مکان نقش مهمی در پیش‌بینی رفتارهای مسئولانه زیست محیطی گردشگران دارد. در این میان برخی دیگر از مطالعات نیز گزارش کرده‌اند که ارتباط بین دل‌بستگی به مکان و رفتار محیطی نامشخص است و نیازمند تحقیقات بیشتر است (رامکیسون و همکاران، 2012؛ اسکنل و گیفورد، 2010). برای مثال براساس یافته‌های اسکنل و گیفورد (2010) رابطه بین دل‌بستگی به مکان و رفتار طرفدار محیطی متناقض و نامشخص است. به همین دلیل محققان بر نیاز به مطالعات بیشتر برای مشارکت نظری در مورد این متغیرها تأکید کرده‌اند. بر اساس تئوری دل‌بستگی به مکان، محققان بر تجزیه و تحلیل اثرات کلیدی و مکانیسم تشکیل رفتار مسئولانه زیست محیطی در سال‌های اخیر تمرکز کردند (ژائو و همکاران، 2018). بنابراین، دل‌بستگی به مکان به عنوان یکی از پیش‌بینندهای معینی در نظر گرفته می‌شود که توسط اکثر محققین رفتار مسئولانه زیست محیطی را پیش‌بینی می‌کند (سلیمانی و نوحه‌گر، 1398؛ عباس‌زاده، بنی‌فاطمه، علیزاده‌قدم و علوی، 1395؛ تونگه⁴ و همکاران، 2015).

در این زمینه آنچه که باید به آن اشاره کرد این است که مطالعات موجود عمدتاً بر روی مکان‌های طبیعی که پذیرای تعداد مناسبی از گردشگران هستند، انجام شده است؛ اما آیا دل‌بستگی گردشگر ورزشی به یک مکان گردشگری مبتنی بر طبیعت که پذیرای گردشگران ورزشی بسیار زیادی است نیز بر رفتار مسئولانه زیست محیطی آنها تأثیر خواهد گذاشت؟ این یک موضوع تحقیقاتی است که ارزش بررسی و مطالعه را دارد. از آنجایی که گردشگری زیرمجموعه‌ای از صنعت خدمات است، آیا ممکن است کیفیت در جاذبه گردشگری و درک کیفیت گردشگری⁵ نیز بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران تأثیر بگذارد؟ مطالعات محدودی در این رابطه انجام شده است. همان‌گونه که چونگ⁶ و همکاران (2020) در پژوهش خود اظهار کرده‌اند که افزایش دانش و مشارکت گردشگران بر رفتار مسئولانه زیست محیطی آنها تأثیر مثبت دارد. درک کیفیت گردشگری مفهومی گسترده است که به کیفیت تمامی خدمات دریافت شده گردشگر از کارکنان صنعت گردشگری و حتی افراد بومی مقصد گردشگری اشاره دارد (اگوستین و سیخوئا-کینگ⁷، 2005). درک کیفیت گردشگری سه مؤلفه درک کیفیت منابع گردشگری⁸، درک کیفیت خدمات پذیرش⁹ و درک کیفیت تصویر گردشگری¹⁰ را در برمی‌گیرد (بین و همکاران، 2021). کیفیت منابع گردشگری مهم‌ترین عامل در انتخاب یک منطقه گردشگری توسط گردشگران جهت رضایت‌مندی آنها تعریف می‌شود (کاک¹¹، 2003). کیفیت خدمات نیز نوعی قضاوت است که مشتریان بر اساس ادراک خود پس از فرآیند دریافت خدمت انجام می‌دهند (نوری، 1394). تصویر گردشگری نیز مجموعه‌ای از برداشتهای و تصوراتی است که از کل موجودیت یک مکان (از جمله کیفیت و نقاط قوت و ضعف) چه بر اساس واقعیت و چه بر اساس برداشت ذهنی در ذهن گردشگران

1. Halpenny

2. Cheng

3. Vaske & Kobrin

4. Tonge

5. Tourism quality perception

6. Cheung

7. Augustyn & Seakhoa-king

8. Tourism resource quality perception

9. Reception service quality perception

10. Tourism image quality perception

11. Koc

شکل می‌گیرد (کیم¹ و همکاران، 2016). در واقع، انتظار می‌رود گردشگرانی که محصولات و خدمات توریستی گردشگری مورد علاقه خود را دارای کیفیت خوب می‌دانند، در آینده نسبت به مقصد واکنش مثبت نشان دهند (ددوغلو²، 2019). با این حال، ادبیات مربوط به ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی کمیاب بوده است. درک کیفیت گردشگری به سه بعد درک کیفیت منابع، درک کیفیت خدمات و درک کیفیت تصویر تقسیم می‌شود؛ همچنین تحت تأثیر عوامل بسیاری قرار می‌گیرد و در عین حال بر رضایت، وفاداری و نیت رفتاری مربوط به گردشگران تأثیر می‌گذارد و در نهایت بر رفتار گردشگران تأثیرگذار است (بین و همکاران، 2021).

این در حالی است که در این محیط به سرعت در حال تغییر، به هم پیوسته و پویا، تصمیم‌گیرندگان در گردشگری با مسائل مبرمی روبه‌رو هستند (لالیسیچ و گاراس³، 2022). آن‌ها معتقدند در حالی که تعداد فزاینده بازدیدکنندگان و گردشگران درآمد زیادی را به همراه دارد، با این وجود به طور قابل توجهی منجر به تأثیر منفی و آسیب به منابع گردشگری و محیط زیست مکان‌های بازدید شده می‌شوند (چنگ⁴ و همکاران، 2021) و رفتارهای نامناسب آن‌ها ممکن است به محیط زیست آسیب برساند و مدیریت این مقاصد را دشوار کند (چن و همکاران⁵، 2020).

با توجه به ادبیات فوق، درک کیفیت گردشگری به احتمال زیاد بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران تأثیر می‌گذارد. بنابراین، این مطالعه سعی دارد تا تأثیر درک کیفیت گردشگری را بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی بررسی کند. علاوه بر تأثیرگذاری بر رفتار مسئولانه گردشگران ورزشی، آیا ممکن است درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی نیز تأثیر بگذارد؟ در ادبیات گردشگری، درک کیفیت گردشگری در رابطه با دلبستگی به مکان بررسی نشده است. با این وجود نقش مثبت ادراکات و نگرش‌های محیطی در دلبستگی به مکان در برخی از مطالعات نشان داده شده است (هدفی و صرافی‌نیک، 1400 و دل‌امینی و همکاران، 2021). مطالعه نتایج تحقیقات گذشته همچنین نشان می‌دهد که ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و دلبستگی به مکان به خوبی ایجاد نشده است، بنابراین نیاز به بررسی بیشتر در این زمینه است. مطالعه حاضر سعی دارد بررسی کند که آیا درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان تأثیر می‌گذارد یا خیر.

در این میان پارک‌های جنگلی میزبان ویژگی‌های متنوع و اغلب منحصر به فرد هستند که به‌عنوان نمادها و برندهای گردشگری قوی عمل می‌کنند (رایمان⁶ و همکاران، 2011). علاوه بر این، پارک‌های جنگلی به دلیل محیط منحصر به فرد و ویژگی‌های فرهنگی، مقاصد جذابی برای گردشگری مبتنی بر طبیعت در نظر گرفته می‌شوند (چن و همکاران، 2020). پارک جنگلی ال‌نگدره یکی از این پارک‌های منحصر به فرد است و در پنج کیلومتری جنوب غرب شهر گرگان در استان گلستان یکی از بکرترین مقاصد طبیعی ایران است که همه ساله تعداد زیادی از گردشگران و طبیعت‌گرد‌های مشتاق را به این خطه سرسبز شمال کشور می‌کشاند. پارک جنگلی ال‌نگدره یکی از زیباترین پارک‌های طبیعی ایران است که دارای وسعتی به مساحت ۱۸۵ کیلومتر و چشم‌اندازی منحصر به فرد است و به عنوان یکی از ۷ منطقه نمونه گردشگری کشور و همچنین پارک جنگلی شاخص شمال کشور انتخاب و معرفی شده است. پارک جنگلی ال‌نگدره میزبان ویژگی‌های طبیعی متمایز و طیف وسیعی از فعالیت‌های ورزشی و تفریحی است که سالانه گردشگران زیادی را به خود جذب می‌کند. **پیدامرویی** پیاده‌روی، روی، دوچرخه‌سواری، پیک‌نیک و دورهمی‌های خانوادگی و دوستانه از جمله تفریحاتی است که می‌توان در این پارک جنگلی انجام داد (کریمی، 1400). امکانات متنوعی مانند جاده سلامتی، ایستگاه دوچرخه، خودروهای برقی، زمین‌های بازی و ورزش که در این پارک هست، موجب شده که گردشگران ورزشی زیادی از این مکان بازدید نمایند. با این وجود، استفاده زیاد از پارک جنگلی ال‌نگدره به عنوان تفرجگاه و گاهاً حضور بیش از حد مسافر در این پارک، تغییراتی را به آن تحمیل می‌کند که بیش‌تر تخریبی و منفی هستند و موجب آسیب‌رسانی به پوشش جنگلی و کوبیدگی خاک سطحی این پارک و در کل آسیب به این پارک جنگلی در طی سال‌های گذشته شده است. از این‌رو صیانت از ارزش‌های جنگل، جلوگیری از تخریب بیشتر و همین‌طور حفظ آن برای آیندگان موضوعی است که به رفتارهای تمامی گردشگران در قبال آن بستگی دارد.

