

دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۵

پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۶

صص: ۵۶-۰۱

ارزیابی و گونه‌شناسی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در سفر به مقصد چندگانه گردشگری

مصطفی محمدی^۱، سید محمد میر تقیان رودسری^۲

چکیده

گردشگری خانوادگی، به دلیل ماهیت گروهی خود، تأثیرات گسترده‌ای بر محیط زیست مقاصد گردشگری دارد. مقاصد چندگانه گردشگری مانند رامسر، به دلیل تنوع جاذبه‌ها و حجم بالای گردشگران، با چالش‌های محیط زیستی متعددی مواجه هستند. این پژوهش با هدف ارزیابی و گونه‌شناسی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در سفر به این مقصد انجام شده است. پژوهش حاضر توصیفی و از نظر روش، کمی است. جامعه آماری شامل خانواده‌هایی با حداقل دو فرزند ۸ تا ۱۵ ساله است که در سال ۱۴۰۳ به رامسر سفر کرده‌اند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه الکترونیکی بود که داده‌های آن از طریق آزمون‌های آماری در نرم‌افزار SPSS تحلیل گردید. نتایج نشان داد که رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در مراحل پیش از سفر (۲،۲۶)، حین سفر (۲،۳۵) و پس از سفر (۲،۳۹) پایین‌تر از حد متوسط (۴) است. همچنین، پنج گونه رفتاری شناسایی شد: خانواده‌های "ناسازگار و ناپایدار" (تخریب‌گران)، "ناآگاه" (رهگذران)، "بی‌تفاوت" (منفعلان)، "آگاه و فعال" (پیش‌گامان) و "الهام‌بخش و پیشرو" (سفیران محیط زیست). اکثریت خانواده‌ها در سطح پایین رفتار محیط زیستی، گروه "رهگذران ناآگاه" قرار داشتند. برای حفظ پایداری در مقصد چندگانه گردشگری رامسر، تغییر در رفتار گردشگران و ارتقاء سیاست‌های مدیریتی ضروری است. پایین‌بودن سطح رفتارهای محیط زیستی خانواده‌ها نشان‌دهنده نیاز به برنامه‌های آموزشی، سیاست‌های تشویقی و بهبود زیرساخت‌های پایدار در مقاصد گردشگری است. این پژوهش با پوشش شکاف پژوهشی موجود در حوزه رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی، مدلی جدید برای گونه‌شناسی این رفتارها ارائه می‌دهد.

^۱دانشیار گردشگری، گروه صنایع دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. نویسنده مسوول:

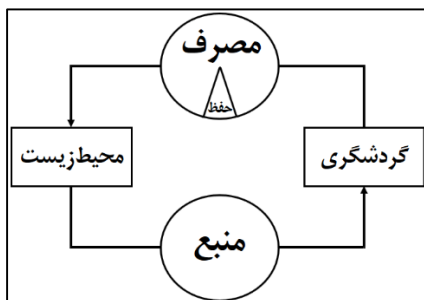
m.mohammadi@umz.ac.ir

^۲کандیدای دکترای گردشگری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

کلید واژه: گردشگری خانوادگی؛ رفتار گردشگر؛ رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی؛ مقصد چندانگانه گردشگری؛ رامسر.

۱ مقدمه

گردشگری به عنوان مصرف کننده عمده و تا حدود بسیار کمی، حفظ کننده محیط زیست محسوب شده و از طرفی، محیط زیست به مثابه یک منبع و ظرفیت مهم برای گردشگری تلقی می شود؛ درواقع تاکنون، محیط زیست، ابزار گردشگری بوده است تا هدف آن (شکل ۱). اگرچه گردشگری به عنوان یک صنعت سبز مورد توجه قرار گرفته است، اما نمی توان فشار ناشی از توسعه گردشگری را بر محیط زیست مقاصد نادیده گرفت (Luo et al., 2020). گسترش گردشگری، هزینه های محیط زیستی بالایی برای مقاصد دارد (Juvan & Dolnicar, 2017). به علاوه، جدای از گسترش عرضه، از جنبه تقاضا نیز، رشد مستمر گردشگران، تأثیر منفی فزاینده ای بر محیط زیست دارد (Benner, 2020). حتی اگر شدت فعالیت های گردشگری کم باشد، باز هم به محیط زیست آسیب می رساند (Li et al., 2019). برای نمونه، طبق تخمین های آماری، گردشگران و مسافران، سالانه ۴/۸ میلیون تُن زباله تولید می کنند که منجر به آسیب محیط زیستی می شود (Somani, 2019) و این تنها یک مورد از آسیب هاست. از این رو، گردشگری باید از نظر محیط زیستی، پایدارتر شود. این را می توان با افزایش عرضه پایدار و محیط زیستی و یا با ارتقا و ترویج رفتار حامی محیط زیستی گردشگران به دست آورد. به نظر می رسد، راه حل های فنی و نظارتی در سمت عرضه کافی نباشد، بنابراین، باید توجه را بر ترویج رفتار حامی محیط زیستی گردشگران معطوف نمود (Juvan & Dolnicar, 2017).



شکل ۱. ارتباط میان گردشگری و محیط زیست: یک مدل ساده (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۴)

در گردشگری، به‌عنوان یک زمینه و بستر لذت‌گرایانه، افراد تمایل دارند، به جای اینکه خود را برای حفاظت از محیط زیست به آب‌و‌آتش بزنند، فعالیت‌های سرگرمی‌محور، تفریحی و لذت‌گرایانه داشته باشند (Dolnicar et al., 2019). رفتارهای غیرمسئولانه محیط زیستی گردشگران در سفر، فشار زیادی بر مقصد از نظر زیست‌محیطی در ابتدا و سپس از نظر اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی وارد می‌کند (Tang et al., 2022). تشویق گردشگران به رفتار پایدارتر می‌تواند به‌طور قابل توجهی تنش محیط زیستی را کاهش دهد (Dong et al., 2020). خانواده‌ها بیش از سایر عوامل بر شکل‌گیری رفتار محیط زیستی تأثیرگذار هستند و گردشگرانی که چنین جهت‌دهی را از سوی خانواده خود دریافت می‌کنند، تمایل بیشتری به مشارکت در رفتارهای محیطی دارند (Panwanitdumrong & Chen, 2021).

ابتکاراتی مانند حفاظت از زیستگاه، انرژی‌های تجدیدپذیر، پروژه‌های جامعه‌محور (Sorcaru et al., 2024) و فعالیت‌هایی مانند کاشت درخت و تمیزکردن سواحل که در طول تعطیلات خانوادگی برنامه‌ریزی می‌شوند، تعطیلات را برای خانواده‌ها ایده‌آل می‌کنند (Gomes & Lopes, 2023). به علاوه، روابط میان اعضای خانواده در سفر خانوادگی بسیار مهم است؛ زیرا از این طرق می‌توان فرصت‌های بیشتری را برای معاشرت و مشارکت در

فعالیت‌های محیطی فراهم کرد. از طریق این فعالیت‌ها، هنجارها و رفتارهای اعضای پیش‌رو در خانواده در جهت حفاظت از محیط زیست می‌تواند به سایرین منتقل شود (Jia & Yu, 2021).

گردشگری خانوادگی یکی از رایج‌ترین اشکال سفر است که به دلیل ماهیت جمعی خود، می‌تواند تأثیرات گسترده‌ای بر محیط زیست مقاصد گردشگری داشته باشد. مقاصد چندگانه گردشگری، به دلیل تنوع جاذبه‌ها و فعالیت‌های خود، حجم بالایی از گردشگران را جذب می‌کنند و در نتیجه، رفتارهای محیط زیستی گردشگران در این مناطق از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. یکی از این مقاصد، شهر رامسر است که به دلیل برخورداری از ترکیبی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و تفریحی، به یکی از پرتعدادترین مقاصد گردشگری برای خانواده‌ها در ایران است. رامسر به عنوان یک مقصد چندگانه گردشگری، بازدیدکنندگانی را از پیشینه‌های مختلف از جمله خانواده‌ها و علاقه‌مندان به طبیعت و فرهنگ جذب می‌کند و فرصت‌هایی را برای مطالعه رفتارهای محیط زیستی خانواده فراهم و در نتیجه نتایج تحقیق را غنی می‌کند.

افزایش حضور گردشگران در این منطقه، ضمن ایجاد فرصت‌های اقتصادی، چالش‌های محیط زیستی متعددی را نیز به همراه داشته است. از جمله این چالش‌ها می‌توان به افزایش تولید زباله، آلودگی منابع آب، تخریب پوشش گیاهی، فشار بیش از حد بر منابع طبیعی و تغییرات اکوسیستمی اشاره کرد. در این میان، رفتارهای محیط زیستی گردشگران نقشی تعیین‌کننده در میزان و شدت این اثرات دارند. برخی از گردشگران ممکن است رفتارهای مسئولانه‌ای از خود نشان دهند، مانند جمع‌آوری زباله، مصرف بهینه آب و انرژی و احترام به محیط طبیعی، در حالی که گروهی دیگر ممکن است با بی‌توجهی به اصول محیط زیستی، به تخریب منابع موجود دامن بزنند.

جریان‌های فعلی و نوظهور در پژوهش‌های مرتبط با رفتار محیط زیستی گردشگران، به‌طور عمده بر عوامل تعیین‌کننده رفتار گردشگران تأکید دارند و پیش‌بینی می‌شود جریان‌های آینده، بر هدایت رفتار حامی محیط زیست از طریق نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها مرتبط باشند (Fauzi et al., 2023). می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که بخش عمده‌ای از پژوهش‌ها و رویکردهای پژوهشی، معطوف به عوامل شکل‌گیری رفتار محیط زیستی گردشگران بوده است و بررسی چیرستی خود رفتار تا حدی در پژوهش‌ها نادیده گرفته شده است. از نگاه این پژوهش، پیش از آنکه به بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای محیط زیستی گردشگران پرداخت، ضروری است که ابتدا وضعیت موجود این رفتارها مشخص شود. اطلاع از سطح، نوع و الگوهای رفتاری گردشگران خانوادگی در مواجهه با محیط زیست، پیش‌نیاز هرگونه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای مدیریت پایدار گردشگری در رامسر است. بدون شناخت دقیق از این رفتارها، هرگونه تلاش برای بهبود وضعیت محیط زیستی این منطقه ممکن است ناکارآمد یا ناهماهنگ باشد. با توجه به این ضرورت، پژوهش حاضر به دنبال آن است که وضعیت رفتارهای محیط زیستی گردشگران خانوادگی را در سفر به مقصد چندگانه رامسر ارزیابی و گونه‌شناسی کند.

۲ مبانی نظری

۲.۱ رفتار محیط زیستی در گردشگری

تا به امروز، هیچ تعریف مورد توافقی در ادبیات رفتار محیط زیستی، برای توصیف رفتار پایدار مصرف‌کننده ارائه نشده است (Han, 2021). به همین منوال، اصطلاحات و مفاهیمی همچون “رفتار حامی محیط زیست”^۱ (Lange & Dewitte, 2019)، “رفتار سبز”^۲ (Zou)

^۱ Pro-Environmental Behavior

^۲ Green Behavior

(Chan, 2019 &)، “رفتار بوم‌شناختی”^۱ (Kaiser et al., 1999)، “رفتار مسؤولانه محیط زیستی”^۲ (Berger & Corbin, 1992) و “رفتار پایدار محیط زیستی”^۳ (Cheng et al., 2011)، به‌طور متناوب، برای بررسی رفتارهایی که از محیط زیست محافظت می‌کنند، استفاده شده‌اند (Han, 2021).

هارتینگ و همکاران (Hartig et al. 2001) “رفتار بوم‌شناختی” را به‌عنوان ادراک یک فرد از مسائل محیطی‌زیستی و تأثیرات محیط زیستی فعالیت‌های انسانی می‌شناسد. کاترل و گریف (Cottrell & Graefe, 1997) خاطرنشان کردند که “رفتار مسؤولانه محیط زیستی” منعکس‌کننده دانش محیطی، نگرانی‌ها و اقداماتی است که به نفع محیط زیست طبیعی است. گردشگران حامی محیط زیست، کسانی هستند که قصد دارند هنگام شرکت در فعالیت‌های گردشگری، برای حفاظت از محیط زیست تلاش کنند (Lee et al., 2013). مفهوم “رفتار حامی محیط زیست” که مشابه همه این اصطلاحات است، همه رفتارهایی را در بر می‌گیرد که به نفع محیط است (Han, 2021). طبق نظر کولموس و آگیمن (Kollmuss & Agyeman, 2002)، رفتار حامی محیط زیست را می‌توان به‌عنوان “رفتاری که آگاهانه به دنبال به حداقل رساندن تأثیر منفی اقدامات خود بر دنیای طبیعی و ساخته شده است” تعریف کرد. این تعریف، تعریف مورد پذیرش پژوهش حاضر می‌باشد.

علاوه بر تنوع مفاهیم و تعاریف، از نظر مبانی و چارچوب تئوریکی نیز، رفتار محیط زیستی (به‌ویژه در بستر گردشگری) در قالب نظریه‌های متعددی تبیین شده است (جدول ۱). این تنوع، نه از سر عدم توافق نظری-عملی، بلکه ناشی از تفاوت‌های موضوعی-موضوعی آبخور فلسفی پژوهش‌گران این حوزه است. عمده این نظریات شامل “چارچوب شناخت-

^۱ Ecological Behavior

^۲ Environmentally Responsible Behavior

^۳ Environmentally Sustainable Behavior

احساس-تمایل^۱ (Lavidge & Steiner, 1961)، چارچوب محرک-ارگانسیم-پاسخ^۲ (Mehrabian & Russell, 1974)، نظریه فعال‌سازی هنجار^۳ (Schwartz, 1977)، نظریه دلبستگی به مکان^۴ (Tuan, 1977)، نظریه هویت اجتماعی^۵ (Tajfel, 1981)، چارچوب شناخت-احساس-رفتار^۶ (Holbrook, 1986)، چارچوب توانایی-انگیزه-فرصت^۷ (MacInnis & Jaworski, 1989)، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۸ (Ajzen, 1991)، چارچوب ارزش-باور-هنجار^۹ (Stern et al., 1999) و باورهای (جهان‌بینی) محیط زیستی^{۱۰} (Dunlap & Van Liere, 1978 & 2008) می‌باشند.

جدول ۱. کاربرست نظریات در تبیین رفتار محیط زیستی گردشگران

نام نظریه	تشریح
شناخت-احساس-تمایل (Lavidge & Steiner, 1961)	ایده اصلی نظریه این است که ترجیح عاطفی فرد نسبت به چیزها از ارزیابی شناختی ایجاد می‌شود و در نهایت نگرش و تصمیم رفتاری فرد را شکل می‌دهد. نشان داده شده است که شناخت (مانند دانش محیط زیستی) منجر به تغییرات خلقی فردی می‌شود. احساس، نشان‌دهنده عواطف (مانند تعهد محیط زیستی) و نگرش‌های مرتبط است که ممکن است مثبت یا منفی باشد. تمایل (رفتار حامی محیط زیست) بیان نیت یک فرد است که به صورت رفتارهای ممکن یا واقعی بیان می‌شود.
محرک-ارگانسیم-پاسخ (Mehrabian & Russell, 1974)	این نظریه توسط روان‌شناسان محیطی ارائه شده است و شامل سه جزء مهم محرک، ارگانسیم و پاسخ. این چارچوب نشان می‌دهد که فردی که توسط یک عامل داخلی یا خارجی تحریک می‌شود، ویژگی‌های روان‌شناختی و احساسات خود را تغییر می‌دهد و رفتارهای مربوطه را در پاسخ به آن اتخاذ می‌کند.

