



تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی در تمایلات رفتاری گردشگران در مقصد ساحلی رامسر

مصطفی محمدی^۱، قاسم شریفی^۲

DOI:10.22034/jtd.2022.296287.2400

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران در تمایلات رفتاری آن‌ها به مقصد ساحلی رامسر است. جامعه آماری پژوهش را گردشگرانی تشکیل دادند که در تابستان ۱۳۹۸ از سواحل شهر رامسر بازدید کردند. حجم نمونه، براساس دستورالعمل کاستلو و آزبورن، ۲۶۰ نفر محاسبه شد و افراد نمونه به روش تصادفی در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسش‌نامه بود. روایی پرسش‌نامه براساس آزمون روایی صوری (نظرهای استادان و خبرگان) و نیز روایی همگرا مبتنی بر سنجش واریانس استخراج‌شده ارزیابی و تأیید شد. به‌علاوه، پایایی پرسش‌نامه براساس آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد و مشخص شد که متغیرها پایایی مناسبی دارند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS3 انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که نگرانی‌های محیط‌زیستی در نگرش محیط‌زیستی گردشگران و عملکرد محیط‌زیستی مقصد اثر دارد. علاوه بر آن، نگرش محیط‌زیستی گردشگران در عملکرد محیط‌زیستی مقصد تأثیرگذار است. همچنین، نگرانی‌های محیط‌زیستی، نگرش محیط‌زیستی گردشگران و عملکرد محیط‌زیستی مقصد در رضایت گردشگران اثر دارد. درنهایت، مشخص شد که نگرش محیط‌زیستی گردشگران، عملکرد محیط‌زیستی مقصد و رضایت گردشگران در تمایلات رفتاری آن‌ها مؤثر است. با توجه به یافته‌ها، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که هرچه میزان رویکرد محیط‌زیستی مدیریت مقصد ساحلی رامسر بیشتر شود، گردشگران تمایلات رفتاری مثبت بیشتری به آن‌جا نشان می‌دهند. بر همین اساس، به‌منظور بهبود روند موجود در مقصد رامسر پیشنهادهایی ارائه شد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۳

واژه‌های کلیدی:

گردشگر محیط‌زیستی، مقصد محیط‌زیستی، رضایت، تمایلات رفتاری، مقصد ساحلی رامسر

مقدمه

یکی از بخش‌های کلیدی در توسعه پایدار تبدیل کرده است (Ozcan et al., 2021). چن و هسیه^۳ (2011) بیان کردند که گردشگری تأثیر مستقیم اقتصادی در جامعه دارد. باین حال، رشد آن، گذشته از آثار مثبت حفاظتی، با فعالیت‌هایی در ارتباط است که در محیط‌زیست اثر می‌گذارند مانند ایجاد ترافیک، بهره‌برداری بیش از حد از منابع طبیعی و رفتارهای نامناسب گردشگران در محیط‌زیست (Lee & Chen, 2021). این تأثیرات منفی در دیدگاه گردشگران اثرگذار خواهد بود (Lee & Xue, 2020) و این در حالی است که از گردشگری به‌منزله صنعت پاک یاد می‌کنند (Ozcan et al., 2021). توسعه و پیشرفت فعالیت‌های گردشگری سبب

امروزه افزایش مشکلات محیط‌زیستی مانند تغییرات آب‌وهوایی و تخریب محیط‌زیست سبب شده تا نگرانی‌ها درخصوص عوامل اثرگذار در کیفیت محیط و سیاست‌های عمومی آن افزایش یابد و در این خصوص تحقیقات متعدد علمی انجام شود (Lee & Chen, 2021). یکی از فعالیت‌هایی که آثار محیط‌زیستی چشمگیری در محیط دارد گردشگری است (Merli et al., 2019). جهانی شدن، افزایش جابه‌جایی جمعیت و تحولات حمل‌ونقل و ارتباطات گردشگری را به نیروی محرکه اساسی در کشورهای جهان مدرن و جهان سوم (Balsalobre-Lorente et al., 2021) و

۱. دانشیار گردشگری، گروه میراث فرهنگی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، نوشهر، مازندران، ایران (نویسنده مسئول).
m.mohammadi@umz.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی، مؤسسه آموزش عالی سمگان، آمل، مازندران، ایران.

3. Chen & Hsieh



افزایش فشار بر جامعه محلی و محیط زیست اطرافشان شده است (Sultan et al., 2021). در دهه های اخیر، بسیاری از نهادهای ملی و بین المللی به حفاظت از محیط زیست اشاره کرده اند. در این خصوص، سازمان جهانی گردشگری نیز گردشگری پایدار را معرفی کرده است که از اصول آن می توان به مدیریت منابع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیبایی شناختی و محیط زیستی اشاره کرد (Campos-Soria et al., 2021). شیوه واکنش گردشگری به چالش های محیط زیستی، پیشرفت های فنی و وجود مقررات محیط زیستی جریان کارآمدتری از انرژی را پرورش می دهد، گردشگری پایدار را تقویت می کند و درک بهتری از تأثیر پایداری و رقابت در گردشگری به وجود می آورد (Balsalobre-Lorente et al., 2021). در دهه های گذشته، حفاظت از محیط زیست به یکی از اولویت های اساسی جامعه و گردشگری تبدیل شده است (Kim & Stepchenkova, 2020). به دلیل رقابت پذیری مقصد، به مسائل محیط زیستی باید توجه شود، زیرا بسیاری از فعالیت های موجود در گردشگری به کیفیت منابع طبیعی وابسته است (Sultan et al., 2021). در نتیجه، فعالان این حوزه و حتی برخی از گردشگران نیز به مسائل محیط زیستی حساس هستند.

آلودگی های محیط زیست و تغییرات دمایی سبب ایجاد نگرانی های محیط زیستی شده (Lee & Lim, 2020) و بررسی های اخیر نشان می دهد که افراد، در خریدهایشان، رفتارهای محیط زیستی را ترجیح می دهند (Fuhrmann-Riebel et al., 2021). به تازگی، در دنیا، نگرانی های محیط زیستی گردشگران افزایش یافته است و موضوعاتی نظیر گرم شدن کره زمین، جنگل زدایی و آلودگی در رأس این نگرانی ها قرار دارند (Hao & Song, 2019) که چارتر^۱ (1992) آن را ناشی از عوامل متعددی نظیر آگاهی بیشتر، فشار عمومی، قوانین و مقررات محیط زیستی، افزایش پوشش رسانه ای و تغییر افکار عمومی می داند (Sultan et al., 2021). دونلاپ^۲ و جنز^۲ (2002) نگرانی های محیط زیستی را تعهد افراد در مواجهه با آثار آلودگی و بهره برداری بیش از حد از منابع طبیعی توسط انسان می دانند که شامل ابعادی نظیر نگرش و عملکرد محیط زیستی است (Campos-Soria et al., 2020). نگرش و رفتار گردشگر بخش مهمی از گردشگری را تشکیل می دهد، زیرا آثار منفی محیط زیستی گردشگری به رفتار و نگرش گردشگران نسبت داده می شود (Juvan & Dolnicar, 2014).