1. Kim

2. Dedeoğlu

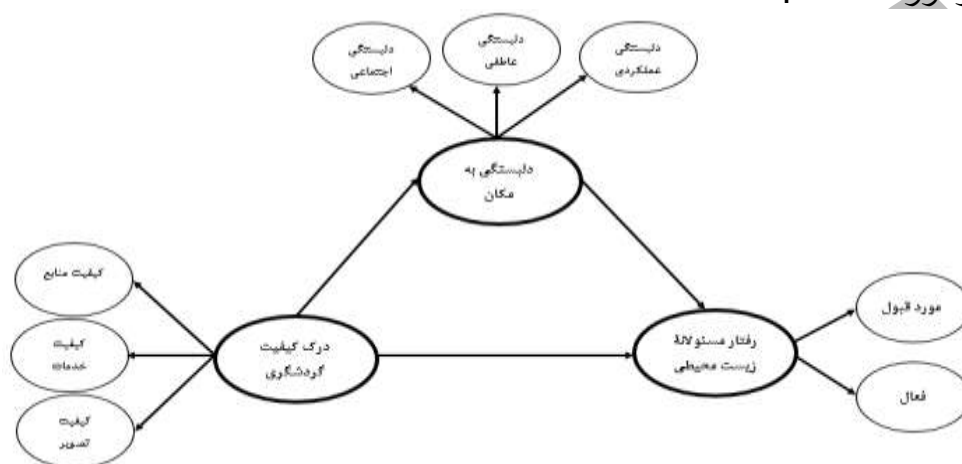
3. Lalicic

4. Cheng

5. Chen

6. Reimann

در همین راستا و با هدف ارتقای فرهنگ طبیعت‌دوستی در این پژوهش و به منظور درک بهتر متغیرهای مؤثر بر رفتار مسئولانه زیست محیطی، مطالعه حاضر تلاش می‌کند تا بررسی کند که آیا درک گردشگران ورزشی از کیفیت گردشگری در پارک جنگلی النگدره بر رفتار مسئولانه زیست محیطی آن‌ها تأثیری دارد و نقش دل‌بستگی به مکان در این ارتباط چیست؟ هیچ مطالعه تجربی تا به امروز، با توجه به دانش و حیطه مطالعاتی ما تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی را در پارک‌های جنگلی با در نظر گرفتن تأثیر میانجی دل‌بستگی به مکان مورد مطالعه قرار نداده است. بنابراین، این مقاله اهمیت درک کیفیت گردشگری و همچنین دل‌بستگی به مکان را برای تشویق گردشگران ورزشی به رفتار مسئولانه زیست محیطی نشان می‌دهد. این مطالعه ممکن است به تلاش‌های مستمر برای مدیریت و حفاظت از منابع پارک‌های جنگلی و دستیابی به تعادل بین حفاظت و بازدید کمک کند که برای آینده پایدار پارک جنگلی النگدره بسیار ارزشمند است.



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

در همین راستا سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که درک گردشگران ورزشی از کیفیت گردشگری در پارک جنگلی النگدره بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دل‌بستگی به مکان چه تأثیری دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه مقطعی است. این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی توصیفی همبستگی و به لحاظ گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، کلیه گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان در سال ۱۴۰۰ هستند. تعداد جامعه آماری مورد بررسی نامعلوم بود. به همین دلیل و بر اساس نامشخص بودن تعداد جامعه آماری، برای برآورد حجم نمونه از نظریه کلاین^۱ (2014) استفاده شد. بر اساس نظریه کلاین (2014) با توجه به تعداد سؤالات پرسش‌نامه‌ها با برآورد حداقل 2 برابر و حداکثر 10 برابر تعداد سؤالات بین 66 تا 330 تخمین زده شد. جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز این پژوهش در دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی انجام شد. در بخش کتابخانه‌ای از کتاب، مقالات و پایان‌نامه‌های مختلف استفاده شده است و در بخش میدانی هم از پرسشنامه استفاده شد. 230 پرسشنامه به روش در دسترس توزیع شد که در نهایت 216 پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفتند. پرسشنامه‌های مورد استفاده شامل 4 بخش است. بخش اول اطلاعات جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، میزان فعالیت و یا بازدید از جنگل النگدره را شامل می‌شود. بخش دوم شامل پرسشنامه استاندارد درک کیفیت گردشگری بین و همکاران (۲۰۲۱) حاوی ۱۰ گویه و ۳ بعد می‌باشد. بخش سوم شامل پرسشنامه استاندارد رفتار مسئولانه زیست محیطی بین و همکاران (۲۰۲۱) حاوی ۷ گویه و ۲ بعد می‌باشد. بخش چهارم نیز شامل پرسشنامه استاندارد دل‌بستگی به مکان رامکیسون و همکاران^۲ (۲۰۱۳) حاوی ۱۶ گویه و ۳ بعد می‌باشد. پرسشنامه‌های مورد استفاده، طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (۱ تا ۵ به ترتیب کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) را به خود اختصاص داده‌اند.

1. Kline
2. Ramkissoon

روایی و پایایی پرسشنامه‌های درک کیفیت گردشگری¹ بین و همکاران (۲۰۲۱) و رفتار مسئولانه زیست محیطی بین و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق بین و همکاران (۲۰۲۱) مورد تأیید قرار گرفته است. پایایی این پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب برابر با ۰/۷۶۴ و ۰/۷۸۶ بدست آمده و مورد تأیید قرار گرفته شده است. روایی و پایایی پرسشنامه دل‌بستگی به مکان رامکیسون و همکاران (۲۰۱۳) نیز در پژوهش عیدی و همکاران (۱۳۹۸) مورد بررسی قرار گرفته شده است و سه نوع روایی، روایی محتوا (روایی محتوا از طریق نظرسنجی از خبرگان مورد تأیید قرار گرفت)، روایی همگرا با ۰/۸۳۸ و روایی واگرا با ۰/۹۱۵ مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۰۳ و با استفاده از ضریب پایایی مرکب با ۰/۹۳۹ بدست آمد و مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش نیز با عنایت به ضرورت برخورداری ابزار پژوهش از روایی لازم، از 13 نفر استاد و متخصص مدیریت ورزشی و گردشگری (اساتید با زمینه تحصیلی مرتبط یعنی در حوزه مدیریت ورزشی و گردشگری بودند که با موضوع پژوهش و حوزه گردشگری آشنایی کامل داشتند، تجارب مفیدی در این زمینه داشتند و دارای تألیف، ترجمه یا مقالات علمی متعدد در این زمینه بودند) تقاضا شد که نظرات خود را در ارتباط با سؤالات بیان نمایند. در نهایت پس از توزیع و عودت پرسشنامه، نظرات و پیشنهادهای جهت اصلاح ادبی، مورد بررسی قرار گرفت و در پرسشنامه نهایی لحاظ شد. برای بررسی پایایی از پایایی ترکیبی (CR) و آلفاکرونباخ و نیز به منظور بررسی روایی سازه پس از تکمیل پرسشنامه‌ها از شیوه تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید که خلاصه‌ای از ضرایب مربوط به روایی و پایایی در جدول 1 ارائه شده است.

جدول 1. خلاصه ضرایب مربوط به روایی و پایایی ابزار پژوهش

متغیر	تحلیل عاملی تأییدی		روایی همگرا	روایی واگرا AVE > MSV	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
	کمینه - بیشینه					
درک کیفیت گردشگری	0/83 - 0/66		0/583	0/583 > 0/041	0/736	0/740
دل‌بستگی به مکان	0/95 - 0/67		0/721	0/721 > 0/125	0/939	0/933
رفتار مسئولانه زیست محیطی	0/86 - 0/56		0/742	0/742 > 0/069	0/896	0/897

با توجه به جدول 1، می‌توان ادعا کرد که مدل اندازه‌گیری از پایایی قابل‌قبولی برخوردار است. همچنین نتایج جدول نشان‌دهنده روایی مناسب سازه مورد بررسی است. در مجموع با تأیید روایی همگرا و واگرا، روایی کلی مدل اندازه‌گیری نیز مورد قبول واقع می‌گردد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، غیر احتمالی در دسترس بوده است. 230 پرسشنامه در بازه زمانی دو ماهه (آذر و دی سال ۱۴۰۰) به روش در دسترس بین گردشگران ورزشی جنگل النکدره گرگان به صورت حضوری و با کسب اجازه و هماهنگی با دانشگاه و همچنین مدیریت منابع طبیعی توزیع شد که در نهایت 216 پرسشنامه کامل و بدون نقص برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفتند. پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه، از آزمون کلموگروف اسمیرنوف² جهت آزمون نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. با توجه به نرمال بودن داده‌ها در ادامه تحلیل‌ها از روش‌های آماری پارامتریک استفاده گردید. برای تعیین روایی سازه پرسشنامه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی، برای پیش‌بینی سهم و نقش متغیر پیش‌بین بر متغیر ملاک و متغیر میانجی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این راستا از دو نرم‌افزار Amos²³ و Spss²³ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های جمعیت‌شناختی آزمودنی‌های تحقیق در جدول 2 ارائه شده است. براساس جدول، بیشترین توزیع فراوانی مربوط به بازه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال می‌باشد. از 216 فرد پاسخگو، 58 درصد زن و 41 درصد مرد می‌باشند. 46 درصد مجرد و 54 درصد متأهل هستند. 5 درصد مدرک دکتری دارند. 40 درصد بیشتر از 20 سال و ۱۰ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال سابقه فعالیت ورزشی دارند.