^۱ Cognitive-Affective-Conative theory

^۲ Stimulus-Organism-Response Theory

^۳ Norm Activation Theory

^۴ Place Attachment

^۵ Social Identity Theory

^۶ Cognitive-Affective-Behavior theory

^۷ Ability-Opportunity- Motivation theory

^۸ Planned Behavior Theory

^۹ Value-Belief-Norm Theory

^{۱۰} Environmental Beliefs

محرک، تعیین کننده‌ای است که بر یک تصمیم رفتاری تأثیر می‌گذارد که ممکن است از محیط داخلی و خارجی فرد نشأت بگیرد.	
این نظریه، یک مدل نظری مشابه با نظریهٔ "ارزش-باور-هنجار" را نشان می‌دهد؛ اما جهت‌گیری‌های ارزش را به‌عنوان متغیر شامل نمی‌شود. تئوری فعال-سازي هنجار یک فرآیند پی‌درپی را فرض می‌کند، جایی که رفتارهای حامی محیط زیست، تحت تأثیر آگاهی از عواقب، توصیف مسؤولیت و هنجارهای شخصی قرار می‌گیرند. این بدان معنی است که اگر گردشگران آگاهی بیشتری از تأثیرات محیط زیستی خود داشته باشند، به احتمال زیاد، به دلیل برانگیختگی حس اخلاقی، رفتارهای حامی محیط زیست خواهند داشت.	فعال‌سازی هنجار (Schwartz, 1977)
مفهوم دلبستگی به مکان نشان می‌دهد که ارتباط با یک مکان خاص، احساس مسؤولیت کردن را نسبت به آن مکان تقویت می‌کند. این نظریه، فرض می‌کند که پیوند میان افراد (گردشگران) و یک مکان (مقصد، بازدیدگاه گردشگری و عناصر گردشگری) ممکن است بر رفتارهای حامی محیط زیست تأثیر بگذارد.	دلبستگی به مکان (Tuan, 1977)
هویت اجتماعی به‌عنوان خودپندارهٔ یک فرد تعریف می‌شود که «از دانش اکتسابی وی از عضویتش در یک گروه (یا گروه‌ها) همراه با ارزش و اهمیت عاطفی مرتبط با عضویت ناشی می‌شود». زمانی که یک فرد احساس تعلق به یک گروه اجتماعی خاص داشته باشد و زمانی که آن گروه مشارکت محیطی را انجام می‌دهد، فرد انگیزه دارد که برای حفظ هم‌ذات‌پنداری با گروه، رفتاری پایدار داشته باشد.	هویت اجتماعی (Tajfel, 1981)
این مدل، یک الگوی مورد استفاده برای درک نحوهٔ تعامل افراد با محیط است و پیشنهاد می‌کند که ادراک شناختی افراد از محیط منجر به پاسخ‌های عاطفی درونی می‌شود، سپس بر رفتارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارد. شناخت به چگونگی دریافت شخصی، درک و ارزیابی محرک‌های محیط توسط افراد اشاره دارد. احساس (کوتاه‌مدت یا طولانی‌مدت، مثبت یا منفی و شدید یا خفیف)، به تجربیات ذهنی و واکنش‌های احساسی افراد نسبت به محرک‌های بیرونی مربوط می‌شود. رفتار (کلامی، غیرکلامی و فیزیکی)، اقدامات واقعی است که در پاسخ به احساسات درونی انجام می‌شود.	شناخت-احساس-رفتار (Holbrook, 1986)
این چارچوب بدان معناست که نیت رفتاری فردی به احتمال زیاد توسط انگیزه‌های فردی (یعنی اینکه آیا می‌خواهند آن را انجام دهند یا نه)، فرصت	توانایی-انگیزه-فرصت (MacInnis &)

Jaworski, (1989)	(یعنی حمایت می‌کنند یا نه) و توانایی (یعنی اینکه آیا در شرایط انجام آن هستند یا نه) ایجاد می‌شود.
رفتار برنامه‌ریزی- شده (Ajzen , 1991)	رایج‌ترین و پایه و اساس بسیاری از مطالعات رفتار محیط زیستی در گردشگری است در زمینه‌های موضوعی مختلفی در گردشگری کاربری داشته است. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، بر اساس نظریه رفتار کنش مستدل ^۱ توسعه یافت. این نظریه، برای تبیین ارتباط بین سه عامل "نگرش"، "هنجار ذهنی" و "کنترل رفتاری ادراکی" به عنوان پیش‌بین‌های تمایلات رفتاری که منجر به رفتارهای واقعی می‌شود، استفاده شده است.
ارزش-باور-هنجار Stern et al.,) (1999	این نظریه بر اساس نظریه فعال‌سازی هنجار گسترش پیدا کرده است. این نظریه، فرض می‌کند که ارزش‌ها، اصولی اساسی هستند که بر باورهای محیط زیستی (یعنی آگاهی از پیامدها و توصیف مسؤولیت) و هنجارهای شخصی تأثیر می‌گذارند، و در نهایت منجر به رفتار حامی محیط زیست می‌شود. این نظریه، همچنین راهنمایی‌های ارزشمندی را برای پیش‌بینی رفتارهای حامی محیط زیست فراهم می‌کند، زیرا نه تنها پیشینه رفتارهای حامی محیط زیست را در بر می‌گیرد، بلکه سازوکارهای روان‌شناختی را که زیربنای رفتارها است، مشخص می‌کند.
باورهای (جهان- بینی) محیط زیستی (Dunlap & Van Liere,1978 &2008)	- باورهای عمومی محیط زیستی ^۲ : نظامی از نگرش‌ها هستند که رفتار فرد را در برابر محیط زیست تعیین می‌کنند و چارچوب مرجع در تعامل با محیط زیست می‌باشند. این باورها شامل دو بُعد تعادل طبیعی ^۳ (هماهنگی بین انسان و سایر اجزای طبیعت) و محدودیت رشد ^۴ (اعمال محدودیت بر فعالیت‌های انسانی) هستند. - پارادایم سنتی و ضد محیط زیستی (مستثنی بودن انسان ^۵): اولویت و برتری انسان نسبت به محیط زیست و طبیعت. - پارادایم نوین محیط زیستی ^۶ (وابستگی متقابل انسانی ^۷): تأکید بر تأثیرگذاری و تاثیرپذیری انسان و محیط زیست و درهم‌شکستن

^۱ Reasoned Action Theory

^۲ General Environmental Beliefs

^۳ Natural Balance

^۴ Limits to Growth

^۵ The Human Exception Paradigm

^۶ The New Environmental Paradigm

^۷ The Human Interdependence Paradigm

دوگانگی انسان‌محوری و بوم‌محوری از طریق یکپارچه نمودن باورهای مربوط به حفاظت محیط زیست طبیعی و دستیابی به پیشرفت انسان.	
---	--

همانطور که پیش‌تر گفته شد، بخش عمده‌ای از پژوهش‌ها و رویکردهای پژوهشی، معطوف به عوامل شکل‌گیری رفتار محیط زیستی گردشگران بوده و این نیز در ماهیت نظریات جدول بالا قابل مشاهده است. غفلت از بررسی خود رفتار محیط زیستی در بستر رفتار خانوادگی در پژوهش‌های پیشین، رویکردی است که پژوهش حاضر به دنبال آن است. ارزیابی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی به دلایلی چون تأثیر گسترده خانواده بر محیط زیست، نقش خانوار در شکل‌دهی به الگوهای رفتاری نیاز به درک دقیق رفتار برای برنامه‌ریزی مدیریت محیط زیستی گردشگری ضرورت حفظ منابع مقاصد گردشگری چندگانه و شناخت انواع رفتارهای محیط زیستی برای تدوین و اجرای سیاست‌های تفکیکی ضرورت داشته و پیش‌نیاز بررسی دلایل و عوامل شکل‌گیری این رفتارها است.

۲.۲ گردشگری خانوادگی

خانواده به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین نهادهای اجتماعی، در دنیای امروز و به‌ویژه در صنعت گردشگری، نقش مهمی به‌عنوان یکی از گروه‌های اصلی مصرف‌کننده ایفا می‌کند (Wu & Wall, 2016). این نهاد اجتماعی متشکل از افرادی است که در جست‌وجوی تجربیات مشترک هستند و بخش قابل‌توجهی از سفرهای گردشگری را به شکل گروه‌های خانوادگی انجام می‌دهند. به همین دلیل، خانواده یکی از عناصر کلیدی در مطالعات گردشگری محسوب می‌شود (Gram, 2005). گردشگری خانوادگی ماهیتی متمایز از سایر اشکال گردشگری دارد؛ چراکه در آن، فضای آشنا و روزمره خانواده با محیط جدید و

ناآشنای سفر ترکیب می‌شود (Hu et al., 2023). برخلاف بسیاری از انواع گردشگری که معمولاً بر استراحت یا دورشدن از محیط زندگی روزمره متمرکزند، گردشگری خانوادگی عمدتاً بر ایجاد فرصتهایی برای تعامل بیشتر بین اعضای خانواده (از جمله خانواده گسترده) و انجام فعالیت‌هایی که از برنامه‌های روزمره متفاوت بوده و درعین حال سرگرم‌کننده و خاطره‌ساز هستند، تأکید دارد (Schänzel & Smith, 2014).

از دیدگاه تقاضامحور، خانواده‌ای که سبک زندگی خود را با گردشگری هماهنگ و سازگار کند، به‌عنوان «خانواده گردشگر» شناخته می‌شود. در مقابل، از منظر عرضه‌محور، اگر یک خانواده فعالیت اقتصادی خود را در چارچوب صنعت گردشگری تنظیم نماید، مفهوم «کسب‌وکار خانوادگی گردشگری» مطرح می‌شود. درنهایت، با ترکیب این دو دیدگاه و توجه به ارتباط متقابل بین خانواده و گردشگری، مفهوم «گردشگری خانوادگی» شکل می‌گیرد که انواع مختلف گردشگری را، بدون در نظر گرفتن هدف، رویکرد، نوع فعالیت یا موقعیت جغرافیایی، در بر می‌گیرد (شکل ۱) (Mirtaghian Rudsari et al., 2024).



شکل ۲. دیدگاه‌های مختلف در شکل‌گیری گردشگری خانوادگی - منبع: (Mirtaghian

(Rudsari et al., 2024)

هر نوع تجربه گردشگری که در آن خانواده‌ها حضور داشته باشند، در دسته‌بندی گردشگری خانوادگی قرار می‌گیرد (Mirtaghian Rudsari et al., 2025). خانواده‌ها نقش

مهمی در بازار گردشگری ایفا می‌کنند و این بازار، تحت تأثیر تغییرات تدریجی در ساختارهای جمعیتی، اجتماعی و پراکندگی جغرافیایی در سطح جهانی، به‌طور مداوم در حال توسعه است. این تحولات باعث شکل‌گیری بازارهای جدید در حوزه گردشگری خانوادگی شده‌اند. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که میزان رشد سفرهای خانوادگی از سایر انواع سفرهای تفریحی پیشی خواهد گرفت که این روند را می‌توان به افزایش تمایل برای گذراندن وقت در کنار خانواده، تقویت روابط خانوادگی و خلق خاطرات مشترک نسبت داد (Schänzel & Yeoman, 2015). سازمان جهانی گردشگری، گردشگری خانوادگی را به‌عنوان نوعی سفر تفریحی تعریف می‌کند که حداقل چهار شب خارج از خانه انجام شود (UNWTO, 2008). در تعریفی دیگر، گردشگری خانوادگی به سفرهای تفریحی گفته می‌شود که بیش از یک روز به طول بینجامد و توسط گروه‌های خانوادگی شامل حداقل یک کودک و یک بزرگسال انجام شوند. این تعریف نشان می‌دهد که ترکیب‌های متنوعی از والدین، سایر بزرگسالان و کودکان که به‌عنوان یک خانواده سفر می‌کنند، در چارچوب مفهوم «خانواده» در نظر گرفته می‌شوند (Schänzel et al., 2005). (106)

با بررسی جزئیات آخرین گزارش آماری از گردشگران ملی (Statistical Center of Iran, 2023)، می‌توان گردشگری خانواده‌ها را دارای ویژگی‌های زیر دانست: از کل ۲۶,۳۰۱,۶۷۰ خانوار در کشور، ۷,۷۸۸,۲۲۱ خانوار (۳۰٪) به سفر رفته و ۱۸,۵۱۳,۴۴۹ خانوار (۷۰٪) به سفر نرفته‌اند؛ از ۷,۷۸۸,۲۲۱ خانوار سفر رفته، به لحاظ سرپرست خانوار، ۷,۰۳۲,۸۸۶ خانوار (۹۰٪)، مرد-سرپرست و ۷۵۵,۳۳۵ خانوار (۱۰٪) زن-سرپرست بودند. از ۷,۷۸۸,۲۲۱ خانوار سفر رفته، به لحاظ بُعد خانوار، ۴۲۰,۹۱۱ خانوار (۵/۴٪) یک‌نفره، ۱,۴۵۵,۹۸۱ خانوار (۱۸/۷٪) دونفره، ۲,۰۹۶,۸۳۸ خانوار سه‌نفره (۲۷٪)، ۲,۵۰۲,۱۴۱ خانوار (۳۲٪) چهارنفره، ۹۴۰,۷۳۳ خانوار (۱۲/۱٪) پنج‌نفره و ۳۷۱,۶۱۷ خانوار (۴/۸٪)

شش نفره و بالاتر بودند؛ از ۷,۷۸۸,۲۲۱ خانوار سفر رفته، به لحاظ برخورداری از وسیله نقلیه، ۵,۸۹۳,۰۶۰ خانوار (۷۵/۷٪) دارای وسیله و ۱,۸۹۵,۱۶۱ خانوار (۲۴/۳٪) بدون وسیله نقلیه بودند؛ از ۲۴,۶۳۸,۶۴۹ خانوار سفر رفته بومی ۱,۰۲۸۰,۱۳۹ خانوار (۴۲٪) با اقامت شبانه و ۱۴,۳۵۸,۵۱۱ خانوار (۵۸٪) بدون اقامت شبانه بوده است؛ از ۱۰,۲۸۰,۱۳۹ خانوار دارای اقامت شبانه، هدف سفر ۶,۶۸۲,۸۱۸ خانوار (۶۵٪) بازدید از دوستان و آشنایان، ۱,۶۰۱,۵۰۳ خانوار (۱۶٪) گردش و تفریح، ۱,۰۳۸,۳۹۲ خانوار (۱۰٪) درمان، ۴۴۰,۳۳۹ خانوار (۴٪) زیارت و ۵۱۷,۵۳۷ خانوار (۵٪) سایر اهداف بوده است. از ۱۴,۳۵۸,۵۱۱ خانوار دارای اقامت شبانه، هدف سفر ۴,۴۶۰,۳۳۰ خانوار (۳۱٪) بازدید از دوستان و آشنایان، ۳,۴۲۳,۹۹۷ خانوار (۲۴٪) درمان، ۲,۹۳۷,۴۸۶ خانوار (۲۰٪) گردش و تفریح، ۲,۲۹۷,۷۵۷ خانوار (۱۶٪) خرید و ۱,۲۳۸,۹۴۱ خانوار (۹٪) سایر اهداف بوده است. از نظر این آمار، میزان خانواده‌هایی که به سفر رفته‌اند، ۳۰٪ از کل خانواده‌های ایرانی است که این مقدار تا حدودی با مقدار میانگین جهانی (۳۵ تا ۴۰٪) برابر است.

