Research in Sport Management and Motor Behavior, Volume 14 - Issue 28 / 2024

KHARAZMI UNIVERSITY

Research in Sport Management and Motor Behavior

Print ISSN: 2252-0716 - Online ISSN: 2716-9855

Studying The Environmentally Friendly Behavior of Active Sport Tourists In Bushehr Beach Sports

Hossein Alimohammadi[1] Javad Adabi Firouzjah[2*] Tahereh gholami[3] samira akbari[4]

1.Associate Professor of Sports Management, Department of Sports Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Qom, Qom, Iran.
2.Assistant Professor of Sports Management, Department of Sports Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Qom, Qom, Iran.
3.Master's degree in leisure time and recreational sports management, University of Qom, Qom, Iran.
4.Master's degree in leisure time and recreational sports management, University of Qom, Qom, Iran.

corresponding author: **Javad Adabi Firouzjah, jadabi@gmail.com**

ARTICLE INFO

Article type
Research Article

Article history
Received: 2023/10/26
Revised: 2024/05/8
Accepted: 2024/05/8

KEYWORDS:
Tourism, Active Sport Tourists, Environment, Environmentally Friendly Behavior

How to Cite:
Hossein Alimohammadi, Javad Adabi Firouzjah, Tahereh gholami, samira akbari. **Studying The Environmentally Friendly Behavior of Active Sport Tourists In Bushehr Beach Sports,** *Research in Sport Management & Motor Behavior*, 2024: 14(28): 127-152

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the environmentally friendly behavior of active sports tourists in Bushehr. The sample included 102 tourists who completed the research questionnaire. The research tools were questionnaires of compliance with the environment, environmental policy, environmental inclination and word-of-mouth advertising by Kontojiani and Kotoris (2014). Descriptive statistics and structural equation modeling were used in PLS3 software for data analysis. The results showed that the environmental compatibility of the services of sports recreation centers has a significant effect on the word-of-mouth advertising of tourists, and the friendly policy of protecting the environment among tourists has a significant effect on their willingness to preserve and care for the environment. The desire to preserve the environment was not causally related to word of mouth. The compliance of sports tourism service centers with environmental protection indicators did not have a significant effect on the desire to protect the environment, and therefore sports tourists who have an environmentally friendly policy show their desire to protect the environment in any situation. Based on the results, it is suggested that various training courses and programs be held for sports tourists in order to familiarize themselves with environmental issues and to improve their environmental practices and attitudes.

Published by *Kharazmi University, Tehran, Iran*. Copyright(c) The author(s) This is an open access article under the CC BY-NC license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی

دانشگاه خوارزمی

مطالعه رفتار دوستدار محیط‌زیست گردشگران ورزشی فعال در ورزش‌های ساحلی بوشهر

حسین علی‌محمدی[۱] جواد ادبی فیروزجاه*[۲] طاهره غلامی[۳] سمیرا اکبری[٤]

۱.دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران.
۲.استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران.
۳.کارشناس ارشد مدیریت ورزشی ، دانشگاه قم ، قم ، ایران.
٤.کارشناس ارشد مدیریت ورزشی ، دانشگاه قم ، قم ، ایران.

نویسنده مسئول: **جواد ادبی فیروزجاه jadabi@gmail.com**

اطلاعات مقاله:

نوع مقاله: علمی–پژوهشی

دریافت: ۱٤۰۲/۸/٤

ویرایش: ۱٤۰۳/۲/۱۹

پذیرش: ۱٤۰۳/۲/۱۹

واژه های کلیدی:

گردشگری، گردشگران ورزشی فعال، محیط‌زیست، رفتار دوستدار محیط‌زیست

ارجاع:

حسین علی‌محمدی، جواد ادبی فیروزجاه، طاهره غلامی، سمیرا اکبری. **مطالعه رفتار دوستدار محیط‌زیست گردشگران ورزشی فعال در ورزش های ساحلی بوشهر.** *پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۱٤۰۳: ۱٤(۲۸): ۱۲۷-۱۵۲

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی رفتار دوستدار محیط‌زیست گردشگران ورزشی فعال بوشهر بود. نمونه شامل ۱۰۲ گردشگر در دسترس بود که پرسشنامه پژوهش را تکمیل کردند. ابزار پژوهش پرسشنامه‌های انطباق با محیط‌زیست، خط‌مشی زیست‌محیطی، تمایل زیست‌محیطی و تبلیغ دهان‌به‌دهان کونتوجیانی و کوتوریس (۲۰۱٤) بود. از آمار توصیفی و نیز مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار PLS3 جهت تحلیل داده ها استفاده شد. نتایج نشان داد انطباق با محیط‌زیست خدمات مراکز تفریحی ورزشی بر تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران تأثیر معنی دار دارد و خط‌مشی دوستدار حفظ محیط‌زیست در گردشگران تأثیر معنی داری در تمایل آنها به حفظ و مراقبت از محیط‌زیست دارد. تمایل به حفظ محیط‌زیست رابطه علی با تبلیغ دهان‌به‌دهان نداشت. انطباق مراکز خدمات گردشگری ورزشی با شاخص‌های حفظ محیط‌زیست تأثیر معنی داری برتمایل به حفظ محیط‌زیست نداشت و بنابراین گردشگران ورزشی که دارای خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست هستند در هر شرایطی تمایل خود به حفظ محیط‌زیست را نشان می‌دهند. بر اساس نتایج پیشنهاد می گردد دوره‌ها و برنامه های آموزشی مختلف برای گردشگران ورزشی بمنظور آشنایی با مسائل زیست‌محیطی و اصلاح شیوه و نگرش زیست‌محیطی آنان برگزار شود.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

Extended Abstract

Tourism as a whole includes a flow of capital, people, culture and interaction between them, which leaves different effects in geographical spaces (2).). Today, sports is considered as one of the big and important industries in today's world, and from its combination with the tourism industry, one of the most amazing modern service industries called "sports tourism" industry has been created, as far as the fastest growing The growth of the tourism industry is related to sports and physical activities (5).

Nowadays, scientific research has paid increasing attention to the relationship between environmental sustainability and sports, especially with a focus on sports tourism, but these researches are still more focused on the environmental effects of destinations than on the effects caused by sports events, and the effects caused by Active sports tourism has been less investigated (13). Environment refers to the entire environment that humans are directly or indirectly dependent on, and a healthy environment guarantees the health of all living beings, and the category of the environment and its protection is the most important concern of contemporary humans (14).

Since the environmental problems are increasing day by day, nowadays the importance of the environment in the sports tourism industry has increased a lot, without taking into account the preservation of the environment, the development of the sports tourism industry seems out of mind. Pro-environmental behavior is a behavior that is considered a way of respecting the environment. In this regard, Al-Hashar and Khaje Nouri (2018) state that today environmental issues include a wide range of phenomena, among which 4 areas of environmental issues have been distinguished from each other: 1. Issues of environmental beauty : Garbage, distortion of natural monuments and misuse of suburbs; 2. Discussions of natural resources: excessive use of stable (water, soil) and unstable (mineral resources such as gasoline and coal) resources. 3. Issues related to health: air pollution, toxic substances in the environment or the level of radiation that has increased with human activities and 4. Protection of life and its dignity, such as the destruction of natural habitats and the creation of barriers to migration (16).

The findings of Kurtiashans et al. (2013) showed that people who participate more in recreational sports activities are more inclined to provide environmentally friendly behaviors than those who do not participate in recreational sports activities. This issue shows that it is possible to take advantage of the capacity of participants in recreational sports activities in

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

order to preserve the environment (31). Therefore, understanding the key factors in the field of environmentally friendly behaviors and examining the causal relationships between these variables are considered very important issues in the field of research related to the development of sports tourism. This study examines the environment-friendly behavior in the leisure centers of Bushehr beach sports tourists.

In fact, the purpose of this study is to investigate a more comprehensive framework about creating behaviors that are more compatible with the environment during tourism and reducing damage to the environment, and they are looking for an answer to the question of whether environmental adaptation and an environmentally friendly policy affect the desire to Are environmental protection effective in sports tourists? Are the variables of environmental compliance, environmental policy and desire to preserve the environment of sports tourists have an effect on the word-of-mouth promotion of sports tourists?

Methods

The statistical population of the present study included sports tourists who referred to Bushehr coastal tourism areas in the period from March 1400 to May 1401, who had visited these areas in order to do beach and water sports.

The research tool was Kontojiani and Kotoris (2014) questionnaire. The environmental compliance questionnaire includes 10 questions with a 5-point Likert scale (1=not at all to 5=very much), the environmentally friendly policy includes 6 questions with a 7-point Likert scale (1=very much disagree to 7=very much agree) that the questions 4, 5 and 6 of this questionnaire were valued inversely), the questionnaire of the tendency to behave environmentally friendly with 6 questions of 7 scales (1 = very much disagree to 7 = very much agree) and the word of mouth advertising questionnaire with three 7 questions It was a Likert scale (1 = strongly disagree to 7 = strongly agree).

Results

According to the results, most of the surveyed sports tourists were married, with an average age of 36 to 45 years, and 85% of them had a bachelor's degree or higher. The results showed that the most important purpose of the trip for 80% of the sports tourists studied in this research was excursion, recreation and sports (sports tourism) and 19% of them included sports and recreational activities as part of their secondary and subsequent goals of the trip (sports tourism). Also, the maximum duration of their stay was less than one night. It should be noted that in the field of statistics related to tourism, tourists are divided into two parts in terms of time: those who stay at least one day and night in a place as tourists and those who stay less

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

than one night. They are known as tourists, and in reliable sources, both groups are considered tourists

The results showed that the environmental compatibility of the services of sports recreation centers has a significant effect on the word-of-mouth advertising of tourists, and the friendly policy of protecting the environment among tourists has a significant effect on their willingness to preserve and care for the environment. The desire to preserve the environment was not causally related to word of mouth. The compliance of sports tourism service centers with environmental protection indicators did not have a significant effect on the desire to protect the environment, and therefore, sports tourists who have an environment-friendly policy in any situation they show their desire to protect the environment.

Discussion

The results showed that there is a significant relationship between the adaptation of sports recreation centers providing coastal sports tourism services to the environment and the word-of-mouth advertising of active sports tourists, and the degree of adaptation of active sports tourism centers to word-of-mouth advertising about that center has a significant effect. you have Today, the design and construction as well as the adaptation of recreation and tourism centers and sports tourism are emphasized based on the components of environmental protection. In this regard, Bergman and Edel (2002) stated that accurate and effective planning to adapt recreation and service centers to the environment is an important factor in the success of government and public or private centers that provide recreation services (40).