جدول 2. توصیف شاخص‌های جمعیت‌شناختی

سابقه فعالیت ورزشی (بر حسب سال)	تاهل		بیش از 20	16 تا 20	11 تا 15	6 تا 10	1 تا 5	جنسیت
	متاهل	مجرد						
فراوانی	116	100	86	25	24	22	59	مرد
درصد	54	46	40	11	11	10	28	زن
سن								

1. Tourism Quality Perception

2. Klomogrof Esmirnof

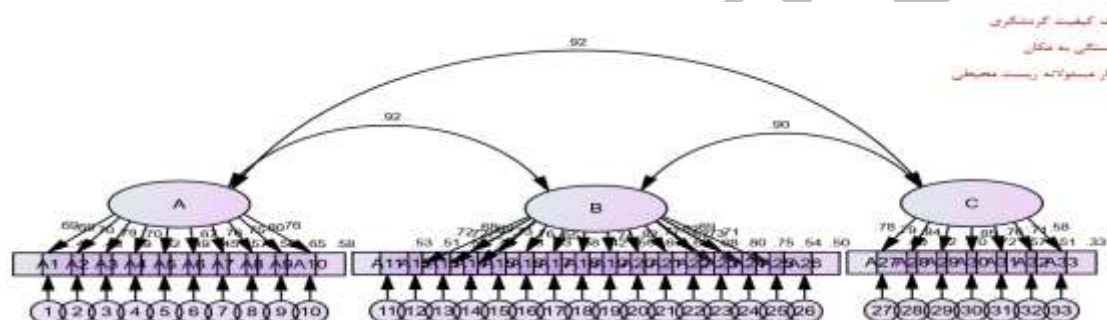
طبقه	زیر 20	21 تا 25	26 تا 30	31 تا 35	36 تا 40	41 تا 45	46 تا 50	بالتر از 50
فراوانی	30	33	34	56	38	16	3	6
درصد	14	15	16	26	18	7	1	3
میزان تحصیلات	زیر دیپلم	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری		
فراوانی	39	41	27	54	44	11		
درصد	18	19	13	25	20	5		

توصیف آماری متغیرهای تحقیق و نیز نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف در جدول 3 ارائه شده است.

جدول 3. توصیف آماری و نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	صدک		
					75	50	25
سطح معنی-داری	0/359	0/925	0/925	0/925	0/925	0/925	0/925
اماره کلموگروف اسمیرنوف	0/31	0/96	0/96	0/96	0/96	0/96	0/96
درک کیفیت گردشگری	0/23	0/90	0/90	0/90	0/90	0/90	0/90
دل بستگی به مکان							
رفتار مسئولانه زیست محیطی							

با توجه به خروجی جدول 3 و نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف می‌توان دریافت که توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به سؤالات پرسش‌های مورد نظر در هر سه متغیر دارای توزیع نرمال می‌باشند. شکل 1، اجزای تشکیل‌دهنده تشکیل دهنده مدل اندازه‌گیری برای انجام تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزارهای معادلات ساختاری آموس را نشان می‌دهد.



شکل 2. بار عاملی تمامی گویه‌های پژوهش در حالت استاندارد

همانطور که در شکل 2 مشاهده می‌شود، بار عاملی تمامی گویه‌های مربوط به سازه‌های درک کیفیت گردشگری، دل‌بستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست محیطی در سطح 0/001 معنی‌دار است. بنابراین هیچ گویه‌ای بخاطر کم ارزش بودن از مدل حذف نمی‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود در این مرحله برازش این مدل تأیید شده است.

پس از برازش مدل، جهت ارزیابی نیکویی برازش از سه گروه شاخص‌های برازش مطلق، برازش تطبیقی و برازش مقتصد جهت حصول اطمینان از مدل نظری پژوهش استفاده شد که نتایج آن در جدول 4 نمایش داده شده است. همان‌گونه که در جدول 4 ملاحظه می‌شود، مقدار شاخص نیکویی برازش (GFI) بزرگتر از حد بهینه می‌باشد. بنابراین ارزیابی برازش مدل قابل قبول است. با توجه به نتایج به دست آمده از شاخص‌های برازش تطبیقی نیز مقدار به دست آمده برای سه آماره شاخص توکر- لویس (TLI) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) به ترتیب برابر با 0/90، 0/90 و 0/95 می‌باشد که از حد بهینه بزرگتر هستند. با توجه به نتایج به دست آمده از شاخص‌های برازش مقتصد نیز مقدار به دست آمده برازندگی مدل در حد مطلوب و خوب را نشان می‌دهد.

جدول 4. مقدار شاخص نیکویی برازش مطلق، تطبیقی و مقدار کای دو هنجار شده cmin/df

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI	NPA	CMIN	DF	P	CMIN/DF
مدل مفروض	0/07	0/91	0/90	0/86	0/90	0/89	0/92	0/90	0/95	8/00	15/05	54/0	0/00	0/29
مدل اشباع شده	0/00	1/00	1/00	1/00	1/00	1/00	1/00	1/00	1/00	6/00	0/00	0/00	0/00	0/00
مدل استقلال	0/40	0/20	0/12	0/16	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	3/00	79/16	63/0	0/00	1/25

همان‌گونه که در جدول 5 مشاهده می‌شود، مقدار نسبت بحرانی (c.r) کمتر از ۲/۵۸ است که نشان از وجود نرمال بودن چند متغیره دارد. می‌توان اذعان نمود که داده‌ها در شرایط نرمال قرار دارد و این شرط لازم برای انجام تحلیل مسیر می‌باشد.

جدول 5. نرمال بودن داده‌ها

متغیر	کمینه	بیشینه	چولگی	نسبت بحرانی	کشیدگی	نسبت بحرانی
درک کیفیت گردشگری	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۰/۰۴۰	۰/۱۸۳	-۰/۲۳۶	-۰/۵۳۹
دلبستگی به مکان	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۰/۴۵۸	۲/۰۸۹	۰/۶۵۶	۱/۴۹۷
رفتار مسئولانه	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۰/۳۹۲	۱/۷۹۰	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶
چندمتغیره					۹/۲۹۹	۶/۲۱۳

پس از بررسی و تأیید مدل اندازه‌گیری، مدل تحقیق ترسیم و روابط بین متغیرهای پنهان (که در واقع همان فرضیات پژوهشی می‌باشند) مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این مورد ابتدا از شاخص‌های برازش اطمینان حاصل می‌کنیم و سپس به سراغ بررسی روابط مفروض بین متغیرهای آشکار می‌رویم (جدول 6). با توجه به جدول 6 کلیه شاخص‌های مورد بررسی به منظور ارزیابی برازش مدل عاملی تأیید می‌شود پذیرش قرار گرفته‌اند. بنابراین برازش این مدل تأیید شده است.

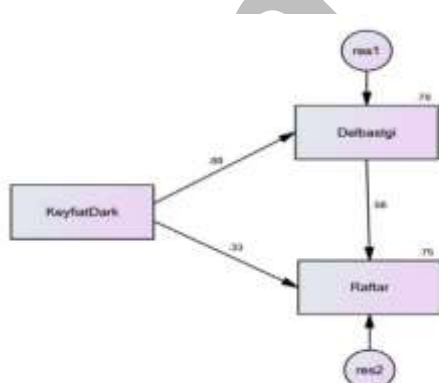
جدول 6. شاخص‌های برازش تحلیل مسیر

شاخص	اختصار	مقدار کسب شده	مقدار قابل قبول	وضعیت
نیکویی برازش	GFI	۰/۹۰	GFI>90%	قبول
نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰/۹۳	AGFI>90%	قبول
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۰	0.90<CFI<1	قبول
کای اسکور بهنجار شده	CMIN/df	۲/۶۶	مقدار کمتر از 3	قبول
میانگین مربعات خطاب برآورد	RMSEA	۰/۰۵	RMSEA<0.08	قبول

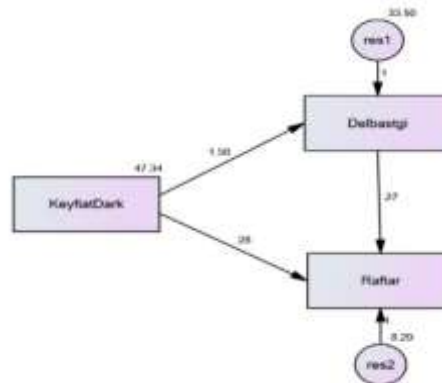
ضرایب همبستگی متغیرها نیز در جدول 7 ارائه شده و معنی‌داری این ضرایب همبستگی با یک یا دو ستاره مشخص شده است. با مقایسه مقادیر به دست آمده از سازه‌های مدل با میزان همبستگی هر سازه با سازه‌های دیگر در جدول 7 می‌توان اعتبار قابل قبول مدل را در سطح 0/01 دریافت کرد.

جدول 7. مقدار همبستگی متغیرها

درک کیفیت گردشگری	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	دلبستگی به مکان	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	رفتار مسئولانه	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد
	1			0/880**	0/826**	0/826**	0/826**				
				0/000	0/000	0/000	0/000				
				216	216	216	216				
				0/880**	0/854**	0/854**	0/854**				
				0/000	0/000	0/000	0/000				
				216	216	216	216				
				0/826**	0/826**	0/826**	0/826**				
				0/000	0/000	0/000	0/000				
				216	216	216	216				



شکل 4. مدل نهایی تحقیق- در حالت استاندارد



شکل 3. مدل نهایی تحقیق- در حالت غیر استاندارد

با توجه به داده‌ها و تحلیل مسیر انجام شده در مدل (شکل 3 و 4)، نتایج مطابق با جدول 7 می‌باشد. در مدل اعداد معناداری تحلیل مسیر با توجه به این‌که میزان عدد بدست آمده برای درک کیفیت گردشگری، دلبستگی به مکان، رفتار مسئولانه زیست محیطی، بالاتر از 0/3 است، نشان از ارتباط مثبت و متوسط بین متغیرها می‌باشد. همچنین مقدار نسبت بحرانی بدست آمده برای روابط بین درک کیفیت گردشگری، دلبستگی به مکان، رفتار مسئولانه زیست محیطی بزرگتر از 2/58 است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این رابطه‌ها در سطح

اطمینان 0/99 معنی‌دار هستند. در جدول 8 میزان ضرایب رگرسیونی که بیانگر میزان اثرگذاری مؤلفه‌ها بر یکدیگر است و معناداری این ضرایب به طور خلاصه آورده شده است.