۲,۳ رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی

از آنجایی که خانواده مخزن ارزش‌ها، باورها و آرزوهای جامعه است و تحت تأثیر محیط کالبدی قرار می‌گیرد، این ایده که خانواده ممکن است واسطه تأثیر عوامل زمینه‌ای اجتماعی-فیزیکی بر رفتارهای حامی محیط زیست باشد، منطقی به نظر می‌رسد. خانواده نقش مهمی در ارتقاء جهت‌گیری و رفتار حامی محیط زیست دارد. هنگامی که جهت فکری اعضای خانواده در مسیر ارزش‌های حامی محیط زیست باشد، روند رشد فکری افراد نیز به سمت رفتارهای محیط زیستی خواهد بود (Corral-Verdugo et al., 2020). بررسی ارزش‌های خانوادگی و تعاملات مرتبط با مصرف و تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر

^۱ سفر بومی (گردشگری درون حوزه‌ای): گردشگری افراد مقیم یک کشور در درون مرزهای همان کشور.

سبک زندگی، نشان داده است که انگیزه جوانان برای انجام فعالیت‌های حامی محیط زیست تحت تأثیر هنجارهای توصیفی خانواده و انگیزه‌های والدین برای محافظت از محیط زیست است (Grønhøj & Thøgersen, 2017). درواقع ارزش‌های بوم‌شناختی مشترک در بین اعضای خانواده، رفتارهای محیط زیستی را تحریک می‌کند و اگر خانواده‌ها به‌طور مکرر در مورد موضوعات محیط زیستی بحث کنند، نگرش‌ها و بینش‌های حفاظتی اعضای خانواده شکل می‌گیرد و اغلب به اقدام می‌انجامد (Leger & Pruneau 2012).

در حوزه گردشگری، نگرانی محیط زیستی گردشگران و رفتار مسئولانه آن‌ها، تحت تأثیر عوامل جمعیت‌شناختی‌شان، ازجمله جنسیت، درآمد، سن، خانواده و تحصیلات است و ساختار خانواده نقش مهمی در شکل‌دادن به ارزش‌ها، ترجیحات و فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد دارد (Curtale, 2018). این تأثیر می‌تواند بر رفتارهای سفر تأثیر بگذارد و به نگرانی‌های محیط زیستی بازدیدکنندگان خانوادگی و رفتار مسئولانه محیطی کمک کند (Hedlund et al., 2012; Rasool & Ogunbode, 2015). به‌طور خاص، گردشگران متأهل دارای فرزند به دلیل نقش آن‌ها در ارائه آموزش‌های محیط زیستی به فرزندان و تمایل آن‌ها برای تضمین کیفیت زندگی بهتر برای نسل‌های آینده، اغلب سطوح بالاتری از آگاهی محیط زیستی و رفتارهای طرفدار محیط زیست را نشان می‌دهند (Fisher et al., 2015; Yahya et al., 2012). بنابراین، ساختار خانواده، به‌ویژه در میان بازدیدکنندگان دارای فرزند، برای بررسی مدل رفتارهای حفاظت از محیط زیست در گردشگری ارزش قابل توجهی دارد (Tseng et al., 2024).

خانواده عامل مهمی است که گردشگران را به انجام رفتار مسئولانه محیطی برمی‌انگیزاند. براساس رویکرد پژوهش حاضر، به‌طورکلی، رفتارهای حامی محیط زیست گردشگران خانوادگی، آن دسته از اقدامات و رفتارهایی هستند که آن‌ها، پیش، حین و پس از سفر و گردشگری انجام می‌دهند تا تأثیر منفی را بر محیط مقصد کاهش و پایداری

استفاده از منابع را ارتقا دهند. اعضای خانواده بر دانش و آگاهی یکدیگر از مسائل محیطی تأثیر می‌گذارند که انگیزه اتخاذ رفتارهای سبز را افزایش می‌دهد (Aghayeeabianeh & Talebi, 2020). والدین نقش کلیدی در این پویایی دارند؛ زیرا کودکان اعمال آن‌ها را مشاهده و درونی می‌کنند. این تأثیر نه تنها انتخاب‌های سازگار با محیط زیست را در زندگی روزمره تقویت می‌کند، بلکه بر فرآیندهای تصمیم‌گیری در مورد سفر تأثیر می‌گذارد. خانواده‌های دارای فرزند بیشتر نگران سلامت و رفاه نسل‌های آینده هستند و حفاظت از محیط زیست را برای تضمین کیفیت بالای زندگی برای آن‌ها ضروری می‌دانند (Grønhoj & Thøgersen, 2017; Witek & Kuźniar, 2020). در نتیجه، والدین تمایل بیشتری به نشان دادن مراقبت از محیط زیست در مقاصد سفر و الگوسازی رفتار محیط زیستی مسؤولانه برای فرزندان خود دارند. والدین باید فعالانه رفتارهای حامی محیط زیست از خود بروز دهند تا الگوی فرزندان خود باشند، زیرا فعالیت‌های خانوادگی تأثیر قوی‌تری بر گردشگران دارد (Zhang et al., 2023).

۲.۴ مقصد چندگانه گردشگری^۱

شاید تاکنون با گردشگری/سفر چند-مقصدی در ادبیات گردشگری مواجه شده باشید که به برنامه‌ریزی برای بازدید و گردشگری از چند مقصد در یک مسیر و سفر اشاره دارد؛ اما مقصد چندگانه گردشگری متفاوت از این مفهوم است. شاید بتوان مفاهیمی همچون مقصد ترکیبی^۲، مقصد چندبعدی^۳، مقصد جامع^۴، مقصد همه‌کاره^۵، مقصد چندهدفه^۶ و

^۱ Multi-Tourism Destination

^۲ Hybrid Destination

^۳ Multi-Dimensional Destination

^۴ Comprehensive Destination

^۵ All-in-One Destination

^۶ Multi-Purpose Destination

غیره را برای آن متصور شد. مفهوم مقصد چندگانه گردشگری، مبتنی بر تقاضا و عرضه چندگانه، به مقصدی اشاره دارد که منابع و ظرفیت‌ها، مدیریت، امکانات و زیرساخت‌هایی لازم برای جذب، خدمت‌رسانی و ارائه تجربیات به طیف وسیعی از گردشگران را دارا باشد و یا ایجاد کند. این مقصد، از نظر محیط جغرافیایی و اقلیمی، ماهیت و فعالیت و اثرات سفر و گردشگری، می‌تواند طیف وسیعی از گونه‌های گردشگری را در خود جای دهد.

مقاصد چندگانه گردشگری قابلیت ذاتی و رقابتی ارائه انواع مختلف تجربه‌ها و فعالیت‌ها را برای گردشگران دارند. این نوع مقاصد به گونه‌ای هستند یا طراحی و برنامه‌ریزی می‌شوند که بتوانند پاسخ‌گوی نیازها و سلیقه‌های مختلف گردشگران باشند و در نتیجه جذابیت بیشتری برای گروه‌های مختلف ایجاد کنند. از جمله ویژگی‌های مقصد چندگانه گردشگری، شامل موارد زیر می‌باشد:

- طیف متنوعی از فعالیت‌ها و تجربیات (تفریحات طبیعی، فرهنگی، خانوادگی و تجربیات محلی) را ارائه می‌کند. مقصد گردشگری چندگانه به مکانی اشاره دارد که قابلیت ارائه تجربیات و فعالیت‌های متنوع و گوناگونی را برای گردشگران فراهم می‌کند. این مقاصد معمولاً شامل ترکیبی از جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تفریحی و تاریخی هستند و می‌توانند به نیازهای مختلف گردشگران با سلیقه‌ها و علایق متنوع پاسخ دهند. این تنوع به گردشگران این امکان را می‌دهد که با توجه به علایق و نیازهای خود، برنامه‌ریزی کنند و از سفر خود بیشترین بهره را ببرند؛

- در یک مقصد چندگانه، تمرکز بر روی ایجاد تجربیات معنادار و جذاب برای گردشگران بسیار مهم است. این می‌تواند شامل تعامل با فرهنگ محلی، آشنایی با ساکنان محلی و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی باشد. فراهم کردن

فرصت‌های مشارکت گردشگران در فعالیت‌های محلی می‌تواند احساس تعلق و رضایت بیشتری را در آن‌ها ایجاد کند؛

- مقاصد چندگانه زیرساخت‌ها و دسترسی مناسب دارند، از جمله حمل‌ونقل (جاده‌ها، فرودگاه‌ها، و سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی)، امکانات اقامتی (هتل‌ها، مهمان‌خانه‌ها و خانه‌های محلی) و خدمات گردشگری (راهنمایان محلی، تورهای سازمان‌دهی شده و خدمات اطلاعاتی). زیرساخت‌های مناسب می‌توانند گردشگران را به راحتی به نقاط مختلف مقصد هدایت کنند و تجربه‌ای راحت و لذت‌بخش را فراهم کنند؛

- مقصد چندگانه، برای جذب گردشگران، دارای راهبردهای بازاریابی مؤثر است. این راهبردها بر روی ویژگی‌های خاص مقصد، تنوع فعالیت‌ها و تجربیات منحصر به فرد آن متمرکزند. مدیران مقصد باید به‌طور مداوم بازار را بررسی کنند و به تغییرات نیازها و سلیقه‌های گردشگران پاسخ دهند؛

- مقاصد چندگانه باید به پایداری محیط زیستی و اجتماعی توجه کنند. این شامل حفاظت از منابع طبیعی، فرهنگ محلی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی است. به لحاظ نگرش به جامعه محلی، تنوع‌بخشی به فرصت‌های شغلی و درآمد و حفظ فرهنگ‌ها و سنت‌ها، اصل و مبنا است و از جهت محیط زیستی، با ترویج رفتارهای مسئولانه در میان گردشگران، می‌توان به حفظ و نگهداری این مقاصد برای نسل‌های آینده کمک کرد؛

با توجه به اینکه تقاضا برای این نوع مقاصد و بازدید از آن، به دلیل پوشش جنبه‌های مختلف نیازها و سلايق گردشگران، ممکن است مقصد چندگانه گردشگری را به یک مقصد گردشگری بیش از حد یا بی‌رویه^۱ تبدیل سازد، توجه به پیامدهای برنامه‌های

^۱ Over-Tourism Destination

ترویجی و گسترش گردشگری در این مقاصد، به منظور ادامه حیات ضروری است. یکی از این پیامدها مسائل محیط زیستی است. توجه به مسائل محیط زیستی و ترویج رفتارهای حامی و طرفدار محیط زیست در مقاصد گردشگری چندگانه نه تنها برای حفظ منابع طبیعی و اکوسیستم‌ها ضروری است، بلکه می‌تواند به جذب گردشگران [آگاه‌تر]، توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی و کاهش اثرات منفی گردشگری کمک کند. این رویکرد می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی و حفاظت از فرهنگ و محیط زیست کمک کند و در نهایت به ایجاد یک تجربه مثبت برای گردشگران و جوامع محلی منجر شود.

طبق گزارش مرکز ملی آمار ایران در سال (۱۳۹۸)، استان مازندران با ۸/۸ درصد، بیشترین سهم از بازدید گردشگران داخلی را در اختیار داشت و مقصد گردشگری رامسر که لقب “عروس شهرهای ایران” را به آن داده‌اند، به عنوان گردشگری پذیرترین شهرستان در استان مازندران تعیین شده بود. این مقصد به دلیل قرارگرفتن در مسیر ارتباطی استان گیلان و مازندران یکی از کانون‌های مهم گردشگری، اقتصادی و بازرگانی بوده است و به دلیل داشتن ویژگی‌های آب و هوایی، چشم‌اندازهای متلون و دو فرامنبع جنگل و دریا (و فاصله اندک میان آن‌ها)، از سال‌ها پیش، بسیار مورد توجه قرار داشته به طوری که زیباسازی شهر رامسر در سال ۱۳۰۵ آغاز گردید. همچنین در دوره معاصر، شهر رامسر با شهرهای شیراز، پورتمونت شیلی و الوکره قطر تفاهم‌نامه همکاری و قرارداد خواهرخواندگی را انعقاد نموده است. مضاف بر این‌ها، شهر رامسر دارای ویژگی‌های جانبی، شامل دسترسی بالای شهری و پیرامون، فرودگاه بین‌المللی، اماکن اقامتی برجسته، رستوران‌های شهیر با گستره‌ای از خوراک‌های بومی، مراکز تفریحی-سرگرمی و بازدیدی، مسیرهای پیاده‌منظرگردی در روز و شب، مراکز گردشگری پیشگیرانه چشمه‌های آب-گرم/سرد و معدنی (اولین هتل اسپای ایران)، باغ شهری ۳۳هکتاری، بلوار میراثی، پایگاه

جهانی قرارداد تالاب‌ها، آئین‌ها و رویدادهای فرهنگی دارای ثبت ملی، صنایع‌دستی فاخر، مناطق کوهستانی و ییلاقی نزدیک به شهر، پذیرش بالای مردمان محلی و غیره می‌باشد. آمیخته‌ای از ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی، منجر به این شد که در سال ۲۰۰۷، پرونده شهر با عنوان “منظر فرهنگی-طبیعی رامسر”، با پیشنهاد دو معیار فرهنگی ((III: نشان‌دهنده سنت فرهنگی خاص که از بین رفته و یا هنوز زنده است) و (IV: نمونه برجسته‌ای از معماری، فن‌آوری و یا چشم‌انداز)) و دو معیار طبیعی ((VII: پدیده طبیعی کم‌نظیر و استثنایی با زمینه‌های زیبایی‌شناسی) و (IX: نمونه‌ای منحصربه‌فرد از فرآیندهای محلی زیستی و بیولوژیکی زیست‌بوم‌های ساحلی و دریایی و جوامع از گیاهان و حیوانات))، برای ثبت در پایگاه میراث جهانی، در لیست موقتی قرار گیرد (جدول ۲). لازم به توضیح است که پرونده‌ها سه حالت دارند: طبیعی، فرهنگی، و ترکیبی که شهر رامسر اولین و تنها پرونده ترکیبی از ایران بود که به پایگاه میراث جهانی معرفی شد، ولی سرانجامی نیافت. مجموعه این ویژگی‌ها به انضمام عوامل ناگفته دیگر منجر به این شد که در پژوهش حاضر، شهر رامسر، به‌عنوان یک “مقصد چندگانه گردشگری” در نظر گرفته شود.

جدول ۲. ویژگی‌های شهر رامسر برای قرارگرفتن در لیست موقتی ایران در پایگاه میراث جهانی

نام اثر	نوع اثر	سال پیشنهاد	معیارهای فرهنگی										معیارهای طبیعی			
			I	I	II	I	V	V	V	VI	VI	VII	I	X	X	X
چشم- انداز فرهنگی - طبیعی رامسر	فرهنگی/طبیعی ی	۲۰۰۷	-	-	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓	✓	-	-

منبع: (WHC, 2007)

۲,۵ مرور پیشینه

در صنعت گردشگری، به دلیل آسیب‌های محیط زیستی ناشی از فعالیت مجموعه‌ها و عناصر مختلف (Xu et al., ۲۰۲۰) درک رفتارهای پایدار و حامی محیط زیست، در قالب‌های روش‌شناختی و موضوعی مختلفی، همیشه مورد توجه پژوهش‌گران و دست‌اندرکاران دانشگاهی قرار گرفته است (Davari et al., ۲۰۲۴; Grazzini et al., ۲۰۱۸; Liu et al., ۲۰۲۵). این مطالعات متنوع و متلون بوده است، اما تاکنون در مورد اینکه شاخصه‌های این رفتار محیط زیستی چه هست و چه نیست، توافقی ایجاد نشده است (Holmes et al., ۲۰۱۹). این در حالی است که به این اندازه و متناسب با اهمیت گردشگری خانوادگی، تاکنون، به تولید مبانی و ادبیات مربوط به رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی توجه نشده است و این مطالعات بسیار اندک هستند. البته، در این رابطه، پژوهش‌های حوزه رفتار محیط زیستی گردشگران (انفرادی) غالب و فراگیر هستند که مد نظر پژوهش نیستند.