در ادبیات گردشگری، نگرانی های محیط زیستی، نگرش ها و عملکردهای گردشگران به صورت گسترده ای

بررسی شده است. نگرش محیط زیستی به درک مسائل محیط زیستی اشاره می کند (Zhu et al., 2020). مصرف کنندگان، زمانی که محصولات و خدمات سازگار با دوستدار محیط زیست را انتخاب می کنند، در واقع رفتار محیط زیستی خود را به نمایش می گذارند (Lee & Lim, 2020). رفتار محیط زیستی افراد به نگرش آن ها بستگی دارد (Zhu et al., 2020). نگرانی های محیط زیستی، با افزایش سطح کیفیت ادراکی، سبب بالا رفتن رضایت و تمایلات رفتار مثبت در مصرف کنندگان می شوند (Wu & Cheng, 2017).

با توجه به مسائل اشاره شده درخصوص تغییر نگرش، نگرانی های گردشگران و انتخاب محصولات و خدمات دوستدار محیط زیست، ضروری است تأثیر این نگرانی ها در رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران بررسی شود؛ زیرا، اگر چالش های ذهنی گردشگران که همان نگرانی محیط زیستی است برطرف شود، مقصد گردشگری مورد نظر، برای این افراد، مقصدی ایدئال خواهد بود و احتمال بازگشت و تمایلات رفتاری مثبت به آن جا بیشتر خواهد شد. شهر رامسر، به واسطه قدمت جذب گردشگر، یکی از مقاصد گردشگرپذیر استان مازندران است که سالانه گردشگران زیادی را به خود جذب می کند. رشد جمعیت و افزایش سطح تمایلات گردشگران به بهره مندی از طبیعت سبب شده سواحل شمالی به خصوص ساحل رامسر پُرتردد شود. افزایش میزان بازدید از سواحل رامسر با آثاری منفی نظیر زباله پراکنی همراه بوده است. علاوه بر آن، شلوغی و تصویب نازیبای سواحل سبب شده پدیده ساحل گریزی و تمایل به استفاده از کوهستان افزایش یابد. از آن جایی که پایداری و محافظت ساحل می تواند سبب حفظ گردشگران دوستدار محیط زیست شود، بررسی نگرانی های محیط زیستی گردشگران درخصوص سواحل رامسر به منظور رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران آن امری ضروری است.

به همین دلیل، هدف اصلی پژوهش حاضر این است که تأثیر نگرانی ها و نگرش های محیط زیستی گردشگران و عملکرد محیط زیستی مقصد را در میزان رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران بسنجد. از این رو، پرسش اصلی پژوهش این است: نگرانی ها و نگرش های محیط زیستی گردشگران و عملکرد محیط زیستی مقصد چه تأثیری در رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران می گذارد؟

پیشینه پژوهش

لی و همکاران (2014) پژوهشی را با موضوع تأثیر نشانه های محیط زیستی در احساسات، رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران انجام دادند. نتایج نشان داد که نشانه های

1. Charter

2. Dunlap & Jones



نگرشی گردشگران و عملکرد محیط‌زیستی می‌شود. کاووقلو و همکاران (2020) به بررسی تأثیر نگرش سبز در رفتار، تصویر، رضایت و تمایلات رفتاری مشتریان پرداختند. نتایج این پژوهش بیانگر این بود که نگرش به رفتار سبز در تصویر سبز اثر می‌گذارد. همچنین، مشخص شد که تصویر سبز تأثیر مثبتی در رضایت و تمایلات رفتاری مشتری دارد. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که رضایت مشتری در تمایلات رفتاری وی تأثیر مثبت می‌گذارد. کیم و هال (2020)، در پژوهشی با عنوان «آیا اقدامات پایدار رستوران می‌تواند تمایلات رفتاری مشتری را افزایش دهد؟»، تأثیر نظریه ارزش و نگرانی‌های محیط‌زیستی در بررسی رابطه میان عملکرد پایدار رستوران و ارزش مشتری و نگرانی‌های محیط‌زیستی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که عملکردهای پایدار رستوران، با کاهش ضایعات، در ارزش‌های لذت‌جویانه/سودمندانه تأثیر می‌گذارد. عملکرد پایدار رستوران همچنین در شیوه‌های کاهش پسماند و تمایلات رفتاری به رستوران‌های پایدار در رفتار مشتری تأثیر مثبت می‌گذارد. رفتار مشتریان تحت تأثیر ارزش‌های لذت‌جویانه/سودگرایانه در کاهش ضایعات، که تحت تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی تعدیل می‌شوند، تأثیر می‌گذارد. سلطان و همکاران (2021) پژوهشی با عنوان «عملکرد مسئولانه محیطی مسافران در مقابل گردشگری پایدار ساحلی: تحقیقی تجربی در خصوص محتوای تولیدشده توسط کاربران رسانه‌های اجتماعی» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که عوامل شناختی و عاطفی محتوای تولیدشده توسط کاربر در نگرانی‌ها و نگرش‌های محیط‌زیستی مسافران تأثیر می‌گذارند و سهم قابل توجهی در شکل‌گیری رفتارهای مسئولانه و محیط‌زیستی در مقابل گردشگری پایدار ساحلی دارند.

شاطریان و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی، تأثیر دانش، نگرش و ارزش‌های محیط‌زیستی در بروز رفتارهای محیط‌زیستی را بررسی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که نگرش محیط‌زیستی بیشترین تأثیر را در بروز رفتارهای محیط‌زیستی دارد. پس از آن، دانش و ارزش پایین‌ترین مرتبه را دارند. صالحی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی گردشگران ساحلی شهر بوشهر در ایام نوروز)» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه میان رفتارهای محیط‌زیستی با ارزش و نگرش محیط‌زیستی معنادار نیست، اما رابطه میان رفتارهای محیط‌زیستی گردشگران با نگرانی‌های محیط‌زیستی معنادار است.

در هیچ‌کدام از پیشینه‌ها به موضوع پژوهش، که تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی در تمایلات رفتاری گردشگران به مقصد است، پرداخته نشده است و، با توجه به شکاف