جدول 8. ضرایب رگرسیونی مولفه‌های تحقیق (آزمون فرضیات)

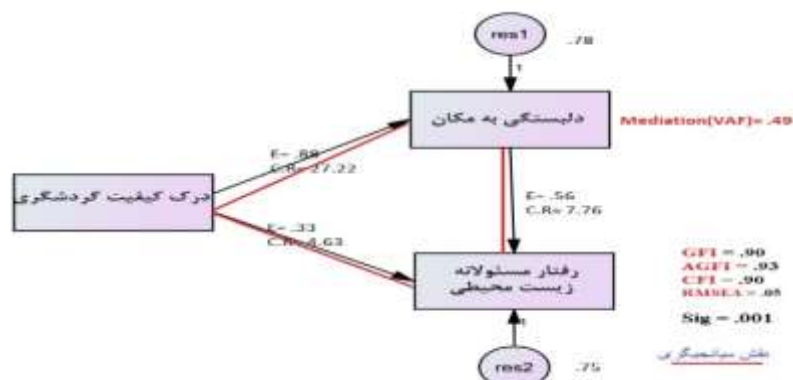
ردیف	فرضیه‌های پژوهش	مقادیر رگرسیونی استخراج شده	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
1	درک کیفیت گردشگری --- دل‌بستگی به مکان	0/88	0/05	27/22	0/001
2	درک کیفیت گردشگری --- رفتار مسئولانه	0/33	0/06	4/63	0/001
3	دل‌بستگی به مکان --- رفتار مسئولانه	0/56	0/03	7/86	0/001
4	درک کیفیت گردشگری * دل‌بستگی به مکان --- رفتار مسئولانه	0/49	-	-	-

با توجه به مقادیر ضرایب رگرسیونی در نتایج جدول 8 ثابت می‌شود که تمام مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم تعریف شده در مدل (ارتباط‌های تعریف شده بین متغیرهای مدل)، معنی‌دار می‌باشد و این شرط لازم برای بررسی سازه میانجی‌گری می‌باشد. با توجه به خروجی جدول 9 نیز می‌توان نتیجه گرفت دل‌بستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی، نقش میانجی‌گری (0/49) را در سطح معنی‌داری 0/001 ایفا می‌کند. با توجه به اینکه مقدار VAF (نقش میانجی‌گری) در این مدل 0/49 بدست آمده است، بنابراین دل‌بستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی تأثیر یا نقش متوسط میانجی‌گری (0/49) را در سطح معنی‌داری 0/001 دارد.

جدول 9. اثرات مستقیم، غیر مستقیم (میانجی‌گری) و کلی استاندارد شده در مدل

اثرات میانجی‌گری	اثرات مستقیم	اثرات کلی	متغیر مستقل و میانجی‌گری	متغیر وابسته
0/49	0/44	0/75	درک کیفیت گردشگری و دل‌بستگی به مکان	رفتار مسئولانه زیست محیطی

بنابراین با توجه به یافته‌ها و شکل 5 می‌توان نتیجه گرفت مقدار SMC (مجذور همبستگی چندگانه) برای متغیر دل‌بستگی به مکان برابر با 0/78 و برای متغیر رفتار مسئولانه زیست محیطی برابر با 0/75 می‌باشد یعنی به میزان 22 و 25 درصد از تغییرات دل‌بستگی به مکان؛ رفتار مسئولانه زیست محیطی توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل که از آنها مسیری به متغیرها وجود دارد، پیش‌بینی می‌شود. بنابراین، تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی‌گری دل‌بستگی به مکان تأیید شد که مدل نهایی طبق شکل 5 بدست آمد.



شکل 5. مدل نهایی پژوهش

همانطور که مشاهده می‌شود نتیجه آزمون فرضیه‌ها در جدول 8 و شکل 5 نشان داده شده است. با توجه به نتایج اینکه در بررسی عدد معناداری رابطه بین درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی مقدار بحرانی برابر با 4/63 محاسبه گردید و با توجه به ضریب همبستگی 0/33 می‌توان بیان نمود که درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی به طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است. در بررسی عدد معناداری رابطه بین درک کیفیت گردشگری بر دل‌بستگی به مکان گردشگران ورزشی مقدار بحرانی 27/22 محاسبه گردید و با توجه به ضریب همبستگی 0/88 می‌توان بیان نمود که درک کیفیت گردشگری بر دل‌بستگی به مکان گردشگران ورزشی به طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، قوی است. در بررسی عدد معناداری رابطه بین دل‌بستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی مقدار بحرانی 7/86 محاسبه گردید که با توجه به ضریب همبستگی 0/56 می‌توان بیان

نمود که دل‌بستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی به طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است. مقادیر رگرسیونی استخراج شده برای مسیرهای متغیر میانجی‌گری دل‌بستگی به مکان: "درک کیفیت گردشگری ← دل‌بستگی به مکان"، "دل‌بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه زیست محیطی" و "درک کیفیت گردشگری ← رفتار مسئولانه زیست محیطی" نیز که به ترتیب برابر با 0/88، 0/56، 0/33 می‌باشند، معنی‌دار هستند. همچنین نقش میانجی‌گری این سازه برابر با 0/49 می‌باشد. این به معنای همچنین وجود دو مسیر معنی‌دار مستقیم و غیرمستقیم از متغیر "دل‌بستگی به مکان" به متغیر "رفتار مسئولانه زیست محیطی" است و نقش میانجی‌گری متغیر موجود در بین مسیر غیرمستقیم یعنی "دل‌بستگی به مکان" را تأیید می‌کند. در نتیجه فرض نقش میانجی‌گری دل‌بستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی قابل قبول می‌باشد. با توجه به جدول 9 نیز مقادیر اثرات کلی میانجی‌گری دل‌بستگی به مکان برابر با 0/49 می‌باشد. به طور کلی، دل‌بستگی به مکان و درک کیفیت گردشگری شرط کافی برای موفقیت رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان نیست. در واقع، به طور خاص، درک کیفیت گردشگری (درک کیفیت منابع گردشگری / درک کیفیت خدمات پذیرش / درک کیفیت تصویر گردشگری) با نقش واسطه‌ای (0/49) دل‌بستگی به مکان (دل‌بستگی عاطفی، دل‌بستگی اجتماعی، دل‌بستگی عملکردی) بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان اثر می‌گذارد.

بحث و نتیجه‌گیری

با رشد توانمندی‌های انسان در قرون اخیر، تعادل محیطی به هم خورده است. مشکلات زیست محیطی در حال عمیق‌تر شدن است و در بسیاری از موارد جهانی شده است. در چارچوب روندهای فعلی، وضعیت محیط زیست به طور فزاینده‌ای رو به وخامت است (موسووا و همکاران، 2021). با بینش‌های رو به رشد در مورد پیامدهای مضر گردشگری و فعالیت‌های تفریحی مخرب زیست محیطی، مدیریت جریان بازدیدکنندگان در جاذبه‌های مبتنی بر طبیعت، تمرکز اصلی مدیران مقصد است (کووان و آکان، 2005) و از آنجایی که توسعه گردشگری پایدار به یک موضوع جهانی رو به رشد تبدیل شده است، ارزیابی و بهبود رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران برای کاهش اثرات منفی محیطی صنعت گردشگری بخش عمده‌ای از ادبیات گردشگری اخیر بوده است (لین و لی، 2020). بر این اساس در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با میانجی‌گری دل‌بستگی به مکان پرداخته شد. یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر نشان داد که بیشتر افراد نمونه، زنان بودند. اکثریت آن‌ها متأهل و در بازه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال قرار داشتند که طبیعتاً در این بازه، انرژی و شوق گردشگری تقریباً بالاست و به مثابه همین، شور و نشاط گردشگری بیشتر است. تعداد بیشتر زنان در جامعه آماری نیز گویای آن است که شاید زنان به دلیل در دسترس بودن این پارک جنگلی علاقه بیشتری به حضور در این مکان دارند یا شاید زنان بیشتر در دسترس محققین بوده و نسبتاً همکاری بیشتری نیز نسبت به ورزشکاران مرد با محقق داشتند. تأمل هم در بسیاری از مواقع، برای گذراندن اوقات فراغت با خانواده، افراد را علاقه‌مند به گردشگری می‌کند. یافته‌ها همچنین حاکی از این است که سابقه حضور بیشتر افراد نمونه بیش از ۲۵ سال می‌باشد و می‌توان ادعا کرد که با این سابقه حضور دل‌بستگی به مکان و رفتار مسئولانه قابل انکار نیست.

نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان داد که درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان به طور معناداری تأثیرگذار است. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های مطالعات چونگ و همکاران (2020) و ددوغلو (2019) همسو می‌باشد. به طور کلی، مطالعات قبلی تأثیر مثبت افزایش دانش و مشارکت گردشگران را بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران نشان داده‌اند و اظهار کرده‌اند که مشارکت و فعالیت گردشگران در گردشگری باعث ارتقای رفتار مسئولانه زیست محیطی خواهد شد (چونگ و همکاران، 2020). در واقع، انتظار می‌رود گردشگرانی که محصولات و خدمات گردشگری مورد علاقه خود را دارای کیفیت خوب می‌دانند، در آینده نسبت به مقصد واکنش مثبت نشان دهند (ددوغلو، 2019). با این حال، ادبیات مربوط به ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی کمیاب بوده است. این مورد به نوعی نشان‌دهنده آن است که هر چه درک کیفیت