داوری و همکاران (Davari et al., 2024) در پژوهشی نقش ابعاد فرهنگی هافستد را بر نگرش محیط زیستی بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که از میان ابعاد فرهنگی، فقط جمع‌گرایی تأثیر مثبتی بر نگرش حامی محیط زیست گردشگران داشته که هم در ترجیحات و هم در رفتار گردشگران مشهود بوده است. به نظر می‌رسد بتوان گردشگری خانوادگی که به نوعی، نمودی از جمع‌گرایی است را در داشتن رفتار مثبت محیط زیستی در هنگام سفر، مؤثر دانست. تیسنگ و همکاران (Tseng et al., 2024) در پژوهشی، تأثیر ساختار خانواده بر روابط بین هویت مقصد (چگونه گردشگران یک مقصد را می‌شناسند و با آن ارتباط برقرار می‌کنند)، نگرانی‌های زیست‌محیطی (نگرانی‌های مربوط به حفاظت از محیط زیست) و رفتارهای مسئولانه زیست‌محیطی (چگونه افراد به‌طور فعال در حفاظت

از محیط زیست شرکت می‌کنند) را بررسی نمودند و دریافتند خانواده‌هایی که دارای فرزند هستند، در مقایسه با خانواده‌های بدون فرزند، نگرانی‌های زیست‌محیطی بیشتری دارند و این نگرانی‌ها موجب افزایش رفتارهای مسؤولانه زیست‌محیطی در آن‌ها می‌شود. در مقابل، خانواده‌های بدون فرزند بیشتر تحت تأثیر تأثیر هویت مقصد بر رفتارهای مسؤولانه زیست‌محیطی خود قرار دارند. سورکارو و همکاران (Sorcaru et al., 2024) در پژوهشی با عنوان کلی از هنجارهای اجتماعی تا رفتارهای حامی محیط زیست گردشگردان خانوادگی، براساس مدل “ارزش‌ها-هویت-هنجارهای شخصی”^۱، به این نتیجه نتیجه رسیدند که ارزش‌های زیستگاه خانواده، بر خودیابی محیطی خانواده، خودیابی محیطی خانواده به‌طور قابل توجهی بر هنجارهای شخصی خانواده و هنجارهای شخصی خانواده بر رفتارهای حامی محیط زیست خانواده، تأثیر بسزایی دارد. آن‌ها همچنین دریافتند که فعالیت‌های مسؤولیت‌پذیری اجتماعی توصیفی در مقصد، تأثیر بسزایی بر هنجارهای شخصی خانواده دارد. در کل، این‌گونه نتیجه گرفتند که در زمینه اکوتوریسم خانوادگی، مهم‌ترین راه تقویت رفتار حامی محیط زیست، ادراک والدین از فعالیت‌های مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در حین بازدید است که متأثر از ارزش‌های زیستگاه خانواده، خودیابی محیطی خانواده و هنجارهای شخصی خانواده می‌باشد. لیو و پنگ (Liu & Peng, 2023) در پژوهش خود به دنبال بررسی تأثیر الگوی تجربی زندگی در خانه بر رفتار حامی محیط زیست در هتل‌ها بودند. آن‌ها تجارب زندگی را در خانه شامل عملکرد، احساس و تخیل خانه دانسته و داشتن رفتارهای حامی محیط زیست را در خانه در این ارتباط مؤثر فرض کردند و به این نتیجه رسیدند که عملکرد، احساسات و تخیل خانه تأثیر مثبت قابل توجهی بر رفتار حامی محیط زیست میهمانان هتل دارند و رفتار حامی محیط زیست میهمانان در خانه‌های‌شان در رابطه بین تجربه خانه و رفتار حامی محیط

^۱ Values-Identity-Personal Norm Model

زیست در بافت هتل، تأثیر تعدیل‌کنندگی مثبت دارد. درواقع، هرچه الگوی زندگی خانوادگی بر مبنای حمایت محیط زیست باشد، این سبک زندگی بر رفتارهای سفر هم تأثیرگذار خواهد بود. آموه و آدوه (Amoah & Addoah, 2020) در پژوهشی در زمینه غیرگردشگری، رابطه بین دانش محیطی و رفتار حامی محیط زیست خانواده‌ها را در کشورهای درحال توسعه بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین دانش محیطی و رفتار حامی محیط زیست رابطه مثبت وجود دارد که نشان می‌دهد خانواده‌هایی با سطوح بالاتری از دانش محیط زیستی نسبت به مشارکت در فعالیت‌های دوست‌دار محیط زیست فعال‌تر هستند. باید توجه داشت، گردشگران، اغلب، کمک‌های خود را در کاهش اثرات منفی محیط زیستی نادیده می‌گیرند، بدون اینکه به مسائل محیط زیستی خاص در مقصد گردشگری و راه‌های کاهش مؤثر آن‌ها توجه داشته باشند.

در پژوهش‌های داخلی، تاکنون راجع به رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی، پژوهشی انجام نشده است؛ اما مرتبط‌ترین پژوهش‌ها که علاوه بر پیشایندها و پسایندهای رفتار، خود رفتار محیط زیستی گردشگران را در نظر گرفته‌اند، مربوط به مطالعات صالحی و همکاران (Salehi et al., 2012, 2016) و (Jahanishakib & Bakhshi, 2020) می‌باشد. صالحی و همکاران (Salehi et al., 2012) معتقد بودند که ارتباط بین محیط زیست و گردشگری بسیار نزدیک است؛ زیرا محیط زیست به خودی خود، جاذبه‌ای مهم برای گردشگران محسوب می‌شود و به این نتیجه رسیدند که در میان عوامل جمعیت‌شناختی و متغیرهای اثرگذار و مهم دیگر، فقط نگرانی محیط زیستی و فرصت‌ها (وجود امکانات و تسهیلات لازم برای بروز رفتارهای محیط زیستی) دو عامل اثرگذار بر رفتار محیط زیستی گردشگران هستند. همچنین، صالحی و همکاران (Salehi et al., 2016) بیان داشتند که گردشگری، بیش از هر چیزی نوعی مصرف محیط زیست است و دریافتند که فشار هنجاری، فرصت، دانش و ارزش محیط زیستی، توانایی و انگیزه بر رفتار گردشگران مؤثر

است. درنهایت، جهانی‌شکیب و بخشی (Jahanishakib & Bakhshi, 2020) به این نتیجه رسیدند که رفتار محیط زیستی گردشگران ناشی از متغیرهای درون‌گرایانه افراد بوده است.

۲,۶ مدل مفهومی و فرضیه‌ها

پس از بررسی ادبیات موجود، مشخص گردید در حوزه موضوع مقاله، عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار محیط زیستی و تأثیرات منفی فعالیت‌های گردشگری بر محیط زیست مورد توجه قرار گرفته است (یعنی پیشایندها و پسایندهای رفتار محیط زیستی) و پژوهش‌گران مختلف در تلاش بوده‌اند تا رفتارهای پایدار و حامی محیط زیست را در قالب‌های متنوعی مطالعه کنند؛ اما خود چیرستی رفتار تا حدودی نادیده گرفته شده است. نبود شاخص‌های مشخص رفتار محیط زیستی و کمبود مطالعات در زمینه رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی، شکاف اصلی ادبیات است. با وجود اهمیت و فراوانی گردشگری خانوادگی، پژوهش‌های اندکی در زمینه رفتار محیط زیستی این گروه از گردشگران انجام شده است.

در این پژوهش‌ها، بیشتر بر ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار بر رفتارهای زیست‌محیطی تمرکز شده است و کمبود بررسی‌های خاص در رابطه با چیرستی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی محسوس است که پژوهش حاضر به دنبال پرکردن این شکاف است. بر اساس این، برای بررسی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی، این رفتار به سه بخش پیش از سفر، حین سفر و پس از سفر در قالب مدل مفهومی تقسیم‌بندی شد (شکل ۳). به علاوه پس از ارزیابی وضعیت رفتار گردشگران خانوادگی (مطابق با فرضیه‌های اصلی و فرعی)، گونه‌شناسی این خانواده‌ها انجام می‌گیرد.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه اصلی: رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در فرآیند سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، در وضعیت مناسبی ($\mu \geq 4$) قرار دارد.

فرضیه فرعی اول: رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، در وضعیت مناسبی ($\mu \geq 4$) قرار دارد.

فرضیه فرعی دوم: رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر در مقصد چندگانه گردشگری رامسر، در وضعیت مناسبی ($\mu \geq 4$) قرار دارد.

فرضیه فرعی سوم: رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، در وضعیت مناسبی ($\mu \geq 4$) قرار دارد.

۳ روش تحقیق

پژوهش حاضر بر مبنای هدف، از نوع توصیفی، به لحاظ ماهیت، از نوع کمی و از نظر زمانی، در گروه پژوهش‌های مقطعی قرار دارد. براساس هدف اصلی پژوهش، اطلاعاتی که از وضعیت عمومی گردشگری خانوادگی در ایران ارائه شد و اقتباس از پژوهش‌های انجام شده در حوزه گردشگری خانوادگی، جامعه آماری پژوهش، شامل گروه‌هایی از خانواده‌ها در نظر گرفته شد که دست کم دو فرزند ۸ تا ۱۵ ساله داشته باشند؛^۱ از نظر حداقل سطح

^۱ شاو و همکاران (Shaw et al., 2008) پیشنهاد دادند، به منظور حفظ میزان همگنی از نظر مرحله چرخه زندگی فقط خانواده‌هایی مشارکت داشته باشند که حداقل دو فرزند ۸ تا ۱۵ ساله داشته باشند.

درآمد قابل قبول خانوار برای هزینه کرد گردشگری، توانمند باشند^۱ (درآمد ماهیانه خانوار بیش از ۴۵ میلیون تومان در نظر گرفت شد) و برای حداقل یکبار در سال به مدت حداقل سه روز^۲ در سال جاری^۳ (۱۴۰۳) به مقصد رامسر مسافرت خانوادگی داشته‌اند. از این‌رو، جامعه آماری نامعلوم و غیرقابل دسترس بودند. با توجه به این ویژگی و نوع تحلیلی که قرار است با رویکرد ارزیابی بر روی داده‌ها انجام شود، به منظور برآورد اندازه نمونه از فرمول کوکران برای جامعه آماری نامعلوم^۴ استفاده گردید و حجم نمونه ۳۸۴ نفر تخمین زده شد. براساس شرایط موجود و در نظر گرفتن شاخص‌هایی برای رسیدن به تعداد خانواده‌های مورد نظر نمونه آماری، یک پرسش‌نامه الکترونیکی طراحی شد و در کانال‌ها، گروه‌ها، شبکه‌های مجازی و اجتماعی گردشگری قرار گرفت. در ابتدا دعوت‌نامه الکترونیکی برای تکمیل نمودن پرسش‌نامه، شرایط مورد نظر برای خانواده مورد قبول پژوهش مطرح و از افراد خواسته شد که اگر دارای شرایط می‌باشند پرسش‌نامه را تکمیل نمایند. پرسش‌نامه از ۲۷ پرسش در سه بُعد (رفتار زیست‌محیطی گردشگران خانوادگی پیش از سفر (۶ پرسش)؛ حین سفر (۱۶ پرسش) و پس از سفر (۵ پرسش)) براساس مطالعات (Salehi et al., 2012, 2016; Jahanishakib & Bakhshi, 2020) طراحی شد (جدول ۳).

^۱ میچی (Michie, 1986) پیشنهاد داده است، در انتخاب خانواده‌ها این نکته مد نظر قرار گیرد که "حداقل سطح درآمد قابل قبول برای هر بازار" با "سطح درآمد مورد نیاز برای حمایت از سفر خانوادگی به مقصد اصلی" تناسب داشته باشد.

^۲ کامارگو و همکاران (Camargo et al., 2021)، پیشنهاد دادند که خانواده‌های مشارکت‌کننده در پژوهش، حداقل یک بار به سفر خانوادگی رفته باشند.

^۳ وو و همکاران (Wu et al., 2019)، پیشنهاد نمودند، خانواده‌هایی که به تازگی سفر خانوادگی داشته‌اند، در پژوهش مشارکت کنند؛ زیرا اطلاعات و خاطرات سفر خانوادگی هنوز تازه است.

^۴ فرمول $n = (Z^2 pq) / d^2$ که در آن $(z=1.96)$ ، $(p, q=0.5)$ و $d=0.05$ مقدار خطا) است.

جدول ۳. پرسش‌های مربوط به ابعاد متغیر اصلی پژوهش (رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی)

پرسش‌ها	کد	بعد
اطلاعات خانواده شما درباره حساسیت‌ها و آسیب‌های محیط زیستی مقصد رامسر، چه میزان بود؟	q1	رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر
در برنامه‌ریزی سفر خانوادگی‌تان به رامسر، به چه میزان در محیط خانواده، درباره تأثیرات محیط زیستی سفرتان به صورت جدی فکر، بحث و تبادل نظر کرده‌اید؟	q2	
برای خانواده شما، چقدر مهم بوده است که در سفر خانوادگی‌تان به رامسر، از شیوه‌های پایدار و دوستدار محیط زیست استفاده کنید؟	q3	
برای خانواده شما، چقدر مهم بوده است که از لحاظ ظاهری، رامسر، مقصدی تمیز و آراسته باشد؟	q4	
آیا در انتخاب محل اقامت خود، حساسیت‌ها و آسیب‌های محیط زیستی مقصد رامسر را در نظر گرفته بودید؟	q5	
برای خانواده شما، چقدر مهم بوده است که در سفر خانوادگی‌تان به رامسر، برنامه‌ای برای کاهش اثرات منفی محیط زیستی سفر تهیه کنید؟	q6	
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، خانواده شما به چه میزان تلاش نمودند تا به منابع و طبیعت آسیب نرسانند، با اینکه می‌دانستند این موضوع برای آن‌ها زحمات بیشتری به همراه خواهد داشت؟	q7	رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر
در طول سفر به چه میزان اطلاعات و توصیه‌های مربوط به رعایت اصول محیط زیستی میان اعضای خانواده به اشتراک گذاشته می‌شد؟	q8	
آیا در مسافرت خانوادگی، همیشه کیسه زباله همراه خود دارید؟	q9	
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، به چه میزان زباله‌های تولیدشده خودتان، توسط خانواده جمع می‌شدند؟	q10	
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، به چه میزان زباله‌های تولید و رهاشده توسط دیگران را جمع می‌کردید؟	q11	