محیط‌زیستی احساسات مثبتی را ایجاد می‌کند که به رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران منجر می‌شود و همچنین سبب حمایت قاطع از جریان و توسعه بیشتر گردشگری می‌شود. ماستون و همکاران (2016) در پژوهشی به بررسی تأثیر ارزش‌های محیط‌زیستی، تصویر سبز و ارزش درک‌شده توسط مشتریان در تمایلات رفتاری آن‌ها پرداختند. نتایج نشان داد که تصویر سبز و ارزش ادراکی رابطه مستقیمی با تمایلات رفتاری مشتری دارند و ارزش‌های محیطی با تصویر سبز عرضه‌کننده خدمات ارتباط مثبت دارند. علاوه بر آن، ارزش ادراکی واسطه میان تأثیر تصویر سبز در تمایلات رفتاری مشتریان است. گنسی و همکاران (2019) پژوهشی را با عنوان «آیا پایداری برای گردشگران مهم است؟ (مطالعه موردی: گردشگری ساحلی در مقیاس بزرگ)» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که گردشگران ساحلی به میزان زیادی به پایداری و نگرانی‌های محیط‌زیستی پایبند بودند. همچنین، پایداری سبب شده رضایت و قصد بازگشت دوباره (تمایلات رفتاری) به مقصد گردشگران ساحلی افزایش دهد. پریزبوسی و همکاران (2019) در پژوهشی به بررسی تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی پایدار در تمایلات رفتاری مهمانان هتل پرداختند. نتایج گویای این بود که رفتار محیطی مهمانان در تمایلات رفتاری آن‌ها به هتل‌های سبز و درک آن‌ها از ارتباطات محیطی هتل تأثیر می‌گذارد. همچنین، درک مهمانان از ارتباطات محیطی هتل در درک آن‌ها از عملکرد سبز هتل تأثیر می‌گذارد و این‌که درک مهمانان از عملکرد سبز هتل در تمایلات رفتاری مهمانان به هتل‌های سبز تأثیر می‌گذارد. هان و همکاران (2019) در پژوهشی به بررسی تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی سازگار با محیط‌زیست در تمایلات رفتاری مشتری پرداختند. نتایج تأثیر برجسته مسئولیت اجتماعی شرکت هوایی سازگار با محیط‌زیست در تعیین تمایلات رفتاری، بهبود تصویر، عشق و احترام تجاری را نشان داد. مرلی و همکارانش (2019) در پژوهشی با عنوان «تأثیر شیوه‌های سبز در گردشگری ساحلی: بررسی تجربی در باشگاه ساحلی سازگار با محیط‌زیست» به بررسی تأثیر اقدامات سبز اجراشده در باشگاه ساحلی در رضایت و تمایلات رفتاری مشتریان پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که نگرانی مربوط به محیط‌زیست مهمانان در نگرش آن‌ها به و ارزیابی آن‌ها از اقدامات سبز تأثیر می‌گذارد. همچنین، اقدامات سبز هتل ساحلی تأثیر مثبتی در رضایت و تمایلات رفتاری مهمانان باشگاه ساحلی می‌گذارد. ونگ و همکاران (2020) پژوهشی با عنوان «ارزش ویژه گردشگر سبز - انگیزه: اثر سطح میانی عملکرد محیط‌زیست منطقه‌ای» انجام دادند. نتایج این پژوهش نقش کلی نگرش را نشان می‌دهد که سبب تقویت ارتباط میان بافت



علمی موجود، انجام این پژوهش در تکمیل منابع علمی راهگشا است.

مبانی نظری

پس از بررسی پیشینه پژوهش، در این بخش، به منظور شفاف‌سازی تأثیر متغیرهای اصلی پژوهش و روابط میان آن‌ها، به بررسی مبانی نظری مرتبط و در ادامه بسط فرضیات و مدل مفهومی پژوهش پرداخته شده است.

در گردشگری ساحلی، کیفیت محیط‌زیست و حفظ آن از عوامل مهم موفقیت است؛ زیرا یک بوم ساحلی حفظ‌شده، فضاها و فرصت‌های آزاد را برای فعالیت‌های تفریحی و گردشگری فراهم می‌کند. از این رو، سواحل منابع ارزشمندی هستند که، اگر به‌درستی محافظت شوند، می‌توانند به توسعه پایدار صنعت گردشگری کمک کنند. بنابراین، برای اطمینان از وجود گردشگری ساحلی در طولانی‌مدت، توازن بین مزایای اقتصادی و پایداری محیط‌زیست موردنیاز است (Mustapha, 2020) که شامل برنامه‌های محیط‌زیستی در طبیعت است.

نگرانی محیط‌زیستی نگرشی عمومی و تک‌بعدی است که به‌درک عمومی از مسائل محیط‌زیستی اشاره دارد (Zhu et al., 2020). در واقع، نگرانی محیط‌زیستی را نوعی باور، موضع و میزان نگرانی فرد در خصوص محیط تعریف می‌کنند که به‌منزله مسئله‌ای مهم در میان مصرف‌کنندگان به‌سرعت در حال گسترش است (Jones et al., 2017). افزایش این روند سبب شده مصرف‌کنندگان به خرید محصولات سبز و یا دوستدار محیط‌زیست روی آورند (Zhu et al., 2020). بررسی‌های پیشین نشان داده که مواردی مانند توسعه شهرنشینی، افزایش سطح تحصیلات، بهبود وضعیت درآمد و افزایش تمایلات فرامادی‌گرایانه سبب شده نگرانی‌های محیط‌زیستی افزایش پیدا کنند (Hao & Song, 2019).

در پژوهش‌های گردشگری، به بررسی نگرانی‌های محیط‌زیستی و تأثیر آن در نگرش و عملکرد گردشگران پرداخته شده است. نگرش به ارزیابی مثبت یا منفی نسبت به یک رفتار خاص اشاره دارد. همچنین، عملکرد به‌منزله موضوعی مهمی برای بخش گردشگری شناخته می‌شود (Juvan & Dolnicar, 2014). این پژوهش‌ها نشان داده‌اند که افزایش نگرانی‌های محیط‌زیستی در نگرش گردشگران اثرگذار است (Sultan et al., 2021). علاوه بر آن، افزایش نگرانی‌های محیط‌زیستی با واکنش رفتاری به مقصد همراه است (محمدی و میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، با این‌که بسیاری از پژوهش‌ها بر تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی در نحوه عملکرد مقصد تأکید دارند (Arshada et al., 2020).

نمی‌توان از نقش نگرش و عملکرد مقصد در نگرانی‌های محیط‌زیستی غافل شد. در واقع، نگرش مقدمه‌ای بر عملکرد مقصد گردشگری است (Patwary et al., 2021). نگرش محیط‌زیستی در عملکرد مقصد که دغدغه محیط‌زیستی دارند اثرگذار است (Kim & Hall, 2020). بنابراین، فرضیه‌های اول، دوم و سوم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شوند:

فرضیه اول: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در نگرش‌های محیط‌زیستی آن‌ها تأثیر معنادار دارد.

فرضیه دوم: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در عملکرد محیط‌زیستی مقصد تأثیر معنادار دارد.

فرضیه سوم: نگرش محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در عملکرد محیط‌زیستی مقصد تأثیر معنادار دارد.

برای افراد دوستدار محیط‌زیست، رعایت اصول محیط‌زیستی در عملکرد مقصد سبب آسودگی خاطر می‌شود و رضایت این افراد را به همراه دارد. در واقع، نگرانی‌های محیط‌زیستی و رعایت مسائل محیط‌زیستی در رضایت گردشگران اثرگذار است (Goffi et al., 2019).

همچنین، نگرش گردشگران در رضایت آن‌ها اثرگذار است (Merli et al., 2019). رضایت‌مندی تحت تأثیر عوامل دیگری نیز قرار دارد. برای مثال، عملکرد محیط‌زیستی مقصد در رضایت آن‌ها مؤثر است (Arshada et al., 2020). بر همین اساس، فرضیه چهارم، پنجم و ششم پژوهش این‌گونه مطرح می‌شوند:

فرضیه چهارم: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در رضایت آن‌ها تأثیر معنادار دارد.