Al-Okhti et al. (2018) state that people's social participation in the field of environment becomes objective when people know what dangers threaten their environment, what is its cause and how can it be improved or changed Behavior helped to solve them (42).

Considering the effect of the compliance of sports tourism service centers with the word of mouth advertising of sports tourists, it is suggested to sports tourism service centers as one of the most important beneficiaries of this field that:

1- Pay attention to compliance as much as possible with environmental protection indicators such as preventing pollution of natural resources such as water and soil. 2- To pay more attention to the use of clean energy such as sunlight, wind and other indicators of environmental compatibility such as maintaining the cleanliness of the environment and disposing of waste and waste resulting from sports tourism activities in this way by using word of mouth Sports tourists can gain more competitive advantage in providing sports tourism services. Regarding

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

sports tourists as other important beneficiaries in this area, it is suggested that: 1- Considering the influential role of the environmental policy of sports tourists on their desire to preserve the environment, it is suggested that courses and educational programs in Various activities should be done for members of the society, especially sports tourists, in order to familiarize themselves with environmental issues and improve their environmental practices and attitudes. 2- Considering that the desire of sports tourists to preserve the environment was not related to the indicators of environmental compliance of the sports tourism centers in the destination and also to word of mouth advertising, it is suggested to improve the desire of sports tourists to preserve the environment regardless of the characteristics of the destination. Sports tourism should be considered.

Considering the restriction of access to samples, it is suggested to coincide with the end of the Covid-19 epidemic: 1- With the end of these restrictions and the boom in sports tourism, more comprehensive studies should be conducted in this regard with a larger number of samples. 2- Also, the focus of this research was on beach sports, and therefore, for better generalization of the results, future research is suggested to other sectors and areas of active sports tourism, such as winter and mountain sports, nature tourism, desert climbing, etc. also be concentrated. 3- It is suggested to investigate the relationship between the environmental behavior of sports tourists and their well-being (psychological well-being).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

مقدمه

گردشگری پدیده‌ای کهن است که امروزه به‌عنوان صنعتی جذاب و روبه‌رشد موردتوجه است و بر مبنای حرکت و جابه‌جایی انسان استوار است. سرشت انسان نیز با سفر و آشنایی با سرزمین‌های دوردست و ساکنان آن آمیخته است (۱).گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن هاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد (۲). صنعت گردشگری، سومین صنعت در جهان بعد از مواد سوختی و صنایع شیمیایی می‌باشد که اقتصادهای پیشرفته[1] دنیا ۵۳/۲ درصد و اقتصادهای نوظهور[2] ٤٦/۸ درصد از گردشگران بین‌المللی را به خود جذب می‌کنند (۳). در این میان، طبق برنامه ریزی‌های صورت گرفته در ایران تلاش شده است سهم صنعت گردشگری در درآمدزایی کشور بیشتر مورد توجه قرار گیرد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری و سفر، سهم کلی صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۵، ٦/۵ درصد بوده است که پیش بینی می‌شود این سهم در سال ۲۰۲۵ به ۸ درصد افزایش یابد. همچنین، سهم مستقیم این صنعت در ایجاد اشتغال در سال ۲۰۱۵، ۵/۵ درصد بوده است که انتظار می‌رود این رقم به ۷/۵ درصد در سال ۲۰۲۵ برسد (٤). در سال ۲۰۱۹ و در اوج دوران صنعت گردشگری در سطح جهان و قبل از شیوع همه‌گیری کرونا یک میلیارد و ٤٦۰ میلیون نفر به سفرهای بین‌المللی رفتند و بالغ بر هزار و ٤۸۱ میلیارد دلار درامد حاصل از گردشگری بود که سهم ایران از این تعداد گردشگر برابر با نه میلیون و ۱۰۷ هزار نفر بود و این یعنی سهم ایران از تعداد گردشگران بین‌المللی تنها ۰/٦۲ درصد بود و این میزان برای کشوری که به لحاظ جاذبه های مختلف جزء ۱۰ کشور اول دنیا به شمار می‌آید رقم بسیار محدودی به شمار می‌آید (۳). امروزه ورزش نیز به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی مطرح می باشد که از تلفیق آن با صنعت گردشگری یکی از شگفت انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت " گردشگری ورزشی" به وجود آمده است، تا آنجا که سریع‌ترین رشد صنعت گردشگری مربوط به ورزش و فعالیت‌های بدنی است (۵). در این راستا گردشگری ورزشی زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت هاست و صلح و ثروت برای مردمان جامعه به ارمغان می آورد. گردشگری ورزشی یک پدیده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که از تعامل فعالیت‌ها، افراد و مکان‌ها پدید می‌آید (٦). همانطور که توسط هینک و ایتو (۲۰۱۸) برجسته شده است، گردشگری ورزشی "به طور گسترده تصور می شود و شامل ورزش‌های تفریحی و همچنین عملکرد بالا و مشارکت فعال و همچنین فعالیت‌های تماشاگری است" (۷). علاوه بر این، کاری که توسط گتز و پیج (۲۰۱٦) انجام شده است، رویدادهای ورزشی را به‌عنوان یکی ازچهار طبقه اصلی از انواع رویدادهای برنامه‌ریزی شده درزمینه گردشگری به رسمیت می‌شناسد (۸). در عین حال رویدادهای ورزشی نیز به‌عنوان یک راهبرد مهم به منظور جذب گردشگران جهت برعهده گرفتن نقش فزاینده در برنامه های استراتژیک مورد توجه می باشد (۱). گردشگری ورزشی شامل تمامی مسافرت‌های مرتبط با فعالیت‌های ورزشی که با دلایل

1. Advanced Economics
2. Emerging Economics

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

تجاری و غیر تجاری، به صورت اتفاقی یا سازمان یافته و از خانه یا محل کار صورت می گیرد، می شود. در این راستا گیبسون و همکاران (۲۰۰۶) گردشگری ورزشی را مسافرت و انتقال فرد به مکانی خاص جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی رقابتی یا تفریحی، تماشای فعالیت‌های ورزشی و یا جاذبه‌های ورزشی مانند پارک‌های آبی تعریف می کنند(۹). از نظر گیبسون (۱۹۹۸) گردشگری ورزشی سه رفتار کلی را در بر می‌گیرد: تماشا کردن[1] (گردشگری ورزشی رویداد [2])،۲ـ مشارکت[3] (گردشگری ورزشی فعال[4])، ۳ـ بازدید کردن یا گرامی‌داشتن جاذبه‌های مشهور ورزشی[5] (گردشگری ورزشی خاطرات[6]). کلمهٔ « عاشق ورزش[7] » یا کسی که امروز به‌عنوان گردشگر ورزشی فعال شناخته می‌شود فردی است که مایل است فعال باقی بماند و به هنگام تعطیلات خود در ورزش مورد علاقه‌اش شرکت کند. گردشگری ورزشی فعال شامل افرادی است که به منظور انجام فعالیت هایی مانند گلف، اسکی، تنیس و همچنین سایر ورزشها همانند ماهیگیری، کوهنوردی، دوچرخه سواری کوهستان و غواصی، پیاده روی در طبیعت، انجام بازی های مختلف و ورزش های ساحلی و... مسافرت می‌کنند (۱۰). همچنین در گردشگری ورزشی فعال یا هدف اولیه گردشگران ورزشی سفر به خاطر انجام ورزش است که در زبان انگلیسی به آن گردشگری ورزشی[8] اطلاق می شود و یا ورزش هدف ثانویه آنها از مسافرت است که واژه ورزش گردشگری[9] اطلاق می شود که در هر دو صورت جزء گردشگران ورزشی فعال قرار می گیرند (۱۱). در این پژوهش با توجه به هدف تحقیق مقصود از گردشگران ورزشی مشارکت کنندگان ورزشی یا همان گردشگران ورزشی فعال بود. این گردشگران ورزشی به صورت انفرادی و گروهی و یا از طریق تورهای گردشگری یا جهت انجام ورزش و فعالیت‌های مرتبط با ورزش‌های ساحلی و آبی به مناطق و جاذبه های مختلف طبیعی- ورزشی بوشهر مراجعه می کنند. ایجاد مقاصد توریستی جدید، استفاده بیشتر از امکانات جامعه، ایجاد روابط اجتماعی، ایجاد سرگرمی برای جوانان، ایجاد تصویر مطلوب از مقاصد گردشگری، توسعه زیرساخت ها، افزایش تعداد گردشگران، ایجاد فرصت های شغلی جدید بخشی از مزایای این نوع گردشگری است (۱۲). امروزه، تحقیقات علمی توجه فزاینده ای را به رابطه پایداری محیطی و ورزش به ویژه با تمرکز بر گردشگری ورزشی معطوف کرده است، ولی هنوز این پژوهش‌ها بیشتر بر تأثیرات زیست‌محیطی مقاصد نسبت به تأثیرات ناشی از رویدادهای ورزشی متمرکز بوده و تأثیرات ناشی از گردشگری ورزشی فعال کمتر مورد بررسی قرار گرفته است (۱۳). محیط‌زیست به تمام محیطی اطلاق می شود که انسان به طور مستقیم یا غیر مستقیم به آن وابسته بوده و فرایندی است که از زیستن حمایت می کند. محیط‌زیست سالم ضامن سلامت کلیه زیست‌مندان است و مقوله محیط‌زیست و حفاظت از آن مهم‌ترین دغدغه انسان معاصر است (۱۴). در سطح فردی، رفتار انسان با آگاهی، ادراک، نگرش، سطح نگرانی در مورد این موضوع زیست‌محیطی

1 Watching
2 Event Sport Tourism
3 Participating
4 Active Sport Tourism
5 Visiting or Venerating famous sport – related attractions
6 Nostalgia Sport Tourism
7 Sport Lover
8 Sport Tourism
9 Tourism Sport