1. Musova, Musa & Matiova

2. Kuvan & Akan

3. Lin & Lee

4. Dedeoğlu

گردشگری در جنگل بیشتر باشد و نوع و نحوه ارائه این خدمات به شیوه‌ای مناسب در اختیار گردشگران قرار گیرد و خدماتی همچون پارکینگ و سیستم حمل و نقل، اقامتگاه‌ها و مراکز اسکان و پذیرایی با کیفیت بالا و به خوبی ارائه شوند، احتمال اینکه گردشگران ورزشی رفتار مناسب‌تری با جنگل داشته باشند، بسیار زیاد است. همچنین رفتار مناسب گردشگران ورزشی نسبت به طبیعتی که در آن حضور دارند به طور مستقیم و مثبت با کیفیت گردشگری رابطه دارد. با توجه به مطالبی که در ادبیات موضوع بدان اشاره شد، هر چه کیفیت (منابع، تصویر و خدمات) و نحوه ارائه آنها آن‌ها به گردشگران جذاب‌تر و خلاقانه‌تر باشد، باعث می‌شود تجربه این کیفیت خوب به احساس خوشایند و غیرقابل تکراری منجر شود و در ادامه رفتار مناسب گردشگران را در پی خواهد داشت. بنابراین می‌شود گفت که متغیر درک کیفیت گردشگری تأثیر مثبتی بر متغیر رفتار مسئولان زیست محیطی دارد. به طور کلی مقاصد گردشگری امکانات و خدماتی را ارائه می‌دهند که به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا ارزش منابع گردشگری را درک کنند و آگاهی زیست محیطی و رفتار مسئولان زیست محیطی ایجاد کنند (چیو و همکاران، 2014). بنابراین هدف مدیران پارک‌های ملی و گردشگری باید بهبود نگرش بازدیدکنندگان نسبت به فعالیت‌هایی باشد تا رفتار مسئولان زیست محیطی را تقویت کنند (چن و همکاران، 2020). به طور کلی می‌توان اظهار کرد که هر چه کیفیت گردشگری در طبیعتی که گردشگر به آن می‌رود بیشتر باشد، تمایل به رضایت گردشگر و رفتار مسئولان زیست محیطی بیشتر است. مسئولین منابع طبیعی باید به نیازهای گردشگران توجه کنند و پیوسته کیفیت گردشگری را ارتقاء دهند. مناطق طبیعی زمانی خواهد توانست شاهد رفتار پسندیده گردشگران باشد که به کیفیت گردشگری و ارتقای آن در جنبه‌های مختلف از شرایط فیزیکی گرفته تا پاسخگویی به نیازهای آنها اهمیت بدهد.

از دیگر نتایج حاصل از پژوهش حاضر این است که درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان به طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه نیز قوی است. این قسمت از یافته‌ها با نتایج تعداد محدودی از مطالعاتی که در این ارتباط وجود دارند، همچون هدفی و صرافی‌نیک (1400) و دلامینی و همکاران (2021) همخوانی دارد. در این رابطه معتقد و سجادزاده (1400) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که به نوعی بین کیفیت محیطی و درک کیفیت محیطی با دلبستگی به مکان رابطه مستقیمی وجود دارد. با توجه به ادبیات تحقیق و نتایج بدست آمده می‌شود اظهار کرد که دلبستگی به مکان و بازگشت مجدد گردشگران ناشی از مطلوب بودن عوامل کیفیت گردشگری ارائه شده در مناطق طبیعی می‌باشد، چرا که منابع، خدمات و تصویری که در آن مکان به کار می‌رود، از جذابیت خاصی برخوردار است. در این زمینه اگر مسئولین مناطق طبیعی نیازهای گردشگران را درک کنند و با توجه به بهترین علایق گردشگران عمل کنند، مسلماً گردشگر دلبستگی به مکان را خواهد داشت و بیشتر وقت خود را در بودن در آن مکان سپری خواهد کرد. بنابراین درک خدمات پذیرش، درک کیفیت منابع گردشگری و درک کیفیت تصویر گردشگری بر دلبستگی عاطفی، دلبستگی اجتماعی و دلبستگی عملکردی تأثیرگذار هستند. گردشگرانی که در حین ارتباط با عرضه‌کننده خدمات، انتظاراتشان به خوبی برآورده می‌شود، مسلماً دلبسته به آن مکان می‌شوند. در هر صورت نمی‌توان تأثیر مثبت درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان را انکار کرد و می‌شود گفت که متغیر درک کیفیت گردشگری تأثیر قوی و مثبتی بر متغیر دلبستگی به مکان دارد.

یافته دیگر پژوهش حاضر مشخص کرد که دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولان زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان به طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است. یعنی هر چه گردشگران بیشتر به جاذبه‌های گردشگری دلبستگی داشته باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که رفتار مسئولان زیست محیطی از خود نشان دهند. این یافته با نتایج تحقیقات لالیسیچ و گاراس (2022)، 2022؛ هالپنی (2010)، 2010؛ واکر و چپمن (2003)، 2003؛ واسکه و کویرین (2001)، 2001؛ لی (2011)، 2011؛ رامکیسون و همکاران (2013)، 2013؛ اسکندل و گیفورد (2010)، 2010؛ گاسلینگ و ویلیامز (2010)، 2010؛ چنگ و همکاران، 2013 مطابقت دارد و ثابت می‌کند که دلبستگی به مکان می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار مسئولان زیست محیطی استفاده شود. در واقع این مطالعه سهم نظری مهمی در تحقیقات دلبستگی به مکان دارد و نشان می‌دهد که دلبستگی به مکان مقدمات متوسطی برای رفتار مسئولان زیست محیطی هست. بی شک دلبستگی و عدم دلبستگی به مکان نوع رفتار افراد را نشان می‌دهد و در بردارنده این مطلب می‌باشد که فرد رفتار کاملاً مثبت، محیط‌گرایانه (که همان کاهش مصرف انرژی و منابع، استفاده از مواد غیرسمی، کاهش تولید مواد زائد است) و مسئولانه داشته باشد یا برعکس کاملاً رفتار منفی و مخالف محیط زیست باشد. همان‌گونه که رامکیسون و همکاران (2012) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که حس دلبستگی بازدیدکنندگان به مکان نقش مثبتی در رفتار مسئولان زیست محیطی بازی می‌کند. یعنی هر چه

رابطه بین گردشگران و مقصد گردشگری عمیق‌تر باشد، آنها مقصد گردشگری را بیشتر دوست دارند و تمایل بیشتری به صرف انرژی برای حفاظت از محیط زیست دارند (بین و همکاران، 2021). در حقیقت، یکی از عواملی که می‌تواند به عملکرد افراد در محیط زیست کمک بزرگی کند، دلبستگی به آن مکان را در بر می‌گیرد. دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی یعنی وابستگی به آن مکان که جنگل می‌تواند یکی از آن مکان‌ها باشد و مشخص می‌کند که یک فرد به عنوان گردشگر یک جنگل به جنگل وفادار است و تمایل دارد زمان طولانی را در آنجا سپری کند. بنابراین گردشگران ورزشی وقتی به جنگل النگره دلبستگی داشته باشند نه تنها به سبب شکل‌گیری این تجربه مثبت و خوشایند، مجدداً به جنگل النگره مراجعه می‌کنند و حضور در آن مکان را به دوستان و آشنایان خود نیز توصیه می‌کنند، بلکه رفتار مسئولانه و مناسبی با درختان و فضای زیرساختی جنگل خواهند داشت.

در نهایت یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر نشان داد که نقش میانجی‌گری دلبستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان قابل قبول می‌باشد. این قسمت از یافته‌ها به نوعی با نتایج مطالعات هدفی و صرافی‌نیک، 1400 و دلایمی و همکاران، 2021 همخوانی دارد. در این رابطه چنگ و وو (2015) نیز در پژوهش خود پیوندی بین نگرش‌های محیطی، دلبستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست محیطی را در بین ساکنان یافتند. از دیدگاه آن‌ها نگرش‌های منفی محیطی ممکن است باعث شود که ساکنان تمایل کمتری به رفتارهای مسئولانه زیست محیطی داشته باشند، چه به دلیل ناامیدی از محیط خود و چه به دلیل احساس زودگذر ناشی از پیوندهای جدا شده با محیط. جامعه آماری پژوهش چنگ و وو (2015) ساکنان یک منطقه گردشگری بود و احتمالاً نتوان نتایج آن را به یافته‌های پژوهش حاضر که گردشگران ورزشی را مورد بررسی قرار داده است، تعمیم داد؛ با این وجود می‌توان گفت که هر سه متغیر درک کیفیت گردشگری با نقش میانجی‌گری دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی تأثیر بسیار زیادی بر یکدیگر دارند. به همین دلیل مسئولین مناطق طبیعی باید اهمیت این عوامل را به خوبی درک کرده و این موارد را در اولویت خود قرار دهند. به نظر می‌رسد که وقتی گردشگر ورزشی از سازگاری عملکرد خدمت ارائه شده از طرف مسئولین محیط زیست با انتظاراتشان اطمینان حاصل کرده و می‌بینند که امنیت، رضایت گردشگر، خواسته‌ها و رسیدگی به شکایت گردشگران و استفاده از نظرات ارزشمندشان، از نظر عموم مناسب می‌باشد و دسترسی به وسایل نقلیه عمومی برای رفت‌وآمد به آن مکان یا وجود سوپرمارکت در حد مطلوب باشد، احساس و نگرش گردشگر نسبت به منابع، خدمات و تصویر ارائه شده بعدی و استفاده از آن نیز بهتر شده و در نهایت رضایتمندی او افزایش می‌یابد. از این‌رو به نظر می‌رسد بهترین راه برای اینکه بخواهیم آسیب به محیط زیست را به حداقل برسانیم این است که به تقویت رفتار مسئولانه زیست محیطی و افزایش دلبستگی به محیط زیست گردشگران ورزشی بپردازیم. مدیران و دست‌اندرکاران جنگل النگره می‌توانند با ارائه خدمات با کیفیت و ایجاد زیرساخت‌های جذاب، نو و خلاق و همچنین خدمات‌رسانی مناسب، احساس خوشایند و لذت‌بخشی را برای گردشگران فراهم کنند و بدین طریق آنها را به گردشگران راضی و دلبسته به جنگل النگره تبدیل نمایند. اگر مدیران و مسئولین جنگل النگره سعی کنند همواره گردشگران را خوشحال کنند و خدمات خوب و جدید ارائه دهند، مشکلات آن‌ها را حل کرده و نیازهای آن‌ها را برطرف نمایند و در نهایت برای گردشگران، احساس به‌یادماندنی بسازند، اینکار باعث می‌شود که آنها دلبسته به مکان شوند و رفتار مناسبی با محیط زیست داشته باشند.

