




Effect of Hofstede Cultural Dimensions on Citizens' Satisfaction with Tourism Activities (Case study: Babolsar city)

- Fateme Gatbabaie Lehe**  M.A student of Tourism Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
- Nazanin Tabrizi**  * Associate Professor of Tourism Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
- Mahmoud Sharepour**  Professor of Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Abstract

The aim of this study was to investigate the relationship between the cultural values of Babolsar citizens and their satisfaction with tourism activities. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in methodological view. The sampling method of this research is simple randomization. The statistical population of the study is the citizens of Babolsar, of which 382 were selected using the Cochran's formula. The research questionnaire was developed from standard questionnaires related to Hofstede cultural dimensions and satisfaction with tourism. For the first time, the present study measured the relationship between Hofstede dimensions and citizen satisfaction. SPSS software was used to perform descriptive tests and Inferential statistics of the research were done by PLS software. The results showed that the cultural values of citizens have a significant relationship to their satisfaction with tourism activities and this relationship was observed in three components of the six studied dimensions, including individualism/ collectivism, long/short-term

* Corresponding Author: N.tabrizi@umz.ac.ir

How to Cite: Gatbabaie Lehe, F., Ttabrizi, N., Sharepour, M. (2022). Effect of Hofstede Cultural Dimensions on Citizens' Satisfaction with Tourism Activities (Case study: Babolsar city). *Tourism Management Studies*, 17(58), 9- 38. doi: 10.22054/tms.2022.66471.2685

orientation and indulgence/restraint. The city of Babolsar is a society with a cultural balance in the distribution of power, strong uncertainty avoidance, individualism, balance with a tendency towards feminism and a long-term and extremist orientation.

Introduction

Tourism is a global market in which the host and guest communities both have diverse cultures and interact with each other (Huang & Crotts, 2019). Cultural differences between communities can be seen as an attraction for deciding which tourist destination to choose. According to Hofstede's theory of cultural dimensions, the common cultural points of the people of a society can be achieved and based on this theory, the views and attitudes of the people of that society can be acquainted (Jung et al, 2017). On the other hand, cultural values are an essential part of the cultures of each region and affect other parts of it (Hassanzadeh, 1396). Further understanding of the culture of the host community and examining the dimensions and components affecting it can be effective in increasing the level of residents' satisfaction with tourism activities in a destination. The coastal city of Babolsar is one of the tourist areas of the country that has a long history of tourism and receives a large number of tourists every year (Khaksari et al, 1392). Therefore, the main question of the present study is what is the relationship between the cultural values of Babolsar citizens and their satisfaction with tourism activities?

Materials and Methods

The purpose of this study is to investigate the relationship between the cultural values of Babolsar citizens and their satisfaction with tourism activities. This research is descriptive-analytical in terms of practical purpose and the sampling method of this research is simple random and the statistical population of the study, the citizens of Babolsar, 382 people were selected as a sample through Cochran's formula.

Discussion and Results

The results showed: The cultural values of the citizens of Babolsar have a significant relationship with their satisfaction with tourism. Thus, among the 6 dimensions of Hofstede's cultural values studied in this study, 3 components: individualism/ collectivism, long-term/ short-term orientation and indulgence/ restraint have a significant relationship with citizens' satisfaction with tourism. The findings of the present study are consistent with the findings of Hassanzadeh (1397) who studied the effect of cultural values on the perceived quality of health tourism services and concluded that the cultural dimensions of Hofstede

have a positive and significant relationship with the perceived quality and the cultural values of tourists play a very important role in the quality of their perceived services of health tourism, but Findings from the present study with the findings of Radojevic et al (2019) who examined the hospitality culture of hotel staff in several countries studied based on two cultural aspects of Hofstede and concluded that the less individualism and extremism be, better service provided, does not match.

Conclusions

The results show that the cultural values of the citizens of Babolsar, which were measured by Hofstede theory of cultural dimensions, have a significant relationship with the level of citizens' satisfaction with tourism activities.

The culture of a society can also be examined by measuring its specific cultural values. In this study, the cultural values of the host community were measured according to Hofstede's theory of cultural dimensions. Based on the results obtained from the present study, the culture of Babolsar citizens can be interpreted as follows: The analysis of the research findings showed that Babolsar society is a society with a cultural balance in the distribution of power, avoiding strong uncertainty, individualistic, balanced with a tendency towards feminism, a tendency to long-term and extreme orientation.

The results of the research show that citizens have understood the positive and negative economic, environmental and social effects and to increase the level of satisfaction, the positive effects should be strengthened and the negative effects of tourism, which leads to a decrease in residents' satisfaction with tourism activities, should be more careful. Be. More attention to the welfare of residents, development of infrastructure, transportation and amenities and services, reduction of noise pollution and traffic control with better management and more detailed planning in the field of tourism, is effective in increasing residents' satisfaction with tourism activities. This issue has a significant impact on the lives of residents, especially during peak tourism times.

Keywords: Cultural values, Hofstede, Citizens' satisfaction, Tourism activities, Babolsar City.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



تأثیر ارزش‌های فرهنگی هافستد بر میزان رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری (مورد مطالعه: شهر بابلسر)

دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

فاطمه گت بابایی لَهه ID

دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

نازنین تبریزی * ID

استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

محمود شارع پور ID

چکیده

این پژوهش، باهدف بررسی ارتباط میان ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابلسر و رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری، صورت گرفته است. پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - تحلیلی است. روش نمونه‌گیری این پژوهش، تصادفی ساده می‌باشد. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، شهروندان بابلسری می‌باشند که از طریق فرمول کوکران، ۳۸۲ نفر از آن‌ها انتخاب شدند. پرسشنامه پژوهش، از پرسشنامه‌های استاندارد و مرتبط با ابعاد فرهنگی هافستد و رضایتمندی از گردشگری، تدوین شد. پژوهش حاضر برای اولین بار، ارتباط بین ابعاد هافستد و رضایت شهروندان را سنجید. برای انجام آزمون‌های بخش توصیفی از نرم‌افزار اسپاس و نیز آزمون‌های بخش استنباطی پژوهش، از نرم‌افزار پی‌ال‌اس، استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد: ارزش‌های فرهنگی شهروندان با رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری داشت، به صورتی که از میان ۶ بعد مورد بررسی، ۳ مؤلفه: فردگرایی / جمع‌گرایی، جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت و افراط / خویشتن‌داری رابطه معناداری با میزان رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری داشتند و همچنین شهر بابلسر، جامعه‌ای با تعادل فرهنگی در توزیع قدرت، اجتناب از عدم قطعیت قوی، فردگرا، متعادل با گرایش به سمت زن‌سالاری، جهت‌گیری بلندمدت و افراطی است.

کلیدواژه‌ها: ارزش‌های فرهنگی، هافستد، رضایتمندی شهروندان، فعالیت‌های گردشگری، شهر بابلسر.

مقدمه

فرهنگ را می‌توان یکی از شاخص‌های اساسی و حائز اهمیت در گردشگری نام برد؛ زیرا فرهنگ هر جامعه‌ای، الگوهای رفتاری متمایزی نسبت به جوامع دیگر، نشان می‌دهد و همین تفاوت‌های فرهنگی، زمینه‌ساز فعالیت‌های گردشگری می‌باشند (نصیری هنده خاله، ۱۳۹۹). به‌مرور زمان فعالیت‌های گردشگری، آثار فرهنگی و اجتماعی خود را در مقصد نشان می‌دهند. در پی این تأثیرگذاری، در درازمدت سبک زندگی ساکنان، دچار تغییرات اجتماعی - فرهنگی می‌شود (راجی، ۱۳۹۷). ارزش‌های فرهنگی، بخش اساسی فرهنگ‌های هر منطقه محسوب می‌شوند و بر سایر بخش‌های آن تأثیرگذار هستند (حسن‌زاده، ۱۳۹۶). لذا شناخت بیشتر فرهنگ جامعه میزبان و بررسی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر آن می‌تواند برافزایش میزان رضایتمندی ساکنان از فعالیت‌های گردشگری در یک مقصد، مؤثر باشد. شهر ساحلی بابلسر، از جمله مناطق گردشگر پذیر کشور است که سابقه طولانی در گردشگری دارد و همه‌ساله پذیرای شمار زیادی از گردشگران می‌باشد. وجود کرانه ساحلی دریای خزر، جاذبه‌های اجتماعی - فرهنگی، موقعیت تفریحی در کنار رودخانه بابل رود، سبب جذب بیش‌تر گردشگران به این شهر شده است (خاکساری و همکاران، ۱۳۹۲).