فرضیه پنجم: نگرش محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در رضایت آن‌ها تأثیر معنادار دارد.

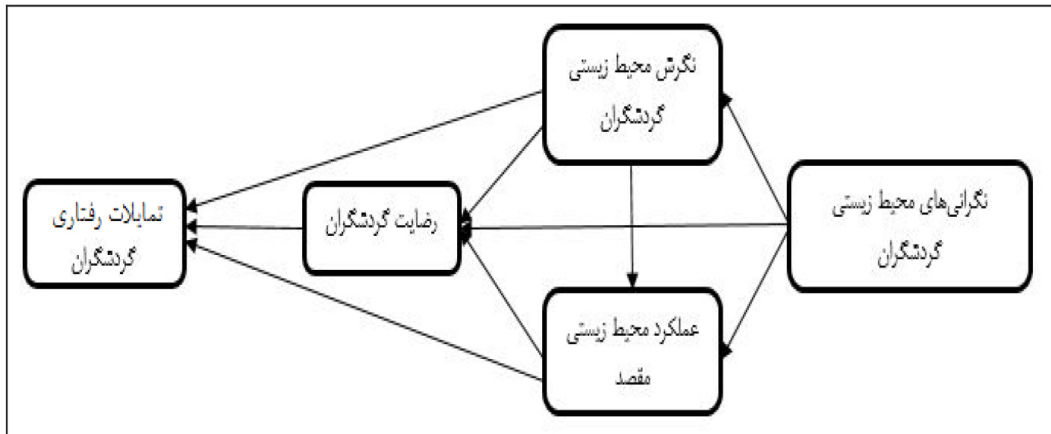
فرضیه ششم: عملکرد محیط‌زیستی مقصد ساحلی رامسر در رضایت گردشگران تأثیر معنادار دارد.

در صورتی که برنامه‌های محیط‌زیستی در یک منطقه اجرا شود، سبب برطرف شدن نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران می‌شود. رضایت واکنشی به انتظارات محقق‌شده افراد است و تمایلات رفتاری نیز واکنش مثبت و تکراری به یک محصول یا خدمت است که در رابطه نگرانی‌های محیط‌زیستی و تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر مثبت و نقش میانجی دارد. علاوه بر آن، از عوامل دیگری که در رابطه نگرانی‌های محیط‌زیستی و تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر مثبت و نقش میانجی دارد نگرش گردشگران و عملکرد مقصد است (Merli et al., 2019). بنابراین، فرضیه‌های هفتم، هشتم و نهم پژوهش این‌گونه مطرح شدند:

فرضیه هفتم: رضایت گردشگران سواحل رامسر در

برای درک بهتر فرضیه‌ها و روابط میان متغیرهای پژوهش از مدل مفهومی که برگرفته از پژوهش مرلی و همکاران (2019) است استفاده شد که در شکل ۱ نشان داده شده است.

تمایلات رفتاری آن‌ها تأثیر معنادار دارد. فرضیه هشتم: نگرش محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در تمایلات رفتاری آن‌ها تأثیر معنادار دارد. فرضیه نهم: عملکرد محیط‌زیستی مقصد ساحلی رامسر در تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر معنادار دارد.

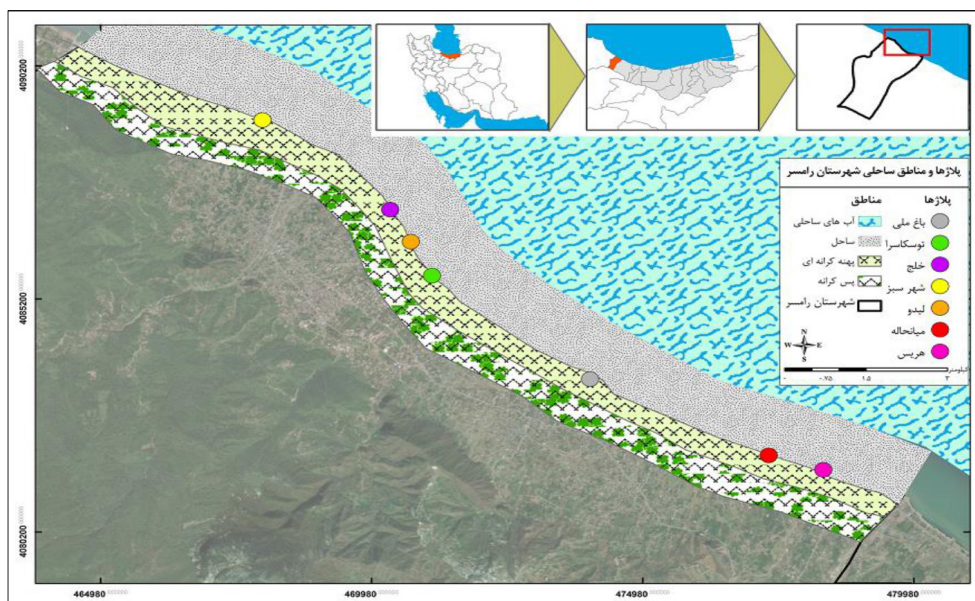


شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

بر می‌گیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). ساحل شهر رامسر در بخش مرکزی و حوضه عمیق خزر قرار دارد. در این بخش، عمق ۱۰۰ متر در فاصله ۷-۱۵ کیلومتری از ساحل واقع است. براساس اندازه ذرات رسوب در ساحل و عمق، دریا و ساحل رامسر از نوع ماسه‌ای - قله‌سنگی است. نقشه موقعیت جغرافیایی ساحل شهری مقصد رامسر در شکل ۲ نشان داده شده است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر در قلمروی ساحل شهری مقصد رامسر انجام شده است. شهر رامسر در منتهی‌الیه غرب استان مازندران در شمال ایران و در میان کرانه جنوبی دریای خزر و دامنه‌های شمالی البرز در عرض جغرافیایی (۳۶° تا ۴۹° تا ۵۷° شمالی) و طول جغرافیایی (۳۸° تا ۴۴° شرقی) واقع است. کل مساحت این شهر ۶۸۸ کیلومتر مربع است که حدود ۳/۱ درصد از کل مساحت استان مازندران را در



شکل ۲: نقشه موقعیت جغرافیایی ساحل شهری مقصد رامسر



پژوهش حاضر از نوع کمی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی و از نظر هدف توصیفی - تبیینی است. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران است که از سواحل شهر رامسر بازدید کردند که تعدادشان نامحدود و نامعین است. روش نمونه‌گیری پژوهش تصادفی در دسترس بوده است. حجم نمونه، براساس دستورالعمل کاستلو و آزبورن^۱ (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸؛ میرتقیان رودسری و خراسانی، ۱۳۹۸)، ۲۶۰ نفر در نظر گرفته شد؛ یعنی، به ازای هر سؤال یا گویه پرسش‌نامه، ۱ تا ۲۰ پاسخ‌دهنده نیاز است. از آن‌جاکه پرسش‌نامه پژوهش دارای ۱۷ گویه است، تعداد نمونه آماری برآوردی بین (۱۷×۱۰) و (۱۷×۲۰) یعنی ۱۷۰ تا ۳۴۰ نفر است.