بُعد	کد	پرسش‌ها
	q12	به چه میزان در این سفر، فعالیت‌های مسؤولانه خانوادگی مانند پاک‌سازی سواحل یا جنگل و غیره داشتید؟
	q13	زمانی که با خانواده در مقصد رامسر حضور داشتید، تا چه حد، هر جای ساحل، جنگل، پارک، فضای سبز و فضاهای دیگر مقصد که می‌خواستید، کمپ می‌کردید؟ (پرسش معکوس)
	q14	زمانی که با خانواده در مقصد رامسر حضور داشتید، تا چه حد، هر جای ساحل، جنگل، پارک، فضای سبز و فضاهای دیگر مقصد که می‌خواستید، برای گرم کردن و یا طبخ غذا، آتش روشن می‌کردید؟ (پرسش معکوس)
	q15	اگر در زمان تفریح و گشت، آتش روشن کنید، خانواده شما تا چه حد، بر خاموش کردن کامل آتش تأکید دارند؟
	q16	در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان از ظروف و تجهیزات یکبار مصرف استفاده می‌نمایید؟ (پرسش معکوس)
	q17	آیا شکار پرندگان و صید ماهی، یکی از فعالیت‌هایی بود که به همراه اعضای خانواده "تمایل به انجام آن داشتید/انجام دادید؟" (پرسش معکوس)
	q18	اگر در سفر خانوادگی، گردشگران دیگر را ببینید که اقدام به شکار، صید یا هر نوع حیوان/گیاه‌آزاری می‌کنند، تا چه حد شما و خانواده‌تان به کار آن‌ها واکنش نشان می‌دهد؟
	q19	در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، تا چه حد دوست دارید، گل‌ها و گیاهان معمولی/بومی را بچینید، بکنید و جمع‌آوری کنید؟ (پرسش معکوس)
	q20	در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان دوست دارید از رودخانه‌ها و برکه‌ها برای آب‌تنی، شست‌وشو و ... استفاده نمائید؟ (پرسش معکوس)
	q21	در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان از وسایل حمل‌ونقل پایدارتر مانند دوچرخه یا پیاده‌روی برای رفت‌وآمد استفاده نمودید؟

پرسش‌ها	کد	بُعد
در طول سفر، به چه میزان از کسب‌وکارهای محلی و پایدار (مانند رستوران‌ها و بازارهای محلی) حمایت و خرید نمودید؟	q22	رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر
اگر در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر حساسیت/آسیب محیط زیستی در رامسر ببینید، تا چه حد به اطلاع‌رسانی و انتشار آن (عکس، فیلم، محتوا و ...) پس از سفر می‌پردازید؟	q23	
با مسافرت خانوادگی به رامسر، تا چه حد تغییراتی در نگرش رفتارهای روزمره خود و خانواده‌تان برای حمایت از محیط زیست ایجاد شده است؟	q24	
تا چه حد، در سفرهای خانوادگی آینده خود به سفرهای پایدار و مسؤولانه ادامه خواهید داد؟	q25	
تا چه حد، خانواده شما، تجربیات محیط زیستی سفر به رامسر را به برنامه‌ریزی برای سفرهای آینده تعمیم می‌دهد؟	q26	
تا چه حد، پس از سفر، خانواده برای پیوستن به گروه‌ها یا سازمان‌های محلی برای حفاظت از محیط زیست تهییج شده است؟	q27	

برای سنجش پرسش‌های مربوط به ابعاد متغیر اصلی پژوهش، با هدف دستیابی به پاسخ‌های با تمایز و جزئیات بیشتر، مبتنی بر مقیاس رتبه‌ای، از طیف لیکرت هفت‌گزینه‌ای (۱= بسیار بسیار کم؛ ۲= بسیار کم؛ ۳= کم؛ ۴= متوسط؛ ۵= زیاد؛ ۶= بسیار زیاد و ۷= بسیار بسیار زیاد) استفاده گردید. با توجه به شرایط تعیین خانواده‌ها، در صفحه ابتدایی پرسش‌نامه از افراد خواسته شد که اگر شرایط را دارا می‌باشند، پرسش‌نامه را تکمیل کنید. نکته مهم دیگر این بود که هدف پژوهش حاضر، ارزیابی رفتار محیط‌زیستی خانواده‌ها بوده و به طریقی می‌بایست رفتار کل خانواده ارزیابی شود. در پژوهش (Nichols & Snepenger, 1988) به منظور بررسی رفتار کل خانواده، از نظر فرد مرجع استفاده و فرد مرجع هم از طریق سؤال مستقیم مشخص شد؛ زیرا سؤالات مستقیم در مورد طرز

رفتار خاص، هنوز بهترین رویکرد برای شناسایی نقش‌ها هستند. از این رو، این شرط هم در ابتدای پرسش نامه مطرح شد که فرد مرجع خانواده پرسش نامه را تکمیل نماید. روایی پرسش نامه به صورت صوری و تأیید سه تن از خبرگان و پایایی آن از طریق نتیجه آزمون آلفای کرونباخ (رفتار زیست‌محیطی گردشگران خانوادگی پیش از سفر $\alpha = 0/816$)، حین سفر $\alpha = 0/726$) و پس از سفر $\alpha = 0/771$) تأیید شد. تحلیل داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS26 انجام و با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شد.

۴ یافته‌ها و بحث

به منظور ارزیابی وضعیت رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی، با توجه به توزیع نرمال داده‌ها (جدول ۴)، از آزمون استنباطی تی تک نمونه‌ای استفاده شد. با توجه به مقدار (p-value) که برای سه متغیر، بیشتر از $0/05$ است، می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها از توزیع نرمال پیروی می‌کنند. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها در متغیر اصلی و استفاده از قاعده نمونه آماری بزرگ (384 نفر نماینده 384 خانواده)، می‌توان توزیع داده‌های متغیر رفتار محیط زیستی پیش از سفر را نرمال در نظر گرفت.

جدول ۴. تعیین نرمالیت توزیع داده‌ها

رفتار کلی محیط زیستی گردشگران خانوادگی	رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی			متغیرها ویژگی‌ها
	پس از سفر	حین سفر	پیش از سفر	
$0/032$	$0/022$	$0/026$	$0/054$	آماره کولموگروف اسمیرنوف
$0/200$	$0/200$	$0/200$	$0/010$	سطح معناداری

با توجه به فرضیه فرعی اول، در ارزیابی وضعیت رفتار محیط زیستی پیش از سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، براساس نتیجه آزمون تی-تک نمونه‌ای به شرح جدول (۵)، یافته‌ها حاکی از آن می‌باشد که این فرضیه تأیید نشده است. با توجه به مقدار ($p\text{-value} = ۰/۰۰۰$) که کمتر از $۰/۰۵$ است، و نمره آزمون که برابر با (۴) تعیین شده است (به دلیل ۷ گزینه‌ای بود پاسخ‌ها)، می‌توان نتیجه گرفت که میانگین رفتار محیط زیستی پیش از سفر گردشگران خانوادگی در مقصد چندگانه گردشگری رامسر به طور معناداری پایین‌تر از ۴ (حد وسط) و برابر با ($\mu=۲/۲۶$) است. همچنین، میانگین امتیاز پرسش‌ها به غیر از پرسش اول، کمتر از مقدار میانگین استاندارد (نمره آزمون=۴) است.

جدول ۵. آزمون میانگین وضعیت رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر	۳۸۴	۲/۲۶	۰/۱۷۶	۰/۰۰۹
نمرهٔ آزمون: ۴				
مقدار t	درجه آزادی (df)	معناداری (-2) (tailed)	تفاوت میانگین	۹۵٪ فاصله اطمینان از تفاوت
				کرائهٔ پایین
۱۹۳/۱۶۵	۳۸۳	۰/۰۰۰	- ۱/۷۳	- ۱/۷۵
-				- ۱/۷۱
پرسش‌ها				
میانگین		انحراف معیار		
۴/۱۹		۰/۴۵		
۱/۳۸		۰/۳۶		
۱/۲۵		۰/۳۲		

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
برای خانواده شما، چقدر مهم بوده است که از لحاظ ظاهری، رامسر، مقصدی تمیز و آراسته باشد؟			۱/۲۰	۰/۳۱
آیا در انتخاب محل اقامت خود، حساسیت‌ها و آسیب‌های محیط زیستی مقصد رامسر را در نظر گرفته بودید؟			۳/۹۶	۰/۴۹
برای خانواده شما، چقدر مهم بوده است که در سفر خانوادگی‌تان به رامسر، برنامه‌ای برای کاهش اثرات منفی محیط زیستی سفر تهیه کنید؟			۱/۵۷	۰/۴۴

با توجه به فرضیه فرعی دوم، در ارزیابی وضعیت رفتار محیط زیستی حین سفر در مقصد چندگانه گردشگری رامسر، براساس آزمون تی-تک‌نمونه‌ای به شرح جدول (۶) یافته‌ها حاکی از آن می‌باشد که این فرضیه تأیید نشده است. با توجه به مقدار ($p=0/000$) که کمتر از $0/05$ است و نمره آزمون که برابر با (۴) تعیین شده است (به دلیل ۷گزینه‌ای پاسخ‌ها)، می‌توان نتیجه گرفت که میانگین رفتار محیط زیستی حین سفر گردشگران خانوادگی در مقصد چندگانه گردشگری رامسر به‌طور معناداری پایین‌تر از ۴ (حد وسط) و برابر با ($\mu=2/35$) است. همچنین، میانگین امتیاز پرسش‌ها به غیر از پرسش دهم و چهاردهم، کم‌تر از مقدار میانگین استاندارد (نمره آزمون=۴) است.

جدول ۶. آزمون میانگین وضعیت رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر در مقصد چندگانه گردشگری رامسر

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر	۳۸۴	۲/۳۵	۰/۱۰۶	۰/۰۰۵
	نمره آزمون: ۴			
	مقدار t	درجه آزادی (df)	معناداری 2-) (tailed	تفاوت میانگین
	۳۰۳/۲۷۰	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱/۶۴ -
	-			۱/۶۵ -
پرسش‌ها				
			میانگین	انحراف معیار

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، خانواده شما به چه میزان تلاش نمودند تا به منابع و طبیعت آسیب نرسانند؛ با اینکه می‌دانستند این موضوع برای آن‌ها زحمات بیشتری به همراه خواهد داشت؟	۱/۳۱	۰/۳۴		
در طول سفر به چه میزان اطلاعات و توصیه‌های مربوط به رعایت اصول محیط زیستی میان اعضای خانواده به اشتراک گذاشته می‌شد؟	۱/۲۱	۰/۳۰		
آیا در مسافرت خانوادگی، همیشه کیسه زباله همراه خود دارید؟	۲/۲۶	۰/۵۰		
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، به چه میزان زباله‌های تولیدشده خودتان، توسط خانواده جمع می‌شدند؟	۱/۷۸	۰/۴۹		
در سفر خانوادگی‌ای که به رامسر داشتید، به چه میزان زباله‌های تولید و رها شده توسط دیگران را جمع می‌کردید؟	۱/۴۱	۰/۴۰		
به چه میزان در این سفر، فعالیت‌های مسؤولانه خانوادگی مانند پاک‌سازی سواحل یا جنگل و غیره داشتید؟	۱/۴۵	۰/۴۲		
زمانی که با خانواده در مقصد رامسر حضور داشتید، تا چه حد، هر جای ساحل، جنگل، پارک، فضای سبز و فضاهای دیگر مقصد که می‌خواستید، کمپ می‌کردید؟ (پرسش معکوس)	۱/۳۲	۰/۳۷		
زمانی که با خانواده در مقصد رامسر حضور داشتید، تا چه حد، هر جای ساحل، جنگل، پارک، فضای سبز و فضاهای دیگر مقصد که می‌خواستید، برای گرم کردن و یا طبخ غذا، آتش روشن می‌کردید؟ (پرسش معکوس)	۲/۶۷	۰/۵۴		
اگر در زمان تفریح و گشت، آتش روشن کنید، خانواده شما تا چه حد بر خاموش کردن کامل آتش تأکید دارند؟	۳/۱۰	۰/۴۶		
در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان از ظروف و تجهیزات یکبار مصرف استفاده می‌نمایید؟ (پرسش معکوس)	۴/۸۶	۰/۴۹		
آیا شکار پرندگان و صید ماهی، یکی از فعالیت‌هایی بود که به همراه اعضای خانواده “تمایل به انجام آن داشتید/انجام دادید”؟ (پرسش معکوس)	۲/۷۹	۰/۴۹		
اگر در سفر خانوادگی، گردشگران دیگر را ببینید که اقدام به شکار، صید یا هر نوع حیوان/گیاه‌آزاری می‌کنند، تا چه حد شما و خانواده‌تان به کار آن‌ها واکنش نشان می‌دهد؟	۳/۰۴	۰/۵۴		
در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، تا چه حد دوست دارید، گل‌ها و گیاهان معمولی/بومی را بچینید، بکنید و جمع‌آوری کنید؟ (پرسش معکوس)	۱/۴۱	۰/۳۹		
در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان دوست دارید از رودخانه‌ها و برکه‌ها برای آب‌تنی، شست‌وشو و ... استفاده نمائید؟ (پرسش معکوس)	۴/۹۷	۰/۴۸		

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر، به چه میزان از وسایل حمل‌ونقل پایدارتر مانند دوچرخه یا پیاده‌روی برای رفت‌وآمد استفاده نمودید؟			۲/۴۸	۰/۴۸
در طول سفر، به چه میزان از کسب‌وکارهای محلی و پایدار (مانند رستوران‌ها و بازارهای محلی) حمایت و خرید کردید؟			۱/۴۹	۰/۴۳

با توجه به فرضیه فرعی سوم، در ارزیابی وضعیت رفتار محیط زیستی پس از سفر در مقصد چندگانه گردشگری رامسر، براساس آزمون تی‌تک‌نمونه‌ای به شرح جدول (۷)، یافته‌ها حاکی از آن است که این فرضیه تأیید نشده است. با توجه به مقدار $p = ۰/۰۰۰$ (value) که کمتر از $۰/۰۵$ است و نمره آزمون که برابر با (۴) تعیین شده است (به دلیل ۷گزینه‌ای بودن پاسخ‌ها)، می‌توان نتیجه گرفت که میانگین رفتار محیط زیستی پس از سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر به‌طور معناداری پایین‌تر از ۴ (حد وسط) و برابر با $\mu = ۲/۳۹$ است. همچنین، میانگین امتیاز پرسش‌ها به غیر از پرسش اول، کمتر مقدار نمره آزمون (۴) است.

