

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

Afsaneh Valinejad Khandan<sup>1</sup> , Houriyeh Dehghanpouri<sup>2</sup> , Hassan Bahrololoum<sup>3</sup> 

1. Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. E-mail: [afsanevalinezhad@gmail.com](mailto:afsanevalinezhad@gmail.com)
2. Corresponding Author, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. E-mail: [h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir](mailto:h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir)
3. Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. E-mail: [bahrololoum@shahroodut.ac.ir](mailto:bahrololoum@shahroodut.ac.ir)

### Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Article history:**

Received:  
16 December 2022  
Received in revised form:  
24 June 2023  
Accepted:  
26 June 2023  
Published online:  
22 December 2023

**Keywords:**

*Emotional Attachment,  
Forest,  
Service Quality,  
Sustainable Development,  
Sports Tourism.*

### ABSTRACT

**Introduction:** Drawn public attention to the negative impacts on environmentally sensitive areas. Therefore, the purpose of this study was to investigate the effect of the quality of tourism perception 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 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 Ramkissoon 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 the quality of tourism perception has a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists; the quality of tourism perception 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:** 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. 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:** Valinejad Khandan, A., Dehghanpouri, H., & Bahrololoum, H. (2023). The Effect of Tourism Quality Perception on the Sport Tourists' Environmentally Responsible Behaviour with the Mediating Role of Attachment to Place. *Sport Management Journal*, 15(4); PP.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2023.352570.3073>.



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)  
| web site: <https://jrm.ut.ac.ir/> | Email: [jrm@ut.ac.ir](mailto:jrm@ut.ac.ir).

## 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? 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 the quality of tourism perception on the environmentally responsible behavior of sports tourists with the mediating role of attachment to the place.

### Methods

This research is applied based on purpose and descriptive-correlation in terms of method and survey in terms of data collection. 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. 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 the quality of tourism perception 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 was related to the age range of 31 to 35 years and the lowest frequency distribution was related to the age range of 46 to 50 years. 25 percent had a bachelor's degree and 5 percent a doctorate. 40 percent had 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 the quality of tourism perception had a significant effect on the environmentally responsible behavior of sports tourists; the quality of tourism perception had 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. Consequently, we will achieve sustainable use of tourism resources and sustainable development of tourism in this forest park in the long run.

### 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.

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

افسانه ولی نژادخندان<sup>۱</sup>، حوریه دهقان پوری<sup>۲</sup>، حسن بحر العلوم<sup>۳</sup>

۱. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران. رایانامه: [afsanevalinezhad@gmail.com](mailto:afsanevalinezhad@gmail.com)
۲. نویسنده مسئول، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران. رایانامه: [h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir](mailto:h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir)
۳. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران. رایانامه: [bahrololoum@shahroodut.ac.ir](mailto:bahrololoum@shahroodut.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	<b>مقدمه:</b> 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 سبب هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۵	<b>روش پژوهش:</b> این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تمامی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان در سال ۱۴۰۰ بودند. 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 تأیید شد. از مدلسازی معادلات ساختاری شامل تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نرم‌افزارهای مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، AMOS <sup>23</sup> و SPSS <sup>23</sup> بود.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳	<b>یافته‌ها:</b> 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.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۵	<b>نتیجه گیری:</b> 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، 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.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱	

### کلیدواژه‌ها:

توسعه پایدار، جنگل، دلبستگی عاطفی، کیفیت خدمات، گردشگری ورزشی.

**استناد:** ولی نژادخندان، افسانه؛ دهقان پوری، حوریه؛ و بحر العلوم، حسن (۱۴۰۲). تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان. نشریه مدیریت ورزشی، (۴) ۱۵، صص.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2023.352570.3073>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی‌رایت کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. آدرس نشریه: <https://jsm.ut.ac.ir/> | ایمیل: [jsm@ut.ac.ir](mailto:jsm@ut.ac.ir)



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

## مقدمه

گردشگری مبتنی بر طبیعت به‌عنوان یک بازار خاص گردشگری، به‌طور گسترده در ادبیات دهه‌های اخیر بررسی شده است. بیشتر پژوهش‌ها گردشگری را منبع مهمی برای احیا و توسعه اقتصادی و متعاقباً کیفیت زندگی ساکنان می‌دانند (لالیسیچ و گاراس؛ ۲۰۲۲). گردشگران، آگاهانه یا ناآگاهانه، نه‌تنها ممکن است در تخریب محیط زیست نقش داشته باشند (سو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰؛ بین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۱)، بلکه مشکلاتی را در مدیریت مقصد ازدحام بیش‌ازحد و آسیب رساندن به تأسیسات گردشگری به‌وجود می‌آورند (ژائو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). تخریب محیط زیست اغلب به‌دلیل استفاده بی‌رویه از زمین حاصل می‌شود. در دهه‌های اخیر در پی افزایش گردشگری در طبیعت و بی‌توجهی به توان سرزمین و برد مناطق مقصد گردشگری، مشکلات عدیده‌ای برای این مناطق به‌وجود آمده است. مناطق حفاظت‌شده از جمله مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند که با داشتن پتانسیل بالا صدمات فراوانی را نیز متحمل می‌شوند (پارساجو و ناصحی، ۲۰۱۸). پارک‌های ملی و مناطق حفاظت‌شده نقش اساسی در حفاظت از اکوسیستم‌های طبیعی دارند و ابزاری مؤثر برای حفظ گونه‌های در حال انقراض و تهدیدات ناشی از فعالیت‌های انسانی‌اند. این مناطق می‌توانند به حفاظت از تنوع زیستی با حفظ فرایندهای زیست‌محیطی در مقابل آشفتگی‌ها کمک کنند (نیک‌اندیش و همکاران، ۲۰۱۸).

با این حال، رشد مستمر بازدیدکنندگان که به آثار مخرب در پارک‌های ملی منجر می‌شود، یکی از مسائل مبرمی است که پارک‌ها با آن مواجه‌اند (لی<sup>۴</sup>؛ ۲۰۱۱). درحالی‌که گردشگری مبتنی بر طبیعت به‌عنوان 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 (چاو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

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 قبیل تولید زباله، آلودگی هوا و ... را به‌دنبال داشته باشد (اختیاری و همکاران، ۲۰۱۸). اگرچه ورزش در زمره بزرگ‌ترین جفاکنندگان به محیط زیست قرار نمی‌گیرد، اما می‌تواند 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 حالی است که توجه کمی به دیگر فعالیت‌های ورزشی که توسط عده زیادی از مردم انجام می‌شوند، معطوف شده است. تأثیرات رویدادهای ورزشی بزرگ، قابل رؤیت‌ترند، اما فعالیت‌های روزانه نیز می‌توانند به‌واسطه حضور تعداد زیادی از مردم تأثیرات منفی بر محیط زیست داشته باشند. هرگاه رویدادها، تجهیزات و اماکن ورزشی (زیرساخت‌ها، جاده‌ها، جایگاه‌های طبیعی و ...) یک جاذبه گردشگری را تشکیل بدهند، در آن صورت ورزش می‌تواند با گردشگری در ارتباط باشد (بهمن‌پور، ۲۰۱۴). ایران با وجود دارا بودن طبیعت ارزشمند، همواره به دلایل مختلف از جمله گردشگری غیرحرفه‌ای در معرض تخریب منابع طبیعی قرار دارد (نجوان و رنجبر، ۲۰۱۷). برای مثال فعالیت‌های ورزشی در مناطق طبیعی و جایگاه‌هایی که به تغییرات اساسی در اکوسیستم نیاز ندارند (مانند دوچرخه‌سواری کوهستان، سوارکاری و ورزش‌های آبی)، می‌توانند تأثیرات منفی ناشی از حضور تعداد زیاد ورزشکاران (که رفتارهای آنها با محیط زیست دوستانه نیست) را به‌همراه داشته باشند؛ یا گردشگران ورزشی سبب ایجاد تخریب‌های وسیعی به کل اکوسیستم شوند (بهمن‌پور، ۲۰۱۴).