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

علاوه بر انگیزه‌های مشارکت در راه‌حل‌ها مرتبط است، در حالی که در سطح اجتماعی، رفتار تحت تأثیر سیاست‌ها و قوانین قرار می‌گیرد (۱۵). از آنجاییکه مشکلات محیط زیستی روز به روز در حال افزایش است، امروزه اهمیت محیط‌زیست در صنعت گردشگری ورزشی بسیار افزایش یافته است، بدون توجه به حفظ محیط‌زیست توسعه صنعت گردشگری ورزشی دور از ذهن به نظر می‌رسد. در بیشتر موارد رفتار زیست‌محیطی بر اساس آگاهی زیست‌محیطی، رفتار دوستانه یا غیر دوستانه محیط زیستی تلقی می‌شود. رفتار طرفدارانه محیط زیستی رفتاری است که شیوه احترام به محیط‌زیست تلقی می‌شود. در همین راستا دسترس و خواجه نوری (۱۳۹۸) بیان می‌کنند که امروزه مباحث زیست‌محیطی شامل دامنه وسیعی از پدیده ها می‌شود که از بین آنها ٤ حوزه از مباحث زیست‌محیطی از یکدیگر متمایز شده اند: ۱. مباحث زیبایی محیط‌زیست: زباله، تحریف بناهای تاریخی طبیعی و سوء استفاده از حومه ها؛ ۲. مباحث منابع طبیعی: استفاده بیش از حد از منابع پایدار(آب، خاک) و ناپایدار(منابع معدنی مثل بنزین و زغال سنگ). ۳. مباحث مرتبط با سلامت: آلودگی هوا، مواد سمی در محیط یا سطح تشعشع که با فعالیت های انسانی افزایش یافته است و ٤. حفاظت از زندگی و منزلت آن مانند تخریب زیستگاه طبیعی و ایجاد موانع مهاجرت (١٦). در همین راستا نوواکی و همکاران[1] (۲۰۲۱) عنوان کردند که الف : بین نگرش نسبت به محیط‌زیست، نگرش نسبت به یک مقصد دوستدار محیط‌زیست، هنجارهای اجتماعی و فردی و کنترل رفتار و نیات در مورد سفر به مقاصد زیست‌محیطی و ب: خوب بودن رابطه وجود دارد. در پژوهش آن‌ها، مصرف کنندگان جوان تحصیل کرده هندی نگرش مثبتی نسبت به مقاصد دوستدار محیط‌زیست ابراز کردند. با این حال، تنها یک رابطه بسیار ضعیف بین این نگرش و تمایل به پرداخت بیشتر برای سفر به آنها وجود داشت (۱۷). افزایش توجه مصرف کنندگان به محصولات منطبق بر محیط‌زیست که تحت عنوان مصرف گرایی سبز[2] مطرح می شود، علاقه زیادی را به این موضوع در میان دانشمندان رشته‌های مختلف به خود جلب کرده است (۱۸). رفتار طرف‌دار محیط‌زیست، که به استفاده از اصطلاحات مختلفی مانند رفتار سبز، رفتار مصرف کننده پایدار با محیط‌زیست و مصرف سازگار با محیط‌زیست اشاره می کند، به موضوعی داغ در میان دانشگاهیان و متخصصان گردشگری تبدیل شده است (۱۹) . ادبیات علمی و پژوهشی در مورد رفتار طرف‌دار محیط‌زیست با مقاله هیگام و کار در سال ۲۰۰۲ آغاز شد(۲۰)، که نشان دادند بازدید از مقاصد اکوتوریسم بر ارزش‌های محیطی تأثیر می‌گذارد (۲۱). با در نظر گرفتن موارد فوق، به نظر می‌رسد درک عوامل تعیین کننده رفتار دوستدار محیط‌زیست برای توسعه گردشگری پایدار حیاتی است و به نوبه خود تأثیر مثبتی بر حفظ انرژی دارد. در همین راستا برنامه زیست‌محیطی سازمان ملل متحد(UNEP)[3] ورزش را علت وابستگی آن به محیط‌زیست به‌عنوان ابزاری کارآمد جهت انتقال پیام‌های زیست‌محیطی و تشویق به رفتار مسئولانه تشخیص داده است. رونق گردشگری ورزشی علاوه بر پیامدهای مثبت آن، دارای پیامدهای منفی، نیز می باشد که از آن جمله می توان به آثار منفی محیط زیستی آن اشاره کرد. برخی مطالعات صورت گرفته نشان

1. Marek Nowacki, et al
2. Green Consumerism
3. United Nations Environment Program

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

داده، گردشگری دارای تأثیرات منفی زیست‌محیطی شامل آلودگی هوا، آلودگی خاک، آلودگی آب، مشکل تراکم ترافیکی، ریخت و پاش زباله، آسیب به بناهای تاریخی، تخریب گیاهان، تخریب حیات وحش و مواردی از این قبیل است (۲۲). تجهیزات مورد نیاز برای تمرین ورزشی، دستگاه‌های گرمایش و خنک کننده‌های اماکن، ایجاد اماکن جدید، اقامتگاه‌های تفریحی و رستوران‌ها، باعث ایجاد طیف وسیعی از اثرات زیست‌محیطی و انتشار آلودگی می شوند. همچنین، مصرف انرژی و آلودگی وسیله نقلیه ای که مردم را به مقاصد گردشگری می‌رساند، می‌تواند سبب ایجاد اثرات منفی بر محیط‌زیست شود (۲۳). عبارت «رفتار زیست‌محیطی» از شرایط معاصر بر می آید که در آن مطالعات اجتماعی، رفتار زیست‌محیطی را مطالعه می کنند و بنابراین، رفتار زیست‌محیطی رفتاری است که تأثیر بسزایی بر محیط‌زیست دارد. بدین دلیل، از عبارت «رفتارهای مرتبط با محیط‌زیست» استفاده می‌شود (۲٤) . به‌عنوان یک عامل اثرگذار و مهم، امروزه ورزش نقش اجتناب ناپذیری را به‌عنوان مروج آینده‌ای پایدارتر ایفا می کند (۲۵). بالاترین نهادهای ورزشی و جهانی، مانند کمیته بین المللی المپیک (IOC) و سازمان ملل، ظرفیت آموزشی و تحول آفرین ورزش را به رسمیت می‌شناسند (۲٦) (۲۷) همزمان، اگرچه تحقیقات علمی در مورد رابطه بین ورزش و پایداری محیطی در حال افزایش است، اما تمرکز آن هنوز توسعه نیافته است و به مدیریت، به ویژه در مورد عوامل ارائه ورزش و رویدادهای ورزشی معطوف شده است (۲۸).

رفتار محیط زیستی فرد ممکن است غیرعمدی و بدون فکر باشد. در این مواقع فرد تأثیر رفتارش را درک نمی‌کند؛ اما در شرایطی که فردی متوجه تأثیر رفتارش بر محیط‌زیست باشد، درباره رفتار زیست‌محیطی قصدی (عمدی) یا به طور مستقیم درباره رفتار زیست‌محیطی صحبت می‌شود؛ مانند بردن مواد زائد به حومه شهر یا غذادادن به پرنده‌ها در زمستان. کوریا لوریرو و همکاران، (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان گذشته، حال و آینده رفتار حامی محیط‌زیست در گردشگری و میزبانی: رویکرد متن کاوی به این نتیجه رسیدند که در مبانی و ادبیات رفتار طرف‌دار محیط‌زیست از رویکردهای کمی بیشتر از رویکردهای کیفی استفاده می‌شود و محققان تمایل دارند از نظریه‌های شناخته شده ناشی از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و زیست‌شناسی استفاده کنند (۲۹). گردشگران ورزشی نیز از آن جمله گروه‌هایی هستند به دلیل شدت تأثیراتی که رفتارهای محیط زیستی آن‌ها بر محیط مقاصد به جا می‌گذارد در معرض مطالعه زیست‌محیطی قرار دارند (۳۰). یافته‌های کورتیاشنز و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد افرادی که بیشتر در فعالیت‌های ورزشی تفریحی شرکت می‌کنند نسبت به کسانی که در فعالیت‌های تفریحی‌ورزشی مشارکت نمی‌کنند بیشتر تمایل به ارائه رفتارهای دوستدار محیط‌زیست دارند. این موضوع نشان می‌دهد که می‌توان از ظرفیت شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های تفریحی‌ورزشی به‌منظور حفظ محیط‌زیست بهره برد (۳۱). ماسکارنهاس و همکاران (۲۰۲۱)، نقش ورزش و رویدادهای ورزشی در زمینه مسائل زیست‌محیطی را بررسی کردند و دریافتند که آموزش مؤثرترین عامل برای رفتار سبزتر ورزشکاران، عمدتاً در فعالیت‌های مبتنی بر طبیعت بود. همچنین فشارها و انتظارات خارج از سازمان به میزان زیادی با اتخاذ مدیریت و اعمال رویه‌های زیست‌محیطی توسط رویدادهای ورزشی مرتبط بود (۳۲). در تحقیق مارتینز و همکاران، (۲۰۲۱) در زمینه بررسی رابطه بین بازیگران کلیدی تقاضای ورزش و پایداری محیطی،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

نتایج نشان داد در میان علل تشویق‌کننده اقدام محیطی، عوامل روانی مورد تأکید قرار گرفت. همچنین ترویج آموزش زیست‌محیطی برای مصرف‌کنندگان ورزش، همراه با بهبود ارتباطات زیست‌محیطی توسعه‌یافته توسط سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات ورزشی، بزرگ‌ترین توصیه‌های مدیریتی برای ایجاد تغییر رفتار اکولوژیکی بود (۳۳).

تورمن و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان عوامل تعیین‌کننده رفتار طرف‌دار محیط‌زیست در بین اعضای باشگاه ورزشی داوطلبانه پرداختند نتایج نشان داد که اعضایی که آگاهی از محیط‌زیست و مسائل مربوط به آن دارند، رفتار دوستانه‌تری با محیط‌زیست دارند و از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده حمایت می‌کنند (۳٤). جاوید و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان گردشگری ورزشی و اثرات زیست‌محیطی آن بر جوامع میزبان پرداختند و نتایج نشان داد که عامل افزایش حجم ترافیک، سروصدا و آلودگی و ایجاد مناطق تفریحی بیشتر به‌عنوان مهم‌ترین اثرات زیست‌محیطی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان است (۳۵). تیچووا و همکاران (۲۰۱۵) در مورد تأثیرات درک شده برنامه‌ها و رویدادهای گردشگری ورزشی دریافتند که هر چند ساکنان محلی با اثرات مثبت گردشگری موافق هستند، اما دررابطه‌با اثرات زیست‌محیطی، جرم و فحشا و تقسیم عادلانه مزایای رویدادها همچنان نگرانی‌هایی در میان آنان وجود دارد (۳٦). جاوید و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی اثرات گردشگری ورزشی بر روی پایداری زیست‌محیطی پرداختند، نتایج نشان داد که در عامل اثرات منفی، «آسیب به مناطق بکر از طریق پخش زباله» و در عامل اثرات مثبت زیست‌محیطی «افزایش طرف‌داران محیط‌زیست»، مهم‌ترین مؤلفه در هریک از عامل‌ها هستند (۳۷). دوپریز و هیث (۲۰۱٦) محیط اجتماعی رویدادهای گردشگری ورزشی، جاه‌طلبی و هنجارهای ذهنی را به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار زیست‌محیطی برای تماشاگران دوچرخه‌سواری در آفریقای جنوبی بیان کردند (۳۸). همچنین کونتوجیانی و کوتوریس (۲۰۱٤) در پژوهش خود دریافتند که متغیرهای انطباق زیست‌محیطی، خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست و رفتار زیست‌محیطی به طور معنی‌داری تبلیغات دهان‌به‌دهان برای مراکز دوستدار محیط‌زیست را پیش‌بینی می‌کند (۳۹).