جدول ۷. آزمون میانگین وضعیت رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر به مقصد

چندگانه گردشگری رامسر

متغیر	تعداد		میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر	۳۸۴		۲/۳۹	۰/۲۰۵	۰/۰۱۰
	نمره آزمون: ۴				
	مقدار t	درجه آزادی (df)	معناداری (2-tailed)	تفاوت میانگین	۹۵٪ فاصله اطمینان از تفاوت
					کرانه پایین
					کرانه بالا
	۱۵۲/۵۲۳	۳۸۳	۰/۰۰۰	- ۱/۶۰	- ۱/۵۸
پرسش‌ها					
		میانگین		انحراف معیار	

۰/۲۹	۴/۳۵	اگر در زمان مسافرت خانوادگی در رامسر حساسیت/آسیب محیط زیستی در رامسر ببینید، تا چه حد به اطلاع‌رسانی و انتشار آن (عکس، فیلم، محتوا و ...) پس از سفر می‌پردازید؟
۰/۴۷	۱/۶۵	با مسافرت خانوادگی به رامسر، تا چه حد تغییراتی در نگرش رفتارهای روزمره خود و خانواده‌تان برای حمایت از محیط زیست ایجاد شده است؟
۰/۴۸	۲/۰۶	تا چه حد، در سفرهای خانوادگی آینده خود به سفرهای پایدار و مسؤولانه ادامه خواهید داد؟
۰/۴۹	۲/۶۸	تا چه حد، خانواده شما، تجربیات محیط زیستی سفر به رامسر را به برنامه‌ریزی برای سفرهای آینده تعمیم می‌دهد؟
۰/۴۹	۱/۲۵	تا چه حد، پس از سفر، خانواده برای پیوستن به گروه‌ها یا سازمان‌های محلی برای حفاظت از محیط زیست تهییج شده است؟

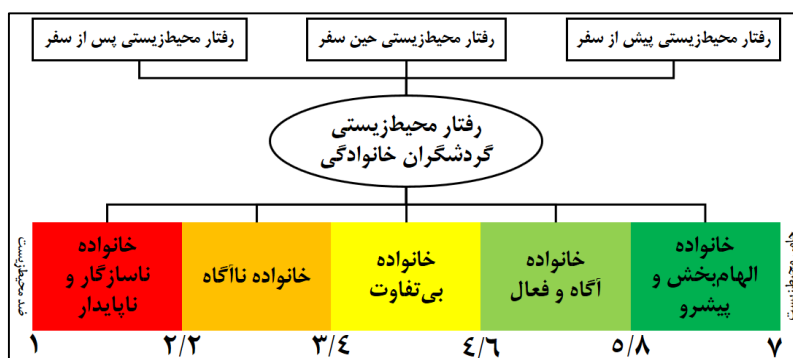
با توجه به فرضیه اصلی، در ارزیابی وضعیت رفتار محیط زیستی کلی گردشگران خانوادگی در فرآیند سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، براساس آزمون تی-تک-نمونه‌ای به شرح جدول (۸)، یافته‌ها حاکی از آن است که این فرضیه تأیید نشده است. با توجه به مقدار ($p\text{-value} = ۰/۰۰۰$) که کمتر از $۰/۰۵$ است و نمره آزمون که برابر با (۴) تعیین شده است (به دلیل ۷ گزینه‌ای بودن پاسخ‌ها)، می‌توان نتیجه گرفت که میانگین رفتار محیط زیستی کلی گردشگران خانوادگی به‌طور معناداری پایین‌تر از ۴ (حد وسط) و برابر با $(\mu=۲/۲۶)$ است.

جدول ۸. آزمون میانگین وضعیت رفتار محیط زیستی کلی گردشگران خانوادگی در فرآیند سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد
رفتار محیط زیستی گردشگران	۳۸۴	۲/۳۳	۰/۰۹۸	۰/۰۰۵
نمره آزمون: ۴				
	مقدار t	معناداری	تفاوت میانگین	۹۵٪ فاصله اطمینان از تفاوت

خانوادگی پس از سفر	درجه آزادی (df)	2-) (tailed	کرائه پایین	کرائه بالا
- ۳۲۹/۸۲	۳۸۳	۰/۰۰۰	- ۱/۶۷	- ۱/۶۵

در ادامه، به منظور گونه‌شناسی رفتار خانواده‌ها، براساس میانگین نمره‌هایی که در ارزیابی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی به دست آمد و مبتنی بر روش گروه‌بندی فاصله‌ای برابر ۱ (با توجه به طیف هفت‌گزینه‌ای پاسخ به پرسش‌های پرسش‌نامه) عمل شد. به این ترتیب که امتیازات (۱=کم‌ترین حد رفتار محیط زیستی) تا (۷=بیشترین حد رفتار محیط زیستی) به پنج گروه امتیازی با فاصله برابر (۱/۲) تقسیم شدند و برای هر گروه، یک بازه امتیازی تعیین گردید (شکل ۴). در ادامه، ضمن تعریف هر کدام از گروه‌های خانواده‌ها، ویژگی‌های آن‌ها تشریح شد (جدول ۹).



شکل ۴. گونه‌های خانواده‌های گردشگر از نظر رفتار محیط زیستی در مقصد چندگانه گردشگری رامسر

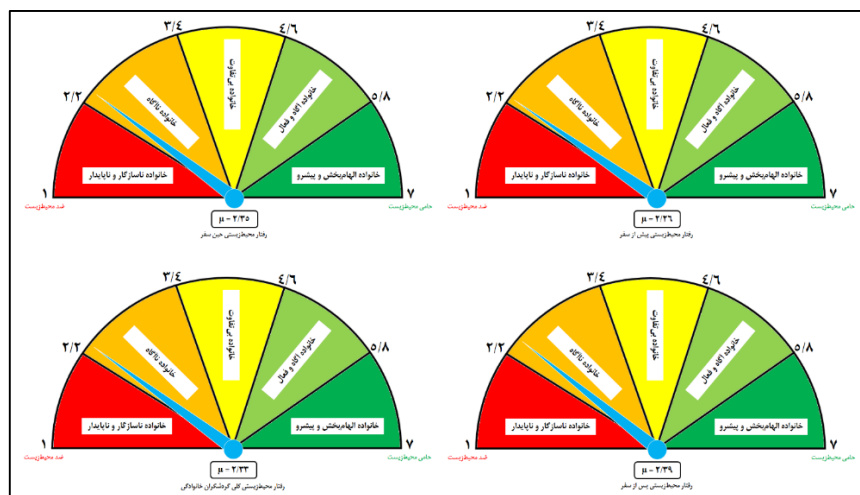
¹ Equal Interval Binning

جدول ۸. تعریف گونه‌های رفتار محیط زیستی خانواده‌ها در گردشگری

گونه	تعریف	ویژگی‌ها
خانواده ناسازگار و ناپایدار (تخریب-گران)	خانواده‌های گردشگر که نه تنها به محیط زیست مقصد آسیب می‌زنند، بلکه از اقدامات پایدار و مسئولانه دوری می‌کنند.	عدم آگاهی از اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست؛ تمایل به استفاده از منابع طبیعی به شکل غیرپایدار؛ عدم مشارکت در فعالیت‌های حفاظتی؛
خانواده ناآگاه (رهگذاران)	خانواده‌های گردشگر که از اهمیت حفاظت از محیط زیست مقصد آگاه نیستند؛ اما تمایل به یادگیری دارند.	کمبود اطلاعات درباره اثرات محیط زیستی سفرها؛ گاهی اوقات اقداماتی غیرپایدار انجام می‌دهند؛ تمایل به تغییر رفتار در صورت دریافت اطلاعات و آموزش؛
خانواده بی-تفاوت (منفعلان)	خانواده‌های گردشگر که از وضعیت محیط زیست مقصد آگاه هستند؛ اما نسبت به آن بی تفاوتند و هیچ اقدامی نمی‌کنند.	آگاهی از مسایل محیط زیستی، اما عدم انگیزه برای تغییر رفتار؛ ممکن است از رفتارهای پایدار اطلاع داشته باشند، ولی اقدام نمی‌کنند؛ عدم مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی یا حفاظتی؛
خانواده آگاه و فعال (پیش‌گامان)	خانواده‌های گردشگر که به حفاظت از محیط زیست مقصد اهمیت می‌دهند و اقداماتی برای کاهش اثرات منفی خود انجام می‌دهند.	آگاهی بالا از مسایل زیست‌محیطی و اثرات گردشگری؛ اقداماتی مانند انتخاب مقاصد پایدار، استفاده از حمل‌ونقل عمومی و کاهش مصرف منابع؛ مشارکت در فعالیت‌های محیط زیستی و آموزشی؛
خانواده الهام‌بخش و پیش‌رو (سفیران)	خانواده‌های گردشگر که نه تنها رفتارهای پایدار را دنبال می‌کنند، بلکه دیگران را نیز به انجام این رفتارها تشویق می‌کنند.	الگوی رفتاری مثبت برای سایر خانواده‌ها و جامعه؛ مشارکت فعال در پروژه‌های حفاظتی و آموزشی؛ توانایی در ایجاد تغییرات مثبت در جامعه از طریق تبادل تجربیات و اطلاعات؛

با توجه به نتایج ارزیابی و مقدار میانگینی که برای امتیازدهی به رفتار گردشگران خانوادگی در هر مرحله از سفر و همچنین به‌طور کلی در نظر گرفته شده، رفتار محیط

زیستی گردشگران خانوادگی در مقصد چنگدانه گردشگری رامسر، پیش از سفر ($\mu=2/26$)، حین سفر ($\mu=2/35$)، پس از سفر ($\mu=2/39$) و به‌طور کلی ($\mu=2/33$)، در قسمت رفتارهای “خانواده ناآگاه-رهگذران” که رهگذران هم نامیده می‌شوند، قرار داشت (شکل ۵).



شکل ۵. وضعیت گونه‌های خانواده‌های گردشگر از نظر رفتار محیط زیستی در مقصد چنگدانه گردشگری رامسر در مراحل مختلف سفر و کلی

۵ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

گردشگری خانوادگی یکی از اشکال رایج سفر است که به دلیل ماهیت گروهی خود، تأثیرات گسترده‌ای بر محیط زیست مقاصد گردشگری دارد. خانواده‌ها معمولاً سفر را با اهدافی همچون تفریح، آموزش، تقویت روابط خانوادگی و کسب تجربه‌های جدید انجام می‌دهند؛ اما در عین حال، رفتارهای آن‌ها می‌تواند اثرات مثبت یا منفی بر محیط زیست داشته باشد. رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی به مجموعه‌ای از اعمال و تصمیمات آن‌ها در طول سفر اطلاق می‌شود که بر پایداری زیست‌محیطی مقصد تأثیر می‌گذارد. این رفتارها می‌توانند شامل اقدامات مسئولانه‌ای مانند کاهش زباله، استفاده بهینه از منابع،

انتخاب شیوه‌های حمل‌ونقل پایدار و حمایت از جوامع محلی باشند یا بالعکس، شامل رفتارهای ناپایدار مانند تولید زباله زیاد، مصرف بی‌رویه انرژی و تخریب منابع طبیعی باشند. در این میان، مقاصد چندگانه گردشگری، به دلیل تنوع جاذبه‌ها و فعالیت‌های خود، نقش مهمی در شکل‌گیری رفتارهای محیط زیستی گردشگران دارند. این مقاصد شامل مناطق طبیعی، تاریخی، فرهنگی و تفریحی هستند که به‌صورت هم‌زمان گردشگران مختلفی را با اهداف متفاوت جذب می‌کنند. در چنین مقاصدی، فشار گردشگری به دلیل تعداد زیاد بازدیدکنندگان و گستردگی فعالیت‌های گردشگری، معمولاً بیشتر از مقاصد تک‌منظوره است. این موضوع باعث می‌شود که مدیریت رفتارهای محیط زیستی گردشگران در این مناطق از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد.

تحقیق حاضر با بررسی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در مقصد چندگانه رامسر، نشان داد که رفتارهای ناپایدار محیط زیستی در هر سه مرحله پیش از سفر، حین سفر و پس از سفر شایع است. این یافته‌ها بیان گر آن است که نبود آگاهی کافی، عدم تعهد به رفتارهای پایدار و کمبود زیرساخت‌های مناسب، از چالش‌های اصلی مدیریت محیط زیستی در مقاصد چندگانه گردشگری به‌شمار می‌روند. این موارد نه‌تنها به تخریب منابع طبیعی و آلودگی محیطی منجر می‌شود، بلکه در بلندمدت می‌تواند به کاهش جذابیت گردشگری این مناطق، افزایش هزینه‌های مدیریت پسماند و کاهش کیفیت تجربه گردشگران و ساکنان محلی بیانجامد. بنابراین، برای دست یابی به گردشگری پایدار در مقاصد چندگانه، لازم است که سیاست‌گذاران، فعالان حوزه گردشگری و خود گردشگران، به‌طور هماهنگ در جهت تغییر نگرش‌ها، بهبود زیرساخت‌ها و اعمال سیاست‌های حمایتی و بازدارنده در راستای رفتارهای محیط زیستی مسئولانه گام بردارند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در سفر به مقصد چندگانه گردشگری رامسر، به‌طور کلی پایین‌تر از سطح متوسط است. این موضوع

نشان‌دهنده ضعف در آگاهی، نگرش و اقدامات عملی مرتبط با حفاظت از محیط زیست در میان خانواده‌های گردشگر است. برای تحلیل دقیق‌تر، رفتار محیط زیستی در سه مرحله پیش از سفر، حین سفر و پس از سفر بررسی شده و در ادامه به‌طور جداگانه مورد بحث قرار می‌گیرد.

امتیاز میانگین رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر برابر با ($\mu=2/26$) بوده که به‌طور معناداری کم‌تر از حد متوسط ($\mu=4$) است. این مسأله نشان می‌دهد که بسیاری از خانواده‌های گردشگر در برنامه‌ریزی سفر، توجه چندانی به ملاحظات محیط زیستی ندارند. نتایج پرسش‌نامه نشان داد که آگاهی خانواده‌ها درباره حساسیت‌ها و آسیب‌های محیط زیستی مقصد در سطح متوسط قرار دارد ($\mu=4/19$)، اما این دانش به تغییر رفتار منجر نمی‌شود؛ درواقع، اگرچه خانواده‌ها اطلاعاتی درباره چالش‌های زیست‌محیطی مقصد دارند؛ اما این آگاهی به برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری منجر نمی‌شود. برای اکثر خانواده‌ها اهمیت چندانی نداشته است که در سفر خانوادگی از شیوه‌های پایدار استفاده کنند ($\mu=1/25$) یا برنامه‌ای برای کاهش اثرات منفی محیط زیستی سفر داشته باشند ($\mu=1/57$). تنها یک شاخص رفتار محیط زیستی پیش از سفر در سطح متوسط قرار گرفت؛ یعنی در انتخاب محل اقامت، خانواده‌ها تا حدی ملاحظات محیط زیستی را مدنظر داشتند ($\mu=3/96$). به‌طورکلی، در این مرحله مشخص شد که حتی اگر خانواده‌ها از برخی مشکلات محیط زیستی مطلع باشند، تمایلی به اتخاذ رفتارهای پایدار در مرحله برنامه‌ریزی سفر ندارند. طبق یافته‌های پرسش‌نامه، می‌توان نتیجه گرفت که عدم آگاهی از اثرات سفر، عدم برنامه‌ریزی محیط زیستی و توجه محدود به انتخاب اقامت‌گاه پایدار، ویژگی‌های اصلی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پیش از سفر به مقصد چندگانه رامسر بوده است و با اینکه خانواده‌ها اطلاعاتی در حد ملاحظات محیط زیستی داشته‌اند، اما بحث و تبادل نظر درباره تأثیرات محیط زیستی سفر یا تهیه برنامه‌ای برای

کاهش اثرات منفی، در اولویت آن‌ها نبوده است. این مسأله می‌تواند ناشی از نبود فرهنگ‌سازی کافی، عدم وجود مشوق‌های مناسب، یا ناآگاهی از اهمیت اقدامات پیشگیرانه باشد.