1. Lalicic

2. Su

3. Yin

4. Zhao

5. Lee

6. Chow

در واقع فعل و انفعالات طبیعت و انسان به‌طور گسترده در چند دهه گذشته به‌دلیل افزایش فشار بر محیط زیست ناشی از افزایش رشد جمعیت و جهانی شدن بررسی شده است (دلامینی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). این تحقیقات بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی را ناشی از فعالیت‌های انسانی می‌دانند. بنابراین به‌نظر می‌رسد مطالعات در زمینه تعاملات انسان و طبیعت در شناسایی رفتار محیطی که به تخریب محیط زیست منجر شود، می‌تواند نقش مهمی داشته باشد (چیو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). این امر به درخواست‌های فزاینده‌ای برای محققان منجر شده است تا بفهمند چرا برخی افراد درگیر رفتارهای محیطی‌اند، درحالی‌که برخی دیگر آن را نادیده می‌گیرند. استفاده پایدار از منابع پارک‌های ملی زمانی می‌تواند افزایش یابد که بازدیدکنندگان رفتارهای طرفدار محیط‌زیست و مسئولانه داشته باشند (عمران<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین یکی از نگرانی‌های کلیدی محققان گردشگری این است که چگونه تأثیرات نامطلوب گردشگری بر محیط زیست را محدود کنند. در نتیجه، درک عوامل اصلی که به توسعه رفتار مسئولانه زیست‌محیطی<sup>۴</sup> منجر می‌شود، از اهمیت زیادی برخوردار است (سو و همکاران، ۲۰۲۰). رفتار مسئولانه زیست‌محیطی به‌عنوان یک رفتار سازگار با محیط زیست یا طرفدار محیط زیست در نظر گرفته می‌شود (چی<sup>۵</sup>؛ ۲۰۲۲) و به نگرانی، تعهد و دانش زیست‌محیطی فرد اشاره دارد (گوپتا<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع، رفتار مسئولانه زیست‌محیطی که رفتار طرفدار محیط زیست نیز نامیده می‌شود (پودل و نیاوپان<sup>۷</sup>؛ ۲۰۱۷)، به‌عنوان رفتاری تعریف می‌شود که تأثیرات مضر و تأثیرات منفی کمتری بر محیط زیست دارد و به اقدامات افرادی که استفاده پایدار از منابع طبیعی را حمایت می‌کند، توصیف می‌شود (رید<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

در حوزه گردشگری برخی محققان بر این باورند که تشویق بازدیدکنندگان به نشان دادن رفتار مسئولانه از نظر زیست‌محیطی، مهم‌ترین وسیله برای کاهش تأثیرات منفی یا حتی مخرب بر محیط گردشگری است (لی<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). در واقع به‌نظر می‌رسد پرورش رفتار مسئولانه زیست‌محیطی در بین بازدیدکنندگان بهترین راهبرد مدیریتی برای دستیابی به این هدف مهم باشد (چنگ و همکاران، ۲۰۲۱). در زمینه تحقیقات گردشگری، لی (۲۰۱۱) رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را به‌عنوان رفتار گردشگرانی در نظر گرفت که بر حفاظت از محیط زیست و کاهش آثار منفی در طول تجربه خود تمرکز می‌کنند. از یک دیدگاه رفتار مسئولانه زیست‌محیطی به دو بعد مورد قبول و فعال تقسیم می‌شود (بین و همکاران، ۲۰۲۱). 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 زیست‌محیطی جلوگیری کنند (ایستیانان<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

با این حال، چه عواملی ممکن است بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران تأثیر بگذارد؟ چگونه رفتار مسئولانه گردشگران در قبال محیط‌های گردشگری را می‌توانیم ارتقا دهیم؟ و تا آنجا که به خود گردشگران مربوط می‌شود، چه چیزی می‌تواند آنها را تشویق کند که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی از خود نشان دهند؟ این سؤالات به نگرانی‌های مهمی برای محققان و مدیران تبدیل شده است. تحقیقات مختلفی در خصوص تلاش برای بهبود رفتار دوستدار محیط زیست به‌طور کلی انجام شده است (سوگاندینی<sup>۱۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). تعدادی از مطالعات همچون چاو و همکاران (۲۰۱۹) به درک نگرش‌ها و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران مبتنی بر طبیعت اختصاص داده شده است. تحقیقات در مورد رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران در درجه اول بر عوامل روان‌شناختی شخصی گردشگران تمرکز کرده‌اند (وانگ<sup>۱۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). چندین محقق نیز گزارش کرده‌اند که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی

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

12. Wang

گردشگران تحت تأثیر برخی متغیرها همچون تعهد (لی، ۲۰۱۱)، نگرش زیست‌محیطی (شولتز<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۴)، دانش محیطی (چنگ و وو، ۲۰۱۵)، تجربه رضایت‌بخش (لی و موسکاردو، ۲۰۰۵) و دلبستگی مکانی (بلانکنبرگ و آلهوسن، ۲۰۱۸) به‌طور مستقیم و غیرمستقیم است. می‌توان متوجه شد که اندازه‌گیری شاخص‌های زیست‌محیطی مرتبط با رفتار مسئولانه زیست‌محیطی کاری پیچیده و سخت است (اشتریمیکینه، ۲۰۱۵).

مطالعه احساساتی که افراد نسبت به مکان‌های مهم زندگی خود ایجاد می‌کنند، به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه روان‌شناسی محیطی قرار گرفته است (هرناندز و همکاران، ۲۰۰۷). گفتمان‌هایی که روابط افراد و مکان‌ها را بررسی کرده‌اند، مملو از مفاهیم کلیدی مختلف از جمله حس مکان، دلبستگی به مکان<sup>۲</sup> و وابستگی به مکان هستند (هیدالگو و هرناندز، ۲۰۰۱). 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، ۲۰۰۷). دلبستگی به مکان مجموعه‌ای از احساسات در مورد یک مکان جغرافیایی است و به‌عنوان یک پیوند عاطفی مثبت بین افراد و محل زندگی آنها دیده می‌شود (تاسی و همکاران، ۲۰۲۲). 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 ماوندو، ۲۰۱۴). بسیاری از محققان دلبستگی به مکان را به‌عنوان یک ساختار چندبعدی پیچیده تلقی کرده‌اند (هرناندز و همکاران، ۲۰۱۳). در واقع، ابعاد دلبستگی به مکان متفاوت است و این موضوع چالشی را برای محققان در این زمینه ایجاد می‌کند (رامکیسون و ماوندو، ۲۰۱۴). در مفهوم‌سازی دلبستگی به مکان، مقیاس‌های دویعدی شامل هویت مکان و وابستگی به مکان به‌طور گسترده در زمینه‌های مدیریت گردشگری پذیرفته شده است (ویلیامز و واسکه، ۲۰۰۳). ابعاد دلبستگی به مکان از دیدگاهی دیگر شامل وابستگی به مکان، هویت، عاطفه، پیوند اجتماعی، وابستگی به جامعه، دلبستگی به همسایگی و سایر موارد است که بازتاب گستره‌ای از احساسات افراد نسبت به یک مکان است (رامکیسون و همکاران، ۲۰۱۲). در گردشگری، دلبستگی به مکان به‌طور معمول پس از بازدید تکامل می‌یابد، اگرچه مواردی هم وجود دارد که افراد به آن دلبستگی پیدا می‌کنند با اینکه قبلاً هرگز از آن مکان‌ها بازدید نکرده‌اند (تاسی و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین درک ابعاد مختلف دلبستگی به مکان برای کمک بیشتر به مدیران پارک‌های جنگلی در تقویت دلبستگی به مکان مهم است (رامکیسون و همکاران، ۲۰۱۲).

برخی تحقیقات نشان داده‌اند که دلبستگی به مکان گردشگران به‌طور چشمگیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آنها تأثیر می‌گذارد (دیواین‌رایت و هاوز، ۲۰۱۰؛ گاسلینگ و ویلیامز، ۲۰۱۰). مشخص شده است که دلبستگی به مکان پیش‌بینی‌کننده مثبت رفتار مسئولانه زیست‌محیطی است (لی، ۲۰۱۱). طبق یافته‌های پژوهش‌های قبلی، زمانی که گردشگران به‌شدت به جاذبه‌های توریستی دلبستگی دارند، احتمال بیشتری برای اتخاذ رفتار مسئولانه زیست‌محیطی دارند (رامکیسون و همکاران، ۲۰۱۳). در این زمینه، اسکنل و گیفورد<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود اظهار کرده‌اند که دلبستگی به مکان اغلب با رفتارهای مثبت خودگزارش‌شده و مسئولانه مرتبط است.