بنابراین، درک عوامل کلیدی در زمینه رفتارهای دوستدار محیط‌زیست و بررسی روابط علی بین این متغیرها از موضوعات بسیار مهم در حوزه پژوهش‌های مربوط به توسعه گردشگری ورزشی به شمار می‌رود. این مطالعه به بررسی رفتار دوستدار محیط‌زیست در مراکز اوقات فراغت گردشگران ورزشی ساحلی بوشهر می‌پردازد. تأثیر انطباق مراکز ارائه‌دهنده خدمات گردشگری ورزشی با اصول حفاظت از محیط‌زیست و خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست بر تمایل گردشگران ورزشی به حفظ محیط‌زیست و همچنین تأثیر آن‌ها بر تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی بوشهر در مورد این مراکز از جمله هدف‌های این پژوهش است. در واقع هدف از انجام این مطالعه بررسی چارچوبی جامع‌تر درباره ایجاد رفتارهایی سازگارتر با محیط‌زیست حین گردشگری و کاهش آسیب‌رساندن به محیط‌زیست است. از طرفی، با شناسایی اثرات منفی هر پدیده‌ای می‌توان از این اثرات کاسته یا به طور کامل از بین برد. در همین راستا محققان در این پژوهش به دنبال بررسی این موضوع در حیطه

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

گردشگری ورزشی بوده و به دنبال پاسخ به این پرسش هستند که آیا انطباق زیست‌محیطی و خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست بر تمایل به حفظ محیط‌زیست در گردشگران ورزشی اثرگذار هستند؟ آیا متغیرهای انطباق زیست‌محیطی، خط‌مشی زیست‌محیطی و تمایل به حفظ محیط‌زیست گردشگران ورزشی بر تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی اثرگذار هستند؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف تحقیق، کاربردی و از نظر روش تحقیق، علت و معلولی است که به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام‌گرفته است. از نظر روش گردآوری اطلاعات نیز این پژوهش به شکل میدانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل گردشگران ورزشی مراجعه‌کننده به مناطق گردشگری ساحلی بوشهر در بازه زمانی اسفندماه ۱۴۰۰ تا اردیبهشت ۱۴۰۱ بود که به منظور انجام ورزش‌های ساحلی و آبی به این مناطق مراجعه کرده بودند. لازم به ذکر است به دلیل برداشته شدن تدریجی محدودیت‌های کرونایی، تعداد گردشگران ورزشی مراجعه کننده محدود بود و بنابراین در نهایت ۱۰۲ گردشگر ورزشی فعال به روش در دسترس انتخاب شدند و پرسشنامه پژوهش را تکمیل کردند. ابزار پژوهش پرسشنامه کونتوجیانی و کوتوریس (۲۰۱٤) بود. پرسشنامه انطباق زیست‌محیطی شامل ۱۰ سوال با طیف ۵ مقیاسی لیکرت (۱=اصلا تا ۵= خیلی زیاد)، خط‌مشی دوست دار محیط‌زیست شامل ٦ سوال ۷ مقیاسی لیکرت (۱= خیلی زیاد مخالفم تا ۷= خیلی زیاد موافقم بود که سوالات ٤، ۵ و ٦ این پرسشنامه به طور معکوس ارزش گذاری شدند)، پرسشنامه تمایل به رفتار دوستدار محیط‌زیست با ٦ سوال ۷ مقیاسی (۱= خیلی زیاد مخالفم تا ۷= خیلی زیاد موافقم) و پرسشنامه تبلیغ دهان‌به‌دهان با سه سوال ۷ مقیاسی لیکرت (۱= خیلی زیاد مخالفم تا ۷= خیلی زیاد موافقم) بود (جدول ۱). پرسشنامه این مطالعه که به زبان انگلیسی بود بعد از ترجمه به زبان فارسی مجدداً از زبان فارسی به انگلیسی ترجمه شد و ترجمه مجدد به زبان فارسی انجام گرفت. محتوای فارسی ترجمه شده توسط کارشناسان زبان انگلیسی و در ادامه کارشناسان مدیریت ورزش مورد تایید قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی با استفاده از نمودارها، میانگین و انحراف معیار، جدول فراوانی و شاخص های توصیفی سعی در توصیف پاسخ های آزمودنی ها شده است. در قسمت آمار استنباطی به منظور بررسی تأثیر متغیرها و بررسی فرضیات تحقیق و تعمیم نتایج نمونه به جامعه آماری و مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. برای انجام محاسبات بسته نرم افزاری SPSS22 و Smart PLS3 به‌کار گرفته شد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

جدول ۱. سؤالات پرسش‌نامه پژوهش و علامت اختصاری آنها در مدل آماری

سؤالات پرسش‌نامه‌های موردمطالعه		علامت اختصاری در مدل
انطباق زیست‌محیطی (چقدر به مراکز فراغتی تفریحی علاقه‌مند هستید که موارد زیر را رعایت می‌کنند)	۱ ـ به کارگیری قوانین مربوط به حفظ محیط‌زیست	E1
	۲ ـ تلاش برای یافتن منابع انرژی جدید جایگزین (خورشید و باد)	E2
	۳ ـ مدیریت مناسب زباله و پسماند	E3
	٤ ـ جلوگیری از آلودگی سفره‌های آبی (به‌وسیله زباله‌ها و مواد شیمیایی)	E4
	٥ ـ یافتن راه‌هایی به منظور محدود کردن هدر رفت برق و منابع طبیعی مانند آب	E5
	٦ ـ حفظ معماری سنتی منطقه گردشگری ورزشی	E6
	۷ ـ به کار گیری (اجرای) مدیریت پایدار مرکز گردشگری ورزشی	E7
	۸ ـ تلاش برای آموزش رفتار (شیوه) دوست در طبیعت به کارکنان	E8
	۹ ـ آگاه کردن مشتریان نسبت به جدی بودن استفاده از خط‌مشی‌های دوست دار طبیعت	E9
	۱۰ – معرفی روش‌های ورزشی جدید که بیشتر دوستدار طبیعت هستند	E10
خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست (دیدگاه شما در ارتباط با خط‌مشی دوستدار طبیعت چیست؟)	۱- ترویج خط‌مشی دوست دار طبیعت مهم است.	Km1
	۲- من اصرار دارم که فعالیت‌های بیشتری باید برای محافظت از محیط‌زیست انجام شود.	Km2
	۳- ارتقا و افزایش توجه زیست‌محیطی شهروندان مهم است.	Km3
	٤- فعالیت های حفاظت از محیط‌زیست هدر دادن وقت است.	Km4
	٥- من اعتقاد دارم حفاظت از محیط‌زیست اهمیت ندارد.	Km5
	٦- ترویج خط‌مشی دوست دار طبیعت مهم است.	Km6
تمایل به رفتار دوستدار محیط‌زیست (برای حفظ محیط‌زیست تمایل دارم که...)	۱ ـ راحتی خود را محدود کنم	T1
	۲ ـ عادت های روزمره خود را تغییر دهم.	T2
	۳ ـ در برخی موارد سخت تر کار و تلاش کنم.	T3
	٤ ـ هزینه بیشتری پرداخت کنم.	T4
	٥ ـ در برخی موارد داوطلبانه کار کنم.	T5
	٦ ـ با مشکلات درگیر و رویارو می شوم.	T6
تبلیغ دهان‌به‌دهان (تبلیغ شفاهی برای مراکز گردشگری ورزشی دوستدار محیط‌زیست)	۱ ـ من چیزهای مثبتی به دیگران در مورد مراکز گردشگری ورزشی که خدمات دوستدار طبیعت را فراهم می کنند خواهم گفت.	Tabligh1
	۲- من مراکز گردشگری ورزشی که خدمات دوستدار محیط‌زیست ارائه می دهند را به دیگران معرفی می کنم.	Tabligh2
	۳- من خانواده و دوستانم را تشویق می‌کنم تا از مراکز گردشگری ورزشی دوست دار محیط‌زیست بازدید کنند.	Tabligh3

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در بخش آمار توصیفی در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ دهندگان

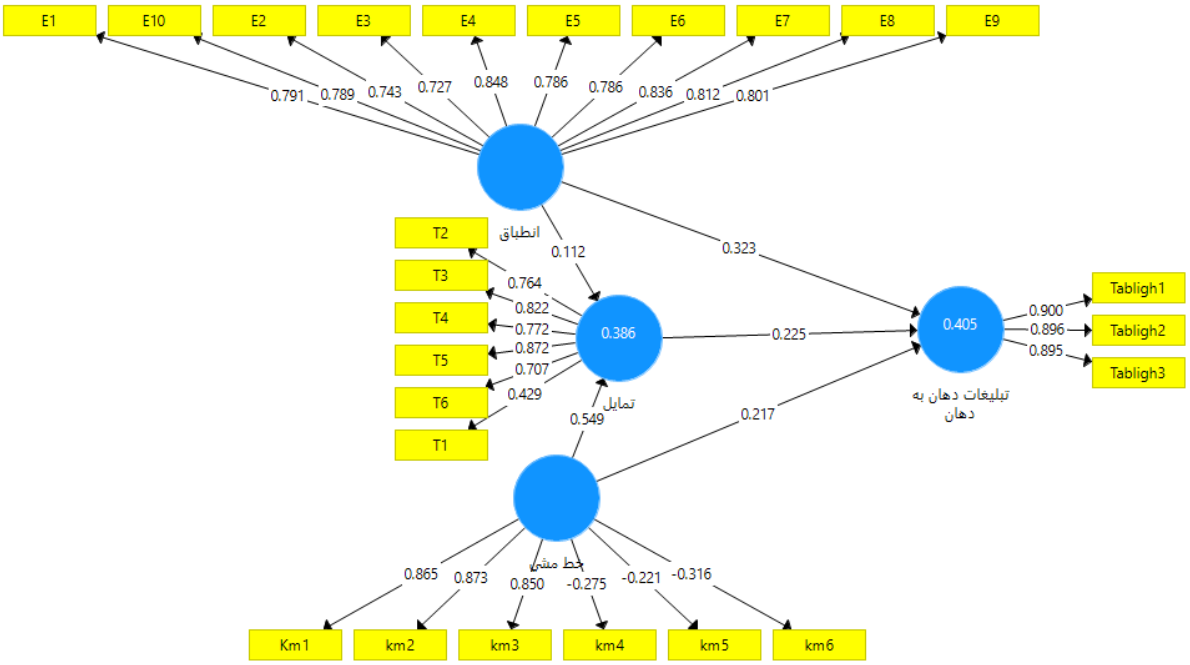
ویژگی	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۴۶	۴۵
	مرد	۵۶	۵۵
وضعیت تأهل	مجرد	۳۴	۳۳/۳
	متأهل	۶۴	۶۲/۷
	سایر	۳	۳/۹
سن (سال)	۲۰-۱۷	۲	۲
	۲۵-۲۱	۴	۳/۹
	۳۵-۲۶	۳۷	۳۶/۳
	۴۵-۳۶	۵۳	۵۲
	بالاتر از ۴۶	۶	۵/۹
میزان تحصیلات	دیپلم	۱۲	۱۱/۸
	فوق‌دیپلم	۵	۵
	لیسانس	۳۲	۳۱/۴
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۵۳	۵۲
مهم‌ترین هدف مسافرت	گردش، تفریح و ورزش	۸۳	۸۱/۴
	خرید	۵	۴/۹
	دیدوبازدید از اقوام	۱۴	۱۳/۷
مدت اقامت	کمتر از یک شبانه‌روز	۷۷	۷۵/۵
	یک شبانه‌روز	۱۴	۱۳/۷
	دو شبانه‌روز	۵	۴/۹
	سه شبانه‌روز و بالاتر	۶	۵/۹