به‌منظور بررسی روایی پرسش‌نامه، مبتنی بر پروتکل روایی محتوا، ۳ نفر از استادان محیط زیست و گردشگری آن را بررسی و تأیید کردند. همچنین، از طریق اعتبارسنجی مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی

مرحله اول و دوم، روایی واگرایی پرسش‌نامه تأیید شد. مقدار بارهای عاملی باید بیش از مقدار استاندارد ۰/۵۰۰ باشد. همچنین، تأیید یا رد معناداری بارهای عاملی با توجه به اعداد معناداری (t-value) انجام می‌شود که مقدار آن باید بزرگ‌تر از قدر مطلق ۱/۹۶ است. با تحلیل اطلاعات جدول ۱، مقدار بار عاملی و معناداری گویه‌ها از مقدار استاندارد تبعیت کرده است. از این‌رو، مدل‌های اندازه‌گیری معتبر است. برای بررسی روایی همگرایی پرسش‌نامه از واریانس استخراج‌شده (AVE) و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شد. با توجه به این‌که عدد AVE بالاتر از ۰/۵۰۰ و عدد CR تمامی متغیرها از ۰/۷۰۰ بیشتر است، متغیرها روایی و پایایی مناسبی دارند. برای سنجش پایایی، نمونه اولیه‌ای شامل ۳۰ پرسش‌نامه پیش‌آزمون شد و، با توجه به این‌که مقادیر آلفای کرونباخ محاسبه‌شده از مقدار استاندارد ۰/۷۰۰ بیشتر بود، پایایی پرسش‌نامه تأیید می‌شود.

جدول ۱: روایی و پایایی پرسش‌نامه پژوهش

کد	گویه	بارهای عاملی	معناداری	متغیر	AVE	CR	آلفای کرونباخ
q1	حفظ محیط زیست یکی از مسائل مهم امروز جامعه است.	۰/۷۲۹	۲/۴۸۹	نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران	۰/۵۵۱	۰/۸۱۵	۰/۷۵۹
q2	حفظ محیط زیست برای موفقیت طولانی مدت گردشگری ساحلی ضروری است.	۰/۷۷۳	۲/۵۴۲				
q3	مدیریت صحیح زباله‌ها (مانند تفکیک زباله) در ساحل اهمیت بسیاری دارد.	۰/۶۵۲	۲/۹۹۶	نگرش محیط‌زیستی گردشگران	۰/۵۳۳	۰/۷۴۴	۰/۷۰۱
q4	صرفه‌جویی در مصرف آب در ساحل اهمیت بسیاری دارد.	۰/۷۰۰	۲/۸۸۷				
q5	صرفه‌جویی در مصرف انرژی (مثل استفاده از لامپ ال ای دی) در ساحل اهمیت بسیاری دارد.	۰/۵۲۰	۲/۰۹۶				
q6	ارائه غذاهای ارگانیک یا فصلی در ساحل از اهمیت بسیاری دارد.	۰/۶۹۴	۳/۱۴۰				
q7	مدیریت و کاهش آلودگی‌های صوتی در ساحل اهمیت بسیاری دارد.	۰/۷۴۹	۴/۰۵۱				
q8	حفاظت از محیط زیست (اکوسیستم دریایی و ساحلی) اهمیت بسیاری دارد.	۰/۵۸۳	۱/۸۶۲				



کد	گویه	بارهای عاملی	معناداری	متغیر	AVE	CR	آلفای کرونباخ
q9	مدیریت پسماند به منزله عملکرد محیط‌زیستی در ساحل وجود دارد.	۰/۴۷۱	۱/۹۴۶	عملکرد محیط‌زیستی مقصد	۰/۷۸۸	۰/۸۸۱	۰/۸۷۹
q10	صرفه‌جویی در مصرف آب به منزله عملکرد محیط‌زیستی در ساحل وجود دارد.	۰/۴۲۸	۱/۴۷۹				
q11	صرفه‌جویی در مصرف انرژی به منزله عملکرد محیط‌زیستی در ساحل وجود دارد.	۰/۴۴۴	۰/۱۴۴				
q12	ارائه غذاهای ارگانیک یا فصلی در ساحل وجود دارد.	۰/۴۵۲	۱/۴۵۳				
q13	حفاظت از محیط‌زیست (اکوسیستم دریایی و ساحلی) به منزله عملکرد محیط‌زیستی در ساحل وجود دارد.	۰/۹۴۴	۵/۱۳۰				
q14	از تجربه گردشگری ساحلی خود در ساحل رامسر راضی هستم.	۰/۹۲۷	۶۱/۳۷۹	رضایت گردشگران	۰/۷۹۹	۰/۹۰۱	۰/۸۸۰
q15	انتظارات من برآورده شدند.	۰/۸۲۴	۷/۸۳۶				
q16	من دوباره به ساحل رامسر بروم گشت.	۰/۸۳۲	۱/۶۵۸	تمایلات رفتاری گردشگران	۰/۷۷۱	۰/۸۶۳	۰/۸۵۵
q17	من ساحل رامسر را به دیگران توصیه می‌کنم.	۰/۷۷۹	۱/۳۹۵				

نرم‌افزار SmartPLS3 انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

مردها با ۱۷۴ نفر و بانوان با ۸۶ نفر به ترتیب ۶۷ درصد و ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه بودند. میزان ۳۲ درصد از افراد (۸۴ نفر) در بازه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۵۲ درصد از افراد (۱۳۴ نفر) در بازه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و ۱۶ درصد باقی‌مانده که شامل (۴۲ نفر) بودند در بازه سنی بالای ۴۰ سال قرار داشتند. از لحاظ تحصیلی، ۱۲ درصد از افراد با فراوانی ۳۰ نفر دارای مدرک کاردانی، ۴۹ درصد از افراد با فراوانی ۱۲۷ نفر دارای مدرک کارشناسی و ۳۹ درصد از افراد که شامل ۱۰۳ نفر بود دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند.