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

واکر و چپمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) نیز دریافتند که دلبستگی به مکان پیش‌بینی‌کننده قوی قصد بازدیدکنندگان پارک برای جمع‌آوری زباله‌های دیگران در پارک است. هالپنی<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) نیز یافته‌های مشابهی را گزارش کرده است. نتایج پژوهش رامکیسون و همکاران (۲۰۱۳) نیز نشان داد که دلبستگی به مکان تأثیر مثبت چشمگیری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران دارد. محققان حوزه روان‌شناسی اجتماعی و محیطی نیز تأثیر دلبستگی به مکان را بر رفتار مسئولانه محیطی بررسی کردند و نشان دادند که دلبستگی به مکان می‌تواند رفتار مسئولانه محیطی بازدیدکنندگان را در زمینه‌های مختلف تفسیر کند (گاسلینگ و ویلیامز، ۲۰۱۰). در این زمینه نتایج پژوهش چنگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد که دلبستگی به مکان به‌طور مثبت با رفتار مسئولانه محیطی قوی‌تر همراه است. واسکه و کوبرین<sup>۴</sup> (۲۰۰۱) هم در پژوهش خود اثر غیرمستقیم دلبستگی به مکان را بر رفتار مسئولانه محیطی گزارش کردند. در این میان برخی پژوهش‌ها نیز گزارش کرده‌اند که ارتباط بین دلبستگی به مکان و رفتار محیطی نامشخص است و نیازمند تحقیقات بیشتری است (رامکیسون و همکاران، ۲۰۱۲؛ اسکل و گیفورد، ۲۰۱۰). به همین دلیل محققان بر نیاز به تحقیقات بیشتر برای مشارکت نظری در مورد این متغیرها تأکید کرده‌اند (ژائو و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین دلبستگی به مکان به‌عنوان یکی از پیشایندهای معینی در نظر گرفته می‌شود که توسط بیشتر محققان رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را پیش‌بینی می‌کند (سلیمانی و نوحه‌گر، ۲۰۱۹؛ عباس‌زاده و همکاران، ۲۰۱۶؛ تونگه<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

در این زمینه باید گفت که پژوهش‌های موجود اغلب 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 زیست‌محیطی 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 گردشگری<sup>۶</sup> نیز بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران تأثیر بگذارد؟ تحقیقات محدودی در این زمینه انجام گرفته است. همان‌گونه که چونگ<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود اظهار کرده‌اند که افزایش دانش و مشارکت گردشگران بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آنها تأثیر مثبت دارد. درک کیفیت گردشگری مفهومی گسترده است که به کیفیت تمامی خدمات دریافت‌شده گردشگر از کارکنان صنعت گردشگری و حتی افراد بومی مقصد گردشگری اشاره دارد (اگوستین و سیخونا-کینگ<sup>۸</sup>، ۲۰۰۵). درک کیفیت گردشگری سه مؤلفه درک کیفیت منابع گردشگری<sup>۹</sup>، درک کیفیت خدمات پذیرش<sup>۱۰</sup> و درک کیفیت تصویر گردشگری<sup>۱۱</sup> را در برمی‌گیرد (بین و همکاران، ۲۰۲۱). کیفیت منابع گردشگری مهم‌ترین عامل در انتخاب یک منطقه گردشگری توسط گردشگران جهت رضایت‌مندی آنها تعریف می‌شود (کاک<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۳). کیفیت خدمات نیز نوعی قضاوت است که مشتریان بر اساس ادراک خود پس از فرایند دریافت خدمت انجام می‌دهند (نوری، ۲۰۱۵). تصویر گردشگری نیز مجموعه‌ای از برداشتها 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 شکل می‌گیرد (کیم<sup>۱۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). در واقع، انتظار می‌رود گردشگرانی که محصولات و خدمات گردشگری مورد علاقه خود را دارای کیفیت خوب می‌دانند، در آینده

1. Walker & Chapman

2. Halpenny

3. Cheng

4. Vaske & Kobrin

5. Tonge

6. Tourism quality perception

7. Cheung

8. Augustyn & Seakhwa-king

9. Tourism resource quality perception

10. Reception service quality perception

11. Tourism image quality perception

12. Koc

13. Kim

نسبت به مقصد واکنش مثبت نشان دهند (ددئوگلو، ۲۰۱۹). با این حال، ادبیات مربوط به ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی کمیاب بوده است.

این در حالی است که در این محیط به‌سرعت در حال تغییر، به‌هم‌پیوسته و پویا، تصمیم‌گیرندگان در گردشگری با مسائل مبرمی روبه‌رو هستند (لالیسیچ و گاراس؛ ۲۰۲۲). آنها معتقدند درحالی‌که تعداد فزاینده بازدیدکنندگان و گردشگران درآمد زیادی را به‌همراه دارد، با وجود این به‌طور چشمگیری به تأثیر منفی و آسیب به منابع گردشگری و محیط زیست مکان‌های بازدیدشده منجر می‌شوند (چنگ<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۱) و رفتارهای نامناسب آنها ممکن است به محیط زیست آسیب برساند و مدیریت این مقاصد را دشوار کند (چن و همکاران؛ ۲۰۲۰).

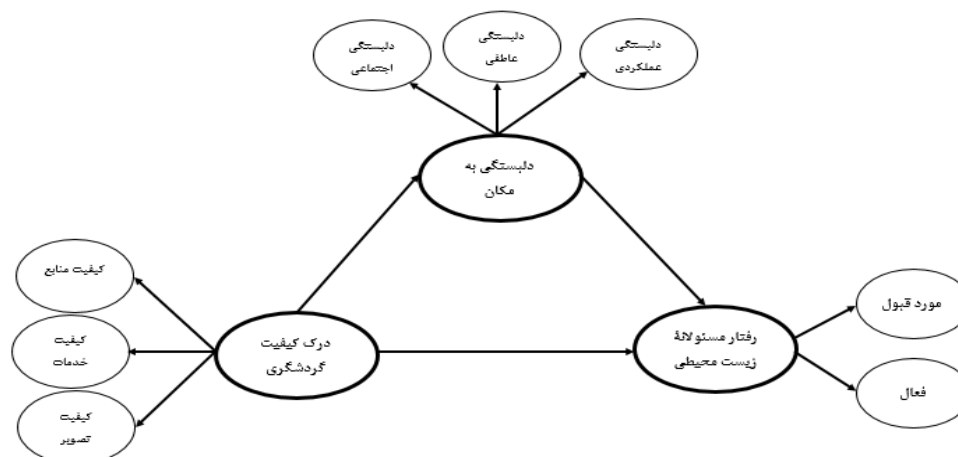
با توجه به پیشینه مذکور، درک کیفیت گردشگری به احتمال زیاد بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران تأثیر می‌گذارد. بنابراین، این تحقیق سعی دارد تا تأثیر درک کیفیت گردشگری را بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی بررسی کند. علاوه بر تأثیرگذاری بر رفتار مسئولانه گردشگران ورزشی، آیا ممکن است درک کیفیت 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 وجود این نقش مثبت ادراکات و نگرش‌های محیطی در دلبستگی به مکان در برخی پژوهش‌ها نشان داده شده است (هدفی و صرافی‌نیک، ۲۰۲۱؛ دلامینی و همکاران، ۲۰۲۱). بررسی نتایج تحقیقات گذشته همچنین نشان می‌دهد که ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و دلبستگی به مکان به‌خوبی ایجاد نشده است، بنابراین در این زمینه به بررسی‌های بیشتر نیاز است. پژوهش 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 منحصربه‌فردند که به‌عنوان نمادها و برندهای گردشگری قوی عمل می‌کنند (رایمان<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). علاوه بر این، پارک‌های جنگلی به‌دلیل محیط منحصربه‌فرد و ویژگی‌های فرهنگی، مقاصد جذابی برای گردشگری مبتنی بر طبیعت در نظر گرفته می‌شوند (چن و همکاران، ۲۰۲۰). پارک جنگلی النگدره یکی از این پارک‌های منحصربه‌فرد است و در پنج کیلومتری جنوب غرب شهر گرگان در استان گلستان واقع شده است. این پارک یکی از بکرترین مقاصد طبیعی ایران است که همه‌ساله تعداد زیادی از گردشگران و طبیعت‌گردهای مشتاق را به این خطه سرسبز شمال کشور می‌کشاند. پارک جنگلی النگدره از زیباترین پارک‌های طبیعی ایران است که دارای وسعتی به مساحت ۱۸۵ کیلومتر و چشم‌اندازی منحصربه‌فرد است و به‌عنوان یکی از هفت منطقه نمونه گردشگری کشور و همچنین پارک جنگلی شاخص شمال کشور انتخاب و معرفی شده است. پارک جنگلی النگدره میزبان ویژگی‌های طبیعی متمایز و گسترده وسیعی از فعالیت‌های ورزشی و تفریحی است که سالانه گردشگران زیادی را به خود جذب می‌کند. پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری، پیک‌نیک و دورهمی‌های خانوادگی و دوستانه از جمله تفریحاتی است که می‌توان در این پارک جنگلی انجام داد (کریمی، ۲۰۲۱). امکانات متنوعی مانند جاده سلامت، ایستگاه دوچرخه، خودروهای برقی، زمین‌های بازی و ورزش که در این پارک وجود دارد، موجب شده که گردشگران ورزشی زیادی از این مکان بازدید کنند. با وجود این استفاده زیاد از پارک جنگلی النگدره به‌عنوان تفرجگاه و گاهاً حضور بیش‌ازحد مسافر در این پارک، تغییراتی را به آن تحمیل می‌کند که بیشتر تخریبی و منفی‌اند و موجب آسیب‌رسانی به پوشش جنگلی و کوبیدگی خاک سطحی این پارک و در کل آسیب به این پارک جنگلی 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. Dedeoğlu  
2. Lalicic  
3. Cheng  
4. Chen  
5. Reimann