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲ بیشتر گردشگران ورزشی مورد بررسی افراد متاهل، دارای میانگین سنی ۳۶ تا ٤٥ سال و ۸۵ درصد از آنان دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند. نتایج نشان داد که مهم‌ترین هدف از سفر برای ۸۰ درصد از گردشگران ورزشی مورد مطالعه در این تحقیق گردش، تفریح و ورزش بود (گردشگری ورزشی) و ۱۹ درصد از آنان ورزش و فعالیت های تفریحی جزء هدفهای ثانویه و بعدی آنها از سفر بود (ورزش گردشگری). همچنین بیشترین مدت زمان اقامت آنها کمتر از یک شبانه روز بود. لازم به ذکر است که در زمینه آمار مربوط به گردشگری از لحاظ زمانی گردشگران به دو بخش تقسیم بندی می‌شوند: کسانی که حداقل یک شبانه روز در یک مکان اقامت می‌کنند به‌عنوان گردشگر و کسانی که کمتر از یک شبانه روز اقامت می کنند سیاحت‌گر شناخته می‌شوند که در منابع معتبر هر دو گروه جزء گردشگران به شمار می‌آیند (۱۱).

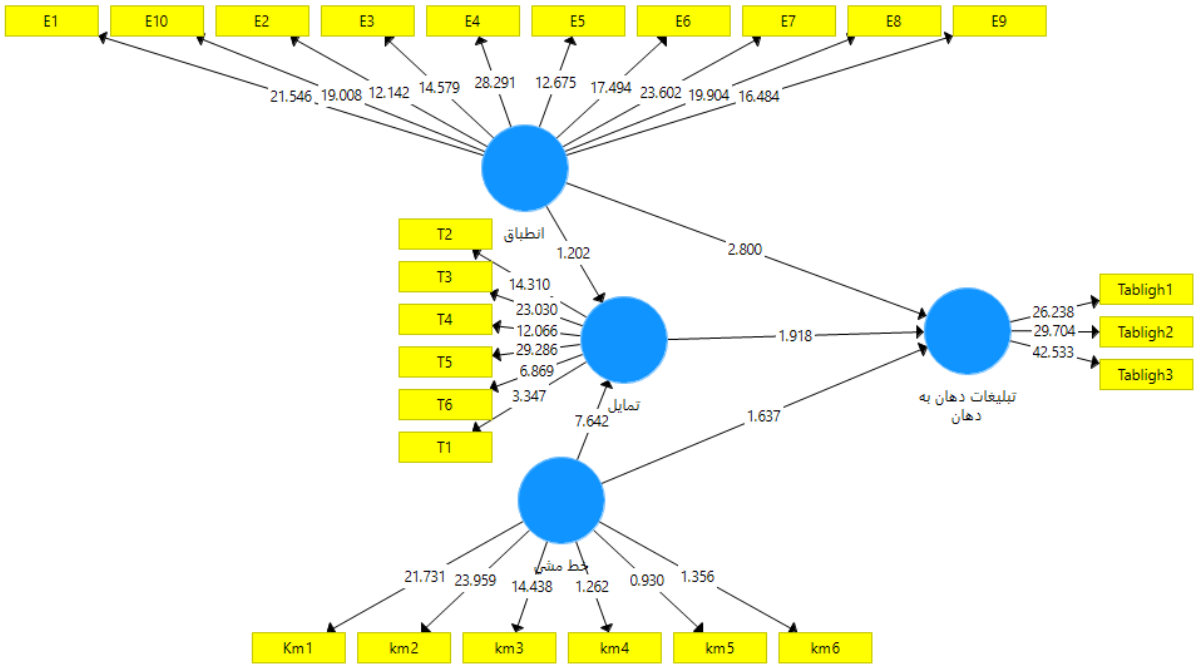
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

در بخش آمار استنباطی به‌منظور بررسی روابط علی و معلولی بین متغیرهای پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در شکل‌های ۱ و ۲ رابطه علی بین متغیرهای پژوهش در حالت استاندارد و معنی داری آورده شده است.



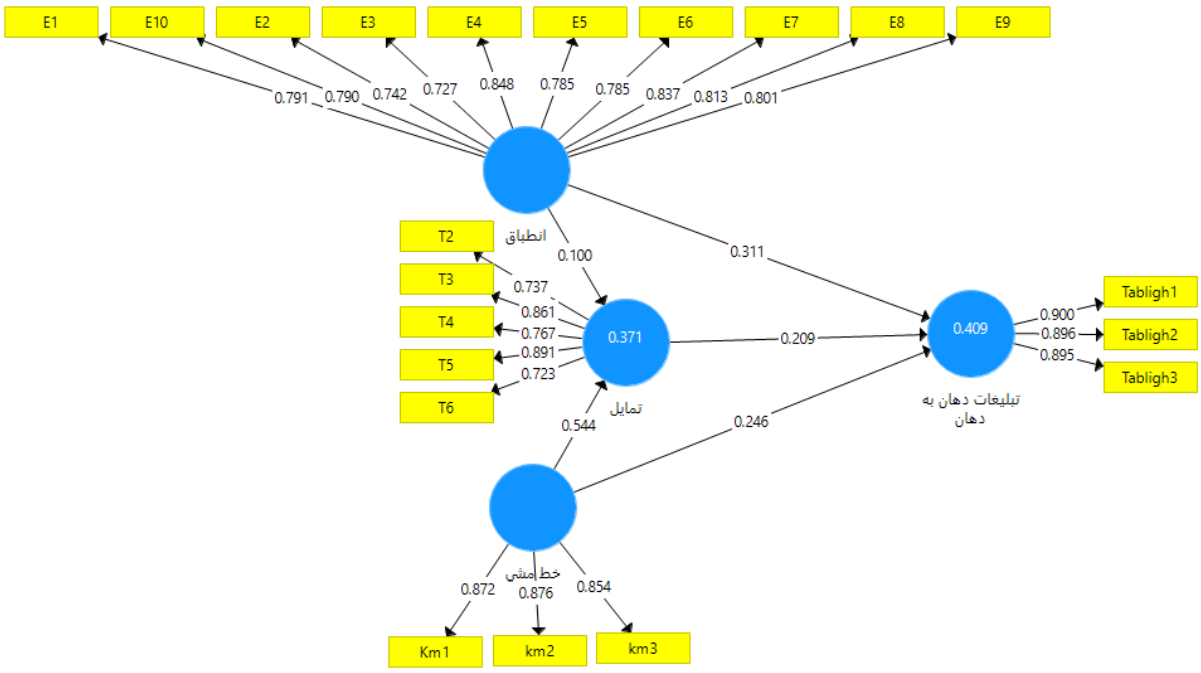
شکل ۱. رابطه‌ی علی متغیرها در حالت استاندارد



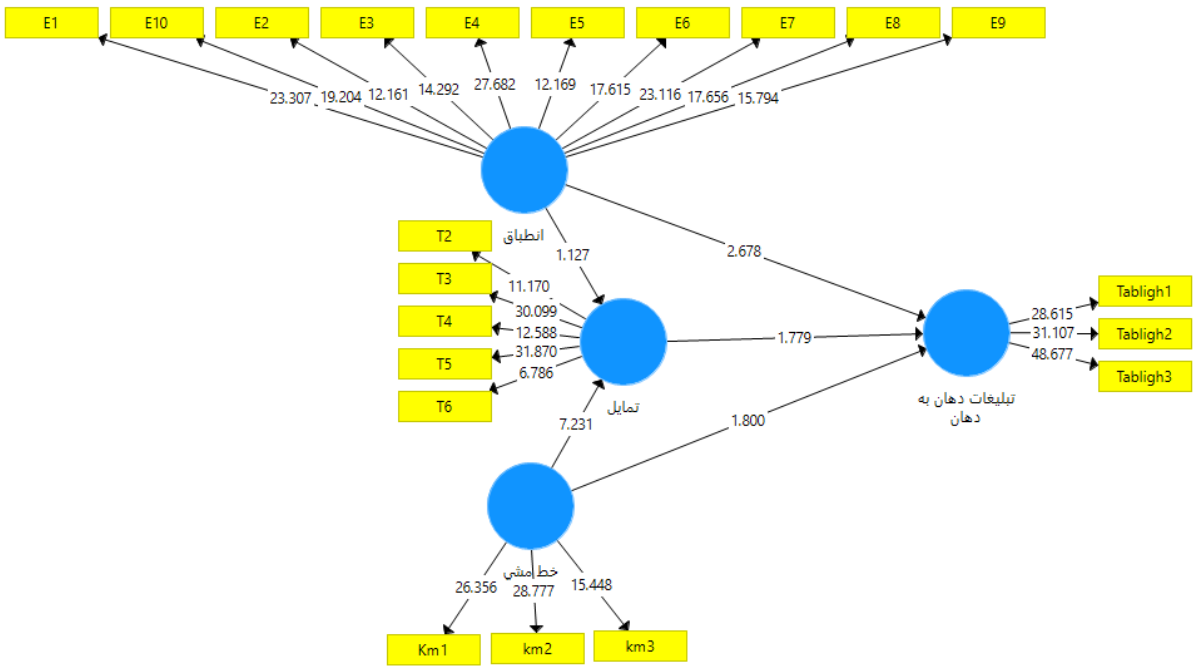
شکل ۲. رابطه‌ی علی متغیرها درحالت معنی‌داری

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

باتوجه‌به پایین‌بودن بار عاملی گویه‌های km4، km5 و km6 از متغیر خط‌مشی و سؤال T1 در متغیر تمایل به ترتیب از مدل حذف شدند و در نهایت مدل زیر بعد از حذف چهار گویه ذکر شده مورد بررسی قرار گرفت



شکل ۳. رابطه‌ی علی متغیرها در حالت استاندارد



شکل ٤. رابطه‌ی علی متغیرها درحالت معنی‌داری

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از شاخص روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردید. همچنین برای سنجش پایایی درونی از دو معیار آلفای کرونباخ، پایایی مرکب استفاده شد.