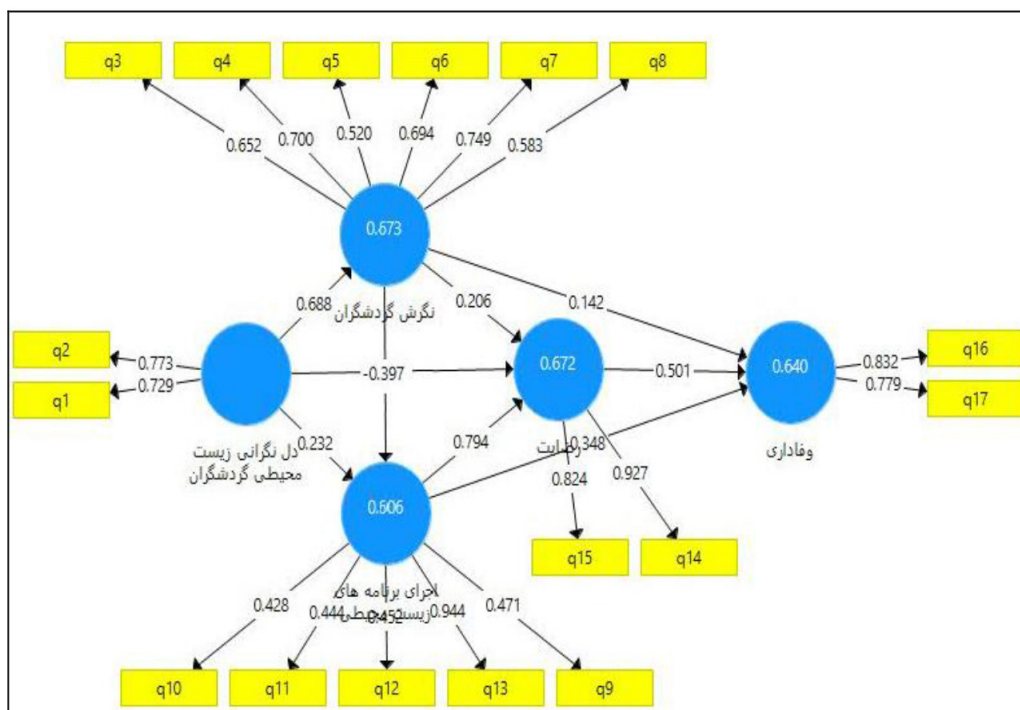
با توجه به نتایج روایی و پایایی پرسش‌نامه، جمع‌آوری داده‌ها براساس پرسش‌نامه هفده‌گویه‌ای (Merli et al., 2019) انجام شد. پرسش‌نامه شامل پنج متغیر نگرانی‌های محیط‌زیستی با دو گویه (q1 و q2)، نگرش محیط‌زیستی گردشگران با شش گویه (q3، q4، q5، q6، q7 و q8)، عملکرد محیط‌زیستی مقصد با پنج گویه (q9، q10، q11، q12 و q13)، رضایت گردشگران با دو گویه (q14 و q15) و تمایلات رفتاری گردشگران با دو گویه (q16 و q17) است. گویه‌های پرسش‌نامه با استفاده از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای اندازه‌گیری شدند. پرسش‌نامه‌ها در تابستان ۱۳۹۸ توزیع و جمع‌آوری شده‌اند. تجزیه و تحلیل اطلاعات براساس شیوه مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از

نتایج حاصل از گروه‌بندی متغیرهای پژوهش براساس شاخص انحراف معیار، میانگین، کمینه و بیشینه در جدول ۲ به نمایش گذاشته شده است. همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، بیشتر پاسخ‌گویان به پرسش‌نامه از لحاظ نگرانی‌های محیط‌زیستی، نگرش محیط‌زیستی، عملکرد محیط‌زیستی مقصد و تمایلات رفتاری گردشگران در سطح بالایی قرار دارند و این در حالی است که از لحاظ رضایت گردشگر در سطح متوسط قرار دارند.

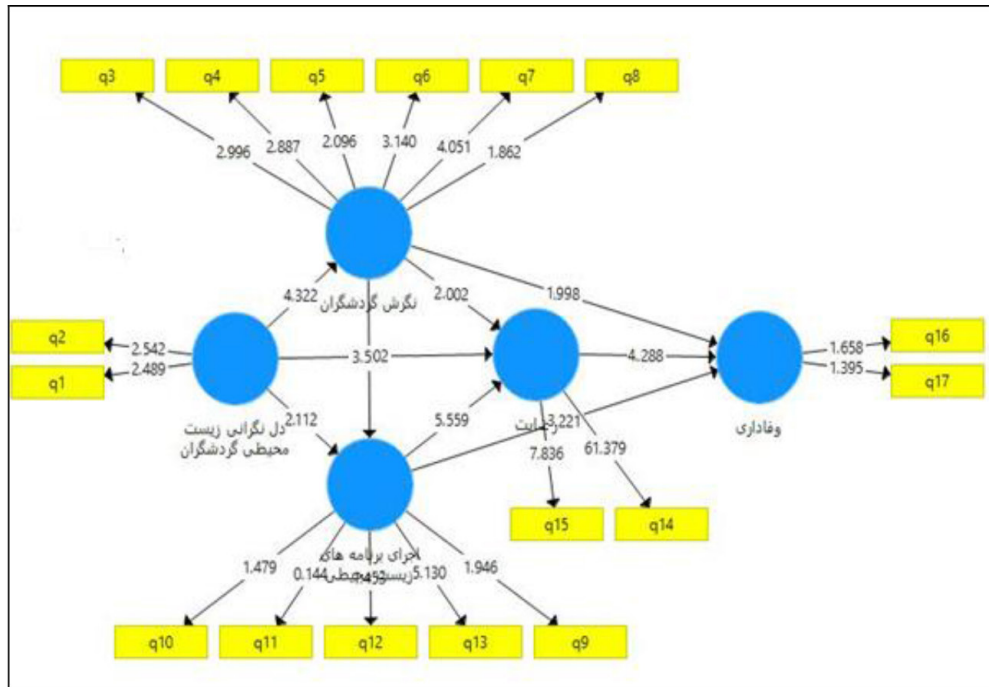
جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر / شاخص	حداکثر	حداقل	میانگین	انحراف معیار
نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران	۵	۱	۴/۵۰۵	۰/۳۳
نگرش محیط‌زیستی گردشگران	۵	۱	۴/۳۱۴	۰/۶۱
عملکرد محیط‌زیستی مقصد	۵	۱	۴/۱۵۶	۰/۲۶
رضایت گردشگران	۵	۱	۳/۵۱۰	۱/۱۲
تمایلات رفتاری گردشگران	۵	۱	۴/۰۵۵	۰/۳۲

به‌منظور آزمون فرضیه‌ها، سنجش مدل پژوهش در حالت‌های ضریب مسیر و سطح معناداری به‌ترتیب در شکل‌های ۳ و ۴ نشان داده شده است. اگر عدد معنادار به‌دست‌آمده بزرگ‌تر از $|±1/۹۶|$ باشد، می‌توان معناداری روابط را تأیید کرد. جدول ۳ نتایج آزمون روابط موردنظر را نشان می‌دهد.