هیچ مطالعه تجربی تا به امروز، با توجه به دانش و حیطه مطالعاتی ما تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی را در پارک‌های جنگلی با در نظر گرفتن تأثیر میانجی دلبستگی به مکان بررسی نکرده است. بنابراین، این مقاله اهمیت درک کیفیت گردشگری و همچنین دلبستگی به مکان را برای تشویق گردشگران ورزشی به رفتار مسئولانه زیست‌محیطی نشان می‌دهد. این تحقیق 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 ۱. مدل مفهومی پژوهش

در همین زمینه پرسش اصلی پژوهش این است که درک گردشگران ورزشی از کیفیت گردشگری در پارک جنگلی النگدره بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان چه تأثیری دارد؟

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی و به لحاظ گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، تمامی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان در سال ۱۴۰۰ بودند. 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 (۲۰۱۴) استفاده شد. بر اساس نظریه کلاین (۲۰۱۴) با توجه به تعداد سؤالات پرسشنامه‌ها با برآورد حداقل ۲ برابر و حداکثر ۱۰ برابر تعداد سؤالات بین ۶۶ تا ۳۳۰ تخمین زده شد. جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش در دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی انجام گرفت. در بخش کتابخانه‌ای از کتاب، مقالات و پایان‌نامه‌های مختلف و در بخش میدانی هم از پرسشنامه استفاده شد. ۲۳۰ پرسشنامه به روش در دسترس توزیع شد که در نهایت از ۲۱۶ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل استفاده شد.

پرسشنامه‌های مورد استفاده شامل چهار بخش است؛ بخش اول اطلاعات جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، میزان فعالیت 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 است؛ بخش سوم شامل پرسشنامه استاندارد رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بین و همکاران (۲۰۲۱) حاوی ۷ گویه و ۲ بعد است؛ بخش چهارم نیز شامل پرسشنامه استاندارد دلبستگی به مکان رامکیسون<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۳) حاوی ۱۶

<sup>۱</sup> Kline

<sup>۲</sup> Ramkissoon

گویه و ۳ بعد است. پرسشنامه‌های مورد استفاده، طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (۱ تا ۵ به ترتیب کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) را به خود اختصاص داده‌اند.

روایی و پایایی پرسشنامه‌های درک کیفیت گردشگری<sup>۱</sup> بین و همکاران (۲۰۲۱) و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بین و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق بین و همکاران (۲۰۲۱) تأیید شده است. پایایی این پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب برابر با ۰/۷۶۴ و ۰/۷۸۶ به دست آمده و تأیید شده است. روایی و پایایی پرسشنامه دلبستگی به مکان رامکیسون و همکاران (۲۰۱۳) نیز در پژوهش عیدی و همکاران (۲۰۱۹) بررسی شد و سه نوع روایی، روایی محتوا (روایی محتوا از طریق نظرسنجی از خبرگان تأیید شد)، روایی همگرا با ۰/۸۳۸ و روایی واگرا با ۰/۹۱۵ تأیید شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۰۳ و با استفاده از ضریب پایایی مرکب با ۰/۹۳۹ به دست آمد و تأیید شد. در این پژوهش نیز با عنایت به ضرورت برخورداری ابزار پژوهش از روایی لازم، از ۱۳ استاد و متخصص مدیریت ورزشی و گردشگری (استادان 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 نظرهای خود را در خصوص سؤالات بیان کنند. در نهایت پس از توزیع و عودت پرسشنامه، نظرها و پیشنهادهای به منظور اصلاح ادبی، بررسی و در پرسشنامه نهایی لحاظ شد. برای بررسی پایایی از پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ و نیز به منظور بررسی روایی سازه پس از تکمیل پرسشنامه‌ها از شیوه تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که خلاصه‌ای از ضرایب مربوط به روایی و پایایی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه ضرایب مربوط به روایی و پایایی ابزار پژوهش

متغیر	تحلیل عاملی تأییدی		روایی واگرا	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
	روایی همگرا	کمیته - بیشینه			
درک کیفیت گردشگری	۰/۵۸۳	۰/۸۳ - ۰/۶۶	۰/۵۸۳ > ۰/۰۴۱	۰/۷۳۶	۰/۷۴۰
دلبستگی به مکان	۰/۷۲۱	۰/۹۵ - ۰/۶۷	۰/۷۲۱ > ۰/۱۲۵	۰/۹۳۹	۰/۹۳۳
رفتار مسئولانه زیست‌محیطی	۰/۷۴۲	۰/۸۶ - ۰/۵۶	۰/۷۴۲ > ۰/۰۶۹	۰/۸۹۶	۰/۸۹۷

با توجه به جدول ۱، می‌توان ادعا کرد که مدل اندازه‌گیری از پایایی قابل قبولی 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 می‌شود. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، غیراحتمالی در دسترس بود. ۲۳۰ پرسشنامه در بازه زمانی دو ماهه (آذر و دی ۱۴۰۰) به روش در دسترس بین گردشگران ورزشی جنگل الگدره گرگان به صورت حضوری و با کسب اجازه و هماهنگی با دانشگاه و همچنین مدیریت منابع طبیعی توزیع شد که در نهایت ۲۱۶ پرسشنامه کامل و بدون نقص برای تجزیه و تحلیل استفاده شدند. پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف<sup>۲</sup> به منظور آزمون نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. با توجه به نرمال بودن داده‌ها در ادامه تحلیل‌ها از روش‌های آماری پارامتریک استفاده شد. 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 زمینه از دو نرم‌افزار Spss23 و Amos23 استفاده شد.

<sup>۱</sup> Tourism Quality Perception

<sup>۲</sup> Klotmogrof Esmirnof

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های جمعیت‌شناختی آزمودنی‌های تحقیق در جدول ۲ ارائه شده است. بر اساس جدول، بیشترین توزیع فراوانی مربوط به بازه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال است. از ۲۱۶ فرد پاسخگو، ۵۸ درصد زن و ۴۱ درصد مرد بودند. ۴۶ درصد مجرد و ۵۴ درصد متأهل بودند. ۵ درصد مدرک دکتری داشتند. ۴۰ درصد بیشتر از ۲۰ سال و ۱۰ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال سابقه فعالیت ورزشی داشتند.