رضایت ساکنان از فعالیت‌های گردشگری، می‌تواند یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار در دستیابی به توسعه مقصد باشد (یزدان پناه و شکوهی، ۱۳۹۸). از آنجایی که در شهر بابلسر به علت حضور افراد و گردشگرانی با فرهنگ‌های مختلف، سبک زندگی ساکنان و فرهنگ آن‌ها دچار چالش‌های مختلفی شده است (آزاد ارمکی و همکاران، ۱۳۹۷)، بنابراین، لزوم توجه بیش‌تر به مقوله فرهنگی شهروندان بابلسری و ارتباط آن با میزان رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری، بیش‌ازپیش، احساس می‌شود. شهر بابلسر به علت دارا بودن آب‌وهوای مطلوب، کرانه ساحلی نسبتاً قابل توجه، موقعیت جغرافیایی مناسب، دسترسی راحت به بازار، تسهیلات تفریحی و گردشگری و همچنین نزدیک بودن به پایتخت کشور، به‌عنوان مقصدی شناخته‌شده برای گردشگران، به شمار می‌آید. در تمامی طول سال، ساکنان شهر بابلسر شاهد حضور گردشگرانی با فرهنگ‌های مختلفی هستند، بر همین اساس حضور پیوسته گردشگران در شهر، نیازمند برقراری ارتباطی مؤثر

و دوسویه بین گردشگران و ساکنان است که این امر، می‌تواند با آگاهی و شناخت بیشتر فرهنگ جوامع و آثار مثبت گردشگری در مقصد، به دست آید. لذا در این پژوهش، با بررسی ۶ بعد فرهنگی هافستد شامل: (فاصله قدرت، اجتناب از عدم قطعیت، فردگرایی / جمع گرایی، مردسالاری / زن‌سالاری، جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت و افراط / خویشتن‌داری)، به فرهنگ شهروندان بابل‌سری پرداخته می‌شود و سپس با سنجش میزان رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری در شهر خود، ارتباط میان این دو متغیر را بررسی نمود؛ بنابراین سؤال اساسی پژوهش حاضر این است که چه رابطه‌ای بین ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابل‌سر و میزان رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

مطالعاتی که تاکنون پیرامون موضوع در صنعت گردشگری انجام شده، نشان می‌دهد که پژوهشگرانی مانند هانگ و کراتز^۱ (۲۰۱۹) دریافتند که میان پنج بعد از ابعاد فرهنگی هافستد، یعنی: فاصله قدرت، فردگرایی / جمع‌گرایی، جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت، افراط / خویشتن‌داری و نیز اجتناب از عدم قطعیت و رضایت گردشگران، رابطه‌ی معناداری وجود دارد. رادوجویک و همکاران^۲ (۲۰۱۹) فرهنگ مهمان‌نوازی کارکنان هتل‌های کشورها را بر اساس دو بعد فرهنگی هافستد بررسی نموده و نشان دادند که هر چه میزان فردگرایی و افراط کمتر باشد، خدمات باکیفیت‌تری را ارائه می‌کنند.

ایکساومی^۳ (۲۰۱۶) در پژوهش کیفی خود، ارزش‌های فرهنگی هر دو جامعه را با مقایسه تطبیقی هر دو فرهنگ را سنجید و نشان داد که شباهت‌های فرهنگی میان دو جامعه بر میزان رضایتمندی تأثیرگذار است و از میان ۶ بعد فرهنگی هافستد، ۲ بعد فاصله قدرت و فردگرایی / جمع‌گرایی با میزان رضایتمندی گردشگران چینی، نیز رابطه معناداری دارد. باوفی و خونون^۴ (۲۰۱۶) در پژوهش خود دریافتند که میان ۳ بعد فردگرایی، اجتناب از عدم قطعیت و افراط / خویشتن‌داری، از ابعاد فرهنگی هافستد و رضایت محصولات

1 Huang and Crotts

2 Radojevic et al.

3 Xiaomei, H

4 Buafai and Khunon

گردشگری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما فاصله قدرت، مردسالاری و جهت‌گیری بلندمدت رابطه مثبت و معناداری با میزان رضایت محصولات گردشگری نداشته‌اند.

محمد پور و همکاران (۱۳۹۷) به تدوین مدل رضایتمندی جامعه میزبان از توسعه گردشگری پرداختند و نشان دادند که بعد اجتماعی، به‌طور مستقیم در میزان رضایت جامعه میزبان از توسعه گردشگری اثرگذار بوده و آثار اجتماعی و به‌تبع آثار مثبت درک شده ساکنان با افزایش تمایل آن‌ها برای مشارکت کردن در فعالیت‌های گردشگری محور، منجر به رضایت از گردشگری می‌گردد. حسن‌زاده (۱۳۹۷) در پژوهش خود نشان داد که ارزش‌های فرهنگی گردشگران نقش بسیار مهمی را در کیفیت خدمات ادراک‌شده آن‌ها از گردشگری سلامت ایفا می‌کند. رفیعی (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان داد که ابعاد شخصیتی برند، فردگرایی و همچنین اجتناب از عدم قطعیت، رابطه مثبت و معناداری بر هدف بازدید از مقاصد گردشگری دارد و گردشگران برای بازدید از مقاصد گردشگری، به تفاوت‌های بین فرهنگی میان دو جامعه اهمیت زیادی قائل هستند.

بررسی پژوهش‌های فوق‌نشان می‌دهد که تاکنون مطالعات محدودی پیرامون ابعاد فرهنگی هافستد در صنعت گردشگری انجام شده و اکثریت این مطالعات، به بررسی ارتباط میان ابعاد فرهنگی هافستد با رضایتمندی گردشگران پرداخته‌اند. با این وجود، تعداد مطالعات خارجی و به‌تبع آن به سنجش مؤلفه‌های جامع‌تر ابعاد فرهنگی هافستد در حیطه گردشگری بیشتر از مطالعات داخلی است. تاکنون چنین پژوهشی انجام نشده است، لذا در پژوهش حاضر برای اولین بار ارتباط میان ارزش‌های فرهنگی شهروندان و رضایتمندی آن‌ها از گردشگری را بر مبنای مؤلفه‌های ابعاد فرهنگی هافستد سنجیده می‌شود.

مبانی نظری

ارزش‌های فرهنگی

فرهنگ از دیدگاه هافستد عبارت است از: مجموعه‌ای از باورها و رفتارها که بین گروهی از مردم مشترک است (هافستد^۱، ۲۰۱۱؛ جانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۷؛ هالیکین و لاکانن^۳، ۲۰۱۸). ارزش‌های فرهنگی، یکی از عناصر مهم فرهنگ است که به کمک آن، می‌توان بروز اکثر پدیده‌ها را در فرهنگ‌های گوناگون تفسیر نمود (گل پرور و حیدریان، ۱۳۹۶). همچنین ارزش‌های فرهنگی هر جامعه را می‌توان مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و رفتارهای افراد با فرهنگ متفاوت تعریف نمود (نجاتی، ۱۳۹۳).

تئوری ابعاد فرهنگی هافستد: نظریه ابعاد فرهنگی هافستد می‌تواند در اکثر ملت‌ها با ترکیبی از گروه‌های قومی، مذهبی یا زبانی که دارای فرهنگ‌های متفاوتی هستند، بررسی شود (هانگ و کراتز، ۲۰۱۹). مدل هافستد، شامل ۶ بعد: فاصله قدرت، اجتناب از عدم قطعیت، فردگرایی / جمع‌گرایی، مردسالاری / زنسالاری، جهت‌گیری بلندمدت / جهت‌گیری کوتاه‌مدت و افراط / خویش‌داری می‌باشد (زاترمان و همکاران^۴، ۲۰۱۹). از آنجایی که سنجش همه‌ی ابعاد فرهنگی هافستد، می‌تواند تصویر جامع‌تری از فرهنگ جامعه میزبان ارائه دهد (هالیکین و لاکانن، ۲۰۱۸). به همین خاطر، در این پژوهش به بررسی همه ابعاد فرهنگی هافستد پرداخته می‌شود:

فاصله قدرت: به درجه‌ای از اختلافات طبقاتی که در جامعه پذیرفته می‌شود، اطلاق می‌گردد (هانگ و کراتز، ۲۰۱۹: ۲۳۹) و میزان پذیرش سلسله‌مراتب و توزیع نابرابر قدرت را در جامعه نشان می‌دهد (اسشوفر و همکاران^۵، ۲۰۱۹). این میزان از پذیرش، یک سری هنجارهای مشخص را در جامعه به وجود می‌آورد و زمانی که فاصله قدرت بیشتری قابل قبول باشد، هنجارهای فرهنگی به راحتی فاصله اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مقامات بالا با مقام پایین تر خود، قانونی به حساب می‌آید (گل پرور و حیدریان، ۱۳۹۶).