جدول ۲. واریانس مستخرج از سازه‌ها و پایایی آن‌ها

شاخص‌ها / متغیرها	واریانس مستخرج از سازه‌ها	پایایی ترکیبی	ملاک	نتیجه	ضریب آلفای کرونباخ	ملاک	نتیجه
انطباق	۰/۶۲۸	۰/۹۴۴	۰/۷۰	قابل‌قبول	۰/۹۳۴	۰/۷۰	قابل‌قبول
خط‌مشی	۰/۷۵۳	۰/۹۰۱			۰/۸۳۶		
تمایل	۰/۶۳۷	۰/۸۹۷			۰/۸۵۶		
تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۸۰۵	۰/۹۲۵			۰/۸۷۹		

فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، ملاک واریانس مستخرج از سازه‌ها (AVE) را ۰/۵۰ و مگنر و همکاران (۱۹۹۶) ملاک را بالای ۰/٤۰ در نظر می‌گیرند. با هر دو ملاک مشخص می‌شود که واریانس مستخرج از سازه‌ها قابل‌قبول است. همچنین پایایی ترکیبی (ضریب دیلون – گلداشتاین) و ضریب آلفای کرونباخ باتوجه‌به ملاک ۰/۷۰ قابل‌قبول هستند. در نتیجه روایی همگرا و پایایی مدل قابل‌قبول است.

جدول ۳. واریانس مستخرج از سازه‌ها و همبستگی بین آنها

متغیرها / متغیرها	انطباق	تبلیغات دهان‌به‌دهان	تمایل	خط‌مشی
انطباق	۰/۷۹۳			
تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۵۴۶	۰/۸۹۷		
تمایل	۰/۴۲۴	۰/۴۸۹	۰/۷۹۸	
خط‌مشی	۰/۵۹۶	۰/۵۵۷	۰/۶۰۳	۰/۸۶۷

اعداد در قطر جدول (۳)، جذر واریانس هر سازه (قید شده در جدول ۲)، می‌باشد. اگر جذر واریانس مستخرج از هر سازه از مقدار رابطه هر سازه با سازه دیگر بیشتر باشد، روایی واگرای مدل مورد تایید است.

جدول ٤. نسبت HTMT

متغیرها / متغیرها	انطباق	تبلیغات دهان‌به‌دهان	تمایل
انطباق			
تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۵۸۹		
تمایل	۰/۴۶۸	۰/۵۶۱	
خط‌مشی	۰/۶۷۰	۰/۶۳۷	۰/۷۰۴

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

یکی از شاخص‌های دیگری که در روایی واگرا یا افتراقی مدل قابل‌بررسی است، نسبت HTMT[1] است (جدول ٤). این نسبت در منابع مختلف زیر ۱ (بعضی منابع زیر ۰/۹۰ و حتی ۰/۸۵) گفته شده است. از آنجایی که در مدل حاضر از ملاک مورد نظر کمتر می باشد بنابراین روایی واگری مدل مورد تایید است.

جدول ۵. اثرات متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ß	T-Value
انطباق	تمایل	۰/۱۰۰	۱/۱۲۷
انطباق	تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۳۱۱	۲/۶۷۸
خط‌مشی	تمایل	۰/۵۴۴	۷/۲۳۱
خط‌مشی	تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۲۴۶	۱/۸۰۰
تمایل	تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۲۰۹	۱/۷۷۹

ملاک معنی‌داری ۱/۹٦± می‌باشد.

بر اساس داده‌های جدول ۵، اثر انطباق بر تمایل (T-Value= ۱/۱۲۷ و ۰/۱۰۰ = ß) معنی‌دار نیست. مطابق با همین جدول اثر انطباق بر تبلیغات دهان‌به‌دهان (T-Value= ۲/٦۷۸ و ۰/۳۱۱= ß) مثبت و معنی‌دار بدست آمد. با توجه به همین جدول میتوان گفت که اثر خط‌مشی بر تمایل (T-Value= ۷/۲۳۱ و ۰/٥٤٤ ß) مثبت و معنی‌دار می باشد. همچنین اثر خط‌مشی بر تبلیغات دهان‌به‌دهان (T-Value= ۱/۱۸۰۰ و ۰/۲٤٦= ß) که معنی دار نبود و در نهایت بر اساس داده‌های جدول (۵)، اثر تمایل بر تبلیغات دهان‌به‌دهان (T-Value= ۱/۷۷۹ و ۰/۲۰۹= ß) معنی دار بدست نیامد.

نقش میانجی‌گری متغیر تمایل در رابطه علی بین متغیرهای انطباق و خط‌مشی با تبلیغات دهان‌به‌دهان نیز در جدول ٦، مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ٦. اثرات غیرمستقیم متغیرها

متغیر اثرگذار	متغیر میانجی	متغیر وابسته	میزان اثر غیرمستقیم	T-Value	P-Value
انطباق	تمایل	تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۰۲۱	۰/۸۰۱	۰/۴۲۴
خط‌مشی	تمایل	تبلیغات دهان‌به‌دهان	۰/۱۱۴	۱/۶۴۸	۰/۱۰۰

متغیر میانجی تمایل نقش میانجی‌گری معنی‌داری در رابطه علّی انطباق با تبلیغات دهان‌به‌دهان (T- Value= ۰/۸۰۱ و ۰/۰۲۱= ß) ندارد. از سوی دیگر متغیر میانجی تمایل نقش میانجی‌گری معنی داری در رابطه علّی خط‌مشی با تبلیغات دهان‌به‌دهان (T-Value= ۱/٦٤۸ و ۰/۱۱٤= ß) ندارد لذا اثرات میانجی مورد تایید قرار نگرفت.

1. Hetrotrait –Monotrait Ratio

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

بحث و نتیجه‌گیری

تاکنون پژوهش‌های کمی به‌منظور بررسی و مطالعه ادراک شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های گردشگری ورزشی فعال در مورد رفتارهای دوستدار محیط‌زیست در فعالیت‌های فراغتی و تفریحی انجام شده است. باتوجه‌به اهمیت موضوع پژوهش حاضر با هدف بررسی روابط علی بین انطباق مراکز ارائه خدمات تفریحی‌ورزشی با اهداف دوستدار محیط‌زیست و همچنین خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست گردشگران ورزشی با تمایل آنها به انجام و حفظ رفتارهای دوستدار محیط‌زیست و تبلیغ دهان‌به‌دهان صورت گرفت. نتایج نشان داد که بین انطباق خدمات مراکز تفریحی‌ورزشی ارائه‌کننده خدمات گردشگری ورزشی ساحلی با محیط‌زیست و تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی فعال ارتباط معنی‌دار وجود دارد و میزان انطباق مراکز گردشگری ورزشی فعال بر تبلیغ دهان‌به‌دهان در مورد آن مرکز تأثیر معنی‌داری دارد. امروزه طراحی و ساخت و همچنین تطبیق مراکز تفریحی و گردشگری و گردشگری ورزشی بر مبنای مؤلفه‌های حفظ و نگهداری از محیط‌زیست بسیار مورد تأکید است. در همین راستا برگمن و ادل (۲۰۰۲) بیان کردند که برنامه‌ریزی دقیق و مؤثر جهت تطبیق مراکز تفریحی و خدماتی با محیط‌زیست عامل مهمی در موفقیت مراکز دولتی و عمومی یا خصوصی ارائه‌کننده خدمات تفریحی است (٤٠). مطابق با نظر سلطانیان و همکاران در راستای تحقق اهداف زیست‌محیطی، سازمان‌ها و مراکز ارائه‌کننده خدمات ورزشی می‌توانند به روش‌های توانمندسازی کارکنان توجه کنند و در جهت فرهنگ‌سازی جهت انطباق زیست‌محیطی تلاش‌های لازم را انجام دهند (٤١). به‌خاطر تأثیری که فعالیت-های تفریحی و ورزشی بر محیط‌زیست دارد، مراکز ارائه‌دهنده خدمات تفریحی و ورزشی باید با اصول و قواعد حفظ زیست خود را تطبیق دهند. یکی از پیامدهای انطباق بیشتر فعالیت‌ها و خدمات مراکز تفریحی و گردشگری با معیارها و اصول حفظ محیط‌زیست آن است که گردشگران ورزشی مراجعه‌کننده به این مراکز در نقش تبلیغ‌کنندگان آن مراکز عمل خواهند کرد و به‌این‌ترتیب میزان آشنایی سایر گردشگران با آن مناطق افزایش خواهد یافت. اختیاری و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند مشارکت اجتماعی مردم در حوزهٔ محیط‌زیست هنگامی عینیت پیدا می‌کند که مردم بدانند چه مخاطراتی محیط‌زیست آنها را تهدید می‌کند، علت آن چیست و چگونه می‌توان با بهبود عملکرد یا تغییر رفتار به رفع آنها کمک کرد (٤٢). برخی از پژوهشگران اعتقاد دارند که تبلیغات دهان‌به‌دهان گاهی اوقات نسبت به تبلیغات رسمی اطلاعات معتبر و قابل‌اعتمادی به مخاطبان ارائه می‌کند و ازاین‌رو مدیران بخش ورزش و گردشگری باید نسبت به اهمیت این امر در ارتقای جایگاه مقصد گردشگری ورزشی آگاه باشند (٤٣). مشتریان معمولاً به منابع اطلاعاتی خودشان مانند عقاید دوستان بیشتر از سایر منابع مانند تبلیغات و... توجه می‌کنند و از این طریق سعی می‌کنند میزان نااطمینانی و ریسک در دریافت خدمات باکیفیت را کاهش دهند (٤٤). محققان دیگری نظیر پالادینو و باگیره (۲۰۰۸) وآوردنگ وواگنفوه، (۲۰۱۱) نیز بر اهمیت نقش تبلیغات دهان‌به‌دهان در پرداخت هزینه بیشتر مشتریان برای محصولات و خدمات