جدول ۲. توصیف شاخص‌های جمعیت‌شناختی

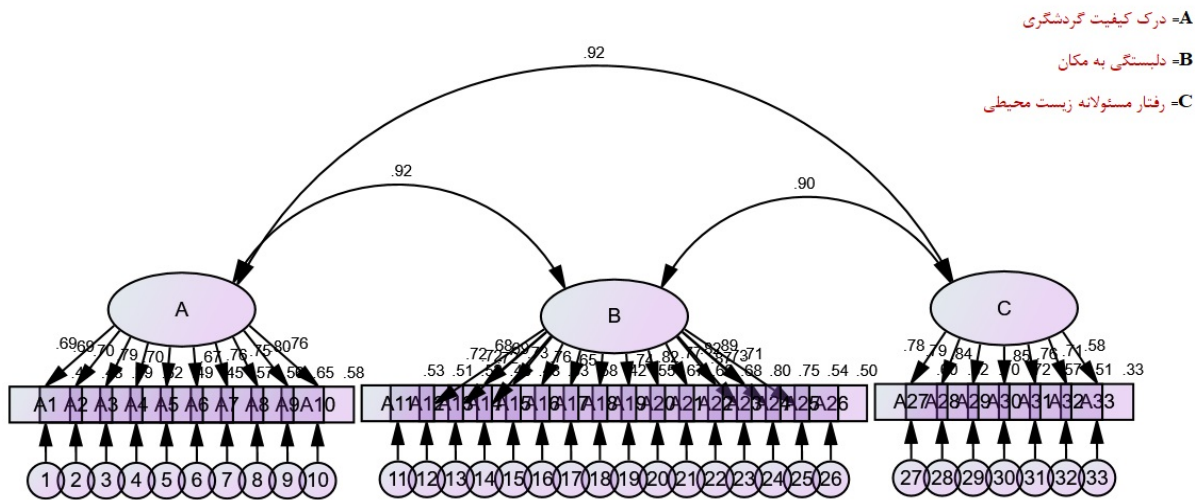
طبقه	سابقه فعالیت ورزشی (بر حسب سال)							
	۱ تا ۵	۶ تا ۱۰	۱۱ تا ۱۵	۱۶ تا ۲۰	بیش از ۲۰	مجرد	متأهل	جنسیت
فراوانی	۵۹	۲۲	۲۴	۲۵	۸۶	۱۰۰	۱۱۶	۸۹
درصد	۲۸	۱۰	۱۱	۱۱	۴۰	۴۶	۵۴	۴۱/۲
سن								
طبقه	سن							
	زیر ۲۰	۲۱ تا ۲۵	۲۶ تا ۳۰	۳۱ تا ۳۵	۳۶ تا ۴۰	۴۱ تا ۴۵	۴۶ تا ۵۰	بالتر از ۵۰
فراوانی	۳۰	۳۳	۳۴	۵۶	۳۸	۱۶	۳	۶
درصد	۱۴	۱۵	۱۶	۲۶	۱۸	۷	۱	۳
میزان تحصیلات								
طبقه	میزان تحصیلات							
	زیر دیپلم	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	جنسیت	
فراوانی	۳۹	۴۱	۲۷	۵۴	۴۴	۱۱	۸۹	
درصد	۱۸	۱۹	۱۳	۲۵	۲۰	۵	۴۱/۲	

توصیف آماری متغیرهای تحقیق و نیز نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. توصیف آماری و نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	صدک			آماره کولموگروف اسمیرنوف
					۲۵	۵۰	۷۵	
درک کیفیت گردشگری	۲۷/۶۸	۲۹/۰۸	۳۰/۰۰	۶/۸۹	۲۲/۰۰	۲۹/۰۸	۳۰/۸۸	۰/۳۵۹
دلبستگی به مکان	۴۳/۰۰	۴۵/۶۸	۴۸/۰۰	۱۲/۲۳	۳۲/۶۸	۴۵/۶۸	۴۸/۶۷	۰/۳۱
رفتار مسئولانه زیست‌محیطی	۱۹/۷۲	۰/۳۹	۲۱/۰۰	۵/۸۰	۱۵/۴۳	۲۰/۷۵	۲۳/۵۶	۰/۲۳

با توجه به خروجی جدول ۳ و نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف می‌توان دریافت که توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به سوالات پرسش‌های موردنظر در هر سه متغیر دارای توزیع نرمال هستند. شکل ۱ اجزای تشکیل‌دهنده مدل اندازه‌گیری برای انجام تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزارهای معادلات ساختاری آموس را نشان می‌دهد.



شکل ۲. بار عاملی تمامی گویه‌های پژوهش-در حالت استاندارد

همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، بار عاملی تمامی گویه‌های مربوط به سازه‌های درک کیفیت گردشگری، دل بستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست محیطی در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. بنابراین هیچ گویه‌ای به سبب کم‌ارزش بودن از مدل حذف نمی‌شود. بنابراین می‌توان گفت در این مرحله برازش این مدل تأیید شده است.

پس از برازش مدل، به منظور ارزیابی نیکویی برازش از سه گروه شاخص‌های برازش مطلق، برازش تطبیقی و برازش مقتصد به منظور حصول اطمینان از مدل نظری پژوهش استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ نمایش داده شده است. همان‌گونه که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، مقدار شاخص نیکویی برازش (GFI) بزرگ‌تر از حد بهینه است. بنابراین ارزیابی برازش مدل قابل قبول است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از شاخص‌های برازش تطبیقی نیز مقدار به‌دست‌آمده برای سه آماره شاخص توکر- لویس (TLI) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) به ترتیب برابر با ۰/۹۰ ، ۰/۹۵ و ۰/۹۵ است که از حد بهینه بزرگ‌ترند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از شاخص‌های برازش مقتصد نیز مقدار به‌دست‌آمده برازندگی مدل در حد مطلوب و خوب را نشان می‌دهد.

جدول ۴. مقدار شاخص نیکویی برازش مطلق، تطبیقی و مقدار کای دو هنجار شده cmin/df

CMIN/ DF	P	DF	CMIN	NPAR	CFI	TLI	IFI	RFI	NFI	PGFI	AGFI	GFI	RMR	Model
						rho	Delta	rho	Delta					
						2	2	1	1					
۲/۹۱	۰/۰۰	۵۴۰/۰	۱۵۷۴/۰۵	۸۷/۰۰	۰/۹۵	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۷	مدل مفروض
		۰/۰۰	۰/۰۰	۶۶۶/۰۰	۱/۰۰		۱/۰۰		۱/۰۰		۱/۰۰	۰/۰۰		مدل اشباع شده
۱۲/۵۷	۰/۰۰	۶۳۰/۰	۷۹۲/۱۶	۳۶/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۶	۰/۱۲	۰/۲۰	۰/۴۰	مدل استقلال

همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، مقدار نسبت بحرانی (c.t) کمتر از ۲/۵۸ است که نشان از وجود نرمال بودن چندمتغیره دارد. می‌توان ادعان کرد که داده‌ها در شرایط نرمال قرار دارند و این شرط لازم برای انجام تحلیل مسیر است.

جدول ۵. 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 پژوهشی‌اند) بررسی می‌شود. در این مورد ابتدا از شاخص‌های برازش اطمینان حاصل می‌کنیم و سپس به سراغ بررسی روابط مفروض بین متغیرهای آشکار می‌رویم (جدول ۶). با توجه به جدول ۶ تمامی شاخص‌های مورد بررسی به‌منظور ارزیابی برازش مدل عاملی تأییدی مورد پذیرش قرار گرفته‌اند. بنابراین برازش این مدل تأیید شده است.