امتیاز میانگین رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر ($\mu=2/35$) است که باز هم به‌طور معناداری پایین‌تر از حد متوسط (۴) قرار دارد. این مرحله اهمیت زیادی دارد؛ زیرا بیشترین اثرات مخرب محیط زیستی، به‌طور معمول، در طول سفر اتفاق می‌افتد. براساس یافته‌ها، میزان تلاش خانواده‌ها برای جلوگیری از آسیب به منابع طبیعی بسیار پایین بوده است ($\mu=1/31$). میزان استفاده از کیسه زباله در خانواده‌ها ($\mu=2/26$) و میزان جمع‌آوری زباله‌های تولیدشده ($\mu=1/78$) پایین‌تر از حد انتظار است. میانگین استفاده از ظروف یک‌بار مصرف ($\mu=4/86$) نشان می‌دهد که گردشگران خانوادگی به‌طور گسترده از اقلام پلاستیکی غیر قابل بازیافت استفاده می‌کنند. رفتارهایی مانند روشن کردن آتش در مکان‌های نامناسب ($\mu=2/67$)، تمایل به چیدن گل‌ها و گیاهان بومی ($\mu=1/41$) و ورود به رودخانه‌ها و برکه‌ها برای تفریح ($\mu=4/97$) باعث آسیب جدی به اکوسیستم مقصد می‌شود. این موارد نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری محیط زیستی در سفرهای خانوادگی چندان نهادینه نشده است. علاوه بر این، استفاده کم از وسایل حمل‌ونقل پایدار و حمایت محدود از کسب‌وکارهای محلی نشان‌دهنده الگوی مصرف‌گرایانه و عدم توجه کافی به تأثیرات محیط زیستی و اجتماعی سفر است. طبق یافته‌های پرسش‌نامه، می‌توان نتیجه گرفت که عدم تلاش برای کاهش آسیب به طبیعت، نبود فرهنگ مدیریت زباله، استفاده بالا از ظروف یک‌بار مصرف، رفتارهای مداخله‌گرانه در محیط طبیعی، ویژگی‌های اصلی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی حین سفر به مقصد چنگانه رامسر بوده است. در کل، رفتارهای محیط زیستی گردشگران خانوادگی در طول سفر نیز کم‌تر از حد استاندارد بوده و تنها در برخی موارد (مانند خاموش کردن

آتش یا واکنش به شکار حیوانات) وضعیت به نسبت بهتری داشته است. این نشان می‌دهد که رفتارهای محیط زیستی بیشتر به صورت واکنشی و در شرایط خاص بروز می‌یابند؛ اما به عنوان یک الگوی کلی در رفتارهای گردشگران خانوادگی مشاهده نمی‌شوند.

امتیاز میانگین رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر ($\mu=2,39$) می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که تأثیرات سفر بر نگرش و رفتار محیط زیستی خانواده‌ها در حد قابل قبولی نیست. یکی از موارد مثبت، میزان بالای تمایل خانواده‌ها برای اطلاع‌رسانی درباره مشکلات محیط زیستی ($\mu=4/35$) بود که می‌تواند به عنوان فرصتی برای ترویج فرهنگ مسئولیت‌پذیری در نظر گرفته شود. پس از سفر، میزان تغییر در نگرش و رفتار روزمره خانواده‌ها برای حمایت از محیط زیست بسیار پایین بوده است ($\mu=1/65$). میزان تهییج خانواده‌ها برای پیوستن به گروه‌های محیط زیستی پس از سفر ($\mu=1/25$) بسیار پایین است. طبق یافته‌های پرسش نامه، می‌توان نتیجه گرفت که انتشار آگاهی درباره مشکلات محیط زیستی، عدم تغییر در سبک زندگی و عدم مشارکت در فعالیت‌های محیط زیستی، ویژگی‌های اصلی رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی پس از سفر به مقصد چندگانه رامسر بوده است. نتایج نشان داد که پس از سفر، تغییر قابل توجهی در نگرش و رفتار گردشگران خانوادگی نسبت به محیط زیست مشاهده نمی‌شود. هرچند برخی از پاسخ‌دهندگان اقدام به اطلاع‌رسانی درباره مشکلات زیست‌محیطی مقصد کرده‌اند، اما این رفتار به تعمیم تجربیات و تغییر نگرش پایدار منجر نشده است. همچنین، میزان تمایل به پیوستن به گروه‌های محیط زیستی بسیار پایین بوده و نشان‌دهنده عدم تداوم تعهدات زیست‌محیطی پس از سفر است.

علاوه بر این، یافته‌های این پژوهش نه تنها وضعیت رفتارهای محیط زیستی گردشگران خانوادگی را در رامسر را روشن می‌کند، بلکه اطلاعات گسترده‌ای برای مدیریت مقاصد چندگانه گردشگری را ارائه می‌دهد. مقاصد چندگانه مانند رامسر، به دلیل تنوع بالای

جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و تفریحی، تعداد زیادی از گردشگران را جذب می‌کنند و به همین دلیل، رفتارهای زیست‌محیطی گردشگران در این مناطق تأثیر مستقیمی بر پایداری محیط زیستی آن‌ها دارد. رفتارهای ثبت‌شده در این پژوهش، مانند استفاده بالای پلاستیک، عدم مدیریت پسماند و تخریب محیط زیست، در مقاصد چندگانه به دلیل حجم زیاد گردشگران، اثرات تشدیدشده‌ای ایجاد می‌کند. در مقاصدی مانند رامسر که شامل مناطق ساحلی، جنگلی و شهری است، اثرات منفی رفتارهای مخرب می‌تواند منجر به موارد زیر شود: آلودگی گسترده محیطی (افزایش زباله‌های پلاستیکی و پسماندهای تجزیه‌ناپذیر، مخصوصاً در مناطق طبیعی)؛ فرسایش و نابودی منابع طبیعی (تخریب پوشش گیاهی در جنگل‌ها و مراتع، آلودگی منابع آبی به دلیل ورود زباله) و کاهش ظرفیت تحمل محیطی (مقاصد چندگانه اغلب ظرفیت محدودی برای پذیرش گردشگران دارند؛ اما رفتارهای نامناسب باعث می‌شود فشار بیش از حدی به منابع وارد شود و این مناطق سریع‌تر از حد انتظار دچار آسیب شوند). علاوه بر اثرات زیست‌محیطی، رفتارهای گردشگران خانوادگی بر اقتصاد و جوامع محلی در مقاصد چندگانه نیز تأثیر دارد: کاهش جذابیت گردشگری پایدار (مقاصدی که با مشکلات محیط زیستی روبه‌رو می‌شوند، ممکن است در درازمدت جذابیت خود را برای گردشگران از دست بدهند و به کاهش درآمد گردشگری منجر شوند)؛ افزایش هزینه‌های مدیریت پسماند و حفظ منابع طبیعی (شهرداری‌ها و سازمان‌های مدیریت گردشگری باید هزینه‌های بیشتری برای پاک‌سازی و حفظ زیرساخت‌های زیست‌محیطی صرف کنند) و افزایش نارضایتی ساکنان محلی (تخریب محیط زیست، ازدحام بیش از حد و افزایش آلودگی می‌تواند باعث کاهش کیفیت زندگی ساکنان محلی شده و منجر به تعارض بین آن‌ها و گردشگران شود).

یافته‌های پژوهش نشان داد که رفتار محیط زیستی گردشگران خانوادگی در مقصد چندگانه گردشگری رامسر در تمامی مراحل سفر پایین‌تر از حد متوسط است. در مقاصد

چندگانه، رفتارهای ناپایدار محیط زیستی، فشار و اثر منفی مضاعفی بر بسترهای اقتصادی و اجتماعی وارد می‌کند. براساس گونه‌شناسی رفتار گردشگران خانوادگی (خانواده ناسازگار و ناپایدار (تخریب گران)؛ خانواده ناآگاه (رهگذاران)؛ خانواده بی تفاوت (منفعلان)؛ خانواده آگاه و فعال (پیش گامان) و خانواده الهام بخش و پیشرو (سفیران)، این خانواده‌ها عمدتاً در گروه «خانواده ناآگاه (رهگذاران)» قرار می‌گیرند. این یعنی، علی‌رغم اهمیت بالای گردشگری خانوادگی در اقتصاد و فرهنگ مقصد چندگانه گردشگری رامسر، توجه به پایداری محیط زیستی در این حوزه بسیار پایین است. خانواده‌های گردشگر آگاهی و انگیزه کافی برای سفرهای پایدار ندارند. این مسأله در مقاصد چندگانه می‌تواند باعث ورود تعداد زیادی از گردشگران بدون آمادگی و درک صحیح از حساسیت‌های محیطی این مناطق شود؛ پیش از سفر، خانواده‌ها تمایلی به برنامه‌ریزی محیط زیستی ندارند و آگاهی آن‌ها به رفتار تبدیل نمی‌شود؛ در طول سفر، مصرف بالای پلاستیک، مدیریت نادرست زباله و تخریب منابع طبیعی از مشکلات اصلی هستند و پس از سفر، رفتارهای پایدار در زندگی روزمره ادامه نمی‌یابند و تجربه سفر بر نگرش زیست‌محیطی گردشگران تأثیر کمی دارد. عدم تغییر نگرش و بی‌تفاوتی نسبت به اثرات محیط زیستی سفر نشان می‌دهد که آموزش‌های محیط زیستی موجود کافی نیستند. این موضوع در مقاصد چندگانه به معنای تکرار مشکلات محیط زیستی در طول زمان است.

براساس یافته‌ها، در مجموع می‌توان دو نتیجه گرفت: (۱) رفتارهای محیط زیستی گردشگران خانوادگی در مقصد چندگانه گردشگری رامسر نیازمند اصلاح و بهبود است. تأثیرات این رفتارها تنها محدود به تخریب محیط زیست نیست، بلکه اقتصاد، فرهنگ و ساختار اجتماعی این مقصد را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ (۲) ذی‌ربطان مدیریتی مقصد چندگانه گردشگری رامسر نیازمند تدوین راهبردهایی هستند که نه تنها رفتار گردشگران

را اصلاح کند، بلکه زیرساخت‌ها و سیاست‌های محلی را نیز در راستای حفظ منابع طبیعی و فرهنگی این مقاصد بهبود بخشد.

برای حفظ پایداری در مقصد چندگانه گردشگری رامسر، تغییر در رفتار گردشگران و ارتقای سیاست‌های مدیریتی ضروری است. این مقاصد به دلیل تنوع و گستردگی، با چالش‌های بیشتری در زمینه حفاظت از محیط زیست مواجه‌اند. بنابراین، پیشنهادات ارائه‌شده در این پژوهش می‌تواند به‌عنوان راهکاری برای بهبود وضعیت محیط زیستی در این مناطق مورد استفاده قرار گیرد. اگر اقدامات لازم در زمینه فرهنگ‌سازی، سیاست‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های پایدار انجام شود، مقاصد چندگانه گردشگری می‌توانند ضمن حفظ منابع طبیعی و فرهنگی خود، به نمونه‌های موفق از گردشگری پایدار تبدیل شوند؛ از این رو، توصیه‌های زیر پیشنهاد می‌شود: اقدامات آموزشی و فرهنگ‌سازی برای گردشگران خانوادگی (برگزاری کارگاه‌های محیط زیستی در مقاصد چندگانه؛ طراحی اپلیکیشن‌های تعاملی برای گردشگران برای اطلاع‌رسانی در مورد اثرات زیست‌محیطی سفر؛ ترویج گردشگری پایدار از طریق رسانه‌های اجتماعی)؛ بهبود زیرساخت‌های پایدار در رامسر (ایجاد ایستگاه‌های بازیافت و کاهش زباله در مناطق پرتردد گردشگری؛ توسعه حمل‌ونقل عمومی و پایدار (طراحی مسیرهای دوچرخه‌سواری و پیاده‌منظرگردی؛ کنترل تعداد گردشگران در مناطق حساس برای جلوگیری از تخریب محیط زیست)؛ سیاست‌گذاری‌های تشویقی و بازدارنده (اعمال قوانین سخت‌گیرانه برای مدیریت زباله و مصرف پلاستیک؛ ایجاد سیستم امتیازدهی برای گردشگران پایدار (ارائه تخفیف‌ها و پاداش‌ها به افرادی که اصول محیط زیستی را رعایت می‌کنند) و اجرای طرح‌های مشارکتی پاکسازی محیط برای درگیر کردن گردشگران در حفاظت از مناطق گردشگری). با توجه به شرایط انجام این پژوهش، مانند هر کار دیگر، خالی از محدودیت نبوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل خانواده‌هایی است که به رامسر سفر کرده‌اند و حداقل دو

فرزند ۸ تا ۱۵ ساله دارند. با توجه به این شرایط، دسترسی به این گروه خاص از گردشگران و جمع‌آوری داده‌ها با چالش‌هایی همراه بوده است. داده‌های این پژوهش از طریق پرسش نامه الکترونیکی گردآوری شده است. احتمال دارد برخی از شرکت‌کنندگان دقت کافی در پاسخ‌گویی نداشته باشند یا پاسخ‌های آن‌ها با سوءگیری همراه باشد. پژوهش حاضر تنها بر رفتار گردشگران خانوادگی در رامسر متمرکز شده است، بنابراین نتایج آن ممکن است به سایر مقاصد چندگانه گردشگری تعمیم‌پذیر نباشد. پژوهش عمدتاً بر رفتار محیط زیستی تمرکز داشته و عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی که ممکن است بر این رفتار تأثیر بگذارند، به صورت محدود بررسی شده‌اند. همچنین، از آنجاکه اطلاعات براساس گزارش‌های خوداظهاری گردآوری شده، ممکن است اختلافی بین رفتار واقعی و آن چه پاسخ‌دهندگان اظهار کرده‌اند، وجود داشته باشد.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسؤول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهام نویسندگان در پژوهش

سهام نویسندگان در نگارش مقاله به این صورت است: مصطفی محمدی (تبیین و نگارش مبانی، و تفسیر و نتیجه‌گیری) و سیدمحمد میرتقیان رودسری (جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، و تفسیر و نتیجه‌گیری).