به طور کلی نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که دلبستگی به مکان و درک کیفیت گردشگری شرط کافی برای موفقیت رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان نیست. در واقع، به طور خاص، درک کیفیت گردشگری با نقش واسطه‌ای دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگره شهرستان گرگان اثر می‌گذارد. در واقع، دلبستگی به مکان نقش میانجی مهمی در تأثیرگذاری درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی ایفا می‌کند. این اولین بار است که نقش میانجی دلبستگی به مکان در رابطه بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی بررسی شده است. از آنجایی که نقش میانجی دلبستگی به مکان چندان مورد توجه محققان حوزه گردشگری قرار نگرفته است، ادامه تحقیقات مربوطه شایسته است.

را بهتر درک کنند و همچنین ممکن است علاقه سایر محققان را برای بررسی بیشتر تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی در مناطق دیگر برانگیزد. از سوی دیگر، پیشنهادات ارزشمندی برای مدیریت جاذبه‌های گردشگری ارائه می‌کند که بهبود درک کیفیت گردشگری و دلبستگی به مکان در مکان‌های گردشگری و مبتنی بر طبیعت ممکن است به تشویق گردشگران به استفاده پایدار از منابع گردشگری

و نشان دادن رفتار مسئولانه زیست محیطی آن‌ها کمک کند. یکی از پیام‌های مهمی که از یافته‌های این پژوهش به دست می‌آید این است که دلبستگی به مکان میانجی معناداری بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی است. بنابراین، این مطالعه نشان می‌دهد که دست‌اندرکاران و مسئولین می‌توانند اطلاعات، فعالیت‌ها و برنامه‌های حفاظت از محیط زیست پیش‌تری را برای بهبود رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ارائه دهند. پیشنهادهایی که در این مطالعه ارائه می‌شود، می‌تواند اطلاعات مدیریتی ارزشمندی را در اختیار مدیران مناطق گردشگری قرار دهد که رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران را افزایش می‌دهد و به توسعه پایدار گردشگری کمک می‌کند.

بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که مدیران نتیجه‌گیری این مطالعه با ایجاد یک مدل نظری که روابط بین درک کیفیت گردشگری، دلبستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست محیطی را نشان می‌دهد، برای اولین بار در ادبیات گردشگری به طور همزمان این سه متغیر را مورد بررسی قرار داده است. از یک طرف، این مطالعه به ادبیات گردشگری کمک می‌کند. زیرا محققان را راهنمایی می‌کند تا عوامل مؤثر بر رفتار مسئولانه زیست محیطی در جاذبه‌های گردشگری و مسئولان خدمات ویژه‌ای سازماندهی کنند تا گردشگران ورزشی را متقاعد نمایند که رفتاری مؤدبانه و مسئولانه داشته باشند. دولت می‌تواند با اجرای سیاست‌هایی برای ترویج مصرف پایدار و رفتارهای طرفدار محیط‌زیست، رفتار مسئولانه زیست محیطی را ارتقاء دهد. به عنوان مثال، با انواع مختلف تبلیغات گردشگری، مدیریت مناسب سیستم حمل و نقل، نصب علائم راهنمایی مختلف و ... می‌توان درک گردشگران ورزشی را از کیفیت منابع، خدمات و تصویر گردشگری ارتقاء داد. همچنین می‌تواند با اجرای ابزارهای مبتنی بر اطلاعات (انتشار اطلاعات از طریق کمپین‌های ارتباطی و بازاریابی اجتماعی از طریق رسانه‌های جمعی) بر توسعه هنجارها و نگرش‌های اجتماعی تأثیر بگذارند و از این طریق به افزایش مقبولیت سیاست‌های تدوین‌شده کمک کنند. اطلاعات و پیام‌های حفاظتی پیش‌تری را می‌توان با علائم، تابلوهای اطلاعات و یا حتی تجهیزات راهنمای صوتی در پارک جنگلی النگره به گردشگران معرفی کرد. با ارائه دوچرخه‌های کرایه‌ای در برخی مسیرهای پارک جنگلی و ایجاد پارکینگ‌های با ظرفیت بیشتر در ورودی پارک جنگلی النگره نیز می‌توان رضایت گردشگران ورزشی از جمله دوچرخه‌سواران را جلب نمود. پیشنهاد می‌شود که به روش‌های مختلف و از طریق برنامه‌های متنوع جاذبه‌های فرهنگ محلی و بومی پارک جنگلی نمایان شود. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه دوم پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که مسئولین از طریق تعامل فعال با گردشگران ورزشی که در رفتارهای طرفدار محیط‌زیستی که تنوع زیستی را حفظ می‌کنند و به طور کلی منابع و جذابیت پارک را بهبود می‌بخشند، دلبستگی به مکان را تقویت کنند. منابع غنی، ارزشمند و متنوع این پارک جنگلی و همچنین ویژگی‌های منحصر به فرد منابع گردشگری از جمله پوشش گیاهی، آب و هوا، گونه‌های حیوانی و ... در پارک جنگلی النگره از سوی مسئولین به روش‌های مختلف مثل علائم و تبلیغات و ... در معرض عموم گردشگران قرار بگیرند. می‌توان داوطلبانی را برای برنامه‌های نظارت بر حفاظت از محیط‌زیست فراخوان کرد تا گردشگران را در فعالیت‌های حفاظت از محیط‌زیست مشارکت دهند و تعهد خود را نسبت به رفتارهای مسئولانه افزایش دهند. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه سوم پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که دولت با گسترش جاده، افزودن مسیرهای حمل و نقل جدید، توسعه حمل و نقل مناسب و نیز به‌روزرسانی وسایل حمل و نقل، شرایط تفریحی را در اطراف پارک جنگلی النگره بهبود بخشد. همچنین عدم اجازه به حضور و تردد وسیله‌های نقلیه همچون ماشین، موتور، مینی‌بوس و ... در این مکان می‌تواند آرامش و رضایت را برای گردشگران ورزشی به ارمغان آورد. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه چهارم نیز پیشنهاد می‌شود که مدیریت گردشگری تلاش کند تا کیفیت خدمات را بهبود بخشد. تحریک رفتارهای مسئولانه زیست محیطی می‌تواند به طور فعال توسط مدیران و مسئولین پارک جنگلی ترویج شود. مدیریت خوب، حمایت از تنوع زیستی و تشویق مصرف مسئولانه و پایدار، خود منجر به تحریک رفتارهای مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی می‌شود.

این پژوهش دارای محدودیت‌هایی بود: اول اینکه (1) این تحقیق فقط در منطقه النگره گرگان انجام شده است. پارک جنگلی النگره در گرگان به دلیل منابع طبیعی بکر، دسترسی آسان و دامنه متفاوتی از فعالیت‌های تفریحی و ورزشی از نظر جذابیت متفاوت می‌باشد. به نظر می‌رسد که این موضوع باعث شود احتمالاً فرصت‌ها برای ایجاد حس دلبستگی به مکان بسیار متفاوت از سایر مکان‌های گردشگری باشد، همانطور که فرصت‌هایی برای درگیر شدن در رفتارهای طرفدار محیط‌زیست نیز متفاوت است. همچنین، مطالعه ما بر اساس یک نمونه گردشگران ورزشی در منطقه النگره گرگان بود که خود به طور کامل نماینده کل جمعیت گردشگران ورزشی (که به طور کلی مسن‌تر و یا دارای تحصیلات کمتر) نبود که این موضوع می‌تواند به عنوان یک محدودیت از نظر تعمیم‌پذیری نتایج تحقیق در نظر گرفته شود. بنابراین، تا زمانی که پیشنهاد می‌شود که مطالعه در سایر

مکان‌های گردشگری و تفریحی تکرار شود. نشود، نمی‌توان یافته‌ها را تعمیم داد. دوم، (2) این پژوهش عمدتاً گردشگران ورزشی گرگانی را مورد بررسی قرار داده است و پیشینه‌های فرهنگی مشارکت‌کنندگان اندازه‌گیری نشده است و مشخص نیست که آیا نمونه از این نظر نماینده جمعیت گردشگران ورزشی است یا خیر. این مسئله در مجموع ممکن است تعمیم‌پذیری نتایج ما را محدود کند. بنابراین، تحقیقات آینده می‌توانند تأثیر متغیرهای فرهنگی را بر دلبستگی به مکان، رفتارهای مسئولانه زیست محیطی و درک کیفیت گردشگری با بررسی گردشگران از شهرها و استان‌های مختلف و فرهنگ‌های دیگر در پارک جنگلی النگره را بررسی کنند. سوم، (3) این مطالعه در یک مقصد توریستی جنگلی انجام شد. احتمال دارد که داده‌های جمع‌آوری‌شده از گردشگران ورزشی با انواع مکان‌های دیگر یا مقاصد گردشگری دیگر مثل دریا یا کویر بسیار متفاوت باشد. بنابراین، بهتر است که این پژوهش در چنین زمینه‌هایی مکان‌های مختلف مثل دریا یا کویر نیز تکرار شود تا اعتبار نتایج پژوهش حاضر آزمایش شود. چهارم، همان‌گونه در مبانی نظری مربوط به متغیر دلبستگی به مکان توضیح داده شد، دلبستگی به مکان یک سازه چند بعدی است و از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ (4) در این مطالعه نیز متغیر دلبستگی به مکان با سه مؤلفه دلبستگی اجتماعی، دلبستگی عاطفی و دلبستگی عملکردی در نظر گرفته شده است. این بدان معناست که جنبه‌های مختلف دلبستگی به مکان که ممکن است تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار مسئولانه زیست محیطی داشته باشند، در نظر گرفته نشده‌اند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مطالعات آتی این متغیر را از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار دهند. پنجم، (5) این مطالعه در بررسی متغیر دلبستگی به مکان عواملی مانند محل تولد و مدت اقامت را در نظر نگرفته است که احتمال دارد این متغیرها تأثیر زیادی بر دلبستگی به مکان داشته باشند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود، تحقیقات آینده این متغیرها را نیز در جهت بهبود دانش تجربی مورد بررسی قرار دهند. (6) ششم، با توجه به این‌که براساس مطالعات انجام شده، دلبستگی به مکان پدیده‌ای است که ممکن است در طول زمان تکامل یابد، بنابراین، احتمالاً مطالعه طولی بتواند نتایج بهتری در این رابطه فراهم آورد. (7) هفتم، این مطالعه تنها یک متغیر میانجی یعنی دلبستگی به مکان را در ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی مورد بررسی قرار داده است. این در حالی است که با توجه به مبانی نظری، متغیرهای دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند در توسعه سطوح بالای درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست محیطی مهم باشند. بنابراین، محققانی که به دنبال پیشرفت تحقیقات مربوط به رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران در محیط‌های طبیعی هستند، محققان احتمالاً بخواهند متغیرهای دیگری را در نظر بگیرند. به عنوان مثال متغیرهای بیش‌تری مانند نگرانی‌های محیطی، تصویر مقصد و میزان مشارکت که ممکن است بر رفتارهای مسئولانه زیست محیطی تأثیر بگذارند و بینش‌های نظری بیشتر و غنی‌تری در خصوص مدیریت پایدار و مسئولانه پارک‌های گردشگری ارائه دهند، می‌توانند در مطالعات بعدی برای بهبود نتایج مورد بررسی قرار بگیرند. هشتم اینکه متغیر درک کیفیت گردشگری با این‌که معمولاً در میان نظریه‌پردازان و دست‌اندرکاران مدیریت مکان مورد بحث قرار گرفته است؛ لیکن تحقیقات تجربی مربوط به این حوزه هنوز بسیار کمیاب است. به همین دلیل بررسی و مقایسه نتایج مربوط به این متغیر در این پژوهش دشوار بود.