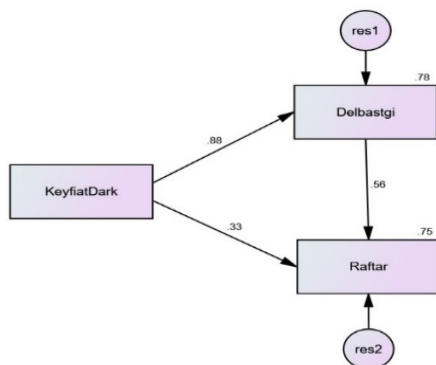
جدول ۶. شاخص‌های برازش تحلیل مسیر

شاخص	اختصار	مقدار کسب‌شده	مقدار قابل قبول	وضعیت
نیکویی برازش	GFI	۰/۹۰	GFI > 90%	قبول
نیکویی برازش تعدیل‌یافته	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 ۳	قبول
میانگین مربعات خطاب برآورد	RMSEA	۰/۰۵	RMSEA < 0.08	قبول

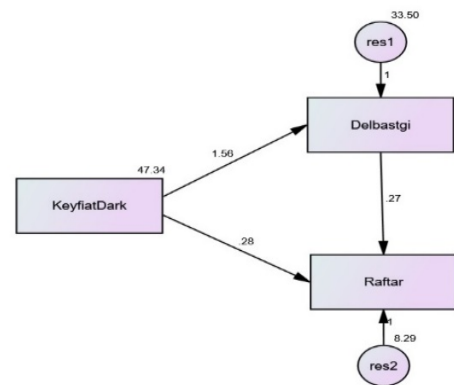
ضرایب همبستگی متغیرها نیز در جدول ۷ ارائه شده و معناداری این ضرایب همبستگی با یک یا دو ستاره مشخص شده است. با مقایسه مقادیر به‌دست‌آمده از سازه‌های مدل با میزان همبستگی هر سازه با سازه‌های دیگر در جدول ۷ می‌توان اعتبار قابل قبول مدل را در سطح ۰/۰۱ دریافت کرد.

جدول ۷. مقدار همبستگی متغیرها

درک کیفیت گردشگری	دلبستگی به مکان	رفتار مسئولانه	ضریب همبستگی
۱	۰/۸۸۰**	۰/۸۲۶**	ضریب همبستگی
۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	سطح معناداری
۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	تعداد
۰/۸۸۰**	۱	۰/۸۵۴**	ضریب همبستگی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	تعداد
۰/۸۲۶**	۰/۸۵۴**	۱	ضریب همبستگی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	تعداد



شکل ۴. مدل نهایی تحقیق- در حالت استاندارد



شکل ۳. مدل نهایی تحقیق- در حالت غیراستاندارد

با توجه به داده‌ها و تحلیل مسیر انجام گرفته در مدل (شکل‌های ۳ و ۴)، نتایج مطابق با جدول ۷ است. در مدل اعداد معناداری تحلیل مسیر با توجه به اینکه مقدار عدد به دست آمده برای درک کیفیت گردشگری، دل بستگی به مکان، رفتار مسئولانه زیست محیطی، بالاتر از ۰/۳ است، نشان از ارتباط مثبت و متوسط بین متغیرها دارد. همچنین مقدار نسبت بحرانی به دست آمده برای روابط بین درک کیفیت گردشگری دل بستگی به مکان، رفتار مسئولانه زیست محیطی بزرگتر از ۲/۵۸ است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این رابطه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنادارند. در جدول ۸ میزان ضرایب رگرسیونی که بیانگر میزان اثرگذاری مؤلفه‌ها بر یکدیگر است و معناداری این ضرایب به طور خلاصه آورده شده است.

جدول ۸. ضرایب رگرسیونی مؤلفه‌های تحقیق (آزمون فرضیات)

ردیف	فرضیه‌های پژوهش	مقادیر رگرسیونی استخراج شده	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری
۱	درک کیفیت گردشگری ← دل بستگی به مکان	۰/۸۸	۰/۰۵	۲۷/۲۲	۰/۰۰۱
۲	درک کیفیت گردشگری ← رفتار مسئولانه	۰/۳۳	۰/۰۶	۴/۶۳	۰/۰۰۱
۳	دل بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه	۰/۵۶	۰/۰۳	۷/۸۶	۰/۰۰۱
۴	درک کیفیت گردشگری * دل بستگی به مکان ← رفتار مسئولانه	۰/۴۹	-	-	-

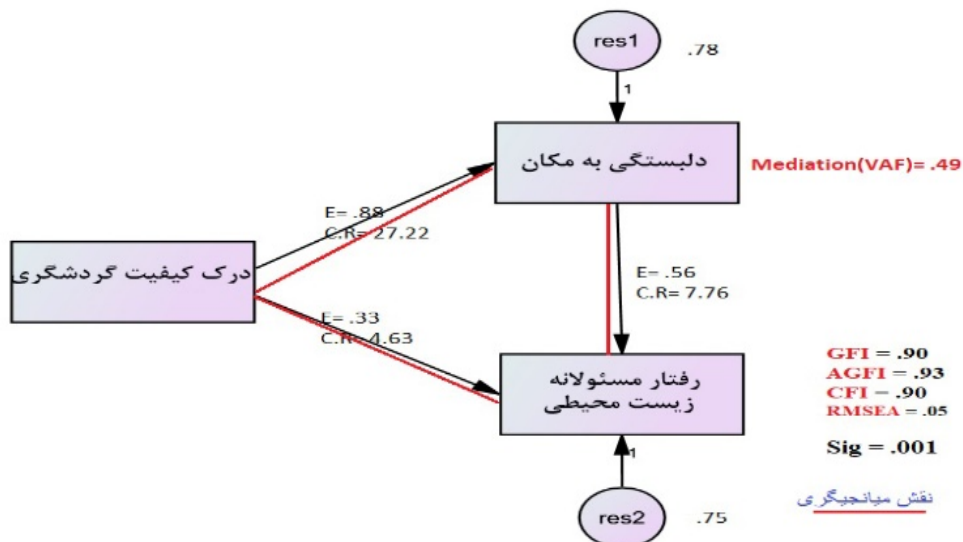
با توجه به نتایج جدول ۸ ثابت می‌شود که تمام مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم تعریف شده در مدل معنادار است. با توجه به خروجی جدول ۹ نیز می‌توان نتیجه گرفت دل بستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست محیطی، تأثیر یا نقش متوسط میانجی‌گری (۰/۴۹) را در سطح معناداری ۰/۰۰۱ دارد.

جدول ۹. تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم (میانجی‌گری) و کلی استاندارد شده در مدل

تأثیرات کلی	تأثیرات مستقیم	تأثیرات غیرمستقیم و میانجی‌گری	متغیر وابسته
۰/۴۹	۰/۴۴	۰/۷۵	رفتار مسئولانه زیست محیطی ←

با توجه به یافته‌ها و شکل ۵ می‌توان نتیجه گرفت مقدار SMC (مجذور همبستگی چندگانه) برای متغیر دل بستگی به مکان برابر با ۰/۷۸ و برای متغیر رفتار مسئولانه زیست محیطی برابر با ۰/۷۵ است، یعنی به مقدار ۲۲ و ۲۵ درصد از تغییرات دل بستگی به مکان، رفتار

مسئولانه زیست‌محیطی توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل که از آنها مسیری به متغیرها وجود دارد، پیش‌بینی می‌شود. بنابراین، تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی‌گری دلبستگی به مکان تأیید شد که مدل نهایی طبق شکل ۵ به‌دست آمد.



شکل ۵. مدل نهایی پژوهش

همان‌طور که مشاهده می‌شود نتیجه آزمون فرضیه‌ها در جدول ۸ و شکل ۵ نشان داده شده است. با توجه به نتایج درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی به‌طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است. درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی به‌طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، قوی است. دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی به‌طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است. همچنین وجود دو مسیر معنادار مستقیم و غیرمستقیم از متغیر «دلبستگی به مکان» به متغیر «رفتار مسئولانه زیست‌محیطی» 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 زیست‌محیطی گردشگران ورزشی قابل قبول است. به‌طور خاص، درک کیفیت گردشگری (درک کیفیت منابع گردشگری / درک کیفیت خدمات پذیرش / درک کیفیت تصویر گردشگری) با نقش واسطه‌ای (۰/۴۹) دلبستگی به مکان (دلبستگی عاطفی، دلبستگی اجتماعی، دلبستگی عملکردی) بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان اثر می‌گذارد.

## بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی با میانجی‌گری دلبستگی به مکان بررسی شد. یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر نشان داد که بیشتر افراد نمونه، زنان بودند. بیشتر آنها متأهل و در بازه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال قرار داشتند. همچنین سابقه حضور بیشتر افراد نمونه بیش از ۲۵ سال بود. نتایج نشان داد که درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان به‌طور معناداری تأثیرگذار است. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های چونگ و همکاران (۲۰۲۰) و ددوئولو (۲۰۱۹) همسوست. به‌طور کلی، تحقیقات قبلی تأثیر مثبت افزایش دانش و مشارکت گردشگران را بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران نشان داده و اظهار کرده‌اند که مشارکت و فعالیت گردشگران در

گردشگری سبب ارتقای رفتار مسئولانه زیست‌محیطی خواهد شد (چونگ و همکاران، ۲۰۲۰). 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 (ددئوگلو، ۲۰۱۹). با این حال، ادبیات مربوط به ارتباط بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی کمیاب است. این مورد به‌نوعی نشان‌دهنده آن است که هرچه درک کیفیت 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 حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها و مراکز اسکان و پذیرایی با کیفیت بالا و به‌خوبی ارائه شود، 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، به‌طور مستقیم و مثبت با کیفیت گردشگری رابطه دارد. با توجه به مطالبی که در ادبیات موضوع بدان اشاره شد، هرچه کیفیت (منابع، تصویر و خدمات) و نحوه ارائه آنها به گردشگران جذاب‌تر و خلاقانه‌تر باشد، سبب می‌شود تجربه این کیفیت خوب به احساس خوشایند و تکرارنشده‌ی منجر شود و در ادامه رفتار مناسب گردشگران را در پی خواهد داشت.

بنابراین می‌توان گفت که متغیر درک کیفیت گردشگری تأثیر مثبتی بر متغیر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی دارد. به‌طور کلی مقاصد گردشگری امکانات و خدماتی را ارائه می‌دهند که به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا ارزش منابع گردشگری را درک کنند و آگاهی زیست‌محیطی و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی ایجاد کنند (چیو و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین هدف مدیران پارک‌های ملی و گردشگری باید بهبود نگرش بازدیدکنندگان نسبت به فعالیت‌هایی باشد تا رفتار مسئولانه از نظر زیست‌محیطی را تقویت کنند (چن و همکاران، ۲۰۲۰). به‌طور کلی می‌توان گفت که هرچه کیفیت گردشگری در طبیعتی که گردشگر به آن می‌رود بیشتر باشد، تمایل به رضایت گردشگر و رفتار مسئولانه بیشتر است. مسئولان منابع طبیعی باید به نیازهای گردشگران توجه کنند و پیوسته کیفیت گردشگری را ارتقا 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 پژوهش حاضر این است که درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان به‌طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه نیز قوی است. این قسمت از یافته‌ها با نتایج تعداد محدودی از پژوهش‌های موجود در این زمینه، همچون هدفی و صرافی‌نیک (۲۰۲۱) و دلایینی و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در این زمینه معتقد و سجاذاده (۲۰۲۱) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که به‌نوعی بین کیفیت محیطی و درک کیفیت محیطی با دلبستگی به مکان رابطه مستقیمی وجود دارد. با توجه به ادبیات تحقیق و نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت که دلبستگی به مکان و بازگشت مجدد گردشگران ناشی از مطلوب بودن عوامل کیفیت گردشگری ارائه‌شده در مناطق طبیعی است، چراکه منابع، خدمات و تصویری که در آن مکان به‌کار می‌رود، از جذابیت خاصی برخوردار است. در این زمینه اگر مسئولان مناطق طبیعی نیازهای گردشگران را درک کرده و با توجه به بهترین علایق گردشگران عمل کنند، بی‌گمان 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 تأثیرگذارند. گردشگرانی که در حین ارتباط با عرضه‌کننده خدمات، انتظاراتشان به‌خوبی برآورده می‌شود، بی‌شک به آن مکان دلبسته می‌شوند. در هر صورت نمی‌توان تأثیر مثبت درک کیفیت گردشگری بر دلبستگی به مکان را انکار کرد و می‌توان 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 مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان به‌طور معناداری تأثیرگذار است و شدت تأثیر این سازه، متوسط است؛ یعنی هرچه گردشگران بیشتر به جاذبه‌های گردشگری دلبستگی داشته باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی از خود نشان دهند. این یافته با نتایج تحقیقات لالیسیچ و گاراس (۲۰۲۲)، هالپنی (۲۰۱۰)، واکر و چپمن (۲۰۰۳)، واسکه و کوبرین (۲۰۰۱)، لی (۲۰۱۱)، رامکیسون و



همکاران (۲۰۱۳)، اسکنل و کیفورد (۲۰۱۰)، کاسلینگ و ویلیامز (۲۰۱۰) و چنگ و همکاران (۲۰۱۳) مطابقت دارد و ثابت می‌کند که دلبستگی به مکان می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار مسئولانه زیست‌محیطی استفاده شود. در واقع این تحقیق سهم نظری مهمی در تحقیقات دلبستگی به مکان دارد و نشان می‌دهد که دلبستگی به مکان مقدمات متوسطی برای رفتار مسئولانه زیست‌محیطی است. بی‌شک دلبستگی و عدم دلبستگی به مکان نوع رفتار افراد را نشان می‌دهد و دربردارنده این مطلب است 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 (۲۰۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که حس دلبستگی بازدیدکنندگان به مکان نقش مثبتی در رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بازی می‌کند؛ یعنی هرچه 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، ۲۰۲۱). در حقیقت، یکی از عواملی که می‌تواند به عملکرد افراد در محیط زیست کمک بزرگی کند، دلبستگی به آن مکان را در برمی‌گیرد. دلبستگی به مکان گردشگران ورزشی یعنی وابستگی به آن مکان که جنگل می‌تواند یکی از آن مکان‌ها باشد و مشخص می‌کند که یک فرد به‌عنوان گردشگر یک جنگل به جنگل وفادار است و تمایل دارد زمان طولانی را در آنجا سپری کند. بنابراین گردشگران ورزشی وقتی به جنگل النگدره دلبستگی داشته باشند نه تنها به سبب شکل‌گیری این تجربه مثبت و خوشایند، مجدداً به جنگل النگدره مراجعه کرده 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 پژوهش حاضر نشان داد که نقش میانجی‌گری دلبستگی به مکان در تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان قابل قبول است. این قسمت از یافته‌ها به‌نوعی با نتایج تحقیقات هدفی و صرافی‌نیک (۲۰۲۱) و دلایینی و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در این زمینه چنگ و وو (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود پیوندی بین نگرش‌های محیطی، دلبستگی به مکان و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی در بین ساکنان یافتند. از دیدگاه آنها نگرش‌های منفی محیطی ممکن است سبب شود که ساکنان تمایل کمتری به رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی داشته باشند، چه به دلیل ناامیدی از محیط خود و چه به دلیل احساس زودگذر ناشی از پیوندهای جداسده با محیط. جامعه آماری پژوهش چنگ و وو (۲۰۱۵) ساکنان یک منطقه گردشگری بود و احتمالاً نتوان نتایج آن را به یافته‌های پژوهش حاضر که گردشگران ورزشی را بررسی کرده است، تعمیم داد؛ با وجود این می‌توان گفت که هر سه متغیر درک کیفیت گردشگری با نقش میانجی‌گری دلبستگی به مکان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی تأثیر بسیار زیادی بر یکدیگر دارند. به همین دلیل مسئولان مناطق طبیعی باید اهمیت این عوامل را به‌خوبی درک کنند و این موارد را در اولویت خود قرار دهند. به‌نظر می‌رسد که وقتی گردشگر ورزشی از سازگاری عملکرد خدمت ارائه‌شده از طرف مسئولان محیط زیست با انتظاراتشان اطمینان حاصل می‌کنند و می‌بینند که امنیت، رضایت گردشگر، خواسته‌ها و رسیدگی به شکایت گردشگران و استفاده از نظرهای ارزشمندشان، از نظر عموم مناسب است 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 ارائه‌شده بعدی و استفاده از آن نیز بهتر می‌شود و در نهایت رضایت‌مندی او افزایش می‌یابد. از این‌رو به‌نظر می‌رسد بهترین راه برای کاهش آسیب به محیط زیست، این است که به تقویت رفتار مسئولانه زیست‌محیطی و افزایش دلبستگی به محیط زیست گردشگران ورزشی بپردازیم. مدیران و دست‌اندرکاران جنگل النگدره می‌توانند با ارائه خدمات باکیفیت و ایجاد زیرساخت‌های جذاب، نو و خلاق و همچنین خدمت‌رسانی مناسب، احساس خوشایند و لذت‌بخشی را برای گردشگران فراهم کنند و بدین طریق آنها را به گردشگران راضی و دلبسته به جنگل النگدره تبدیل کنند. اگر مدیران و مسئولان جنگل النگدره سعی کنند همواره گردشگران را خوشحال کنند و خدمات خوب و جدید ارائه دهند، مشکلات آنها را حل و نیازهای آنها را برطرف کنند و در نهایت برای گردشگران، احساس به‌یادماندنی بسازند، این کار سبب می‌شود که آنها دلبسته به مکان شوند و رفتار مناسبی با محیط زیست داشته باشند.