1 Hofstede, G

2 Jung et al.

3 Hallikainen and Laukkanen

4 Zotzmann et al

5 Schoefer et al

اجتناب از عدم قطعیت: جامعه با ویژگی اجتناب از عدم قطعیت، نمی‌تواند آینده را پیش‌بینی کند. جوامعی وجود دارند که فرهنگ هر یک از اعضای آن به گونه‌ای است که افراد در جایگاه‌های نامعلوم می‌ترسند (ورهامی و حامدی نسب، ۱۳۹۶). هرچه این میزان، در جامعه‌ای از سطح بالاتری برخوردار باشد، افراد جامعه از وقوع اتفاقات غیرقابل پیش‌بینی شده در آینده دچار ترس و اضطراب شده، اما زمانی که در سطوح پایین‌تری باشند، از اتفاقات آینده نمی‌ترسند و سازگاری بیشتری در مقابل تغییرات دارند (نژادشکوهی و دعایی، ۱۳۹۳).

فردگرایی / جمع‌گرایی: این بعد را می‌توان به میزانی که افراد به تنهایی و یا با عضو گروه بودن به فعالیت‌های خود ادامه می‌دهند، اطلاق نمود. در فرهنگ‌های جمع‌گرایانه، هر فرد خود را عضوی از یک یا چند گروه می‌داند که نمی‌تواند از آن گروه بیرون برود و به آن وفادار می‌ماند (حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۵). ولی در فرهنگ‌های فردگرایانه، فرد نظر شخصی خود را دارد و در طی انجام فعالیت‌های روزانه خود، آزادی عمل بیشتری داشته و می‌تواند روش‌های عملکردی خود را به کاربرد (رادوجویک و همکاران، ۲۰۱۹). مردسالاری در مقابل زن‌سالاری: مردسالاری نشان‌دهنده میزان تشویق افراد به رفتارهای سخت‌تر و قاطعانه‌ای است. برعکس، زن‌سالاری رفتار لطیف و پرورش‌دهنده را ترغیب می‌کند (اسشوفر و همکاران، ۲۰۱۹). این تفکر در جوامع مردسالار ویژگی‌های خاصی از جمله: ترجیح جامعه برای موفقیت، قهرمانی، قاطعیت، میزان رقابت زیاد و پاداش مادی برای موفقیت را نشان می‌دهد. درحالی‌که در جوامع زن‌سالار ویژگی‌هایی نظیر فروتنی، مراقبت از افراد ضعیف و کیفیت زندگی محسوس‌تر هستند (لیتینن و سووازا، ۲۰۱۶).

جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت: گرایش طولانی‌مدت افراد جامعه با ویژگی‌های فرهنگی مانند پس‌انداز، سازش‌پذیری و تلاش برای دستیابی به آینده‌ای بهتر مشخص می‌شوند. درحالی‌که زندگی در فرهنگ‌هایی با گرایش کوتاه‌مدت، متمرکز بر تمایل به ارضای فوری افراد و شانس است (آگدزو^۲، ۲۰۱۵). در جامعه‌ای که جهت‌گیری

1 Laitinen and Suvas

2 Agodzo, D

طولانی مدت وجود دارد، افراد جامعه تمایل بیشتری به تحمل شرایط نامعلوم دارند (ارگون و کیتاپسی^۱، ۲۰۱۷).

افراط / خویشتن داری: این بعد مربوط به لذت بردن از زندگی در مقابل خواسته های اساسی انسان می باشد (ال هالابی و همکاران^۲، ۲۰۱۷). از ویژگی های جامعه ای افراطی می توان اهمیت اوقات فراغت، یادآوری خاطرات مثبت، نظم و انضباط پایین، شادابی و خوشحالی نام برد (روجو و همکاران^۳، ۲۰۲۰).

رضایتمندی از فعالیت های گردشگری

از آنجایی که جامعه میزبان مستقیماً با گردشگران در ارتباط هستند، لزوم بررسی رضایتمندی آن ها ضروری است (ژانگ و همکاران^۴، ۲۰۲۰). ادراک ساکنان از آثار فعالیت های گردشگری می تواند در میزان رضایتمندی آن ها از فعالیت های گردشگری و میزان حمایت جامعه از توسعه گردشگری هر مقصد مؤثر باشد (گروسیا و همکاران^۵، ۲۰۲۰). همان گونه که ساکنان، یکی از ذینفعان مهم توسعه منطقه ای به شمار می آیند، رضایتمندی آنان برای دستیابی به موفقیت در پروژه های گردشگری محور و تحقق توسعه گردشگری در منطقه حائز اهمیت می باشد (کانوال و همکاران^۶، ۲۰۲۰). درک مطلوب ساکنان از آثار مثبت اقتصادی، فرهنگی، بهبود رفاه و منافع شخصی حاصل از توسعه گردشگری، می تواند منجر به رضایت ساکنان گردد (فکفیر وات انچارونسیل^۷، ۲۰۲۰).

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - تحلیلی هست که به روش پیمایشی انجام شده است. روش نمونه گیری، تصادفی ساده و جامعه ای آماری، شهروندان بابل سری بالای ۲۰ سال بوده اند. (انتخاب این بازه سنی به سبب افزایش کیفیت

1 Ergün and Kitapci

2 El-halaby et al

3 Rojo et al

4 Zhang et al

5 Gursoya et al

6 Kanwal et al

7 Fakfare and Wattanacharoensil

پاسخگویی، بررسی بهتر و دقیق‌تر ارزش‌های فرهنگی شهروندان و همچنین تجربه بیشتر آن‌ها از آثار فعالیت‌های گردشگری، مدنظر قرار گرفت. حجم نمونه‌ی آماری با استفاده از فرمول کوکران، با سطح خطای ۵ درصد، ۳۸۲ نفر برآورد گردید و تعداد ۳۴۲ نفر از شهروندان شهر بابلسر به‌صورت آنلاین به سؤالات پرسش‌نامه پاسخ دادند. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش حاضر، پرسشنامه‌ای برگرفته‌شده از پرسشنامه‌هایی در زمینه‌ی ابعاد فرهنگی هافستد و رضایت از گردشگری می‌باشد.

پرسشنامه این پژوهش، به ۳ بخش کلی:

الف) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سؤالات چندگزینه‌ای)

ب) ارزش‌های فرهنگی جامعه بابلسر (سؤالات به‌صورت طیف لیکرت شامل: فاصله قدرت ۵ سؤال، اجتناب از عدم قطعیت ۷ سؤال، فردگرایی/ جمع‌گرایی ۵ سؤال، مردسالاری/ زن‌سالاری، ۶ سؤال، جهت‌گیری بلندمدت/ کوتاه‌مدت ۵ سؤال و افراط/ خویش‌داری ۶ سؤال).

ج) رضایت شهروندان بابلسری از فعالیت‌های گردشگری (شامل ۱۶ سؤال به‌صورت طیف لیکرت)، تقسیم‌بندی شده است.

برای سنجش روایی همگرا از متوسط واریانس استخراج‌شده، روایی واگرا از آزمون فورنل لارکر، پایایی معرف‌ها، از ضرایب بارهای عاملی، سنجش پایایی سازه‌ها از دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. برای سنجش رابطه بین متغیرها و بررسی مدل مفهومی پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در ابتدا پس از جمع‌آوری داده‌ها، با ترسیم جدول فراوانی، وضعیت شهروندان شهر بابلسر از نظر: جنسیت، تأهل، سن، تحصیلات، شغل، درآمد و منطقه مسکونی تحلیل شد. برای انجام آزمون‌های بخش توصیفی از نرم‌افزار اسپاس‌اس و نیز آزمون‌های بخش استنباطی پژوهش، از نرم‌افزار پی‌اس‌اس، استفاده گردید. ابعاد و مؤلفه‌های موردنظر در مدل مفهومی پژوهش در جدول (۱) پرداخته می‌شود:

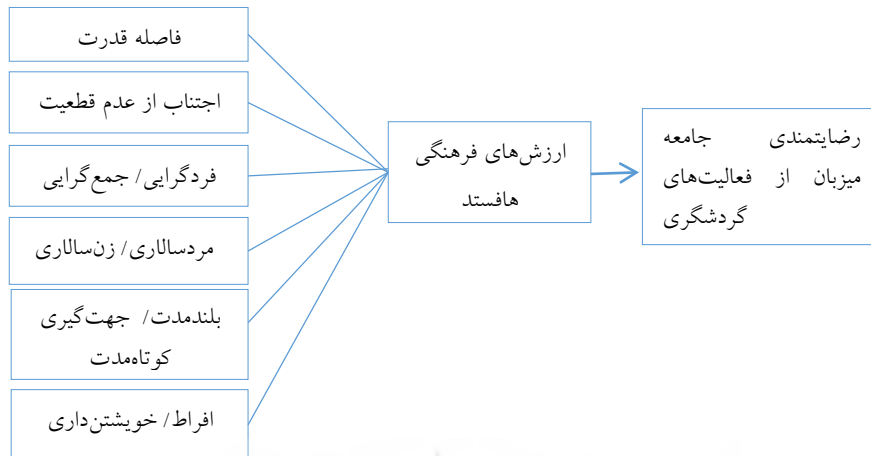
جدول ۱. ابعاد و مؤلفه‌های موردنظر در مدل مفهومی پژوهش