(8) نهم، از آنجایی که گردشگران به مکان‌های مختلفی می‌روند، امکان برقراری تماس با یک فرد دو بار در طول جمع‌آوری داده‌ها وجود نداشت؛ بنابراین ما مجبور شدیم از رفتار خود گزارش‌دهی به عنوان نماینده رفتار واقعی استفاده کنیم. در واقع همه متغیرها در این مطالعه با استفاده از داده‌های پرسشنامه خود گزارش‌شده اندازه‌گیری شدند. به عنوان مثال، پرسشنامه‌ای که در این پژوهش برای ارزیابی رفتار مسئولانه زیست محیطی به کار گرفته شده است، به جای رفتار واقعی گردشگران تنها بر قصد رفتاری گردشگران متمرکز است و رفتارهای مسئولانه زیست محیطی احتمالاً ممکن است به دلیل هنجارهای اجتماعی یا مطلوبیت شخصی بیش از حد برآورد شده باشد. بررسی رفتار واقعی گردشگران نسبتاً دشوار است؛ زیرا زمان و هزینه بیش‌تری را می‌طلبد. برای غلبه بر این محدودیت، در صورت امکان، تحقیقات آینده بهتر است سعی کنند رفتار واقعی در محل را بر اساس مصاحبه‌های عمیق یا مشاهده رفتار مستقیم گردشگران ورزشی یا ضبط ویدیویی از رفتار گردشگران با کسب اجازه از آن‌ها و یا ردیابی رفتار خارج از منطقه گردشگری ارزیابی کنند تا جزئیات بیشتر در خصوص متغیرهای مورد بررسی شناسایی شوند. (9) دهم، داده‌های جمع‌آوری‌شده برای این مطالعه با توزیع پرسشنامه‌ها در بین گردشگران در قسمت ورودی و خروجی جنگل النگره به دست آمد. برخی از گردشگران ورزشی یا خسته بودند یا برای رفتن عجله داشتند و همین امر منجر به بی‌حوصلگی آنها در ارزیابی تمام موارد پرسشنامه شد. تحقیقات آینده ممکن است با ترکیب یک بررسی پرسشنامه با یک مصاحبه عمیق برای به دست آوردن داده‌های قانع‌کننده‌تر، از چنین محدودیتی جلوگیری کنند. (10) یازدهم، بازه زمانی

جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش کوتاه بود (دو ماه). همچنین جمع‌آوری داده‌ها و عمدتاً در تعطیلات آخر هفته به‌ویژه در مواقعی که بیش‌ترین گردشگر حضور داشتند، صورت گرفته است. بنابراین، گردشگرانی که در طول دوره جمع‌آوری داده‌ها در منطقه حضور داشتند ممکن است که نماینده جمعیت گردشگرانی که در زمان‌های دیگر از آن بازدید می‌کنند، نباشند. بنابراین، تحقیقات آتی بهتر است مدت زمان نظرسنجی‌های پرسشنامه‌ای را برای تضمین تنوع نمونه افزایش دهند. (11) دوازدهم، داده‌های این پژوهش در طی اپیدمی کووید-19 جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شده‌اند. با شروع این ویروس احتمالاً برداشت‌ها و نگرش‌های منفی نسبت به مکان‌های گردشگری شکل گرفته باشد. بنابراین، اگر مطالعه در بعد از همه‌گیری کووید-19 نیز تکرار شود، ممکن است تفاوت‌هایی را در نتایج نشان دهد.

ما معتقدیم که اطلاعات در مورد عوامل مؤثر بر رفتار مسئولانه زیست محیطی برای دانشگاهیان و ذینفعان گردشگری در سطح مقصد از جمله برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران، مدیران و مسئولین محیط زیست از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج این تحقیق برای محققانی که هدفشان توسعه چارچوبی جامع برای پیش‌بینی رفتار مسئولانه زیست محیطی در زمینه‌های گردشگری ورزشی و سایر اشکال گردشگری مبتنی بر طبیعت است، ارزشمند می‌باشد. دانش در مورد عوامل تعیین‌کننده رفتار مسئولانه زیست محیطی برای پایدارتر کردن شیوه‌های گردشگری ارزشمند است.

تقدیر و تشکر

مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، گرایش مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود تحت عنوان تاثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان است. بدینوسیله نویسندگان این مقاله از تمامی گردشگران ورزشی که در انجام این پژوهش همکاری و مشارکت داشتند، تشکر و قدردانی به عمل می‌آورند.

References

- Abaszadeh, m., Banifateme, H., Alizadehghadam, M.B., Alavi, L. (2016). Study of Intervening Effect of Environmental Responsible Attitude on the Relationship of between Place Attachment and Environmental Responsible Behavior, 2(27), 61-80. (In Persian). https://jas.ui.ac.ir/article_20491.html?lang=en.
- Augustyn, M. M., & Seakhoa-King, A. (2005). Is the Servqual scale an adequate measure of quality in leisure, tourism and hospitality?. In *Advances in Hospitality and Leisure*. Emerald Group Publishing Limited. Bingley, 3-24. [https://doi.org/10.1016/S1745-3542\(04\)01001-X](https://doi.org/10.1016/S1745-3542(04)01001-X)
- Bahmanpour, Homan. (2014). Sports and environment for athletes and sports managers. Office of Environment and Sustainable Development of the Ministry of Sports and Youth. 1-167. (In Persian).
- Blankenberg, A.-K., & Alhusen, H. (2018). On the determinants of pro-environmental behavior-a guide for further investigations. (5), 1-25. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3186089>
- Chen, Y. S., Lin, Y. H., & Wu, Y. J. (2020). How personality affects environmentally responsible behaviour through attitudes towards activities and environmental concern: Evidence from a national park in Taiwan. *Leisure Studies*, 39(6), 825-843. <https://doi.org/10.1080/02614367.2020.1778773>
- Cheng, T. E., Li, S., Zhang, H., & Cao, M. (2021). Examining the antecedents of environmentally responsible behaviour: Relationships among service quality, place attachment and environmentally responsible behaviour. *Sustainability*, 13(18), 10297. <https://doi.org/10.3390/su131810297>
- Cheng, T. M., & Wu, H. C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism. *Journal of Sustainable tourism*, 23(4), 557-576. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>
- Cheng, T. M., C. Wu, H., & Huang, L. M. (2013). The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(8), 1166-1187. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.750329>
- Cheung, L. T., Ma, A. T., Lam, T. W., Chow, A. S., Fok, L., & Cheang, C. C. (2020). Predictors of the environmentally responsible behaviour of participants: An empirical investigation of interpretative dolphin-watching tours. *Global Ecology and Conservation*, 23, e01153. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e01153>
- Chi, N.T.K. (2022). Environmentally responsible behaviour in outdoor recreation: the moderating impact of COVID-19 related risk perception. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. 1-16. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0234>
- Chiu, Y. T. H., Lee, W. I., & Chen, T. H. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Exploring the role of destination image and value perception. *Asia pacific journal of tourism Research*, 19(8), 876-889. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.818048>