به‌طور کلی نتایج نشان داد که دلبستگی به مکان و درک کیفیت گردشگری شرط کافی برای موفقیت رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان نیست. در واقع، به‌طور خاص، درک کیفیت گردشگری با نقش واسطه‌ای دلبستگی

به مکان بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی در جنگل النگدره شهرستان گرگان اثر می‌گذارد. در واقع، دلبستگی به مکان نقش میانجی مهمی در تأثیرگذاری درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی ایفا می‌کند. این اولین بار است که نقش میانجی دلبستگی به مکان در رابطه بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی 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.

یکی از پیام‌های مهمی که از یافته‌های این پژوهش به‌دست می‌آید این است که دلبستگی به مکان میانجی معناداری بین درک کیفیت گردشگری و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی است. بنابراین، این تحقیق نشان می‌دهد که دست‌اندرکاران و مسئولان می‌توانند اطلاعات، فعالیت‌ها و برنامه‌های حفاظت از محیط زیست بیشتری را برای بهبود رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ارائه دهند.

بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش پیشنهاد می‌شود که مدیران و مسئولان خدمات ویژه‌ای سازماندهی کنند تا گردشگران ورزشی را متقاعد کنند که رفتاری مؤدبانه و مسئولانه داشته باشند. دولت می‌تواند با اجرای سیاست‌هایی، رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را ارتقا دهد. برای مثال با انواع مختلف تبلیغات گردشگری، مدیریت مناسب سیستم حمل‌ونقل، نصب علائم راهنمایی مختلف و ... می‌توان درک گردشگران ورزشی را از کیفیت منابع، خدمات و تصویر گردشگری ارتقا داد. همچنین می‌تواند با اجرای ابزارهای مبتنی بر اطلاعات بر توسعه‌ها و نگرش‌های اجتماعی تأثیر بگذارد. اطلاعات و پیام‌های حفاظتی بیشتری را می‌توان با علائم، تابلوهای اطلاعات یا حتی تجهیزات راهنمای صوتی در پارک جنگلی النگدره به گردشگران معرفی کرد. با ارائه دوچرخه‌های کرایه‌ای در برخی مسیرهای پارک جنگلی و ایجاد پارکینگ‌های با ظرفیت بیشتر در ورودی پارک جنگلی النگدره نیز می‌توان رضایت گردشگران ورزشی از جمله دوچرخه‌سواران را جلب کرد. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه دوم پژوهش پیشنهاد می‌شود که مسئولان از طریق تعامل فعال با گردشگران ورزشی که در رفتارهای طرفدار محیط زیستی که تنوع زیستی را حفظ می‌کنند و به‌طور کلی منابع و جذابیت پارک را بهبود می‌بخشند، دلبستگی به مکان را تقویت کنند. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه سوم پژوهش پیشنهاد می‌شود که دولت با گسترش جاده، افزودن مسیرهای حمل‌ونقل جدید، توسعه حمل‌ونقل مناسب و نیز به‌روزرسانی وسایل حمل‌ونقل، شرایط تفریحی را در اطراف پارک جنگلی النگدره بهبود بخشد. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه چهارم نیز تحریک رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی می‌تواند به‌طور فعال توسط مدیران و مسئولان پارک جنگلی ترویج شود. مدیریت خوب، حمایت از تنوع زیستی و تشویق مصرف مسئولانه و پایدار، خود به تحریک رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی منجر می‌شود.

این پژوهش دارای محدودیت‌هایی بود: ۱. این تحقیق فقط در منطقه النگدره گرگان انجام گرفته است. همچنین پژوهش ما بر اساس یک نمونه گردشگران ورزشی در منطقه النگدره گرگان بود که خود به‌طور کامل نماینده کل جمعیت گردشگران ورزشی (که به‌طور کلی مسن‌تر یا دارای تحصیلات کمتر) نبود. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مطالعه در سایر مکان‌های گردشگری و تفریحی تکرار شود؛ ۲. این پژوهش اغلب گردشگران ورزشی گرگانی را بررسی کرده است و مشخص نیست که آیا نمونه از این نظر نماینده جمعیت گردشگران ورزشی است یا خیر. بنابراین، تحقیقات آینده می‌تواند گردشگران از شهرها و استان‌های مختلف و فرهنگ‌های دیگر در پارک جنگلی النگدره را بررسی کند؛ ۳. این تحقیق در یک مقصد توریستی جنگلی انجام گرفت. بنابراین، بهتر است که این پژوهش در مکان‌های مختلف مثل دریا یا کویر نیز تکرار شود؛ ۴. در این تحقیق متغیر دلبستگی به مکان با سه مؤلفه دلبستگی اجتماعی، دلبستگی عاطفی و دلبستگی عملکردی در نظر گرفته شده است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مطالعات آتی این متغیر را از جنبه‌های مختلف بررسی کنند؛ ۵. این پژوهش در بررسی متغیر دلبستگی به مکان عواملی مانند محل تولد و مدت اقامت را در نظر نگرفته است. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده این متغیرها را نیز بررسی کنند؛ ۶. با توجه به اینکه دلبستگی به مکان پدیده‌ای است که ممکن است در طول زمان تکامل یابد، بنابراین احتمالاً مطالعه طولی بتواند نتایج بهتری در این زمینه فراهم آورد؛ ۷. این مطالعه تنها یک متغیر میانجی یعنی دلبستگی به مکان را بررسی کرده است. بنابراین، محققان احتمالاً بخواهند متغیرهای دیگری را در نظر بگیرند؛ ۸. همه متغیرها در این تحقیق با استفاده از داده‌های پرسشنامه خودگزارش شده اندازه‌گیری شدند. 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 ویدئویی از رفتار گردشگران با کسب

اجازه از آنها و یا ردیابی رفتار خارج از منطقه گردشگری ارزیابی کنند؛ ۹. داده‌های جمع‌آوری شده با توزیع پرسشنامه‌ها در بین گردشگران در قسمت ورودی و خروجی جنگل النگدره به‌دست آمد. برخی گردشگران ورزشی یا خسته بودند یا برای رفتن عجله داشتند و همین امر به بی‌حوصلگی آنها در ارزیابی تمام موارد پرسشنامه منجر شد. تحقیقات آینده ممکن است با ترکیب یک بررسی پرسشنامه با یک مصاحبه عمیق برای به‌دست آوردن داده‌های قانع‌کننده‌تر، از چنین محدودیتی جلوگیری کنند؛ ۱۰. بازه زمانی جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش کوتاه و اغلب در تعطیلات آخر هفته صورت گرفته است. بنابراین، تحقیقات آتی بهتر است مدت زمان نظرسنجی‌های پرسشنامه‌ای را برای تضمین تنوع نمونه افزایش دهند؛ ۱۱. داده‌های این پژوهش در طی اپیدمی کووید-۱۹ جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شده‌اند. بنابراین، اگر مطالعه بعد از همه‌گیری کووید-۱۹ نیز تکرار شود، ممکن است تفاوت‌هایی را در نتایج نشان دهد.

## تقدیر و تشکر

پژوهش حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، گرایش مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود تحت عنوان «تأثیر درک کیفیت گردشگری بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی گردشگران ورزشی با نقش میانجی دلبستگی به مکان» است. بدین‌وسیله از تمامی گردشگران ورزشی که در انجام این پژوهش همکاری و مشارکت داشتند، تشکر و قدردانی می‌شود.

## 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](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/10.100472875211030328).
- 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. In *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/jevp.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>
- 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>
- Motaghd, 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>
- 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](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](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](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](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, I., & 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](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3063374)
- Tasci, A. D., Uslu, A., Stylidis, 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