منبع متغیرها	منبع هر مؤلفه	مؤلفه	متغیر
ایکساومی (۲۰۱۶)؛ ارگون و کیتاپسی (۲۰۱۷)؛ مونیایی و همکاران (۲۰۱۸)؛ هافستد (۲۰۱۱)؛ و می‌سی‌ان همکاران (۲۰۱۴)؛ پارچینی پارچین (۱۳۹۶)؛ ناطقی فر (۱۳۹۵)؛ نوقابی (۱۳۹۴)	هافستد (۲۰۱۱)؛ مونیایی و همکاران (۲۰۱۸)؛ ناطقی فر (۱۳۹۵)	افراط/ خویشتن‌داری	ارزش‌های فرهنگی شهروندان
	مونیایی و همکاران (۲۰۱۸)؛ پارچینی پارچین (۱۳۹۶)؛ نوقابی (۱۳۹۴)	فردگرایی/ جمع‌گرایی	
	ارگون و کیتاپسی (۲۰۱۷)؛ ایکساومی (۲۰۱۶)	جهت‌گیری بلندمدت/ کوتاه‌مدت	
	مونیایی و همکاران (۲۰۱۸)؛ پارچینی پارچین (۱۳۹۶)	اجتناب از عدم قطعیت	
	نااطقی فر (۱۳۹۵)؛ می‌سی‌ان و همکاران (۲۰۱۴)	مردسالاری/ زن‌سالاری	
	هافستد (۲۰۱۱)؛ مونیایی و همکاران (۲۰۱۸)؛ ناطقی فر (۱۳۹۵)	فاصله قدرت	
	محمد پور و همکاران (۱۳۹۷)؛ احمدی و همکاران (۱۳۹۴)؛ محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶)؛ بهبودی (۱۳۹۵)؛ یزدان پناه و شکوهی (۱۳۹۸)؛ اید و (۲۰۱۵)؛ حسین ایلگوهاری (۲۰۱۵) و همکاران	رضایت رضایت	رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

-
- 1 Munyanyi et al
2 Mee Thien et al
3 Eid & El-Gohary
4 Hussain et al

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



منبع: برگرفته از مدل حافظه (۲۰۱۱)

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر با بررسی ویژگی‌های جمعیتی شناختی پرسشنامه پژوهش، نشان داد که از تعداد ۳۴۲ نفر از شهروندان بابل‌سری که به سؤالات پرسشنامه، پاسخ دادند ۵۴/۱ درصد زن و ۴۵/۹ درصد مرد بودند. ۷۲/۲ درصد متأهل و ۲۷/۸ درصد مجرد بودند. افراد بین ۲۰ تا ۲۹ سال با ۴۱/۲ درصد بیشترین فراوانی و افراد بالاتر از ۵۰ سال با ۷/۶ درصد کمترین درصد فراوانی را تشکیل دادند. پاسخ‌گویان لیسانس با ۴۶/۲ درصد بیشترین و دکتری با ۵/۳ درصد کمترین درصد را به خود اختصاص دادند. از نظر وضعیت شغل پاسخ‌دهندگان، ۲۸/۷ درصد شغل دولتی و ۲۹/۵ درصد شغل آزاد داشتند. بیشترین درصد پاسخ‌گویی درآمد، کمتر از ۴ میلیون با ۵۰/۶ درصد و کمترین درصد مربوط به درآمد بالاتر از ۱۰ میلیون تومان بود. منطقه مسکونی پاسخ‌دهندگان، خ ذوالفقاری ۷/۶، خ ولیعصر و چمران ۱۴/، بلوار بسیج ۱۰/۸، خ شریفی ۱۱/۴، خ بهشتی ۱۴/۹، خ پاسداران و بلوار علیزاده ۲۲/۲، خ امام ۱۲/ و شهروندان بابل‌سری‌ای که نام منطقه مسکونی خود را با جزئیات بیشتری ذکر نکردند، ۷ درصد فراوانی را به خود اختصاص دادند.

همچنین به منظور سنجش دقیق تر سطوح فرهنگی جامعه از دیدگاه هافستد، ۳ ملاک مشخص شده: الف) اگر میانگین اعداد به دست آمده از ۳ بزرگ تر باشد: فرهنگ جامعه دارای فاصله قدرت زیاد، اجتناب از عدم قطعیت شدید، فردگرا، مردسالار، گرایش به جهت گیری بلندمدت، افراطی؛ ب) اگر برابر ۳ باشد، یعنی: مؤلفه های مورد بررسی در تعادل فرهنگی قرار دارد؛ ج) اگر کمتر از ۳ باشد: جامعه ای با فرهنگ فاصله قدرت کم، اجتناب از عدم قطعیت ضعیف، جمع گرا، زن سالار، گرایش به جهت گیری کوتاه مدت و خویشتن دار می باشد (ایکساومی، ۲۰۱۶). در این پژوهش، برای بررسی فرهنگ جامعه میزبان، از میانگین سازه های پژوهش، استفاده شد که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

جدول ۲. آمار توصیفی میانگین نهایی سازه های پژوهش حاضر

سازه	فاصله قدرت	اجتناب از عدم قطعیت	فردگرایی / جمع گرایی	مردسالاری / زن سالاری	جهت گیری بلندمدت / کوتاه مدت	افراط / خویشتن داری
میانگین	۳/۰۰۷۰	۳/۸۸۹۷	۳/۴۹۸۲	۲/۶۷۳۰	۴/۰۹۷۷	۴/۰۶۲۴
انحراف معیار	۱/۰۷۱۲۸	۰/۷۰۹۳۸	۰/۹۳۵۸۰	۱/۰۳۴۳۸	۰/۶۳۱۶۶	۰/۶۶۸۰۲

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

در روش حداقل مربعات جزئی، برای سنجش پایایی معرف ها، از ضریب بار عاملی استفاده می شود. میزان بار عاملی معرف ها باید، بیش تر از ۰/۴ باشد. اگر بار عاملی هر سؤالی از این مقدار، کمتر باشد، یعنی برای سنجش متغیر پنهان خود، مناسب نیست و نمی تواند در پیش بینی کردن آن متغیر، تأثیری داشته باشد لذا باید آن سؤال را حذف کرد. ولی اگر سؤال با دیگر سؤالات پرسشنامه، روایی همگرایی زیادی داشته باشد، در این صورت، پژوهشگر مجاز به حذف آن نیست. ضرایب بارهای عاملی همه سؤالات بالاتر از ۰/۴ شدند، اما در سازه رضایت، یک سؤال که مربوط به تخریب محیط زیست است، ضریب بار عاملی آن ۰/۲۹ حاصل شد که با توجه به ماهیت سؤال که برای سنجش عوامل کاهش رضایتمندی بود، قابل چشم پوشی است. نتایج ضرایب بار عاملی به دست آمده، نشان می دهد که سؤالات از پایایی مناسبی برخوردار است. پایایی سازه ها، به وسیله آلفای کرونباخ و