شکل ۳: مدل ضرایب مسیر



شکل ۴: ضرایب معناداری

جدول ۳: خلاصه نتایج حاصل از آزمون مسیرها

فرضیه‌ها	ضریب تأثیر	سطح معناداری	نتیجه فرضیه
نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران ← نگرش‌های محیط‌زیستی	۰/۶۸۸	۴/۳۲۲	تأیید
نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران ← عملکرد محیط‌زیستی مقصد	۰/۲۳۲	۲/۱۱۲	تأیید
نگرش محیط‌زیستی گردشگران ← عملکرد محیط‌زیستی مقصد	۰/۲۶۶	۲/۲۱۳	تأیید
نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران ← رضایت گردشگران	-۰/۳۹۷	۳/۵۰۲	تأیید
نگرش محیط‌زیستی گردشگران ← رضایت گردشگران	۰/۲۰۶	۲/۰۰۲	تأیید
عملکرد محیط‌زیستی مقصد ← رضایت گردشگران	۰/۷۹۴	۵/۵۵۹	تأیید
رضایت گردشگران ← تمایلات رفتاری گردشگران	۰/۵۰۱	۴/۲۸۸	تأیید
نگرش محیط‌زیستی گردشگران ← تمایلات رفتاری گردشگران	۰/۱۴۲	۱/۹۹۸	تأیید
عملکرد محیط‌زیستی مقصد ← تمایلات رفتاری گردشگران	۰/۳۴۸	۳/۲۲۱	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

ساحلی را با نگرش‌های محیط‌زیستی گردشگران، عملکرد محیط‌زیستی مقصد، رضایت گردشگران و تمایلات رفتاری گردشگران بررسی کرد. با این‌که تمامی فرضیه‌ها تأیید شدند و می‌توان هم‌سویی و هم‌راستایی یافته‌ها با پژوهش‌های تجربی پیشین را گزارش کرد، محققان پژوهش بر این

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی در تمایلات رفتاری گردشگران ساحلی شهر رامسر انجام شد. مطابق با مدل مفهومی، ۹ فرضیه ارائه شد که رابطه میان نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران



نکته تأکید دارند که ماهیت پژوهش‌های پیشین گوناگون و اهداف آن‌ها متفاوت بوده است و گزارش این همخوانی‌ها در پژوهش حاضر تنها مبتنی بر تأیید برای فرضیه‌ها و استفاده از حمایت مبانی نظری بوده است. ماهیت و بافت مقصد گردشگری ساحلی رامسر و گردشگران این مقصد به لحاظ محیط‌زیستی بودن را می‌توان در یافته‌های توصیفی پیگیری کرد که در بالا به آن اشاره شده است.

فرضیه اول: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در نگرش‌های محیط‌زیستی آن‌ها تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۴/۳۲۲) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۶۸۸ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم است، اگر یک واحد به نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، نگرش‌های محیط‌زیستی در حدود ۰/۷ افزایش می‌یابد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Sultan et al., 2019; Merli et al., 2021) همخوانی دارد.

فرضیه دوم: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در عملکرد محیط‌زیستی مقصد تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۲/۱۱۲) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۲۳۲ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۲ به عملکرد محیط‌زیستی مقصد اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Sultan et al., 2012; Merli et al., 2019; Salehi et al., 2021; Kim & Hall, 2020) همخوانی دارد.

فرضیه سوم: نگرش محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در عملکرد محیط‌زیستی مقصد تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۲/۲۱۳) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۲۶۶ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به نگرش محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۳ به عملکرد محیط‌زیستی مقصد اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (ÇavuGoğlu et al., 2020; Wong et al., 2020; Shaterian et al., 2019) همخوانی دارد.

فرضیه چهارم: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در رضایت آن‌ها تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۳/۵۰۲) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۳۹۷- تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر معکوس و مثبت است، اگر یک واحد به نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۴ از رضایت گردشگران کاسته می‌شود.

نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Merli et al., 2019; Lee et al., 2014) همخوانی دارد.

فرضیه پنجم: نگرش محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در رضایت آن‌ها تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۲/۰۰۲) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۲۰۶ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به نگرش محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۲ رضایت گردشگران اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Merli et al., 2019) همخوانی دارد.

فرضیه ششم: عملکرد محیط‌زیستی مقصد ساحلی رامسر در رضایت گردشگران تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۵/۵۵۹) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۷۹۴ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به عملکرد محیط‌زیستی مقصد اضافه شود، ۰/۸ به رضایت گردشگران اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Merli et al., 2019; Lee et al., 2014) همخوانی دارد.

فرضیه هفتم: رضایت گردشگران سواحل رامسر در تمایلات رفتاری آن‌ها تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۴/۲۲۸) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۵۰۱ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۵ به تمایلات رفتاری گردشگران اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (ÇavuGoğlu et al., 2020; Merli et al., 2019) همخوانی دارد.

فرضیه هشتم: نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران سواحل رامسر در تمایلات رفتاری آن‌ها تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۱/۹۹۸) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۱۴۲ تأیید می‌شود و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران اضافه شود، در حدود ۰/۱ به تمایلات رفتاری گردشگران اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Goffi et al., 2019; Han et al., 2019; Mustonen et al., 2016) همخوانی دارد.

فرضیه نهم: عملکرد محیط‌زیستی مقصد ساحلی رامسر در تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر معنادار دارد. با توجه به عدد معناداری (۳/۲۲۱) که در بازه $|\pm 1/96|$ قرار ندارد، معناداری این فرضیه با ضریب مسیر ۰/۳۴۸ تأیید می‌شود



محمدی، حسین و میرتقیان رودسری، سیدمحمد (۱۳۹۸). نگرش هتلداران مقصد گردشگری رامسر نسبت به اقدامات کاهشی - سازگاری در برابر تغییر اقلیم. گردشگری و توسعه، ۸(۱)، ۶۵-۸۱.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۶). گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵، مرکز آمار ایران، دفتر ریاست، روابط عمومی و همکاری‌های بین‌المللی.

میرتقیان رودسری، سیدمحمد و خراسانی، محمدامین (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی مطالعات گردشگری در فصلنامه پژوهش‌های روستایی: کاربست تحلیل محتوا. پژوهش‌های روستایی، ۱۰(۲)، ۳۲۸-۳۵۹.

میرتقیان رودسری، سیدمحمد (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های گردشگری ایرانی. گردشگری و توسعه، ۸(۳)، ۱۲۴-۱۴۶.

Arshada, M., Abidb, G., & Khanc, M. M. (2020). Impact of Employee's Environmental Concern on Ecological Green Behaviour: Mediation Mechanism of Employee Customer Oriented OCB and Organisational Commitment. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(12), 614-633.

Balsalobre-Lorente, D., Leitão, N. C., Driha, O. M., & Cantos-Cantos, J. M. (2021). The Impact of Tourism and Renewable Energy Use Over Economic Growth in Top 10 Tourism Destinations. *In Strategies in Sustainable Tourism, Economic Growth and Clean Energy* (pp. 1-14). Springer, Cham.

Campos-Soria, J. A., Núñez-Carrasco, J. A., & García-Pozo, A. (2021). Environmental Concern and Destination Choices of Tourists: Exploring the underpinnings of country heterogeneity. *Journal of Travel Research*, 60(3), 532-545.

ÇavuÇoğlu, S., Demirağ, B., Jusuf, E., & Gunardi, A. (2020). the effect of attitudes toward green behaviors on green image, green customer satisfaction and green customer loyalty.