- Chow, A. S., Ma, A. T., Wong, G. K., Lam, T. W., & Cheung, L. T. (2019). The impacts of place attachment on environmentally responsible behavioral intention and satisfaction of Chinese nature-based tourists. *Sustainability*, *11*(20), 5585. <https://doi.org/10.3390/su11205585>
- Dedeoğlu, B. B. (2019). Shaping tourists' destination quality perception and loyalty through destination country image: The importance of involvement and perceived value. *Tourism Management Perspectives*, *29*, 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.006>
- Devine-Wright, P., & Howes, Y. (2010). Disruption to place attachment and the protection of restorative environments: A wind energy case study. *Journal of environmental psychology*, *30*(3), 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.008>
- Dlamini, S., Tesfamichael, S. G., & Mokhele, T. (2021). Socio-demographic determinants of environmental attitudes, perceptions, place attachment, and environmentally responsible behaviour in Gauteng province, South Africa. *Scientific African*, *12*, e00772. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2021.e00772>
- Ekhtiari, N., Yadi, H., & Shabanimoghadam, K. (2018). Determining the model of effective factors on the development of environment culture in sport. *Applied Research in Sport Management*, *7*(2), 57-67. (In Persian). <https://doi.org/10.30473/arsm.2018.5090>
- Eydi, H., Abbasi, H., Almasi, S. (2019). Investigating the mediating role of place attachment in the relationship between place satisfaction and behavioral goals (Case study: Volleyball League's spectators). *Communication management in sports media*, *6* (23), 51-66. (In Persian). <https://en.civilica.com/doc/977622/>
- Gosling, E., & Williams, K. J. (2010). Connectedness to nature, place attachment and conservation behaviour: Testing connectedness theory among farmers. *Journal of environmental psychology*, *30*(3), 298-304. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.005>
- Gupta, A., Arora, N., Sharma, R., & Mishra, A. (2021). Determinants of Tourists' Site-Specific Environmentally Responsible Behavior: An Eco-Sensitive Zone Perspective. *Journal of Travel Research*, *64*(2), 1-20. [00472875211030328](https://doi.org/10.1002/jtr.2111).
- Hadafi, F & Sarafi Nik, A. (2021). Study of the relationship between environmental perception and attachment to place and their effect on pro-environmental behaviors. *Geographical Research of Urban Planning*. (In Persian). [10.22059/JURBANGEO.2022.332929.1605](https://doi.org/10.22059/JURBANGEO.2022.332929.1605).
- Halpenny, E. A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of environmental psychology*, *30*(4), 409-421. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.04.006>
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of environmental psychology*, *27*(4), 310-319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.003>
- Hernandez, B., M. C. Hidalgo, & C. Ruiz. (2013). Theoretical and Methodological Aspects of Research on Place Attachment: *Advances in Theory, Methods and Applications*, edited by L. C. Manzo and P. Devine-Wright, 125-37. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203757765>
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of environmental psychology*, *21*(3), 273-281. <https://doi.org/10.1006/jenvp.2001.0221>
- Imran, S., Alam, K., & Beaumont, N. (2014). Environmental orientations and environmental behaviour: Perceptions of protected area tourism stakeholders. *Tourism management*, *40*, 290-299. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.003>
- Istiana, R., Sunardi, O., Herlani, F., Ichsan, I. Z., Rogayan Jr, D. V., Rahman, M. M., ... & Arif, W. P. (2020). Environmentally Responsible Behavior and naturalist intelligence: Biology Learning to Support Sustainability. *Biosfer: Jurnal Tadris Biologi*, *11*(2), 87-100. <https://doi.org/10.24042/biosfer.v11i2.7626>
- Karimi, F. (2021). Alangdere Forest Park in Gorgan; Dream destination of nature lovers. The glory of walking on a wooden road with the beautiful leaves of Al-Nagdere. Published: 16 December 2020 Updated: 30 May 2021. *Alibaba Tourism Magazine*. (In Persian). <https://www.alibaba.ir/mag/alangdareh-park/>
- Kim, S. K., Park, J. A., & Kim, W. (2016). The mediating effect of destination image on the relationship between spectator satisfaction and behavioral intentions at an international sporting event. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *21*(3), 273-292. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1048262>
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315788135>
- Koc, E. (2003). Research note: the role and potential of travel agency staff as a marketing communications tool. *Tourism Analysis*, *8*(1), 105-111. <https://doi.org/10.3727/108354203108750139>
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism management*, *26*(5), 691-706. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
- Lalicic, L., & Garaus, M. (2022). Tourism-Induced Place Change: The Role of Place Attachment, Emotions, and Tourism Concern in Predicting Supportive or Oppositional Behavioral Responses. *Journal of Travel Research*, *61*(1), 202-213. <https://doi.org/10.1177/0047287520967753>

- Lee, T. H. (2011). How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 895-915. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570345>
- Lee, T. H., Jan, F. H., & Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, 36, 454-468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.012>
- Lee, W. H., & Moscardo, G. (2005). Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 546-565. <https://doi.org/10.1080/09669580508668581>
- Lin, Y. H., & Lee, T. H. (2020). How do recreation experiences affect environmentally responsible behavior? Evidence from recreationists visiting ancient trails in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 705-726. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1701679>
- Motaghed, M & Sajjadzadeh, H. (2021). The role of environmental quality on attachment to place in urban spaces (Case study: Central Square of Hamadan). *Human Geography*, 53 (2), 599-616. (In Persian). <file:///C:/Users/top/Downloads/45814000212.pdf>
- Musova, Z., Musa, H., & Matiova, V. (2021). Environmentally responsible behaviour of consumers: evidence from Slovakia. *Economics & Sociology*, 14(1), 178-198. DOI:10.14254/2071-789X.2021/14-1/12
- Najvan, Sh., & Ranjbar, M. (2017). Conceptual design of nature parks as tourism facilities and formulation of their implementation criteria. *Scientific & Research Journals Management System*, 14(55), 97-112. (In Persian). https://journals.srbiau.ac.ir/article_12180.html
- Nikandish, A., Dashti, S., & Sabzghabaei, Gh.R. (2018). The Assessment of Environmental Risks for Sustainable Development in National Parks and Protected Areas (Case Study: Dez National Park and Protected Area). *Journal of Geography and Environmental Hazards*, 8(1), 43-63. (In Persian). https://geoeh.um.ac.ir/article_33033.html?lang=en
- Nouri, Z. (2015). *Investigating the Factors Affecting the Quality of Services of Asia Insurance Company* Department of Insurance Management, Faculty of Islamic Azad Management, Tehran. (In Persian).
- Parsajo, Sh., & Nasehi, F. (2018). The role of sustainable development of tourism in protected areas (case study: Sablan region in Ardabil province). *Journal of Geographical Sciences*, 14(29), 18-30. (In Persian). https://geographic.mashhad.iau.ir/article_669664.html
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2017). Understanding environmentally responsible behaviour of ecotourists: The Reasoned Action Approach. *Tourism Planning & Development*, 14(3), 337-352. <https://doi.org/10.1080/21568316.2016.1221851>
- Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2014). Proenvironmental behavior: The link between place attachment and place satisfaction. *Tourism Analysis*, 19(6), 673-688. <https://doi.org/10.3727/108354214X14146846679286>
- Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2014). Proenvironmental behavior: The link between place attachment and place satisfaction. *Tourism Analysis*, 19(6), 673-688. <https://doi.org/10.3727/108354214X14146846679286>
- Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 36, 552-566. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.003>
- Ramkissoon, H., Weiler, B., & Smith, L. D. G. (2012). Place attachment and pro-environmental behaviour in national parks: The development of a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(2), 257-276. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.602194>
- Reid, L., Sutton, P., & Hunter, C. (2010). Theorizing the meso level: the household as a crucible of pro-environmental behaviour. *Progress in human geography*, 34(3), 309-327. <https://doi.org/10.1177/0309132509346994>
- Reimann, M., Lamp, M. L., & Palang, H. (2011). Tourism impacts and local communities in Estonian national parks. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(sup1), 87-99. <https://doi.org/10.1080/15022250.2011.638206>
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of environmental psychology*, 30(3), 289-297. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.010>
- Schultz, P. W., Shriver, C., Tabanico, J. J., & Khazian, A. M. (2004). Implicit connections with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24(1), 31-42. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(03\)00022-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(03)00022-7)

- Soleimani, A., & Nohegar, A. (2019). The Intervened effect of place attachment on the relationship between community attachment and environmental behaviors (case study: Tajrish neighborhood). *Environmental Science*, 17(3), 75-80. (In Persian). https://envs.sbu.ac.ir/article_98091.html?lang=en
- Štreimikienė, D. (2015). The main drivers of environmentally responsible behaviour in Lithuanian households. *Amfiteatru economic*, 17(40): 1023-1035. <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2015~1538136166170/>
- Su, L., Hsu, M. K., & Boostrom Jr, R. E. (2020). From recreation to responsibility: Increasing environmentally responsible behavior in tourism. *Journal of Business Research*, 109, 557-573. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.055>
- Sugandini, D., Rahatmawati, L., & Arundati, R. (2017). Environmental attitude on the adoption decision mangrove conservation: An empirical study on communities in special region of Yogyakarta, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research (RIBER)*, 7(1). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3063374
- Tasci, A. D., Uslu, A., Styliadis, D., & Woosnam, K. M. (2022). Place-oriented or people-oriented concepts for destination loyalty: Destination image and place attachment versus perceived distances and emotional solidarity. *Journal of Travel Research*, 61(2), 430-453. <https://doi.org/10.1177/0047287520982377>
- Tonge, J., Ryan, M. M., Moore, S. A., & Beckley, L. E. (2015). The effect of place attachment on pro-environment behavioral intentions of visitors to coastal natural area tourist destinations. *Journal of Travel Research*, 54(6), 730-743. <https://doi.org/10.1177/0047287514533010>
- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of environmental education*, 32(4), 16-21. <https://doi.org/10.1080/00958960109598658>
- Walker, G. J., & Chapman, R. (2003). Thinking Like a Park: The Effects of Sense of Place, Perspective-Taking, and Empathy on Pro-Environmental Intentions. *Journal of Park & Recreation Administration*, 21(4), 71-86. <https://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/1492>
- Wang, C., Zhang, J., Cao, J., Hu, H., & Yu, P. (2019). The influence of environmental background on tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of environmental management*, 231, 804-810. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.10.089>
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840. <https://doi.org/10.1093/forestscience/49.6.830>
- Yin, L. J., Zhang, N., & Chang, Z. Y. (2021). Study on the impact of tourism quality perception on tourists' environmentally responsible behaviour in rural tourism areas. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 626, No. 1, p. 012015). IOP Publishing. doi:10.1088/1755-1315/626/1/012015
- Yin, L. J., Zhang, N., & Chang, Z. Y. (2021). Study on the impact of tourism quality perception on tourists' environmentally responsible behaviour in rural tourism areas. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 626, No. 1, p. 012015). IOP Publishing. doi:10.1088/1755-1315/626/1/012015
- Zhao, M., Dong, S., Wu, H. C., Li, Y., Su, T., Xia, B., ... & Guo, X. (2018). Key impact factors of visitors' environmentally responsible behaviour: Personality traits or interpretive services? A case study of Beijing's Yuyuantan Urban Park, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(8), 792-805. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1493518>
- Zhou, X., Tang, C., Lv, X., & Xing, B. (2020). Visitor engagement, relationship quality, and environmentally responsible behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4), 1151. <https://doi.org/10.3390/ijerph17041151>