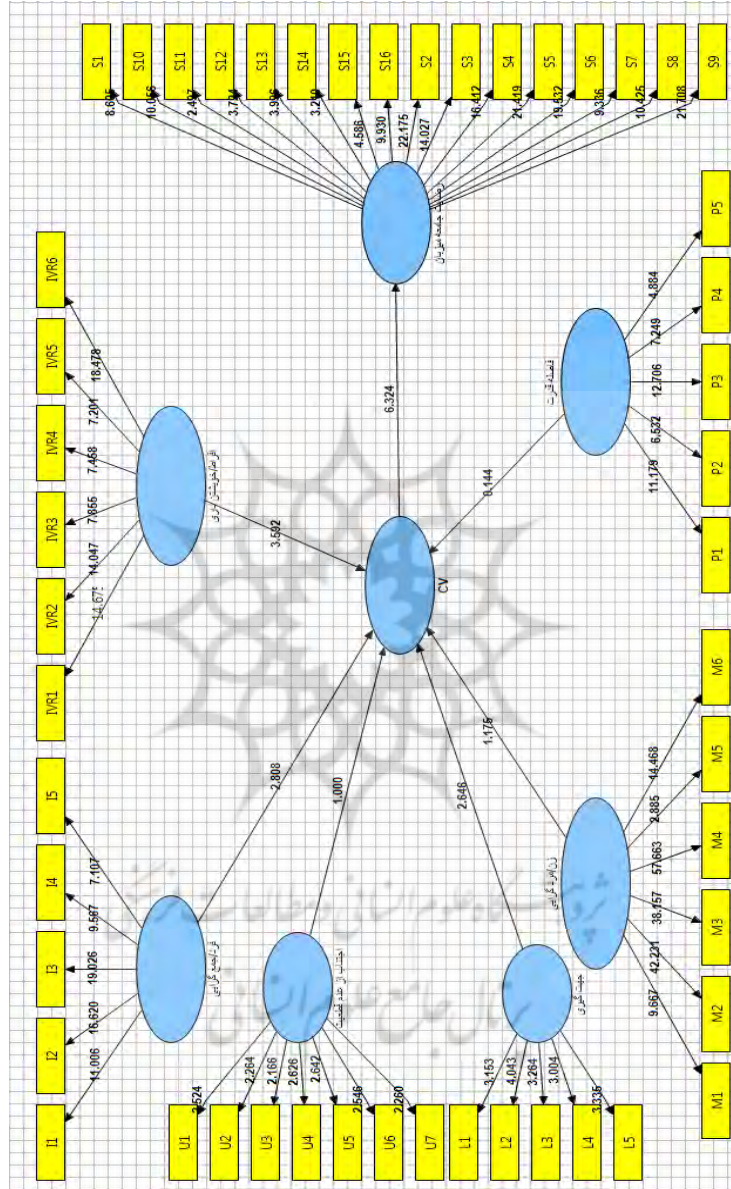
روش ترکیبی محاسبه شد. همچنین روایی همگرا، میزان همبستگی درونی و همسویی سوالات برای سنجش یک سازه را نشان می‌دهد و معیار آن ۰/۵ می‌باشد و مقادیر حاصله، روایی همگرای مناسب سازه‌ها را نشان می‌دهد و نتایج آن‌ها در جدول (۳) ارائه می‌شود.

جدول ۳. پایایی و روایی سازه‌ها

سازه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	متوسط واریانس استخراج شده
ارزش‌های فرهنگی هافستد	۰/۷۳۷۵۰۶	۰/۸۳۷۸۰۰	۰/۵۶۸۸۶۹
فاصله قدرت	۰/۸۶۹۸۹۲	۰/۹۰۴۸۴۹	۰/۶۵۷۴۲۰
اجتناب از عدم قطعیت	۰/۹۲۲۵۶۰	۰/۹۳۴۴۴۲	۰/۶۷۵۵۹۹
فردگرایی / جمع‌گرایی	۰/۸۰۲۶۷۶	۰/۸۶۶۵۹۳	۰/۵۶۱۸۶۹
مردسالاری / زنسالاری	۰/۸۶۶۲۳۹	۰/۹۰۴۸۴۹	۰/۶۲۳۰۳۵
جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت	۰/۷۶۴۱۶۸	۰/۸۳۸۱۲۸	۰/۵۱۰۸۷۰
افراط / خویشتن‌داری	۰/۸۱۵۹۳۹	۰/۸۶۳۳۱۴	۰/۵۲۲۴۶۲
رضایتمندی از گردشگری	۰/۹۲۲۵۶۰	۰/۹۲۱۳۹۷	۰/۴۳۹۲۹۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

نتایج ضرایب معناداری Z و ضرایب مسیر



منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

شکل ۱. مدل ترسیم‌شده فرضیه اصلی همراه با ضرایب معناداری^۱

1 Z (t-values)

برای آزمون فرضیه اصلی، ضریب معناداری بین متغیر ارزش‌های فرهنگی شهروندان و رضایت آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری، عدد ۶/۳۲۴ را نشان می‌دهد که این عدد، خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار گرفته و متغیر ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابلسر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، رابطه معناداری با میزان رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری دارد و خروجی ضریب مسیر بین این دو مؤلفه، ۰/۹۰۶. به دست آمد که نشان می‌دهد، متغیر ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابلسر به میزان ۹۰ درصد، تغییرات میزان رضایتمندی را تشریح می‌کند و بر این اساس، فرضیه اصلی این پژوهش، تأیید شد. آزمون فرضیه فرعی اول نشان داد که ضریب معناداری بین دو مؤلفه فاصله قدرت و رضایتمندی شهروندان (۱/۴۱۴) درون بازه $\pm 1/96$ قرار گرفت و نشان می‌دهد، مؤلفه فاصله قدرت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، رابطه معناداری با رضایت شهروندان ندارد، لذا این فرضیه رد شد. آزمون فرضیه فرعی دوم نشان داد که ضریب معناداری بین دو مؤلفه اجتناب از عدم قطعیت و رضایت شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری (۰/۳۳۳) داخل بازه $\pm 1/96$ بود و در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با رضایت شهروندان از فعالیت‌های گردشگری ندارد و این فرضیه نیز رد شد.

آزمون فرضیه فرعی سوم نشان داد که ضریب معناداری بین این دو مؤلفه فردگرایی/ جمع‌گرایی و رضایتمندی شهروندان (۲/۴۵۵) خارج از بازه $\pm 1/96$ بود و نشان داد که این مؤلفه در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با رضایت شهروندان دارد. ضریب مسیر آن نشان داد که این مؤلفه به میزان ۱۲/۳ درصد از تغییرات رضایت شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری را تشریح می‌کند. آزمون فرضیه فرعی چهارم نشان داد که ضریب معناداری بین دو مؤلفه مردسالاری/ زن‌سالاری و رضایت شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری (۰/۸۶۸) داخل بازه $\pm 1/96$ قرار گرفت و این مؤلفه در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با رضایت شهروندان از فعالیت‌های گردشگری ندارد و این فرضیه رد شد.

آزمون فرضیه فرعی پنجم نشان داد که ضریب معناداری بین دو مؤلفه جهت‌گیری بلندمدت/ کوتاه‌مدت و رضایتمندی شهروندان بابلسر (۲/۳۷۵) خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار گرفت و این مؤلفه در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با رضایت شهروندان از فعالیت‌های گردشگری دارد.

خروجی ضریب مسیر بین این دو مؤلفه نشان می‌دهد که جهت‌گیری بلندمدت/ کوتاه‌مدت به میزان ۱۹/۶ درصد از تغییرات رضایتمندی شهروندان بابلسر را تشریح می‌کند

لذا این فرضیه تأیید شد. در نهایت آزمون فرضیه فرعی ششم نشان داد که ضریب معناداری بین دو مؤلفه افراط در مقابل خویش‌داری و رضایت شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری (۳/۲۴۱) خارج از بازه $\pm 1/96$ می‌باشد و این مؤلفه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، رابطه معناداری با رضایت شهروندان بابلسر دارد. ضریب مسیر بین این دو مؤلفه نشان می‌دهد که این مؤلفه به میزان ۳۵/۱ درصد از تغییرات رضایتمندی شهروندان بابلسر را تشریح می‌کند که نشان از تأیید این فرضیه می‌دهد.

جدول ۴. خلاصه نتایج پژوهشی

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	ضریب معناداری	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی	میان ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابلسر و رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۹۰۶	۶/۳۲۴	تأیید
فرضیه فرعی اول	میان فاصله قدرت و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	-	۱/۴۱۴	رد
فرضیه فرعی دوم	میان اجتناب از عدم قطعیت و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	-	۰/۳۳۳	رد
فرضیه فرعی سوم	میان فردگرایی / جمع‌گرایی و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۱۲۳	۲/۴۵۵	تأیید
فرضیه فرعی چهارم	میان مردسالاری / زن‌سالاری و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	-	۰/۸۶۸	رد
فرضیه فرعی پنجم	میان جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۱۹۶	۲/۳۷۵	تأیید
فرضیه فرعی ششم	میان افراط / خویش‌داری و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۳۵۱	۳/۲۴۱	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری مقاصد، رضایتمندی ساکنان است، به صورتی که افزایش رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری، نیازمند فراهم نمودن بستری مناسب برای بهبود نگرش و ادراک آن‌ها از مزایا و پیامدهای مثبت گردشگری نسبت به معایب و پیامدهای منفی آن می‌باشد. با توجه به اینکه نگرش‌ها و دیدگاه‌های شهروندان بخشی از ارزش‌های فرهنگی هستند، شناخت دقیق‌تر نگرش ساکنان و آشنایی با فرهنگ آن‌ها بیش‌تر از گذشته، حس می‌شود. در این پژوهش از طریق سنجش ارزش‌های فرهنگی شهروندان بر مبنای تئوری ابعاد فرهنگی هافستد، با نگرش‌های فرهنگی شهروندان بابل‌سری آشنا شده و در نتیجه ارتباط میان فرهنگ آن‌ها و میزان رضایتمندی از فعالیت‌های گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رضایت شهروندان بابل‌سری از فعالیت‌های گردشگری در سطح متوسط قرار داشته و میان فرهنگ و رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری، رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌های حاصل از فرضیه حاضر با یافته‌های حاصل از پژوهش حسین و همکاران (۲۰۱۵) و پژوهش حسن‌زاده (۱۳۹۷) مطابقت دارد. لذا مسئولین گردشگری از طریق توجه بیشتر به دیدگاه و نگرش شهروندان و شناسایی مشکلات موجود در سطح شهر از جمله: فضاهای شهری، امکانات رفاهی و غیره می‌توانند سطوح بالاتری از حمایت ساکنان را در انجام هر چه بهتر فعالیت‌های گردشگری جلب نمایند و تمایل ساکنان به سرمایه‌گذاری در این صنعت، مشارکت و تعهد اجتماعی آن‌ها را بهبود داد و در نتیجه میزان رضایتمندی آن‌ها افزایش یابد.