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه‌ی افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- Aghayeeabianeh, B., & Talebi, M. (2020). Environmentalism in families. *Childhood*, 27(2), 271-277. <https://doi.org/10.1177/0907568220902222>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amoah, A., & Addoah, T. (2021). Does environmental knowledge drive pro-environmental behaviour in developing countries? Evidence from households in Ghana. *Environment. Development and Sustainability*, 23(2), 2719-2738. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10668-020-00698-x>
- Benner, M. (2020). Overcoming overtourism in Europe: Towards an institutional-behavioral research agenda. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 64(2), 74-87. <https://doi.org/10.1515/zfw-2019-0016>
- Berger, I. E., & Corbin, R. M. (1992). Perceived consumer effectiveness and faith in others as moderators of environmentally responsible behaviors. *Journal of Public Policy and Marketing*, 11(2), 79-89. <https://doi.org/10.1177/074391569201100208>
- Camargo, B. A., Iberri, L., Llano, R., & Lozano, M. (2021). New perspectives on family tourism: Motivations, travel behavior and experiences of single-parent families. In *TTRA Canada 2021 Conference*. Retrieved from [https://scholarworks.umass.edu/ttracanada_2021_conference/8]. (Access Date: 10 June. 2022).
- Cheng, T., Woon, D. K., & Lynes, J. K. (2011). The use of message framing in the promotion of environmentally sustainable behaviors. *Social Marketing Quarterly*, 17(2), 48-62. <https://doi.org/10.1080/15245004.2011.570859>
- Corral-Verdugo, V., Lucas, M. Y., Tapia-Fonllem, C., & Ortiz-Valdez, A. (2020). Situational factors driving climate change mitigation behaviors: The key role of pro-environmental family. *Environment, Development and Sustainability*, 22(8), 7269-7285. <https://doi.org/10.1007/s10668-019-00496-0>

- Cottrell, S. P., & Graefe, A. R. (1997). Testing a conceptual framework of responsible environmental behavior. *The Journal of Environmental Education*, 29(1), 17-27. <https://doi.org/10.1080/00958969709599103>
- Curtale, R. (2018). Analyzing children's impact on parents' tourist choices. *Young Consumers*, 19(2), 172-184. <http://dx.doi.org/10.1108/YC-07-2017-00715>
- Davari, D., Nosrati, S., & Kim, S. (Sam). (2024). Do cultural and individual values influence sustainable tourism and pro-environmental behavior? Focusing on Chinese millennials. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(4), 559–577. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2309180>
- Dolnicar, S., & Grün, B. (2009). Environmentally friendly behavior: can heterogeneity among individuals and contexts/environments be harvested for improved sustainable management?. *Environment and Behavior*, 41(5), 693-714. <https://doi.org/10.1177/0013916508319448>
- Dong, X., Liu, S., Li, H., Yang, Z., Liang, S., & Deng, N. (2020). Love of nature as a mediator between connectedness to nature and sustainable consumption behavior. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 242, p. 118451. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118451>
- Dunlap, R. E. (2008). The New Environmental Paradigm Scale: From Marginality to Worldwide Use. *The Journal of Environmental Education*, 40(1), 3–18. <https://doi.org/10.3200/JOEE.40.1.3-18>
- Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The “New Environmental Paradigm.” *The Journal of Environmental Education*, 9(4), 10–19. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>
- Fauzi, M. A., Han, H., Hanafiah, M. H., & Bakar, N. A. A. (2023). Pro-environmental behavior in tourism and hospitality: Science mapping of present and future trends. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(8), 712-727. <https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2293009>
- Fisher, C., Bashyal, S., & Bachman, B. (2012). Demographic impacts on environmentally friendly purchase behaviors. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 20, 172-184. <https://doi.org/10.1057/jt.2012.13>
- Gomes, S., Lopes, J. M. (2023). Insights for pro-sustainable tourist behavior: the role of sustainable destination information and pro-sustainable tourist habits. *Sustainability*, 5(11), 8856. <https://doi.org/10.3390/su15118856>
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22. <https://doi.org/10.1080/15022250510014255>

- Grazzini, L., Rodrigo, P., Aiello, G. & Viglia, G. (2018). Loss or gain? The role of message framing in hotel guests' recycling behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(11), 1944-1966. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1526294>
- Grønhøj, A., & Thøgersen, J. (2017). Why young people do things for the environment: The role of parenting for adolescents' motivation to engage in pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, No. 54, 11-19. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.09.005>
- Han, R., & Xu, J. (2020). A comparative study of the role of interpersonal communication, traditional media and social media in pro-environmental behavior: A China-based study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), p. 1883. <https://doi.org/10.3390/ijerph17061883>
- Hartig, T., Kaiser, F. G., & Bowler, P. A. (2001). Psychological restoration in nature as a positive motivation for ecological behavior. *Environment and Behavior*, 33(4), 590-607. <https://doi.org/10.1177/00139160121973142>
- Hedlund, T., Marell, A., & Gärling, T. (2011). The mediating effect of value orientation on the relationship between socio-demographic factors and environmental concern in Swedish tourists' vacation choices. *Journal of Ecotourism*, 11(1), 16-33. <https://doi.org/10.1080/14724049.2011.626859>
- Holbrook, M. B. (1986). Emotions in the consumption experience: Toward a new model of consumer behavior, In Peterson, R. A., Hoyer, W. D. & Wilson, W. R. (Eds), *The Role of Affect in Consumer Behavior: Emerging Theories and Applications* (pp. 17-52). Lexington Books.
- Holmes, M. R., Dodds, R., & Frochot, I. (2021). At Home or Abroad, Does Our Behavior Change? Examining How Everyday Behavior Influences Sustainable Travel Behavior and Tourist Clusters. *Journal of Travel Research*, 60(1), 102-116. <https://doi.org/10.1177/0047287519894070>
- Hu, A., Li, H., & Pang, J. (2023). A Tale of Two Identities: The Value, Attitude, and Behavior of Adult Children towards Family Tourism Experiences. *Sustainability*, 15(19), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su151914364>
- Jahanishakib, F. and Bakhshi, D. (2020). Regression analysis of environmental effective factors on tourists' behaviors in Birjand natural and cultural attractions. *Journal of Natural Environment*, 73(2), 271-283. <https://doi.org/10.22059/jne.2020.294199.1867> (In Persian)
- Jia, F., Yu, H. (2021). Action, communication, and engagement: how parents "ACE" Children's pro-environmental behaviors. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 74, 101575. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101575>

- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2017). Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. *Journal of cleaner production*, Vol. 166, 879-890. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.087>
- Kaiser, F. G., Ranney, M., Hartig, T., & Bowler, P. A. (1999). Ecological behavior, environmental attitude, and feelings of responsibility for the environment. *European Psychologist*, 4(2), 59-74. <http://dx.doi.org/10.1027//1016-9040.4.2.59>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Lange, F., & Dewitte, S. (2019). Measuring pro-environmental behavior: review and recommendations. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 63, 92-100. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.04.009>
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59-62. <https://doi.org/10.1177/002224296102500611>
- Lee, T. H., Jan, F. H., & Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, Vol. 36, 454-468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.012>
- Leger, M., & Pruneau, D. (2012). Changing family habits: A case study into climate change mitigation behavior in families. *International Electronic Journal of Environmental Education*, 2(2), 77-87. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iejeegreen/issue/7907/104064>
- Li, D., Xu, X., Chen, C. F., & Menassa, C. (2019). Understanding energy-saving behaviors in the American workplace: A unified theory of motivation, opportunity, and ability. *Energy Research & Social Science*, Vol. 51, 198-209. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.01.020>
- Liu, C., Hou, Y., Gu, R., & Cai, Y. (2025). A Dynamic Theoretical Model Based on Compensatory Ethics: How Religious Belief Shapes Tourists' Pro-Environmental Behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/10963480251313491>
- Liu, M., & Peng, X. (2023). Can the home experience in luxury hotels promote pro-environmental behavior among guests? *PLoS ONE*, 18(12), e0284981. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284981>
- Luo, W., Tang, P., Jiang, L., & Su, M. M. (2020). Influencing mechanism of tourist social responsibility awareness on environmentally responsible

- behavior. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 271, 122565. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122565>
- MacInnis, D. J., & Jaworski, B. J. (1989). Information processing from advertisements: Toward an integrative framework. *Journal of marketing*, 53(4), 1-23. <https://doi.org/10.2307/1251376>
- Mehrabian, A., and Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*, Cambridge: The MIT Press.
- Michie, D. A. (1986). Family travel behaviour and its implications for tourism management: An international study. *Tourism Management*, 7(1), 8-20. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90053-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90053-1)
- Mirtaghian Rudsari, S. M., Karoubi, M., Ghaderi, E., & Mohammadi, M. (2024). Perception of Family Tourism Concept Based on Binary Opposition. *Journal of Tourism Planning and Development*, 13(49), 7-27. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27228.3895> (In Persian)
- Mirtaghian Rudsari, S. M., Karoubi, M., Ghaderi, E., & Mohammadi, M. (2025). Model of Family Tourists' Behavior Formation: A Meta-Synthesis Approach. *Urban Tourism*, 12(1). [10.22059/jut.2025.389030.1260](https://doi.org/10.22059/jut.2025.389030.1260)
- Nichols, C. M., & Snepenger, D. J. (1988). Family decision making and tourism behavior and attitudes. *Journal of Travel Research*, 26(4), 2-6. <https://doi.org/10.1177/004728758802600401>
- Panwanitdumrong, K., & Chen, C. L. (2021). Investigating factors influencing tourists' environmentally responsible behavior with extended theory of planned behavior for coastal tourism in Thailand. *Marine Pollution Bulletin*, Vol. 169, 112507. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112507>
- Rasool, F., & Ogunbode, C. A. (2015). Socio-demographic differences in environmental concern and willingness to pay for addressing global climate change in Pakistan. *Asian Journal of Social Science*, 43(3), 273-298. <http://dx.doi.org/10.1163/15685314-04303004>
- 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. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_295.html?lang=en (In Persian)
- Salehi, S., Memar, R., & Bayad, A. (2016). A Sociological Explanation of Tourists' Environmental Behavior (Case Study: Forest Park of Noor City). *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(15), 107-127. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1189.html?lang=fa (In Persian)

- Schänzel, H. A. & Smith, K. A. (2014). The Socialization of Families Away from Home: Group Dynamics and Family Functioning on Holiday. *Leisure Sciences*, 36(2), 126-143. <https://doi.org/10.1080/01490400.2013.857624>
- Schänzel, H. A. & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141-147. <http://dx.doi.org/10.1108/JTF-12-2014-0006>
- Schänzel, H. A., Smith, K. A., & Weaver, A. (2005). Family holidays: a research review and application to New Zealand. *Annals of Leisure Research*, 8(2-3), 105-123. <https://doi.org/10.1080/11745398.2005.10600965>
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)
- Shaw, S. M., Havitz, M. E. & Delemere, F. M. (2008). I decided to invest in my kids' memories: family vacations, memories, and the social construction of the family. *Tourism Culture and Communication*, 8(1), 13-26. <http://dx.doi.org/10.3727/109830408783900361>
- Somani, S. (2019). How 'trashy' tourism threatens world-famous destinations. Retrieved from [<https://globalnews.ca/news/5434818/tourism-pollution-world-famous-destinations/>]. (Access Date: 09 Dec. 2024).
- Sorcaru, I. A., Muntean, M. C., Manea, L. D., & Nistor, R. (2024). From social norms to pro-environmental behavior: The role of destination social responsibility for families traveling with children. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 209, 123830. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123830>
- Statistical Center of Iran. (2022). Results of the national tourist survey 1400. Tehran: Presidency, National Planning and Budget Organization, Statistical Center of Iran. Retrieved from: [chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfdmadadm/https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1401/%D9%86%D8%B4%D8%B1%DB%8C%D9%87%20%DA%AF%D8%B1%D8%AF%D8%B4%DA%AF%D8%B1%D8%A7%D9%86%20%20%D9%85%D9%84%DB%8C1400_1.pdf?ver=TFbzASBrwKXn8CbvRiAs8w%3d%3d], date of access (Access Date: 09 Dec. 2024). (In Persian)
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human ecology review*, 6(2), 81-97. https://cedar.wvu.edu/hcop_facpubs/1/

- Tajfel, H. (1981). Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology, Cup Archive.
<https://archive.org/details/humangroupssocia0000tajf>
- Tang, H., Ma, Y., & Ren, J. (2022). Influencing factors and mechanism of tourists' pro-environmental behavior–Empirical analysis of the CAC-MOA integration model. *Frontiers in psychology*, Vol. 13, 1060404. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1060404>
- Tseng, Y. H., Ku, C. M., Huang, W. S., Huang, C. C., Wu, H. C., & Hsieh, C. M. (2024). Determinants of Forest Recreation Visitors' Environmentally Responsible Behavior: The Moderating Role of Family Structure. *Forests*, 15(11), 1-17. <http://dx.doi.org/10.3390/f15111840>
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*, U of MN Press.
- UNWTO – World Tourism Organization. (2008). 2008 international recommendations for tourism statistics. Madrid: UNWTO.
- Witek L, Kuźniar W. (2020). Green Purchase Behavior: The Effectiveness of Sociodemographic Variables for Explaining Green Purchases in Emerging Market. *Sustainability*, 13(1), 209. <https://doi.org/10.3390/su13010209>
- World Heritage Centre (WHC), UNESCO. (2007). tentative world heritage lists, The Cultural-Natural Landscape of Ramsar. Retrieved from: [<https://whc.unesco.org/en/tentativelists/5201/>] (Access Date: 09 Dec. 2024).
- Wu, M. Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 29, 166-175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.003>
- Wu, M-Y., & Wall, G. (2016). Chinese Research on Family Tourism: Review and Research Implications. *Journal of China Tourism Research*, 12(3-4), 274-290. <https://doi.org/10.1080/19388160.2016.1276873>
- Xu, F., Huang, L., & Whitmarsh, L. (2020). Home and away: cross-contextual consistency in tourists' pro-environmental behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1443-1459. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1741596>
- Yahya, W. K., Musa, N. D., & Hashim, H. N. (2015). Environmentally Friendly Consumer Behavior: Comparison Between Consumers Married with Children and Married with No Children. In *Proceedings of the 2nd CHREST International Conference: Transforming Human Capital for Global Competitiveness*, Putrajaya, Malaysia, 10–11 June 2015. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/280918674_Environmentally_Frie

ndly_Consumer_Behavior_Comparison_Between_Consumers_Married_wit
h_Children_and_Married_with_No_Children]. (Access Date: 09 Dec. 2024).
Zhang, Q., Sun, H., Peng, X., & Lin Q. (2023). Who behaves more pro-
environmental in the national parks: A comparison of the tourist and the hiker.
PLoS ONE 18(6), e0287227. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287227>
Zou, L. W., & Chan, R. Y. (2019). Why and when do consumers perform
green behaviors? An examination of regulatory focus and ethical ideology.
Journal of Business Research, Vol. 94, 113-127.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.006>

Evaluation and Typology of Family Tourists' Environmental Behavior on Trip to Multi-Tourism Destination

Mostafa Mohammadi^۱ *, Seyyed Mohammad Mirtaghian Rudsari^۲

Receive: 2025/02/13 Accept: 2025/04/15

Abstract

Family tourism, due to its collective nature, has significant environmental impacts on tourist destinations. Multi-tourism destination sites, such as Ramsar, face various environmental challenges stemming from the diversity of attractions and the high influx of tourists. This study aims to assess and classify the environmental behavior of family tourists visiting this destination. This research is descriptive and quantitative in nature. The statistical population consists of families with at least two children aged 8 to 15 who traveled to Ramsar in 2024. Using Cochran's formula, a sample size of 384 participants was determined. Data were collected through an electronic questionnaire and analyzed using statistical tests in SPSS software. The results indicate that family tourists exhibit below-average environmental behavior in all three stages of travel: pre-trip (2.26), during-trip (2.35), and post-trip (2.39) (on a scale where 4 represents the neutral midpoint). Furthermore, five distinct behavioral categories were identified: "incompatible and unsustainable families" (Destructors), "uninformed families" (Passersby), "passive families" (Indifferent), "aware and active families" (Pioneers), and "inspirational and proactive families" (Environmental Ambassadors). The majority of families fell into the "uninformed families (Passersby)" category, highlighting a lack of environmental awareness and engagement. Ensuring

¹ Associate Professor of Tourism Management, Department of Handicraft, Faculty of Art and Architecture, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

² Ph.D. Candidate in Tourism Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

sustainability in Ramsar's Multi-tourism destination ecosystem requires behavioral changes among tourists alongside enhanced management policies. The low levels of environmentally responsible behavior among families emphasize the need for educational initiatives, incentive programs, and improved sustainable infrastructure. Encouraging family participation in environmental activities, providing financial incentives, and raising public awareness can play a pivotal role in enhancing tourism sustainability. This study bridges a critical research gap in the field of family tourists' environmental behavior by introducing a novel classification model. Unlike previous studies that have primarily examined the determinants of environmental behavior, this research focuses on analyzing actual behaviors across the three key travel stages: pre-trip, during-trip, and post-trip. The proposed classification framework not only enriches theoretical discussions but also provides practical insights for policymakers and tourism planners to develop effective, sustainable management strategies for tourist destinations.

Keywords: Family Tourism, Tourists' Behavior, Family Tourists Environmental Behavior, Multi-Tourism Destination, Ramsar City.