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

دوستدار محیط‌زیست اشاره کرده‌اند (۴۵) (۴۶). فعالیت‌هایی نظیر تلاش برای یافتن انرژی‌های جدید و تجدید-پذیر، حفظ منابع آبی و هدررفتن منابع طبیعی، مدیریت مناسب آشغال و زباله، آموزش کارکنان در زمینه حفظ محیط‌زیست، آگاه‌کردن مشتریان و گردشگران ورزشی در مورد حفظ محیط‌زیست از جمله مهم‌ترین فعالیت‌های منطبق بر حفظ محیط‌زیست هستند که نقش مهمی در تبلیغ دهان‌به‌دهان در مورد مرکز تفریحی، گردشگری و گردشگری ورزشی توسط گردشگران ورزشی دارند. از دیگر نتایج بسیار مهم و قابل‌تأمل این پژوهش آن بود که خط‌مشی دوستدار حفظ محیط‌زیست در بین گردشگران ورزشی تأثیر معنی‌داری در تمایل آنها به حفظ، مراقبت و نگهداری از محیط‌زیست دارد. در همین زمینه کولموس و آگیمن (۲۰۰۲) عنوان کردند که بسیاری از عادت‌های رفتاری گذشته به‌عنوان مانعی در جهت حفظ محیط‌زیست عمل می‌کنند و افراد نیاز است تا الگوهای غلط گذشته را تغییر دهند و خط‌مشی‌های فکری جدیدی در زمینه محیط‌زیست داشته باشند. بخشی از ناتوانی مردم در تغییر عادت‌های مربوط به محیط‌زیست به خط‌مشی زیست‌محیطی آنها ارتباط دارد. خط‌مشی‌های دوستدار محیط‌زیست به فرایندهای حفظ محیط‌زیست توجه دارند و اینکه چگونه عزم و اراده منطقی به‌منظور کاهش تخریب‌های زیست‌محیطی وجود دارد (۴۷). نتایج این پژوهش مانند یافته‌های پاناگویتیدو و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد که خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست یکی از فاکتورهای مهم افراد جهت انتخاب مراکز گردشگری و تفریحی است (۴۸). کودینگتون (۱۹۹۰) در پژوهش خود نشان داد که داشتن خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست موجب می‌شود که مردم در عادت‌های خرید خود نیز بر اساس حفاظت از محیط‌زیست عمل کنند و حتی تمایل داشته باشند تا در این زمینه هزینه بیشتری را بپردازند (۴۹). نتایج پژوهش پاناگویتیدو و همکاران (۲۰۱۳) در مورد باورهای دانشجویان نسبت به مسائل زیست‌محیطی نشان داد که در مورد اعتقاد به اجرای سیاست دوستدار محیط‌زیست، تمایل جدی دانشجویان به انتخاب مراکز ورزشی ارائه‌دهنده خدمات دوستدار محیط‌زیست وجود دارد (۴۸). برایان لین و همکاران (۲۰۲۲)، بیان داشتند که علاقه فزاینده‌ای به رفتار دوستدار محیط‌زیست در زمینه میزبانی و گردشگری وجود دارد (۵۰). نتایج مشابه به این موضوع در پژوهش‌های پترسون (۲۰۰۸) و تئودوری (۱۹۹۸) به دست آمد که بر ارتباط مثبت بین مشارکت در فعالیت‌های تفریحی و رفتار و تمایل به حفظ محیط‌زیست تأکید کردند. بر اساس نتایج میزان انطباق تأثیر معنی‌داری بر تمایل به حفظ محیط‌زیست نداشت و این امر نشان‌دهنده این موضوع است که گردشگران ورزشی که دارای خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست هستند در هر شرایطی تمایل خود به حفظ محیط‌زیست را نشان می‌دهند و دائماً تمایل دارند که رفتارهای دوستدار حفظ محیط‌زیست را از خود بروز دهند (۵۱) (۵۲). تمایل به رفتار دوستانه با محیط‌زیست دربردارندهٔ اقدامات و رفتارهایی است که با پایداری محیطی در ارتباط است و از تخریب و آلودگی محیط‌زیست جلوگیری می‌کند و این امر به نوبه خود می‌تواند عملکرد زیست سازمان را بهبود محیطی ببخشد. درواقع، رفتارهای افراد در محیط خانه و شهر که باتوجه‌به ملاحظات زیست‌محیطی و با نیت زیست‌محیطی انجام می‌شود، در همین چهارچوب رفتارهای دوستانه با زیست‌محیطی و مجموعه

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

رفتارهای خوشایند (سازگار) در ارتباط با محیط‌زیست می‌تواند به نهادی که فرد در آن مشغول به کار است تعمیم داده شده و منجر به عملکرد زیست شود. درواقع، این امر محیط می‌تواند از فرهنگ رفتار مناسب با محیط‌زیست ناشی شود، فرهنگی که تلاش دارد تا محیط زندگی را محل کار و خارج از آن را به‌عنوان یک محیط‌زیست در نظر گرفته و تعهد لازم را بر محافظت از آن ارائه دهد (۵۳). همچنین تمایل به حفظ محیط‌زیست رابطه علی با تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی نداشت. در نهایت نقش میانجی‌گری تمایل نیز در مدل مورد بررسی قرار گرفت که بر اساس نتایج مدل نقش میانجی‌گری متغیر تمایل در رابطه علی بین انطباق زیست‌محیطی و خط‌مشی دوستدار محیط‌زیست معنی‌دار نبود. به‌صورت کلی و بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش ازآنجاکه هر چه میزان انطباق مراکز ارائه‌دهنده خدمات گردشگری ورزشی فعال با شاخص‌های حفظ محیط‌زیست بیشتر باشد، تبلیغ دهان‌به‌دهان در مورد آن مراکز نیز افزایش می‌یابد به مدیران و مسئولان مراکز گردشگری ورزشی فعال پیشنهاد می‌شود که در طراحی و ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای توسعه این مناطق به شاخص‌های حفظ محیط‌زیست نظیر استفاده بهینه از منابع آبی، جلوگیری از آلودگی آب و سایر منابع طبیعی، استفاده از انرژی‌های نو و تجدیدپذیر و... توجه بیشتری داشته باشند. صدقی و همکاران پیشنهاد کردند که می‌توان از طریق برنامه‌ریزی راهبردی و اجرایی نمودن استراتژی‌های متناسب در راستای توسعه پایدار زیست‌محیطی در نهایت در جهت توسعه پایدار صنعت ورزش کشور گام‌های مؤثرتری را برداشت (٥٤). مدیریت مناطق گردشگری باید برنامه‌ریزی‌های خود را به نحوی انجام دهند تا علاوه بر استفاده از کاربری‌های موجود، تضمین بهره‌برداری پایدار مناطق گردشگری نیز ایجاد شود (۵۵). باتوجه‌به تأثیر میزان انطباق مراکز ارائه‌دهنده خدمات گردشگری ورزشی با تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی، به مراکز ارائه خدمات گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ذی‌نفعان این حوزه پیشنهاد می‌شود که:

۱- به انطباق هرچه بیشتر با شاخص های حفظ محیط‌زیست مانند جلوگیری از آلودگی منابع طبیعی نظیر آب، خاک توجه کنند. ۲- نسبت به استفاده از انرژی های پاک مانند نورخورشید، باد و سایر شاخص های انطباقی با محیط‌زیست نظیر حفظ پاکیزگی محیط‌زیست و دفع زباله ها و پسماندهای حاصل از فعالیت های گردشگری ورزشی اهتمام بیشتری ورزند تا از این طریق با استفاده از تبلیغ دهان‌به‌دهان گردشگران ورزشی مزیت رقابتی بیشتری در ارائه خدمات گردشگری ورزشی کسب کنند. در مورد گردشگران ورزشی به‌عنوان دیگر ذینفعان مهم در این حوزه پیشنهاد می شود که : **۱**- با توجه به نقش تأثیرگذار خط‌مشی زیست‌محیطی گردشگران ورزشی بر تمایل آنها به حفظ محیط‌زیست، پیشنهاد می گردد دوره‌ها و برنامه های آموزشی در بسترهای مختلف برای آحاد جامعه و به ویژه گردشگران ورزشی در جهت آشنایی با مسائل زیست‌محیطی و اصلاح شیوه و نگرش زیست‌محیطی آنان انجام شود. **۲**- با توجه به اینکه تمایل گردشگران ورزشی به حفظ محیط‌زیست با شاخص های انطباق زیست‌محیطی مراکز گردشگری ورزشی در مقصد و نیز با تبلیغ

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

دهان‌به‌دهان رابطه نداشت لذا پیشنهاد می گردد ارتقای تمایلات گردشگران ورزشی به حفظ محیط‌زیست صرفنظر از ویژگی های مقصد گردشگری ورزشی مورد توجه قرار گیرد.

با توجه محدودیت دسترسی به نمونه‌ها به هم‌زمانی با پایان همه‌گیری کووید ۱۹ پیشنهاد می گردد : **۱**- با پایان یافتن این محدودیت ها و رونق سفرهای گردشگری ورزشی، مطالعات جامع تری در این خصوص و با تعداد نمونه بزرگتر انجام گیرد. **۲**- همچنین تمرکز این پژوهش بر ورزش های ساحلی بوده است و بنابراین جهت تعمیم پذیری بهتر نتایج پیشنهاد می گردد پژوهش های آتی به سایر بخش ها و حوزه های گردشگری ورزشی فعال نظیر ورزش های زمستانی و کوهستانی، طبیعت گردی، کویر نوردی و ... نیز متمرکز شود. **۳**- پیشنهاد می شود ارتباط رفتار زیست‌محیطی گردشگران ورزشی با رفاه (بهزیستی روانشناختی) آنها مورد بررسی قرار گیرد.