یکی دیگر از نتایج پژوهش عدم ارتباط بین فاصله قدرت و رضایتمندی شهروندان بابل‌سری می‌باشد که با یافته‌های پژوهش باوفی و خونون (۲۰۱۶) مطابقت داشته و با نتایج پژوهش هانگ و کراتز (۲۰۱۹) مطابقت ندارد. یکی از علل اصلی نبود این ارتباط را می‌توان گسترش بی‌رویه سرمایه‌گذاری‌های افراد غیربومی در شهر بابل‌سری به خصوص در نواحی ساحلی این شهر دانست. مطالعات نشان می‌دهد جامعه بابل‌سری، جامعه‌ای با تعادل فرهنگی در توزیع قدرت است و شهروندان بابل‌سری به مشارکت در پروژه‌ها و طرح‌های گردشگری تمایل دارند و علاقه‌مند هستند که قدرت و منافع به صورت متعادل میان افراد جامعه تقسیم شود که با توجه بیش‌تر به مشارکت افراد بومی و نیز استفاده از نیروی کار متخصص بومی در بخش‌های مدیریتی پروژه‌های گردشگری محور می‌تواند در درازمدت، دیدگاه ساکنان

نسبت به رضایتمندی از فعالیت‌های گردشگری را تغییر دهد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که بین مؤلفه اجتناب از عدم قطعیت و رضایت شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد.

یافته‌های فرضیه پژوهش حاضر با یافته‌های نتایج پژوهش ایکساومی (۲۰۱۶) مطابقت داشته و با نتایج پژوهش باوفی و خونون (۲۰۱۶) همخوانی ندارد. علت نبود ارتباط بین این دو مؤلفه را می‌توان ناشی از حضور حجم انبوه گردشگران در شهر به‌خصوص در زمان‌های اوج گردشگری دانست که باعث ایجاد هنجارشکنی‌های متعددی شده و در ادراک ساکنان از آثار منفی فعالیت‌های گردشگری اثرگذار است. به‌منظور بهبود شرایط موجود باید وضعیتی را فراهم نمود تا شهروندان بابلسری، بتوانند با اضطراب کمتری در برخورد با گردشگران رفتار کنند و نگرش مثبتی نسبت به حضور گردشگران در شهر خود پیدا کنند که می‌توان با آگاه‌سازی جامعه محلی از تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و متقابلاً احترام بیش‌تر گردشگران به ارزش‌های فرهنگی شهروندان بابلسری تا حدودی منجر به تغییر نگرش ساکنان نسبت به رفتارهای گردشگران شد. از سوی دیگر یافته‌های پژوهش نشان داد که جامعه بابلسر جامعه‌ای فردگرا بوده و بین مؤلفه فردگرایی و رضایتمندی از گردشگری ارتباط معناداری وجود دارد.

این یافته‌ی پژوهش با پژوهش رادوجویک و همکاران (۲۰۱۹) هم‌راستا نبوده ولی با یافته‌های پژوهش باوفی و خونون (۲۰۱۶) همخوانی دارد. علت این ارتباط را می‌توان در منافع متعدد اقتصادی گردشگری برای ساکنان دانست. از جمله: این منافع می‌تواند به افزایش و تنوع اشتغال، بهبود درآمد، رونق بازارهای محلی در جهت افزایش رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری مؤثر می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که جامعه بابلسر، جامعه‌ای متعادل با گرایش به سمت زن‌سالاری هست لذا این مؤلفه در شهر بابلسر، نتوانست ارتباط معناداری با رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری نشان دهد.

یافته‌های حاصل از این فرضیه یافته‌های پژوهش باوفی و خونون (۲۰۱۶) مطابقت داشته و با پژوهش حسن‌زاده (۱۳۹۷) همخوانی ندارد. علت نبود این ارتباط می‌تواند پررنگ شدن نقش زنان با حضور بیش‌تر در فعالیت‌های گردشگری محور دانست که به‌نوبه خود در تقویت فرهنگ زن‌سالاری نیز مؤثر بوده است. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که بین دو مؤلفه جهت‌گیری بلندمدت/ کوتاه‌مدت و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های

گردشگری رابطه معناداری وجود دارد و جامعه بابلسر، جامعه‌ای با گرایش زیاد به جهت‌گیری بلندمدت است.

یافته‌های حاصل از این فرضیه با یافته‌های پژوهش هانگ و کراتز (۲۰۱۹) همخوانی داشته و با یافته‌های پژوهش باوفی و خونون (۲۰۱۶) مطابقت ندارد. می‌توان علت این ارتباط را تجربه ساکنان از پیشرفت شهر بابلسر به علت ورود گردشگر دانست که منجر به ایجاد آینده‌نگری در بین شهروندان برای تصمیم‌گیری در مسائل اقتصادی اجتماعی شده است به‌عنوان مثال: تمایل بیشتر آن‌ها به سرمایه‌گذاری در هتل‌ها، اشکال مختلف اقامتگاه‌ها، رستوران‌های گوناگون و انواع دیگر ساخت‌وسازهای تجاری و مسکونی از جمله این آینده‌نگری هستند. لذا ساکنان شهر بابلسر تقریباً به درک مثبتی از منافع و مزایای به‌دست‌آمده فعالیت‌های گردشگری در کنار پیامدها و آثار منفی آن دست‌یافته‌اند که باعث افزایش رضایتمندی آن‌ها از فعالیت‌های گردشگری در شهر بابلسر شده است. نتایج پژوهش نشان داد که جامعه بابلسر، جامعه‌ای افراطی (منظور در تقابل با خویشتن‌داری) می‌باشد و ارتباط معناداری بین این مؤلفه و رضایتمندی شهروندان بابلسر از فعالیت‌های گردشگری وجود دارد.

یافته‌های حاصل از این فرضیه با پژوهش ایکساومی (۲۰۱۶) هم‌راستا نبوده و با یافته‌های پژوهش هانگ و کراتز (۲۰۱۹) همخوانی دارد. علت وجود این ارتباط را می‌توان در دیدگاه شهروندان بابلسری نسبت به جایگاه لذت، سرگرمی، ورزش و به‌طور کلی گذران اوقات فراغت در زندگی خود دانست و از آنجایی که این بعد یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار بر پذیرش گردشگری و فعالیت‌های مربوط به آن می‌باشد، باعث افزایش رضایتمندی ساکنان از فعالیت‌های گردشگری در شهر بابلسر شده است.

پژوهشگران در انجام این پژوهش با محدودیت‌های زیر مواجه بوده‌اند:

۱. به علت جدید بودن موضوع پژوهش و مطالعات اندک صورت گرفته در این زمینه، پژوهشگران در تدوین پیشینه‌ی داخلی و خارجی مرتبط با متغیرهای موردبررسی، با دشواری مواجه شده‌اند.
۲. درزمینه‌ی گردآوری داده‌های میدانی، به سبب شرایط کرونایی، پرسشنامه به‌صورت آنلاین، توزیع و جمع‌آوری شد. در صورتی که حضور در شهر و ارتباط چهره به چهره با ساکنان می‌توانست اطلاعات کامل و جامع‌تری را در اختیار پژوهشگران قرار دهد.
۳. به علت کم‌توجهی مسئولان گردشگری به مطالعات و برنامه‌ریزی علمی گردشگری در

شهر بابلسر، اطلاعات مستند و معتبر اندکی در این باره وجود دارد که در شناخت ابعاد مختلف منطقه مورد مطالعه و جاذبه‌های آن مشکلاتی را به وجود آورده است. در نهایت پیشنهادهایی جهت انجام پژوهش‌های بعدی ارائه می‌گردد: ۱. سایر پژوهشگران می‌توانند با مقایسه تطبیقی، عنوان فعلی پژوهش را به صورت هم‌زمان در چند شهر مختلف اجرا نمایند و یافته‌های خودشان را با یکدیگر مقایسه و به ارائه یک الگوی کلی و جامع بپردازند. ۲. پژوهشگران می‌توانند تأثیر فرهنگ بومی بر میزان رضایت گردشگران را با استفاده از مدل‌های فرهنگی دیگر، موردسنجش قرار دهند.