و، از آنجایی که رابطه میان دو متغیر مستقیم و مثبت است، اگر یک واحد به عملکرد محیط‌زیستی مقصد اضافه شود، در حدود ۰/۳ به تمایلات رفتاری گردشگران اضافه می‌شود. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های (Kim & Hall, 2020; Preziosi et al., 2019) همخوانی دارد.

در نتیجه، با توجه به این که تمامی فرضیات تأیید شدند که غیر مستقیم رابطه میان نگرانی‌های محیط‌زیستی به واسطه سایر متغیرها با تمایلات رفتاری گردشگران را نشان می‌دهد، می‌توان این گونه استنباط کرد که نگرانی‌های محیط‌زیستی در تمایلات رفتاری گردشگران به سواحل رامسر اثرگذار است. بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش، به مدیران حوزه گردشگری و محیط‌زیستی شهر رامسر پیشنهاد می‌شود که با جدیت به مسئله نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران توجه کنند و با بررسی‌های میدانی به آسیب‌شناسی این موضوع بپردازند. همچنین، به منظور جلب اعتماد، رضایت و در نتیجه تمایلات رفتاری گردشگران برای اجرای برنامه‌های محیط‌زیستی اقدام کنند. گذشته از آن، به مدیران گردشگری و محیط‌زیستی شهر رامسر پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی نظیر افزایش فضای سبز در ساحل، صرفه‌جویی در مصرف انرژی، مدیریت زباله و پسماندهای به‌جامانده در ساحل را در رأس امور خود قرار دهند تا، با کاهش نگرانی‌های محیط‌زیستی گردشگران، زمینه رضایت و در نتیجه تمایلات رفتاری ایشان را فراهم آورند. در انتها، باید بیان شود که، همان‌طور که هر اقدام انسانی با محدودیت همراه است، پژوهش‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند و پژوهش حاضر نیز دارای محدودیت بوده است که مهم‌ترین آن انجام نمونه‌گیری به صورت غیراحتمالی است که به عدم امکان تعمیم نتایج به آیندگان و کاربست آن فقط برای منطقه مورد مطالعه می‌انجامد.

منابع

شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه و میرداداشی، سیده زهرا (۱۳۹۸). مدل‌سازی نقش دانش، نگرش و ارزش‌های محیط‌زیستی گردشگران در بروز رفتارهای سازگار با محیط (نمونه موردی: گردشگران ایرانی و خارجی شهر قم). فصلنامه علوم محیطی، ۱۷(۲)، ۲۰۷-۲۲۸.

صالحی، صادق، قدمی، مصطفی و همتی گویمی، زهرا (۱۳۹۱). بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی: گردشگران ساحلی شهر بوشهر در ایام نوروز). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۱)، ۳۵-۵۸.

- Lee, Y. K., Lee, C. K., Choi, J., Yoon, S. M., & Hart, R. J. (2014). Tourism's role in urban regeneration: examining the impact of environmental cues on emotion, satisfaction, loyalty, and support for Seoul's revitalized Cheonggyecheon stream district. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 726-749.
- Lee, C., & Lim, S. Y. (2020). Impact of environmental concern on Image of Internal GSCM practices and consumer purchasing behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(6), 241-254.
- Lee, S. W., & Xue, K. (2020). A model of destination loyalty: Integrating destination image and sustainable tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(4), 393-408.
- Lee, C. C., & Chen, M. P. (2021). Ecological footprint, tourism development, and country risk: International evidence. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123671.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., & Ali, F. (2019). The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.
- Mustapha, M., Fatin, Z. Z., & Khairil, W. A. (2020). Enhancing sustainability through implementation of balanced scorecard: A case study of beach resorts. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(1), 136-147.
- Mustonen, N., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2016). Customer environmental values and their contribution to loyalty in industrial markets. *Business Strategy and the Environment*, 25(7), 512-528.
- Ozcan, B., Bozoklu, S., & Khan, D. (2021). Tourism Sector and Environmental Quality: Evidence from Top 20 Tourist Destinations. *In Strategies GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4), 1513-1519.
- Fuhrmann-Riebel, H., D'Exelle, B., & Verschoor, A. (2021). The role of preferences for pro-environmental behavior among urban middle class households in Peru. *Ecological Economics*, 180, 106850.
- Goffi, G., Cladera, M., & Pencarelli, T. (2019). Does sustainability matter to package tourists? The case of large-scale coastal tourism". *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 544-559.
- Han, H., Yu, J., & Kim, W. (2019). Environmental corporate social responsibility and the strategy to boost the airline's image and customer loyalty intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 371-383.
- Hao, F., & Song, L. (2019). Environmental Concern in China: A Multilevel Analysis". *Chinese Sociological Review*, 52(1), 1-26.
- Jones, P., Wynn, M., Hillier, D., & Comfort, D. (2017). The sustainable development goals and information and communication technologies. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(1), 1-15.
- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude-behavior gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2020). Can sustainable restaurant practices enhance customer loyalty? The roles of value theory and environmental concerns. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 127-138.
- Kim, M. S., & Stepchenkova, S. (2020). Altruistic values and environmental knowledge as triggers of pro-environmental behavior among tourists. *Current Issues in Tourism*, 23(13), 1575-1580.



- Sultan, M. T., Sharmin, F., Badulescu, A., Stiubea, E., & Xue, K. (2021). Travelers' Responsible Environmental Behavior towards Sustainable Coastal Tourism: An Empirical Investigation on Social Media User-Generated Content. *Sustainability*, 13(1), 56.
- Wong, I. A., Ruan, W. J., Cai, X., & Huang, G. I. (2021). Green-Induced tourist equity: the cross-level effect of regional environmental performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1043-1062.
- Wu, H. C., & Cheng, C. C. (2017). What drives green advocacy? A case study of leisure farms in Taiwan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 103-112.
- Zhu, M., Hu, X., Lin, Z., Li, J., Wang, S., & Wang, C. (2020). Intention to adopt bicycle-sharing in China: introducing environmental concern into the theory of planned behavior model. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(33), 41740-41750.
- Patwary, A. K., Omar, H., & Tahir, S. (2021). The impact of perceived environmental responsibility on tourists' intention to visit green hotel: the mediating role of attitude. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 9-13.
- Preziosi, M., Tourais, P., Acampora, A., Videira, N., & Merli, R. (2019). The role of environmental practices and communication on guest loyalty: Examining EU-Ecolabel in Portuguese hotels. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117659.
- Salehi, S., Ghadami, M., & Hemmati Gouyomi, Z. (2012). A study of Environmental Behaviors among Coastal Tourists (A case Study of Coastal Tourists in Bushehr City during New Year Holiday). *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(1), 35-58.
- Shaterian, M., Kiani Salmi, S., & Mirdadashi Kari, S. (2019). Modeling the role of knowledge, attitude and environmental values of tourists in showing environment-friendly behaviors (case study: tourists of Qum). *Environmental Sciences*, 17(2), 207-228.
- in Sustainable Tourism, Economic Growth and Clean Energy (pp. 39-66). Springer, Cham.