References

1. Rezvani. A.A. Geography and Tourism Industry. Payame Noor University PressTehran, 8th Edition. 2019; 104-108. (in Persian)
2. Farhoudi. R. Shoorcheh. M. & Sabouri. H. Estimation of the effect of seasonal changes on tourism revenue of Anahita Temple with regression analysis. Geography and Development Quarterly. 2019; 8(17): 46. (in Persian) 10.22111/gdij.2010.1133
3. World Tourism Organization. International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid. 2021. DOI: https://doi.org/10.18111/9789284422456.
4. Habibi, F., Mostafazadeh, S. An Analysis of Environmental Behaviors of Lake Zarivar Tourists (Marivan). Geography and Development, 2017; 15(47): 163-184. (in Persian) 10.22111/gdij.2017.3189
5. Bayat. H. Seyed Ameri. M.H. Hosseinpour. E. & Fathi Kajal. F. Investigating the factors affecting the development of tourism resulting from holding national sports events from the perspective of sports practitioners. Iranian Journal of Social Development Studies.2018; 2: 84- 73. (in Persian) https://doi.org/10.30495/jisds.2022.67733.11745
6. Weed, M. E., & Bull, C. J. Sports tourism: Participants, policy & providers. Oxford: Elsevier.2004
7. Hinch, T., & Ito, E. Sustainable sport tourism in Japan. Tourism Planning & Development. 2018; 15(1), 96–101. https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1313773.
8. Getz, D., & Page, S. J. Progress and prospects for event tourism research. Tourism Management. 2016; 52: 593–631. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007.
9. Gibson. H. (Ed.). Sport tourism: Concepts and theories. Oxon: Routledge. 2006

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

10. Gibson, H.J. Sport tourism: A critical analysis of research. Sport Management Review. 1998a; pp.45-76. https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3
11. Hinch, T., Higham, J. E. S. Sport Tourism Development. United Kingdom: Channel View Publications. 2004.
12. Kumar, D. Sport Tourism: A New Educational Concept for Sustainable Development. Multidisciplinary Higher Education, Research, Dynamics & Concepts: Opportunities & Challenges For Sustainable Development.2018; (1): 69-75.
13. Moyle, B. D., Hinch, T. D., & Higham, J. E. S. Sport tourism and sustainable destinations. New York: Routledge. 2018
14. Comner,B. Humans and the environment. Translation : Bhrouz Dhzad. Tehran, Green Wave. 2003 (in Persian)
15. Devi, Y., Bekaroo, G., Bokhoree, C., Phillips, M.R., Jory, N., 2017. Sustaining antilittering behavior within coastal and marine environments: through the macro-micro level lenses. Mar. Pollut. Bull. 2017; 119 (2): 87–99. https://doi.org/10.1016/j. marpolbul.2017.04.029.
16. Dastras F, Khajenoori B. Investigating the Relationship between Sociological Factors and Environmental Behavior of Citizens of Shiraz. Journal of Applied Sociology. 2020;1;30(4). https://doi.org/10.22108/jas.2019.114197.1567 (in Persian)
17. Nowacki, M.; Chawla, Y.; Kowalczyk-Anioł, J. What Drives the Eco-Friendly Tourist Destination Choice? The Indian Perspective. Energies 2021, 14, 6237. https:// doi.org/10.3390/en14196237.
18. Parzonko, A.J.; Bali´nska, A.; Sieczko, A. Pro Environmental Behaviors of Generation Z in the Context of the Concept of Homo Socio-Oeconomicus. Energies 2021; 14: 1597. https://doi.org/10.3390/en14061597
19. Han, H. Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. J. Sustain. Tour. 2021, 29, 1021–1042.
20. Higham, J.; Carr, A. Ecotourism visitor experiences in Aotearoa/New Zealand: Challenging the environmental values of visitors in pursuit of pro-environmental behaviour. J. Sustain. Tour. 2002; 10: 277–294. https://doi.org/10.1080/09669580208667168
21. Loureiro, S.M.C.; Guerreiro, J.; Han, H. Past, present, and future of pro-environmental behavior in tourism and hospitality: A text-mining approach. J. Sustain. Tour. 2021; 1–21. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1875477
22. Altinay M. , Hussain K. Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2005;17(3): 272 – 280. https://doi.org/10.1108/09596110510591963
23. IPCC. Climate change report 2007: Synthesis report. Retrieved. 2007; 18. 08. 2016 from. https://www. ipcc. ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr. Pdf.
24. Krajhanzl,j. Environment and Prenvironmental Behavior." School and Health.2010; 21: 251-274.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

25. United Nations. Resolution adopted by the general assembly A/RES/70/1. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable developmenthttps. 2015; //www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.
26. International Olympic Committee. Olympic charter. Switzerland. 2019; https: //still med.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/EN-OlympicCharter.pdf.
27. United Nations Framework Convention on Climate Change. Sports for climate action. 2019;frameworkhttps://unfccc.int/sites/default/files/resource/Sports for_Climate_Action Declaration and Framework.pdf
28. Trendafilova, S., & McCullough, B. P. Environmental sustainability scholarship and the efforts of the sport sector: A rapid review of literature. CogentSocialSciences. 2018;4(1) https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1467256. Article 1467256.
29. Correia Loureiro,S., Guerreiro,J., Han,H. Past, present, and future of pro-environmental behavior in tourism and hospitality: a text-mining approach. Journal of Sustainable Tourism. 2021; https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1875477
30. Shirmohammadi, Y., Darabi, G. Hashemi baghi. Z. The effect of value orientations on eco-friendly tourism behavior through the value theory, belief, norm and expectation theory among Darband and Derkeh tourists. Tourism Management Studies. 2019; 15(50):252-221. (in Persian) https://doi.org/10.22054/tms.2020.37757.2147
31. Chortiatinos, G., Kouthouris, Ch., Kontogianni, E., & Zafeiroudi, A. Environmentally friendly services and participation in recreational sport activities. Paper presented at Hellenic Scientific Association for Sport & Recreation Management Congress, Greece. 2013.
32. Margarida Mascarenhas, Elsa Pereira, António Rosado & Rute Martins . How has science highlighted sports tourism in recent investigation on sports' environmental sustainability? A systematic review. Journal of Sport & Tourism. 2021; 25(1): 42-65. DOI: 10.1080/14775085.2021.1883461
33. Martins, R., Pereira, E., Rosado, A., & Mascarenhas, M. Exploring the relationship between sport demand's key players and environmental sustainability: Pointers from a systematic review. Journal of outdoor recreation and tourism. 2021; 35: 100419. https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100419
34. Thormann, Tim & Wicker, Pamela. (2021). Determinants of pro-environmental behavior among voluntary sport club members German Journal of Exercise and Sport Research. 2021; 51. https://doi.org/10.1007/s12662-020-00700-8
35. Javid, F., Imanzadeh, M., Javid, M., Pourpanahi, M. Sports tourism and its environmental effects on the host communities. The first national conference on promotion and development of public sports, Ardabil, Board of public sports, Ardabil province. 2015. (in Persian)
36. Tichaawa, T. M. , Moyo, S. , Swart, K. , & Mhlanga, O. (2015). The perceived impacts of sport tourism events: residents' perceptions in East London, South Africa. African. Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance. 2015; 21(41): 1217- 1231.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

37. Javid, F., Javid, M., Hosseini, Z., Azizi, G. Investigating the effects of sport tourism on environmental sustainability. Heritage and Tourism Journal. 2018; 3(9):8-22. (in Persian)
38. du Preez, E. A. , & Heath, E. T. Determining the influence of the social versus physical context on environmentally responsible behaviour among cycling spectators. Journal of Sport & Tourism. 2016; 20 (2): 123–143.
39. Kontogianni, Evangelia & Kouthouris, Charilaos & Zafeiroudi, Aglaia. Environmentally Friendly Behavior in Greek Leisure Centers and Different Participants' Characteristics. Journal of Management Research.2014; 6(4):155-175. http://dx.doi.org/10.5296/jmr.v6i4.6470
40. Bregman, J. & Edell, R. Environmental compliance handbook. Boca Raton, FL: Lewis Publishers. 2002
41. soltanian, L., shabani Moghadam, K., Farahani, A., Seyed Ameri, M. H. Identifying the effective indicators on environmental transformational leadership in sports organizations. *Sport Management and Development*, 2023; (): https://doi.org/10.22124/jsmd.2022.22895.2722
42. Ekhtyari, N., eydi, H., shabanimoghadam, K. Determining the model of effective factors on the development of environment culture in sport. *Applied Research in Sport Management*, 2018; 7(2): 57-67. https://doi.org/10.30473/arsm.2018.5090
43. Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. Consumer Behaviour: A European Perspective (4th ed.). New York: Prentice Hall. 2010
44. Murray, K. A test for services marketing theory: Consumer information acquisition activities. Journal of Marketing.1991; 55: 10-25. https://doi.org/10.1177/002224299105500102
45. Paladino, A. & Baggiere, J. Are we 'green'?. An empirical investigation of renewable electricity consumption. European Advances in Consumer Research. 2008; 8: 340-341.
46. Averdung, A. & Wagenfuehrer, D. Consumers´ acceptance, adoption and behavioral intentions regarding environmentally sustainable innovations. E3 Journal of Business Management and Economics. 2011; 2(3):98-106. Available online http://www.e3journals.org/JBME.
47. Kollmuss, A. & Agyeman, J. Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? Environmental Education Research. 2002; 8(3): 239-260. http://dx.doi.org/10.1080/13504620220145401.
48. Panagiotidou, D., Kouthouris, Ch., & Kontogianni, E. Environmentally friendly services of sport centers. Paper presented at Hellenic Scientific Association for Sport & Recreation Management Congress, Greece. 2013
49. Coddington, W. It's no fad: Environmentalism is now a fact of corporate life. Marketing News. 1990; p. 7.
50. (Brian) Lin, M.-T., Zhu, D., Liu, C. and Kim, P.B. A systematic review of empirical studies of pro-environmental behavior in hospitality and tourism contexts. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2022; 34(11):3982-4006. https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2021-1478

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]

51. Peterson, N., Hull, V., Mertig, A., & Liu, J. Evaluating household-level relationship between environmental views and outdoor recreation: The Teton Valley case. Leisure Sciences. 2008; 30: 293-305. http://dx.doi.org/10.1080/01490400802165073
52. Theodori, G.L., Luloff, A.E., & Willits, F.K.The association of outdoor recreation and environmental concern: Reexamining the Dunlap-Heffernan thesis. Rural Sociology.1998; 63(1): 94- 08. http://dx.doi.org/10.1111/j.1549-0831.1998.tb00666.x
53. Ashori L, Nasiri M. The effect of green human resource management on the environmental performance of the staff of the Ministry of Sports and Youth with the mediating role of environmentally friendly behaviors. 3 2022; 10 (38):147-164. http://dorl.net/dor/20.1001.1.24233293.1401.10.38.10.8
54. sedghi, S., Badri Azarin, Y., khodadadi, M. R., Shajie, R. Modeling an environmentally Sustainable Development of Sport Events in Iran; Grounded Theory. *Sport Physiology & Management Investigations*, 2023; (): https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735.5354.1402.15.1.5..677
55. Mohebi, S., Tayebi Sani, S. M., Jafari, A., Morsal, B. Estimation of physical, real and effective carrying capacity of sports tourism capacity in mountain resorts ecosystems (case study: Darban). Sustainability, Development & Environment, 2023:() ;

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1403.14.28.6.9]