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

ORCID

Fateme Gatbabei Lehe  <https://orcid.org/0000-0001-7375-3992>
Nazanin Tabrizi  <https://orcid.org/0000-0002-9367-704X>
Mahmoud Sharepour  <https://orcid.org/0000-0002-1969-9419>

منابع

- آزاد ارمکی، تقی، شارع پور، محمود و صدیقی کسمایی، مینو. (۱۳۹۷). تحولات فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر تغییرات شهری در بابلسر در دوره پهلوی اول. *نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره ۱۹، شماره ۴۴، ۴۹ - ۷۰.
- احمدی، علیرضا، آجیلی، عبدالعظیم، فروزانی، معصومه و یزدان پناه، مسعود (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر رضایتمندی و حمایت ساکنان مناطق روستایی از گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان‌های مسجد سلیمان، اندیکا و لالی). *دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، سال سوم، شماره ششم، ۶۱ - ۸۶.
- بهبودی عیسی لو، سولماز. (۱۳۹۵). *سنجش رابطه ارزش درک شده مقصد زیارتی با رضایت گردشگر خارجی مسلمان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- پارچینی پارچین، صدیقه السادات. (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر نگرش برند، هویت برند، ارزش ویژه برند و قصد خرید*. مورد مطالعه لوازم بهداشتی در شهر کرج. پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی بین‌الملل، دانشگاه تربیت مدرس.

- حسن‌زاده، رضا. (۱۳۹۷). تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر کیفیت ادراک شده خدمات گردشگری سلامت (مطالعه موردی: شهر سرعین). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، مؤسسه آموزش عالی نوین اردبیل.
- حسن‌زاده، سمانه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی مصرف‌کنندگان بر ابعاد مزیت رقابتی پایدار (مطالعه موردی: مشتریان و مصرف‌کنندگان برندهای داخلی پوشاک در شهر تهران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی داخلی، دانشگاه ارومیه، دانشکده اقتصاد و مدیریت.
- حسین‌زاده، علی حسین، نبوی، سید عبدالحسین و فاضلی پور، سیده منا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی، شایسته‌سالاری و جامعه‌پذیری سازمانی بر اخلاق کار (مورد مطالعه کارمندان دانشگاه شهید چمران اهواز). مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۷(۳)، ۷۸-۱۰۸.
- خاکساری، علی، ابراهیم نیا سماکوش، سعید، دامادی، محمد و معزز، وحید. (۱۳۹۲). ارزیابی تأثیرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، ۱۲۶-۱۴۷.
- راجی، سامان. (۱۳۹۷). مقایسه تطبیقی فرهنگ ملی کشورهای مختلف دنیا از منظر مدل فرهنگی شش بعدی هافستد. پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، ۱-۲۰.
- رفیعی، فرزانه. (۱۳۹۵). بررسی اثر تفاوت‌های فرهنگی بر هدف بازدید از مقاصد گردشگری از طریق متغیر میانجی ادراکات شخصیت برند. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور، مرکز کرج.
- گل پرور، محسن و حیدریان، سعید. (۱۳۹۶). نقش تعدیل‌کننده ارزش‌های فرهنگی در رابطه عدالت با رفتارهای انحرافی. راهبرد فرهنگ، دوره ۱۰، شماره ۴۰، ۱۸۱-۲۱۰.
- محمد پور، نسیم، رجب‌زاده قطری، علی، آذر، عادل و ضرغام بروجنی، حمید. (۱۳۹۷). تدوین مدل رضایتمندی جامعه میزبان از توسعه گردشگری (مورد مطالعه: ساکنان شهر لاهیجان). گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۱، ۱۲۷-۱۴۱.
- محمد زاده، پرویز، پناهی، حسین و صمدزاد، سعیده. (۱۳۹۶). تبیین عوامل مؤثر بر سطح حمایت ساکنان شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تأکید بر ابعاد اجتماعی- فرهنگی). فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ششم، شماره ۱۰، ۶۳-۷۷.
- ناطق فر، جمیله. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت تسهیم دانش بین مجموعه کارکنان کتابخانه‌های دانشگاه علامه طباطبائی بر اساس مؤلفه فرهنگی هافستد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.

نجاتی، وحید. (۱۳۹۳). طراحی معماهای اجتماعی - شناختی برای سنجش ارزش‌های فرهنگی و بررسی روایی آن. فصلنامه پژوهشات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱، ۵۱-۶۸. نژادشکوهی، فاطمه و دعایی، حبیب‌الله. (۱۳۹۳). تأثیر ابعاد فرهنگ هافستد بر اعتماد مشتری در خرید اینترنتی با میانجی‌گری ادراک مشتری از شرکت. مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۱، ۱۰۵-۱۲۳.

نصیری هنده خاله، اسماعیل. (۱۳۹۹). تأثیر کیفیت رفتار جامعه میزبان بر رضایت وفاداری گردشگران مطالعه موردی: مجتمع تفریحی بام سبز شهر لاهیجان. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۲، ۱۱۳-۱۲۶.

نوقابی، مهدی. (۱۳۹۴). واکاوی رابطه‌های ابعاد فرهنگی هافستد و توسعه اقتصادی (شاخص‌های اشتغال، درآمد، سرمایه‌گذاری و شاخص‌های زندگی مردم) ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علم توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی.

ورهامی، ویدا و حامدی نسب، مریم. (۱۳۹۶). تأثیر فرهنگ بر رشد اقتصادی و گردشگری. فصلنامه میراث و گردشگری، دوره ۲، شماره ۵، ۱۳۹-۱۶۶.

یزدان پناه، مسعود و شکوهی، مهدی. (۱۳۹۸). بررسی آثار گردشگری بر رضایت ساکنان محلی با کاربرد نظریه‌ی سرریز پایین به بالا؛ نمونه‌ی موردی: منطقه‌ی کمردوغ. برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، دوره ۹، شماره ۲، ۳۸-۲.

References

- Agodzo, D. (2015). Six Approaches to Understanding National Cultures: Hofstede's Cultural Dimensions. *Intercultural Communication (COM)*. 1-11.
- Ahmadi, A, Ajili, A., Forouzani, M., & Yazdanpanah, M. (2015). Factors affecting the satisfaction and support of rural residents of tourism (Case study: Masjed Soleiman, Indika and Lali counties). *Bi-Quarterly Journal of Social Tourism Studies*, Third Year, No. 6, 61-86. [In Persian].
- Azad Armaki, T., Sharipour, M., & Sedighi Kasmaei, M. (2018). Cultural and economic developments affecting urban change in Babolsar in the first Pahlavi period. *Journal of Cultural Studies and Communication*, Volume 19, Number 44, 49-70. [In Persian].
- Behboudy Isa Lu, S. (2016). *Assessing the relationship between the perceived value of a pilgrimage destination and the satisfaction of a Muslim foreign tourist*. Master Thesis, Allameh Tabatabai University, Faculty of Management and Accounting. [In Persian].

- Buafai, Th., Khunon, S. (2016). Relationship between Hofstede's Cultural dimensions and tourism product satisfaction. *World Academy of Science, Engineering and technology International Journal of Economics and Management Engineering*, 10 (8), 2994-2998. Doi: 5281/10/zenodo.1126533.
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). Muslim tourist perceived value in the hospitality and tourism industry. *Journal of Travel Research*, 54(6), 774-787.
- El-Halaby, S., Hussainey, K., & Al-Maghzom, A. (2017). Multi-Disclosures in the Context of National Cultures: Evidence from Islamic Banks. *Advances in Accounting Behavioral Research*, Vol 20, 117-157. Doi: 1108/10/s1475-148820170000020005.
- Ergün, G. & Kitapci, O. (2017). The impact of cultural dimensions on customer complaint behaviors: an exploratory study in Antalya/Manavgat tourism region. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 59-79. Doi: org/1108/10/IJCTHR-01-2017-0010.
- Fakfare, P. and Wattanacharoensil, W. (2020). Impacts of community market development on the residents' well-being and satisfaction. *Tourism Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. Doi :org/10.1108/TR-02-2020-007.
- Golparvar, M., & Heidarian, S. (2017). The moderating role of cultural values in relation to justice with deviant behaviors. *Culture Strategy*, Volume 10, Number 40, 181 - 210. [In Persian].
- Gursoya, D., Bogan, E., Dedeogl, B., Caliskan, C. (2020). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 117-128. Doi: <https://sci-hub.do/1016/10/j.jhtm.10/2020.007>.
- Hallikainen, H., & Laukkanen, T. (2018). National culture and consumer trust in e-commerce. *International Journal of Information Management*, 38(1), 97-106. Doi: 1016/10/j.ijinfomgt.07/2017.002.
- Hassanzadeh, R. (2018). The effect of cultural values on the perceived quality of health tourism services (Case study: Sarein city). Master Thesis in Business Management, Marketing Orientation, Ardabil Institute of Higher Education. [In Persian].
- Hassanzadeh, S. (2017). *Investigating the effect of consumers' cultural values on the dimensions of sustainable competitive advantage (Case study: Customers and consumers of domestic clothing brands in Tehran)*. Master

- Thesis in Business Management, Internal Business Orientation, Urmia University, Faculty of Economics and Management. [In Persian].
- Hofstede, Geert. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, International Association for Cross Cultural Psychology, 2(1), 1–26. Doi: org/9707/10/2307-1014/0919.
- Hosseinzadeh, A., Nabavi, A., & Fazelipour, M. (2016). Investigating the effect of cultural values, meritocracy and organizational sociability on work ethic (case study of employees of Shahid Chamran University of Ahvaz). *Iranian Journal of Sociology*, 17 (3), 78-108. [In Persian].
- Huang, S., & Crofts, J. (2019). Relationships between Hofstede's cultural dimensions and tourist satisfaction: A cross-country cross-sample examination. *Tourism Management*, 72, 232–241. Doi: 1016/10/j.tourman.12/2018.001.
- Hussain, K., Ali, F., Ragavan, N. A., & Manhas, P. S. (2015). Sustainable tourism and resulting resident satisfaction at Jammu and Kashmir, India. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 486–499. Doi: 1108/10/whatt-06-2015-0024.
- Jung, T. H., Lee, H., Chung, N., & Dieck, M. C. (2017). Cross-cultural differences in adopting mobile augmented reality at cultural heritage tourism sites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1621–1645. Doi: 1108/10/ijchm-02-2017-0084.
- Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Pitafi, A., & Ren, M. (2020). Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 77, 104014, 1–10. Doi: 1016/10/j.tourman.104014/2019.
- Khaksari, A., Ebrahimnia Samakoush, S., Damadi, M., & Moazzez, V. (2013). Assessing the socio-cultural effects of urban tourism on the way of life of the people of Babolsar. *Tourism Planning and Development*, Second Year, No. 7, 126-147. [In Persian].
- Laitinen, E., Suvas, A. (2016). Financial distress prediction in an international context: Moderating effects of Hofstede's original cultural dimensions. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. Doi: http://dx.Doi.org/1016/10/j.jbef.11/2015.003.
- Mee Thien, L., Thurasamy, R., Abd Razak, N. (2014). Specifying and assessing a formative measure for Hofstede's cultural values: a Malaysian study. *Quality & Quantity*, Volume 48, 3327–3342. Doi: 1007/10/s11135-013-9959-5.

- Mohammadpour, N., Rajabzadeh Qatari, A, Azar, A., & Zargham Borujeni, H. (2018). Developing a model of host community satisfaction with tourism development (Case study: Lahijan residents). *Urban Tourism*, Volume 5, Number 1, 127-141. [In Persian].
- Mohammadzadeh, P., Panahi, H., & Samadzad, S. (2017). Explaining the factors affecting the level of support of Tabriz residents for tourism development (with emphasis on socio-cultural dimensions). *Journal of Tourism and Development*, Year 6, No. 10, 63-77. [In Persian].
- Munyanyi, W., Chiromba, C., Diza, M., Magweva, R., & Muzvidziwa, D. (2018). Cultural dimensions and entrepreneurial performance interaction in small and medium enterprises in Zimbabwe. *AD-minister*. 65 – 84. Doi: 17230/10/ad-minister.4/33.
- Nasiri Handeh Khaleh, I. (2019). The effect of the quality of behavior of the host community on the satisfaction and loyalty of tourists Case study: Bam Sabz recreational complex in Lahijan. *Urban Tourism Quarterly*, Volume 7, Number 2, 113 – 126. [In Persian].
- Nateghifar, J. (2016). Investigating the status of knowledge sharing among Allameh Tabatabai University library staff based on Hofstede's cultural component. Master Thesis in Information Science and Knowledge, Allameh Tabatabai University, Faculty of Psychology and Educational Sciences. [In Persian].
- Nejati, V. (2014). Designing socio-cognitive puzzles to measure cultural values and examine its validity. *Iranian Cultural Research Quarterly*, Volume 7, Number 1, 51-68. [In Persian].
- Nezhad Shokouhi, F., & Doaei, H. (2014). The effect of Hofstede culture dimensions on customer trust in online shopping mediated by customer perception of the company. *Organizational Culture Management*, Volume 12, Number 1, 105 - 123. [In Persian].
- Noghabi, M (2015). Analysis of the Relationships between Hofstede's Cultural Dimensions and Economic Development (Employment, Income, Investment, and People's Living Indices) in Iran. Master Thesis in Economic Development and Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Faculty of Administrative and Economic Sciences. [In Persian].
- Parchini Parchin, S. (2017). Investigating the effect of cultural values on brand attitude, brand identity, brand equity, and purchase intention: A case study of health supplies in Karaj. Master Thesis in Business Management, International Business Orientation, Tarbiat Modares University. [In Persian].

- Radojevic, T., Stanasic, N., & Stanic, N. (2019). The culture of hospitality: From anecdote to evidence. *Annals of Tourism Research*, 79, 102789. Doi: 1016/10/j.annals.102789/2019.
- Rafiei, F. (2016). Investigating the effect of cultural differences on the purpose of visiting tourism destinations through the mediating variable of brand personality perceptions. Master Thesis in Business Management, Marketing Orientation, Payame Noor University, Karaj Center. [In Persian].
- Raji, Saman. (2018). A comparative comparison of the national culture of different countries of the world from the perspective of Hofstede's six-dimensional cultural model. Fifth National Conference on Management Research and Humanities in Iran, Tehran, 1-20. [In Persian].
- Rajo, J., Everett, B., Ramjan, L. M., Hunt, L., & Salamonson, Y. (2020). Hofstede's cultural dimensions as the explanatory framework for performance issues during clinical placement: A mixed methods study. *Nurse Education Today*, 94, 104581, 1–8. Doi: 1016/10/j.nedt.104581/2020.
- Schoefer, K., Wäppling, A., Heirati, N., & Blut, M. (2019). The moderating effect of cultural value orientations on behavioral responses to dissatisfactory service experiences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 247–256. Doi: 1016/10/j.jretconser.02/2019.009.
- Varhami, V., & Hamed Nasab, M. (2017). The impact of culture on economic growth and tourism. *Heritage and Tourism Quarterly*, Volume 2, Number 5, 139-166. [In Persian].
- Xiaomei, H. (2016). Apply Hofstede's national culture dimension theory to analyze Chinese tourist behaviors in Portugal tourism. University Institute of Lisbon. Dissertation submitted as partial requirement for the conferral of Master in Entrepreneurship and Studies of Culture. Thesis identifier: 201493039. Doi: <http://hdl.handle.net/10071/12698>.
- Yazdanpanah, M., & Shokouhi, M. (2019). Investigating the effects of tourism on local residents' satisfaction by applying bottom-up overflow theory; Case study: low-lying area. *Spatial Planning (Geography)*, Volume 9, Number 2, 2-38. [In Persian].
- Zhang, J., Byon, K., Xu, K., Huang, H. (2020). Event impacts associated with residents' satisfaction and behavioral intentions: a pre-post study of the Nanjing Youth Olympic Games. *International Journal of Sports, Marketing and Sponsorship*, 21 (3), 2020. 487-511. Doi: 1108/10/IJSMS-03-2019-0027.

Zotzmann, Y., van der Linden, D., & Wyrwa, K. (2019). The relation between country differences, cultural values, personality dimensions, and error orientation: An approach across three continents – Asia, Europe, and North America. *Safety Science*, 120, 185–193. Doi: 1016/10/j.ssci.06/2019.013..



استناد به این مقاله: نگت بابایی لهر، فاطمه، تبریزی، نازنین، شارع پور، محمود. (۱۴۰۱). تأثیر ارزش‌های فرهنگی هافستد بر میزان رضایتمندی شهروندان از فعالیت‌های گردشگری (مورد مطالعه: شهر بابلسر). *مطالعات مدیریت گردشگری*، (۵۸) ۱۷، ۳۸–۹. Doi: 10.22054/tms.2022.66471.2685



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License